

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

Budget de fonctionnement 2020

Service de l'expérience citoyenne et des communications

Date : 29 novembre 2019

Liste des acronymes

SECC - Service de l'expérience citoyenne et des communications

RTU - Réseaux techniques urbains

REMC - Réseau d'étalonnage municipal du Canada

BAM - Bureau Accès Montréal

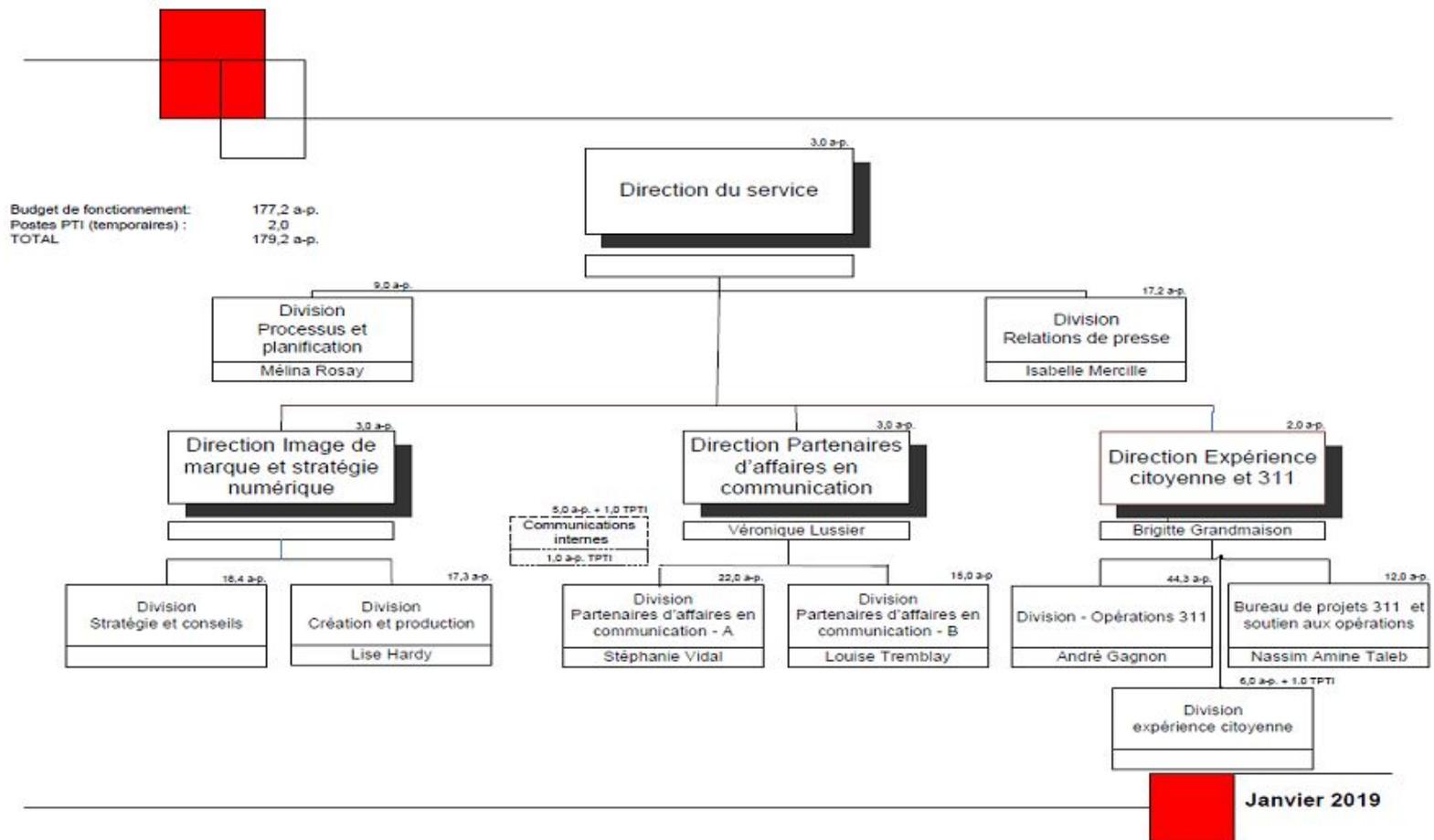
DAUSE - Direction de l'aménagement urbain et des services aux entreprises

SWEF - Soir - week-end - férié

Mission

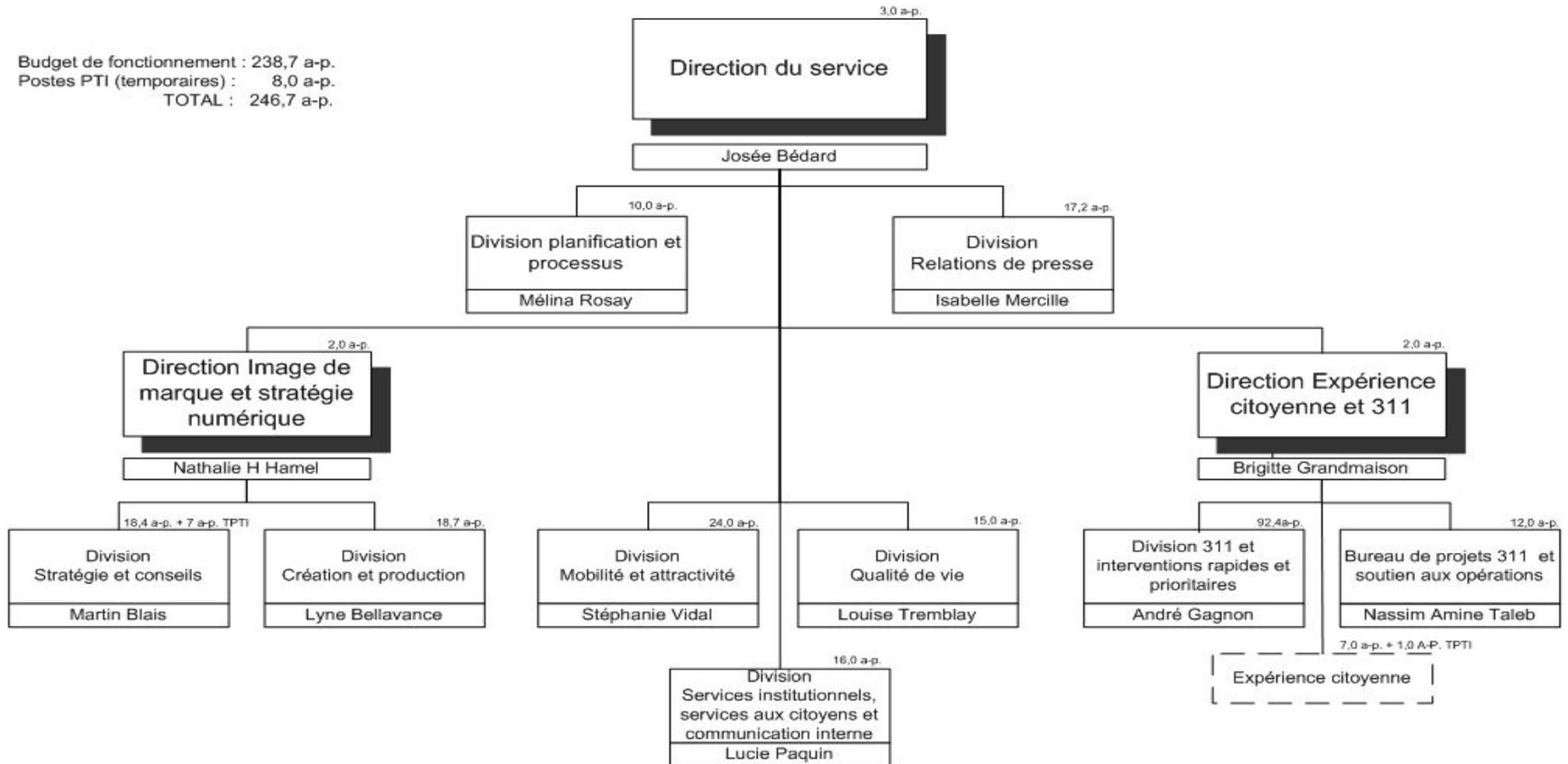
Le Service de l'expérience citoyenne et des communications a pour mission de créer une expérience citoyenne simplifiée et fluide en établissant des liens intelligibles, compréhensibles et logiques entre les actions de la Ville et la population. Porte-étendard de la Ville, il fait rayonner celle-ci en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

