

## **Présentation à l'intention des membres de la Commission sur les finances et l'administration**

### **Budget 2021**

Service de l'expérience citoyenne et des communications

Date : 19 novembre 2020

## Liste des acronymes

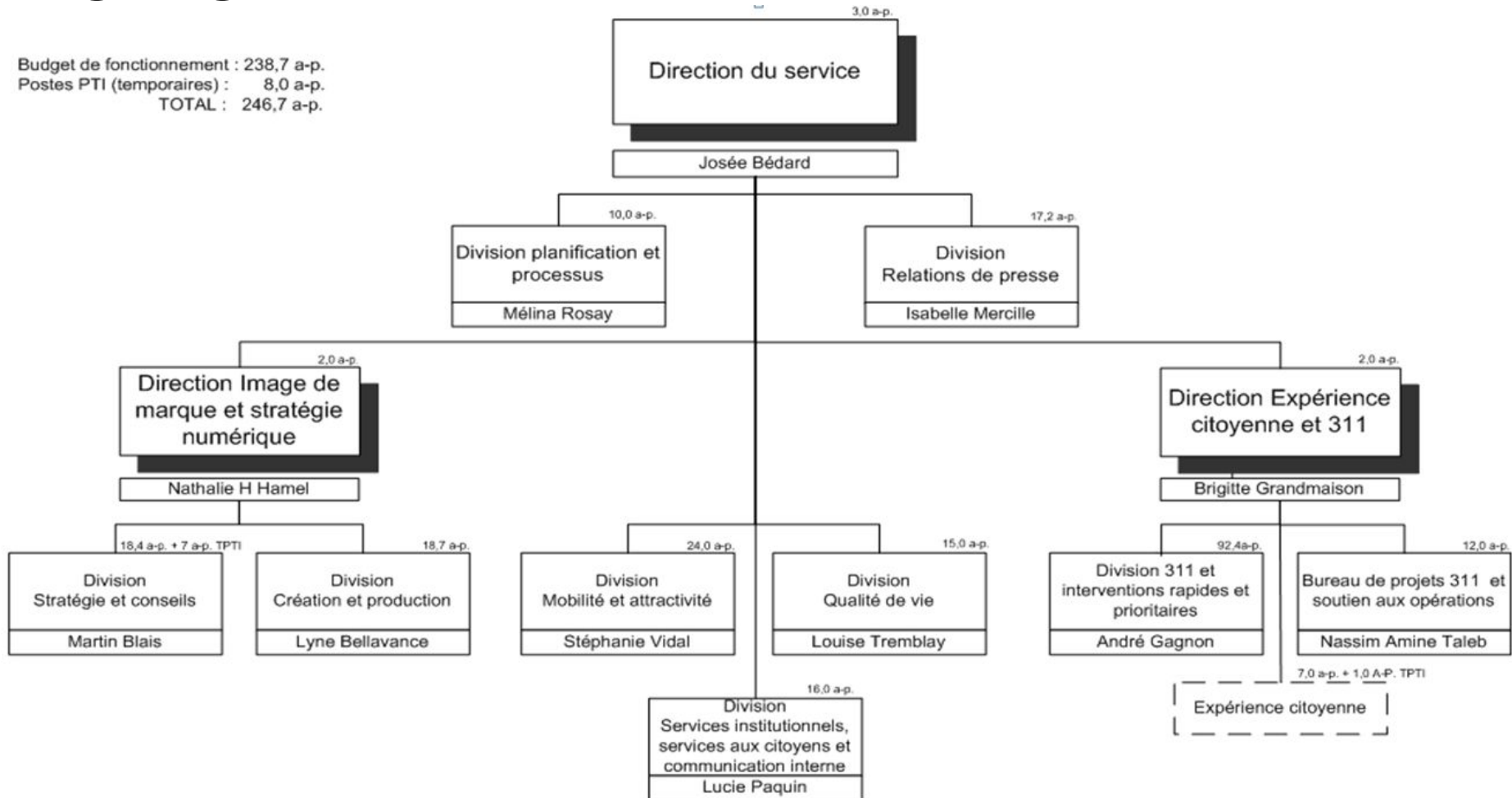
<b>CCMU</b>	Centre de coordination des mesures d'urgence
<b>IRP</b>	Interventions rapides et prioritaires
<b>GDC</b>	Gestion des demandes des clients
<b>REMC</b>	Réseau d'étalonnage municipal du Canada
<b>SECC</b>	Service de l'expérience citoyenne et des communications
<b>SRRR</b>	Stationnement sur rue réservé aux résidents

## Mission

Le Service de l'expérience citoyenne et des communications (SECC) a pour mission de créer une expérience citoyenne simplifiée et fluide en établissant des liens intelligibles, compréhensibles et logiques entre les actions de la Ville et la population. Porte-étendard de la Ville, il fait rayonner celle-ci en la rendant inspirante, attrayante et accueillante.

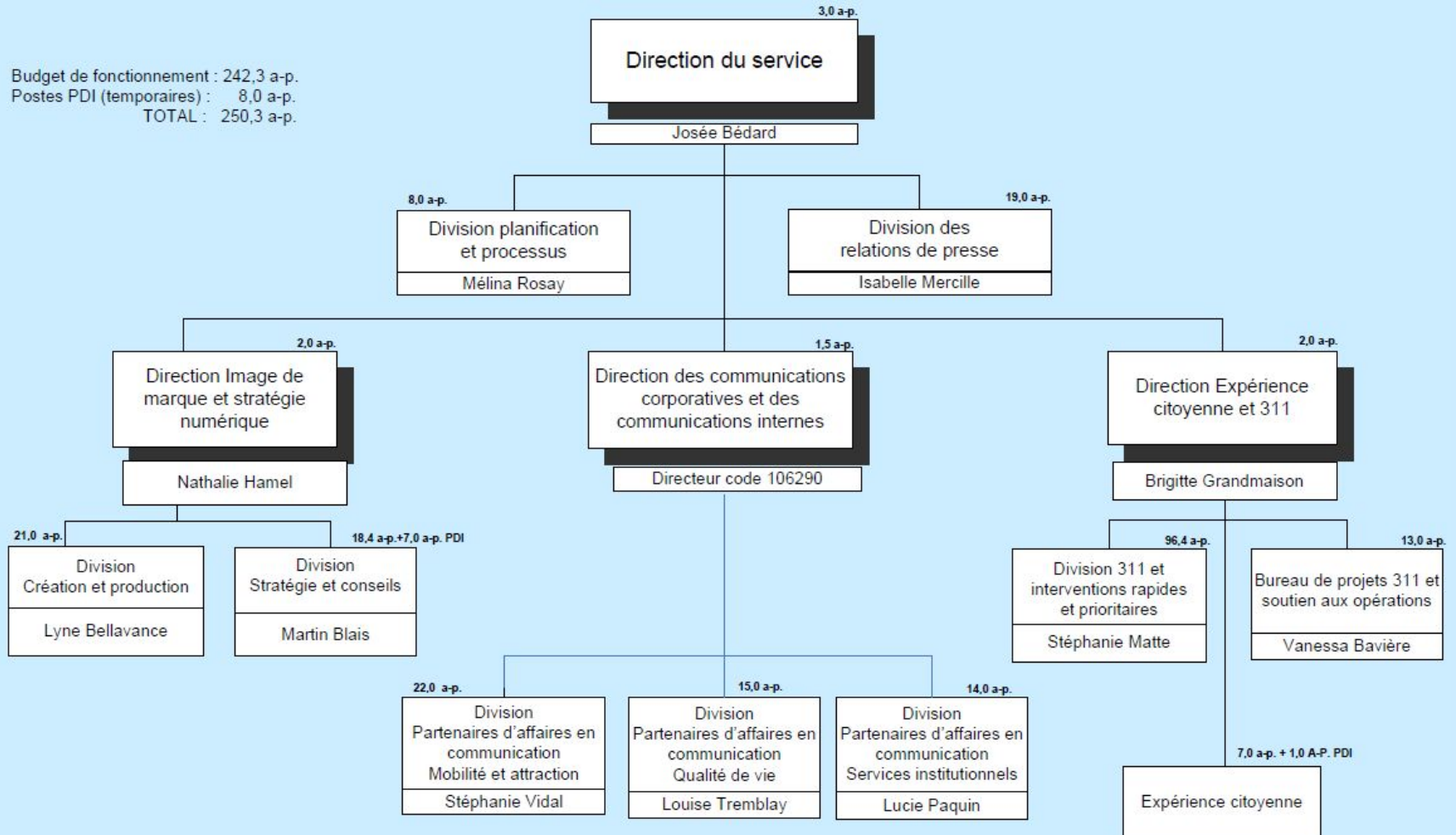
## Organigramme 2020

Budget de fonctionnement : 238,7 a-p.  
 Postes PTI (temporaires) : 8,0 a-p.  
 TOTAL : 246,7 a-p.



## Organigramme 2021

Budget de fonctionnement : 242,3 a-p.  
 Postes PDI (temporaires) : 8,0 a-p.  
 TOTAL : 250,3 a-p.



