

- BILAN 1^{ère}-année

**STRATÉGIE TRANSVERSALE
COMMUNICATION**

1^{er} juin 2013 au 31 mai 2014

Stratégie transversale		COMMUNICATION	
Objectifs généraux	<p>A. Assurer les communications des actions collectives et des démarches concertées de Bordeaux-Cartierville</p> <p>B. Favoriser les liens et le réseautage entre les membres pour un meilleur travail collectif</p> <p>C. Contribuer à la promotion des événements et des activités des membres du CLIC auprès de la communauté</p>		
Bilan de l'action # 1	Produire et diffuser l'information visant à faire connaître les actions collectives et les démarches concertées de Bordeaux-Cartierville		
Porteur	Conseil Local des Intervenants Communautaires (CLIC) de Bordeaux-Cartierville		
Objectifs spécifiques	<p>1. Augmenter le rayonnement des actions collectives et des démarches collectives</p> <p>2. Favoriser l'engagement des citoyens et des acteurs de B-C dans des actions collectives et démarches concertées</p> <p>3. Susciter l'intérêt des décideurs ainsi que des investissements pour les actions collectives et démarches concertées</p>		
Source(s) majeure(s) de financement	Aucune (sauf RH du CLIC)		<p>Montant</p> <p>-</p>

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
<p>1. Alimentation régulière de la Une du site Internet et de la page Facebook du CLIC, concernant les actions collectives et démarches concertées de B-C</p> <p>2. Transmission des messages concernant les actions et démarches collectives via la liste de diffusion électronique, aux membres et aux citoyens impliqués</p> <p>3. Publication de communiqués et de capsules dans les jours suivant les événements de quartier</p> <p>4. Distribution d'affiches et de dépliants au sujet des actions collectives ou démarches concertées, dans le quartier, à la demande des porteurs</p>	<ul style="list-style-type: none"> • CCDI • Comité des fêtes de quartier (projet <i>BC en fête</i>) • Copie Centre Fleury, imprimeur • « <i>Courrier Bordeaux-Cartierville</i> » • Dynamo, ressource en mobilisation des collectivités • « <i>Journal des voisins</i> » • TCJBC 	<ul style="list-style-type: none"> - Chaque action collective/démarche concertée fait l'objet d'au moins 1 conférence de presse ou événement spécial / année - Publication de 1 capsule ou de 1 communiqué dans les 2 jours suivant un événement spécial - Utilisation systématique de toutes les plateformes pertinentes lors de la diffusion d'infos sur les actions collectives/démarches - Augmentation du nb de visites des sections consacrées aux actions collectives/démarches concertées sur le site du CLIC 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Site du CLIC : 22 500 visites en 2013-2014; augmentation de 100% ✓ 10 invitations et communiqués envoyés aux médias et mis en ligne sur le site du CLIC pour les fêtes de quartier et événements divers ✓ 13 articles parus dans le « <i>Courrier B-C</i> » et le « <i>Journal des voisins</i> » ✓ 77 documents complets « <i>Bordeaux-Cartierville, quartier de tous les possibles</i> » (démarche de planification en développement social) distribués aux citoyens et partenaires ✓ Diffusion des informations sur les actions collectives et démarches concertées via 4 médias (site et page FB du CLIC, « <i>Courrier B-C</i> », « <i>Journal des Voisins</i> ») 	<p>Points positifs</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Augmentation du simple au double de la fréquentation du site Internet du CLIC; en bonne partie liée à la grande mobilisation des citoyens et des partenaires autour de la démarche de planification en développement social ▪ Diffusion du document complet de la démarche de planification en développement social a beaucoup contribué à son rayonnement

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
		<ul style="list-style-type: none"> – Augmentation du nb d’amis Facebook du CLIC – Augmentation du nb de sources médiatiques – Augmentation du nb de lieux stratégiques où l’on peut diffusion de l’info dans le quartier – Augmentation du niveau de connaissance et d’intérêt de la communauté de B-C envers les actions collectives/démarches concertées 	<p><i>BC en fête (fêtes de quartier)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 180 affiches distribuées dans 24 points de chutes ✓ 6 950 cartes postales distribuées dans 24 points de chute 	<p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Alimentation en continu du site et de la page Facebook ▪ Page Facebook doit devenir une source d’informations incontournable pour les citoyens du quartier