Organigramme 2019



Organigramme 2020

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



Mise à jour le : 12 novembre 2019



Janvier 2020

Faits saillants 2019 et impacts

L'année 2019 marque l'an 1 du Service de l'expérience citoyenne et des communications (SECC). Réunissant maintenant les équipes de communication, d'expérience citoyenne et du Centre de services 311, ce Service s'est doté d'un positionnement stratégique porteur. Par ailleurs:

- Le SECC a mené une vingtaine de campagnes de communication majeures, dont quatre en matière de mobilité sécuritaire dans le cadre de l'approche Vision zéro.
- Un support en communication et en logistique pour la tenue et la promotion de plus de 20 consultations publiques et séances d'information.
- Plus de 3 000 demandes médiatiques traitées et 2 000 produits de communication réalisés.
- Le développement de la nouvelle plateforme Web de la Ville, Montreal.ca et de nouveaux services en ligne dont le permis animalier, le droit d'initiative et certains permis d'occupation du domaine public.
- Plus de 900 000 avis de travaux ont été acheminés dans le cadre de 400 chantiers.
- Un plan d'action incluant une programmation spéciale pour la rue Sainte-Catherine et la promotion liée au *Programme d'aide volontaire aux commerces en situation de chantier majeur* notamment pour les rues Sainte-Catherine et Saint-Hubert.

- Le Centre de services 311 a poursuivi le regroupement des appels et des courriels portant à six le nombre d'arrondissements regroupés et a intégré les activités liées à Info-Travaux. Le nombre d'appels reçus a augmenté de 11 % par rapport à la même période en 2018. Le réseau 311 c'est :
 - 1,1 million d'appels par année
 - 65 000 courriels
 - 350 000 visites aux BAM dans 21 comptoirs
 - 10 000 demandes de services sur l'application mobile et le site web
 - 184 employés
 - 60 % des appels sont gérés par la centrale
 - Plus de 1 500 appels ont été répondus dans le cadre des inondations printanières
- L'équipe de l'expérience citoyenne a amorcé le projet de révision de la *Politique de participation publique et d'engagement citoyen* de la Ville et déployé un exercice de dialogue avec les Montréalais. Les travaux se poursuivront en 2020.

Budget de fonctionnement 2020

Plan de la présentation

- Objectifs et réalisations 2019
- Indicateurs REMC
- Indicateurs du service - Bilan en matière de santé et sécurité au travail
- Évolution budgétaire 2019
- Objectifs 2020
- Budget 2020
 - Revenus et dépenses par compétences
 - Revenus et dépenses par objets
 - Dépenses par catégories d'emplois
 - Variations de l'effectif par catégories d'emplois
- Principaux écarts 2020 versus 2019
- Période de questions

Objectifs et réalisations 2019

Objectifs organisationnels

Objectif 1 : définir le nouveau Service de l'expérience citoyenne et des communications en proposant une mission, des orientations et une nouvelle structure de gestion et de travail tournée vers la communication citoyenne

Nouveau positionnement stratégique «Créer du sens» qui définit un système intégré de responsabilités, de stratégies, de valeurs et d'ambitions afin d'optimiser la communication aux citoyens dans un souci de cohérence et de fluidité. Un nouveau mode de gouvernance et une offre de service conséquente complèteront ce positionnement d'ici la fin 2019.

Objectif 2 : assurer une intégration harmonieuse des employés des unités en communications, expérience citoyenne et du centre de services 311 et augmenter la collaboration avec les arrondissements

Campagne déneigement 2019-2020 réalisée en cocréation avec les arrondissements.

Présentation du positionnement stratégique à tous les employés du Service, aux directeurs de services et d'arrondissements.

Développement des tableaux de bord de performance et des programmes en formation et en assurance qualité au 311, et partage de ces bonnes pratiques dans une trousse à outils disponible pour tous les gestionnaires de BAM en arrondissement.

Objectif 3 : rédiger une nouvelle offre de service de la nouvelle unité et la partager à l'interne

Rédaction de la nouvelle offre de service, actuellement en cours

Objectif 4: amorcer la réflexion sur la déclaration de service aux citoyens

Balisateur complété pour la mise en place d'une déclaration de service aux citoyens pour les services centraux et les arrondissements. Ce balisateur des meilleures pratiques a été réalisé avec neuf villes canadiennes, deux villes à l'étranger, six arrondissements et quatre services centraux.