## Faits saillants 2020 (COVID) et impacts

En tant que responsable de la mission communications du Centre de coordination des mesures d'urgence (CCMU), les efforts du SECC ont été redirigés vers la gestion de la pandémie de COVID-19 pour l'ensemble de l'agglomération dès le mois de mars 2020. 158 employés et employées du SECC y ont consacré de 20 à 100 % de leur temps, au plus fort de la crise, pour soutenir les opérations d'urgence du CCMU 24 h / jour, 7 jours / 7, sans oublier les autres urgences découlant de la crue des eaux, des chaleurs extrêmes et de la crise du logement.

Le SECC maintient à ce jour son soutien communicationnel aux opérations aussi longtemps que les mesures d'urgence seront en vigueur. La fermeture des installations dans un premier temps, leur réouverture progressive, combinée à des consignes sanitaires spécifiques, la mise en place d'aménagements temporaires, puis leur retrait, ont été au coeur de la communication de la Ville depuis mars 2020, sans oublier les opérations de relations de presse concernant les personnes itinérantes.

Voici quelques chiffres qui illustrent l'ampleur des opérations prises en charge par le SECC pour informer la population, comprendre les préoccupations pendant cette gestion de crise et répondre aux besoins en communication des organisations sous la gouverne du CCMU:

- **Du 15 mars au 16 mai:** Le réseau 311 a traité **91,140 appels** vs **110,873 appels** à la même période en 2019 (**baisse de 18%**).
- **Du 17 mai au 18 juillet:** Le réseau 311 a traité **152,663 appels** vs **125,119 appels** à la même période en 2019 (**hausse de 22%**).
- Le Centre de services 311 a aussi aidé le 211 par un prêt de ressources pour les appels aux personnes âgées du 6 avril au 8 mai (5 semaines)

## Faits saillants 2020 (COVID) et impacts suite

### Appels au 311 / services les plus demandés

Activités GDC	Appels totaux		
	2020 13 Mars à 16 Juillet	2019 13 Mars à 16 Juillet	Aug en %
<b>1. Cour municipale</b>	8176	6546	<b>24,90%</b>
<b>2. Écocentre</b>	4660	2240	<b>108,04%</b>
<b>3. Organismes divers + IRP - Mesure d'urgence IRP</b> (utilisée quand on réfère un citoyen vers une autre entité, ex: 811, 211, etc.)	5105 4622 + 483	1596 1577 + 19	<b>219,86%</b>
<b>4. SRRR</b>	4434	3346	<b>32,52%</b>
<b>5. Prise de rendez-vous</b> (bureaux des permis)	3787	N/A	<b>N/A</b>
<b>6. Sports et Loisirs</b> (installations aquatiques, modules de jeux, skate parc, jardins communautaires, etc.)	3443	2947	<b>16,83%</b>
<b>7. Société paramunicipal et opération 1er juillet</b> (aide au relogement)	432	251	<b>72,11%</b>

## Faits saillants 2020 (COVID) et impacts suite

- Participation aux réunions quotidiennes de coordination des mesures d'urgence au plus fort de la crise, rencontres hebdomadaires depuis l'été. Participation à six comités de travail sur la reprise des activités.
- 56 réunions avec les arrondissements et les villes liées.
- 315 affiches en français et en anglais sur les mesures sanitaires, les fermetures et les ouvertures des installations.
- 465 publications sur les médias sociaux.
- 91 publications diffusées au personnel de la Ville et 15 nouvelles pages dans l'Intranet et l'Extranet mises à jour en continu.
- Plus de 5,9 millions de visites et 15,3 millions de pages vues depuis le début de l'année, sur le site **montreal.ca** (en date du 30 septembre).
- Création d'information en temps réel, trois cartes interactives sur les voies actives sécuritaires, les lieux pour se rafraîchir pendant les chaleurs extrêmes et les heures d'ouverture des aréna et des piscines pour la pratique libre.
- Élaboration des contenus pour plus d'une dizaine de nouveaux services numériques pour simplifier la vie de la population (permis de rénovation et de transformations intérieures, permis de café-terrasse, déclaration d'un foyer, réservation pour l'accès à la piscine, renouvellement permis SRRR, entrées en plomb: demande pour pichets d'eau. D'ici la fin 2020, des services numériques s'ajouteront (obtenir le solde de compte de taxes, suggestions d'achats pour les bibliothèques, requêtes 311 pour un signalement lié à un puisard).
- Plusieurs campagnes d'information et de sensibilisation, étroitement liées aux situations d'urgences dont: le déménagement dans le contexte de la pandémie, les règles sanitaires d'usage dans les parcs, la relance économique et les programmes d'aide aux entreprises et aux commerçants.
- La campagne «Dites merci au suivant» a généré plus de 143 000 visionnements sur les réseaux sociaux et de nombreux commentaires positifs.
- 1 300 demandes des médias liées aux mesures d'urgence traitées et 20 événements de presse organisés.



# Budget de fonctionnement 2021

## Plan de la présentation

- Objectifs et réalisations 2020
- Indicateurs REMC
- Indicateurs du service ou de l'organisme
- Bilan en matière de santé et sécurité au travail
- Évolution budgétaire 2020
- Objectifs 2021
- Budget 2021
  - Revenus et dépenses par compétences
  - Principaux écarts 2021 vs 2020
  - Revenus et dépenses par objets
  - Dépenses par objets – explications d'écarts
  - Dépenses par catégories d'emplois
  - Variations de l'effectif par catégories d'emplois
- Période de questions

## Objectifs et réalisations 2020

**Objectif 1 :** Au 1<sup>er</sup> trimestre, avoir établi et diffusé à l'ensemble des partenaires internes une offre de service permettant d'augmenter l'impact positif des communications auprès des citoyens.

**Réalisation :** L'offre de service du SECC a été diffusée à l'ensemble des partenaires internes. La possibilité de faire une demande en communication en ligne pour tous les services a été ajoutée à notre offre. Une réponse est fournie au demandeur dans les 48 heures, améliorant l'efficacité du SECC. Cette méthode de travail complète l'intégration du logiciel de gestion de projet Asana et l'ajout d'outils collaboratifs pour l'ensemble du personnel du SECC.

**Objectif 2 :** Au 1<sup>er</sup> trimestre, avoir diffusé à l'ensemble des intervenants de la Ville, le Guide de communication des travaux d'infrastructure et d'aménagement afin d'améliorer la satisfaction des citoyens eu égard à la gestion des travaux.

**Réalisation :** Tous les arrondissements et intervenants de la Ville ont accès, via le disque partagé, à une trousse d'outils de communication permettant de standardiser et d'uniformiser les communications à la population dans le cadre de travaux d'infrastructure et d'aménagement. Plus d'une centaine de personnes ont maintenant accès à cette trousse. De plus, une vingtaine de séances d'information et de consultations entourant les travaux ont eu lieu en 2020.

## Objectifs et réalisations 2020

**Objectif 3 :** Au 3<sup>e</sup> trimestre, avoir déposé une analyse exhaustive préalable à une démarche potentielle de renouvellement de l'image de marque de la Ville.

**Réalisation :** Une charte de projet a été présentée à la direction générale au printemps 2020. Le milieu des affaires a signifié son intérêt de procéder dans le contexte de vive concurrence internationale.

**Objectif 4 :** Au 3<sup>e</sup> trimestre, une recommandation sur la déclaration de service aux citoyens sera déposée à la Direction générale.

**Réalisation :** La recommandation sur la déclaration de service sera présentée à la Direction générale le 11 novembre 2020.

**Objectif 5 :** Au 3<sup>e</sup> trimestre, avoir participé activement à la planification et à l'organisation de l'événement sur la transition écologique liée à l'alignement stratégique de la Ville: vision 2030.

**Réalisation :** Compte tenu du contexte de la pandémie, cet événement a été reporté. Le SECC a cependant travaillé à la réorientation de l'alignement stratégique tant au niveau des contenus que de la communication qui y sera associée.

## Objectifs et réalisations 2020

**Objectif 6 :** Au 4<sup>e</sup> trimestre 2020, tous les appels et courriels des arrondissements volontaires seront regroupés au Centre de services du 311.

**Réalisation :** À ce jour, 11 arrondissements sont regroupés au Centre de services du 311, deux autres arrondissements seront regroupés d'ici la fin de l'année en cours.

**Objectif 7 :** Avoir complété la mise en ligne des contenus prévus à la feuille de route 2020 de montreal.ca.

**Réalisation :** L'ensemble des activités prévues à la feuille de route sont en voie d'être complétées avec ajustement en fonction des disponibilités des services.

**Objectif 8 :** Avoir réduit de 7 % le nombre de comptes de médias sociaux existants dans l'écosystème numérique de la Ville d'ici la fin 2020 en accompagnant les unités d'affaires dans la réalisation de cet objectif.

**Réalisation :** À ce jour, une réduction de 5,15 % du nombre de comptes médias sociaux a été réalisée, pour un total de 15 comptes fermés. Cinq autres comptes sont en cours de fermeture d'ici la fin de l'année permettant d'atteindre l'objectif de 7 % de réduction.