Stratégie transversale		COMMUNICATION	
Objectifs généraux	<p>A. Assurer les communications des actions collectives et des démarches concertées de Bordeaux-Cartierville</p> <p>B. Favoriser les liens et le réseautage entre les membres pour un meilleur travail collectif</p> <p>C. Contribuer à la promotion des événements et des activités des membres du CLIC auprès de la communauté</p>		
Bilan de l'action # 2	Réaliser les actions de communication prévues pour le suivi du plan concerté en développement social, « Bordeaux-Cartierville, quartier de tous les possibles »		
Porteur	Conseil Local des Intervenants Communautaires (CLIC) de Bordeaux-Cartierville		
Objectifs spécifiques	<p>1. Informer les membres du CLIC, les partenaires et la population de B-C de l'évolution des travaux du plan d'action</p> <p>2. Favoriser un maximum d'adhésion et de participation de la communauté dans la mise en œuvre du plan d'action</p> <p>3. Veiller à ce que tous les acteurs concernés et les citoyens puissent prendre part aux décisions importantes en regard du plan d'action</p>		
Source(s) majeure(s) de financement	Aucune (sauf RH du CLIC)		<p>Montant</p> <p>-</p>

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
<p>1. Organisation d'un événement pour faire le lancement du plan concerté</p> <p>2. Publication d'infolettres auprès des membres du CLIC, partenaires et citoyens, pour informer sur l'avancement des travaux du plan</p> <p>3. Point statutaire aux Tables centrales du CLIC permettant de poser des questions sur l'infolettre</p> <p>4. Possibilité de débattre, en Table centrale, d'un des enjeux/dossiers du plan concerté</p> <p>5. Envoi d'invitations aux membres et aux citoyens à participer aux Comités de suivi du plan concerté</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● CACI ● Comité de suivi citoyen du plan ● CCDI ● CLAC ● Concertation Femme ● Dynamo, ressource en mobilisation des collectivités ● TCJBC et ses comités ● Table en employabilité A-C 	<ul style="list-style-type: none"> - 6 infolettres / année; 2 semaines avant la Table centrale - Point statutaire à chaque Table centrale sur l'infolettre - Grand intérêt des membres envers le plan, lors des Tables centrales du CLIC - 80 participants à l'assemblée annuelle, dont 30% de citoyens - Toutes les décisions importantes du plan sont prises lors de l'assemblée annuelle - 3 à 4 rencontres / année des comités de suivi - Tous les acteurs principaux concernés par un des enjeux prioritaires siègent au comité de suivi lié 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 1 événement de lancement du plan d'action concerté (85 personnes dont 40 citoyens; 2 communiqués envoyés aux médias et mis en ligne sur le site du CLIC; 4 articles publiés dans les journaux locaux) ✓ 3 « Infolettres de tous les possibles » mises en ligne et envoyées aux membres (120) et citoyens (150) via la liste électronique du CLIC ✓ 3 Tables centrales où le point statutaire sur l'infolettre était à l'ordre du jour ✓ 14 questions et/ou commentaires sur le plan ou des projets du plan lors des Tables centrales ✓ 9 Comités formés tel que prévu pour faire le suivi du plan concerté « Bordeaux-Cartierville, quartier de tous les possibles », dont 8 ont débuté leurs travaux 	<p>Points positifs</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Réalisation et diffusion de l'infolettre de suivi auprès des membres et citoyens ▪ Qualité de l'infolettre signalée par les partenaires ▪ Collaboration exemplaire des partenaires dans la circulation de l'information <p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Temps nécessaire pour rédiger l'infolettre ▪ Diffusion plus large de l'infolettre et plus grande appropriation par les lecteurs ▪ Communication complexe à maintenir entre tous les Comités de suivi du plan

