



Ville de Montréal Processus budgétaire 2011

Présentation à l'intention des membres des commissions sur les finances et l'administration (agglomération) et sur les finances, les services administratifs et le capital humain (municipal)

Direction des communications et des relations avec les citoyens

Le 25 mai 2010

Montréal 

Table des matières

- ❑ Principales responsabilités
- ❑ Structure actuelle
- ❑ Budget de fonctionnement 2010
 - Dépenses
 - Revenus
- ❑ Principales activités en 2010
- ❑ Besoins et priorités organisationnels 2010-2011
- ❑ Changements à la structure et au fonctionnement
- ❑ Mission de la direction
- ❑ Nouvelle structure
- ❑ Impacts sur les ressources humaines
- ❑ Budget 2011



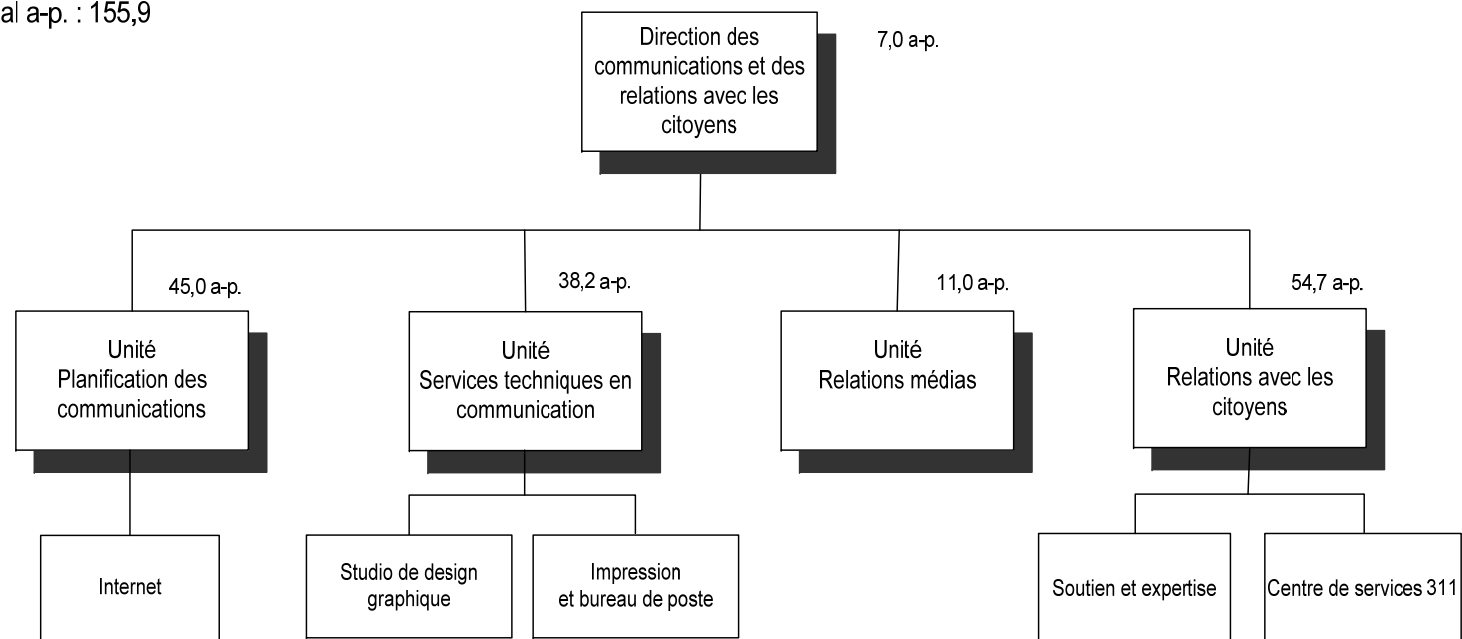
Principales responsabilités

- Gérer l'image de marque de la Ville, conjointement avec les services centraux et les arrondissements
- Soutenir la Ville avec une vision stratégique des communications qui contribue à appuyer les priorités de la Ville et à assurer son rayonnement et son leadership
- Définir les priorités annuelles des communications en fonction des axes stratégiques et du plan d'affaires de la Ville
- Collaborer sur les plans stratégiques, opérationnels et services-conseils
- Assurer la cohérence des messages de l'ensemble des activités de communication
- Mettre en valeur les produits de la Ville de Montréal

Structure actuelle

Budget 2010

Total a-p. : 155,9



Budget de fonctionnement 2010

□ Dépenses

- Rémunération : 12 310,5 \$
- Dépenses incompressibles : 7 221,8 \$
- Dépenses compressibles : 846,3 \$

Total : 20 378,6 \$

Budget de fonctionnement 2010

□ Revenus

- Centre d'impression et studio de design graphique (facturation interne) : 2 267,3 \$
- Transactions Web : 1 748,5 \$
- Cartes Accès Montréal : 300,0 \$

Total : 4 315,8 \$



Principales activités en 2010

- ❑ Gestion des activités du Centre de service 311
- ❑ Gestion des activités des Relations avec les médias
- ❑ Gestion des activités du Centre d'impression et du Studio du design graphique
- ❑ Élaboration et mise en oeuvre de diverses campagnes de publicité et d'outils de communication
- ❑ Gestion des activités et de l'évaluation des portails Internet et Intranet de la Ville
- ❑ Autres projets
 - La nouvelle carte Accès Montréal
 - La nouvelle signalétique municipale
 - Le nouveau cadre de gestion des oriflammes



