

**BILAN DE LA STRATÉGIE
TRANSVERSALE**

Communication

1^{er} juin 2015 au 31 mai 2016

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	Fonds propres du CLIC + Enveloppe RUI		<table border="1"> <tr> <td>Montant</td> <td>28 285\$</td> </tr> </table>	Montant	28 285\$
Montant	28 285\$				

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
<p>1. Alimentation régulière de la page d'accueil du site Internet et de la page Facebook du CLIC</p> <p>2. Amélioration de la page de la TCJBC sur le site internet du CLIC</p> <p>3. Création d'une page « Sécurité alimentaire » sur le site internet du CLIC</p> <p>4. Amélioration de la page de la TCJBC sur le site internet du CLIC</p> <p>5. Transmission des messages courriel via les listes de diffusion électronique (membres et citoyens)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • CCDI • CDEC • Comité 0-5 ans • Comité des fêtes de quartier (projet <i>BC en fête</i>) • Comité en sécurité alimentaire • Imprimeurs : Copie Centre Fleury, Impression M • Journaux locaux « <i>Courrier Bordeaux-Cartierville</i> » et « <i>Journaldesvoisins.com</i> » 	<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 	<p><i>N.B : Toutes les statistiques sont basées sur la comparaison de l'année de référence actuelle (2015-2016) à la précédente (2014-2015) via Google Analytics</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 5 plateformes principales de diffusion des informations dont 2 médias locaux : <ul style="list-style-type: none"> - Site Internet du CLIC - Page Facebook (FB) du CLIC - Chaîne YouTube du CLIC - « <i>Journaldesvoisins.com</i> » - « <i>Courrier Bordeaux-Cartierville</i> » ✓ Site Internet : <ul style="list-style-type: none"> - Page RUI (457 visiteurs; 18% de moins qu'en 2014-2015) - Page <i>B-C, quartier de tous les possibles</i> (569 visiteurs; 5% de plus qu'en 2014-2015) - Page TCJBC (890 visiteurs; fréquentation stable) 	<p>Points positifs</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ L'augmentation significative du nombre de publications et de « suiveurs » sur la page FB en raison de son alimentation régulière ▪ L'utilisation de publications programmées FB (optimisation de leur portée et espacement de la fréquence de publication) ▪ L'alimentation régulière du site Internet et de sa section « Nouvelles » ▪ Le « <i>Journaldesvoisins.com</i> » relaie bien les informations

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
<p>6. Publication de communiqués de presse dans les jours suivant les événements</p> <p>7. Conception d'un nouvel outil de communication pour les actions concertées de B-C, soit de mini-reportages vidéo intitulés les « CAPsules de tous les possibles (DTLP) »</p> <p>8. Diffusion des « CAPsules DTLP » sur la chaîne YouTube, la page Facebook et le site internet du CLIC</p> <p>9. Réalisation d'une capsule vidéo promotionnelle pour l'événement <i>Hiver en fête</i> de BC en fête</p> <p>10. Mise en ligne et diffusion des vidéos du CCDI sur la chaîne YouTube du CLIC</p> <p>11. Réorganisation de la page du CCDI sur le site internet du CLIC</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Loisirs de l'Acadie ● Maison des Jeunes B-C ● Maison des Parents de B-C ● Prévention du crime A-C ● TCJBC ● Ville en vert 	<ul style="list-style-type: none"> - Augmentation du nb de visites des sections consacrées aux actions collectives/démarches concertées sur le site du CLIC - 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"> ✓ La moitié des publications FB concernent les actions concertées ✓ Une vingtaine d'articles sur les actions collectives et les démarches concertées essentiellement publiés dans les deux journaux locaux ✓ Une vingtaine d'annonces publiées via le « <i>Journaldesvoisins.com</i> » ✓ 3 rencontres avec la TCJBC pour la bonification de leur page sur le site ✓ Projet <i>BC en fête (Fête de la famille, Hiver en fête)</i> : <ul style="list-style-type: none"> - 5 700 cartes postales distribuées; 86 affiches - Promotion de <i>BC en fête</i> sur le site et sur la page FB du CLIC - Une vidéo promotionnelle d'<i>Hiver en fête</i> ✓ 3 « CAPsules DTLP » réalisées + 1 bande annonce : <ul style="list-style-type: none"> - Bande-annonce (103 vues YouTube) - Le Comité en sécurité alimentaire de B-C et le projet <i>Enraciner la fraîcheur</i> (64 vues YouTube) - <i>Collectif Aînées</i> (101 vues YouTube) - <i>Revitalisons Gouin Ouest !</i> (61 vues YouTube) - 20 déplacements (réalisation d'entrevues et de visuel) ✓ 2 « CAPsules DTLP » en cours de réalisation : <ul style="list-style-type: none"> - <i>Unis pour l'Enfance (UpE)</i> - Coopérative Jeunesse de Services (CJS) de Cartierville ✓ Diffusion de 6 vidéos du CCDI 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ L'implantation d'un nouveau moyen de communication (la vidéo) permet la mise en valeur et la documentation d'actions concertées de citoyens et de partenaires de la communauté ▪ Organisation de la bibliothèque de la chaîne YouTube du CLIC afin de classifier les vidéos ▪ Acquisition d'un logiciel plus performant pour la réalisation des « CAPsules DTLP » <p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Atteindre plus de citoyens via la page FB ▪ Poursuivre la réalisation des « CAPsules DTLP » et améliorer leur qualité ▪ Faire connaître au grand public les « CAPsules DTLP » ▪ Réaliser une capsule vidéo promotionnelle pour la <i>Fête de la famille</i> ▪ Plus de rayonnement encore et plus de collaboration des partenaires pour certaines actions collectives dans les médias locaux, sur la page FB et sur le site Internet