Objectifs opérationnels

Objectif 1: augmenter la présence numérique de la ville en déployant notamment montréal.ca dans l'écosystème numérique

- Permis animalier en ligne permettant d'accélérer le traitement et d'aviser le détenteur à l'échéance du permis
- Droit d'initiative: pétition en ligne visant une demande de consultation publique, quatre demandes déposées à ce jour
- Évaluation foncière: intégration des contenus et porte d'entrée vers les services numériques liés à l'évaluation (rôle foncier, ventes de propriétés)
- Vitrites d'arrondissement: porte d'entrée de l'offre de service des arrondissements, Ville-Marie en ligne et neuf autres arrondissements d'ici la fin de l'année
- Permis de rénovation extérieure en ligne, d'ici la fin 2019
- Permis d'entraves temporaires pour le cinéma, les véhicules hors norme et à compter de décembre 2019 les cafés-terrasses
- Plus de 60 000 comptes créés (mon compte)

Objectif 2: améliorer l'approche communicationnelle touchant les projets d'aménagement et d'infrastructure

- Harmonisation des pratiques et révision des outils de communication avec les arrondissements (avis de travaux, avis et alertes, carte Info-Travaux) à compléter d'ici la prochaine saison des travaux avec la publication d'un Guide de communications des travaux d'infrastructures et d'aménagement.
- Livraison de la boîte à outils pour l'habillage de chantier

Objectif 3: Soutenir les grandes orientations de la Ville en mettant de l'avant des campagnes de communication percutantes portant notamment sur la mobilité, l'habitation, l'environnement et le développement économique.

- Mobilité: promotion de la navette autonome et du réseau vélo; publication d'une carte d'entraves adaptative de Griffintown; mise en ligne de la page web "Se déplacer"; relations médias proactives, collaboration consolidée avec les partenaires et RTU; campagnes ciblées lors de travaux avec impacts majeurs ex: Viger, Sainte-catherine
- Habitation: relations de presse, production et promotion de la proposition de règlement pour une métropole mixte; relations de presse soutenues pour la stratégie de développement de 12 000 logements sociaux et abordables.
- Environnement: poursuite de la campagne bien manger, bien jeter; campagne corvées.
- Développement économique: optimisation de l'expérience utilisateur pour les huit programmes d'aide de la Ville (commerce, entreprise, industrie); Accélérer l'Est: stratégie conjointe avec le gouvernement du Québec et arrondissements pour mobiliser et informer en continu les citoyens; d'ici la fin 2019: refonte de l'écosystème des médias sociaux, campagne de promotion des parcours en entrepreneuriat.

Objectif 4: déployer des stratégies de communications internes efficaces alignées aux priorités organisationnelles de la direction générale

- Traduire les priorités organisationnelles pour les rendre concrètes pour les employés et création d'une section dédiée dans l'Intranet.
- En matière de mobilisation: voir objectif 5.
- Alignement stratégique: promotion de la consultation Rêvons Montréal, soutien à l'organisation des forums des artisans, rédaction d'un outil de promotion et organisation d'une annonce publique.
- Santé, sécurité et mieux-être: campagne Allez on bouge! incluant le Défi entreprise et la course Centraide, création d'une rubrique dans Echocité en soutien à la politique du respect de la personne.
- Valorisation de la diversité et inclusion: promotion et création de contenu dans l'Intranet sur la démarche d'auto-identification, la réconciliation autochtone et la politique d'accès aux services municipaux sans peur.

Objectif 5: mettre en place un plan de communication interne en soutien à la démarche de mobilisation des employés

- Campagne de mobilisation visant l'ensemble des employés et qui a généré un taux de réponse de 68 % au sondage sur la mobilisation, tout près de l'objectif de participation fixé à 70 %. Accompagnement du plan corporatif de mobilisation 2019-2020. Section dédiée dans l'Intranet.

Objectif 6: poursuivre la mise en place du nouveau modèle de gestion du 311, incluant le regroupement des appels et courriels des arrondissements et d'Info-travaux

- Intégration des appels et des courriels liés aux travaux au Centre de services 311.
- Trois arrondissements de plus pour un total à ce jour de six arrondissements dont les appels et courriels sont pris en charge par le 311.

Objectif 7: supporter les arrondissements et services dans leurs projets et initiatives en expérience client

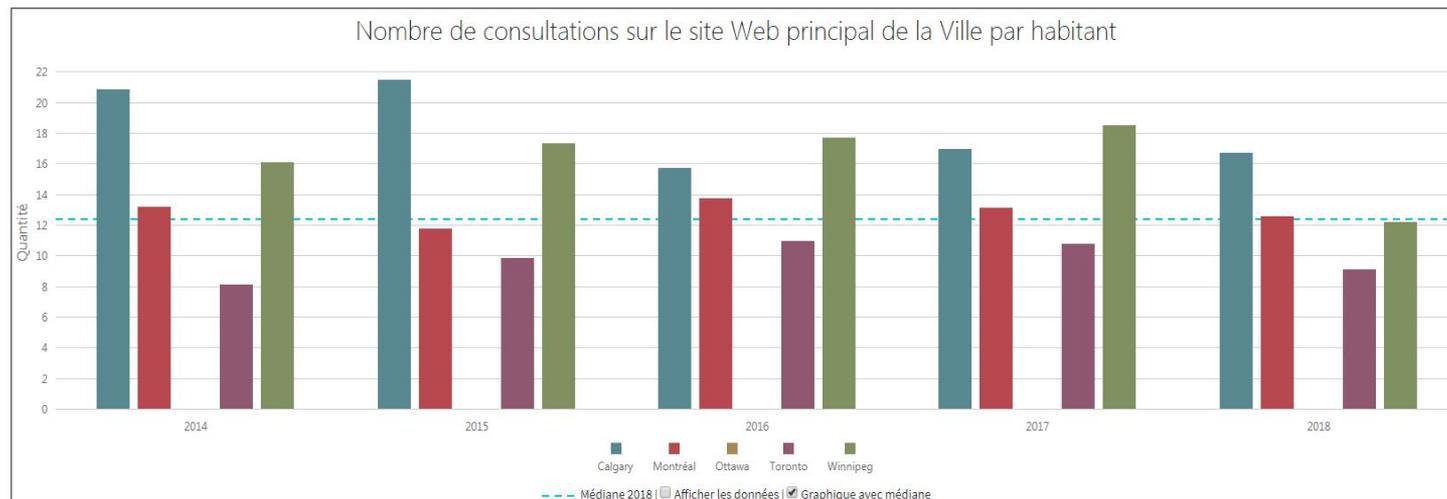
- Suivi et mise en œuvre des recommandations du vérificateur général.
- Développement de la démarche de révision de la politique de consultation et de participation publiques, diagnostic et étalonnage des meilleures pratiques, consultation des services municipaux et stratégies et déploiement de la consultation Montréal Dialogue.
- Sondage afin d'évaluer le niveau de satisfaction des services qui sont offerts à l'interne par les différentes unités.
- Accompagnement de quatre projets ad hoc d'arrondissement pour améliorer l'expérience citoyenne: étude de segmentation de la population pour l'arrondissement PAT/RDP; étude des besoins et attentes des utilisateurs du service téléphonique de la Cour municipale; réalisation d'un parcours citoyen pour l'arrondissement Pierrefonds-Roxboro; sondage d'évaluation des citoyens pour le BAM de l'arrondissement Ahuntsic-Cartierville.
- Accompagnement des arrondissements (DAUSE) pour améliorer l'expérience des entreprises lors de demande d'obtention de permis.