Stratégie transversale		COMMUNICATION					
Objectifs généraux	<p>A. Assurer les communications des actions collectives et des démarches concertées de Bordeaux-Cartierville</p> <p>B. Favoriser les liens et le réseautage entre les membres pour un meilleur travail collectif</p> <p>C. Contribuer à la promotion des événements et des activités des membres du CLIC auprès de la communauté</p>						
Bilan de l'action # 3	Organiser les Tables centrales du CLIC destinées aux membres						
Porteur	Conseil Local des Intervenants Communautaires (CLIC) de Bordeaux-Cartierville						
Objectifs spécifiques	<p>1. Renouveler et maintenir la pertinence de la Table centrale</p> <p>2. Poursuivre l'accroissement et la diversification de la participation à la Table centrale</p> <p>3. Contribuer au partage de connaissances, au réseautage et à l'engagement des membres dans la concertation</p>						
Source(s) majeure(s) de financement	Aucune (sauf RH du CLIC)		<table border="1"> <thead> <tr> <th>Montant</th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>-</td> </tr> </tbody> </table>	Montant			-
Montant							
	-						

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
<p>1. Promotion des Tables centrales auprès des membres</p> <p>2. Lunchs informels avant les rencontres pour favoriser le réseautage</p> <p>3. Élaboration d'ordres du jour intéressants et aérés, incluant les points statutaires : « La parole est aux membres » et « Questions sur le plan concerté »</p> <p>4. Transmission d'infos sur les enjeux importants des Tables sectorielles, actions collectives et démarches concertées, selon les modalités choisies collectivement</p> <p>5. Prises de décisions collectives (lettres d'appui, enjeux divers, projets, démarches, etc.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Membres du CLIC 	<ul style="list-style-type: none"> 6 Tables centrales / année + AGA Augmentation continue de la participation des membres à la Table Une quinzaine de participants / lunch Rencontres aérées, interactives, structurées et intéressantes Présentation des enjeux de chaque Table sectorielle, action collective ou démarche concertée au moins 1 fois / an Les décisions majeures pour B-C, en développement social, sont prises en Table centrale 	<p>✓ Pour tous les détails sur les résultats atteints, voir la section « Coordination des Tables centrales » aux pages 20 à 24</p>	<p>Points positifs</p> <ul style="list-style-type: none"> Augmentation constante du nombre de participants à la Table centrale Restructuration de la Table laisse plus de place à la prise de parole par les membres Ordres du jour moins chargés <p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> Participation plus diversifiée des membres Encore plus d'espace pour le partage des connaissances et le réseautage entre les membres

Stratégie transversale		COMMUNICATION			
Objectifs généraux	<p>A. Assurer les communications des actions collectives et des démarches concertées de Bordeaux-Cartierville</p> <p>B. Favoriser les liens et le réseautage entre les membres pour un meilleur travail collectif</p> <p>C. Contribuer à la promotion des événements et des activités des membres du CLIC auprès de la communauté</p>				
Bilan de l'action # 4	Organiser des événements spéciaux, rassembleurs, à l'intention des membres du CLIC				
Porteur	Conseil Local des Intervenants Communautaires (CLIC) de Bordeaux-Cartierville				
Objectifs spécifiques	<p>1. Favoriser le réseautage entre les membres</p> <p>2. Mettre en valeur le travail collectif des membres du CLIC</p> <p>3. Susciter l'adhésion, l'intérêt et la participation des membres à l'égard des actions et démarches collectives, ainsi que de la concertation en général</p>				
Source(s) majeure(s) de financement	Aucune (sauf RH du CLIC)		<table border="1"> <tr> <td>Montant</td> <td>-</td> </tr> </table>	Montant	-
Montant	-				

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
<p>1. Événement de lancement du nouveau plan d'action concerté en développement social « <i>Bordeaux-Cartierville, quartier de tous les possibles</i> », jumelé au dévoilement du numéro spécial « Jeunes citoyens » du bulletin « <i>Allô Voisins !</i> »</p> <p>2. Débat électoral avec les candidats locaux à la mairie dans le cadre des élections municipales 2013</p> <p>3. Party de Noël 2013 des membres du CLIC (neuvième édition)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bureau en gros • La Corbeille B-C • Dynamo • Librairie Monet • Membres du CLIC • Party Expert • Traiteur Guru 	<ul style="list-style-type: none"> - 2 événements festifs / année; 1 gros + 1 petit - 60 participants au gros événement festif; 20 au petit - 4 événements spéciaux divers / année - Participation de 70% des membres aux événements spéciaux - Les membres collaborent à la réalisation des événements - Les intérêts des membres sont considérés - Les participants sont satisfaits 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Lancement du plan concerté et du bulletin « <i>Allô voisin !</i> » (85 personnes présentes, dont 45 partenaires et 40 citoyens) ✓ Débat électoral (4 candidats; 85 personnes présentes) ✓ Party de Noël 2013 (56 personnes présentes) 	<p>Points positifs</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mobilisation et participation accrues des partenaires et des citoyens autour du double lancement ▪ Belle dynamique de collaboration ▪ Plus grande implication citoyenne dans le débat électoral 2013 que dans le précédent (2009) ▪ Augmentation constante de la participation des membres au party de Noël ▪ Ambiance festive et taux de satisfaction élevé en regard du party de Noël <p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Diversification des événements rassembleurs, incluant des activités de reconnaissance pour les membres

