

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

Budget 2022

Service de l'expérience citoyenne et des communications
Date : 11 janvier 2021

Liste des acronymes

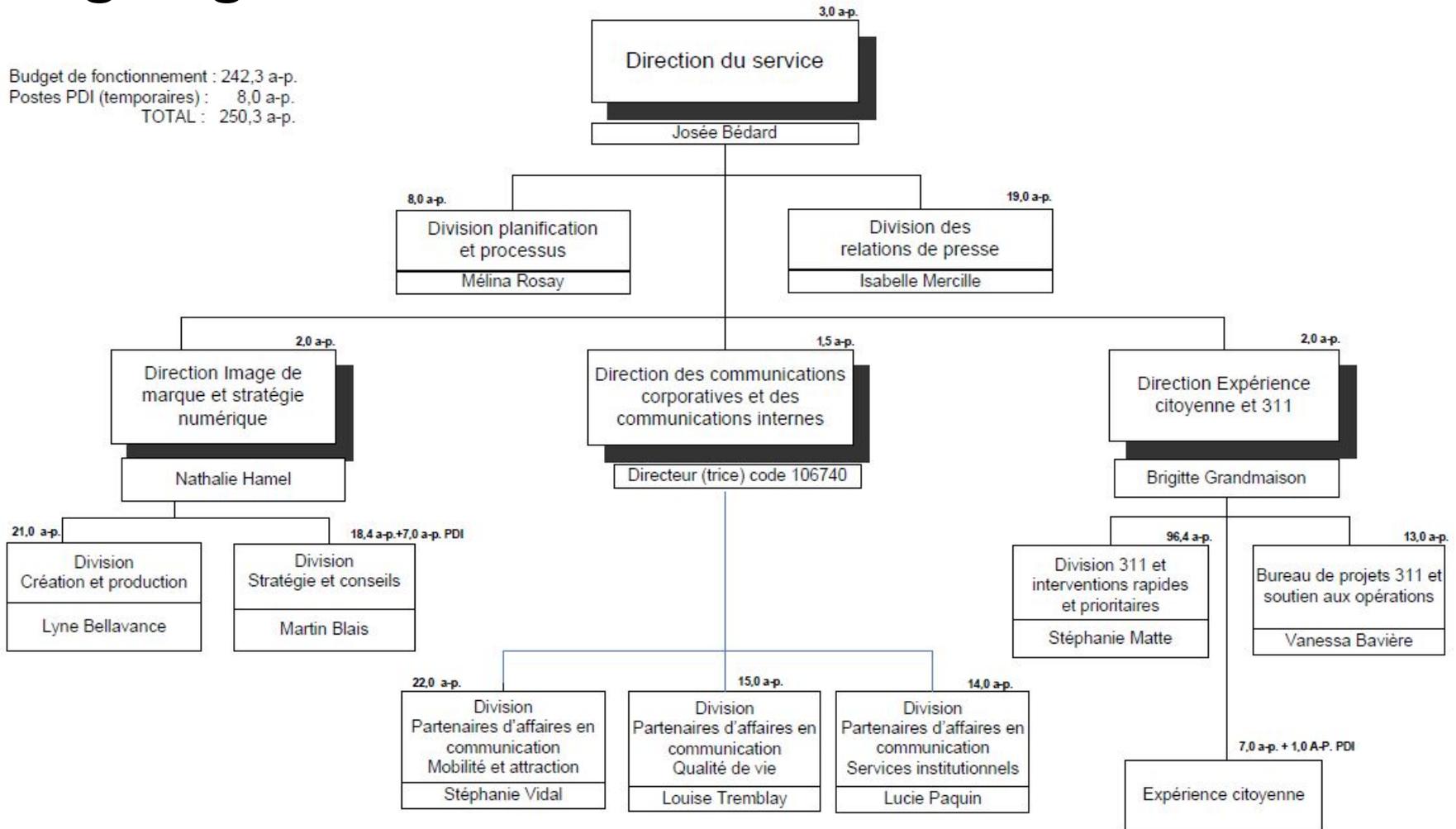
- SECC** Service de l'expérience citoyenne et des communications
- CCMU** Centre de coordination des mesures d'urgence
- STI** Service des technologies de l'information
- REMC** Réseau d'étalonnage municipal du Canada

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 2021

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



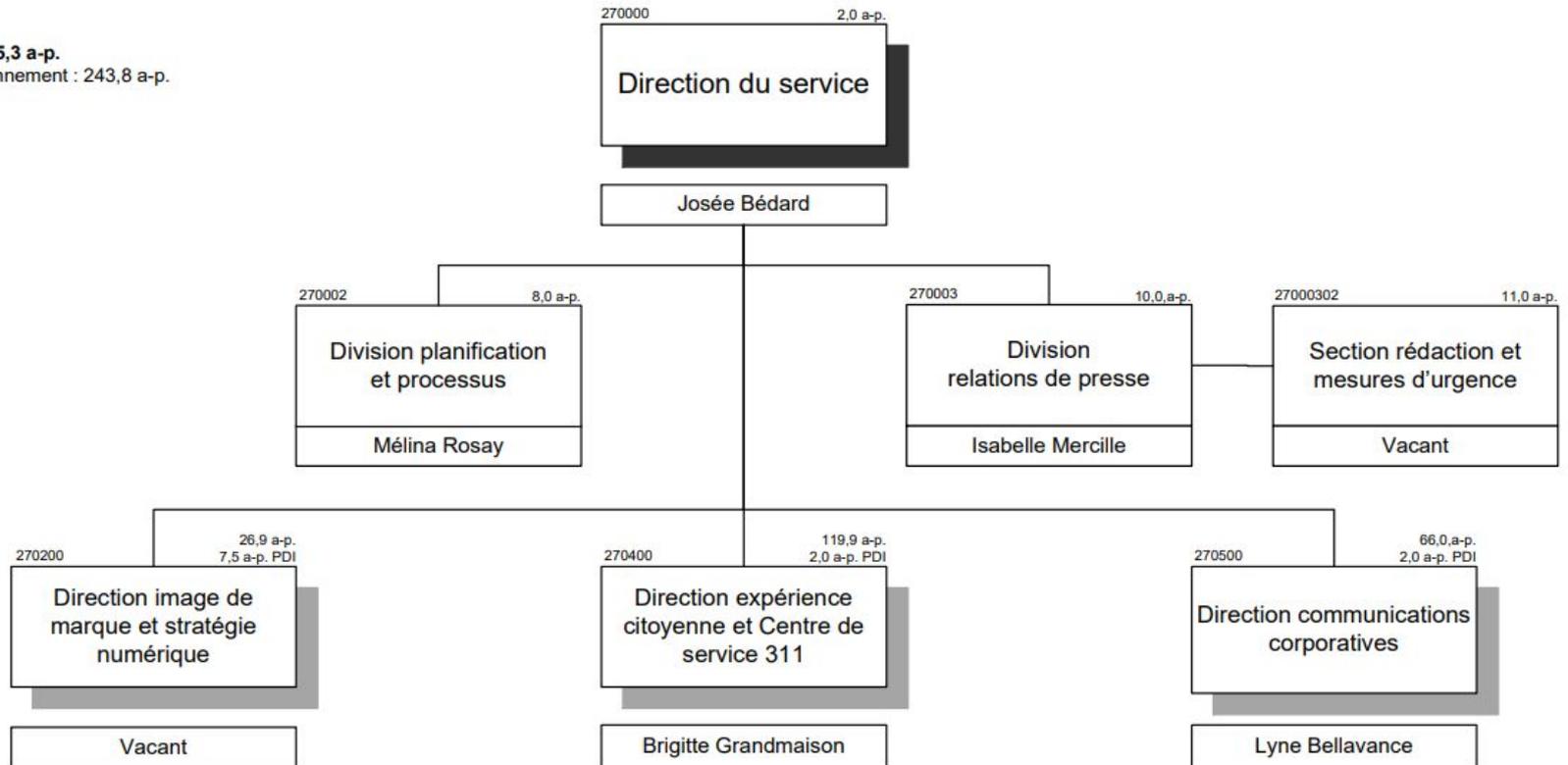
Organigramme 2022

Budget 2022

Total a-p. : 255,3 a-p.

Budget fonctionnement : 243,8 a-p.

PDI : 11,5 a-p.



Faits saillants 2021 et impacts

Mesures d'urgence

- Poursuite du soutien à l'Administration dans la gestion de crise liée à la COVID-19, en assurant un rôle-conseil et une présence au Centre de coordination des mesures d'urgence de Montréal (CCMU).
- Mise en oeuvre de différentes initiatives pour informer rapidement et efficacement la population de l'évolution des consignes sanitaires et apporter un soutien opérationnel aux services, aux arrondissements et aux villes liées.

Principales campagnes de communication

Conception et déploiement de plusieurs campagnes promotionnelles et stratégies de contenu sur des sujets transversaux, en lien avec les orientations de Montréal 2030 :

- Pour appuyer la relance et soutenir les commerces et les entreprises : campagne pour la relance économique et culturelle (plus de 5 millions de vues en termes médias) ainsi que diverses actions pour promouvoir la ligne affaires, stimuler l'attractivité de la rue Sainte-Catherine et favoriser l'achat local.
- Pour contribuer à la protection de l'environnement et favoriser une meilleure qualité de vie : campagne pour inciter aux bons comportements et pour sensibiliser à la protection des milieux naturels (parcs); campagne sur les arbres urbains pour promouvoir la plantation et informer sur le rôle de la canopée urbaine; campagne sur la biodiversité et l'agriculture urbaine; campagne ciblée sur la gestion des matières organiques.
- Pour sensibiliser au déneigement et promouvoir les activités extérieures : campagne hivernale.
- Pour informer sur les services disponibles en ligne et le 311 (renouvellement de permis ou autres): campagne de notoriété. Selon le Baromètre Echo 2020 de la Ville de Montréal, la notoriété assistée du 311 se situait à 56% en 2020.