Objectif 8: revoir le processus d'identification et de prise en charge des insatisfactions et des plaintes des citoyens

- Élaboration d'une charte de projet portant sur une démarche de gestion des insatisfactions à la Ville de Montréal et livraison d'un premier rapport de diagnostic sur les besoins et attentes des citoyens.

Indicateurs REMC

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

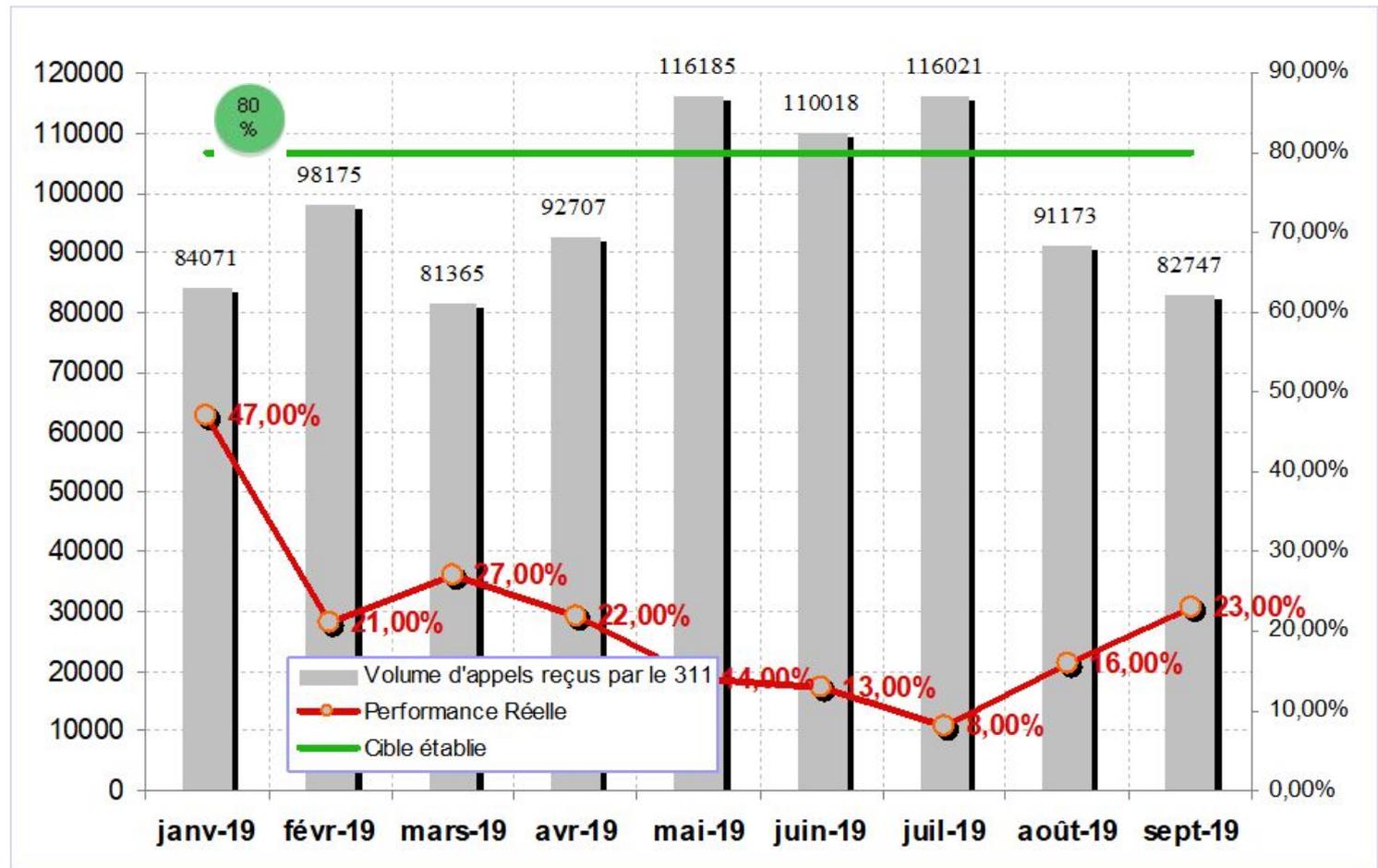


	2014	2015	2016	2017	2018
Résultat	13,17	11,77	13,72	13,13	12,53
Écart année précédente	-	-10,6%	16,6%	-4,3%	-4,6%
Évolution	-	-	-	-	-4,9%
Médiane	14,62	14,56	14,72	15,04	12,36

