

## Plan d'action concerté en développement social - Stratégie transversale – Communication



Lors du dernier Grand rendez-vous, de la Démarche, une citoyenne présente les actions déterminées par le comité de travail de l'enjeu « Violence intrafamiliale » dont elle fait partie.  
Photo CLIC, 20 juin 2013.

<b>Stratégie transversale</b>	
<b>COMMUNICATION</b>	
<b>Objectifs généraux</b>	<p><i>A. Assurer les communications des actions collectives et des démarches concertées de Bordeaux-Cartierville</i></p> <p><i>B. Favoriser les liens et le réseautage entre les membres pour un meilleur travail collectif</i></p> <p><i>C. Contribuer à la promotion des événements et des activités des membres du CLIC auprès de la communauté</i></p>
<b>Action # 1</b>	Produire et diffuser l'information visant à faire connaître les actions collectives et les démarches concertées de Bordeaux-Cartierville
<b>Action # 2</b>	Réaliser les actions de communication prévues pour le suivi du plan concerté en développement social, « <i>Bordeaux-Cartierville, quartier de tous les possibles</i> »
<b>Action # 3</b>	Organiser les Tables centrales du CLIC destinées aux membres
<b>Action # 4</b>	Organiser des événements spéciaux, rassembleurs, à l'intention des membres du CLIC
<b>Action # 5</b>	Produire et diffuser largement le rapport annuel du CLIC
<b>Action # 6</b>	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
<b>Action # 7</b>	Créer et promouvoir le « <i>CLIC 411</i> », un mécanisme de référence « universel » pour les résidents du quartier
<b>Action # 8</b>	Créer « <i>L'ABC de la diffusion dans B-C</i> », 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
<b>Action # 9</b>	Produire et publier, à l'intention des résidents de Bordeaux-Cartierville, un calendrier des activités et des événements du quartier, une fois par saison
<b>Action # 10</b>	Dresser et publier, à chaque session, une liste exhaustive de tous les ateliers et cours de francisation disponibles sur le territoire

<b>Stratégie transversale</b>	
<b>COMMUNICATION</b>	
<b>Objectifs généraux</b>	<p><i>A. Assurer les communications des actions collectives et des démarches concertées de Bordeaux-Cartierville</i></p> <p><i>B. Favoriser les liens et le réseautage entre les membres pour un meilleur travail collectif</i></p> <p><i>C. Contribuer à la promotion des événements et des activités des membres du CLIC auprès de la communauté</i></p>
<b>Action # 1</b>	Produire et diffuser l'information visant à faire connaître les actions collectives et les démarches concertées de Bordeaux-Cartierville

<b>Porteur</b>	Conseil Local des Intervenants Communautaires (CLIC) de Bordeaux-Cartierville
<b>Objectifs spécifiques</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Augmenter le rayonnement des actions collectives et des démarches concertées de B-C</li> <li>2. Favoriser l'engagement des citoyens et des acteurs de B-C dans des actions collectives et démarches concertées</li> <li>3. Susciter l'intérêt des décideurs ainsi que des investissements pour les actions collectives et démarches concertées de B-C</li> </ol>

Public cible	Partenaires potentiels	Moyens utilisés	Conditions de succès	Résultats attendus	Indicateurs	Échéancier
<p>Toute la communauté de B-C</p> <p>Décideurs externes au quartier</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Acteurs impliqués dans des actions collectives ou démarches concertées</li> <li>○ Citoyens impliqués dans le quartier</li> <li>○ Décideurs</li> <li>○ Médias</li> <li>○ Membres du CLIC</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Organisation de conférences de presse et d'événements spéciaux</li> <li>❖ Entrevues et communiqués dans les médias locaux ou autres médias pertinents</li> <li>❖ Alimentation régulière du site Internet et de la page Facebook du CLIC</li> <li>❖ Transmission de l'information via la liste de diffusion électronique du CLIC</li> <li>❖ Production/distribution de dépliants, d'affiches publicitaires, de panneaux d'affichage (ex : Kiosque de Mésey)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pleine collaboration des acteurs impliqués dans les actions collectives ou démarches concertées</li> <li>▪ Utilisation optimale de la page Facebook du CLIC</li> <li>▪ Diversification des sources médiatiques</li> <li>▪ Diversification des lieux de diffusion extérieurs</li> <li>▪ Ressources financières et matérielles</li> <li>▪ Adéquation entre les actions collectives et leurs outils promotionnels</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chaque action collective/démarche concertée fait l'objet d'au moins 1 conférence de presse ou événement spécial / année</li> <li>• Publication de 1 capsule ou de 1 communiqué dans les 2 jours suivant un événement spécial</li> <li>• Utilisation systématique de toutes les plateformes pertinentes lors de la diffusion d'infos sur les actions collectives/démarches</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nb de conférences de presse ou événements spéciaux / année</li> <li>• Nb de capsules ou communiqués publiés; délai de publication</li> <li>• Nb de plateformes pertinentes utilisées; fréquence d'utilisation</li> <li>• Nb de visites dans les sections concernées du site Internet</li> <li>• Nb d'amis Facebook</li> </ul>	<p><b>2013-2018</b></p> <p>En continu</p>