## Objectifs et réalisations 2020

**Objectif 9** : Au 4<sup>e</sup> trimestre, avoir déposé un rapport d'évaluation de la satisfaction, de l'utilisation et des attentes des citoyens par rapport à la carte Accès Montréal ainsi qu'une analyse de l'efficacité des opérations en vue de développer une carte citoyenne en 2021.

**Réalisation** : Le SECC a déposé un rapport de sondage concernant la carte Accès Montréal. Un diagnostic préliminaire sur la carte universelle a été déposé et accepté pour une poursuite du diagnostic.

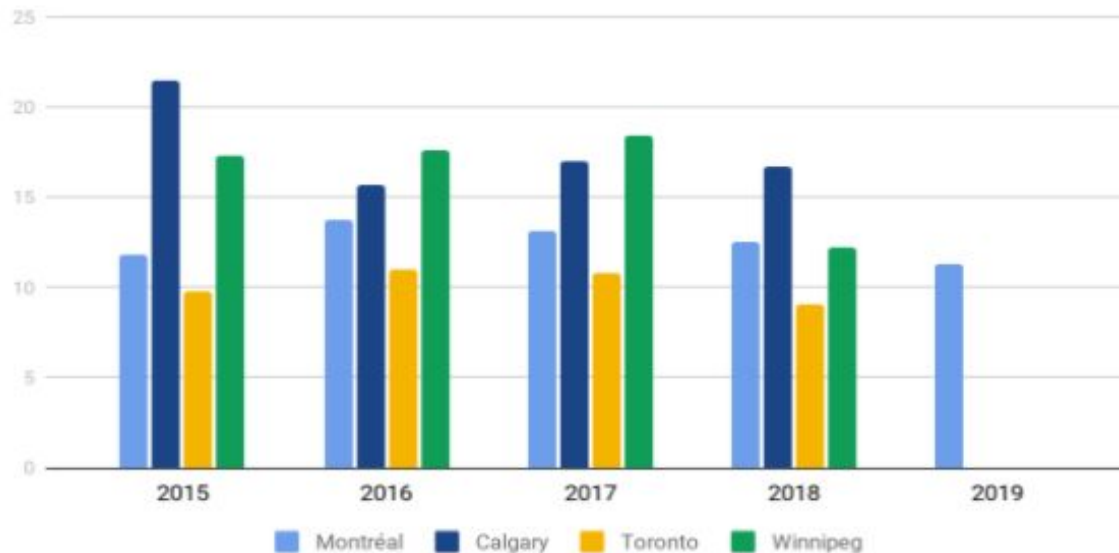
## Liste des indicateurs suivis régulièrement

- Réponse aux appels du 311 en moins de 100 secondes - cible: 80 %
- Nombre d'appels abandonnés au 311- cible: moins de 10 %
- Temps de réponse aux courriels reçus au 311- cible: moins de 2 jours
- Nombre de visites sur le site web montréal.ca
- Nombres de comptes créés sur montréal.ca
- Nombre d'abonnés pour les comptes Facebook, Twitter et LinkedIn
- Taux d'engagement sur les médias sociaux

## Indicateurs REMC

Note: Les données des autres villes ne sont pas disponibles.

Nombre de consultations sur le site web de la Ville par habitant



Le nombre de consultations correspond au nombre de pages vues.

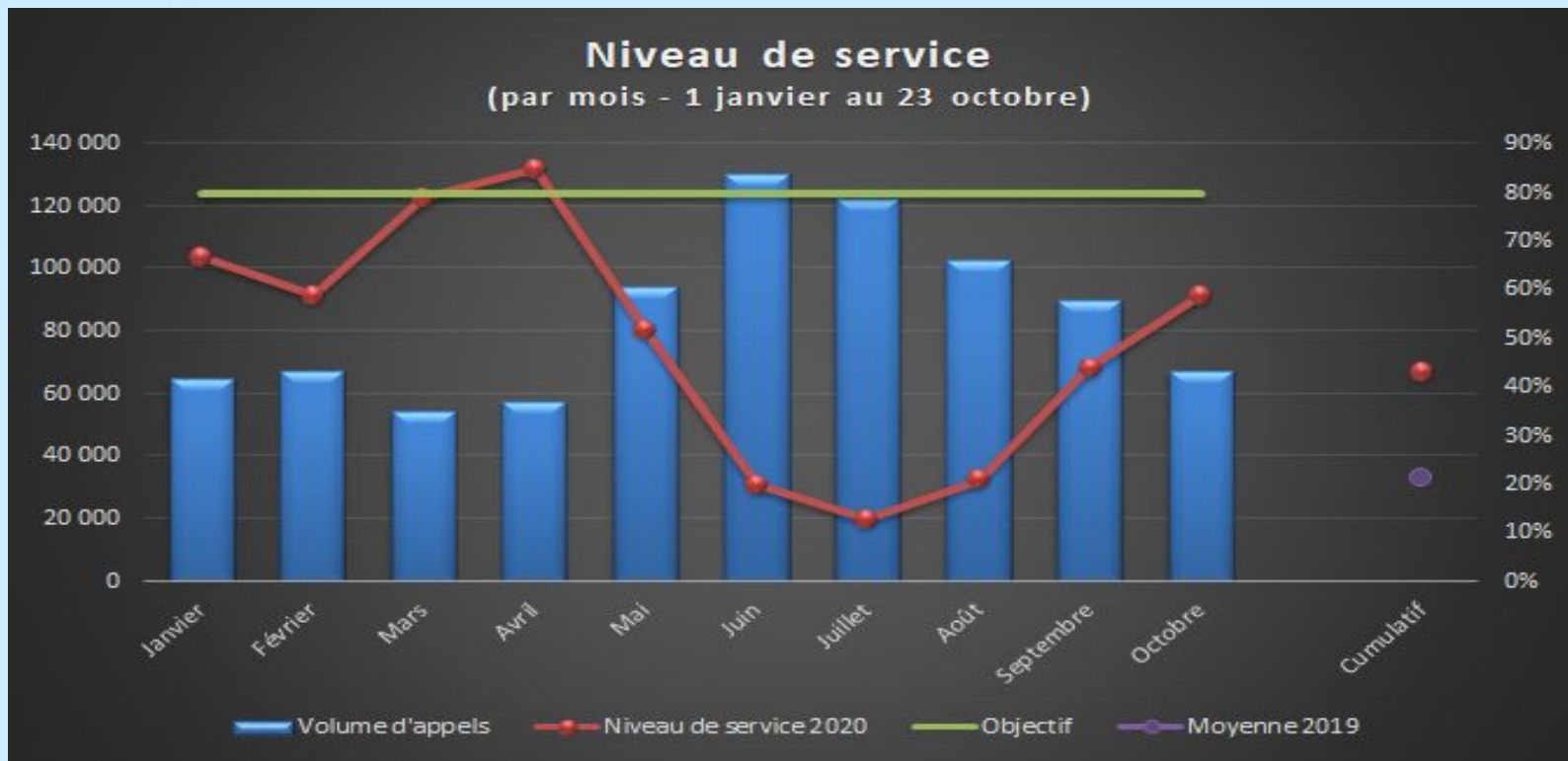
	2015	2016	2017	2018	2019
Montréal	11.77	13.72	13.13	12.53	11.31
Calgary	21.43	15.72	16.96	16.67	
Toronto	9.8	10.97	10.75	9.07	
Winnipeg	17.34	17.66	18.47	12.18	



