

Dest. : Conseil d'administration de Metrolinx

Expéd. : Judy Pfeifer, *chef des communications et des relations publiques*

Date : Le 14 septembre 2018

Objet : Mise à jour trimestrielle sur les communications et les relations publiques

Participation de la communauté

Nous maintenons une stratégie proactive afin d'informer les résidents, les entreprises et les intervenants et de susciter leur participation dans le cadre de nos projets.

Ce printemps et cet été, nous avons déployé des efforts pour nous rapprocher des communautés au sein desquelles nous nous trouvons. Notre personnel de communications a organisé plus d'une douzaine d'événements lors des vacances de mars et a participé à plus de 36 festivals d'été dans la région. Grâce à nos cabines à égoportraits, nos trains en papier, nos cartes à colorier et nos dépliants, les familles et les futurs clients étaient ravis d'en apprendre davantage sur les nouvelles connexions dans la région et d'avoir la possibilité d'obtenir des renseignements sur nos projets de transport en commun rapide et d'expansion du réseau GO. Nous avons également organisé 10 événements portes ouvertes dans le cadre des programmes de TLR d'Eglinton Crosstown et de Hurontario, ainsi



que des programmes d'expansion du réseau GO afin d'informer les résidents et les entreprises des dernières mises à jour en matière de travaux de construction, ainsi que de transmettre des renseignements sur le projet, notamment en ce qui concerne les avantages pour la communauté et le soutien aux entreprises.

Le soutien aux entreprises durant les travaux de construction constitue un élément essentiel des projets d'expansions du transport en commun, car nous collaborons avec les entreprises locales et fournissons certains outils nécessaires à leur succès. En avril, l'équipe de relations communautaires du projet de TLR de Hurontario et les chambres de commerce de Mississauga et de Brampton ont organisé deux séminaires à l'intention des entreprises axés sur la croissance économique, la manière d'attirer et de fidéliser les clients durant les moments plus difficiles et les conseils sur diverses stratégies pouvant être employées pour que les entreprises continuent de prospérer.

L'équipe du projet de TLR de Hamilton s'est associée à la chambre de commerce de Hamilton dans le cadre de la série d'ateliers *LRT Ready* afin de mieux préparer les entreprises aux travaux de construction. Le premier atelier a rassemblé plus de 70 participants et mettait en vedette Rollin Stanley, directeur général de la stratégie urbaine de la ville de Calgary, qui a fait part de la manière dont sa ville a pu préparer les entreprises au changement lors de la construction du TLR de Calgary et des autres projets d'infrastructure d'envergure. Le deuxième atelier a offert une visite en autobus du corridor du TLR d'Eglinton Crosstown, en mettant l'accent sur le soutien aux entreprises offert par Metrolinx aux entreprises locales touchées par les travaux de construction.

Engagement (depuis le 8 mars)

101 réunions publiques
486 séances d'information avec les intervenants
4 496 correspondances
352 publipostages électroniques
349 848 sensibilisations à domicile

Gallery City, une installation muséale le long d'Eglinton Avenue, entre Weston Road et Victoria Park Avenue, s'est déroulée tout au long de l'été, avec la participation de plus de 100 entreprises. Le programme comprenait huit itinéraires artistiques urbains, chacun ayant un thème différent. L'installation mettait en vedette 30 œuvres créées par des artistes vivant à Eglinton. Pour encourager les visiteurs à entrer dans les magasins le long d'Eglinton, les commerçants participants exposaient une œuvre d'art et ils ont également organisé un tirage au sort permettant de gagner certaines de ces œuvres.

L'engagement auprès des résidents va parfois au-delà des discussions sur la conception, la construction et le projet en général. Dans le cadre du projet de TLR de Hamilton, Metrolinx doit acheter certaines propriétés qui se trouvent le long du corridor pour réaliser l'élargissement de l'emprise ferroviaire. La stratégie d'engagement de l'équipe pour les individus touchés consiste à joindre directement tous les locataires résidentiels lors de l'acquisition de la propriété par Metrolinx. Pour garantir que les résidents se sentent concernés et soutenus lors du processus, nous collaborons de manière individuelle avec les locataires de chaque unité touchée afin que la transition vers un autre lieu d'habitation soit la plus fluide possible. Cette approche personnalisée est réellement efficace et entraîne des résultats positifs au fur et à mesure que nous travaillons avec les locataires pour leur trouver un nouveau logis.

L'équipe des Communications et affaires publiques a effectué une tournée de la région pour discuter avec les 23 nouveaux députés provinciaux de Metrolinx et des projets de transport en commun dans leur circonscription.



Thank you to @Metrolinx staff for a detailed briefing on the status of the @HurontarioLRT project this morning, including plans for the #PortCredit station. I'm looking forward to working with you. #MississaugaLakeshore #TeamRudy



Notre équipe de relations communautaires et de relations avec les intervenants a également visité près de 70 bureaux de circonscription pour se présenter et discuter avec le personnel.

L'équipe des relations communautaires dans le cadre de l'expansion du réseau GO a lancé le projet pilote Adoptez-une-gare à la gare GO d'Agincourt, afin de favoriser la collaboration pour refléter les objectifs de la communauté en matière d'embellissement. Le projet comprenait une grande variété d'activités, notamment la mise en place d'éléments permettant d'améliorer la gare, comme des jardins, des bacs à végétaux et des supports à bicyclettes, ainsi que la promotion de l'art public et l'utilisation de la signalisation. De futures « stratégies de vente au détail » pourraient comprendre la possibilité pour les entreprises locales d'installer une boutique éphémère, ou d'organiser un marché de Noël, un marché de nuit ou un marché fermier.