Indicateurs du Service

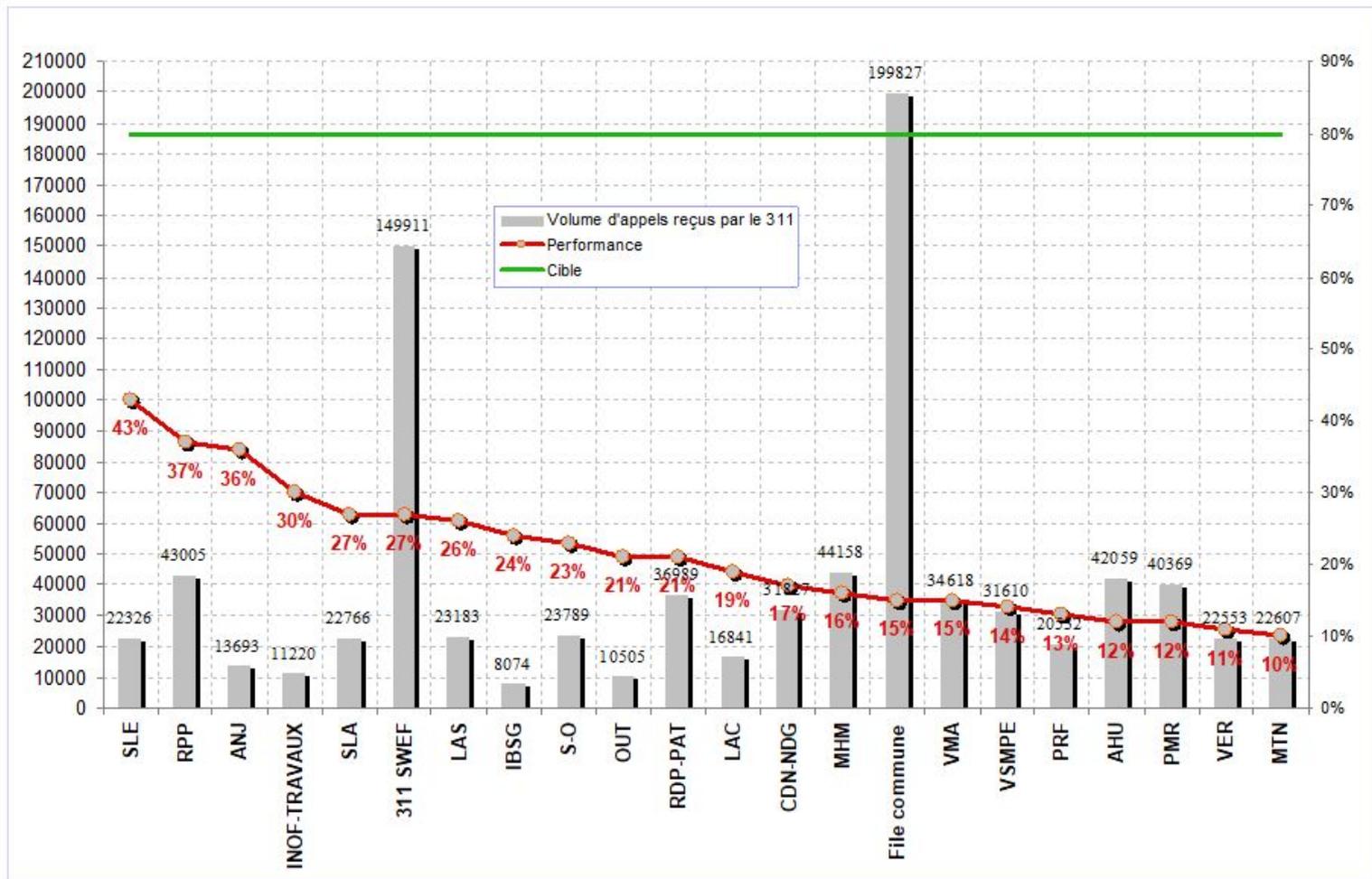
Réseau 311 (tous les arrondissements + Info-Travaux)