## Indicateurs clés du Service

### Réseau 311 (tous les arrondissements + Info-Travaux)

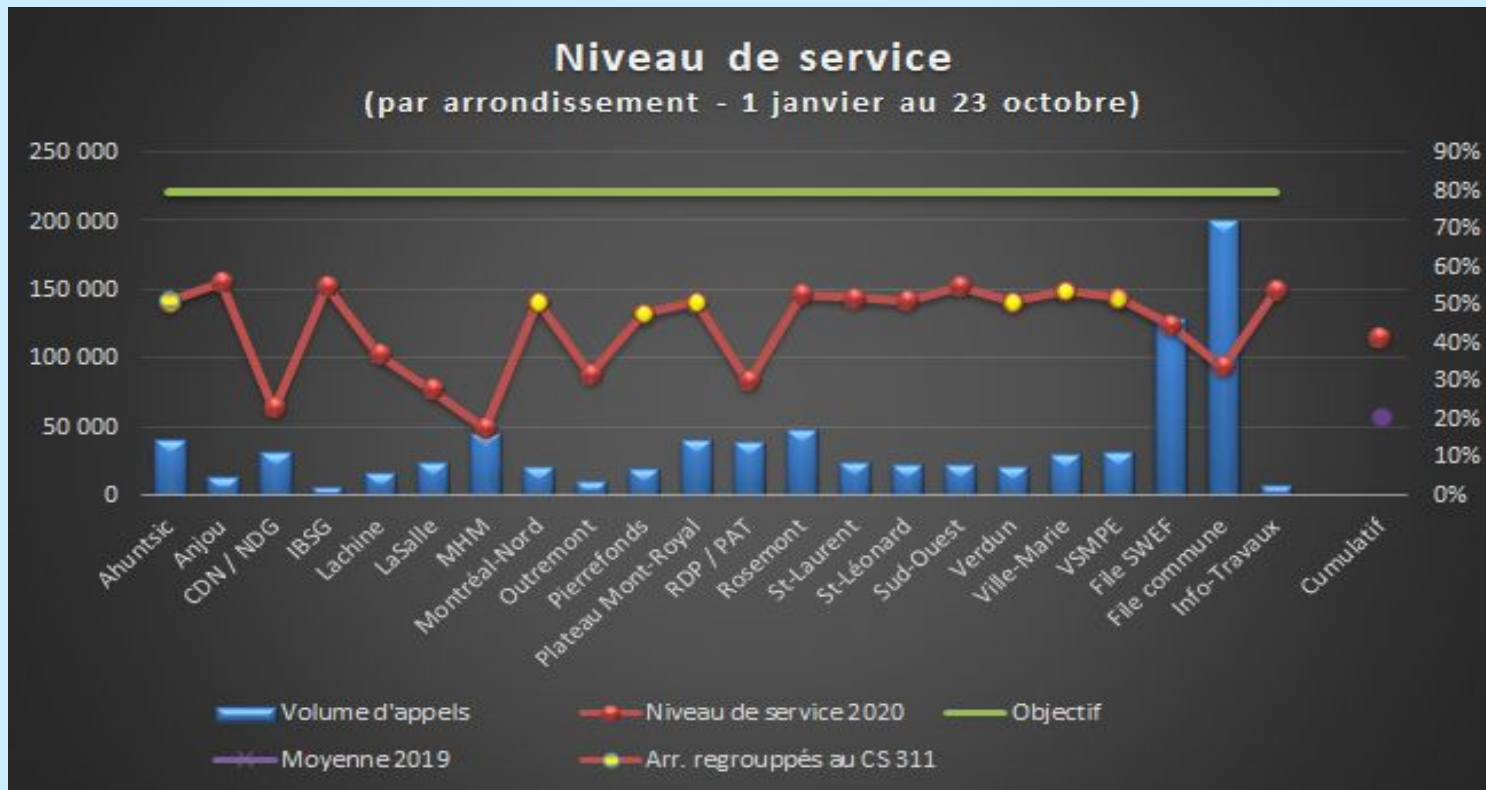
Cible: 80 % des appels doivent être décrochés en moins de 100 secondes



La cible de niveau de service n'a pas été atteinte compte tenu de l'augmentation du volume d'appels liés aux demandes citoyennes. Nous notons par ailleurs une amélioration significative du niveau de service global du réseau 311 de 2019 à 2020

## Indicateurs clés du Service

Performance de la téléphonie 311 par arrondissement - cible du 80 %

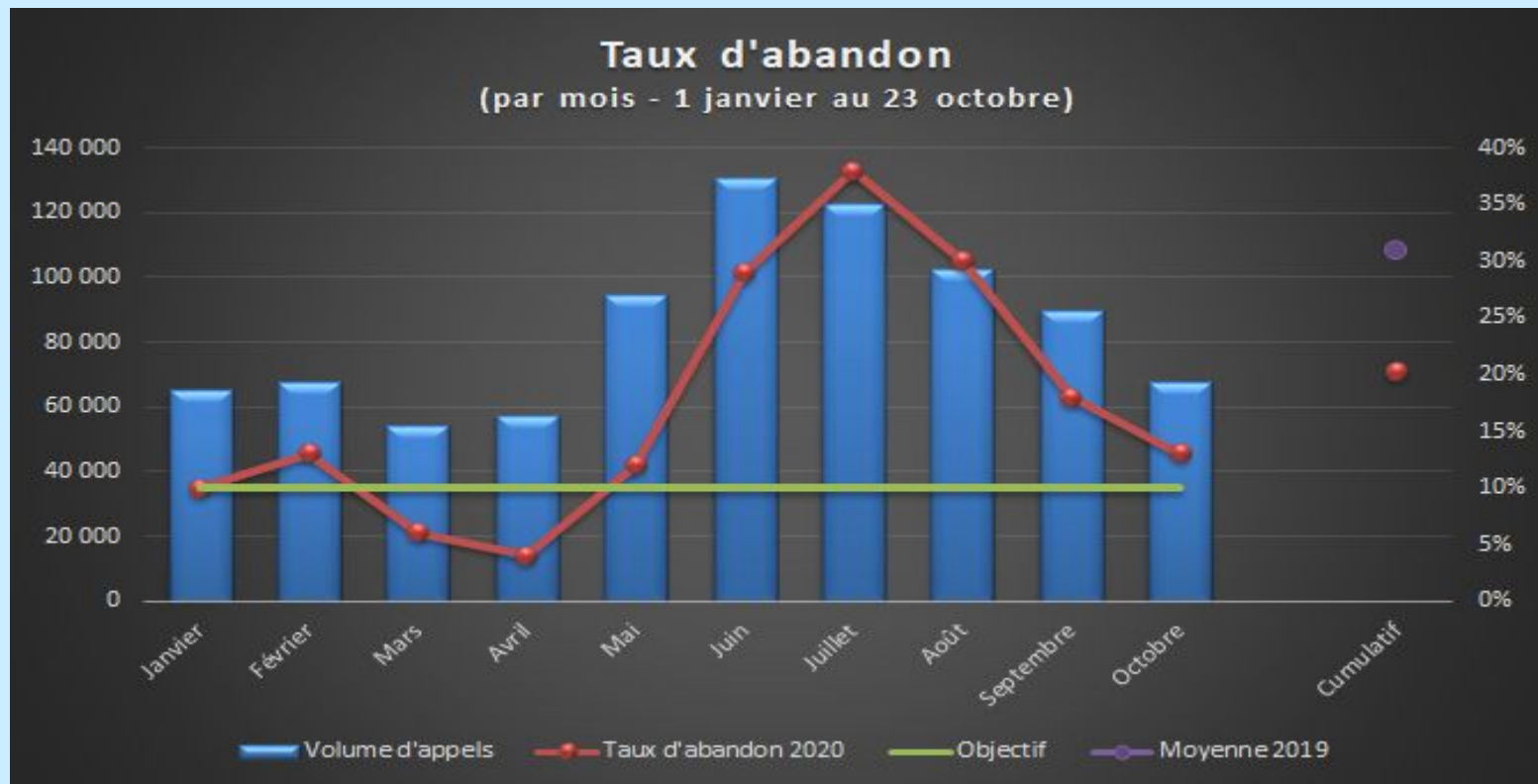


On constate une amélioration significative de plus de 20 points pour cet indicateur pour l'ensemble du réseau 311. Le Centre de service 311 (incluant les arrondissements regroupés), a répondu à 49% des appels en 100 secondes,

## Indicateurs clés du Service

### Réseau 311 (tous les arrondissements + Info-Travaux)

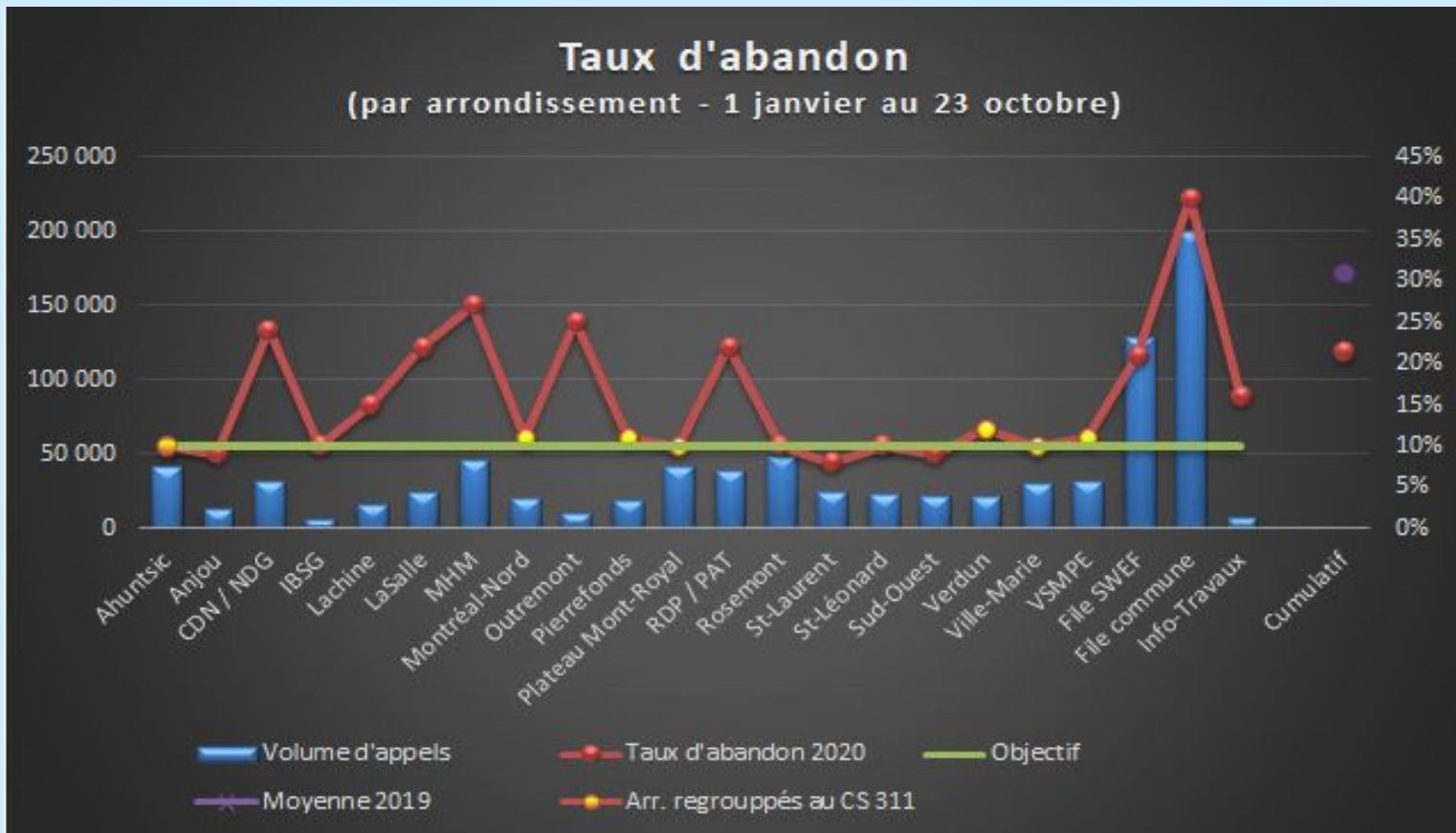
Cible: Moins de 10 % d'appels abandonnés