Public cible	Partenaires potentiels	Moyens utilisés	Conditions de succès	Résultats attendus	Indicateurs	Échéancier
		<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Production et distribution d'outils promotionnels « aux couleurs » des actions collectives ou démarches concertées, si pertinent</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Augmentation du nb de visites des sections consacrées aux actions collectives/démarches concertées sur le site du CLIC</li> <li>• Augmentation du nb d'amis Facebook du CLIC</li> <li>• Augmentation du nb de sources médiatiques</li> <li>• Augmentation du nb de lieux stratégiques où l'on peut diffusion de l'info dans le quartier</li> <li>• Augmentation du niveau de connaissance et d'intérêt de la communauté de B-C envers les actions collectives/démarches concertées</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nb de sources médiatiques utilisées</li> <li>• Nb de lieux stratégiques de diffusion; nb de dépliants, d'affiches ou de panneaux installés</li> <li>• Niveau de connaissance des actions collectives/démarches concertées</li> </ul>	

<b>Stratégie transversale</b>	
<b>COMMUNICATION</b>	
<b>Objectifs généraux</b>	<p><i>A. Assurer les communications des actions collectives et des démarches concertées de Bordeaux-Cartierville</i></p> <p><i>B. Favoriser les liens et le réseautage entre les membres pour un meilleur travail collectif</i></p> <p><i>C. Contribuer à la promotion des événements et des activités des membres du CLIC auprès de la communauté</i></p>
<b>Action # 2</b>	Réaliser les actions de communication prévues pour le suivi du plan concerté en développement social, « <i>Bordeaux-Cartierville, quartier de tous les possibles</i> »

<b>Porteur</b>	Conseil Local des Intervenants Communautaires (CLIC) de Bordeaux-Cartierville
<b>Objectifs spécifiques</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Informer les membres du CLIC, les partenaires et la population de B-C de l'évolution des travaux du plan d'action</li> <li>2. Favoriser un maximum d'adhésion et de participation de la communauté dans la mise en œuvre du plan d'action</li> <li>3. Veiller à ce que tous les acteurs concernés et les citoyens puissent prendre part aux décisions importantes en regard du plan d'action</li> </ol>