Faits saillants 2021 et impacts (suite)

Budget participatif de Montréal

- Lancement de la première édition du budget participatif pour permettre à la population d'influencer l'affectation d'une partie du budget municipal (10 M\$) et réaliser des projets qui contribuent à la transition écologique et sociale :
 - 620 idées soumises par la population
 - 35 projets proposés au vote suite à l'analyse et au développement des idées
 - 20 000 participant-es au vote
 - 7 projets désignés lauréats
- Pour stimuler la population à participer aux différentes étapes du budget participatif, une campagne a été élaborée et a généré plus de 11 millions de vues.

Participation publique et engagement citoyen

- Bonification des pratiques pour proposer un parcours plus clair, évolutif, accessible et inclusif, et mieux outiller l'administration municipale (amélioration de contenus sur montreal.ca avec l'intégration d'une échelle de participation, élaboration d'une boîte à outils pour le personnel de la Ville).

Faits saillants 2021 et impacts (suite)

Charte montréalaise des chantiers

- Mise en oeuvre rapide de plusieurs actions de communication : harmonisation et création de nouveaux outils, déploiement graduel du système de notifications d'avis et alertes, etc.
- Amélioration de la prise en charge des demandes citoyennes au Centre de service 311, en lien avec les chantiers gérés par les services centraux (du 1^{er} mai au 31 octobre 2021) :
 - 87,8 % des demandes prises en charge en moins de 48 h - Cible de 80 %
 - 94,2 % des demandes résolues en moins de 10 jours - Cible de 80 % (délai moyen de traitement : 3 jours)

Communications numériques

- Croissance de 50 % pour la fréquentation de montreal.ca avec 9 millions de visites et 21 millions de pages vues.
- Ajout de sept services numériques sur montreal.ca : solde du compte de taxes, suggestions d'achat de livres, formulaire de réclamation, certificat d'occupation commerciale, demande de permis d'enseigne et d'occupation du domaine public, requêtes liées aux collectes et aux puisards.
- Mise en place d'un compte citoyen pour les entreprises et les organisations sur montreal.ca.
- Gestion de plus de 40 000 commentaires et questions citoyennes sur les médias sociaux.

Faits saillants 2021 et impacts (suite)

Centre de services 311

- Amélioration significative de la performance du Centre de services 311 (au 31 octobre) :
 - Taux d'appels traités en moins de 100 secondes : 89 % (51 % en 2020) - Cible de 80 %
 - Délai de réponse aux appels : 34 secondes en moyenne (199 secondes en 2020) - Cible de 100 secondes
 - Taux d'appels abandonnés : 3 % (14 % en 2020) - Cible de 10 % et moins
 - Taux de réponse aux courriels : 0,9 jour (5 jours en 2020) - Cible de 2 jours

Relations de presse

- Poursuite du virage amorcé en 2020, dans le contexte de la pandémie, pour organiser des événements de presse en présentiel, en virtuel ou en mode hybride. Près de 100 événements organisés.
- Traitement de plus de 1 500 demandes des médias.
- Rédaction de centaines de supports en communication (communiqués de presse, allocutions, messages, etc.).

Budget de fonctionnement 2022

Plan de la présentation

- Objectifs et réalisations 2021
- Indicateurs REMC
- Indicateurs du service ou de l'organisme
- Bilan en matière de santé et sécurité au travail
- Évolution budgétaire 2021
- Objectifs 2022
- Budget 2022
 - Revenus et dépenses par compétences
 - Principaux écarts 2022 vs 2021
 - 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 2021

Objectif 1 : Au 1^{er} trimestre, avoir mis en place des indicateurs de gestion et de communication pour le SECC.

En 2021, le SECC a mis en place des indicateurs de gestion pour suivre le portefeuille de projets en communication. Au total, 406 mandats ont été réalisés comparativement aux 374 prévus en début d'année. Après analyse de leur impact sur la vie citoyenne, 10 % se sont révélés de nature stratégique tandis que 30 % ont été évalués comme prioritaires. Par conséquent, environ 60 % d'entre-eux représentaient des communications en lien avec des programmes ou des services récurrents. Le SECC s'est aussi doté d'indicateurs pour suivre son processus de gestion collaborative de projets afin d'améliorer l'exécution.

Objectif 2

Au 1^{er} 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.

La campagne hivernale a été déployée au 1^{er} trimestre. Messages, contenus écrits, photos et vidéos ont été adaptés pour respecter les consignes sanitaires et le couvre-feu, tant pour le volet « déneigement » que pour le volet « activités hivernales ». Un concours de bonshommes de neige a également été mis sur pied avec succès. Plus de 2 500 photos ont été reçues. Il a permis d'encourager la population, peu importe l'âge, l'origine et le milieu socio-économique, à profiter d'une activité extérieure.

Objectifs et réalisations 2021

Objectif 3

Au 2^e trimestre, promouvoir auprès de la population les services numériques disponibles et les services offerts par le Centre de services 311.

Les services numériques de la Ville ont été promus sur différentes plateformes numériques (médias sociaux et bannières publicitaires) aux trois premiers trimestres. Les services promus étaient en lien avec les sujets les plus demandés au 311 : demandes de permis divers, info-collecte, taxes, cour municipale. L'application Montréal - Services aux citoyens et l'Avis et alertes ont également été promus.

Objectif 4

Au 2^e 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.

La campagne sur l'acceptabilité des chantiers a été déployée aux 3^e et 4^e trimestres. Elle a permis de sensibiliser la population à la raison et aux bénéfices des chantiers. Plusieurs stratégies ont été utilisées comme l'utilisation de codes QR aux abords de chantiers pour en apprendre davantage sur les travaux en cours ou la contribution d'influenceurs sur les médias sociaux pour mettre valeur l'expertise des équipes municipales.

Objectifs et réalisations 2021

Objectif 5

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).

L'équipe de l'expérience citoyenne a permis la réalisation du premier budget participatif de la Ville et a mis en place plusieurs initiatives, dont une trousse à outils pour les employé-es et la population afin de faciliter la participation publique et l'engagement citoyen. De plus, une déclaration de services aux citoyens a été élaborée pour le réseau 311. Elle est en vigueur au Centre de services 311 et dans les Bureaux Accès Montréal. En ce qui concerne l'implantation d'un processus de gestion des insatisfactions, un projet pilote est en cours. Le déploiement complet du nouveau processus est prévu pour 2022.

Objectif 6

Avoir terminé en 2021 le regroupement au Centre de services 311 des appels et des courriels des arrondissements volontaires.

À la fin de l'année 2021, le Centre de services 311 compte 12 arrondissements dont la gestion des appels et courriels est regroupée. Le dernier arrondissement à avoir été intégré est Mercier-Hochelaga-Maisonneuve le 4 décembre.

Objectifs et réalisations 2021

Objectif 7 : 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.

À la fin de l'année 2021, l'équipe de montreal.ca a complété la feuille de route 2021 en réalisant l'intégration des contenus simples de l'ancien portail à la nouvelle plateforme. Les contenus complexes (dynamiques) seront intégrés dans des phases ultérieures, avec le soutien du STI.

Objectif 8 : Au 4^e trimestre, avoir identifié avec STI, la solution appropriée pour orienter la refonte de l'intranet.

En collaboration avec le STI, une phase de vigie est en cours afin d'identifier les fonctionnalités souhaitées dans le nouvel intranet. Elle a débuté en novembre 2021.

Liste des indicateurs suivis régulièrement

311

- Réponse aux appels du 311 en moins de 100 secondes - cible de 80 %
- Nombre d'appels abandonnés au 311 - cible de 10 % et moins
- Temps de réponse aux courriels reçus au 311 - cible de 2 jours et moins

montreal.ca

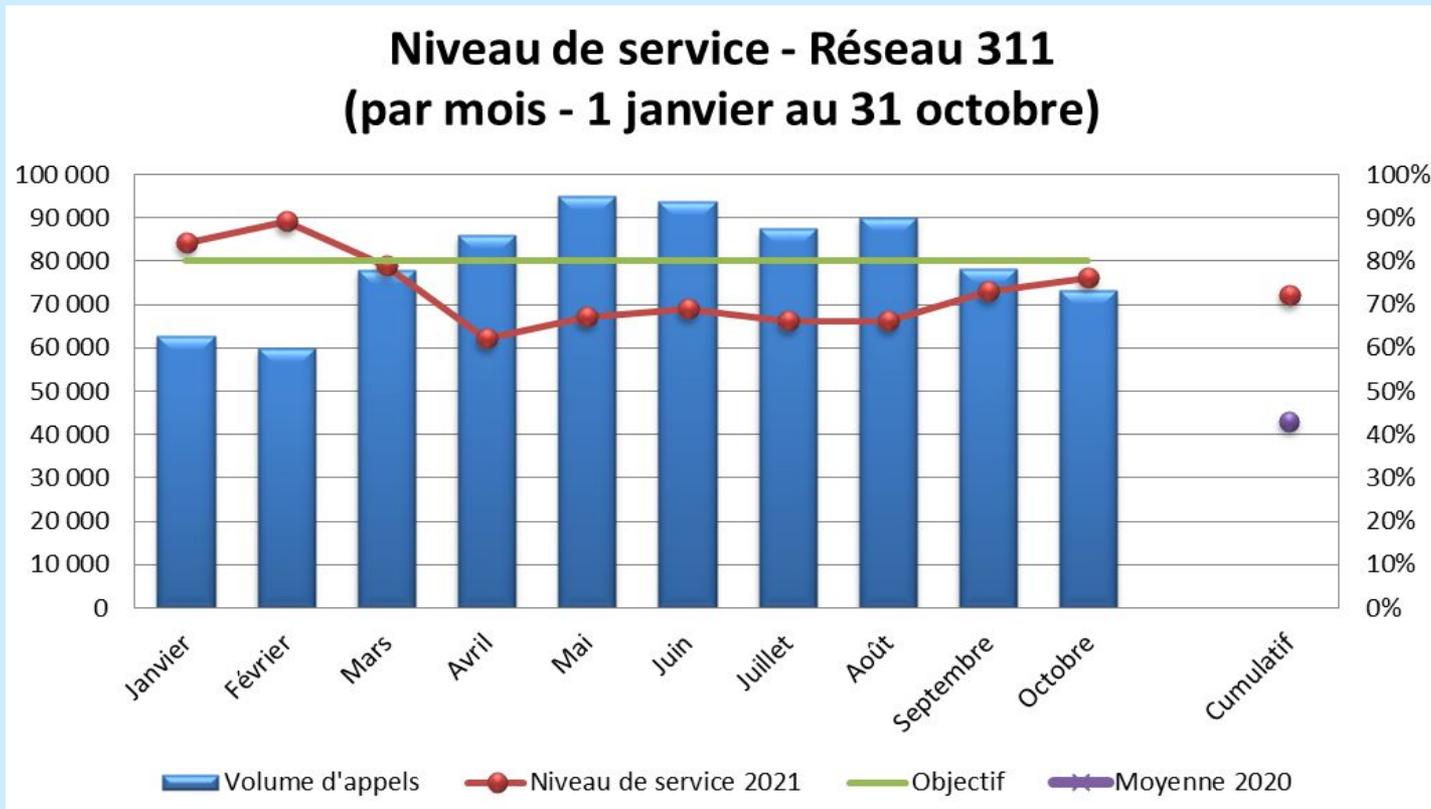
- Indicateur REMC - Nombre de consultations du site Web par habitant-e
- Nombre de visites
- Nombres de comptes créés