La cible du taux d'abandon n'a pas été atteinte compte tenu de l'augmentation du volume d'appels liés aux demandes citoyennes. Par contre, nous notons tout de même une amélioration du taux d'abandon de 2019 à 2020.

## Indicateurs clés du Service

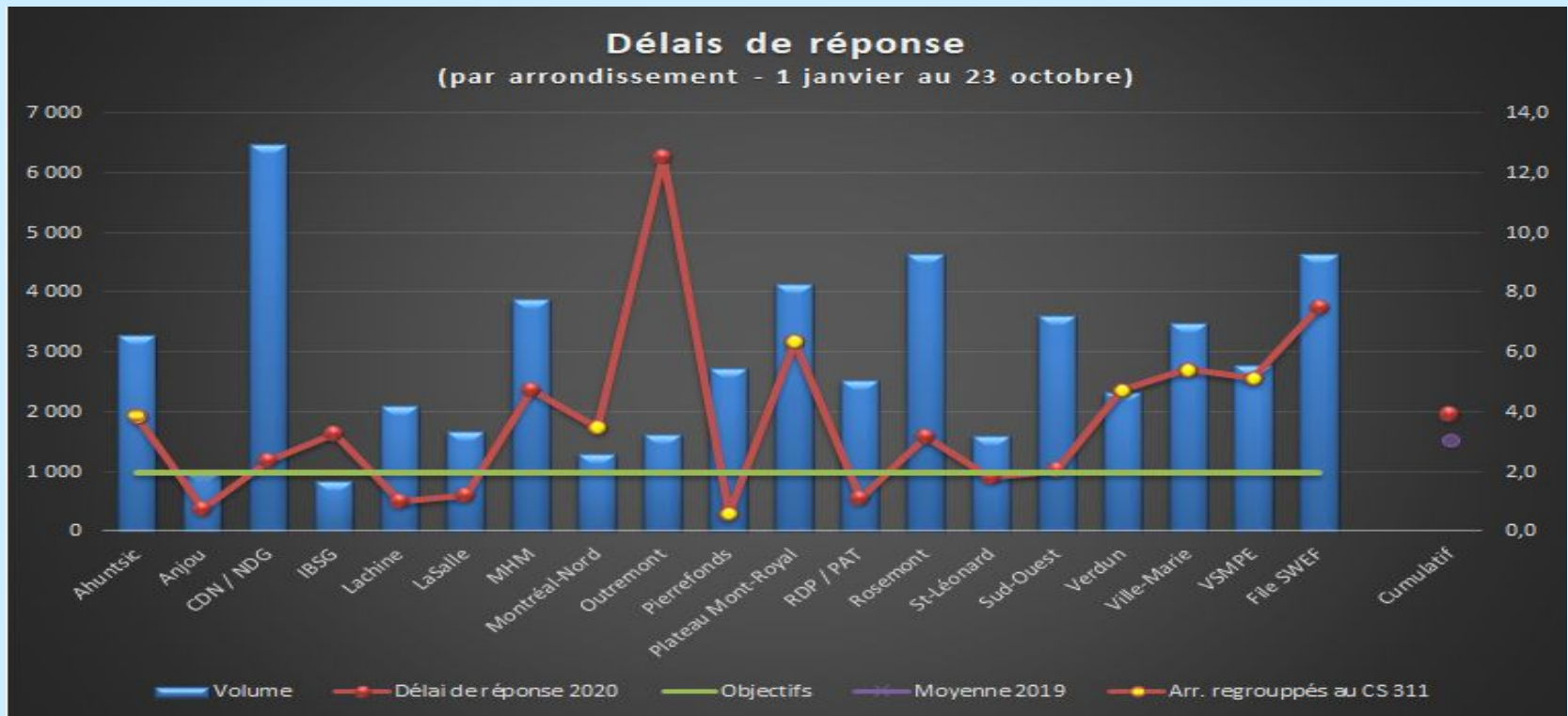
Performance de la téléphonie 311 par arrondissement - cible moins de 10 %



## Indicateurs clés du Service

### Réseau 311

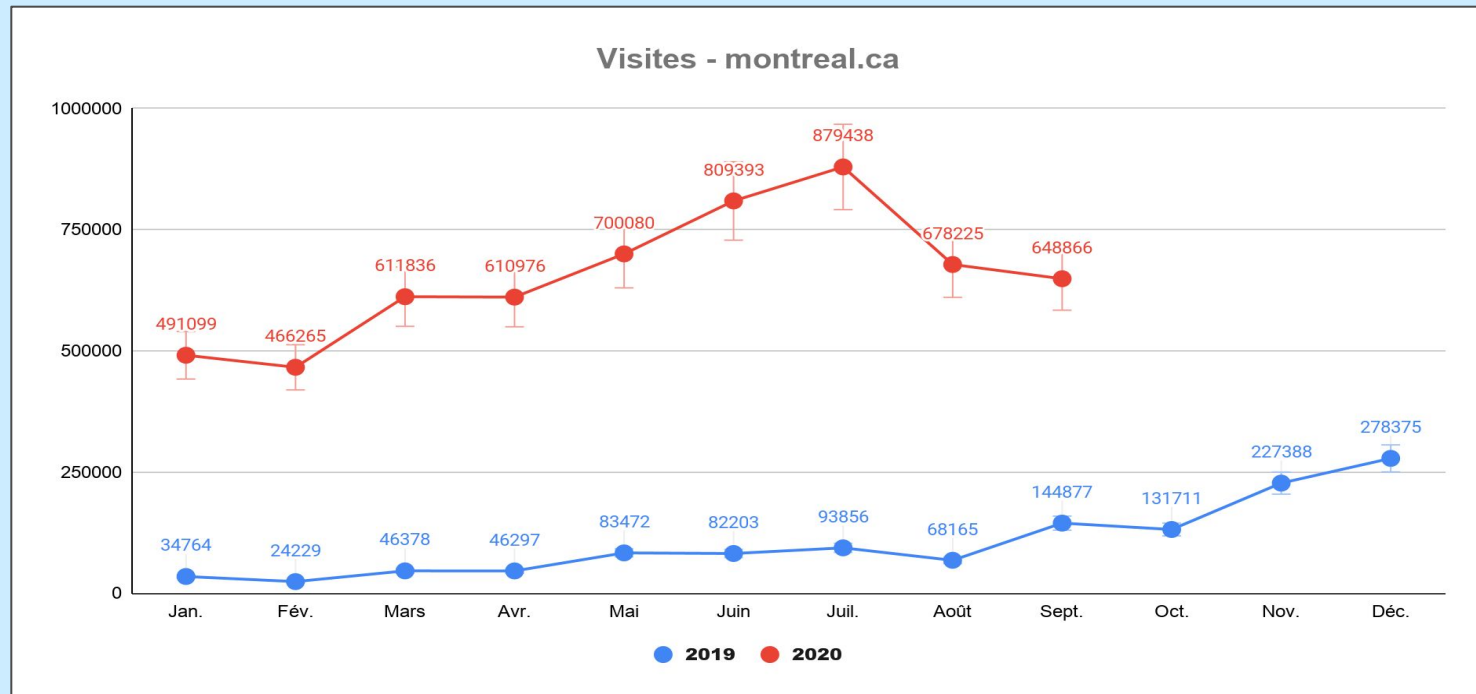
Cible: Répondre aux courriels en moins de 2 jours



Plus de 54 000 courriels reçus, délai moyen 4 jours. La cible de délai de réponse n'a pas été atteinte compte tenu de l'augmentation du volume d'appels liés aux demandes citoyennes.

