

BILAN DE LA STRATÉGIE TRANSVERSALE

Communication

1^{er} juin 2018 au 31 mai 2019

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 évènements 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 (Salaire pour l'ensemble des actions de communication + autres frais)		<table border="1"> <tr> <td>Montant</td> <td>22 797 \$</td> </tr> </table>	Montant	22 797 \$
Montant	22 797 \$				

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 FB du CLIC</p> <p>2. Transmission des messages courriel via les listes de diffusion électronique (membres et citoyens)</p> <p>3. Publication de communiqués de presse dans les jours suivant les évènements et lien avec les journalistes.</p> <p>4. Réalisation de capsules vidéos pour quelques évènements partenaires</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● CIUSSS du Nord-de-l'Île ● Copie Centre Fleury ● Click imprimerie Lajeunesse ● « <i>Courrier Bordeaux-Cartierville</i> » ● « <i>Journaldesvoisins.com</i> » ● « <i>Atlas Montréal (journal de Maghreb)</i> » ● Membres du CLIC ● Arrondissement A-C ● CMTQ 	<ul style="list-style-type: none"> - Chaque action collective/démarche concertée fait l'objet d'au moins 1 conférence de presse ou évènement spécial / année - Publication de 1 capsule ou de 1 communiqué dans les 2 jours suivant un évènement spécial - Utilisation systématique de toutes les plateformes pertinentes lors de la diffusion d'infos sur les actions collectives - Augmentation du nb de visites des sections consacrées aux actions collectives/démarches concertées sur le site du CLIC 	<p style="text-align: center;"><i>Note</i></p> <p style="text-align: center;"><i>Toutes les statistiques sont basées sur la comparaison de l'année de référence actuelle (2018-2019) à la précédente (2017-2018) via Google Analytics</i></p> <p>✓ 7 plateformes régulières de diffusion</p> <ul style="list-style-type: none"> - Listes de diffusion électronique des membres et des citoyens - Site Internet du CLIC - Page FB du CLIC - Chaîne YouTube du CLIC - Page FB « <i>Communauté B-C</i> » - « <i>Journaldesvoisins.com</i> » - « <i>Courrier Bordeaux-Cartierville</i> » 	<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 et de l'utilisation de campagnes publicitaires FB ciblées par codes postaux (augmentation significative de la portée de publication) ▪ La diversification des sources médiatiques et l'intérêt de médias montréalais autres que locaux.

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
<p>5. Poursuite de la mise en page et de la diffusion électronique du bulletin citoyen « <i>Parlons Bordeaux-Cartierville</i> »</p> <p>6. Mise en œuvre d'un plan de communication pour la nouvelle démarche de planification en développement social 2019-2024</p> <p>7. Coordination de l'impression de documents de toutes sortes</p>		<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 diffuser 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"> ✓ Site Internet du CLIC (voir les statistiques à l'action # 6, page 117) ✓ 989 « J'aime » pour la page FB (+10 % vs 2017-2018) ✓ 646 membres de la page FB « <i>Communauté B-C</i> » (+ 18 % vs 2017-2018) ✓ 5 communiqués de presse diffusés ; dont 3 communiqués en provenance du CLIC ✓ Une vingtaine d'articles sur les actions collectives et les démarches concertées majoritairement publiées dans le « <i>Courrier B-C</i> » et le « <i>Journaldesvoisins.com</i> » ✓ Une dizaine d'annonces publiées dans l'agenda communautaire des journaux locaux ✓ Réalisation de 1 vidéo pour projet partenaire ✓ Conception et graphisme de 1 édition du bulletin citoyen « <i>Parlons Bordeaux-Cartierville</i> » 	<p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ L'optimisation du site Internet ▪ La poursuite de la réalisation et de la diffusion des capsules vidéos ▪ La difficulté de mesurer l'impact de certaines actions ▪ La collaboration avec le CABBC pour le bulletin citoyen (alliance des ressources humaines et financières) ▪ Multiplier les canaux de diffusion

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
			<p>✓ Démarche 2019-2020 : Voir tous les résultats dans la section concernée à la page 15</p> <ul style="list-style-type: none"> - Réalisation de 2 vidéos dans le cadre de la démarche (vidéo promotionnelle et vidéo micros-trottoirs des souhaits citoyens) - Réalisation et impression d’affiche et d’encarts - Campagne FB - Livret citoyen <p>✓ 10 coordinations d’impressions de documents</p>	

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	Fonds propres du CLIC + Enveloppe RUI (Salaire pour l'ensemble des actions de communication)		<p>Montant</p> <p>22 797 \$</p>