Médias sociaux

- Nombre d'abonnés pour les comptes Facebook, LinkedIn et Twitter
- Taux d'engagement pour les comptes Facebook, LinkedIn et Twitter

Indicateurs clés du Service

Réponse aux appels du 311 en moins de 100 secondes - Réseau 311



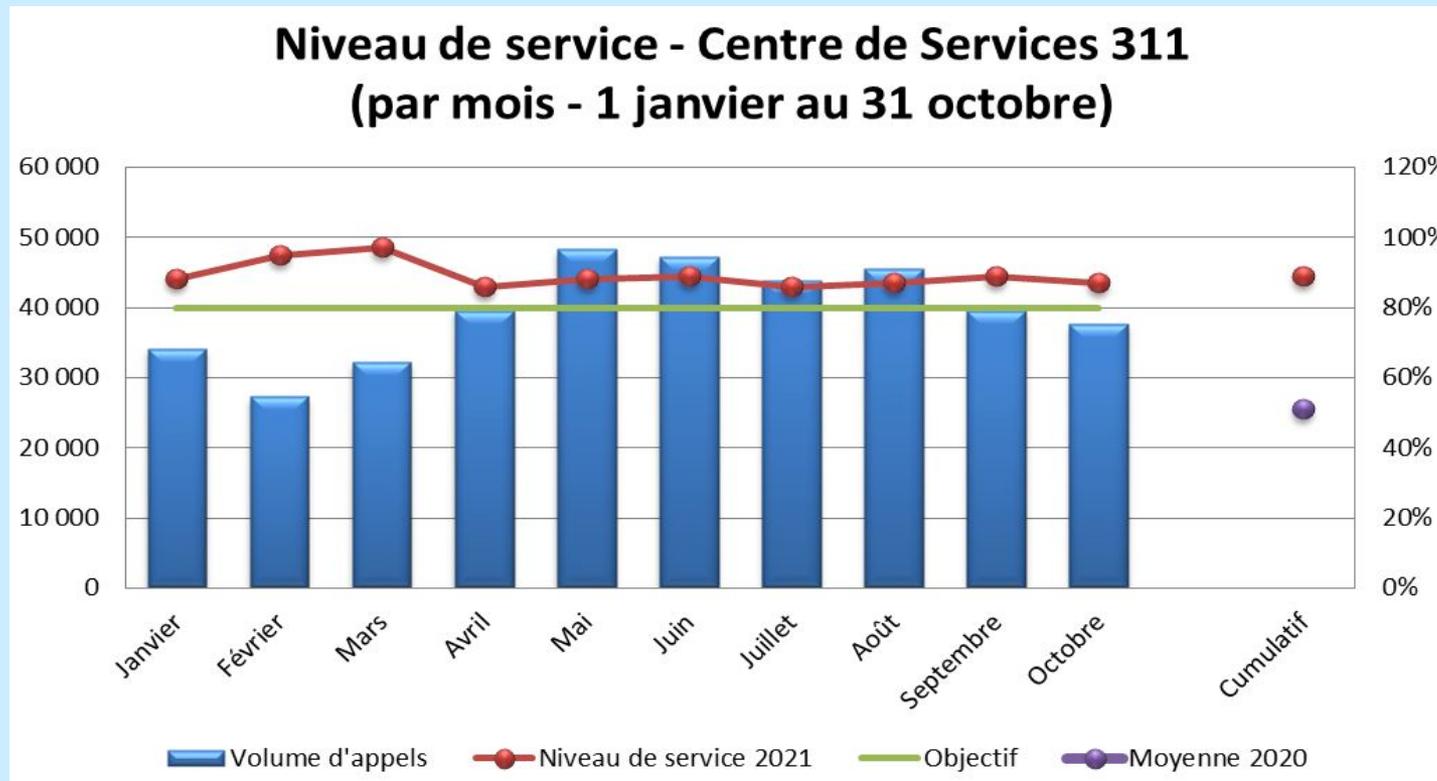
Cible : 80 %

Analyse :
Amélioration significative du niveau de service global du réseau 311, passant de 43% en 2020 à 72% 2021.

Réseau 311 : tous les arrondissements et Info-Travaux

Indicateurs clés du Service

Réponse aux appels du 311 en moins de 100 secondes - Centre de services 311



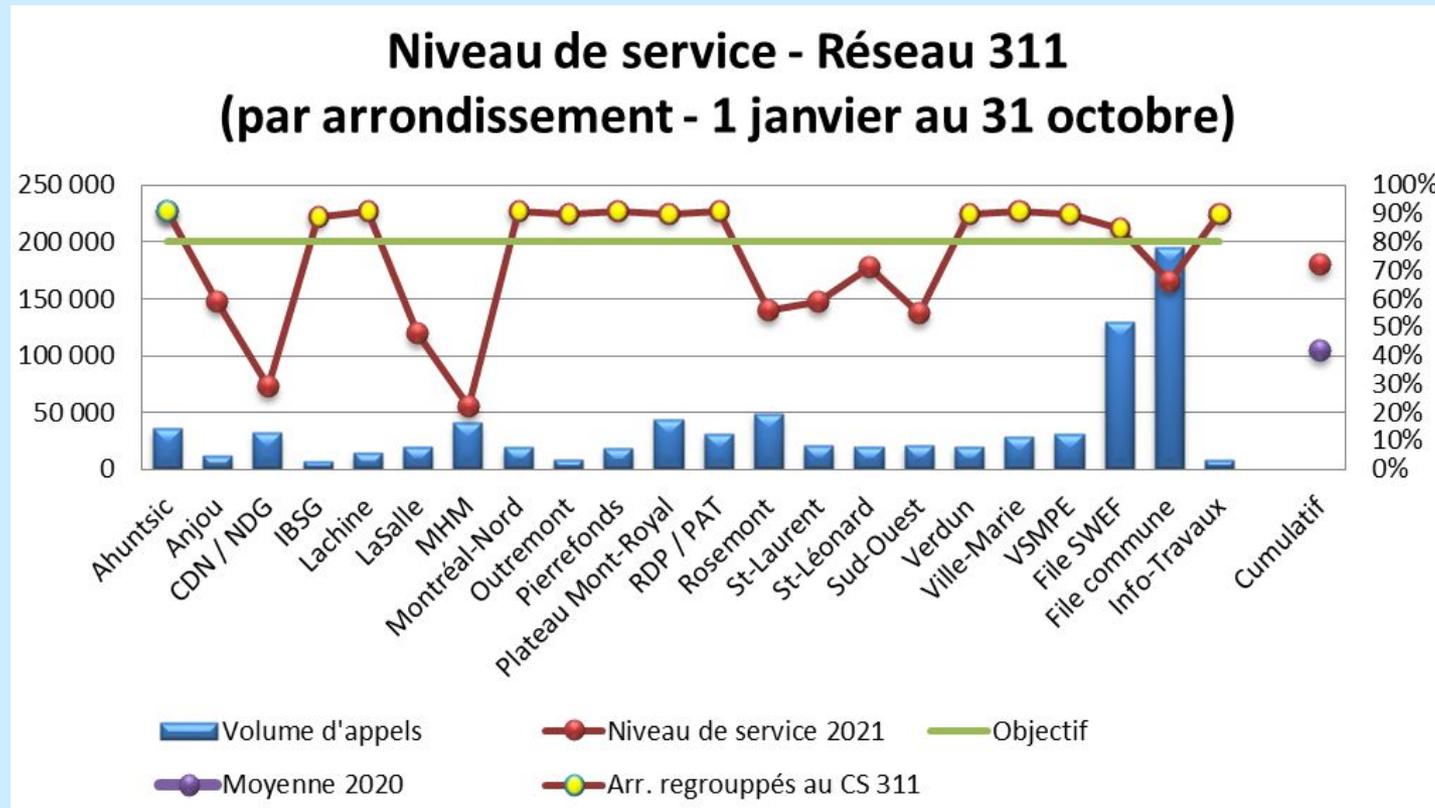
Cible : 80 %

Analyse :
Amélioration significative du niveau de service global du Centre de services 311 de 2020 à 2021.