## Indicateurs clés du Service

### Fréquentation de montreal.ca

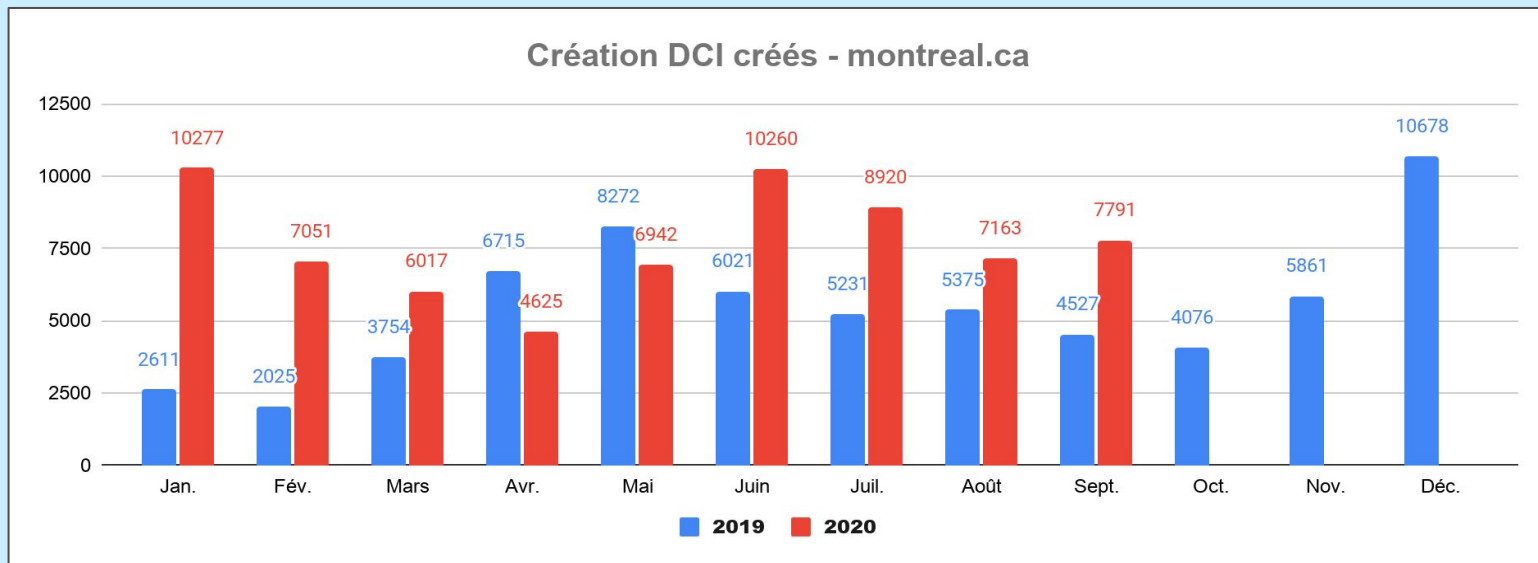


Montreal.ca est officiellement lancé le 16 décembre 2019. On remarque une nette progression de la fréquentation entre 2019 et 2020. Le sujet du coronavirus est le plus consulté et recherché pour la période de mars à juillet. Les informations en lien avec le retour progressif des activités ont notamment permis d'atteindre des sommets en juin (809 393 visites) et juillet (879 438 visites).



## Indicateurs clés du Service

### Nombre de comptes créés (DCI) sur montréal.ca

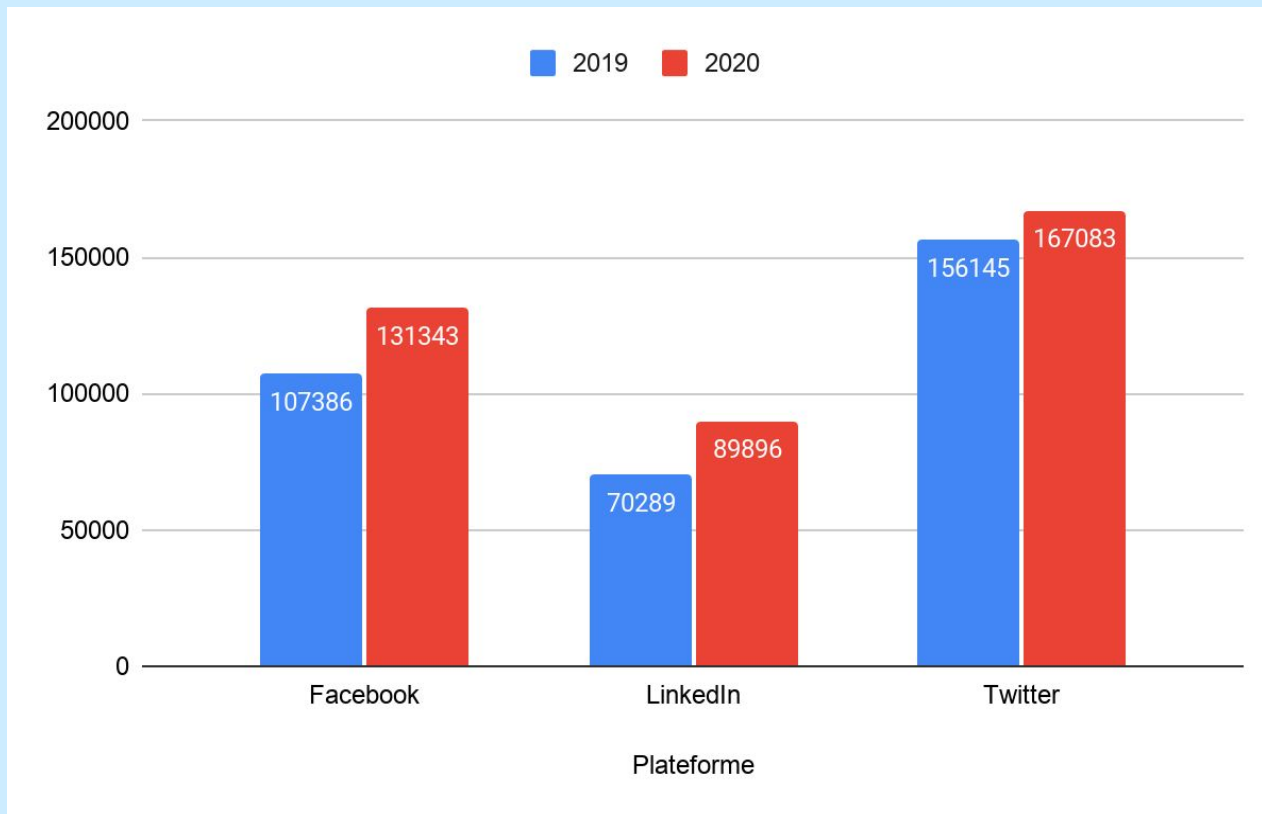


La création de comptes Dossier citoyen intégré (DCI) a connu une **croissance de 55 %** pour les neuf premiers mois de 2020 par rapport à la même période l'an dernier. Les résultats de janvier sont liés au lancement du permis animalier en ligne. Les performances obtenues en juin et juillet correspondent probablement au retour progressif des activités et concordent aux résultats de fréquentation pour la même période.

## Indicateurs clés du Service

### Nombre d'abonnés pour les comptes Facebook, Twitter et LinkedIn

Note: le nombre d'abonnés en date du 30 septembre : plus d'abonnés sont à prévoir d'ici décembre 2020



La stabilité ou la progression indique que les contenus répondent aux attentes des cibles visées. On remarque une augmentation de personnes abonnées sur toutes les plateformes. La crise de la Covid-19 a nécessairement influencé le besoin de la population de se tenir informée de la situation. Les réseaux sociaux ont joué leur rôle et l'augmentation est plus grande que ce que nous observons habituellement sur une année.