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
<p>1. Organisation de la cinquième assemblée annuelle du plan en juin 2018</p> <p>2. Actions de valorisation de la démarche :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Envoi d'invitations personnalisées aux membres du CLIC lors du lancement de la démarche - Organisation des événements « grand rendez-vous » de la démarche rassemblant les acteurs du quartier 	<ul style="list-style-type: none"> • Équipe du CLIC • Membres du CLIC • Dynamo • CMTQ • Arrondissement A-C • Porteurs de projets du plan • Responsables des Comités de suivi du plan 	<ul style="list-style-type: none"> - 6 infolettres produites/années - Point statutaire à chaque Table centrale sur l'infolettre - Grand intérêt des membres envers le plan - 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"> ✓ 36 participants à l'assemblée annuelle du plan 2018 ✓ 2 infolettres de la démarche « des possibles aux réels » publiées, mises en ligne sur le site, sur la page FB et envoyées par courriel à environ 200 représentants des membres du CLIC et citoyens suivant la démarche ✓ 10 Comités de suivi du plan ; 37 rencontres de ces Comités ✓ 13 communiqués de presse émis par le CLIC concernant des actions du plan 	<p>Point positif</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bonne visibilité de la démarche et des actions concertées <p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Arrimage avec le nouveau plan d'action.

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
<p>3. Publication d'infolettres de la démarche « Des possibles aux réels » auprès des membres du CLIC et de citoyens du quartier</p> <p>4. Point statutaire aux Tables centrales du CLIC permettant de poser des questions sur l'infolettre</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, des avancées de certaines actions du plan</p>			<p>✓ 7 communiqués/articles parus concernant la démarche</p>	<p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ La régularité des rencontres des Comités de suivi

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 (Salaire pour l'ensemble des actions de communication)		<p>Montant</p> <p>22 797 \$</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 l'infolettre »</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>	<ul style="list-style-type: none"> • Membres du CLIC • Invités spéciaux 	<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 19 et 20</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 membres est présent à chaque rencontre <p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Reprendre l'organisation des Tables Centrale après la démarche ▪ Dynamisme des rencontres fluctuant ▪ Garder un bon taux de participation

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 (Salaire pour l'ensemble des actions de communication + autres frais)		<table border="1"> <thead> <tr> <th>Montant</th> <th>22 797 \$</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Montant	22 797 \$		
Montant	22 797 \$						

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
<p>1. Organisation de la cinquième assemblée annuelle du plan de quartier en juin 2018</p> <p>2. Lancement de la nouvelle démarche et organisation des événements rassembleurs à cette occasion</p> <p>3. Souper de Noël</p> <p>4. Soirée de départ de Nathalie</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Membres du CLIC • Dynamo • YMCA Cartierville • Arrondissement A-C (Future Maison de quartier) • La corbeille 	<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"> ✓ 5^e assemblée annuelle du plan de quartier ✓ 2 événements dans le cadre de la démarche ✓ 3 événements festifs avec les membres du CLIC 	<p>Points positifs</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ La production de communications originales (invitations et affiches) ▪ Le prêt de matériel par la Ville de Montréal pour les événements spéciaux ▪ La collaboration bénévole des partenaires ▪ Une participation citoyenne record pour la démarche ▪ Les évaluations des événements sont positives par les membres <p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Reprendre les 5 @ 7 du CLIC et revoir sa formule informelle car pas très populaire en 2017-2018. ▪ Garder l'originalité dans l'organisation et l'animation d'évènement

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 évènements 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 (Salaire pour l'ensemble des actions de communication + autres frais)		<table border="1"> <thead> <tr> <th>Montant</th> <th>22 797 \$</th> </tr> </thead> </table>	Montant	22 797 \$
Montant	22 797 \$				

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
<ol style="list-style-type: none"> Collecte de données (quantitatives et qualitatives) Rédaction de textes Mise en page et conception graphique du Rapport annuel Diffusion virtuelle et papier aux membres, partenaires et bailleurs de fonds Impression du Rapport annuel 	<ul style="list-style-type: none"> Comités de suivi du plan Impression M 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"> ✓ 20 copies papiers du Rapport annuel 2018-2019 remis aux membres et aux partenaires ✓ 160 membres et partenaires et 260 citoyens ont reçu par courriel la version électronique du Rapport annuel ✓ Mise en ligne du rapport annuel et sur le site Internet du CLIC 	<p>Points positifs</p> <ul style="list-style-type: none"> L'exhaustivité et la transparence des informations rendues publiques La poursuite de l'historique des actions concertées Le tout-en-un qui constitue le Rapport annuel du CLIC (reddition de comptes, bilan du quartier, histoire, etc.) La pérennisation du « <i>Petit abrégé</i> »

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
				<p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Recommencer l'édition du petit abrégé ▪ Mise en page pour une lecture plus simple, épurée et claire ▪ Optimiser la structure et la méthodologie de rédaction du document

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 (Salaire pour l'ensemble des actions de communication + autres frais)		Montant 22 797 \$