Centre de services 311 : arrondissements regroupés et Info-Travaux

Indicateurs clés du Service

Réponse aux appels du 311 en moins de 100 secondes - Par arrondissement



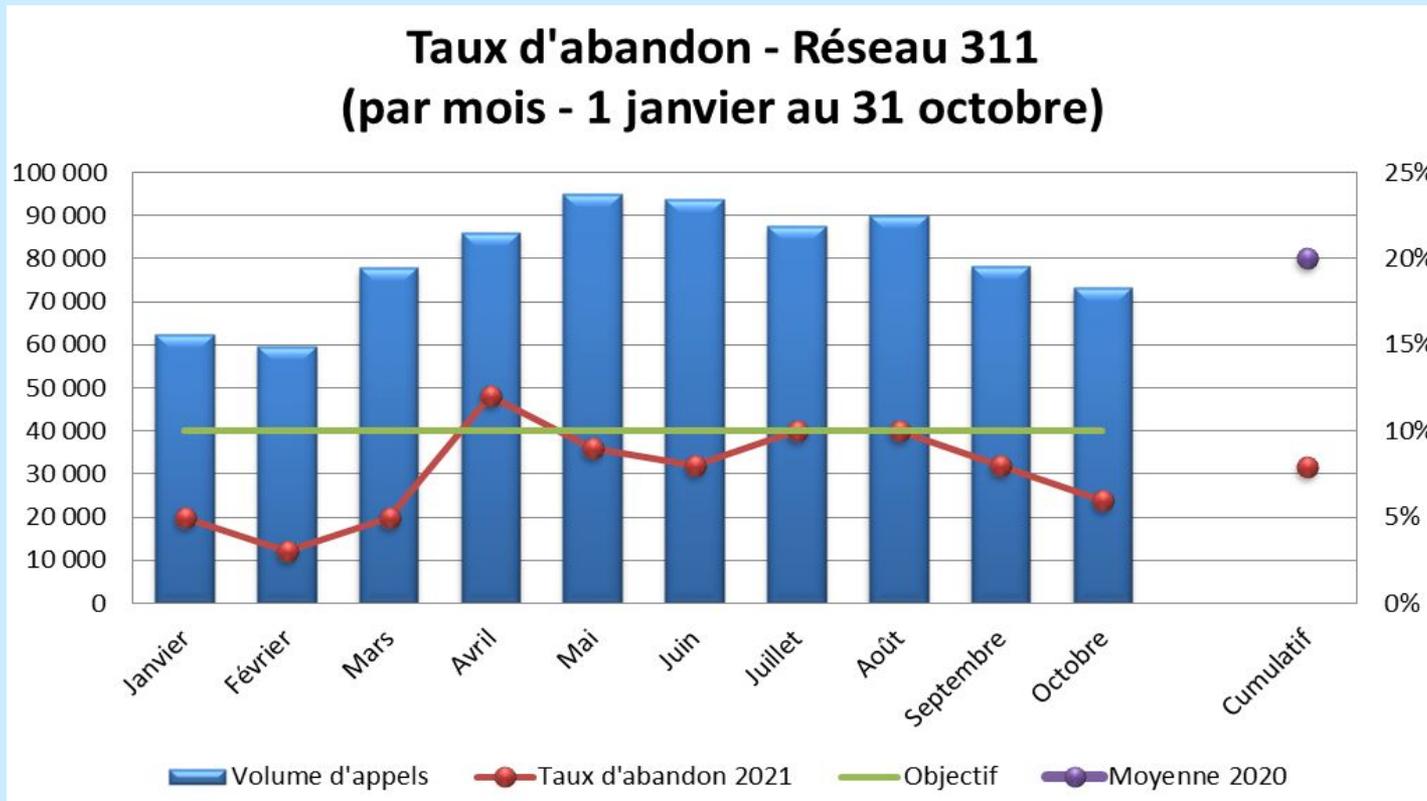
Cible : 80 %

Analyse :
Dans l'ensemble, les arrondissements regroupés ont mieux performé en 2021 que les arrondissements non regroupés .

Réseau 311 : tous les arrondissements et Info-Travaux

Indicateurs clés du Service

Nombre d'appels abandonnés au 311 - Réseau 311



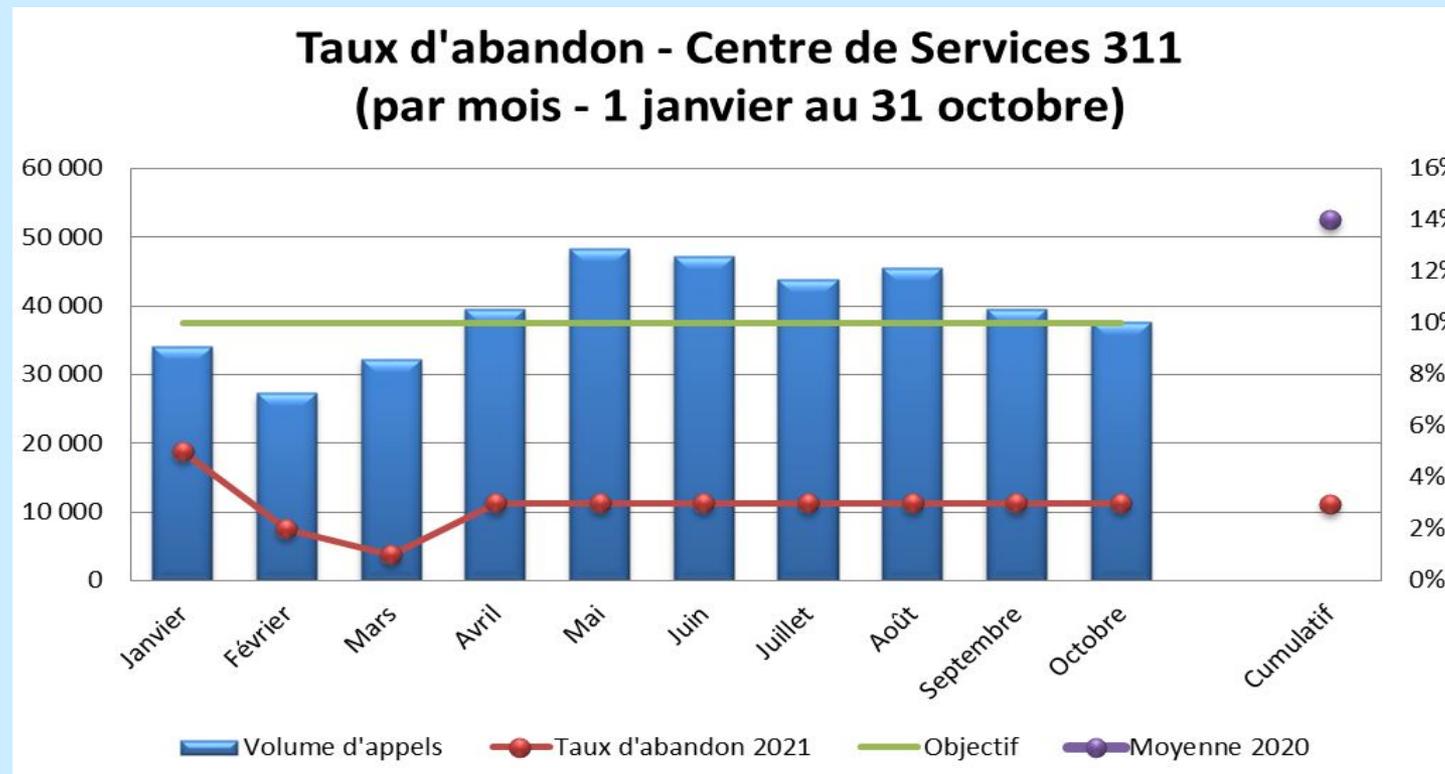
Cible : 10 % et moins

Analyse :
Diminution notable du taux d'abandon entre 2020 et 2021 où le résultat est passé de 20% à 8% pour l'ensemble du réseau.

Réseau 311 : tous les arrondissements et Info-Travaux
Centre de services 311 : arrondissements regroupés et Info-Travaux

Indicateurs clés du Service

Nombre d'appels abandonnés au 311 - Centre de services 311



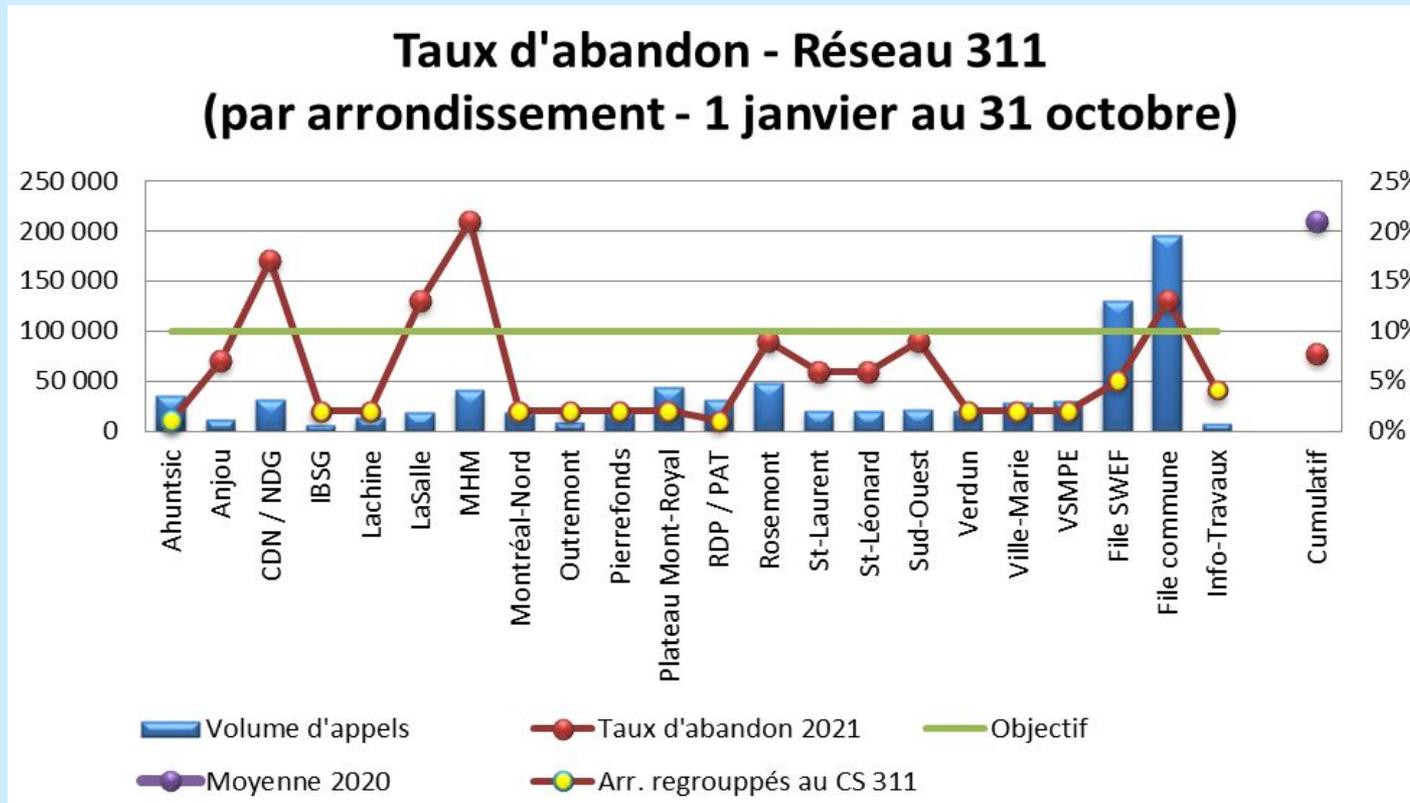
Cible : 10 % et moins

Analyse :
Diminution du taux d'abandon de 9% entre 2020 et 2021. Nous terminons 2021 avec un taux d'abandon de 3% alors que l'an dernier, il était de 14%

