

À : Conseil d'administration de Metrolinx

De : David Jang
Chef de la communication

Date : 29 juin 2023

Objet : **Rapport trimestriel sur les communications et la participation communautaire**

Changements récents

Au cours du dernier trimestre, Metrolinx a participé à un certain nombre d'annonces faites par le gouvernement pour célébrer des étapes importantes et passionnantes dans le cadre de la gestion des immobilisations et de l'exploitation de l'entreprise. Nous avons élargi notre portée pour partager notre histoire avec un public nouveau et différent au moyen d'une stratégie de communication intégrée et ciblée, y compris des vidéos et des publications dans les médias sociaux sur plusieurs plateformes.

Le ministre associé Cho, Phil Verster et Barclay Hancock ont assisté à l'annonce du programme de paiement sans contact PRESTO, qui a été étendu afin de permettre le paiement par carte de débit Interac^{MD} sur GO Transit, Brampton Transit, Burlington Transit, Durham Region Transit, Hamilton Street Railway, MiWay, Oakville Transit, York Region Transit et Para Transpo. Avec un total de 28 000 vues, l'article sur le lancement de la carte de débit PRESTO a été le plus populaire en avril et occupe la deuxième place en matière de nombre de vues depuis le début de l'année - ce résultat est en partie dû au fait que l'article a été diffusé sur PRESTO à l'ensemble des 900 000 utilisateurs de cette application. La vidéo sur le paiement sans contact a recueilli plus de 107 000 impressions et 49 629 vues sur l'ensemble des canaux de médias sociaux. De plus, plus de 70 articles ont été publiés dans les médias, la majorité d'entre eux ayant un ton très positif, y compris CityNews, Mobile Syrup et iPhone au Canada.

Pour célébrer la fin des travaux de construction à la gare GO de Bramalea, Phil Verster était accompagné de représentants élus des trois ordres de gouvernement, y compris le premier ministre Ford, la ministre Mulroney, le député Sidhu, ainsi que des députés provinciaux et des maires locaux. La nouvelle a été très bien accueillie, avec plus de 65 articles positifs rédigés par des médias, dont blogTO, ReNew Canada, insauga, et CityNews. L'article de Metrolinx a été consulté plus de 1 600 fois et les messages sur les médias sociaux ont généré plus de 49 000 impressions, avec un taux d'engagement de 5,1 %.

Conformément à l'engagement de Metrolinx en matière de développement durable, nous avons annoncé que les clients ont maintenant la possibilité de voyager à bord d'un autobus GO électrique à batterie zéro émission pour la première fois sur les trajets d'autobus GO 19, 27, 92 et 96B dans le cadre d'un projet d'essai qui a débuté le 15 mai. Phil Verster s'est joint au premier ministre Ford lors de l'annonce et la nouvelle a été reprise par un grand nombre de médias, dont insauga, Newstalk, Global News, CityNews et CP24. Tous ces articles avaient un ton positif. Les publications dans les médias sociaux ont suscité 15 000 impressions et

647 engagements.

« Nous sommes là pour vous »