Public cible	Partenaires potentiels	Moyens utilisés	Conditions de succès	Résultats attendus	Indicateurs	Échéancier
Toute la communauté de B-C	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Équipe interne du CLIC</li> <li>○ Comités de suivi du plan</li> <li>○ Porteurs d'actions du plan</li> <li>○ Autres acteurs impliqués dans le plan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Publication d'infolettres auprès des membres du CLIC, partenaires et citoyens, pour informer sur l'avancement des travaux du plan</li> <li>❖ Point statutaire aux Tables centrales du CLIC permettant de poser des questions sur l'infolettre</li> <li>❖ Possibilité de débattre, en Table centrale, d'un des enjeux/dossiers du plan concerté</li> <li>❖ Assemblée spéciale annuelle avec tous les acteurs et citoyens concernés par le plan, en vue de faire le point et de prendre les décisions nécessaires</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Attractivité et clarté des infolettres</li> <li>▪ Circulation fluide de l'information entre les comités de suivi</li> <li>▪ Grande collaboration de tous les acteurs du plan, afin de fournir l'information nécessaire</li> <li>▪ Qualité de l'assemblée annuelle et la réelle possibilité de prendre part aux décisions</li> <li>▪ Ressources financières et matérielles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 6 infolettres / année; 2 semaines avant la Table centrale</li> <li>• Point statutaire à chaque Table centrale sur l'infolettre</li> <li>• Grand intérêt des membres envers le plan, lors des Tables centrales du CLIC</li> <li>• 80 participants à l'assemblée annuelle, dont 30% de citoyens</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nb d'infolettres publiées; régularité de la publication</li> <li>• Nb de points statutaires / année</li> <li>• Observation du grand intérêt des membres du CLIC</li> <li>• Nb de participants à l'assemblée annuelle</li> <li>• Nb de décisions importantes prises à l'assemblée annuelle</li> <li>• Nb de rencontres des comités de suivi / année</li> </ul>	<b>2013-2018</b> En continu

Public cible	Partenaires potentiels	Moyens utilisés	Conditions de succès	Résultats attendus	Indicateurs	Échéancier
		<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Rencontres des comités de suivi du plan (partenaires et citoyens)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Toutes les décisions concernant les modifications importantes au plan sont prises lors de l'assemblée annuelle</li> <li>• 3 à 4 rencontres / année des comités de suivi du plan</li> <li>• Tous les acteurs principaux concernés par un des enjeux prioritaires siègent au comité de suivi correspondant</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nb et pertinence des participants aux comités de suivi</li> </ul>	

<b>Stratégie transversale</b>	
<b>COMMUNICATION</b>	
<b>Objectifs généraux</b>	<p><i>A. Assurer les communications des actions collectives et des démarches concertées de Bordeaux-Cartierville</i></p> <p><i>B. Favoriser les liens et le réseautage entre les membres pour un meilleur travail collectif</i></p> <p><i>C. Contribuer à la promotion des événements et des activités des membres du CLIC auprès de la communauté</i></p>
<b>Action # 3</b>	Organiser les Tables centrales du CLIC destinées aux membres

<b>Porteur</b>	Conseil Local des Intervenants Communautaires (CLIC) de Bordeaux-Cartierville
<b>Objectifs spécifiques</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Renouveler et maintenir la pertinence de la Table centrale</li> <li>2. Poursuivre l'accroissement et la diversification de la participation à la Table centrale</li> <li>3. Contribuer au partage de connaissances, au réseautage et à l'engagement des membres dans la concertation</li> </ol>

Public cible	Partenaires potentiels	Moyens utilisés	Conditions de succès	Résultats attendus	Indicateurs	Échéancier
Membres du CLIC	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Équipe interne du CLIC</li> <li>○ Membres du CLIC</li> <li>○ Autres partenaires et invités selon le cas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Promotion des Tables centrales auprès des membres</li> <li>❖ Lunchs informels avant les rencontres pour favoriser le réseautage</li> <li>❖ Élaboration d'ordres du jour intéressants et aérés, incluant les points statutaires : « La parole est aux membres » et « Questions sur le plan concerté »</li> <li>❖ Transmission d'infos sur les enjeux importants des Tables sectorielles, actions collectives et démarches concertées, selon les modalités choisies collectivement</li> <li>❖ Prises de décisions collectives (lettres d'appui, enjeux divers, projets, démarches, etc.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Participation active et diversifiée des membres</li> <li>▪ Sujets et invités pertinents</li> <li>▪ Attention portée aux intérêts des membres</li> <li>▪ Animation dynamique</li> <li>▪ Transmission systématique des informations nécessaires aux prises de décisions collectives</li> <li>▪ Temps suffisant pour débattre d'enjeux importants</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 6 Tables centrales / année + AGA</li> <li>• Augmentation continue de la participation des membres à la Table</li> <li>• Une quinzaine de participants / lunch</li> <li>• Rencontres aérées, interactives, structurées et intéressantes</li> <li>• Présentation des enjeux de chaque Table sectorielle, action collective ou démarche concertée au moins 1 fois / an</li> <li>• Les décisions majeures pour B-C, en développement social, sont prises en Table centrale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nb de Tables centrales / année</li> <li>• Nb de participants total / année; nb moyen / Table; nb de membres total représentés</li> <li>• Nb de participants aux lunchs</li> <li>• Observation de la qualité des rencontres</li> <li>• Nb et pertinence des présentations faites par les Tables sectorielles, etc.</li> <li>• Constatation que les décisions majeures en développement social sont prises collectivement lors des Tables centrales</li> </ul>	<p><b>2013-2018</b> 6 fois / année</p>