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
<p><i>NB : Le poste d'agent de communication du CLIC a été vacant un certain temps, certaines actions n'ont pas pu être réalisées en 2018-2019.</i></p> <ol style="list-style-type: none"> La réalisation d'un sondage afin d'évaluer les communications du CLIC en vue de la prochaine planification stratégique Mise en page du bulletin citoyen Bonification, alimentation et promotion en continu du site Internet et de la page Facebook du CLIC Mise à jour de la liste interactive des membres sur le site Internet du CLIC 	<ul style="list-style-type: none"> Bibliothèques (Cartierville et Salaberry) Citoyens CIUSSS du Nord-de-l'Île Membres du CLIC TCJBC YMCA Cartierville 	<ul style="list-style-type: none"> Mise en ligne en moins de 48 h des informations et documents jugés prioritaires sur le site Internet et la page Facebook Circulation en moins de 24 h, 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 2021 Interactions constantes sur les publications FB 	<p>Note Toutes les statistiques sont basées sur la comparaison de l'année de référence actuelle (2018-2019) à la précédente (2017-2018) via Google Analytics</p> <p>✓ Site Internet :</p> <ul style="list-style-type: none"> 8 176 visites, soit 20 % de moins qu'en 2017-2018 21 809 pages vues (moins 34 %) Les pages les plus visitées sont : Page d'accueil (3775) ; Qui sommes-nous (1 509) ; 	<p>Points positifs</p> <ul style="list-style-type: none"> L'alimentation régulière de la page FB L'augmentation du nombre de suiveurs grâce à plusieurs campagnes de publicité FB (le choix du public cible par codes postaux est efficace) L'augmentation de la fréquentation de la page FB

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
<p>3. Poursuite de la transmission d'informations via les listes de diffusion électronique du CLIC (membres et citoyens)</p>			<p>✓ Sondage sur l'évaluation des outils de communication :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sondage envoyé à 260 citoyens - Sondage envoyé à 85 membres <p>Plus 70 réponses</p>	<p>Défis :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ergonomie du site ▪ Mieux relayer l'information courriel est rapidement filtrée, relayée, contextualisée et rendue la plus concise possible pour les membres ▪ Gestion de la base de contacts ▪ Alimenter régulièrement de la page « Centre de documentation » sur le site Internet du CLIC ▪ Poursuite de la circulation de l'information lors des Tables centrales ▪ Valorisation des activités et des informations des membres sur le site Internet et sur la page FB.

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
<p>4. Distribution d'affiches et de dépliants, à la demande des membres</p> <p>5. Utilisation de canaux de communication adaptés à chaque public</p> <p>6. Mise à jour du livret d'accueil interactif pour les membres</p> <p>7. Mise en ligne et diffusion de capsules vidéo sur toutes les plateformes de diffusion du CLIC</p> <p>8. Publication de photos (Facebook et page d'accueil du site Internet)</p>			<ul style="list-style-type: none"> - Près de 118 offres d'emploi relayées sur le site Internet ✓ Facebook : <ul style="list-style-type: none"> - 989 « J'aime » pour la page FB (+10 % vs 2017-2018) - 646 membres de la page FB « Communauté B-C » (+ 18 % vs 2017-2018) - 2 campagnes de publicité FB : <ul style="list-style-type: none"> ○ « 2^e grand rendez-vous démarche » (2 858 personnes atteintes) ✓ Bulletin citoyen : 2 bulletins conçus et publiés en 2018-2019 (imprimés en 3000 exemplaires/bulletin) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Le livret interactif, son contenu et son identité visuelle ▪ L'utilisation des outils promotionnels du CLIC (signets et pamphlets) <p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ L'affichage de l'information au kiosque du parc De Mézy, non fonctionnel ▪ La fréquentation du site Internet du CLIC ▪ Le dédoublement toujours possible de l'info envoyée ▪ La production de 3 numéros / année du bulletin citoyen « <i>Parlons Bordeaux-Cartierville</i> »

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
			<ul style="list-style-type: none"> - Plus de 225 publications diverses sur la page FB - 78 pages FB suivies par le CLIC (ministères, organismes partenaires et/ou en lien avec notre mission et nos actions, médias locaux et québécois...) ✓ Médias : <ul style="list-style-type: none"> - 4 communiqués de presse émis par le CLIC - Une vingtaine d'articles de presse touchant l'action du CLIC et/ou l'action collective ✓ Divers : <ul style="list-style-type: none"> - Une soixantaine de courriels / mois envoyés ou relayés aux membres sur divers sujets d'intérêt - Utilisation de divers lieux d'affichage pour les informations 	

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 + Contribution d'organismes (Salaire pour l'ensemble des actions de communication + autres frais)	Montant	22 797 \$

