

---

**COMITE SUR L'EXPERIENCE CLIENT**

---

**OBJECTIF**

L'objectif du Comité sur l'expérience client (le « Comité ») du Conseil d'administration (le « Conseil ») de Metrolinx (la « Société ») est d'aider le Conseil à superviser le marketing, l'excellence de conception, l'expérience client, la participation communautaire et les risques associés touchant la Société et à leur accorder une plus grande importance, notamment : superviser les stratégies de marketing et de communication intégrées (CMI) de la Société et la participation communautaire relative au capital; élaborer des programmes d'excellence de conception et des stratégies en matière d'expérience client; et examiner les progrès réalisés au titre de ces initiatives, ainsi que recommander l'établissement de normes en matière de service à la clientèle et d'excellence de conception et surveiller le rendement de la direction en ce qui concerne de telles normes. Dans le cadre de ses fonctions, le Comité doit adopter une approche fondée sur les résultats pour mettre en œuvre ces initiatives et, autant que possible, chercher à associer de telles initiatives avec des mesures de réussite tangibles, notamment le nombre de passagers, les revenus, la réputation, les indicateurs de rendement clés, les améliorations notables en matière d'expérience client et l'efficacité de la communication des avantages communautaires.

Le mandat et les responsabilités du Comité (qui est un comité permanent du Conseil) sont établis par le Conseil.

**A. Principes de fonctionnement****1. Fonctions et composition**

- (a) Est constitué un Comité sur l'expérience client composé de quatre directeurs nommés par le Conseil.
- (b) Tous les membres du Comité doivent être indépendants de la direction et de la Société.
- (c) Le Comité exécutera les obligations établies dans ce cadre de référence et toute autre fonction qui lui sera attribuée ou déléguée par le Conseil.

2. **Président** - Le président du Comité sera nommé par le Conseil. Lors de toute réunion au cours de laquelle le président est absent, l'un des membres du Comité choisi par les autres membres doit présider la réunion et exercer les pouvoirs du président.

3. **Quorum** - Le quorum d'une réunion du Comité sera a) de trois membres du Comité, ou b) de la majorité des membres en date de ladite réunion. Dans le cas où un

membre du Comité déclarerait un conflit d'intérêts en ce qui concerne une ou plusieurs questions examinées par le Comité, ce membre ne pourra pas assister à la partie de la réunion qui abordera les questions problématiques et les exigences en matière de quorum seront réduites d'une personne en ce qui concerne toute décision ou recommandation formulée à cet égard.

4. **Vote** - Toute affaire mise au vote lors d'une réunion du Comité devra être résolue à la majorité des voix exprimées; en cas d'égalité des voix, le président a droit à un second vote.
5. **Procédure et conduite** - Conformément à toute résolution du Conseil concernant une affaire en particulier, le président déterminera la procédure et la conduite des réunions du comité.
6. **Procès-verbaux** - Lorsqu'ils sont approuvés par le Comité, le secrétaire de la Société doit envoyer des copies des procès-verbaux du Comité à tous les directeurs.
7. **Fréquence des réunions** - Les réunions du Comité auront lieu à la discrétion du président, mais pas moins fréquemment que quatre fois par année.
8. **Ordre du jour** - L'ordre du jour écrit et tout matériel à l'appui pour toute réunion du Comité seront distribués aux membres au moins cinq jours avant la date de réunion.
9. **Participants supplémentaires** - Toute personne qui détient de l'information qui serait utile dans l'exercice des obligations du Comité peut être invitée par le président ou le président par intérim à assister à une réunion du Comité.
10. **Secrétaire** - Le secrétaire de la Société ou son délégué doit agir à titre de secrétaire lors de toutes les réunions du Comité.
11. **Compte-rendu** - Au besoin, le Comité fournira un compte-rendu de toutes les réunions lors de la prochaine réunion ordinaire du Conseil ou quand cela peut être autrement exigé par ce dernier.
12. **Examen du cadre de référence** - Le Comité devrait examiner et évaluer le caractère adéquat de ce cadre de référence au moins une fois chaque année. Si le Comité recommande des modifications, celui-ci doit soumettre une version révisée du cadre au Conseil, aux fins d'approbation.
13. **Auto-évaluation** - L'évaluation du Comité doit être effectuée régulièrement et doit comprendre un examen du rendement du Comité afin de déterminer, entre autres, si le Comité a rempli ses responsabilités et ses obligations énumérées dans le présent cadre de référence.
14. **Conseillers indépendants ou autres conseillers** - Le Comité a l'autorité de demander