<b>Stratégie transversale</b>	
<b>COMMUNICATION</b>	
<b>Objectifs généraux</b>	<p><i>A. Assurer les communications des actions collectives et des démarches concertées de Bordeaux-Cartierville</i></p> <p><i>B. Favoriser les liens et le réseautage entre les membres pour un meilleur travail collectif</i></p> <p><i>C. Contribuer à la promotion des événements et des activités des membres du CLIC auprès de la communauté</i></p>
<b>Action # 4</b>	Organiser des événements spéciaux, rassembleurs, à l'intention des membres du CLIC

<b>Porteur</b>	Conseil Local des Intervenants Communautaires (CLIC) de Bordeaux-Cartierville
<b>Objectifs spécifiques</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Favoriser le réseautage entre les membres</li> <li>2. Mettre en valeur le travail collectif des membres du CLIC</li> <li>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</li> </ol>

Public cible	Partenaires potentiels	Moyens utilisés	Conditions de succès	Résultats attendus	Indicateurs	Échéancier
Membres du CLIC	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Équipe interne du CLIC</li> <li>○ Médias locaux</li> <li>○ Membres du CLIC</li> <li>○ Ressources externes d'accompagnement</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Réflexion et discussion avec les membres sur les événements importants à organiser, en termes d'actions collectives</li> <li>❖ Organisation d'activités à caractère social et festif (ex : party de Noël des membres du CLIC)</li> <li>❖ Organisation d'événements diversifiés répondant aux intérêts des membres (ex : événement « B-C fait connaissance »)</li> <li>❖ Mise sur pied, au besoin, de comités organisateurs</li> <li>❖ Recherche, au besoin, d'appuis externes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Attention portée aux intérêts des membres</li> <li>▪ Créativité</li> <li>▪ Ressources financières et matérielles</li> <li>▪ Participation active des membres dans la réalisation des activités</li> <li>▪ Valorisation du travail collectif</li> <li>▪ Très bonne connaissances des actions collectives et démarches concertées du quartier</li> <li>▪ Accompagnement professionnel au besoin</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 événements festifs / année; 1 gros + 1 petit</li> <li>• 60 participants au gros événement festif; 20 au petit</li> <li>• 4 événements spéciaux divers / année</li> <li>• Participation de 70% des membres aux événements spéciaux</li> <li>• Les membres collaborent à la réalisation des événements</li> <li>• Les intérêts des membres sont considérés</li> <li>• Les participants sont satisfaits</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nb d'événements festifs / année</li> <li>• Nb de participants</li> <li>• Nb d'événements spéciaux / année</li> <li>• % de participation</li> <li>• Niveau d'implication des membres dans la réalisation</li> <li>• Les membres disent que leurs intérêts sont considérés</li> <li>• Taux de satisfaction des participants aux événements</li> </ul>	<p><b>2013-2018</b></p> <p>Selon les besoins et opportunités</p>



Stratégie transversale	
<b>COMMUNICATION</b>	
<b>Objectifs généraux</b>	<p><i>A. Assurer les communications des actions collectives et des démarches concertées de Bordeaux-Cartierville</i></p> <p><i>B. Favoriser les liens et le réseautage entre les membres pour un meilleur travail collectif</i></p> <p><i>C. Contribuer à la promotion des événements et des activités des membres du CLIC auprès de la communauté</i></p>
<b>Action # 5</b>	Produire et diffuser largement le rapport annuel du CLIC

