

**STRATÉGIE
TRANSVERSALE
Communication**

1^{er} juin 2014 au 31 mai 2015

Stratégie transversale		COMMUNICATION	
Objectifs généraux	A. Assurer les communications des actions collectives et des démarches concertées de Bordeaux-Cartierville B. Favoriser les liens et le réseautage entre les membres pour un meilleur travail collectif C. Contribuer à la promotion des événements et des activités des membres du CLIC auprès de la communauté		
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	1. Augmenter le rayonnement des actions collectives et des démarches collectives 2. Favoriser l'engagement des citoyens et des acteurs de B-C dans des actions collectives et démarches concertées 3. Susciter l'intérêt des décideurs ainsi que des investissements pour les actions collectives et démarches concertées		
Source(s) majeure(s) de financement	Aucune (sauf RH du CLIC)		Montant -

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
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 2. Transmission des messages concernant les actions et démarches collectives via la liste de diffusion électronique, aux membres et aux citoyens impliqués 3. Publication de communiqués et de capsules dans les jours suivant les événements de quartier 4. Distribution d'affiches et de dépliants au sujet des actions collectives ou démarches concertées, dans le quartier, à la demande des porteurs	<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> » • « <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 	<p><i>N.B : Toutes les statistiques sont basées sur la comparaison de l'année de référence actuelle (2014-2015) à la précédente (2013-2014) via Google Analytics</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 4 plateformes principales de diffusion des informations dont 2 médias : <ul style="list-style-type: none"> - Site Internet du CLIC - Page Facebook du CLIC - « <i>Courrier Bordeaux-Cartierville</i> » - « <i>Journal des Voisins</i> » ✓ Site Internet : <ul style="list-style-type: none"> - Plus de 7 000 visites de la page d'accueil soit une augmentation de près de 25% de la fréquentation - Plus de 500 visites de la page RUI, soit une augmentation de 15% de la fréquentation des pages de la RUI 	Points positifs <ul style="list-style-type: none"> ▪ La fusion du compte FB à sa page officielle permet une centralisation de l'information en démultipliant les plateformes ▪ L'alimentation en continu de la page FB ▪ L'utilisation de publications programmées (optimisation de leur portée et espacement de la fréquence de publication) ▪ L'alimentation régulière du site Internet ▪ Le « <i>Journal des voisins</i> » relaie systématiquement les informations et communiqués transmis par le CLIC

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 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 25 publications sur la page Facebook ✓ 11 articles sur les actions collectives publiés dans le « <i>Courrier B-C</i> », le « <i>Journal des voisins</i> », le « <i>24h</i> », le « <i>Métro</i> », « <i>La Presse</i> », « <i>The Gazette</i> », « <i>Le Devoir</i> », TVA Nouvelles ✓ 1 entrevue radio sur la démarche de RUI de B-C (CIBL) ✓ Dossier spécial : renouvellement de l'Entente Ville-MESS (qui finance en partie la démarche de RUI) : <ul style="list-style-type: none"> - 14 articles, 4 entrevues radio, 2 entrevues télé - Information relayée par courriel et sur la page FB le jour de l'annonce ✓ <i>Projet BC en fête (Fête de la famille, Hiver en fête et Marché des saveurs)</i> <ul style="list-style-type: none"> - 6 000 cartes postales distribuées - 150 affiches - Promotion de <i>BC en fête</i> sur le site et sur la page FB du CLIC - Portée de publication sur FB (le nombre d'utilisateurs qui ont vu la publication) en augmentation - 634 personnes ont vu la publication sur la <i>Fête de la famille</i> en mai 2015 - Une vingtaine de partenaires en moyenne/fête contribuent à la diffusion de l'information 	<p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ L'augmentation du nombre de personnes qui suivent la page Facebook en rendant la page plus visuelle, plus attractive et en utilisant une campagne de promotion via la distribution de signets ▪ Maintien de la fréquence et de la pertinence des publications sur Facebook ▪ Travail plus étroit avec les partenaires afin de recueillir plus d'informations ▪ Plus de rayonnement encore pour certaines actions collectives dans les médias locaux, sur la page Facebook du CLIC et sur le site Internet, et en particulier : <ul style="list-style-type: none"> - Les actions de la RUI (les projets en cours) - Les actions de la TCJBC (les trois grands projets)