Centre de services 311 : arrondissements regroupés et Info-Travaux

Indicateurs clés du Service

Nombre d'appels abandonnés au 311 - Par arrondissement



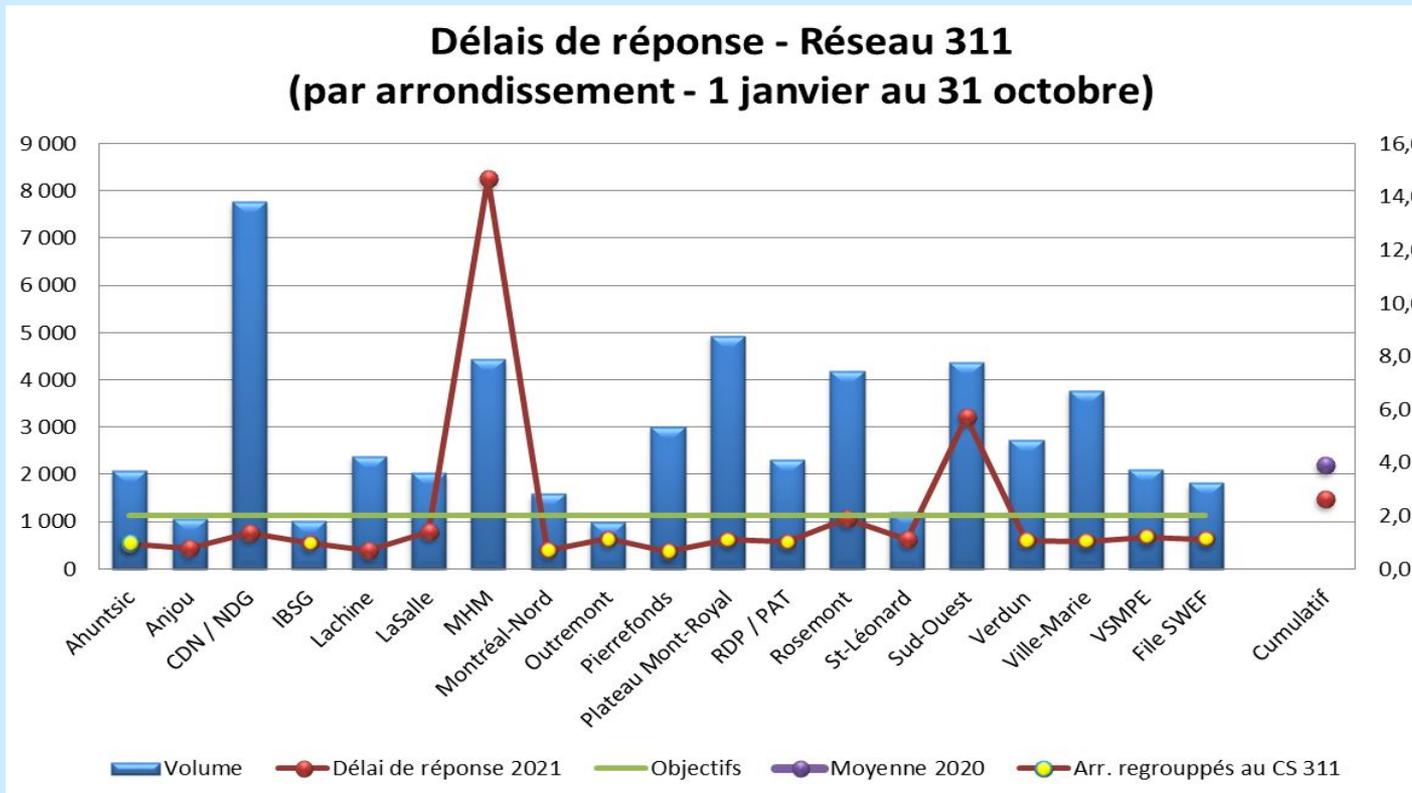
Cible : 10 % et moins

Analyse :
Le taux d'abandon du Centre de service est de 3% alors que la performance globale du réseau est de 8%.

Réseau 311 : tous les arrondissements et Info-Travaux
Centre de services 311 : arrondissements regroupés et Info-Travaux

Indicateurs clés du Service

Temps de réponse aux courriels reçus au 311 - Par arrondissement



Cible : 2 jours et moins

Analyse :

Près de 54 000 courriels reçus, pour un délai moyen de réponse de 2,6 jours pour le réseau 311.

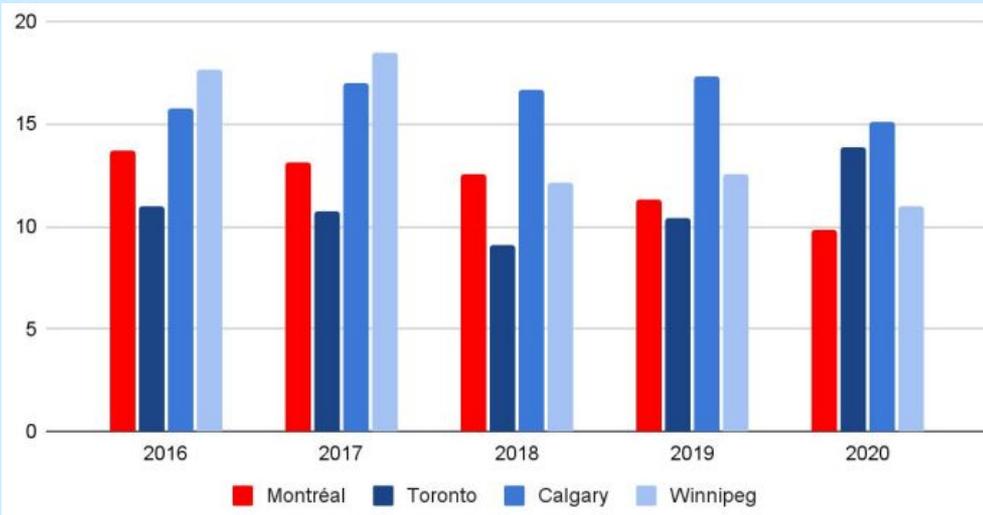
Le Centre de service 311 a traité plus de 26 000 courriels, pour un délai moyen de réponse de 1 jour.

Note : les données de l'arrondissement de Saint-Laurent ne sont pas disponibles.

Réseau 311 : tous les arrondissements et Info-Travaux
Centre de services 311 : arrondissements regroupés et Info-Travaux

Indicateurs clés du Service

Indicateur REMC - Nombre de consultations du site Web par habitant-e



	Montréal	Toronto	Calgary	Winnipeg	Médiane
2016	13,72	10,97	15,72	17,66	14,72
2017	13,13	10,75	16,96	18,47	15,04
2018	12,53	9,07	16,67	12,18	12,35
2019	11,31	10,43	17,29	12,56	11,93
2020	9,87	13,86	15,10	11,03	12,45

Analyse :

- Les données comprennent montreal.ca et le site web d'Espace pour la vie.

Note : le nombre de consultations correspond au nombre de pages vues.

Indicateurs clés du Service

Fréquentation de montreal.ca

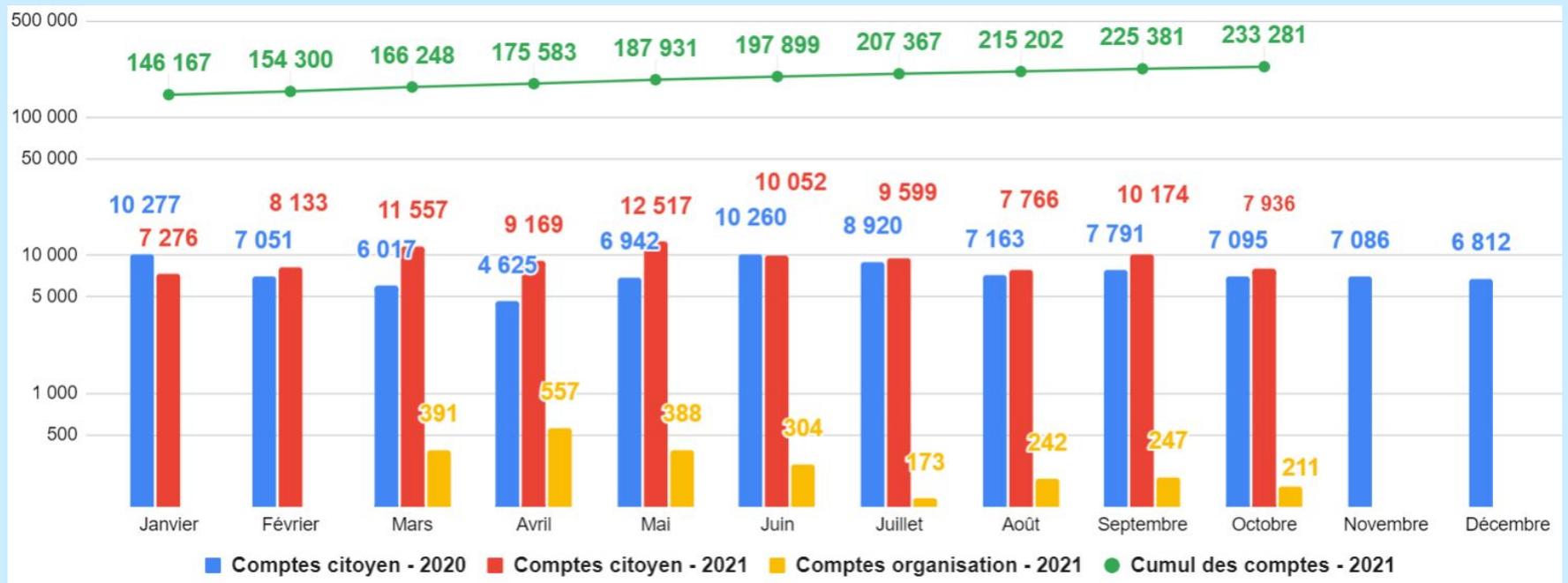


Analyse :