Nous avons continué de collaborer avec le Toronto Community Benefits Network et nous avons participé au Sommet annuel Community Benefits Creating Opportunity en mars dernier. Le sommet a rassemblé des organismes communautaires et des organisations syndicales, des élus et d'autres intervenants clés. Environ 200 participants ont pris part à une visite en autobus du trajet du TLR de Finch West, et ont assisté à une présentation sur le projet et les avantages intéressants qui y sont associés pour la communauté.

Assemblée publique

Le 30 avril, nous avons organisé un événement portes ouvertes à notre siège social pour une autre assemblée publique Demandez à Metrolinx. Les participants avaient la possibilité de poser des questions à nos dirigeants, en personne ou en ligne.

Communications

L'équipe des Communications et affaires publiques continue à partager ses histoires par divers canaux. Grâce à 100 billets de blogue et 35 000 pages visionnées, nous avons pu transmettre de nombreuses histoires, par exemple, l'histoire héroïque [d'Aeron, passager de GO](#) ou la manière [dont Metrolinx favorise l'accessibilité à bord du transport en commun](#) en accueillant les chiens d'assistance en entraînement à bord des véhicules. Les équipes du transport en commun rapide ont généré du contenu pour les médias sociaux, notamment pour faire la promotion des kiosques établis lors des festivals, parler du TLR, fournir des mises à jour et donner des renseignements sur les travaux de construction. Au total, nous avons publié 701 gazouillis, 102 publications Facebook, 119 photos sur Instagram et 26 vidéos sur YouTube, ce qui a généré 2 millions d'interactions avec le public (visionnements, mentions « J'aime », partages de gazouillis, etc.). L'équipe a soutenu des annonces concernant :

- Le service d'épicerie en ligne PC Express offert dans certaines gares GO;
- Le partenariat avec Sony Music consistant à créer des listes de lecture Spotify spécialement conçues pour les clients de GO;

Demandez à Metrolinx

Séance du mois d'avril

Q. préal. soumises : **121**
Q. auxquelles nous avons répondu en personne lors de l'événement : **19**
Participants en personne et en ligne : **82**

Prochaine séance le 26 septembre

- L'expansion des services de carte PRESTO dans les magasins Shoppers Drug Mart dans certaines municipalités;
- Les demandes de propositions (DDP) à l'intention de cinq exploitants préqualifiés pour la construction et le financement du projet d'expansion du corridor central de la ligne Lakeshore East;
- La nouvelle installation d'assemblage des véhicules légers sur rail d'Alstom qui se trouve à Brampton;
- La DDP à l'intention de deux équipes préqualifiées pour la conception, la construction et le financement du projet d'amélioration de la gare Union;
- L'inauguration d'une nouvelle station d'autobus et d'un centre de transport en commun à la gare GO de Kipling;
- La sélection du Mosaic Transit Group en tant que soumissionnaire pour la conception, la construction, le financement et l'entretien du projet de TLR de Finch West;
- La DDP à l'intention de trois équipes retenues pour la conception, la construction, le financement, l'exploitation et l'entretien du TLR de Hamilton;
- La croissance du réseau de vélo-partage Bike Share de Toronto qui consiste à ajouter 90 nouvelles stations dans la ville et à la gare Union.

De mars à juin, nous avons observé une augmentation fulgurante des appels des médias, soit une augmentation de 40 %. Cette dernière concernait les conditions météorologiques extrêmes, une éventuelle interruption de travail des employés du CP, deux suicides tragiques qui ont eu lieu durant l'heure de pointe le long de nos corridors, ainsi que le lancement d'un grand nombre de nouvelles initiatives. De juillet à septembre, nous avons observé une diminution de 20 % des appels par rapport à l'an dernier. Cette diminution était à prévoir, étant donné qu'il s'agissait de la période électorale et du début des vacances d'été. Plus récemment, l'intérêt des médias s'est concentré sur les alertes de chaleur extrême et de pluie abondante, l'enthousiasme généré par les correspondances de deux heures offertes par la TTC, le lancement d'un partenariat avec Ontario Northland pour le projet pilote de service vers la campagne, le projet pilote consistant à permettre aux chiens en laisse de monter à bord des véhicules de GO et d'UP Express hors des heures de pointe et l'augmentation du service GO.

Au cours des derniers mois, nous nous sommes concentrés sur l'amélioration de la manière dont nous communiquons au sein de l'organisation et nous avons trouvé des manières plus efficaces de joindre nos quelque 4 000 employés à divers emplacements (gares, chantiers de construction, garages, bureaux et les conducteurs de véhicules). Nous avons lancé un nouveau bulletin d'information électronique hebdomadaire, ainsi qu'un média social pour le travail.

Les efforts de notre équipe de communications, qui a su communiquer ouvertement et avec compassion lors des suicides qui se sont produits le long de nos corridors ferroviaires, lui ont valu le prix Gold Quill de l'Association internationale des professionnels de la communication (IABC). Notre principal objectif est de continuer à raconter les nombreuses histoires de Metrolinx axées sur la sécurité.

Le tout respectueusement soumis,

Judy Pfeifer

Chef des communications et des relations publiques

416-202-5902

judy.pfeifer@metrolinx.com