

À : Conseil d'administration de Metrolinx

De : David Jang

Chef responsable des communications et de la mobilisation communautaire

Date : 11 septembre 2025

Objet : Rapport trimestriel sur les communautés, les communications et les relations avec les intervenants

Metrolinx demeure très présente dans toute la région, en appuyant les étapes clés de la construction et en veillant à ce que les collectivités demeurent informées et connectées à mesure que notre programme de transport en commun progresse. Au cours du dernier trimestre, la division a travaillé en étroite collaboration avec les résidents et les intervenants et a diffusé des communications percutantes qui ont accru la sensibilisation et la compréhension du public à l'égard de nos projets.

« Nous sommes là pour vous »

Au cours de ce trimestre, Metrolinx a resserré ses liens avec la collectivité en lançant plusieurs initiatives écologiques. À Etobicoke, une distribution gratuite d'arbres au parc Silvercreek a attiré plus de 300 résidents. En tout, 600 arbres, arbustes et plantes vivaces ont été remis, soit le double de l'an dernier, avec la participation active des élus locaux. À Royal York, l'équipe a répondu aux préoccupations de la collectivité concernant la perte d'espaces verts. Elle a travaillé avec les résidents, les gestionnaires immobiliers et l'Office de protection de la nature de Toronto et de la région (TRCA) pour restaurer la vie privée et le couvert végétal naturel. Ensemble, ils ont planté 29 nouveaux arbres, appuyés par un plan d'aménagement paysager pour assurer leur emplacement optimal. À Scarborough, un partenariat entre le TRCA et Kayanase Greenhouse, une pépinière autochtone, a permis de distribuer 300 plantes indigènes à la bibliothèque Bendale et de rencontrer plus de 220 résidents, ce qui a entraîné une couverture médiatique positive par CityNews. Collectivement, ces initiatives ont permis de remettre plus de 900 arbres et plantes aux collectivités, tout en réaffirmant l'engagement de Metrolinx envers la durabilité locale, sa capacité de réponse et le renforcement de la confiance dans les secteurs touchés par les travaux.

Metrolinx a également conservé une grande visibilité dans les collectivités cet été. Lors de la Toronto Pride, à laquelle nous participons pour la 13^e année consécutive, les bénévoles de Metrolinx ont interagi avec 6 500 à 7 000 visiteurs au stand communautaire, en plus des quelque 25 000 participants au défilé. Des initiatives similaires à la York Pride, à l'événement Give Me Liberty (plus de 300 interactions), au Sounds of Leslieville & Riverside Jazz Festival (plus de 500 interactions) et au Big on Bloor (1 500 participants) ont permis de renforcer notre présence dans les quartiers directement touchés par les projets de transport en commun.

De plus, Metrolinx a consulté 1 728 personnes au sujet des propositions de conception des murs décoratifs des gares du prolongement de la ligne de métro de Scarborough. Cette consultation comprenait trois journées portes ouvertes, deux événements éphémères et 1 058 réponses à un sondage virtuel Slido. Les retours permettront d'orienter les choix visuels privilégiés actuellement en cours d'examen dans le processus de conception.

Au niveau régional, le président-directeur général Michael Lindsay a animé sa première table ronde avec les directeurs généraux et les gestionnaires de 16 municipalités, afin de mettre en lumière les priorités communes en matière de transport, les défis et les enjeux d'intérêt régional.

Du côté des clients, Metrolinx a collaboré avec Live Nation pour offrir un service GO gratuit et supplémentaire lors des concerts au nouveau stade Rogers. L'initiative a généré 234 mentions dans les médias numériques et imprimés, 214 à la télévision et à la radio, pour un public potentiel de 280 millions de personnes. Les contenus associés comprenaient un article Discover avec plus de 5 100 vues et une vidéo d'orientation cumulant plus de 12 700 vues et 403 interactions sur Instagram et YouTube.

Jalons clés

En juin, Metrolinx a soutenu le gouvernement lors de l'annonce du début des travaux majeurs du centre de transit East Harbour. Ce centre regroupera plusieurs réseaux de transport en commun, réduira la congestion dans l'ensemble du réseau et permettra aux clients de rejoindre des destinations à travers le RGTH sans passer par la gare Union. L'annonce a généré 63 mentions dans les médias, avec une portée estimée à 36,6 millions de personnes. Le contenu associé comprenait une vidéo filmée par drone qui a été visionnée 90 000 fois (10,5 % de plus que les références) et un communiqué de presse consulté plus de 1 100 fois. Plus tard dans le mois, le premier ministre a annoncé le lancement des travaux préliminaires à la gare GO de Woodbine, illustrant les progrès de l'extension du service qui offrira aux clients des options de transport plus pratiques. L'annonce a généré 30 mentions dans les médias, touchant un public potentiel de 93 millions de personnes. Une vidéo Metrolinx Minute et un article éditorial ont généré plus de 39 000 impressions et 2 484 interactions, tandis que le récit associé a été consulté 2 350 fois, soit plus du double des repères habituels.

Le lancement du forage du tunnel pour le tronçon est du prolongement vers l'ouest de la ligne Eglinton Crosstown, marquant une étape importante dans la construction du projet, a fait l'objet d'une large couverture médiatique. Le contenu Metrolinx Minute a suscité près de 20 000 impressions sur LinkedIn, avec 1 365 interactions, ainsi que 15 500 impressions et 962 interactions sur Instagram. À Hamilton, l'achèvement de la voie de raccordement à la gare GO de West Harbour permet d'ajouter 32 trajets supplémentaires chaque semaine. L'annonce a été relayée par 13 publications sur les réseaux sociaux, générant 142 000 impressions, 7 800 interactions et un taux d'engagement de 5,5 %. Une vidéo Metrolinx Minute a atteint

près de 88 000 vues, devenant le contenu le plus performant sur Facebook. L'équipe Engagement communautaire de Hamilton a également rencontré 17 élus et intervenants pour coordonner les communications autour de l'expansion du service.

En juin, les travaux officiels ont débuté pour les installations d'exploitation, d'entretien et de remisage (IEER) de la ligne Ontario. Les IEER de 175 000 m² serviront de centre opérationnel pour la ligne Ontario et accueilleront une flotte de 31 trains entièrement automatisés. L'annonce a été promue en ligne, générant 57 000 impressions, 8 683 interactions et 85 partages sur les différents canaux de Metrolinx. Le concours de nomination du tunnelier de la ligne Ontario a reçu 900 propositions, réduites à cinq finalistes. Plus de 1 000 votes ont été exprimés lors de la phase publique, et le duo gagnant a recueilli 51 voix.

Pendant ce temps, le programme de transport léger sur rail (TLR) de Hamilton a avancé avec le lancement de sa première demande de propositions majeure, soutenu par un événement officiel ayant généré 28 mentions dans les médias et une vidéo Metrolinx Minute totalisant 20 900 vues. L'annonce a également inclus une sensibilisation proactive auprès de 47 élus et la diffusion d'un bulletin d'information communautaire à 3 710 destinataires, avec un taux d'ouverture de 57 %, assurant aux résidents et aux intervenants un accès à des informations claires et à jour sur le projet.

Au fil de ces jalons, nos efforts de communication et d'engagement ont conjugué portée et impact, touchant des millions de personnes via la couverture médiatique, tout en préservant des liens directs et personnels avec des milliers de résidents de la région du Grand Toronto et de Hamilton.

Respectueusement soumis,

David Jang

Chef responsable des communications et de la mobilisation communautaire

416-202-7634

david.jang@metrolinx.com