

À : Conseil d'administration de Metrolinx

De : David Jang, chef des communications

Date : 16 février 2023

Objet : Rapport trimestriel sur les communications et l'engagement communautaire

Changements récents

Nous avons lancé le nouveau site web Metrolinx, qui intègre les anciens sites Metrolinx.com, Metrolinx News et Metrolinx Engage, afin d'aider les clients, les communautés et les parties prenantes à trouver rapidement des informations complètes sur nos projets et services. Plus de 1 500 pages web ont été regroupées en environ 500 pages web simples à utiliser et interactives. De nombreuses améliorations ont été apportées, notamment de nouvelles cartes, un chatbot, un planificateur de rendez-vous pour les réunions, un centre de documentation et une fonction de recherche avancée sur le site. Le site français sera lancé dans le courant du mois.

Afin d'élargir notre public, nous avons lancé le nouveau bulletin d'information LinkedIn de Metrolinx qui est un outil supplémentaire de communication d'informations et de mises à jour importantes. Nous avons publié cinq éditions du bulletin d'information à ce jour, avec des articles comme celui sur le lancement des cartes de crédit dans les 905 réseaux de transport en commun et un bilan de l'année pour la ligne Hazel McCallion. Le bulletin a dépassé les 23 000 abonnés, ce qui représente plus d'un quart des abonnés à Metrolinx sur LinkedIn. L'accueil a été extrêmement positif, et chaque édition a été lue par plus de 15 000 personnes.

Alors que les projets de métro continuaient à passer des étapes clés, nous sommes devenus les champions des bonnes nouvelles et en avons profité pour mettre en valeur les progrès réalisés sur les quatre lignes. Pour célébrer le début de la construction du tunnel sur le prolongement du métro de Scarborough, nous avons publié des messages sociaux qui ont permis de recueillir 12 700 impressions, et les canaux sociaux ont enregistré une croissance cumulée de plus de 6 % du nombre d'abonnés depuis lors. En ce qui concerne le projet Ontario Line, nous nous réjouissons de l'attribution de deux contrats importants aux soumissionnaires retenus et de la publication de deux autres contrats en novembre. Les messages originaux, qui comprenaient des présentations inédites, ont recueilli 41 retweets et plus de 69 000 commentaires.

Nous sommes là pour vous'

Nos équipes d'engagement communautaire sont restées ancrées dans les communautés de la région ce trimestre et ont renforcé les relations avec les résidents et les entreprises. Nous avons continué à accroître la sensibilisation à nos projets d'immobilisations par le biais d'activités d'engagement hyperlocales, comme le démarchage ciblé et les activités communautaires ponctuelles.

L'équipe d'engagement communautaire de Peel a collaboré avec celle de Toronto Ouest pour organiser un événement pop-up au campus Lakeshore du Humber College. Nous avons communiqué les informations relatives aux tarifs étudiants et aux réductions PRESTO, que bon nombre d'étudiants étaient impatients de découvrir. Notre approche personnalisée a conduit à plus de 100 interactions et à de nombreuses discussions significatives avec les participants. Nos équipes envisagent d'organiser un troisième événement pop-up à Humber au printemps.

Les équipes d'engagement communautaire de Toronto Est, des gares de Toronto, du prolongement du métro de Scarborough et de York-Simcoe ont participé à la célébration du Nouvel An lunaire au Splendid China Mall de Scarborough, où nous avons discuté avec 130 personnes des projets de transport en commun de Scarborough et du corridor ferroviaire de Stouffville, notamment des améliorations apportées aux gares GO, du programme d'expansion GO et du prolongement du métro de Scarborough. Nous avons également distribué des cartes postales en anglais et en chinois simplifié ainsi que des articles promotionnels de Metrolinx afin de susciter l'enthousiasme et de mieux faire connaître nos projets et programmes.

Afin de tenir les résidents de Durham informés des projets tels que le programme d'extension GO, le prolongement de Bowmanville et le projet de transport rapide par bus de Durham-Scarborough, l'équipe d'engagement communautaire de Durham a organisé 17 événements pop-up tout au long du trimestre. Grâce à une étroite collaboration avec les parties prenantes, les annonces de ces événements ont été diffusées via les médias locaux, les bulletins électroniques régionaux, les réseaux sociaux et les canaux de communication de nos partenaires municipaux. Lors de ces événements, nous avons répondu à de multiples questions et les résidents ont manifesté leur enthousiasme à l'égard des nouvelles options de transport en commun proposées dans la région, ce qui a donné lieu à plus de 465 interactions.

Tout au long du trimestre, nos équipes ont également organisé des séances d'information avec des représentants élus pour faire le point sur les activités de construction et les projets d'investissement, en veillant à ce que les projets de transport en commun tiennent compte des préoccupations des citoyens. Des séances d'information ont été organisées avec le ministre associé Cho, les membres du conseil et les députés de la région de Durham, les députés de la région de Waterloo, le conseil de la ville de Brampton, les maires et les directeurs généraux de la région de Niagara, les conseillers de la ville de Toronto et les députés fédéraux.

Résumé des résultats de notre engagement au cours du trimestre

COMMUNICATION ET ENGAGEMENT COMMUNAUTAIRE

Période : 1^{er} décembre 2022 - 15 février 2023

RÉSUMÉ DES CHIFFRES DE L'ENGAGEMENT

174 messages contextuels avec
6 131 interactions

6 931 enquêtes communautaires
et portes à portes effectués

140 représentants élus et
réunions avec des intervenants



181 498
avis de construction envoyés

156 171
infolettres diffusées

987
correspondances, courriels
et appels téléphoniques

+275 publications sur
les réseaux sociaux
ont été réalisées sur
Twitter, Facebook et
Instagram

537 000 impressions
taux d'engagement de
8,7%

Metrolinx sur un ton neutre-positif, en s'appuyant sur une approche proactive des médias, sur notre propre communication et sur la participation des experts de Metrolinx aux enjeux et aux événements.

L'équipe des relations avec les médias a répondu à

137 appels
des organes de presse



2 entretiens avec les médias
pour le PDG et les autres hauts
responsables.

5 éditions du **bulletin d'information de Metrolinx** ont été publiées sur LinkedIn.

30 Nouvelles fonctions
de Metrolinx
ont été publiées



+45 000
visionnements de stories

6 conférences

Metrolinx a participé à six conférences au cours de cette période. Notre PDG a notamment participé à deux causeries au coin du feu, notamment avec l'Ontario Road Builders' Association et l'Empire Club of Canada.

Le tout respectueusement soumis,
David Jang
Chef des communications
416-202-7634
david.jang@metrolinx.com