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 # 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	1. Informer les membres du CLIC, les partenaires et la population de B-C de l'évolution des travaux du plan d'action 2. Favoriser un maximum d'adhésion et de participation de la communauté dans la mise en œuvre du plan d'action 3. Veiller à ce que tous les acteurs concernés et les citoyens puissent prendre part aux décisions importantes en regard du plan d'action		
Source(s) majeure(s) de financement	Fonds propres du CLIC + Enveloppe RUI		Montant 30 820\$

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
1. Organisation de la 2 ^e assemblée annuelle du plan en juin 2015 2. Publication d'infolettres auprès des membres du CLIC et de citoyens du quartier 3. Point statutaire aux Tables centrales (TC) du CLIC permettant de poser des questions sur l'infolettre 4. Rencontres des comités de suivi du plan 5. Publications dans les médias, sur le site et la page FB du CLIC, sur les avancées de certaines actions du plan	<ul style="list-style-type: none"> • Dynamo • Équipe du CLIC • Porteurs de projets du plan • Responsables des Comités de suivi plan 	<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"> ✓ 66 participants à l'assemblée annuelle du plan de juin 2015 dont 18 citoyens ✓ Publication de 6 « <i>Infolettres de tous les possibles</i> » en 2015-2016, sur le site, 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 ✓ 16 comités de suivi du plan; 93 rencontres des comités de suivi ✓ Une trentaine de publications sur FB touchant les enjeux du plan ✓ 24 communiqués de presse 	Points positifs <ul style="list-style-type: none"> ▪ Les infolettres, concises et visuelles, permettent aux citoyens et partenaires de suivre l'évolution des enjeux du plan ▪ La visibilité générale du plan, sur toutes les plateformes ▪ La régularité des rencontres des comités de suivi ▪ La circulation de l'information assurée par l'équipe du CLIC Défis <ul style="list-style-type: none"> ▪ Maintenir la qualité des actions de communication réalisées

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	Fonds propres du CLIC + Enveloppe RUI		<p>Montant</p> <p>28 085\$</p>

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
<p>1. Promotion des Tables centrales auprès des membres</p> <p>2. Ordres du jour incluant les points statutaires « La parole est aux membres » et « Questions sur le plan concerté »</p> <p>3. Transmission d'infos sur les enjeux importants des Tables sectorielles, actions collectives et démarches concertées</p> <p>4. Prises de décisions collectives (lettres d'appui, enjeux divers, projets, démarches, etc.)</p> <p>5. Une table centrale spéciale : formation, partage et transfert de connaissances</p> <p>6. Mise en ligne des ODJ et des PV sur la page « Tables de concertation » du site internet du CLIC</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 20-24</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 du quartier y sont prises Un noyau assidu d'entre 30 et 40 participants est présent à chaque rencontre Présentation de services par des invités membres ou externes à la concertation Infos sur les tables sectorielles et projets collectifs <p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> Équilibre entre les discussions, les prises de décisions et l'information

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	Fonds propres du CLIC + Enveloppe RUI		<p>Montant</p> <p>31 500\$</p>

