****

Étape 4 – Mise en action

Outil 4.2 – Trousse
pour le lancement de la feuille de route

Activité 4.2 – Lancer la feuille de route

|  |
| --- |
| EN BREF, AVEC CET OUTIL… |
| * Développer et harmoniser la forme et le contenu communicationnels relatifs au lancement.
 |

|  |
| --- |
| FONCTIONNEMENT DE L’OUTIL |
| Le modèle de trousse pour le lancement de la feuille de route (FDR) est volontairement concis.Il contient :* Des directives qui précisent le contenu à insérer.
* Des portions de texte générique qui ne s’appliquent pas nécessairement au contexte régional.

Adapter le modèle et supprimer les sections non pertinentes. |

LANCEMENT DE LA FEUILLE DE ROUTE RÉGIONALE

|  |  |
| --- | --- |
| **QUOI** | Lancement |
| **QUAND** | Date |
| **OÙ** | Lieu |
| **POURQUOI** | Objectifs |
| **COMMENT** | Moyens |
| **QUI** | Responsables |
| **POUR QUI** | Publics cibles |

CALENDRIER DE LANCEMENT

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ACTIVITÉS** | **SÉQUENCE** | **DATE DE DIFFUSION** |
| Communication | Lancement du communiqué de presse |  |
| Envoi aux contacts médias |  |
| Partage sur les médias sociaux (p. ex. LinkedIn, Twitter, Facebook) |  |
| Rappels et mentions |  |
| Diffusion par les partenaires | *Relayer l’information sur vos comptes de médias sociaux professionnels et ceux de vos organisations à l’aide de cette trousse afin de créer un effet démultiplicateur* |  |

PRINCIPAUX MESSAGES CLÉS

*Inscrire ici vos messages clés. Par exemple :*

* Une feuille de route en économie circulaire pour la région.
* L’économie circulaire est en marche dans notre région.
* Le passage à l’économie circulaire s’accélère sur notre territoire.

MOTS-CLICS POUR LES MÉDIAS SOCIAUX

|  |
| --- |
| #économiecirculaire#feuillederoute#symbiose |
|  |
|  |

COMPTES ET LIENS POUR LE PARTAGE

|  |  |
| --- | --- |
| **Site web du Porteur** |  |
| **Sites web des partenaires** |  |
| **Facebook** |  |
| **LinkedIn** |  |
| **Twitter** |  |
| **Autre** |  |

**ATTENTION**

Si votre propre site web contient un **compteur de téléchargements** pour évaluer la popularité de vos communications, assurez-vous que vos liens redirigent vers votre site plutôt que de permettre les téléchargements hors site. **Évitez d’héberger votre contenu sur d’autres plateformes que la vôtre.**

VISUELS

*Mettre les visuels en pièces jointes.*