

À : Conseil d'administration de Metrolinx

De : Greg Medulun
Vice-président exécutif, Communauté, communication et relations avec les intervenants

Date : 10 septembre 2026

Objet : **Communauté, communications et rapport trimestriel sur les relations avec les intervenants (T1)**

Accueillir le monde

Avant et pendant la Coupe du Monde de la FIFA 2026™, **Metrolinx** a mis en œuvre une approche de communication intégrée conçue pour renforcer la confiance du public, soutenir les changements opérationnels et garantir que les navetteurs, visiteurs, partisans et communautés disposent des informations nécessaires pour prendre des décisions de voyage éclairées.

Communications axées sur la démonstration de la préparation de Metrolinx, avec des initiatives clés telles que les annonces de service FIFA, les campagnes de sécurité et de préparation, une page d'atterrissage dédiée à la sécurité FIFA, une prise de contrôle de la page d'accueil Metrolinx.com, des communications clients multilingues, des initiatives d'engagement des employés et une sensibilisation ciblée auprès des communautés.

Les messages de préparation ont généré un fort engagement sur les différents canaux de Metrolinx. L'approche intégrée et multicanal a généré plus de 1,78 million d'impressions, plus de 100 000 visionnements de vidéos, 144 500 visites sur les pages Web et 70 % de sentiment positif. Les informations destinées aux clients ont été diffusées en 13 langues et dialectes, tandis qu'une sensibilisation ciblée auprès des résidents de Liberty Village a atteint un taux d'ouverture de 80 % et a contribué à la gestion de la foule et à l'orientation des piétons autour de la gare GO d'Exhibition.

Le programme a renforcé la confiance dans la préparation de Metrolinx, a soutenu la prise de décision éclairée des clients et a établi une approche de communication coordonnée au sein de l'organisation qui a aidé à préparer la région pour l'un des plus grands événements de transport de l'histoire de la région.

Nous sommes là pour vous

Metrolinx a continué d'améliorer la manière dont les informations sur la construction sont partagées avec les communautés grâce à l'expansion des Avis de Quartier, un canal de communication numérique ciblé fournissant aux résidents et aux entreprises des mises à jour en temps opportun sur les travaux à venir, les impacts et les mesures d'atténuation. Lancés pour la première fois à Liberty Village, les Avis de quartier se sont étendus à d'autres zones des projets de la ligne Ontario, du TLR Hazel McCallion et de l'expansion de GO.

Les équipes d'engagement communautaire ont continué à offrir aux résidents des occasions d'en apprendre davantage sur les projets et de donner leur avis. Plus de 1 700 personnes ont participé aux portes ouvertes de l'extension du métro de Scarborough en mai 2026, soumettant plus de 2 000 suggestions de noms pour les futures gares. Les centres d'information publique soutenant le projet d'expansion du corridor GO de Kitchener – subdivision Halton ont mobilisé plus de 90 participants, tandis que la séance d'information virtuelle sur la ligne Hazel McCallion a attiré près de 500 inscrits et généré plus de 85 questions de la part des membres de la communauté.

L'équipe de la ligne Ontario s'est associée à des organisations locales pour [le Photorécit de Moss Park](#), transformant les palissades de construction en une exposition communautaire présentant des histoires et des photographies créées par de jeunes locaux, contribuant ainsi à favoriser la connexion communautaire et la sensibilisation en ce qui concerne la réalisation du projet.

Le long du corridor du prolongement de Bowmanville, les partenaires régionaux et municipaux ont continué à amplifier nos publications sur les réseaux sociaux, ce qui a généré plus de 230 000 impressions, contribuant à tenir les communautés informées à mesure que les principales activités de construction progressent dans la région de Durham. Le soutien en communications et en mobilisation pour la [fermeture de la promenade Burloak](#) a permis d'informer les résidents et les intervenants, a généré plus de 45 000 visites sur la page Web du projet, et a abouti à une publication sur les réseaux sociaux avec le plus d'engagements pour le trimestre, soutenue par des promotions numériques payantes ciblées afin de garantir que les résidents soient informés des impacts à venir.

Metrolinx a également continué d'informer les partenaires municipaux, l'industrie et les intervenants. Au cours du trimestre, Metrolinx a organisé deux tables rondes régionales, réunissant les directeurs généraux municipaux pour des discussions sur le transport régional. Metrolinx a maintenu une forte présence lors d'événements et de conférences clés de l'industrie dans la région élargie du Golden Horseshoe qui étaient axés sur les principales priorités en matière de construction d'infrastructures et de transport, comme le Rail Day de l'Association canadienne des entrepreneurs, des responsables de l'entretien, des exploitants et des normes ferroviaires de transport en commun (TRACCS) à Mississauga. La conférence a réuni environ 4 000 participants et six hauts dirigeants de Metrolinx ont pris la parole lors de l'événement. Le personnel des achats, de la révision de la construction adjacente, de l'engagement communautaire et des relations avec les intervenants a rencontré des centaines de participants tout en tenant un kiosque officiel de Metrolinx.

Jalons clés

Tout au long du trimestre, Metrolinx a franchi plusieurs jalons importants du projet. Le 16 avril, aux côtés du premier ministre Ford, du ministre Sarkaria et du maire Chow, Metrolinx a annoncé le début du creusement du tunnel pour la ligne Ontario avec le lancement de Libby, le premier tunnelier du projet. La couverture de cet événement a généré 45 mentions dans les médias, tandis que le [contenu social](#) a reçu plus de 42 000 impressions et 4 600 interactions en 24 heures, dépassant les références d'engagement de 62 %.

Le 17 avril, Metrolinx et ses partenaires provinciaux ont également annoncé l'introduction d'un service de train GO toute l'année à Stratford. L'annonce a généré 46 mentions dans les médias avec un sentiment 100 % positif, tandis que le contenu social a généré plus de 58 000 impressions et que [l'article de la salle de presse](#) qui l'accompagne a reçu plus de 15 000 vues.

Le 30 avril, Metrolinx a annoncé l'attribution du [premier contrat majeur de construction du TLR de Hamilton](#), marquant le début d'une nouvelle phase importante pour le projet. La couverture médiatique était positive à plus de 91 %, contribuant à sensibiliser le public à cet important investissement dans le transport en commun.

Respectueusement soumis,

Greg Medulun

Vice-président exécutif, Communauté, communication et relations avec les intervenants