Stratégie transversale		COMMUNICATION					
Objectifs généraux	<p>A. Assurer les communications des actions collectives et des démarches concertées de Bordeaux-Cartierville</p> <p>B. Favoriser les liens et le réseautage entre les membres pour un meilleur travail collectif</p> <p>C. Contribuer à la promotion des événements et des activités des membres du CLIC auprès de la communauté</p>						
Bilan de l'action # 5	Produire et diffuser largement le rapport annuel du CLIC						
Porteur	Conseil Local des Intervenants Communautaires (CLIC) de Bordeaux-Cartierville						
Objectifs spécifiques	<p>1. Rendre compte de l'ensemble des actions collectives et démarches concertées en développement social du territoire au cours d'une année</p> <p>2. Documenter, sur le long terme, l'action concertée et le développement social dans B-C</p> <p>3. Informer, intéresser et susciter l'adhésion de la communauté à l'action concertée en développement social dans le quartier</p>						
Source(s) majeure(s) de financement	Aucune (sauf RH du CLIC)		<table border="1"> <thead> <tr> <th>Montant</th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>-</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Montant		-	
Montant							
-							

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
<p>1. Collecte de données (quantitatives et qualitatives)</p> <p>2. Recherche et rédaction des textes</p> <p>3. Mise en page et conception graphique du document</p> <p>4. Impression du rapport annuel</p> <p>5. Diffusion virtuelle et distribution de la version papier aux membres, partenaires, etc.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comités citoyens • Copie Centre Fleury • Membres du CLIC qui portent des actions collectives ou démarches concertées • Tables ou Comités sectoriels 	<ul style="list-style-type: none"> - Diffusion annuelle du rapport aux membres du CLIC, décideurs locaux et partenaires externes concernés - 70% de ceux qui le reçoivent le lisent en diagonal; 40% le lisent en profondeur - La communauté se dit mieux informée sur l'action concertée locale grâce à ce rapport et le considère comme une référence - Les bailleurs s'en servent comme outil de reddition de comptes 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 30 copies papiers du rapport annuel 2012-2013 remis aux partenaires ✓ 120 personnes ayant reçu la version électronique du rapport annuel via la liste de diffusion du CLIC ✓ Mise en ligne du document sur le site internet du CLIC et la page Facebook 	<p>Points positifs</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Le rapport annuel est bien documenté et fait état de l'ensemble des activités collectives et concertées du territoire; il permet de documenter l'action locale concertée en développement social sur le long terme ▪ Le document est largement diffusé dans le milieu communautaire et institutionnel <p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Création d'une version courte pour diffusion auprès de la population ▪ Meilleure appropriation du document par les citoyens ▪ Action annuelle très énergivore pour l'équipe du CLIC

Stratégie transversale		COMMUNICATION	
Objectifs généraux	<p>A. Assurer les communications des actions collectives et des démarches concertées de Bordeaux-Cartierville</p> <p>B. Favoriser les liens et le réseautage entre les membres pour un meilleur travail collectif</p> <p>C. Contribuer à la promotion des événements et des activités des membres du CLIC auprès de la communauté</p>		
Bilan de l'action # 6	Veiller à la circulation de toute l'information pertinente pour la communauté, en cohérence avec la mission du CLIC, via les divers moyens mis à notre disposition		
Porteur	Conseil Local des Intervenants Communautaires (CLIC) de Bordeaux-Cartierville		
Objectifs spécifiques	<p>1. Augmenter la rapidité de la transmission de l'information</p> <p>2. Mieux filtrer les informations reçues au CLIC, afin de se limiter à l'envoi des informations les plus pertinentes</p> <p>3. Optimiser l'utilisation des divers canaux de communication à la disposition du CLIC</p> <p>4. Accroître le nombre et le type de citoyens de B-C qui reçoivent de l'information pertinente sur leur quartier</p>		
Source(s) majeure(s) de financement	Aucune (sauf RH du CLIC)		<p>Montant</p> <p>-</p>