la participation de conseillers externes, y compris des conseillers, des consultants indépendants et d'autres experts, au besoin, pour examiner toute question sous sa responsabilité.

## **B. Principales obligations et responsabilités**

1. **Planification et respect des initiatives** - Le Comité doit donner des conseils et aider le Conseil à élaborer et à mettre en œuvre des initiatives pour l'entreprise qui impliquent le développement et la mise en place de stratégies en matière d'expérience client clé, de marketing et d'excellence de conception. De cette manière, Metrolinx veille à ce que le client demeure l'une de ses principales priorités, en endossant son rôle de chef de file de la planification, de la construction et de l'exécution des transports en commun. Le Comité examinera les progrès des stratégies proposées et de tous les risques associés. De telles initiatives doivent être considérées dans leur ensemble, en tenant compte de l'expérience client, du marketing et de l'excellence de conception.
2. **Plan de travail** - Afin d'orienter ses activités, le Comité doit élaborer un plan de travail chaque année. Les mesures du plan de travail seront complétées par le mandat du Comité, comme précisé dans ce cadre de référence, par les Priorités stratégiques de Metrolinx et par la Perspicacité à la clientèle (programme d'opinion des passagers, études de marché et analyses) afin d'orienter l'élaboration et l'exécution des initiatives en matière d'expérience client, de marketing et de communication, de participation communautaire et d'excellence de conception. Le plan de travail comprendra l'élaboration et l'exécution :
  - (a) D'éléments clés de l'expérience client qui intègrent un excellent service à la clientèle, en ce qui concerne la disponibilité du service, l'expérience numérique et les commodités dans les gares.
  - (b) D'un examen des informations de qualité supérieure sur les statistiques clients et les préférences en matière de prise de décisions.
  - (c) D'une approche de communication et d'engagement intégrée en faveur de l'expérience client et des avantages communautaires liés au capital pour de futurs projets d'immobilisations (y compris, sans pour autant s'y limiter, le transport léger sur rail, l'expansion du service de GO, le service d'autobus rapide, les métros et la conception intégrée des gares comme la ligne Ontario). Cela comprend une intégration holistique des commentaires de la clientèle, de l'accès universel, de l'excellence de conception et de l'expérience client. La participation communautaire et les plans de communication sur le capital peuvent être soumis pour avis au Comité de surveillance des projets d'immobilisation.
  - (d) D'une supervision d'ensemble du programme d'excellence de conception, y compris l'architecture et la conception urbaine; la planification de l'utilisation

des terres; l'accès universel et la conception durable; et la conception intérieure et industrielle, notamment par le lancement de certains programmes tels que l'art intégré et les normes harmonisées d'orientation et la signalisation.