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 de la première assemblée annuelle du plan en juin 2014</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. Envoi d'invitations aux membres et aux citoyens à participer aux Comités de suivi du plan concerté</p> <p>5. Rencontres des Comités de suivi du plan</p> <p>6. Publications dans les médias, sur le site et la page FB du CLIC, au sujet du plan</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● CACI ● Comité de suivi citoyen du plan ● CCDI ● Concertation Femme ● Dynamo ● 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"> ✓ 6 « Infolettres de tous les possibles » publiées – septembre, octobre, novembre 2014 et janvier, mars, avril 2015 (mises en ligne sur le site, sur la page FB et envoyées aux membres (130) et aux citoyens (170) par courriel ✓ 6 Tables centrales où le point statutaire sur l'infolettre était à l'ordre du jour (aucune question posée) ✓ 15 publications sur FB touchant entre autres des enjeux du plan (Aménagement urbain, Violence intrafamiliale, Logement) ✓ 72 participants à l'assemblée annuelle du plan de juin 2014 dont 42% de citoyens ✓ 10 Comités de suivi (travail) du plan, dont 1 nouveau et 1 Comité de suivi citoyen 	<p>Points positifs</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Les infolettres permettent aux citoyens et partenaires de suivre l'évolution bimestrielle des enjeux du plan d'action concerté en développement social; elles sont très appréciées et lues ▪ La visibilité générale du plan, sur toutes les plateformes est bonne ▪ Les Comités de suivi sont actifs <p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ L'envoi de l'infolettre via une autre plateforme que Publisher (mise en page déformée) ▪ Davantage de questions des membres sur le plan lors des Tables centrales

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. Ordres du jour 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 22 à 27</p>	<p>Points positifs</p> <ul style="list-style-type: none"> Les Tables centrales demeurent et sont reconnues comme le lieu de concertation intersectorielle et multi-réseaux dans B-C Toutes les décisions importantes pour le développement social concerté du quartier y sont prises Un noyau assidu d'une trentaine de membres est présent à chaque rencontre <p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> Augmentation du niveau de participation Formule des lunchs informels ne semble pas fonctionner Peu d'infos sur les tables sectorielles et projets collectifs avec la nouvelle formule

Stratégie transversale		COMMUNICATION	
Objectifs généraux	A. Assurer les communications des actions collectives et des démarches concertées de Bordeaux-Cartierville B. Favoriser les liens et le réseautage entre les membres pour un meilleur travail collectif C. Contribuer à la promotion des événements et des activités des membres du CLIC auprès de la communauté		
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	1. Favoriser le réseautage entre les membres 2. Mettre en valeur le travail collectif des membres du CLIC 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		
Source(s) majeure(s) de financement	Aucune (sauf RH du CLIC)	Montant	-

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
1. Première assemblée annuelle du plan d'action concerté en développement social « <i>Bordeaux-Cartierville, quartier de tous les possibles</i> » en juin 2014 2. Lancement du projet <i>Revitalisons Gouin Ouest !</i> 3. 5 à 7 de Noël 2014 des membres du CLIC 4. Préparation de la deuxième assemblée annuelle du plan d'action concerté en développement social	<ul style="list-style-type: none"> ● Arrondissement d'A-C ● CACI ● CCDI ● CDEC A-C ● Concertation Femme ● Dynamo ● Membres du CLIC ● Table en employabilité A-C ● TCJBC 	<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"> ✓ Tenue, tel que prévu, de la première assemblée annuelle du plan en juin 2014 (pour tous les détails, voir la section concernée aux pages 20 à 22 du présent document) ✓ Lancement du projet <i>Revitalisons Gouin Ouest !</i> en septembre 2014; 80 personnes présentes (partenaires, élus locaux et citoyens); 1 article dans le « <i>Courrier B-C</i> » ✓ 5 à 7 de Noël 2014; une trentaine de membres présents ✓ Préparatifs pour la deuxième assemblée annuelle du plan d'action concerté prévue pour juin 2015 (visite de la salle, envoi des invitations, choix du concept, etc.) 	<p>Points positifs</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ La formule testée pour la première assemblée annuelle du plan est gagnante (kiosques, panel de citoyens, action symbolique, etc.) ; les participants ont beaucoup apprécié ▪ Les membres ont aimé la formule simple du 5 à 7 de Noël dans un bar ; événement moins coûteux qu'un party de Noël avec repas <p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Organiser plus d'évènements spéciaux, créatifs et rassembleurs, malgré les contraintes budgétaires ▪ Souligner les 25 ans du CLIC en fonction des ressources et du temps disponibles