<b>Porteur</b>	Conseil Local des Intervenants Communautaires (CLIC) de Bordeaux-Cartierville
<b>Objectifs spécifiques</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rendre compte de l'ensemble des actions collectives et démarches concertées en développement social du territoire au cours d'une année</li> <li>2. Documenter, sur le long terme, l'action concertée et le développement social dans B-C</li> <li>3. Informer, intéresser et susciter l'adhésion de la communauté à l'action concertée en développement social dans le quartier</li> </ol>

Public cible	Partenaires potentiels	Moyens utilisés	Conditions de succès	Résultats attendus	Indicateurs	Échéancier
<p>Toute la communauté de B-C</p> <p>Décideurs et bailleurs de fonds</p> <p>Partenaires externes</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Équipe interne du CLIC</li> <li>○ Membres du CLIC</li> <li>○ Responsable des Tables sectorielles de B-C</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Collecte de données (quantitatives et qualitatives)</li> <li>❖ Recherche et rédaction des textes</li> <li>❖ Mise en page et conception graphique</li> <li>❖ Impression</li> <li>❖ Présentation du rapport annuel lors de l'AGA du CLIC</li> <li>❖ Diffusion virtuelle et distribution de la version papier aux membres, partenaires, etc.</li> <li>❖ Mise en application de la stratégie de diffusion auprès des citoyens (voir l'action 5 de la section « Mobilisation citoyenne » de ce plan pour tous les détails)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ressources financières et matérielles</li> <li>▪ Collecte de données en continu à l'année</li> <li>▪ Collaboration des responsables des Tables sectorielles</li> <li>▪ Engagement de l'équipe du CLIC</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diffusion annuelle du rapport aux membres du CLIC, décideurs locaux et partenaires externes concernés</li> <li>• 70% de ceux qui le reçoivent le lisent en diagonal; 40% le lisent en profondeur</li> <li>• La communauté se dit mieux informée sur l'action concertée locale grâce à ce rapport et le considère comme une référence</li> <li>• Les bailleurs s'en servent comme outil de reddition de comptes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nb de copies papier et virtuelles diffusées / année</li> <li>• % des lecteurs effectifs</li> <li>• Taux de satisfaction de la communauté</li> <li>• Usage effectif du rapport annuel comme outil de reddition de comptes par les bailleurs de fonds du CLIC</li> </ul>	<p><b>2013-2018</b></p> <p>1 fois / année</p>

<b>Stratégie transversale</b>	
<b>COMMUNICATION</b>	
<b>Objectifs généraux</b>	<p><i>A. Assurer les communications des actions collectives et des démarches concertées de Bordeaux-Cartierville</i></p> <p><i>B. Favoriser les liens et le réseautage entre les membres pour un meilleur travail collectif</i></p> <p><i>C. Contribuer à la promotion des événements et des activités des membres du CLIC auprès de la communauté</i></p>
<b>Action # 6</b>	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

<b>Porteur</b>	Conseil Local des Intervenants Communautaires (CLIC) de Bordeaux-Cartierville
<b>Objectifs spécifiques</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Augmenter la rapidité de la transmission de l'information</li> <li>2. Mieux filtrer les informations reçues au CLIC, afin de se limiter à l'envoi des informations les plus pertinentes</li> <li>3. Optimiser l'utilisation des divers canaux de communication à la disposition du CLIC</li> <li>4. Accroître le nombre et le type de citoyens de B-C qui reçoivent de l'information pertinente sur leur quartier</li> </ol>