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
<p>1. Bonification, alimentation et promotion en continu du site Internet et de la page Facebook du CLIC</p> <p>2. Poursuite de la transmission d'informations via les listes de diffusion électronique du CLIC (membres et citoyens)</p> <p>3. Poursuite de la circulation de l'information lors des Tables centrales</p> <p>4. Poursuite de la diffusion du bulletin « Allô Voisin ! »</p> <p>5. Distribution d'affiches et de dépliants, à la demande des membres</p> <p>6. Utilisation de différents supports physiques pour de l'affichage dans le quartier</p> <p>7. Utilisation de canaux de communication adaptés à chaque public</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Citoyens ● Membres du CLIC 	<ul style="list-style-type: none"> – Mise en ligne en moins de 48h des informations et documents jugés prioritaires sur le site Internet et la page Facebook – Circulation en moins de 24h, via le réseau électronique, de l'information pertinente – Diffusion du bulletin citoyen 3 fois / année – Bonification en continu des plateformes de diffusion du CLIC – Diversification des canaux de communication – Augmentation de 30% de visiteurs du site Internet d'ici 2018 – Total de 1 000 amis Facebook d'ici 2018 	<p>Site Internet</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 22 500 visites différentes pour une moyenne mensuelle de 2 500 pages vues ✓ Les pages les plus visitées sont : <ul style="list-style-type: none"> – La Une (5760 visites) – Qui sommes-nous (1480 visites) – Services à la communauté (1050 visites) – Bordeaux-Cartierville en un coup d'œil (893 visites) – Tables de concertation (806 visites) – Table de concertation jeunesse (767 visites) – Mobilisation citoyenne (593 visites) ✓ Durée moyenne de la visite : 2 min <p>Facebook</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 340 visites de notre page Facebook du 1^{er} janvier au 31 mai 2014 	<p>Points positifs</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Augmentation du simple au double de la fréquentation du site Internet du CLIC; en bonne partie liée à la grande mobilisation des citoyens et des partenaires autour de la démarche de planification en développement social ▪ L'ajout, au profil Facebook du CLIC, d'une page Facebook, a permis d'augmenter la visibilité ▪ L'alimentation en continu de la page Facebook depuis janvier 2014 et l'utilisation de l'option « Partager » ont contribué à améliorer la portée de nos publications

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
			<p>Couverture médiatique</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 75 articles, entrevues ou reportages ✓ 16 sujets différents ✓ 6 médias différents ✓ Sujets, par ordre d'importance du nombre de publications : <ul style="list-style-type: none"> – Dialogue interculturel et CCDI – Fêtes de quartier – Circulation routière et transport collectif – Place de l'Acadie – Bois-de-Saraguay – Démarche de planification en développement social de B-C – Activités de verdissement – Bouger à Cartierville – Débat électoral municipal – Sécurité et bon voisinage – Violence intrafamiliale – Logement et insalubrité – <i>Salon des aînés</i> – Concept « d'Impact collectif » – Enjeux de B-C ✓ Médias ayant fait la couverture : <ul style="list-style-type: none"> – « <i>Allô Voisin !</i> » – « <i>Courrier B-C</i> » – « <i>Journal des voisins</i> » – « <i>La Presse</i> » – « <i>Blogue 20-48</i> » (Dynamo) – Radio-Canada télé <p>Divers</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ En moyenne 50 courriels par mois sont envoyés aux membres sur divers sujets d'intérêt ✓ Total de 2 750 copies du bulletin « <i>Allô Voisin !</i> » distribuées 	<p>Principaux défis</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Juste dosage dans la quantité d'informations publiées ▪ Rapidité de diffusion ▪ Mise à jour régulière du site Internet ▪ Faible intérêt des grands médias pour les enjeux locaux