Stratégie transversale		COMMUNICATION	
Objectifs généraux	A. Assurer les communications des actions collectives et des démarches concertées de Bordeaux-Cartierville B. Favoriser les liens et le réseautage entre les membres pour un meilleur travail collectif C. Contribuer à la promotion des événements et des activités des membres du CLIC auprès de la communauté		
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	1. Rendre compte de l'ensemble des actions collectives et démarches concertées en développement social du territoire au cours d'une année 2. Documenter, sur le long terme, l'action concertée et le développement social dans B-C 3. Informer, intéresser et susciter l'adhésion de la communauté à l'action concertée en développement social dans le quartier		
Source(s) majeure(s) de financement	Aucune (sauf RH du CLIC)		Montant -

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
1. Collecte de données (quantitatives et qualitatives) 2. Recherche et rédaction des textes 3. Mise en page et conception graphique du document 4. Impression du rapport annuel 5. Diffusion virtuelle et distribution de la version papier aux membres, partenaires, etc. 6. Création d'un nouvel outil : « <i>Le petit abrégé du rapport annuel</i> », relatant les faits saillants de l'année précédente en format succinct	<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; 30% 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"> ✓ 120 copies papiers du rapport annuel 2013-2014 remis aux membres et partenaires ✓ 130 membres et partenaires et 170 citoyens ont reçu la version électronique du rapport annuel via courriel ✓ Mise en ligne du document sur le site internet du CLIC ✓ 70 copies papier du « <i>Petit abrégé</i> » distribuées aux citoyens 	Points positifs <ul style="list-style-type: none"> ▪ L'exhaustivité des informations rendues publiques ▪ Le tout-en-un que constitue le rapport annuel du CLIC (reddition de comptes, bilan du quartier, histoire, etc.) ▪ La création du « <i>Petit abrégé du rapport annuel</i> » Défis <ul style="list-style-type: none"> ▪ Évaluer la quantité d'impressions papier du rapport annuel ▪ Réduire les coûts d'impression ▪ Rendre plus visuel le rapport annuel afin de susciter une lecture en profondeur

Stratégie transversale		COMMUNICATION	
Objectifs généraux	A. Assurer les communications des actions collectives et des démarches concertées de Bordeaux-Cartierville B. Favoriser les liens et le réseautage entre les membres pour un meilleur travail collectif C. Contribuer à la promotion des événements et des activités des membres du CLIC auprès de la communauté		
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	1. Augmenter la rapidité de la transmission de l'information 2. Mieux filtrer les informations reçues au CLIC, afin de se limiter à l'envoi des informations les plus pertinentes 3. Optimiser l'utilisation des divers canaux de communication à la disposition du CLIC 4. Accroître le nombre et le type de citoyens de B-C qui reçoivent de l'information pertinente sur leur quartier		
Source(s) majeure(s) de financement	Aucune (sauf RH du CLIC)		Montant -