Public cible	Partenaires potentiels	Moyens utilisés	Conditions de succès	Résultats attendus	Indicateurs	Échéancier
Toute la communauté de B-C	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Citoyens impliqués dans le quartier</li> <li>○ Équipe interne du CLIC</li> <li>○ Médias locaux ou autres</li> <li>○ Membres du CLIC</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Bonification, alimentation et promotion en continu du site Internet et de la page Facebook du CLIC</li> <li>❖ Poursuite de la transmission d'informations via les listes de diffusion électronique du CLIC (membres et citoyens)</li> <li>❖ Poursuite de la circulation de l'information lors des Tables centrales</li> <li>❖ Poursuite de la diffusion du bulletin citoyen « <i>Allô Voisin !</i> »</li> <li>❖ Distribution d'affiches et dépliants, au besoin, à la demande des membres</li> <li>❖</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ressources financières et matérielles</li> <li>▪ Collaboration active des membres</li> <li>▪ Engagement de l'équipe du CLIC</li> <li>▪ Bonne sélection des informations</li> <li>▪ Le bon canal de communication pour le bon public</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mise en ligne en moins de 48h des informations et documents jugés prioritaires sur le site Internet et la page Facebook</li> <li>• Circulation en moins de 24h, via le réseau électronique, de l'information pertinente</li> <li>• Diffusion du bulletin citoyen 3 fois / année</li> <li>• Bonification en continu des plateformes de diffusion du CLIC</li> <li>• Diversification des canaux de communication</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nb d'informations et de documents mis en ligne sur le site Internet et la page Facebook / année; fréquence</li> <li>• Nb de courriels envoyés / année; fréquence</li> <li>• Nb de bulletins citoyens envoyés / année</li> <li>• Taux de satisfaction des utilisateurs face aux diverses plateformes du CLIC</li> </ul>	<p><b>2013-2018</b> En continu</p>

Public cible	Partenaires potentiels	Moyens utilisés	Conditions de succès	Résultats attendus	Indicateurs	Échéancier
		<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Utilisation de différents supports physiques pour de l’affichage dans le quartier (ex : kiosque du parc de Mézy)</li> <li>❖ Multiplication des canaux de communication efficaces auprès de tous les types de citoyens</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Augmentation de 30% de visiteurs du site Internet d’ici 2018</li> <li>• Total de 1 000 amis Facebook d’ici 2018</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nb de canaux de communication différents utilisés / année</li> <li>• Nb de visiteurs sur du site en 2018</li> <li>• Nb d’amis Facebook en 2018</li> </ul>	

**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

**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

Public cible	Partenaires potentiels	Moyens utilisés	Conditions de succès	Résultats attendus	Indicateurs	Échéancier
<p>Tous les citoyens de B-C</p> <p>Focus : familles et nouveaux arrivants</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Écoles du quartier</li> <li>○ Équipe interne du CLIC</li> <li>○ Membres du CLIC</li> <li>○ Partenaires possédant une expertise en la matière (arrondissement, MICC, Centre de référence du Grand Montréal, Centre d'action bénévole, Bénévoles d'affaires, etc.)</li> <li>○ Ressources interprètes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Développement du concept « CLIC 411 » et d'un plan de mise en œuvre</li> <li>❖ Consultation de partenaires experts</li> <li>❖ Bonification et traduction de la section « Services à la communauté » du site Internet du CLIC</li> <li>❖ Élaboration d'un outil, pouvant être utilisé lors de la prise d'appels, contenant les infos sur les ressources locales</li> <li>❖ Constitution d'une banque de ressources interprètes bénévoles</li> <li>❖ Formation de l'équipe du CLIC et des ressources bénévoles</li> <li>❖ Campagne de promotion</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ressources humaines, financières, matérielles et bénévoles</li> <li>▪ Section « Services à la communauté » du site, à jour, attrayante et simple à utiliser</li> <li>▪ Outil à jour et simple d'utilisation pour la prise d'appels</li> <li>▪ Collaboration des membres du CLIC</li> <li>▪ Engagement de l'équipe interne du CLIC</li> <li>▪ Bonne campagne de promotion continue</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les membres du CLIC et ressources locales connaissent le « CLIC 411 »</li> <li>• Augmentation de 30% (cible 2018) du nb d'appelants au CLIC pour de la référence</li> <li>• Augmentation de 30% (cible 2018) des visiteurs de la section « Services à la communauté »</li> <li>• Proportion importante de familles et nouveaux arrivants parmi ceux qui utilisent le service</li> <li>• Les utilisateurs sont satisfaits du service</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nb de membres et ressources qui connaissent le « CLIC 411 »</li> <li>• Nb d'appelants en 2018</li> <li>• Nb de visiteurs de la section « Services à la communauté » en 2018</li> <li>• Provenance des utilisateurs</li> <li>• Taux de satisfaction des utilisateurs</li> </ul>	<p><b>Janvier 2015</b></p> <p>Début du service</p>