Besoins et priorités organisationnels 2010-2011

- ❑ **Concentrer** davantage les activités de la direction sur les volets corporatifs et stratégiques
- ❑ **Mettre de l'avant** des activités intégrées de marketing et de relations publiques
- ❑ **Contribuer** plus fortement à faire valoir les « bons coups » de la Ville
- ❑ **Renforcer** les communications internes pour favoriser une plus grande mobilisation des employés
- ❑ **Assurer** le maintien d'un soutien conseil de qualité pour répondre aux besoins sectoriels de communication
- ❑ **Optimiser** l'organisation du travail de la direction, **mobiliser** les équipes et gérer la prestation de travail



Changements à la structure et au fonctionnement

- ❑ Transfert de l'unité Relations avec les citoyens sous la responsabilité du directeur général associé – concertation des arrondissements
- ❑ Décentralisation du soutien conseil en communication aux unités d'affaires
- ❑ Création d'une unité – Communications corporatives
- ❑ Maintien de l'équipe Internet
- ❑ Maintien de l'unité Services techniques
- ❑ Maintien de l'unité Relations avec les médias

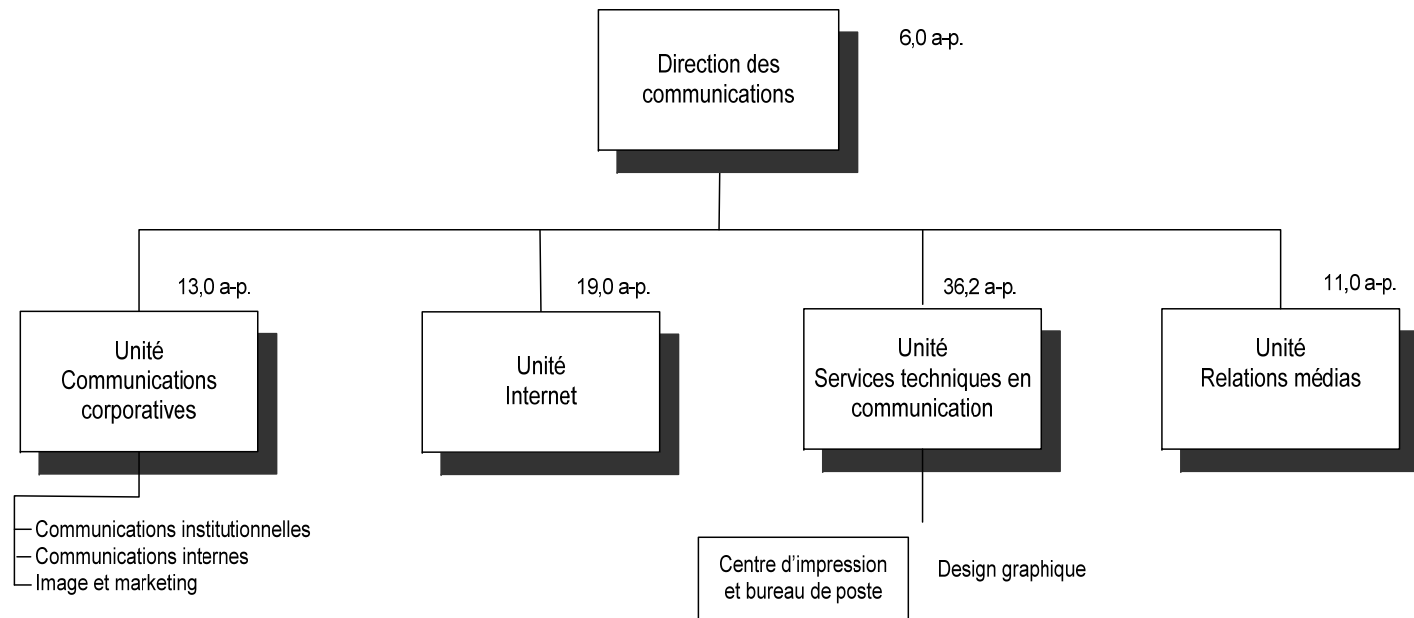


Mission de la direction

- Afin de contribuer au devenir et au rayonnement de Montréal, et d'accroître la satisfaction et la fierté des Montréalais envers leur ville, **la Direction des communications** s'est donné pour mission :
 - D'exercer un leadership corporatif en matière des communications institutionnelles, internes et externes
 - De proposer des orientations, des stratégies et des solutions de communication en lien avec le plan stratégique de la Ville de Montréal
 - De développer des partenariats dynamiques avec les services, les arrondissements, les villes liées et différents acteurs montréalais

Nouvelle structure 2011

Total a-p. : 85,2



Impacts sur les ressources humaines

- ❑ Direction passant de 156 à 85 employés
- ❑ Gestionnaires passant de 15 à 6
 - 8 postes transférés et 2 postes abolis -
ratio d'encadrement passant de 1 : 9 à 1 : 13
- ❑ Transfert de postes de chargés de communication dans les services corporatifs suite à la décentralisation du soutien sectoriel
- ❑ 5 postes au total abolis pour convertir d'autres postes en fonction des besoins opérationnels et de l'organisation du travail

Budget 2011

- **Direction des communications**
 - Réorganisation – diminution des coûts : 1 000,0 \$
 - Honoraires externes : diminution de 10 % 26,0 \$
 - Proposition d'une diminution du nombre d'utilisateurs de la revue de presse de 250 à 125 : 69,0 \$

- **Ville de Montréal :**
 - Proposition d'augmentation des tarifs de transactions Web : 375,0 \$
 - Proposition de réaliser par la Direction de produire les listes de presse spécialisées pour tous les arrondissements : 10,0 \$
 - Économies d'échelles – Centre d'impression : 100,0 \$

Globalement, le budget de dépenses de fonctionnement de la direction diminuera de 5,4 % en mettant notamment en place les changements envisagés