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



Données du 1er janvier au 30 septembre 2019

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

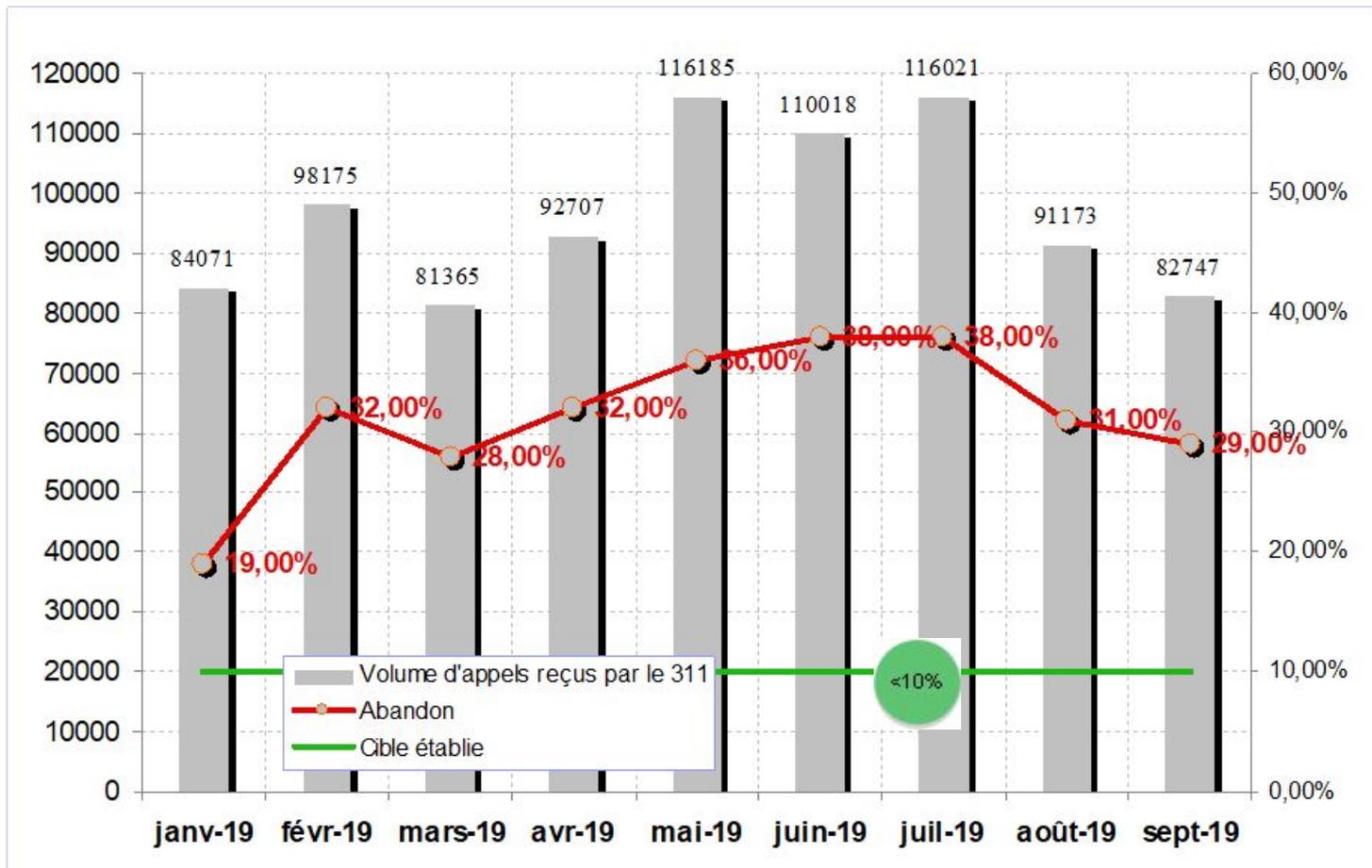


Données du 1er janvier au 30 septembre 2019

Indicateurs du Service

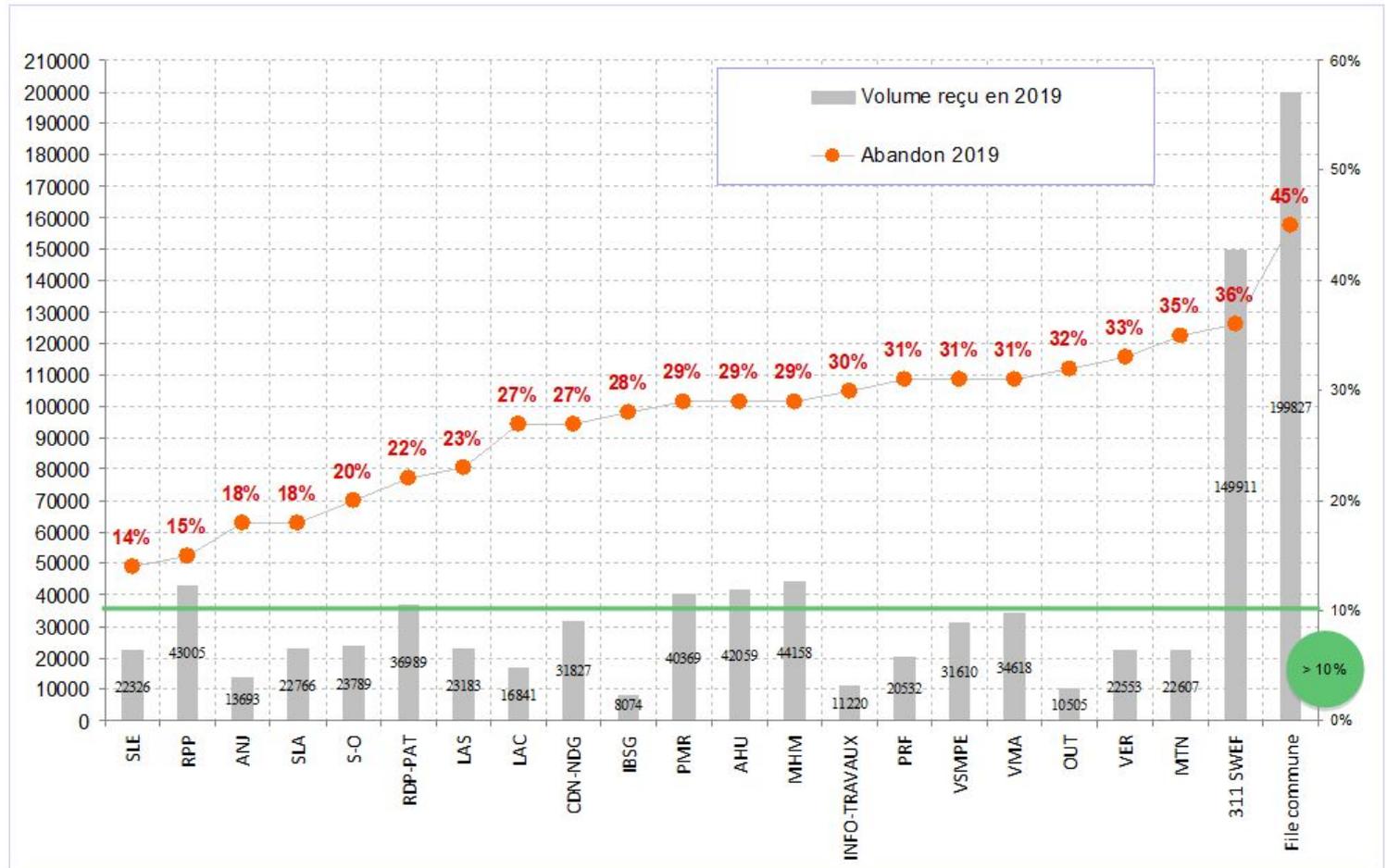
Cible: Moins de 10% d'appels abandonnés

Réseau 311 (tous les arrondissements + Info-Travaux)



Données du 1er janvier au 30 septembre 2019

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



Données du 1er janvier au 30 septembre 2019

Indicateurs du Service

Cible: Répondre aux courriels en moins de 48 heures

Centre de services 311



Plus de 58 000 courriels reçus, délai moyen 72 heures

Indicateurs du Service

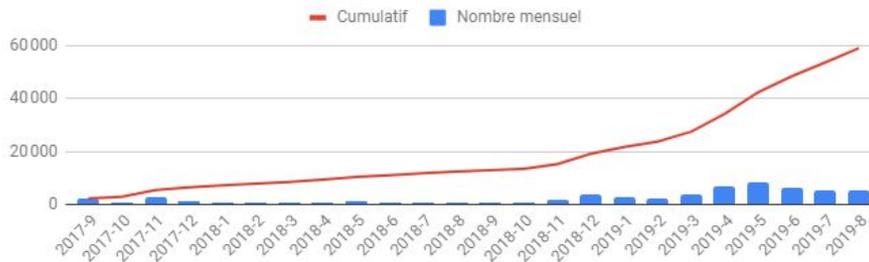
Fréquentation de Montréal.ca



La fréquentation a triplé depuis le mois d'avril (46 000 en avril / 93 000 en juillet / 140 000 visites en septembre).

Nombre de comptes créés

Évolution du nombre de comptes créés



Mon compte: nombre de compte a doublé en 5 mois, près de 60 000 compte actifs en septembre 2019

Indicateurs du Service

Nombre d'abonnés pour les comptes Facebook, Twitter et LinkedIn, la stabilité ou la progression indique que les contenus répondent aux attentes des cibles visées.