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
<p>1. 2^e assemblée annuelle bilan du plan « <i>Bordeaux-Cartierville, quartier de tous les possibles</i> » en juin 2015</p> <p>2. 5 à 7 de Noël 2015 du CLIC</p> <p>3. 5 à 7 mensuels du CLIC</p> <p>4. Dévoilement du rapport du sondage en aménagement urbain</p> <p>5. Préparation de la 3^e assemblée annuelle bilan du plan, qui aura lieu en juin 2016</p> <p>6. Visites de salles et de l'entrepôt d'équipement de la Ville de Montréal</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Arrondissement d'A-C • <i>BC en fête</i> • Comité de suivi Aménagement urbain du plan • Comités de suivi du plan • Dynamo • Membres du CLIC • Responsables des Comités de suivi • YMCA Cartierville 	<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 de la 2^e assemblée annuelle bilan du plan en juin 2015 réunissant 66 personnes dont 18 citoyens et 2 élus ✓ Le 5 à 7 de Noël 2015; une vingtaine de membres présents ✓ Les 5 à 7 du CLIC; 3 rendez-vous informels réunissant en moyenne 10 personnes ✓ Une trentaine de personnes présentes lors du dévoilement du rapport du sondage en aménagement urbain dont 7 citoyens ✓ 2 visites de salles pour des événements 	<p>Points positifs</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 2^e assemblée annuelle du plan dynamique et créative; 8 kiosques de présentation de l'avancée des enjeux et des stratégies (bulletin télévisé, chanson, cartographie, mise en scène théâtrale, etc.); panel citoyen; symbolique de clôture de la soirée rappelant la vision d'avenir partagée ▪ Les membres apprécient un temps de rencontre informel lors des 5 à 7 <p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mobiliser plus de monde pour les 5 à 7 informels ▪ Conception d'un talk-show variétés pour fêter les 25 ans du CLIC en décembre 2016

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	Fonds propres du CLIC + Enveloppe RUI		<p>Montant</p> <p>29 215\$</p>

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
<p>1. Collecte de données (quantitatives et qualitatives)</p> <p>2. Rédaction des textes</p> <p>3. Mise en page et conception graphique du rapport annuel</p> <p>4. Diffusion virtuelle et papier aux membres, citoyens, partenaires et bailleurs de fonds</p> <p>5. Mise en page et conception du « <i>Petit abrégé du rapport annuel</i> »</p> <p>6. Impression du rapport annuel et du « <i>Petit abrégé</i> »</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Comités de suivi du plan ● Impression M ● Porteurs de projets concertés ● Responsables des Comités de suivi ● Tables et 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"> ✓ 80 copies papiers du rapport annuel 2014-2015 remis aux membres et aux partenaires ✓ 140 membres et partenaires, et 220 citoyens ont reçu par courriel la version électronique du rapport annuel ✓ Mise en ligne du rapport annuel et du « <i>Petit abrégé</i> » sur le site internet du CLIC ✓ 75 copies papier du « <i>Petit abrégé</i> » distribuées aux citoyens 	<p>Points positifs</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ L'exhaustivité des informations rendues publiques ▪ La documentation de l'historique des actions concertées ▪ Le tout-en-un que constitue le rapport annuel du CLIC (reddition de comptes, bilan de l'année, évaluation, etc.) ▪ La pérennisation du « <i>Petit abrégé</i> » avec l'ajout de la nouveauté : l'année de référence en chiffres ▪ L'identité visuelle commune permettant d'identifier rapidement le lien entre les deux outils (rapport annuel et « <i>Petit abrégé</i> »)

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
				<p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ La diffusion numérique aux partenaires afin de réduire les coûts d'impression ▪ La diffusion plus importante du « <i>Petit abrégé</i> » en plus grande quantité ▪ La conception graphique attractive des deux outils

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	Fonds propres du CLIC + Enveloppe RUI	Montant	28 845\$

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. Alimentation régulière du centre de documentation sur le site Internet du CLIC 3. La liste des membres 2015-2016 est devenue interactive sur le site Internet du CLIC 4. Poursuite de la transmission d'informations via les listes de diffusion électronique du CLIC (membres et citoyens) 5. Poursuite de la circulation de l'information lors des Tables centrales	<ul style="list-style-type: none"> • CCDI • 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 (2015-2016) à la précédente (2014-2015) via Google Analytics</i></p> <p><i>Site Internet :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Plus de 14 000 visites, soit 2 000 de moins que l'an dernier (diminution de près de 15%) ✓ Plus de 31 000 pages vues ✓ Les pages les plus visitées sont : la page d'accueil (5 200); Qui sommes-nous (1 600); Services à la communauté (1 100); Mobilisation citoyenne (850); B-C en un coup d'œil (800); Tables de concertation (750) ✓ 66 publications sur la page d'accueil dans la section « Nouvelles » ✓ Plus de 100 offres d'emploi relayées sur le site Internet 	<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 de la page FB (+174 « suiveurs ») ▪ L'utilisation d'un code de publication Facebook ▪ L'information courriel est rapidement filtrée, relayée, contextualisée et rendue la plus concise possible pour les membres ▪ La collaboration avec le « <i>Journaldesvoisins.com</i> »