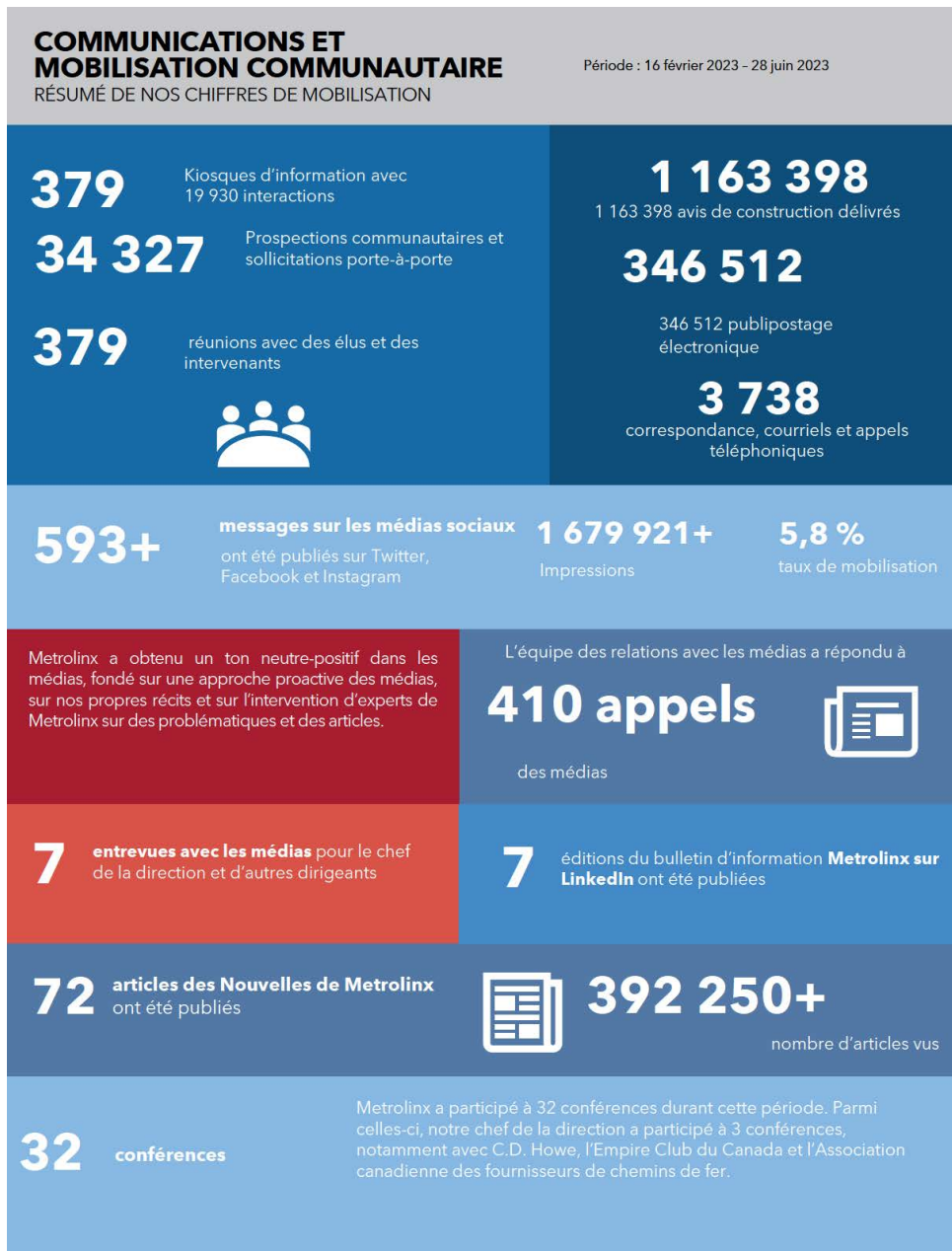
Nos équipes de mobilisation communautaire ont continué d'être sur le terrain dans les communautés de la région afin de renforcer les relations avec les résidents et les entreprises. Nous veillons à ce que la voix des communautés soit prise en compte et éclaire notre processus décisionnel par le biais des démarches communautaires ciblées et ponctuelles, des journées portes ouvertes et des sessions d'information pour la communauté.

La voie de guidage du saut-de-mouton de Davenport a accueilli ses premiers trains GO payants, ce qui a suscité des échanges positifs entre les communautés et les adeptes du transport ferroviaire, qui se sont tournés vers les médias sociaux pour partager leur enthousiasme. Dans le cadre de la célébration de cette réalisation, des influenceurs bien connus du secteur des transports en commun ont été transportés à bord d'un train GO au-dessus de la voie de guidage pour prendre des images et des photos et ils ont fait la promotion de cette étape afin d'étendre la portée de l'événement. Un article positif a également été publié sur blogTO. Avant la transition, les équipes de mobilisation communautaire de Toronto-Ouest et des gares ont collaboré pour sonder plusieurs zones à circulation plus élevée dans le voisinage immédiat de la voie de guidage, en communiquant avec les résidents pour les informer de la transition et répondre à leurs questions.

L'équipe de mobilisation communautaire de Toronto-Ouest a dirigé la première visite guidée à Toronto, à laquelle ont participé plus de 25 personnes. La visite comprenait des arrêts à la CIBC Square Park, à la gare Exhibition, à la voie de guidage du saut de mouton de Davenport et au prolongement vers l'ouest d'Eglinton Crosstown. À chaque arrêt, les équipes de projets ont parlé de l'expansion du réseau GO et de l'évolution du transport en commun rapide. Les équipes de mobilisation communautaire, quant à elles, ont décrit les efforts de mobilisation pour les différents projets. La tournée a réuni des intervenants de divers organismes, dont l'Association canadienne du transport urbain, la ZAC du centre-ville de Toronto-Ouest et la Urban Land Institute de Toronto, tous ayant formulé des commentaires positifs sur la visite.

Avant le début de la fermeture de la rue Queen, les équipes de la mobilisation communautaire et des communications sur les immobilisations ont utilisé une approche proactive et multicanal de haut niveau, y compris la diffusion de messages, la signalisation, l'orientation et la sensibilisation, en étroite collaboration avec la Ville de Toronto et la TTC. L'équipe de la mobilisation communautaire a tenu des séances d'information avec les principaux intervenants, y compris les représentants élus, le secteur d'amélioration des affaires et le Comité de liaison communautaire. Ils ont également distribué plus de 10 000 cartes postales et communiqué des informations par le biais des fenêtres contextuelles d'information dirigées par la TTC près de la zone de fermeture. Les déviations ont été affichées sur Google Maps, Waze et Triplinx, ainsi que sur les panneaux de signalisation du projet. La fermeture a été relayée par un large éventail de médias, dont les principaux sont CTV, CBC, Global, The Toronto Star, CityNews et CP24. La couverture médiatique a été extrêmement neutre et informative. 287 mentions ont été faites sur la fermeture, ce qui représente une audience potentielle de 234 millions de personnes.

Résumé de nos chiffres de participation pour le trimestre



Je présente le tout respectueusement,
David Jang
Agent responsable de la communication
416-202-7634
david.jang@metrolinx.com