Plateforme	2018	2019	Différence
<u>Facebook</u>	89 410	107 386	+ 20,11 %
<u>LinkedIn</u>	N/A	70 289	N/A
<u>Twitter</u>	144 035	156 145	+ 8,41 %

Taux d'engagement (interactions/contenus publiés), indique que plus les contenus captent l'attention plus les interactions sont élevées

Plateforme	2018	2019	Différence
<u>Facebook</u>	6,21 %	6,65 %	+ 7,09 %
<u>LinkedIn*</u>	N/A	3,07 %	N/A
<u>Twitter</u>	0,65 %	0,99 %	+ 53,11 %

* LinkedIn ne fournit aucune donnée antérieure à 12 mois

Bilan en matière de santé et sécurité au travail

	2018	2019 (28 août)
Taux absentéisme maladie	6,33%	7,76%
Taux absentéisme toutes les absences	7,25%	9,12%
	2018	2019 (30 juin)
Santé et sécurité	1 lésion sans perte de temps	1 lésion avec perte de temps
Taux de fréquence	0	1,3
Jour perdu	0	46
Ratio d'assignation temporaire	0%	14,8%

Évolution budgétaire 2019 - Revenus

Expérience citoyenne et communications

Revenus - évolution budgétaire 2019

(en milliers de dollars)

	Conseil municipal	Conseil d'agglomération	Total
Budget original 2019	316,8		316,8
Subvention additionnelle du Ministère des transports - projet Vision zéro	84,8		84,8
Budget modifié 2019	401,6	-	401,6
Prévisions 2019	401,6		401,6
Surplus (déficit)	-	-	-
<u>Explications des principaux écarts</u>			-
			-
	-	-	-

Note: Évolution budgétaire en date de 31 août 2019.

Évolution budgétaire 2019 - Dépenses

Expérience citoyenne et communications

Dépenses - évolution budgétaire 2019

(en milliers de dollars)

	Conseil municipal	Conseil d'agglomération	Total
Budget original 2019	22 889,5		22 889,5
Transfert 15ap en provenance de 6 arrondissements dans le cadre du rapatriement de l'activité du Centre de services 311	1 237,5		1 237,5
Révision et bonification de la Politique de consultation et de participation publiques de la Ville de Montréal.	434,3		434,3
Transfert 3 postes de la Direction générale	295,6		295,6
Transfert du Service de développement économique - déploiement d'une campagne de communication en marge du chantier de la rue Sainte-Catherine Ouest	200,0		200,0
Subvention en provenance du Ministère des Transports pour le projet Vision zéro (le projet vise à réduire les accidents dus à la circulation)	84,8		84,8
Surplus - projet Gestion animalière	14,8		14,8
Budget modifié 2019	25 156,5	-	25 156,5
Prévisions 2019	25 156,5		25 156,5
Surplus (déficit)	-	-	-
Explications des principaux écarts			-
			-
	-	-	-

Note: Évolution budgétaire en date de 31 août 2019.

Objectifs 2020

- Objectif 1 Au 1er 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.
- Objectif 2 Au 1er trimestre, avoir diffusé à l'ensemble des intervenants de la Ville, le Guide de communications des travaux d'infrastructure et d'aménagement afin d'améliorer la satisfaction des citoyens eu égard à la gestion des travaux.
- Objectif 3 Au 3e trimestre, avoir déposé une analyse exhaustive préalable à une démarche potentielle de renouvellement de l'image de marque de la Ville.
- Objectif 4 Au 3e trimestre, une recommandation sur la déclaration de service aux citoyens sera déposée à la direction générale
- Objectif 5 Au 3e 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.
- Objectif 6 Au 4e trimestre 2020, tous les appels et courriels des arrondissements volontaires seront regroupés au Centre de services du 311
- Objectif 7 Avoir complété la mise en ligne des contenus prévus à la feuille de route 2020 de Montreal.ca.
- 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.
- Objectif 9 Au 4e 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.

Budget 2020 Revenus et dépenses par compétences

(en milliers de dollars)

	Revenus						
	Réel comparatif 2015	Réel comparatif 2016	Réel comparatif 2017	Réel comparatif 2018	Prévision comparative 2019	Budget comparatif 2019	Budget 2020
Conseil municipal	439,1	416,5	396,0	365,0	316,8	316,8	323,1
Conseil d'agglomération	-	-	-	-	-	-	-
Total	439,1	416,5	396,0	365,0	316,8	316,8	323,1

(en milliers de dollars)

	Dépenses						
	Réel comparatif 2015	Réel comparatif 2016	Réel comparatif 2017	Réel comparatif 2018	Prévision comparative 2019	Budget comparatif 2019	Budget 2020
Conseil municipal	18 875,6	23 309,6	23 319,2	23 714,6	25 156,6	24 172,0	28 700,2
Conseil d'agglomération	827,2	274,3	61,1	2,2	-	-	-
Total	19 702,8	23 583,9	23 380,3	23 716,8	25 156,6	24 172,0	28 700,2

Budget 2020 - Revenus et dépenses par objets

Revenus par objets

(en milliers de dollars)

	Réel comparatif 2015	Réel comparatif 2016	Réel comparatif 2017	Réel comparatif 2018	Prévision comparative 2019	Budget comparatif 2019	Budget 2020
Taxes	-	-	-	-	-	-	-
Paiements tenant lieu de taxes	-	-	-	-	-	-	-
Services rendus aux organismes municipaux	-	-	-	-	-	-	-
Autres services rendus	439,1	370,0	391,4	357,9	316,8	316,8	323,1
Autres revenus	-	46,5	4,5	0,5	-	-	-
Transferts	-	-	-	6,5	-	-	-
Total	439,1	416,5	395,9	364,9	316,8	316,8	323,1

Dépenses par objets

(en milliers de dollars)

	Réel comparatif 2015	Réel comparatif 2016	Réel comparatif 2017	Réel comparatif 2018	Prévision comparative 2019	Budget comparatif 2019	Budget 2020
Rémunération et cotisations de l'employeur	13 773,6	16 126,8	16 788,4	19 113,0	19 746,6	19 240,9	23 084,2
Transport et communication	1 427,0	3 089,6	3 722,1	2 751,7	3 224,3	3 317,8	3 479,6
Services professionnels	458,5	503,4	641,1	307,2	867,9	246,0	597,1
Services techniques et autres	761,4	663,2	1 474,2	1 114,8	1 148,5	1 089,8	1 357,5
Location, entretien et réparation	422,0	411,8	303,7	286,8	58,5	109,4	13,2
Biens non durables	2 819,5	2 778,0	399,9	80,6	81,6	164,0	158,1
Biens durables	30,8	11,1	40,0	63,2	29,2	4,1	10,5
Frais de financement	-	-	-	-	-	-	-
Contributions à des organismes	-	-	11,0	(0,5)	-	-	-
Autres objets	10,0	-	-	-	-	-	-
Financement	-	-	-	-	-	-	-
Total	19 702,8	23 583,9	23 380,4	23 716,8	25 156,6	24 172,0	28 700,2

Budget 2020 - Dépenses par catégories d'emplois

(en milliers de dollars)