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
<p>6. Distribution d'affiches et de dépliants, à la demande des membres</p> <p>7. Utilisation de canaux de communication adaptés à chaque public</p> <p>8. Création d'un livret interactif d'informations générale sur le CLIC pour les membres (dont les nouveaux)</p> <p>9. Impression et distribution de signets et de pamphlets d'information faisant la promotion de la mission du CLIC et de ses activités</p> <p>10. Création d'un panneau « Femme sandwich » à partir du visuel du dépliant du CLIC incluant le bref portrait du quartier</p> <p>11. Réflexion pour l'optimisation de l'espace d'affichage du kiosque du parc de Mésey</p> <p>12. Affichage d'informations au kiosque du parc de Mésey depuis l'automne 2015</p>			<p><i>Facebook :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 519 personnes qui suivent la page ✓ Plus de 180 publications : <ul style="list-style-type: none"> - Mobilisation citoyenne (CCDI, bulletin, cafés-rencontres) - Plan concerté en développement social - Actions et démarches collectives - Informations diverses (lettres ouvertes, pétitions, colloques, partages, reportages, communiqués, invitations, etc.) - 86 pages FB suivies par le CLIC (ministères, organismes partenaires et/ou en lien avec notre mission et nos actions, médias locaux et québécois ...) <p><i>Médias :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 24 communiqués de presse publiés par le CLIC ✓ 65 articles sur des sujets concernant l'action du CLIC en général, le plan concerté, la RUI ✓ 56 annonces ✓ 2 entrevues télé ✓ Principaux sujets traités : <ul style="list-style-type: none"> - Le Comité Citoyen sur le Dialogue Interculturel (CCDI) - Le Comité citoyen Circulation Cartierville - Le Bois-de-Saraguay - La revitalisation de Gouin Ouest - Le projet <i>Collectif Aînés</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La création du livret interactif d'informations pour les membres; facile d'utilisation et référant vers tous les documents importants du CLIC ▪ L'utilisation des outils promotionnels du CLIC (signets et pamphlets) <p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Augmenter le nombre de personnes qui suivent la page Facebook, via le bouche-à-oreille, la portée des publications et les signets promotionnels ▪ Prêter attention à ne pas doubler l'information envoyée ▪ Augmenter et cibler les lieux d'affichage selon leur portée auprès des citoyens, notamment le kiosque du parc de Mésey ▪ Reprendre la production du « <i>Allô Voisin !</i> » en version papier et électronique, en améliorant le concept peut-être en collaboration avec le CABBC ▪ L'utilisation plus régulière du panneau « Femme sandwich »

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
			<p><i>Divers :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 1 rencontre interne pour l'optimisation de l'affichage au kiosque du parc de Mézy ✓ Affichage au parc de Mézy : 8 publicités; 5 événements; 1 projet (<i>Zoom sur l'insalubrité</i>); 1 carte des services et ressources en alimentation; 1 liste des cours de francisation ✓ Une soixantaine de courriels / mois envoyés ou relayés aux membres sur divers sujets d'intérêt (infolettres, appels de projets, invitations des membres à des événements et AGA, invitations aux Tables Centrales, etc.); dans les 24h ✓ 3 kiosques d'information sur le CLIC : événement « <i>BC (re) fait connaissance</i> », portes ouvertes du CACI, remise de bulletins à l'école François-de-Laval ✓ Présentation du CLIC à des adultes en francisation au Cégep Bois-de-Boulogne ✓ Utilisation de divers lieux d'affichage pour les informations (écoles primaires, bibliothèques, petites épiceries, parc de Mézy, organismes partenaires) <p><i>Matériel promotionnel du CLIC :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 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 ✓ Distribution à domicile de 100 dépliants du CLIC dans deux secteurs du quartier (RUI et sur Gouin Ouest) 	

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 une carte ainsi qu'un bottin des ressources communautaires et publiques pour les résidents de Bordeaux-Cartierville		
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 <i>CLIC 411</i></p>		
Source(s) majeure(s) de financement	Fonds propres du CLIC + Enveloppe RUI + Avenir d'enfants + députés provinciaux de l'Acadie et St-Laurent	Montant	31 985\$

