



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 : 14 février 2014
Sujet : **Communication stratégique – Décembre 2013 – janvier 2014**

RECOMMANDATION

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

Contexte

La division de la communication stratégique fournit les communications à l'échelle de l'entreprise et le soutien lié aux relations avec les intervenants et la communauté.

Communiquer avec le public et nos clients revêt la plus haute importance pour Metrolinx. Nous désirons nous assurer que les 65 millions d'usagers des trains GO, les 950 000 titulaires de la carte PRESTO et les communautés locales où nous exécutons des travaux de construction pour Eglinton Crosstown, UP Express et l'expansion des services GO Transit, sont informés et participent.

FAITS SAILLANTS IMPORTANTS

Metrolinx a collaboré avec l'Université Ryerson pour produire l'exposition « Moving On (En route) : les étudiants de l'Université Ryerson explorent les transports urbains dans la région du grand Toronto ». Les étudiants de deuxième année en photographie de l'École des arts de l'image de l'Université Ryerson ont créé une réflexion sur le transport urbain dans notre région pour leurs projets de travaux pour la session d'automne. L'exposition sera affichée au Theatre Center Elgin and Winter Garden, au 2^e étage du 30 janvier au 2 avril.

Le travail d'engagement public pour « *Le Grand Projet* : le plan de transport de 25 ans qui mobilisera le public » a été sélectionné en deuxième place pour la 7^e Annual Competition and Call – Communicating Concepts with John and Jane Q. Public: Transportation Modeling du Transportation Research Board des États-Unis. Metrolinx a été invitée à la réunion de janvier 2014 pour présenter le plan; les outils, en particulier la trousse de conversation, ont reçu un bon accueil.

Médias

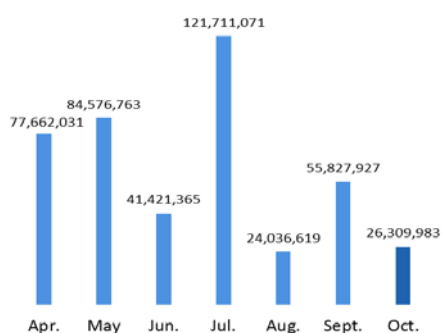
Au cours du dernier trimestre, nous avons continué à avoir une couverture médiatique importante. Les principaux sujets couverts étaient les projets de transport en commun de Toronto, les problèmes de service liés aux conditions météorologiques extrêmes et les progrès effectués par les projets de Metrolinx.

Le volume d'appels des médias a continué à croître au dernier trimestre avec plus de 500 appels, comparativement à 418 au cours de la même période en 2012 et 163 appels en 2011. Plus de 80 % des conversations avaient un ton neutre ou positif.

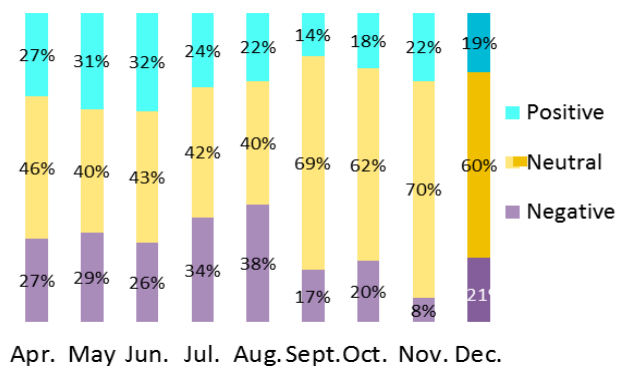
Total des appels des médias

2013	2012	2011
2 003	1 139	807

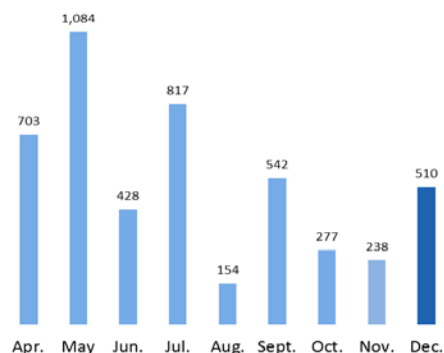
Impressions



Ton



Nombre d'occurrences



Médias sociaux

La portée de Metrolinx sur les réseaux sociaux au moyen de ses comptes médias sociaux d'entreprise a continué de générer beaucoup d'intérêt et de mobilisation sur le Web.

- Twitter : Près de 10 000 abonnés au total et 17 millions d'impressions estimées au cours de cette période, découlant de 6 632 mentions (twitter.com/Metrolinx).
- Facebook : En moyenne, plus de 5 200 personnes ont visualisé du contenu publié chaque semaine, une augmentation de 16 % par rapport au dernier trimestre (facebook.com/MetrolinxOfficial).
- Instagram : Hausse de 46 % des abonnés entre le début et la fin du trimestre, 33 photos partagées de construction de 17 projets (instagram.com/Metrolinx).
- Flickr : Les consultations ont doublé entre le début et la fin du trimestre (passant 320 000 au début d'octobre à 650 000 à la fin de décembre); 21 nouveaux albums de photos de construction de 12 projets (flickr.com/photos/Metrolinx).

Progrès

Nous mettons constamment l'accent sur mieux communiquer les progrès réalisés.