Le site montreal.ca a vu son nombre de visites doubler entre 2020 et 2021 avec près de 9 millions de visites. La fin de l'intégration des contenus de l'ancien portail à la nouvelle plateforme offre maintenant une expérience optimisée et des contenus simplifiés sur un seul site de référence.

Indicateurs clés du Service

Nombre de comptes créés (DCI) sur montreal.ca

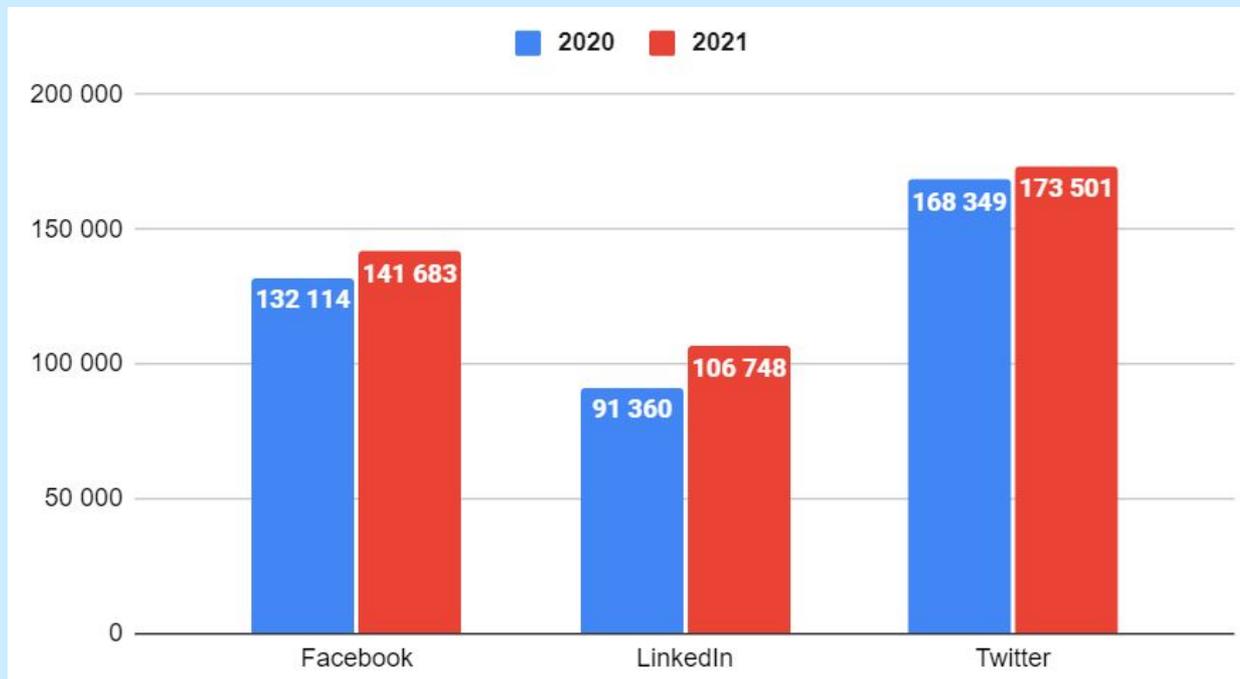


Analyse :

En 2021, la création de compte Dossier citoyen intégré (DCI) a connu une croissance de 50 %. L'enrichissement de l'offre numérique pour les entreprises et les citoyens, notamment avec la mise en ligne d'un compte spécifique aux organisations, ainsi que la diffusion d'une campagne de promotion d'avril à octobre ont fortement contribué à la création de nouveaux de comptes.

Indicateurs clés du Service

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



Note : les données 2021 sont calculées du 1^{er} janvier au 31 octobre.

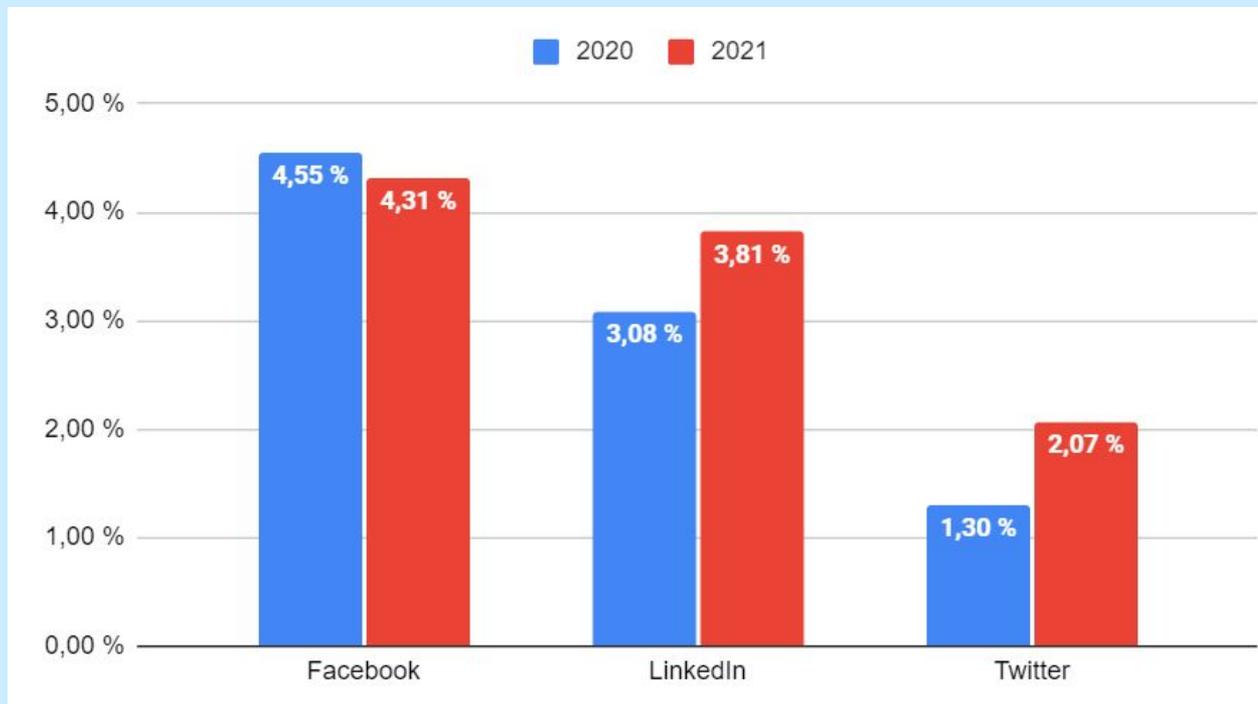
Analyse :

Progression constante sur les différentes plateformes, qui s'explique par les efforts déployés, notamment grâce à :

- Une hausse significative du nombre de publications pour LinkedIn.
- Une augmentation marquée des campagnes avec d'importants budgets de diffusion et une diversification des contenus pour Facebook.

Indicateurs clés du Service

Taux d'engagement pour les comptes Facebook, LinkedIn et Twitter



Note : les données 2021 sont calculées du 1^{er} janvier au 31 octobre.

Analyse :

- Facebook conserve une performance stable.
- LinkedIn a vu sa performance augmenter en raison d'une augmentation de la publication de contenus plus spécialisés.
- Twitter a vu sa performance augmenter grâce à une optimisation dans son utilisation : moins de contenus non performants et plus de contenus adaptés.

Bilan en matière de santé et sécurité au travail

	2020 (30 septembre)	2021 (30 septembre)
Taux d'absentéisme maladie	6,49%	5,55 %
Taux d'absentéisme (toutes les absences)	8,58%	6,45 %
Santé et sécurité	<ul style="list-style-type: none"> ● 3 lésions avec perte de temps ● 1 lésion sans perte de temps 	<ul style="list-style-type: none"> ● 0 lésions avec perte de temps ● 1 lésion sans perte de temps
Taux de fréquence	2,27%	0
Jour perdu	280	0
Ratio d'assignation temporaire	2,4%	0

Évolution budgétaire 2021 - Revenus

(en milliers de dollars)

	Conseil municipal	Conseil d'agglomération	Total
Budget original 2021	329,2	-	329,2
Budget modifié 2021	329,2	-	329,2
Prévisions 2021	273,1	-	273,1
Surplus (déficit)	(56,1)	-	(56,1)
<u>Explications des principaux écarts</u>			
Impact COVID-19 - diminution du nombre de cartes Accès Montréal émises	(56,1)	-	(56,1)
	(56,1)	-	(56,1)

Évolution budgétaire 2021 – Dépenses

(en milliers de dollars)

	Conseil municipal	Conseil d'agglomération	Total
Budget original 2021	28 752,5	-	28 752,5
Virement de crédit en provenance des surplus affectés corporatifs pour la Stratégie de communication pour le Chantier de la rue Sainte-Catherine Ouest dans le cadre de l'adoption la politique d'attribution, d'utilisation et de renflouement des surplus dégagés de l'exercice 2020.	200,0	-	200,0
Transfert de 1,5 poste d'agent de communications sociales de l'arrondissement R.D.P./P.A.T. vers Division des opérations 311	177,6	-	177,6
Crédits additionnels pour couvrir les coûts relatifs à la démarche de budget participatif de la Ville de Montréal.	110,0	-	110,0
Budget modifié 2021	29 240,1	-	29 240,1
Prévisions 2021	28 483,8	-	28 483,8
Surplus (déficit)	756,3	-	756,3
<u>Explications des principaux écarts</u>			
Contribution au plan de marge de manœuvre 2021 suite à la crise économique et financière provoquée par la pandémie (Covid)	756,3	-	756,3
	756,3	-	756,3

Objectifs 2022

Objectif 1

Poursuivre le développement des indicateurs de gestion et de communication pour le SECC.