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
<p>1. Adoption de la nouvelle action # 7 lors de l'assemblée annuelle du plan en juin 2015</p> <p>2. Création d'un Comité temporaire Bottin et carte de ressources de B-C; animation des rencontres</p> <p>3. Élaboration d'un échéancier de travail</p> <p>4. Inventaire de cartes de ressources existantes sur le territoire montréalais</p> <p>5. Consultation d'un partenaire externe ayant produit une carte des ressources</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ampère Design, graphiste • CACI • CIUSSS du Nord-de-l'Île-de-Montréal • La Corbeille • Laurence Dechassey, illustratrice • Membres du CLIC • Rabia Chamoun, citoyenne • TCJBC • Ville en Vert 	<ul style="list-style-type: none"> - Les membres du CLIC et ressources locales connaissent la carte de ressources - 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 la carte des ressources - Augmentation de la connaissance des ressources du quartier par les citoyens, les intervenants et directions - Les utilisateurs sont satisfaits de l'outil 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 4 partenaires investis dans le Comité Bottin; 8 rencontres du Comité ✓ 7 bottins et 8 cartes de ressources répertoriés et consultés ✓ 14 catégories déterminées ✓ 19 pictogrammes choisis ✓ Le bottin central est en cours de réalisation ✓ L'esquisse de l'illustration pour la carte est finalisée 	<p>Points positifs</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ La proactivité du petit Comité Bottin ▪ L'arrimage avec le Comité 0-5 ans (outil commun pour toutes les familles) et l'étroite collaboration de la responsable du dossier à la TCJBC ▪ L'appui financier de partenaires (Avenir d'enfants, députés provinciaux) ▪ L'aspect visuel de la carte des ressources, qui permettra de toucher un grand nombre de citoyens dont les allophones ▪ La bonne collaboration avec les sous-traitants (graphiste et illustratrice)

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
<p>6. Élaboration des catégories de classification des ressources du quartier et choix des pictogrammes les représentant</p> <p>7. Listing et catégorisation des services publics et communautaires au sein d'un document centralisé</p> <p>8. Présentation du projet au Comité 0-5 ans afin d'obtenir du financement</p> <p>9. Élaboration par le Comité Bottin du concept de l'illustration représentant Bordeaux-Cartierville</p> <p>10. Coordination des sous-traitants (graphiste et illustratrice)</p>				<p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Version test auprès de citoyens et d'intervenants en juin 2016 permettant de valider le format, les pictogrammes et l'identité visuelle de l'outil ▪ La centralisation des informations des services et ressources (exhaustivité et justesse des informations) ▪ La consultation des membres du CLIC afin de vérifier les informations et la catégorisation de chacun d'entre eux ▪ L'adaptation de la section « Services à la communauté » du site Internet du CLIC ▪ La diffusion des outils (carte et bottin) auprès des partenaires et des citoyens du quartier ▪ Financement additionnel pour plus d'impressions ▪ Processus de mise à jour ▪ L'implantation éventuelle de la carte des ressources en plus grand format au parc de Mézy ▪ Le lancement de l'outil en septembre 2016

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 des communications 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	Fonds propres du CLIC + Enveloppe RUI	Montant	27 985\$

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
<p>1. Recherche et élaboration des grandes lignes du contenu et de l'identité visuelle de l'outil « L'ABC des communications dans B-C »</p> <p>2. Présentation de l'outil aux membres du CLIC lors d'une Table centrale pour les consulter quant au contenu</p>	<ul style="list-style-type: none"> Membres du CLIC 	<ul style="list-style-type: none"> 70% des intervenants membres du CLIC participent au groupe de discussion « L'ABC de la diffusion dans B-C » 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"> ✓ Plus d'une trentaine de membres rejoins lors de la consultation en Table centrale ✓ Contenu validé et ajusté 	<p>Points positifs</p> <ul style="list-style-type: none"> L'engouement des membres pour ce futur outil (répond manifestement à un besoin) <p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> La vulgarisation de l'information La finalisation de l'outil Le financement pour l'impression de l'outil

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	Montant	-

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
Activités non débutées; début prévu en 2016-2017	N/A	<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	N/A

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 + Enveloppe RUI		Montant 28 285\$

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 • Maison des parents de B-C 	<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"> ✓ Mise à jour de l'outil en collaboration avec les partenaires ✓ 200 copies papier couleur imprimées / session; total de 600 / année ✓ 600 copies n/b au total distribuées dans les écoles via les Intervenants Communautaires-Scolaires (ICS) ✓ Diffusion aux membres via courriel ✓ Mise en ligne de l'outil sur le site et la page FB du CLIC ✓ 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 pour la récolte de l'information ▪ La bonne collaboration des ICS pour la diffusion de l'information dans les écoles ▪ Une légère réduction du coût de l'impression en raison d'un choix de papier différent <p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Diffuser plus largement cet outil