	Budget comparatif 2015	Budget comparatif 2016	Budget comparatif 2017	Budget comparatif 2018	Budget comparatif 2019	Budget 2020
Rémunération et cotisations de l'employeur						
Cadres de gestion	1 241,2	1 584,4	1 970,1	2 623,5	2 639,0	2 589,2
Cadres conseil	-	150,0	321,7	-	-	-
Sous-total — Cadres	1 241,2	1 734,4	2 291,8	2 623,5	2 639,0	2 589,2
Cols blancs	5 520,1	6 537,7	6 311,0	7 135,7	8 133,3	10 528,7
Professionnels	6 767,3	8 280,5	7 865,4	8 669,1	8 677,3	9 966,3
Cols bleus	60,9	-	-	-	-	-
Gestion des postes vacants	-	-	(295,8)	(207,0)	(208,7)	-
Total	13 589,5	16 552,6	16 172,4	18 221,3	19 240,9	23 084,2

Budget 2020

Variations de l'effectif par catégories d'emplois

	Années-personnes					Budget 2020
	Budget comparatif 2015	Budget comparatif 2016	Budget comparatif 2017	Budget comparatif 2018	Budget comparatif 2019	
Catégories d'emplois						
Cadres de gestion	8,5	9,0	13,0	17,0	17,0	17,0
Cadres conseil	-	1,0	2,0	-	-	-
Sous-total — Cadres	8,5	10,0	15,0	17,0	17,0	17,0
Cols blancs	70,1	77,3	77,3	89,5	96,0	134,5
Professionnels	63,0	73,0	71,0	77,4	79,2	87,2
Cols bleus	0,9	-	-	-	-	-
Gestion des postes vacants	-	-	-	-	-	-
Total	142,5	160,3	163,3	183,9	192,2	238,7

Principaux écarts 2020 versus 2019 - Revenus

Sommaire

Expérience citoyenne et communications

Principaux écarts - volet des revenus

(en milliers de dollars)

	Conseil municipal	Conseil d'agglomération	Total
Comparatif 2019	316,8	-	316,8
Indexation des revenus reliés à la tarification (Carte accès Montréal)	6,3		6,3
Variation totale	6,3	-	6,3
Budget 2020	323,1	-	323,1

Le prix de la Carte accès Montréal n'a pas été augmenté par rapport à l'année 2019 (8\$ par carte ou 7\$ ou 6\$ si plusieurs demandes sont faites pour une même adresse postale).

Principaux écarts 2020 vs 2019 - Dépenses

Sommaire

Expérience citoyenne et communications

Principaux écarts - volet des dépenses

(en années-personnes et en milliers de dollars)

	A-P.	Conseil municipal	Conseil d'agglomération	Total
Comparatif 2019	192,2	24 172,0	-	24 172,0
<u>Augmentations</u>				
Centre de service 311				
Amélioration des appels de la file commune	10,9	888,0	-	888,0
Rapatriement de 8 nouveaux arrondissements en 2020 et 1 arrondissement en 2019	10,0	820,2	-	820,2
Compensation du déficit structurel des banques d'heures d'agent de communication sociale	12,2	700,0	-	700,0
Communication en support aux projets PTI				
Création 8 ap - anciennement des honoraires professionnels en support au PTI	8,0	797,0	-	797,0
Non-capitalisation des communications: besoin au Service de l'urbanisme et mobilité		250,0	-	250,0
Brigade mobile pour le chantier du projet de la rue Sainte-Catherine (2020-2022)		174,3	-	174,3
Transferts				
Transfert 3 postes de la Direction générale	3,0	314,8	-	314,8
Transfert du Service du développement économique pour le financement d'une campagne de communication pour la rue Ste-Catherine afin de contribuer à maintenir l'achalandage dans le secteur (2019-2021)		200,0	-	200,0
Création postes temporaires pour la durée des projets - financement par réaménagement budgétaire (LIUM, Stratégie Centre-Ville et médias sociaux)	2,4			-
Autres augmentations				
Indexations de la masse salariale et progressions statutaires		317,5	-	317,5
Expérience citoyenne - Révision et bonification de la Politique de consultation et de participation publique de la Ville de Montréal (PPPEC)		218,6	-	218,6
Divers projets d'analyse et de mesure de produits de communication		50,0	-	50,0
Diminutions				
Participation à l'équilibre budgétaire		(202,2)	-	(202,2)
Variation totale	46,5	4 528,2	-	4 528,2
Budget 2020	238,7	28 700,2	-	28 700,2

BUDGET 2020 - Capitalisation de la main-d'œuvre *

(en milliers de dollars)

UNITÉ D'AFFAIRES :

Expérience citoyenne et communications

Annexe 14-2

A. Financement au PTI relevant de l'unité

Projet / Programme INVESTI		Source de financement	Budget 2019		GDD en cours d'année 2019		Ajustements (excluant les GDD 2019)		Budget 2020 - déposé -		Variation 2020 vs 2019	
Numéro	Intitulé	Emprunt/ Comptant	A-P	\$	A-P	\$	A-P	\$	A-P	\$	A-P	\$
			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total - Financement au PTI relevant de l'unité			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

* Rémunération globale (salaires et les charges sociales)

B. Financement au PTI relevant d'une autre unité d'affaires

Projet / Programme INVESTI		Source de financement	Unité d'affaire requérante	Budget 2019		GDD en cours d'année 2019		Ajustements (excluant les GDD 2019)		Budget 2020 - déposé -		Variation 2020 vs 2019	
Numéro	Intitulé	Emprunt/ Comptant		A-P	\$	A-P	\$	A-P	\$	A-P	\$	A-P	\$
70190	Présence numérique - Fondation	Emprunt	STI	0,5	64,6					0,5	64,6	-	-
72514	Carte universelle d'authentification citoyenne	Emprunt	STI	0,5	64,6					0,5	64,6	-	-
	SGPI_ Hôtel de Ville	Emprunt	SGPI	1,0	117,2			(1,0)	(117,2)	-	-	(1,0)	(117,2)
70151	Développement de nouveaux contenus et sites web (gdd 2197805006)	Emprunt	STI	-	-	7,0	790,3	-	-	7,0	790,3	7,0	790,3
Total - Financement au PTI relevant d'une autre unité				2,0	246,4	7,0	790,3	(1,0)	(117,2)	8,0	919,5	6,0	673,1
TOTAL MAIN-D'ŒUVRE CAPITALISABLE				2,0	246,4	7,0	790,3	(1,0)	(117,2)	8,0	919,5	6,0	673,1

Période de questions

Service de l'expérience citoyenne et des communications
Josée Bédard, Directrice

700, rue De La Gauchetière Ouest, 28^e étage
Montréal (Québec) H3B 5M2