



METROLINX

An agency of the Government of Ontario
Une agence du gouvernement de l'Ontario

À : Conseil d'administration de Metrolinx

De : Judy Pfeifer
Vice-présidente, Communication stratégique

Date : 30 mai 2013

Objet : **Communication stratégique – Q1 mars 2013 - mai 2013**

RECOMMANDATION

Il est recommandé que le présent rapport soit reçu à titre d'information.

FAITS SAILLANTS IMPORTANTS

La division de la communication stratégique fournit les communications pour toute l'entreprise et du soutien pour les relations avec les intervenants et la communauté.

Stratégie d'investissement

L'élaboration et la mise en œuvre d'une stratégie de communication ont été une activité clé de la division. En termes d'engagement public, la division de communication stratégique a soutenu le travail du Panel de référence des résidents qui a fourni des conseils au conseil d'administration, ainsi que par d'autres initiatives énumérées ci-dessous :

ENGAGEMENT D'APRÈS LES CHIFFRES

>>>+
Présence/participation à
100 activités d'information
7 500 participants

2 422 abonnés

43 222
VISITES

merlin
108 818
OUTIL INTERACTIF
UTILISATEURS

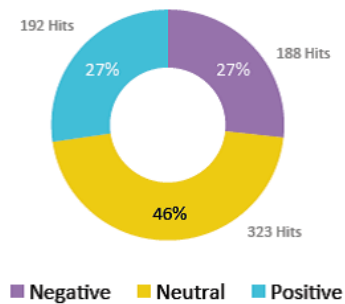
50+
séances
d'information

Afin de sensibiliser le public aux projets de Metrolinx et du Grand Projet, nous diffusons, depuis mars 2013, une publicité à la télévision intitulée « Transformation du système de transport en commun », diffusion qui s'est poursuivie en avril, mai et juin. Une annonce imprimée a également été présentée dans les journaux Toronto Star et Metro.

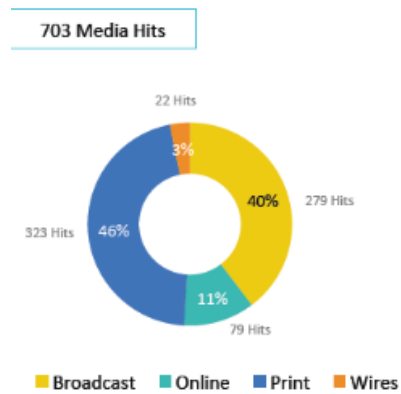
Médias et médias sociaux

Metrolinx continue à gagner en visibilité grâce à l'importante couverture médiatique au travers des médias traditionnels et sociaux. Pendant le dernier trimestre, les principaux sujets couverts ont été la stratégie d'investissement, le Grand Projet et la ligne d'Eglinton Crosstown. Metrolinx a vu le nombre d'appels des médias augmenter de plus de 250 % (environ 600 appels), comparativement à la même période en 2012. Les résultats de mars à mai sont présentés ci-dessous :

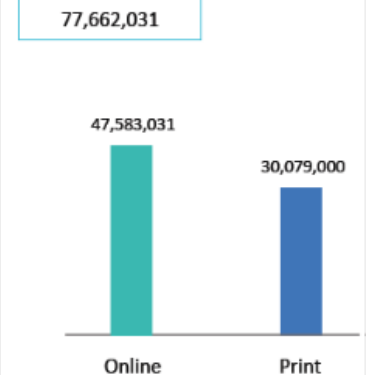
Tone



Hit Count



Impressions



Nos actions et notre engagement par l'entremise de divers réseaux de médias sociaux continuent également à s'accroître. Pendant la période de mars à mai, le nombre de sympathisants (followers) a doublé et il continue de s'accroître mois après mois. Nous avons obtenu près de 40 millions d'impressions pendant cette période, ce qui signifie que nous joignons beaucoup plus de gens par ces réseaux. Avec la publication de la stratégie d'investissement, nous avons généré approximativement 7,6 millions d'impressions, résultat de 1,000 gazouilleurs envoyant 2,335 gazouillis.

Nous continuons aussi à améliorer notre présence numérique. Nous avons mis en place des comptes pour la gestion de photos et de partage en ligne pour présenter le Grand Projet en action. Notre compte Flickr a reçu plus de 28 000 visites jusqu'à maintenant. Nous avons 182 abonnés sur Instagram et ces photos génèrent une moyenne de 1 500 pages Facebook vues.

<http://instagram.com/metrolinx>

<http://www.flickr.com/photos/metrolinx/>



PRESTO :

Des activités de communications marketing ont été mises sur pied afin d'appuyer un concours pour remercier la clientèle et célébrer le cap des 500 000 clients et aussi pour améliorer les relations avec les clients.



GO Transit :



Les annonces importantes comprenaient : Un service de train amélioré chaque 30 minutes en période creuse sur la ligne GO de Lakeshore marque l'une des annonces les plus importantes dans l'histoire de GO Transit; l'arrivée de nouveaux autobus à deux étages; et d'un projet pilote de service Wi-Fi gratuit dans 13 gares GO.

Service des relations avec le public

Projet de Georgetown South: L'initiative pour l'emploi GTS a organisé trois salons de l'emploi réussis le long du corridor, attirant plus de 200 participants. De plus, Metrolinx et la ville de Toronto parrainent conjointement un cours de formation en construction pour offrir aux jeunes du corridor ferroviaire l'occasion de poursuivre une carrière dans l'industrie de la construction.

Eglinton Crosstown : Un vaste programme de participation du public, des organismes de la communauté et des élus a été mis sur pied pour soutenir les propositions pour l'alignement est-ouest. Les actions continuent avec la communauté en ce qui concerne l'installation d'entretien et de remisage et du réaménagement planifié de la propriété de La Banque Scotia située à l'angle nord-est d'Eglinton et Weston Road. L'équipe est également impliquée dans des consultations sur les concepts de référence pour les stations souterraines et travaille aussi étroitement avec la ville de Toronto dans l'étude de planification du projet Eglinton Connects, qui est financé par Metrolinx.

Je présente le tout respectueusement,

Judy Pfeifer
Vice-présidente, Communication stratégique
Accès direct : 416 874-5902
Courriel : judy.pfeifer@metrolinx.com