Stratégie transversale		COMMUNICATION	
Objectifs généraux	<p>A. Assurer les communications des actions collectives et des démarches concertées de Bordeaux-Cartierville</p> <p>B. Favoriser les liens et le réseautage entre les membres pour un meilleur travail collectif</p> <p>C. Contribuer à la promotion des événements et des activités des membres du CLIC auprès de la communauté</p>		
Bilan de l'action # 7	Créer et promouvoir le « CLIC 411 », un mécanisme de référence « universel » pour les résidents du quartier		
Porteur	Conseil Local des Intervenants Communautaires (CLIC) de Bordeaux-Cartierville		
Objectifs spécifiques	<p>1. Faciliter l'accès aux ressources locales et leur utilisation par les résidents du quartier</p> <p>2. Augmenter le nombre d'appels au CLIC pour de la référence et le nombre de personnes qui consultent la section « Services à la communauté » du site Internet</p> <p>3. Augmenter le nombre de personnes dont les besoins en informations ont été comblés via le CLIC 411</p>		
Source(s) majeure(s) de financement	Aucune (sauf RH du CLIC)	Montant	-

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
Activités non débutées		<ul style="list-style-type: none"> - Les membres du CLIC et ressources locales connaissent le « CLIC 411 » - Augmentation de 30% (cible 2018) du nb d'appelants au CLIC pour de la référence - Augmentation de 30% (cible 2018) des visiteurs de la section « Services à la communauté » - Proportion importante de familles et nouveaux arrivants parmi ceux qui utilisent le service - Les utilisateurs sont satisfaits du service 	Activités non débutées	

Stratégie transversale		COMMUNICATION	
Objectifs généraux	<p>A. Assurer les communications des actions collectives et des démarches concertées de Bordeaux-Cartierville</p> <p>B. Favoriser les liens et le réseautage entre les membres pour un meilleur travail collectif</p> <p>C. Contribuer à la promotion des événements et des activités des membres du CLIC auprès de la communauté</p>		
Bilan de l'action # 8	Créer « L'ABC de la diffusion dans B-C », un aide-mémoire destiné aux intervenants du quartier, rappelant les bonnes pratiques et les pièges à éviter, en matière de diffusion de l'information auprès de la population		
Porteur	Conseil Local des Intervenants Communautaires (CLIC) de Bordeaux-Cartierville		
Objectifs spécifiques	<p>1. Soutenir les intervenants de B-C dans leurs activités de communication</p> <p>2. Favoriser l'échange d'expertises entre les partenaires du quartier</p> <p>3. Augmenter la visibilité des membres du CLIC auprès de la population de B-C</p>		
Source(s) majeure(s) de financement	Aucune (sauf RH du CLIC)		<p>Montant</p> <p>-</p>

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
<p>1. Organisation d'un groupe de discussion avec les intervenants locaux pour connaître leurs défis, bons coups et suggestions en matière de diffusion de l'information</p> <p>2. Élaboration en cours du contenu de « <i>L'ABC de la diffusion dans B-C</i> », basé sur les résultats du groupe de discussion et la consultation d'experts</p>	<ul style="list-style-type: none"> Regroupement des intervenants de Bordeaux-Cartierville 	<ul style="list-style-type: none"> 70% des intervenants membres du CLIC participent au groupe de discussion « <i>L'ABC de la diffusion dans B-C</i> » est conçu dans les délais prévus, avec un contenu pertinent Tous les intervenants locaux reçoivent une copie de l'outil et disent l'utiliser Les intervenants se disent satisfaits de l'outil 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Bilan de la rencontre ✓ Élaboration d'un tableau préliminaire des outils et des besoins des intervenants de Bordeaux-Cartierville en matière de diffusion de l'information 	<p>Points positifs</p> <ul style="list-style-type: none"> Belle collaboration du regroupement des intervenants L'existence du regroupement est un facilitateur pour développer l'outil <p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> Production d'un outil adapté aux besoins des intervenants du quartier Production de l'outil dans les temps requis