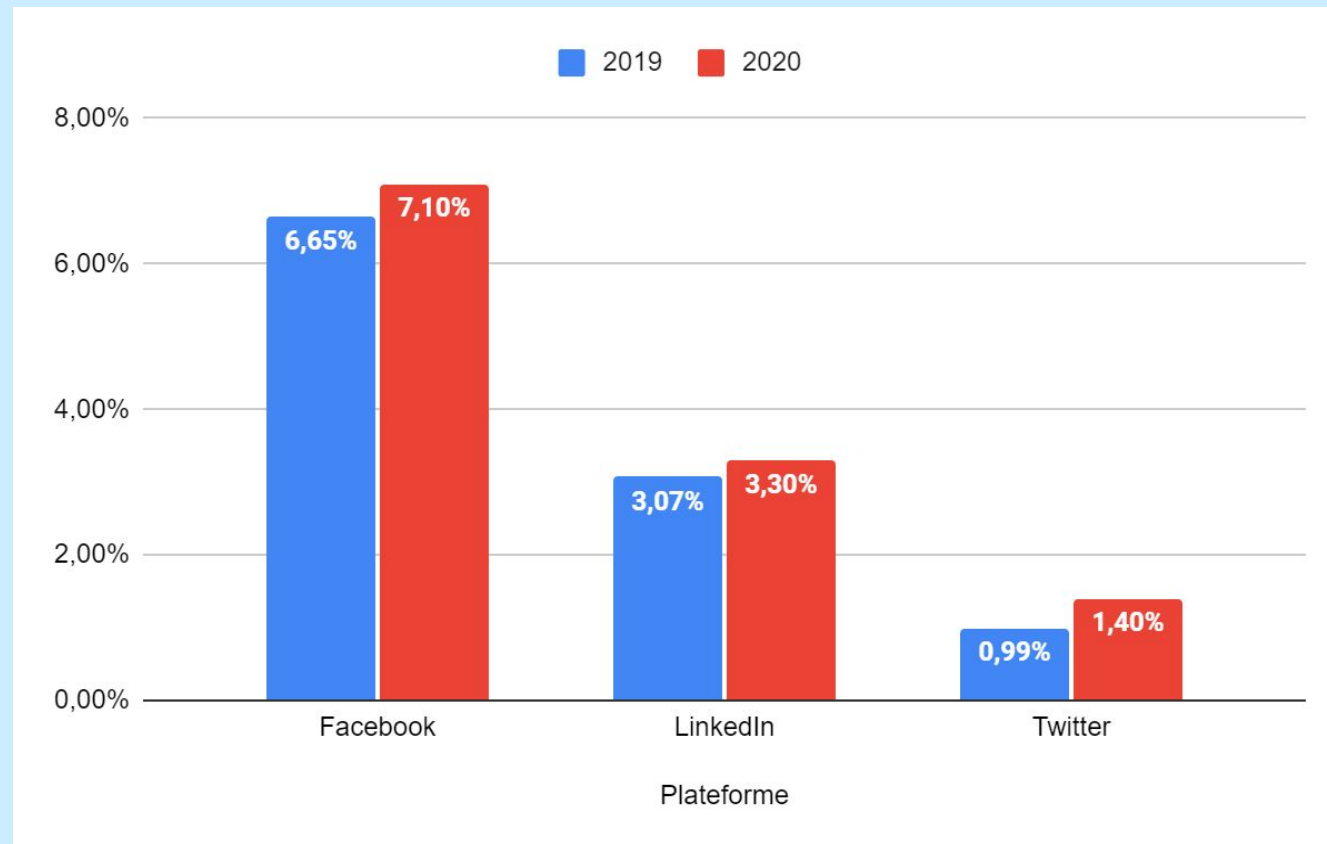


## Indicateurs clés du Service

### Taux d'engagement sur les médias sociaux

Plus les pourcentages sont élevés, plus les citoyens et citoyennes portent une attention aux contenus proposés.

Note: le taux d'engagement de 2020 est calculé du 1<sup>er</sup> janvier au 30 septembre.



On remarque plus d'engagements de manière générale depuis le début de la Covid-19. Combinés à de bonnes pratiques en gestion de communautés, les résultats observés cette année sont positifs.

## Bilan en matière de santé et sécurité au travail

	2019 ( 28 août)	2020 (30 septembre)
Taux d'absentéisme maladie	7,76%	6,49%
Taux d'absentéisme-toutes les absences	9,12%	8,58%
	2019 (30 juin)	2020 (30 septembre)
Santé et sécurité	1 lésion avec perte de temps	3 lésions avec perte de temps 1 lésion sans perte de temps
Taux de fréquence	1,3	2,27%
Jour perdu	46	280
Ratio d'assignation temporaire	14,8%	2,4%

## Évolution budgétaire 2020 – Revenus

### Revenus - évolution budgétaire 2020

(en milliers de dollars)

	Conseil municipal	Conseil d'agglomération	Total
<b>Budget original 2020</b>	323,1	-	323,1
Subventions - MTQ - Projet Vision Zéro	13,8	-	13,8
<b>Budget modifié 2020</b>	336,9	-	336,9
<b>Prévisions 2020</b>	336,9	-	336,9
<b>Surplus (déficit)</b>	-	-	-
<b><u>Explications des principaux écarts</u></b>			
Aucun			
	-	-	-

## Évolution budgétaire 2020 – Dépenses

### Dépenses - évolution budgétaire 2020

(en milliers de dollars)

	Conseil municipal	Conseil d'agglomération	Total
<b>Budget original 2020</b>	<b>28 700,2</b>	<b>-</b>	<b>28 700,2</b>
Transfert de 3 postes d'agent de communications sociales en provenance de l'arrondissement du Plateau-Mont-Royal et ainsi qu'un budget de l'arrondissement Lachine vers la Division des opérations 311	279,2	-	279,2
Transfert de 3 postes professionnels du Service de la performance organisationnelle	284,5	-	284,5
Virement de crédit en provenance du Bureau de la transition écologique et de la résilience, dans le cadre du Plan climat	100,0	-	100,0
Campagne de communication sur le thème de la Vision zéro	13,8	-	13,8
Contribution au plan de redressement 2020 pour contrer la crise économique et financière	(1 120,0)	-	(1 120,0)
<b>Budget modifié 2020</b>	<b>28 257,7</b>	<b>-</b>	<b>28 257,7</b>
<b>Prévisions 2020</b>	<b>27 847,7</b>	<b>-</b>	<b>27 847,7</b>
<b>Surplus (déficit)</b>	<b>410,0</b>	<b>-</b>	<b>410,0</b>
<b><u>Explications des principaux écarts</u></b>			
Ralentissement des activités en lien avec le contexte de la pandémie (COVID-19)	410,0	-	410,0
	<b>410,0</b>	<b>-</b>	<b>410,0</b>

## Objectifs 2021

- Au 1<sup>er</sup> trimestre, avoir mis en place des indicateurs de gestion et de communication pour le SECC.
- Au 1<sup>er</sup> trimestre, avoir complété l'an 2 de la campagne de communication hivernale tout en l'adaptant aux consignes de santé publique en temps de pandémie.
- Au 2<sup>e</sup> trimestre, promouvoir auprès de la population les services numériques disponibles et les services offerts par le Centre de services 311.
- Au 2<sup>e</sup> trimestre 2021, avoir débuté le déploiement d'une campagne de communication ayant pour objectif de favoriser l'acceptabilité sociale des travaux d'aménagement et d'infrastructure réalisés par la Ville et les arrondissements.

## Objectifs 2021 suite

- Au terme de l'exercice financier 2021, avoir déployé quatre grands projets clés de la feuille de route des projets de l'expérience citoyenne (participation publique et engagement citoyen, budget participatif, gestion des insatisfactions et déclaration de services).
- Avoir terminé en 2021 le regroupement au Centre de services 311 des appels et des courriels des arrondissements volontaires.
- À la fin 2021, avoir complété la mise en ligne des contenus prévus à la feuille de route 2021 de montreal.ca et avoir intégré la majorité des contenus de l'ancien portail à cette nouvelle vitrine principale de la Ville.
- Au 4<sup>e</sup> trimestre, avoir identifié avec le Service des technologies de l'information, la solution appropriée pour orienter la refonte de l'Intranet.

## Budget 2021– Revenus et dépenses par compétences

(en milliers de dollars)

	Revenus						
	Réel comparatif 2016	Réel comparatif 2017	Réel comparatif 2018	Réel comparatif 2019	Prévision comparative 2020	Budget comparatif 2020	Budget 2021
<b>Conseil municipal</b>	416,5	396,0	365,0	424,2	336,9	323,1	329,2
<b>Conseil d'agglomération</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>416,5</b>	<b>396,0</b>	<b>365,0</b>	<b>424,2</b>	<b>336,9</b>	<b>323,1</b>	<b>329,2</b>

(en milliers de dollars)

	Dépenses						
	Réel comparatif 2016	Réel comparatif 2017	Réel comparatif 2018	Réel comparatif 2019	Prévision comparative 2020	Budget comparatif 2020	Budget 2021
<b>Conseil municipal</b>	23 542,7	23 552,3	23 947,7	24 100,1	27 842,5	28 933,3	28 752,5
<b>Conseil d'agglomération</b>	274,3	61,1	2,2	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>23 817,0</b>	<b>23 613,4</b>	<b>23 949,9</b>	<b>24 100,1</b>	<b>27 842,5</b>	<b>28 933,3</b>	<b>28 752,5</b>

## Principaux écarts 2021 vs 2020 – Revenus

### Principaux écarts - volet des revenus

(en milliers de dollars)

	Conseil municipal	Conseil d'agglomération	Total
<b>Comparatif 2020</b>	323,1	-	323,1
Indexation des revenus reliés à la tarification (Carte accès Montréal)	6,1		6,1
Variation totale	6,1	-	6,1
<b>Budget 2021</b>	329,2	-	329,2



## Principaux écarts 2021 vs 2020 – Dépenses

### Principaux écarts - volet des dépenses

(en années-personnes et en milliers de dollars)