Objectif 2

Promouvoir les orientations de Montréal 2030, tant à l'interne qu'à l'externe, pour accroître le niveau d'impact positif auprès de la population.

Objectif 3

Améliorer le point de contact et d'échange que permettent les médias sociaux avec la population, en communiquant le nouvel encadrement administratif et le guide des bonnes pratiques à l'interne et en diffusant la nétiquette officielle.

Objectif 4

Faire évoluer les communications liées aux chantiers, notamment en matière d'agilité, pour qu'elles répondent aux besoins exprimés par les citoyennes et citoyens à la suite du sondage mené en 2021.

Objectifs 2022 (suite)

Objectif 5

Déployer la deuxième phase du projet PPEC (participation publique et engagement citoyen), accompagner les unités concernées dans la réalisation des projets lauréats du budget participatif et mettre en place une déclaration de services aux citoyens pour la Ville.

Objectif 6

Améliorer et simplifier le service au citoyen, en révisant les processus d'affaires en vue d'intégrer une nouvelle plateforme téléphonique et en poursuivant le regroupement des arrondissements volontaires au Centre de services 311.

Objectif 7

Assurer une saine gestion de l'information et des communications sur montreal.ca, en intégrant la majorité des contenus complexes (dynamiques) de l'ancien portail à montreal.ca, en optimisant 50 % des contenus intégrés en 2021 (phase 2 du projet de migration), en révisant la gouvernance de contenu et en lançant le parcours de formation intégrée.

Objectif 8

Se doter d'une plateforme de communication interne robuste et engageante en démarrant le projet de refonte de l'intranet.

Budget 2022

Revenus et dépenses par compétences

(en milliers de dollars)

	Revenus						
	Réel comparatif 2017	Réel comparatif 2018	Réel comparatif 2019	Réel comparatif 2020	Prévision comparative 2021	Budget comparatif 2021	Budget 2022
Conseil municipal	396,0	365,0	424,2	267,7	273,1	329,2	335,8
Conseil d'agglomération	-	-	-	-	-	-	-
Total	396,0	365,0	424,2	267,7	273,1	329,2	335,8

(en milliers de dollars)

	Dépenses						
	Réel comparatif 2017	Réel comparatif 2018	Réel comparatif 2019	Réel comparatif 2020	Prévision comparative 2021	Budget comparatif 2021	Budget 2022
Conseil municipal	23 729,9	24 125,3	24 277,7	26 071,5	28 483,8	28 930,1	28 950,1
Conseil d'agglomération	61,1	2,2	-	-	-	-	-
Total	23 791,0	24 127,5	24 277,7	26 071,5	28 483,8	28 930,1	28 950,1

Principaux écarts 2022 vs 2021 – Revenus

(en milliers de dollars)

	Conseil municipal	Conseil d'agglomération	Total
Comparatif 2021	329,2	-	329,2
Indexation des revenus reliés à la tarification (carte Accès Montréal)	6,6	-	6,6
Variation totale	6,6	-	6,6
Budget 2022	335,8	-	335,8

Principaux écarts 2022 vs 2021 – Dépenses

(en années-personnes et en milliers de dollars)

	A-P.	Conseil municipal	Conseil d'agglomération	Total
Comparatif 2021	243,8	28 930,1	-	28 930,1
Indexation et progressions statutaires de la rémunération		1 355,4	-	1 355,4
Indexation de 2,0% des autres familles de dépenses		94,6	-	94,6
Participation à l'équilibre budgétaire		(1 230,0)	-	(1 230,0)
Remise du transfert 2020-2021 reçu du Service du développement économique pour la Campagne de rayonnement en marge du chantier de la rue Sainte-Catherine Ouest		(200,0)	-	(200,0)
Variation totale	-	20,0	-	20,0
Budget 2022	243,8	28 950,1	-	28 950,1

Budget 2022

Revenus et dépenses par objets

Revenus par objets

(en milliers de dollars)

	Réel comparatif 2017	Réel comparatif 2018	Réel comparatif 2019	Réel comparatif 2020	Prévision comparative 2021	Budget comparatif 2021	Budget 2022
Autres services rendus	391,4	357,9	353,3	264,7	273,1	329,2	335,8
Autres revenus	4,5	0,5	-	-	-	-	-
Transferts	-	6,5	71,0	3,0	-	-	-
Total	395,9	364,9	424,3	267,7	273,1	329,2	335,8

Dépenses par objets

(en milliers de dollars)

	Réel comparatif 2017	Réel comparatif 2018	Réel comparatif 2019	Réel comparatif 2020	Prévision comparative 2021	Budget comparatif 2021	Budget 2022
Rémunération et cotisations de l'employeur	17 204,3	19 528,9	19 552,8	22 725,7	24 435,4	24 201,9	25 065,9
Transport et communication	3 722,1	2 751,7	3 185,8	2 360,7	2 608,4	2 729,1	2 291,7
Services professionnels	641,1	307,2	575,1	447,8	482,2	575,6	297,6
Services techniques et autres	1 469,0	1 109,6	1 014,8	810,0	951,1	1 275,9	1 147,3
Location, entretien et réparation	303,7	286,8	20,8	5,7	19,8	13,2	13,2
Biens non durables	399,9	80,6	42,5	88,8	111,1	123,9	123,9
Biens durables	40,0	63,2	45,3	62,7	24,1	10,5	10,5
Contributions à des organismes	11,0	(0,5)	-	50,0	-	-	-
Autres objets	-	-	(159,4)	(479,8)	(148,3)	-	-
Total	23 791,1	24 127,5	24 277,7	26 071,6	28 483,8	28 930,1	28 950,1

Budget 2022

Revenus et dépenses par objets – explications d'écarts

▪ Rémunération et cotisations de l'employeur :

- + 1 363,2 k : indexation salariale et progressions statutaires
- 131,0 k : engagement de non-comblement de postes pour financer les autres familles
- 368,2 k : participation à l'équilibre budgétaire financé par l'augmentation de l'anticipation des postes vacants et un engagement de non-comblement de postes

▪ Autres dépenses :

- Diminution en Transport et communications principalement due aux éléments suivants :
 - + 100,0 k : augmentation du budget pour la production de vidéos
 - 256,8 k : retrait de certaines activités en communication
 - 215,0 k : retrait partiel des placements obligatoires d'avis publics (appels d'offres conservés)
 - 65,8 k : réaménagement divers

Budget 2022

Revenus et dépenses par objets – explications d’écarts

▪ **Autres dépenses (suite) :**

- Diminution en Services professionnels principalement due aux éléments suivants :
 - 150,0 k : sondage citoyen
 - 88,0 k : retrait de certaines activités en communication
 - 40,0 k : réaménagement divers

- Diminution en Services techniques et autres principalement due aux éléments suivants :
 - + 23,4 k : réaménagement divers
 - 102,0 k : retrait de certaines activités en communication
 - 50,0 k : sondage citoyen

Budget 2022

Dépenses par catégories d'emplois

	(en milliers de dollars)					
	Budget comparatif 2017	Budget comparatif 2018	Budget comparatif 2019	Budget comparatif 2020	Budget comparatif 2021	Budget 2022
Rémunération et cotisations de l'employeur						
Cadres de gestion	1 970,1	2 623,5	2 639,0	2 589,2	3 024,3	3 805,9
Cadres conseil	321,7	-	-	-	-	-
Sous-total — Cadres	2 291,8	2 623,5	2 639,0	2 589,2	3 024,3	3 805,9
Cols blancs	6 726,9	7 551,6	8 549,2	10 944,6	11 515,0	11 552,9
Professionnels	7 865,4	8 669,1	8 677,3	9 966,3	10 324,3	10 512,4
Gestion des postes vacants	(295,8)	(207,0)	(208,7)	-	(661,7)	(805,3)
Total	16 588,3	18 637,2	19 656,8	23 500,1	24 201,9	25 065,9

Budget 2022

Variations de l'effectif par catégories d'emplois

	Années-personnes					Budget 2022
	Budget comparatif 2017	Budget comparatif 2018	Budget comparatif 2019	Budget comparatif 2020	Budget comparatif 2021	
Rémunération et cotisations de l'employeur						
Cadres de gestion	13,0	17,0	17,0	17,0	19,0	24,0
Cadres conseil	2,0	-	-	-	-	-
Sous-total — Cadres	15,0	17,0	17,0	17,0	19,0	24,0
Cols blancs	81,8	94,0	100,5	139,0	135,8	130,8
Professionnels	71,0	77,4	79,2	87,2	89,0	89,0
Total	167,8	188,4	196,7	243,2	243,8	243,8

Budget 2022

Financement de la main-d'oeuvre par projet PDI*

(en milliers de dollars)

UNITÉ D'AFFAIRES :

Expérience citoyenne et communications

(Liste déroulante)