Stratégie transversale		COMMUNICATION	
Objectifs généraux	<p>A. Assurer les communications des actions collectives et des démarches concertées de Bordeaux-Cartierville</p> <p>B. Favoriser les liens et le réseautage entre les membres pour un meilleur travail collectif</p> <p>C. Contribuer à la promotion des événements et des activités des membres du CLIC auprès de la communauté</p>		
Bilan de l'action # 9	Produire et publier, à l'intention des résidents de Bordeaux-Cartierville, un calendrier des activités et des événements des membres du CLIC		
Porteur	Conseil Local des Intervenants Communautaires (CLIC) de Bordeaux-Cartierville		
Objectifs spécifiques	<p>1. Mieux faire connaître les activités et événements des membres du CLIC auprès des citoyens de B-C</p> <p>2. Contribuer à augmenter le niveau de participation des citoyens aux activités et événements des membres</p>		
Source(s) majeure(s) de financement	Aucune (sauf RH du CLIC)	Montant	-

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
Activités non débutées		<ul style="list-style-type: none"> - Les membres du CLIC sont proactifs dans la transmission de leurs infos - Publication 3 fois / année, au début de chaque saison - 3 000 copies distribuées / publication - 1 000 consultations de la version Web / publication - Les citoyens se disent plus informés des activités et événements de B-C - Les partenaires reçoivent de plus en plus de citoyens ayant découvert leurs activités via le calendrier 	Activités non débutées	

Stratégie transversale		COMMUNICATION	
Objectifs généraux	<p>A. Assurer les communications des actions collectives et des démarches concertées de Bordeaux-Cartierville</p> <p>B. Favoriser les liens et le réseautage entre les membres pour un meilleur travail collectif</p> <p>C. Contribuer à la promotion des événements et des activités des membres du CLIC auprès de la communauté</p>		
Bilan de l'action # 10	Dresser et publier, à chaque session, une liste exhaustive de tous les ateliers et cours de francisation disponibles sur le territoire		
Porteur	Conseil Local des Intervenants Communautaires (CLIC) de Bordeaux-Cartierville		
Objectifs spécifiques	<p>1. Contribuer à mieux faire connaître, aux intervenants locaux et aux citoyens de B-C, toutes les options possibles en matière de francisation dans le quartier</p> <p>2. Contribuer à l'amélioration du référencement entre les partenaires qui reçoivent des clientèles ayant des besoins en francisation</p>		
Source(s) majeure(s) de financement	Fonds propres du CLIC		Montant 250\$

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
<p>1. Élaboration de la liste de toutes les organisations offrant des activités de francisation dans B-C</p> <p>2. Élaboration et diffusion d'une liste, avant le début de chaque période d'inscription/session, de toutes les activités de francisation (incluant infos essentielles) disponibles sur le territoire</p> <p>3. Promotion en cours de l'existence de la liste</p> <p>4. Diffusion de la liste, via divers canaux de communication, auprès des organismes de 1^{ère} ligne et autres partenaires locaux, ainsi qu'auprès des citoyens</p>	<ul style="list-style-type: none"> • CACI • Collège Bois-de-Boulogne • Concertation Femme • Copie Centre Fleury • CRÉCA • CREP • Maison des parents de B-C • MICC 	<ul style="list-style-type: none"> – Une 1^{ère} liste est prête avant la session d'automne 2014, puis à temps pour chaque session par la suite – Toutes les organisations offrant de la francisation dans B-C fournissent leurs informations – La liste est connue et utilisée par tous les intervenants locaux – Accroissement du référencement inter-organismes – Les citoyens disent mieux connaître ces services 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Inventaire des organisations qui offrent le service visé ✓ Conception de l'outil en collaboration avec les partenaires ✓ Révision de l'épreuve et impression de 200 copies couleurs de l'outil ✓ Diffusion aux membres via la liste d'envoi électronique ✓ Mise en ligne de l'outil sur le site du CLIC et la page Facebook ✓ Distribution de la liste aux membres présents à la dernière Table centrale de l'année ✓ Distribution de l'outil aux partenaires et aux citoyens lors de la Tournée de quartier de la <i>Démarche du tout inclus</i> 	<p>Points positifs</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bonne collaboration de la part des partenaires impliqués pour la cueillette d'informations et la bonification de l'outil <p>Principaux défis</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Diffusion rapide de l'outil auprès des intervenants et des citoyens ▪ Référencement entre partenaires