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
1. Bonification, alimentation et promotion en continu du site Internet et de la page Facebook du CLIC 2. Poursuite de la transmission d'informations via les listes de diffusion électronique du CLIC (membres et citoyens) 3. Poursuite de la circulation de l'information lors des Tables centrales 4. Poursuite de la diffusion et de la promotion du bulletin « Allô Voisin ! » 5. Distribution d'affiches et de dépliants, à la demande des membres 6. Utilisation de canaux de communication adaptés à chaque public	<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><i>N.B : Toutes les statistiques sont basées sur la comparaison de l'année de référence actuelle (2014-2015) à la précédente (2013-2014) via Google Analytics</i></p> <p>Site Internet</p> <ul style="list-style-type: none"> – Plus de 15 000 visites, soit 3 000 de plus que l'an dernier (augmentation de près de 25%) – Plus de 36 000 pages vues – Les pages les plus visitées sont : <ul style="list-style-type: none"> – La page d'accueil (7 100) – Qui sommes-nous (2 000) – Services à la communauté (1250) – Mobilisation citoyenne (1 000) – B-C en un coup d'œil (950) – Table de concertation jeunesse (900) – Tables de concertation (800) ✓ Plus de 40 publications sur la page d'accueil dans la section Nouvelles 	<p>Points positifs</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ L'alimentation régulière de la page FB et de la section Nouvelles sur la page d'accueil du site Internet ▪ L'augmentation de la fréquentation du site et de la page FB ▪ L'expérimentation d'un code de publication Facebook (« j'aime » systématique des offres d'emploi sur les pages suivies, un titre pour chaque publication, l'utilisation de visuels lorsque cela est possible, la concision des publications, etc.) ▪ L'information courriel est rapidement relayée, contextualisée et rendue la plus concise possible pour les membres

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
<p>7. Conception, impression et distribution de signets et de pamphlets d'information faisant la promotion de la mission du CLIC et de ses activités</p>			<ul style="list-style-type: none"> ✓ Plus de 100 offres d'emploi publiées sur la page d'accueil ✓ 2 bulletins citoyens, « <i>Allô Voisin!</i> » produits; 1 850 exemplaires distribués pour chaque édition, soit 3 700 exemplaires au total; aussi diffusion sur le site et la page FB et sur journaldesvoisins.com <p>Facebook</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 345 personnes qui « aiment » la page ✓ Plus de 110 publications (du 14 janvier au 22 mai 2015), soit 1 publication/jour : <ul style="list-style-type: none"> – 20 sur la mobilisation citoyenne (CCDI, bulletin, cafés-rencontres) – 15 sur le plan concerté en développement social – 25 sur les actions et démarches collectives – 50 publications d'informations diverses (lettres ouvertes, pétitions, colloques, partages, reportages, communiqués, invitations, etc.) – Plus d'une soixantaine de pages Facebook suivies hebdomadairement par le CLIC (ministères, organismes partenaires et/ou en lien avec notre mission et nos actions, médias locaux et québécois, etc.) <p>Médias</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 1 rencontre avec le directeur général du « <i>Courrier B-C</i> » ✓ Plus de 90 articles, entrevues ou reportages dans divers médias 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La création de nouveaux outils promotionnels pour le CLIC (signets et pamphlets) <p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Augmenter le nombre de personnes qui suivent la page Facebook, via les signets promotionnels ▪ Prêter attention à ne pas dédoubler l'information envoyée ▪ Remettre en question les canaux de publication et leur portée afin de ne pas essouffler les récepteurs ▪ Augmenter et cibler les lieux d'affichage selon leur portée auprès des citoyens ▪ Accroître la collaboration avec le « <i>Courrier Bordeaux-Cartierville</i> » pour faire rayonner les actions positives du quartier ▪ Continuer la production du « <i>Allô Voisin !</i> » en version papier

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
			<ul style="list-style-type: none"> ✓ Une quinzaine de médias différents (une grande diversité médiatique due au dossier de presse spécial sur le renouvellement de l'Entente Ville-MESS) ✓ Plus de 20 sujets différents ✓ Principaux sujets traités : <ul style="list-style-type: none"> – Le dialogue interculturel (CCDI) – La circulation routière et le transport collectif – Le Bois-de-Saraguay – Le logement – L'aménagement urbain <p>Divers</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Une soixantaine de courriels/mois sont envoyés aux membres sur divers sujets d'intérêt (infolettres, bulletin citoyen « <i>Allô Voisin!</i> », appels de projets, suivi des cotisations, invitations des membres à des événements et AGA, sollicitation de répondants pour des sondages, invitation aux Tables Centrales, etc.); le relais de ces informations est assuré dans les 24h ✓ 1 000 signets imprimés destinés à promouvoir le site Internet et la page FB du CLIC, ainsi que la vision d'avenir partagée de B-C ✓ 1 000 pamphlets corporatifs du CLIC imprimés ✓ 1 kiosque d'information sur le CLIC lors de la Tournée de quartier de mai 2015 ✓ Utilisation de divers lieux d'affichage pour les informations (écoles primaires, bibliothèques, petites épiceries, parc de Mésey, organismes partenaires) 	

