

Commission sur les services aux citoyens

Attendu que la commission a mené une consultation publique itinérante en collaboration avec le Conseil jeunesse de Montréal sur le sujet des communications entre la Ville et les jeunes ;

La commission

REMERCIE le Conseil jeunesse de Montréal pour l'excellente collaboration apportée à la tenue de cette consultation publique ;

REMERCIE tous les participants, citoyens, représentants d'organismes et fonctionnaires, pour leurs commentaires ainsi que pour la qualité de leurs interventions ;

Et fait les recommandations suivantes au conseil municipal :

ACCÈS À L'INFORMATION

R-1

Que la Ville de Montréal voit à faire la promotion de ses activités sur la voie publique.

R-2

Que la Ville de Montréal facilite l'utilisation d'Internet et du Web 2.0 à ses unités (listes d'envoi par courriel, pages *Facebook* et *Twitter*) afin d'assurer la visibilité des différentes activités de consultation publique et d'y convier les jeunes.

et

Que la Ville voit à optimiser sa présence sur les moteurs de recherche tel que *Google* en plus de promouvoir l'offre d'activités et de services et municipaux en diffusant du contenu multimédia et des hyperliens destinés aux différents groupes de jeunes sur les différents sites fréquentés par ceux-ci.

R-3

Que la Ville de Montréal étudie la possibilité de diffuser des « données ouvertes »¹ dans des formats standardisés sur son portail Internet ainsi que sur les portails des arrondissements, selon les normes en vigueur dans ce domaine, et ce afin de permettre leur plus grande accessibilité.

R-4

Que la Ville de Montréal s'appuie sur ses collaborations avec les différents partenaires jeunesse pour relayer l'information aux différents groupes de jeunes plus marginalisés (jeunes de la rue, jeunes issus des communautés culturelles, etc).

ÉDUCATION À LA PARTICIPATION CITOYENNE

R-5

Que la Ville de Montréal recense les différents organismes qui œuvrent en matière d'éducation citoyenne auprès des jeunes, reconnaissant ainsi leur expertise, et qu'elle collabore à faire la promotion de leurs activités existantes avec les écoles primaires et secondaires auprès des commissions scolaires présentes sur son territoire (Par exemple : *Apprentis citoyens*, offerte par

¹ Le processus d'ouverture des données a pour objectif de rendre les données publiques permanentes, libres de droits, facilement accessibles aux citoyens dans un format réutilisable et standardisé. Il est à noter que plusieurs grandes villes américaines et canadiennes ont déjà opté pour l'ouverture de leurs données.

le Centre d'histoire de Montréal ; *Électeurs en herbe*, offerte par le Forum jeunesse de l'Île de Montréal et *Apathy is boring*, offerte par La fabrique citoyenne).

DÉMOCRATIE PARTICIPATIVE

R-6

Que la Ville de Montréal invite son Conseil jeunesse, en collaboration avec les directions concernées, à organiser des rencontres annuelles entre les élus locaux, l'élu responsable du dossier jeunesse et les différents groupes de jeunes (12-16 ans, 16-20 ans, 20-25 ans et 25-30 ans) dans les lieux qu'ils fréquentent respectivement et aux moments où ils s'y trouvent, et ce dans l'objectif d'échanger sur des enjeux municipaux.

R-7

Que la Ville de Montréal revoit la gouvernance de ses unités afin d'inclure des jeunes au sein des différents comités stratégiques et consultatifs, dont les comités consultatifs d'urbanisme ainsi que des conseils d'administration des sociétés paramunicipales, notamment sur les questions qui concernent l'aménagement du territoire.

IMAGE DE LA VILLE

R-8

Que la Ville de Montréal innove et développe une image de marque (*branding*) dynamique qui soit perceptible par les jeunes, et ce sur l'ensemble de son territoire, en tablant sur la popularité de son logotype, la rosace, qui pourrait se présenter en différentes couleurs afin de catégoriser différents lieux municipaux et pour en marquer l'appartenance à la Ville par voie de simple affichage (la rosace de couleur bleue pourrait identifier les cours d'eau ; de couleur verte, les parcs, les grands parcs et les parcs nature ; de couleur jaune, les bâtiments historiques ; de couleur orangée, les centres communautaires et culturels, les bibliothèques, les musées et les centres sportifs et de loisirs ; etc.).

et

Que la Ville de Montréal élabore une campagne publicitaire corporative afin de faire la promotion de sa nouvelle image de marque.

SENTIMENT D'APPARTENANCE

R-9

Que la Ville de Montréal mette sur pied un portail Internet novateur dédié aux jeunes, à l'image du portail jeunesse mis en ligne par le Service de police de la Ville de Montréal et qu'elle y diffuse de l'information permettant aux jeunes de développer une meilleure compréhension des différents enjeux municipaux et d'en saisir l'intérêt.

R-10

Que la Ville de Montréal prévoit un mécanisme formel permettant l'apport de travaux d'étudiants universitaires aux grands projets Montréalais sous forme de concours.

R-11

Que la Ville de Montréal développe l'offre de projets jeunesse en s'inspirant des « *Paris Jeunes* »² (*talents, solidaires aventures et vacances*) mis sur pied par la Ville de Paris et qu'elle étudie la possibilité de mettre sur pied des centres de créativité sur la base du modèle parisien.

Les recommandations ont été adoptées le 11 novembre 2010.

² Les « Paris jeunes » sont des enveloppes qui permettent de soutenir financièrement un grand nombre de projets initiés par de jeunes Parisiens à hauteur d'un budget annuel global d'environ 500 000€.