

Au : Conseil d'administration de Metrolinx

De : David Jang
Chef responsable des communications et de la mobilisation communautaire

Date : 12 septembre 2024

Objet : **Rapport sur les communications et la mobilisation communautaire**

Metrolinx continue d'être visible sur le marché, en offrant des histoires de progrès dans toute la région et en travaillant activement pour soutenir les communautés, les résidents et les entreprises.

Faits marquants récents

Metrolinx a mené un plan de sensibilisation intégré pour soutenir le lancement de PRESTO dans Apple Wallet, informer les clients de la région et mettre en évidence comment PRESTO évolue pour répondre aux besoins des clients. Depuis son lancement à la mi-juillet, l'annonce de PRESTO dans Apple Wallet a généré 532 932 impressions, plus de 103 000 vues de vidéos et un taux de mobilisation de 3,3 %.

Metrolinx et la province ont organisé un événement médiatique le 16 juillet pour marquer le début des travaux d'une nouvelle liaison de la ligne Ontario à la gare Pape de la TTC. Dans les 24 premières heures, l'annonce a obtenu plus de 12 000 impressions avec un taux de mobilisation de 5,2 pour cent. L'article de la salle de presse de Metrolinx.com célébrant le jalon a reçu 2 063 vues depuis sa publication, et plusieurs grands médias ont présenté l'annonce. Le sentiment des médias était positif dans une mesure de 95,2 pour cent et neutre dans une mesure de 4,8 pour cent neutre en ce qui a trait au ton.

L'épisode de la ligne Ontario de la série Metrolinx Construit a récemment connu un rendement exceptionnel en ce qui a trait aux publications organiques, avec plus de 290 000 vues, plus de 12 800 impressions et un excellent taux de rétention, avec 67 pour cent des utilisateurs de YouTube qui continuent de regarder après 30 secondes. La vidéo a également vu des centaines de nouveaux abonnés à la chaîne YouTube de Metrolinx, ce qui porte le nombre total d'abonnés à plus de 500 000 et fait en sorte qu'encore plus de personnes dans la région soient connectées à d'importants messages de progrès.

Près de 400 personnes ont assisté à une série de séances d'information communautaire pour éclairer l'élaboration d'options pour le prolongement du métro Sheppard dans le cadre de la deuxième ronde de consultation. La page de consultation a recueilli plus de 22 000 vues et le sondage a reçu plus de 4 000 réponses. Les publications sur les réseaux sociaux de Metrolinx ont généré plus de 206 000 impressions et 1 357 clics sur la page Web.

Dans le cadre des efforts continus pour refléter les communautés où nous construisons, Metrolinx étudie des approches créatives pour afficher des œuvres d'art sur certaines clôtures

qui seront exposées pendant les travaux de construction autour des sites de la ligne Ontario. Une vidéo invitant les membres de la communauté à soumettre leurs commentaires sur l'art communautaire pour les clôtures de la ligne Ontario a connu un grand succès avec plus de 45 000 impressions et a généré plus de 700 clics vers le formulaire de consultation. Les commentaires seront utilisés pour travailler avec des artistes et des organisations locales afin de concrétiser les idées des communautés.

Pour poursuivre les travaux de voie et de voie de guidage à l'intersection du chemin Burnhamthorpe et de la rue Hurontario pour la ligne Hazel McCallion, il a fallu réduire les voies et faire des détours. Pour se préparer à cela, Metrolinx a publié son tout premier avis de construction sous forme de vidéo, ce qui a généré plus de 68 000 impressions et plus de 300 partages, établissant ainsi de nouveaux records de partages et de suivis immédiats sur tous les comptes sociaux du transport léger sur rail (TLR) Hazel McCallion.

« Nous sommes là pour vous »

Metrolinx continue de mobiliser activement les clients-résidents et d'aider à atténuer les répercussions des travaux de construction grâce à plusieurs canaux, notamment en ayant une forte présence sur le terrain dans les communautés.

L'équipe de mobilisation communautaire du prolongement vers l'ouest de la ligne Eglinton Crosstown a organisé une journée portes ouvertes au bureau de la communauté pour célébrer la percée de Rexy et Renny et commémorer la fin du premier tronçon de tunnel. Plus de 120 membres de la communauté ont assisté à la journée portes ouvertes et ont aimé en apprendre davantage sur les progrès du projet.

Diverses équipes de mobilisation communautaire de la région (Toronto, Peel, York-Simcoe) ont organisé des activations de kiosques au cours de certains des plus grands festivals d'été de la région, notamment Taste of Asia et BIG on Bloor, avec plus de 2 000 interactions chacun, ainsi que Toronto Pride, avec près de 12 000 interactions sur les 3 jours de l'événement. Toronto Pride est l'événement le plus important et le plus médiatisé de l'année et offre une excellente occasion d'accroître notre notoriété et notre impression auprès des clients résidents de la région.

Résumé des chiffres de mobilisation pour le trimestre



Respectueusement soumis,

David Jang

Chef responsable des communications et de la mobilisation communautaire

416-202-7634

david.jang@metrolinx.com