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
<p>1. Continuité de diffusion des ressources de B-C dans diverses organisations par l'agente de mobilisation citoyenne</p>	<ul style="list-style-type: none"> Comité de la <i>Démarche du tout inclus</i> Citoyens Collège-Bois-de-Boulogne Membres du CLIC 	<ul style="list-style-type: none"> Les membres du CLIC et ressources locales connaissent la carte de ressources Augmentation de 30 % (cible 2021) 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"> ✓ 9 présentations des organismes communautaires de BC + bottin des ressources aux classes de francisation Collège-Bois-de-Boulogne ✓ 7 présentations du CLIC, dans nos locaux, aux classes de francisation Collège-Bois-de-Boulogne (Rallye des organismes organisé par le CABBC) ✓ 1 outil ppt de présentation 	<p>Points positifs</p> <ul style="list-style-type: none"> B-C possède maintenant deux outils de référence très complets L'arrimage des outils de référence avec le Comité 0-6 ans et la promotion commune L'aspect visuel de la « Carte » est apprécié La collaboration des partenaires Sensibiliser des nouveaux arrivants sur la mobilisation citoyenne

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
				<p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ajustements et mise à jour de la « <i>Carte</i> » ▪ Clarification du mandat et du porteur de l'action ▪ Poursuivre les présentations auprès des différents partenaires et institutions du CLIC ▪ La distribution à venir de la « <i>Carte</i> » via le porte-à-porte en collaboration avec l'agente de mobilisation citoyenne du CLIC ▪ La mesure éventuelle de la satisfaction des utilisateurs et du niveau d'utilisation des outils ▪ La mise à jour à venir du Bottin (électronique) des ressources

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 (Salaire pour l'ensemble des actions de communication + autres frais)		<table border="1"> <thead> <tr> <th>Montant</th> <th>22 797 \$</th> </tr> </thead> </table>	Montant	22 797 \$
Montant	22 797 \$				

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
1. Continuité de diffusion de l'outils via bouche à oreille	N/A	<ul style="list-style-type: none"> - 70 % des intervenants membres du CLIC l'utilisent - Les intervenants se disent satisfaits de l'outil - Outil de référence dans le milieu communautaire du Grand Montréal 	<ul style="list-style-type: none"> - Diffusion de « l'ABC des communications » sur la page FB du regroupement des agents de mobilisation du Grand Montréal - Diffusion de « l'ABC des communications » sur la page FB du regroupement des agents de communication des Tables de quartier de Montréal 	<p>Points positifs</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tous les éléments recensés sont issus de l'expérientiel ▪ L'identité visuelle est attrayante ▪ Un legs au CLIC et à ses membres ▪ La vulgarisation de l'information <p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Faire vivre « L'ABC », dont le but est d'outiller les membres du CLIC dans leurs pratiques de communication

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 évènements 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 évènements des membres du CLIC		
Porteur	Conseil Local des Intervenants communautaires (CLIC) de Bordeaux-Cartierville		
Objectifs spécifiques	<p>1. Mieux faire connaître les activités et évènements 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 évènements des membres</p>		
Source(s) majeure(s) de financement	Fonds propres du CLIC + Enveloppe RUI (Salaire pour l'ensemble des actions de communication + autres frais)	Montant	22 797 \$

Activités réalisées	Partenaires impliqués	Résultats attendus	Résultats atteints	Points positifs / Défis
<p>Note Cette action ne sera pas réalisée d'ici la fin du plan de quartier; sa pertinence ayant été remise en question</p>	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 évènements de B-C - Les partenaires reçoivent de plus en plus de citoyens ayant découvert leurs activités via le calendrier 	N/A	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 évènements et des activités des membres du CLIC auprès de la communauté</p>		
Bilan de l'action # 10	Dresser et publier, 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 (Salaire pour l'ensemble des actions de communication + autres frais)	Montant	22 797 \$

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 cours de francisation dans B-C</p> <p>2. Élaboration et diffusion d'une liste, avant le début de chaque période d'inscription/session, de tous les cours 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 première 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 • CANA • Maison des parents de B-C 	<ul style="list-style-type: none"> - Toutes les organisations offrant de la francisation dans B-C fournissent leurs informations rapidement - Parution de la liste 3/année à chaque session - La liste est connue et utilisée par tous les intervenants locaux - Accroissement du référencement interorganismes - 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 (publication pour 2 sessions seulement en 2018-2019) ✓ 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 collaboration des ICS pour la diffusion de l'information dans les écoles ▪ Intervenants satisfaits de l'outil <p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Collaboration des partenaires mitigée pour la récolte de l'information ▪ La difficulté de produire la liste avec les multiples mandats de communication (ex : la liste du printemps 2018 et 2019 n'a pu être publiée) ▪ Le public cible est à redéfinir ▪ Le visuel de l'outil