<b>Stratégie transversale</b>	
<b>COMMUNICATION</b>	
<b>Objectifs généraux</b>	<p><i>A. Assurer les communications des actions collectives et des démarches concertées de Bordeaux-Cartierville</i></p> <p><i>B. Favoriser les liens et le réseautage entre les membres pour un meilleur travail collectif</i></p> <p><i>C. Contribuer à la promotion des événements et des activités des membres du CLIC auprès de la communauté</i></p>
<b>Action # 8</b>	Créer « <i>L'ABC de la diffusion dans B-C</i> », 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

<b>Porteur</b>	Conseil Local des Intervenants Communautaires (CLIC) de Bordeaux-Cartierville
<b>Objectifs spécifiques</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Soutenir les intervenants de B-C dans leurs activités de communication</li> <li>2. Favoriser l'échange d'expertises entre les partenaires du quartier</li> <li>3. Augmenter la visibilité des membres du CLIC auprès de la population de B-C</li> </ol>

Public cible	Partenaires potentiels	Moyens utilisés	Conditions de succès	Résultats attendus	Indicateurs	Échéancier
Membres du CLIC	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Membres du CLIC</li> <li>○ Agents de mobilisation du quartier</li> <li>○ Partenaires possédant une expertise en marketing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ 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</li> <li>❖ Consultation de partenaires experts</li> <li>❖ Élaboration du contenu de « <i>L'ABC de la diffusion dans B-C</i> », basé sur les résultats du groupe de discussion et de la consultation d'experts</li> <li>❖ Diffusion et promotion de l'outil</li> <li>❖ Suivi de l'utilisation de l'outil</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Attention portée aux réalités des intervenants en matière de communication</li> <li>▪ Pertinence et simplicité de l'outil</li> <li>▪ Bonne campagne de promotion</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 70% des intervenants membres du CLIC participent au groupe de discussion</li> <li>• « <i>L'ABC de la diffusion dans B-C</i> » est conçu dans les délais prévus, avec un contenu pertinent</li> <li>• Tous les intervenants locaux reçoivent une copie de l'outil et disent l'utiliser</li> <li>• Les intervenants se disent satisfaits de l'outil</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• % des intervenants qui prennent part au groupe de discussion</li> <li>• Existence de l'outil</li> <li>• Nb d'intervenants qui ont reçu l'outil et qui disent l'utiliser</li> <li>• Taux de satisfaction des intervenants</li> </ul>	<p><b>Septembre 2014</b></p> <p>Conception et diffusion de l'outil</p>

<b>Stratégie transversale</b>	
<b>COMMUNICATION</b>	
<b>Objectifs généraux</b>	<p><i>A. Assurer les communications des actions collectives et des démarches concertées de Bordeaux-Cartierville</i></p> <p><i>B. Favoriser les liens et le réseautage entre les membres pour un meilleur travail collectif</i></p> <p><i>C. Contribuer à la promotion des événements et des activités des membres du CLIC auprès de la communauté</i></p>
<b>Action # 9</b>	Produire et publier, à l'intention des résidents de Bordeaux-Cartierville, un calendrier des activités et des événements des membres du CLIC

<b>Porteur</b>	Conseil Local des Intervenants Communautaires (CLIC) de Bordeaux-Cartierville
<b>Objectifs spécifiques</b>	<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>

Public cible	Partenaires potentiels	Moyens utilisés	Conditions de succès	Résultats attendus	Indicateurs	Échéancier
Tous les citoyens de B-C	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Commanditaires</li> <li>○ Membres du CLIC</li> <li>○ Partenaires possédant une expertise à cet égard</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Consultation de partenaires réalisant déjà ce type d'outil</li> <li>❖ Sensibilisation des membres du CLIC à l'importance de transmettre leurs informations systématiquement et à temps pour la production des calendriers</li> <li>❖ Choix du type de contenu</li> <li>❖ Élaboration du concept graphique, tant pour la version papier que Web</li> <li>❖ Production et diffusion du calendrier 3 fois / année (automne, hiver, printemps-été)</li> <li>❖ Lancement et campagne de promotion</li> <li>❖ Plan de diffusion</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ressources financières et matérielles</li> <li>▪ Collaboration des membres du CLIC dans la transmission de leurs informations</li> <li>▪ Outil attrayant et le plus complet possible</li> <li>▪ Respect de la fréquence de publication</li> <li>▪ Bon plan de diffusion</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les membres du CLIC sont proactifs dans la transmission de leurs infos</li> <li>• Publication 3 fois / année, au début de chaque saison</li> <li>• 3 000 copies distribuées / publication</li> <li>• 1 000 consultations de la version Web / publication</li> <li>• Les citoyens se disent plus informés des activités et événements de B-C</li> <li>• Les partenaires reçoivent de plus en plus de citoyens ayant découvert leurs activités via le calendrier</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Observation de la pro activité des membres</li> <li>• Nb de publications / année</li> <li>• Nb de copies distribuées</li> <li>• Nb de consultations de la version électronique</li> <li>• Taux de satisfaction des citoyens</li> <li>• Taux de satisfaction des partenaires</li> </ul>	<p><b>Septembre 2014</b></p> <p>Début de la diffusion</p> <p><b>2014-2018</b></p> <p>3 fois / année</p>