	A-P.	Conseil municipal	Conseil d'agglomération	Total
<b>Comparatif 2020</b>	<b>241,7</b>	<b>28 933,3</b>	<b>-</b>	<b>28 933,3</b>
<b><u>Augmentations</u></b>				
<b>Centre de services 311</b>				
Transfert d'un budget de l'arrondissement Lachine vers le Centre de services 311		88,8		88,8
<b>Transferts</b>				
Transfert d'un poste de la Direction générale	1,0	107,3		107,3
Régularisation de la structure des employés - a-p. en provenance du STI	2,0	-		-
<b>Autres augmentations</b>				
Indexation et progressions statutaires de la rémunération		730,5		730,5
Indexation de 1,9% des autres familles de dépenses		106,9		106,9
<b><u>Diminutions</u></b>				
Participation à l'équilibre budgétaire		(407,8)		(407,8)
Non-capitalisation des communications (besoins 2020 non récurrent pour le SUM)		(250,0)		(250,0)
Expérience citoyenne - Fin de la phase 1 du processus de révision de la Politique de consultation et de participation publiques de la Ville de Montréal (PPPEC)		(218,6)		(218,6)
Annulation du contrat au Groupe Promo-Staff RTM inc. - services de brigade mobile sur le chantier du projet de la rue Sainte-Catherine Ouest		(174,3)		(174,3)
Cessation de trois postes temporaires	(2,4)	(163,6)		(163,6)
<b>Variation totale</b>	<b>0,6</b>	<b>(180,8)</b>	<b>-</b>	<b>(180,8)</b>
<b>Budget 2021</b>	<b>242,3</b>	<b>28 752,5</b>	<b>-</b>	<b>28 752,5</b>

## Budget 2021– Revenus et dépenses par objets

### Revenus par objets

(en milliers de dollars)

	Réel comparatif 2016	Réel comparatif 2017	Réel comparatif 2018	Réel comparatif 2019	Prévision comparative 2020	Budget comparatif 2020	Budget 2021
Taxes	-	-	-	-	-	-	-
Paiements tenant lieu de taxes	-	-	-	-	-	-	-
Services rendus aux organismes municipaux	-	-	-	-	-	-	-
Autres services rendus	370,0	391,4	357,9	353,3	323,1	323,1	329,2
Autres revenus	46,5	4,5	0,5	-	-	-	-
Transferts	-	-	6,5	71,0	13,8	-	-
<b>Total</b>	<b>416,5</b>	<b>395,9</b>	<b>364,9</b>	<b>424,3</b>	<b>336,9</b>	<b>323,1</b>	<b>329,2</b>

### Dépenses par objets

(en milliers de dollars)

	Réel comparatif 2016	Réel comparatif 2017	Réel comparatif 2018	Réel comparatif 2019	Prévision comparative 2020	Budget comparatif 2020	Budget 2021
Rémunération et cotisations de l'employeur	16 365,1	17 026,7	19 351,3	19 375,2	22 807,5	23 322,5	24 024,3
Transport et communication	3 089,6	3 722,1	2 751,7	3 185,8	3 099,6	3 479,6	2 729,1
Services professionnels	503,4	641,1	307,2	575,1	626,0	597,1	575,6
Services techniques et autres	658,0	1 469,0	1 109,6	1 014,8	1 134,1	1 352,3	1 275,9
Location, entretien et réparation	411,8	303,7	286,8	20,8	10,6	13,2	13,2
Biens non durables	2 778,0	399,9	80,6	42,5	113,1	158,1	123,9
Biens durables	11,1	40,0	63,2	45,3	51,8	10,5	10,5
Contributions à des organismes	-	11,0	(0,5)	-	-	-	-
Autres objets	-	-	-	(159,4)	-	-	-
<b>Total</b>	<b>23 817,0</b>	<b>23 613,5</b>	<b>23 949,9</b>	<b>24 100,1</b>	<b>27 842,7</b>	<b>28 933,3</b>	<b>28 752,5</b>

## Budget 2021

### Revenus et dépenses par objets – explications d'écarts

#### ▪ Rémunération et cotisations de l'employeur :

- + 730,5 k : indexation salariale et progressions statutaires
- + 196,1 k : transfert de postes en provenance des autres unités
- 230,9 k : participation à l'équilibre budgétaire financé par l'augmentation de l'anticipation des postes vacants

#### ▪ Autres dépenses :

- Diminution en Transport et communications principalement due aux éléments suivants :
  - 250,0 k : non-capitalisation des communications (besoin 2020 non récurrent pour le SUM)
  - 218,6 k : fin de la phase 1 du processus de révision de la Politique de consultation et de participation publiques de la Ville de Montréal
  - 174,3 k : annulation du contrat au Groupe Promo-Staff RTM inc. - services de brigade mobile sur le chantier du projet de la rue Sainte-Catherine Ouest

## Budget 2021 – Dépenses par catégories d'emplois

	(en milliers de dollars)					
	Budget comparatif 2016	Budget comparatif 2017	Budget comparatif 2018	Budget comparatif 2019	Budget comparatif 2020	Budget 2021
<b>Rémunération et cotisations de l'employeur</b>						
Cadres de gestion	1 584,4	1 970,1	2 623,5	2 639,0	2 589,2	3 024,3
Cadres conseil	150,0	321,7	-	-	-	-
<b>Sous-total — Cadres</b>	<b>1 734,4</b>	<b>2 291,8</b>	<b>2 623,5</b>	<b>2 639,0</b>	<b>2 589,2</b>	<b>3 024,3</b>
Cols blancs	6 776,0	6 549,3	7 374,0	8 371,6	10 767,0	11 337,4
Professionnels	8 280,5	7 865,4	8 669,1	8 677,3	9 966,3	10 324,3
Gestion des postes vacants	-	(295,8)	(207,0)	(208,7)	-	(661,7)
<b>Total</b>	<b>16 790,9</b>	<b>16 410,7</b>	<b>18 459,6</b>	<b>19 479,2</b>	<b>23 322,5</b>	<b>24 024,3</b>

## Budget 2021

### Variations de l'effectif par catégories d'emplois

	Années-personnes					
	Budget comparatif 2016	Budget comparatif 2017	Budget comparatif 2018	Budget comparatif 2019	Budget comparatif 2020	Budget 2021
<b>Rémunération et cotisations de l'employeur</b>						
Cadres de gestion	9,0	13,0	17,0	17,0	17,0	19,0
Cadres conseil	1,0	2,0	-	-	-	-
<b>Sous-total — Cadres</b>	<b>10,0</b>	<b>15,0</b>	<b>17,0</b>	<b>17,0</b>	<b>17,0</b>	<b>19,0</b>
Cols blancs	80,3	80,3	92,5	99,0	137,5	134,3
Professionnels	73,0	71,0	77,4	79,2	87,2	89,0
Gestion des postes vacants	-	-	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>163,3</b>	<b>166,3</b>	<b>186,9</b>	<b>195,2</b>	<b>241,7</b>	<b>242,3</b>



## BUDGET 2021 - Capitalisation de la main-d'œuvre \*

Annexe 14-2

(en milliers de dollars)

UNITÉ D'AFFAIRES :

Expérience citoyenne et communications

### A. Financement au PDI relevant de l'unité

Projet / Programme INVESTI		Source de financement	Budget 2020		GDD en cours d'année 2020		Ajustements (excluant les GDD 2020)		Budget 2021 - déposé -		Variation 2021 vs 2020	
Número	Intitulé	Emprunt/ Comptant	A-P	\$	A-P	\$	A-P	\$	A-P	\$	A-P	\$
			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total - Financement au PDI relevant de l'unité			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

\* Rémunération globale (salaires et les charges sociales)

### B. Financement au PDI relevant d'une autre unité d'affaires

Projet / Programme INVESTI		Source de financement	Unité d'affaire requérante	Budget 2020		GDD en cours d'année 2020		Ajustements (excluant les GDD 2020)		Budget 2021 - déposé -		Variation 2021 vs 2020	
Número	Intitulé	Emprunt/ Comptant		A-P	\$	A-P	\$	A-P	\$	A-P	\$	A-P	\$
70190	Présence numérique - Fondation	Emprunt	STI	0,5	64,8	-	-	-	(11,0)	0,5	53,7	-	(11,0)
72514	Carte universelle d'authentification citoyenne	Emprunt	STI	0,5	64,8	-	-	-	(11,0)	0,5	53,7	-	(11,0)
70151	Développement de nouveaux contenus et sites web (gdd 2197805006)	Emprunt	STI	7,0	790,3	-	-	-	(53,3)	7,0	737,0	-	(53,3)
				-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
				-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total - Financement au PDI relevant d'une autre unité				8,0	919,5	-	-	-	(75,2)	8,0	844,3	-	(75,2)

# Période de questions?

## **Service de l'expérience citoyenne et des communications**

700, rue De La Gauchetière Ouest, 28<sup>e</sup> étage

Montréal (Québec) H3B 5M2

**Josée Bédard**

Directrice du service

514-872 5141