- (e) De la CMI de Metrolinx afin d'aider à la réalisation des Priorités stratégiques de Metrolinx. Les faits marquants et les progrès réalisés des principales campagnes et étapes clés seront partagés en plus des plans de marketing et de communication, de la segmentation du marché et de la réalisation des objectifs. La CMI sera axée sur les initiatives visant à accroître les revenus et le nombre de passagers, et à favoriser la réputation et la promotion de grands projets. Les questions relatives au marketing de PRESTO peuvent être soumises pour avis au Comité PRESTO à la discrétion du Comité.
- (f) De la stratégie de marque de Metrolinx pour garantir l'harmonisation avec la vision, la mission, les valeurs et les objectifs stratégiques de Metrolinx. La stratégie de marque reliera le travail sur l'identité visuelle de Metrolinx, les activités de marketing et de communication et s'intégrera à l'excellence de conception.
- (g) De partenariats, stratégiques et promotionnels, qui contribuent aux objectifs en matière d'achalandage, de recettes tarifaires et non tarifaires, comme indiqué dans les Priorités stratégiques, qui seront évalués en fonction de leur capacité à offrir une expérience client améliorée.
- (h) De stratégies tarifaires et de prix en ce qui concerne l'intégration des services, les promotions visant à augmenter les revenus et le nombre de passagers et les promotions marketing du point de vue de l'expérience client.
- (i) Les points supplémentaires qui ont une incidence sur l'expérience client dans son ensemble sont évalués au cas par cas en fonction de leur priorité et du risque relatif à leur réputation.

3. **Activités de gestion des risques** - Conformément aux responsabilités du Comité de la vérification, des finances et de la gestion des risques sur la surveillance de la gestion des risques de l'entreprise et selon ce cadre de référence, le Comité sur l'expérience client :

- (a) S'assurera qu'il comprend bien les risques en matière d'expérience client auxquels est exposée la Société, le cadre de gestion des risques de la Société, ainsi que les politiques, procédures et contrôles employés par la direction pour cerner, évaluer et gérer ces risques;
- (b) Veillera à ce que tous les risques clés associés à la réussite des stratégies de marketing, des programmes d'excellence de conception et des initiatives en matière d'expérience client clé de la Société soient déterminés et documentés,

accompagnés des stratégies d'atténuation et surveillés lors de l'atteinte des objectifs proposés; et

- (c) Évaluera et signalera les risques d'entreprise relatifs au mandat du service de l'expérience client de Metrolinx au Comité de la vérification, des finances et de la gestion des risques du Conseil de manière trimestrielle, afin de garantir que le Comité connaît les risques excédant la propension au risque de l'entreprise et de savoir si la direction y répond.
4. **COMITÉ CONSULTATIF SUR L'EXPÉRIENCE CLIENT** - Le Comité doit tenir compte des recommandations du Comité consultatif sur l'expérience client (un groupe de 10 clients qui se rencontrent chaque trimestre et qui représentent les sept corridors ferroviaires, les services d'autobus et les passagers étudiants de GO; un membre du Comité consultatif sur l'accessibilité de GO en fait également partie). Le Comité formulera des recommandations au Conseil selon son évaluation des recommandations du Comité consultatif sur l'expérience client.
  5. **Coordination du programme de Metrolinx** - Le Comité doit examiner et offrir des recommandations et de l'information au Conseil sur des questions touchant la coordination du programme en vue d'atteindre les objectifs en matière d'expérience client souhaitée, de marketing et de communication, de participation communautaire ou d'excellence de conception, tant à l'interne (entre les services ou les secteurs d'activité) qu'entre un ou plusieurs organismes de transport dans la région du grand Toronto et de Hamilton, notamment : l'expansion des services, la vente au détail, le développement axé sur les transports en commun et l'embarquement de niveau.
  6. **Évaluer les besoins futurs** - Le Comité doit examiner et offrir des recommandations et des renseignements éclairés en ce qui concerne les risques au Conseil sur toute question, notamment en ce qui concerne les projets, les programmes et les services touchant l'expérience du client, qu'il s'agisse de GO Transit, d'UP Express, de PRESTO ou d'élargissement éventuel du mandat de Metrolinx.
  7. **Promouvoir un financement adéquat** - Le Comité doit formuler si nécessaire des recommandations au Conseil concernant le niveau adéquat de financement requis de la part de la province pour des initiatives qui amélioreront le service à la clientèle.
  8. **Date d'entrée en vigueur** - Ce cadre de référence entre en vigueur à la date à laquelle il est approuvé par le Conseil.

Approuvé par le Conseil d'administration le 26 novembre 2020