Stratégie transversale		COMMUNICATION	
Objectifs généraux	A. Assurer les communications des actions collectives et des démarches concertées de Bordeaux-Cartierville B. Favoriser les liens et le réseautage entre les membres pour un meilleur travail collectif C. Contribuer à la promotion des événements et des activités des membres du CLIC auprès de la communauté		
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	1. Faciliter l'accès aux ressources locales et leur utilisation par les résidents du quartier 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 3. Augmenter le nombre de personnes dont les besoins en informations ont été comblés via le CLIC 411		
Source(s) majeure(s) de financement	Aucune (sauf RH du CLIC)		Montant -

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
1. Transformation de l'action « CLIC 411 », suite à des réflexions avec des partenaires, vers un outil de type « Bottin de ressources » 2. Mobilisation de partenaires et de citoyens 3. Mise en place d'un Comité temporaire pour l'élaboration du « Bottin de ressources de B-C » 4. Première rencontre du Comité en avril 2015 5. Utilisation comme base de travail de la section Services à la communauté, issue du site Internet du CLIC	<ul style="list-style-type: none"> • CACI • Citoyens • CIUSSS du Nord-de-l'Île-de-Montréal • La Corbeille • TCJBC • Ville en Vert 	<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 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Une quinzaine de personnes ont communiqué leur intérêt à joindre un Comité temporaire pour réaliser l'action ; 11 personnes présentes lors de la première rencontre ✓ 1 rencontre avec quelques membres du Comité afin d'établir les catégories de classement du bottin 	Points positifs <ul style="list-style-type: none"> ▪ Proactivité des partenaires pour la transformation de l'action ▪ Appui de plusieurs partenaires Défis <ul style="list-style-type: none"> ▪ Proposition de transformation de l'action sous réserve d'acceptation des participants lors de l'assemblée annuelle du plan ▪ Maintien du focus sur les besoins des citoyens ▪ Versions électronique et papier nécessaires ▪ Maintien de la mobilisation des partenaires ▪ Trouver des ressources financières pour l'impression en format papier ▪ Processus de mise à jour

Stratégie transversale		COMMUNICATION	
Objectifs généraux	A. Assurer les communications des actions collectives et des démarches concertées de Bordeaux-Cartierville B. Favoriser les liens et le réseautage entre les membres pour un meilleur travail collectif C. Contribuer à la promotion des événements et des activités des membres du CLIC auprès de la communauté		
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	1. Soutenir les intervenants de B-C dans leurs activités de communication 2. Favoriser l'échange d'expertises entre les partenaires du quartier 3. Augmenter la visibilité des membres du CLIC auprès de la population de B-C		
Source(s) majeure(s) de financement	Aucune (sauf RH du CLIC)		Montant -

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
Activités réalisées dans l'année précédente 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 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	<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 	Aucune activité pour cette action en 2014-2015; reprise prévue dès septembre 2015	Défis <ul style="list-style-type: none"> L'implication d'un maximum de membres Création d'un outil durable avec des exemples concrets

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; début prévu à l'été 2015		<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 	Aucun résultat pour le moment	

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. Mise à jour 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. Diffusion de la liste, via divers canaux de communication, auprès des citoyens, 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 • MIDI 	<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 ✓ Mise à jour de l'outil en collaboration avec les partenaires ✓ 200 copies papier imprimées/session ✓ Diffusion aux membres via courriel ✓ Mise en ligne de l'outil sur le site du CLIC et la page FB ✓ Distribution de l'outil aux partenaires et aux citoyens lors des Tournées de quartier 	<p>Points positifs</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ La bonne collaboration des partenaires <p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Diffuser le plus largement possible la liste ▪ La bonne collaboration des partenaires