B. Main-d'œuvre capitalisable: Financement au PDI relevant d'une autre unité d'affaires

Projet / Programme INVESTI		Source de financement	Unité d'affaire requérante	Budget 2021		GDD approuvés en cours d'année 2021		Ajustements (excluant les GDD approuvés 2021)		Budget 2022 - déposé -		Variation 2022 vs 2021	
Número	Intitulé	Emprunt/ Comptant		A-P	\$	A-P	\$	A-P	\$	A-P	\$	A-P	\$
70151	Développement de nouveaux contenus et sites web	Emprunt	STI	7,0	737,0	-	-	-	9,9	7,0	746,9	-	9,9
70152	Plateformes de fondation transactionnelles	Emprunt	STI	-	-	-	-	0,5	69,7	0,5	69,7	0,5	69,7
70160	Refonte du portail intranet	Emprunt	STI	-	-	-	-	2,0	253,6	2,0	253,6	2,0	253,6
78032	Communications numériques	Emprunt	STI	-	-	-	-	2,0	280,6	2,0	280,6	2,0	280,6
70190	Présence numérique - Fondation	Emprunt	STI	0,5	64,6	-	-	(0,5)	(64,6)	-	-	(0,5)	(64,6)
72514	Carte universelle d'authentification citoyenne	Emprunt	STI	0,5	64,6	-	-	(0,5)	(64,6)	-	-	(0,5)	(64,6)
Total - Main-d'œuvre capitalisable: Financement au PDI relevant d'une autre unité d'affaires				8,0	866,2	-	-	3,5	484,6	11,5	1 350,8	3,5	484,6
TOTAL MAIN-D'ŒUVRE CAPITALISABLE				8,0	866,2	-	-	3,5	484,6	11,5	1 350,8	3,5	484,6
* Rémunération globale (salaires et les charges sociales)													
TOTAL MAIN-D'ŒUVRE FINANCÉE PAR LE PDI				8,0	866,2	-	-	3,5	484,6	11,5	1 350,8	3,5	484,6

Période de questions?

Programme décennal d'immobilisations 2022-2031

Liste des acronymes

SECC Service de l'expérience citoyenne et des communications

Enjeux

- La nouvelle mouture du budget participatif est en cours de planification. Les éventuels enjeux seront identifiés au courant de l'année 2022.
- Stratégie d'accompagnement pour la réalisation des prochaines éditions à venir.

Réalisations 2021

- La première édition du budget participatif a été lancée :
 - 620 idées soumises par la population
 - 35 projets proposés au vote suite à l'analyse et au développement des idées
 - 20 000 participant-es au vote
 - 7 projets désignés lauréats
- La réalisation des projets du premier budget participatif débutera au courant de l'année 2022.

PDI 2022-2031 par catégories d'actifs

PDI 2022-2031 : 515,0 M\$

(en milliers de dollars)

CATÉGORIES D'ACTIFS	Total 2022-2026			Total 2027-2031			Total 2022-2031		
	Protection	Développement	Total	Protection	Développement	Total	Protection	Développement	Total
CONSEIL MUNICIPAL									
Parcs, espaces verts et terrains de jeux		215 000,0	215 000,0		300 000,0	300 000,0	-	515 000,0	515 000,0
Total :	-	215 000,0	215 000,0	-	300 000,0	300 000,0	-	515 000,0	515 000,0
pourcentage relatif ==>	0,0 %	100,0 %		0,0 %	100,0 %		0,0 %	100,0 %	

CATÉGORIES D'ACTIFS	Total 2022-2026			Total 2027-2031			Total 2022-2031		
	Protection	Développement	Total	Protection	Développement	Total	Protection	Développement	Total
CONSEIL AGGLOMÉRATION									
Parcs, espaces verts et terrains de jeux		-	-		-	-	-	-	-
Total :	-	-	-	-	-	-	-	-	-

CATÉGORIES D'ACTIFS	Total 2022-2026			Total 2027-2031			Total 2022-2031		
	Protection	Développement	Total	Protection	Développement	Total	Protection	Développement	Total
GLOBAL									
Parcs, espaces verts et terrains de jeux	-	215 000,0	215 000,0	-	300 000,0	300 000,0	-	515 000,0	515 000,0
Total :	-	215 000,0	215 000,0	-	300 000,0	300 000,0	-	515 000,0	515 000,0
pourcentage relatif ==>	0,0 %	100,0 %		0,0 %	100,0 %		0,0 %	100,0 %	

PDI 2022-2031 par catégories d'actifs (suite)

Ces investissements permettront entre autre de réaliser les 7 projets de la première édition du programme du budget participatif:

- Les mini-forêts de Montréal
- De l'eau dans ta gourde!
- Mobilier festif inclusif et sécuritaire
- Le Jardin Éthel
- Notre serre 4 saisons : produisons toute l'année à St-Michel
- Corridor écologique du grand Sud-Ouest
- Le Quai34

De plus, il y aura des investissements en développement dans le cadre de divers projets participatifs (515 M\$ 2022-2031).

PDI à la charge des contribuables

(subventions et autres sources de financement)

PDI 2022-2031 : 515 M\$

- Au net, un montant de 515 M\$ sera à la charge des contribuables, soit 100 % du PDI planifié.
- 0 M\$ financé par des subventions, soit 0 % du financement total.
- 515 M\$ (100 %) des investissements prévus par le Service relèvent du conseil municipal.
- 0 M\$ (0 %) relèvent du conseil d'agglomération.

(en milliers de dollars)

MODES DE FINANCEMENT	Total 2022-2026			Total 2027-2031			Total 2022-2031		
	Conseil municipal	Conseil agglomération	Total	Conseil municipal	Conseil agglomération	Total	Conseil municipal	Conseil agglomération	Total
Programmation déposée	215 000,0	-	215 000,0	300 000,0	-	300 000,0	515 000,0	-	515 000,0
Source de financement externe									
Transferts (subventions)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Contributions des promoteurs	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Autres revenus	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Montant à la charge des contribuables	215 000,0	-	215 000,0	300 000,0	-	300 000,0	515 000,0	-	515 000,0

Priorité du PDI 2022-2031

- Assurer la mise en oeuvre du programme du budget participatif.

Liste des programmes

(en milliers de dollars)

NOM DE L'UNITÉ D'AFFAIRES/ DIRECTION	N°	PROGRAMME	Réalizations antérieures				Budget original	PDI 2022-2031		
			2017	2018	2019	2020	2021	Total 2022-2026	Total 2027-2031	Total 2022-2031
EXPÉRIENCE CITOYENNE	76012	Programme pour la réalisation de projets issus du budget	-	-	-	-	5 000,0	215 000,0	300 000,0	515 000,0
Total :			-	-	-	-	5 000,0	215 000,0	300 000,0	515 000,0

Impacts sur le budget de fonctionnement

- Des ressources humaines supplémentaires devront être déployées afin de mettre en oeuvre et soutenir le renforcement du programme.
- Des dépenses récurrentes sont à considérer dans les autres familles pour soutenir la mise en oeuvre du programme (études, promotion et soutien)
- Chaque projet réalisé aura également un impact sur le budget de fonctionnement des unités concernées, mais il est impossible de quantifier ce dernier à cette étape du processus.

Impacts sociaux et mesures de mitigation

Impact social 1

- L'équité et l'inclusion sont des valeurs phares de la démarche du budget participatif. Une égalité des chances a ainsi été offerte à toutes les personnes qui ont participé et à toutes les idées déposées. De plus, des efforts pour rejoindre des profils variés de participantes et participants, et pour documenter cette participation à chacune des étapes, ont été consentis.

Impact social 2

- Le développement des idées en projets a été guidé, lorsque possible, par la recherche d'une équité territoriale et populationnelle.

Accessibilité universelle : mesures mises en œuvre

- Des efforts importants ont été mis en œuvre pour simplifier les communications entourant les phases de participation citoyenne et rendre la démarche la plus accessible possible.
- Des activités d'information ont été organisées sur l'ensemble du territoire lors de la phase dans des points de passage stratégiques pour rejoindre un grand nombre de personnes (ex. : parcs, aires de jeux, entrées de métro, etc.)

Période de questions?

Annexes

Liste des programmes par compétences

(en milliers de dollars)

NOM DE L'UNITÉ D'AFFAIRES/ DIRECTION	N°	PROGRAMME	Compétence	Réalizations antérieures				Budget original	PDI 2022-2031		
				2017	2018	2019	2020	2021	Total 2022-2026	Total 2027-2031	Total 2022-2031
EXPÉRIENCE CITOYENNE	76012	Programme pour la réalisation de projets issus du budget	M	-	-	-	-	5 000,0	215 000,0	300 000,0	515 000,0
Total :				-	-	-	-	5 000,0	215 000,0	300 000,0	515 000,0

Écart entre le PDI 2021-2030 et le PDI 2022-2031 sur 10 ans

(en milliers de dollars)

N°	PROGRAMME / PROJET	PDI 2021-2030 (brut)							PDI 2022-2031 (brut)							Écart Total	Explications		
		2021	2022	2023	2024	2025	Total 2021 - 2025	Total 2026 - 2030	Total	2022	2023	2024	2025	2026	Total 2022 - 2026			Total 2027 - 2031	Total
76012	Programme pour la réalisation de projets issus du budget participatif	5 000,0	5 000,0	-	-	-	10 000,0	-	10 000,0	20 000,0	30 000,0	45 000,0	60 000,0	60 000,0	215 000,0	300 000,0	515 000,0	505 000,0	L'ampleur du programme de budget participatif a été revu à la hausse dans le cadre du PDI 2022-2031. Les budgets proviendront de réaménagement des enveloppes des autres unités.
Total		5 000,0	5 000,0	-	-	-	10 000,0	-	10 000,0	20 000,0	30 000,0	45 000,0	60 000,0	60 000,0	215 000,0	300 000,0	515 000,0	505 000,0	
Source de financement externe		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total des investissements nets		5 000,0	5 000,0	-	-	-	10 000,0	-	10 000,0	20 000,0	30 000,0	45 000,0	60 000,0	60 000,0	215 000,0	300 000,0	515 000,0	505 000,0	

Service de l'expérience citoyenne et des communications

700, rue De La Gauchetière Ouest, 28^e étage

Montréal (Québec) H3B 5M2

Josée Bédard

Directrice du service

514-872 5141