La deuxième campagne télévisée « En route vers le progrès » de Metrolinx a été diffusée du 13 janvier au 2 février.

Notre régie publicitaire, ZenithOptimedia, a choisi la programmation selon le budget et pour favoriser un maximum d'impressions de la part du public de la RGTH. Cette campagne s'est traduite en 325 placements sur une période de trois semaines, au coût moyen de plus ou moins 700\$ par placement.

De courtes publicités de 15 secondes (numériques) ont été lancées sur le Web, et les personnes qui regardent la télévision en ligne ont maintenant l'occasion de visionner nos publicités sur Bell, Shaw et Rogers. Les publicités numériques peuvent être visionnées à [youtube.com/user/MetrolinxOfficial](https://www.youtube.com/user/MetrolinxOfficial).

Des vidéos sur Instagram ont été produites à propos de GO, UP, Eglinton Crosstown, Mississauga Transitway, la modernisation de la gare Union et Viva. Dans le cadre du plan de lancement stratégique, cinq vidéos ont été partagées sur Instagram, Facebook et Twitter jusqu'à maintenant. Sur Facebook, elles ont été visionnées 9 138 fois. Les vidéos sur Instagram se trouvent sur [instagram.com/metrolinx](https://www.instagram.com/metrolinx).

Think Forward a été lancé en décembre. Il s'agit d'un nouveau cyberbulletin mensuel distribué au public, aux élus et aux intervenants qui montre les progrès réalisés au moyen de photos et de vidéos numériques.

La promotion de l'avancement du *Grand Projet* continue par l'entremise de biens de Metrolinx, notamment des panneaux numériques le long de l'autoroute Gardiner et de l'autoroute 401, des panneaux d'affichage, des chantiers de construction, des trains et des autobus et dans les médias sociaux.



Eglinton Crosstown

En décembre, Metrolinx a coordonné, avec Infrastructure Ontario (IO), une séance d'information technique à l'intention des médias pour examiner le lancement d'une demande de propositions (DP) pour le système intégré d'Eglinton Crosstown. Un communiqué commun a été publié à la suite de la séance d'information technique des médias. Le document de présentation, préparé par Metrolinx et IO, a été transmis aux médias et un document de messages clés et de questions et réponses a été préparé pour



gérer les questions immédiates des médias et celles qui suivront. Au début de 2014, Metrolinx continue de générer de l'intérêt des médias au sujet des étapes d'avancement du projet Crosstown.

Relations avec les intervenants

Tous les députés provinciaux de la zone desservie par Metrolinx ont reçu des profils des déplacements mis à jour. De plus, l'équipe responsable des relations avec les intervenants a communiqué directement avec plus de 1 300 intervenants pour faire part des changements relatifs au service, des renseignements sur la construction et des annonces. Les dirigeants de Metrolinx ont représenté l'organisation avec des allocutions de prestige à 25 événements du secteur, soutenus par le personnel de l'équipe responsable des relations avec les intervenants.

Metrolinx continue d'informer et éduquer les principaux intervenants, les dirigeants du secteur et les élus sur la stratégie d'investissement et de solliciter leur participation. Des séances d'information et des rencontres individuelles ont eu lieu dans l'ensemble de la région, et un horaire de discussions, en moyenne 15 par mois, a été maintenu au cours de cette période.

Relations communautaires

Projet de Georgetown South :

Le processus de consultation publique du comité consultatif communautaire (CCC) sur les murs antibruit proposés pour le corridor s'est conclu à la suite de 32 réunions des 8 CCC, constitués de plus de 150 membres de la communauté. Les murs antibruit ont également été l'objet de 4 réunions publiques en septembre et octobre, auxquelles ont assisté plus de 200 personnes. L'[initiative pour l'emploi de GTS](#) a célébré son premier anniversaire le 25 octobre. Plus de 600 résidents locaux ont tiré parti du programme en assistant à des salons des carrières, des événements de réseautage et en participant au programme de formation Hammer Heads. La première cohorte de 15 étudiants a réussi le cours Hammer Heads en octobre. Les entrepreneurs du projet GTS ont affiché 60 offres d'emploi dans la communauté et 6 postes ont été pourvus directement grâce à l'Initiative emploi.

Eglinton Crosstown :

La rencontre pour le dessin conceptuel préliminaire final a eu lieu en décembre pour la future gare Kennedy de transport léger sur rail et a déterminé le centre de mobilité. En plus de l'analyse détaillée des dessins conceptuels de la gare Kennedy et des correspondances avec le service GO, la TTC et les opérations des autobus existants, l'alignement en surface a pu également être visualisé et faire l'objet de discussion. L'équipe continue de faire participer la communauté dans les secteurs où la construction des murs de tête des futures gares est en cours à Dufferin, Caledonia et Oakwood, alors qu'elle est terminée pour Keele. L'équipe a également accru son engagement envers les communautés et les entreprises près d'Allen Road et de la gare Eglinton West, alors que la construction commencera aux prochains sites d'extraction et de lancement.

Je présente le tout respectueusement,

Judy Pfeifer
Vice-présidente, Communication stratégique
Accès direct : 416-202-5902
Courriel : judy.pfeifer@metrolinx.com