<b>Stratégie transversale</b>	
<b>COMMUNICATION</b>	
<b>Objectifs généraux</b>	<p><i>A. Assurer les communications des actions collectives et des démarches concertées de Bordeaux-Cartierville</i></p> <p><i>B. Favoriser les liens et le réseautage entre les membres pour un meilleur travail collectif</i></p> <p><i>C. Contribuer à la promotion des événements et des activités des membres du CLIC auprès de la communauté</i></p>
<b>Action # 10</b>	Dresser et publier, à chaque session, une liste exhaustive de tous les ateliers et cours de francisation disponibles sur le territoire

<b>Porteur</b>	Conseil Local des Intervenants Communautaires (CLIC) de Bordeaux-Cartierville
<b>Objectifs spécifiques</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>2. Contribuer à l'amélioration du référencement entre les partenaires qui reçoivent des clientèles ayant des besoins en francisation</li> </ol>

Public cible	Partenaires potentiels	Moyens utilisés	Conditions de succès	Résultats attendus	Indicateurs	Échéancier
Tous les citoyens du quartier ayant des besoins en francisation Les intervenants locaux de 1 <sup>ère</sup> ligne	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Organismes de 1<sup>ère</sup> ligne membres du CLIC</li> <li>○ Partenaires offrant des activités de francisation (CACI, CRÉCA, Concertation Femme, Collège BdeB, CREP, classes d'accueil, etc.)</li> <li>○ Autres partenaires locaux pouvant diffuser la liste (ex : cliniques médicales)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Liste de toutes les organisations offrant des activités de francisation dans B-C</li> <li>❖ Liste, avant le début de chaque période d'inscription/chaque session, de toutes les activités de francisation (incluant infos essentielles) disponibles sur le territoire</li> <li>❖ Promotion de l'existence d'une telle liste</li> <li>❖ Diffusion de la liste, via divers canaux de communication, auprès des organismes de 1<sup>ère</sup> ligne et autres partenaires locaux, ainsi qu'auprès des citoyens</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Collaboration des dispensateurs d'activités de francisation</li> <li>▪ Bonne campagne de promotion de l'outil</li> <li>▪ Diversité des canaux de communication</li> <li>▪ Rapidité de la diffusion</li> <li>▪ Utilisation de la liste et référencement par les intervenants locaux de 1<sup>ère</sup> ligne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Une 1<sup>ère</sup> liste est prête avant la session d'automne 2014, puis à temps pour chaque session par la suite</li> <li>• Toutes les organisations offrant de la francisation dans B-C fournissent leurs informations</li> <li>• La liste est connue et utilisée par tous les intervenants locaux</li> <li>• Accroissement du référencement inter-organismes</li> <li>• Les citoyens disent mieux connaître ces services</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existence de la liste telle que prévue</li> <li>• Diffusion de la liste à la fréquence prévue</li> <li>• Exactitude des infos contenues dans la liste</li> <li>• Nb d'intervenants locaux qui utilisent la liste pour du référencement</li> <li>• Nb de citoyens qui ont reçus la liste</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Automne 2014</b> 1<sup>ère</sup> liste prête</p> <p style="text-align: center;"><b>2014-2018</b> 1 fois / session</p>