

**Commission permanente du conseil municipal
sur les services aux citoyens**

**Rapport de consultation et recommandations sur
LES COMMUNICATIONS DE LA VILLE DE MONTRÉAL**

**Rapport déposé au conseil municipal
Le 28 janvier 2008**

Ville de Montréal

Service des affaires corporatives
Direction du greffe
Division du soutien aux commissions et suivi
275, rue Notre-Dame Est, bureau R.134
Montréal (Québec) H2Y 1C6

La commission :

Montréal, le 28 janvier 2008

Président

M. Jean-François St-Onge
Arrondissement
d'Ahuntsic-Cartierville

Monsieur Marcel Parent
Président du conseil
Hôtel de ville de Montréal

Vice-présidente

Mme Mary Deros
Arrondissement de Villeray-
Saint-Michel-Parc-Extension

Monsieur le président,

Conformément au Règlement sur les commissions permanentes du conseil municipal (06-009), nous avons l'honneur de déposer, au nom de la commission permanente du conseil municipal sur les services aux citoyens, le rapport de la consultation publique tenue le 13 novembre 2007 concernant les communications de la Ville et les recommandations de la commission adoptées le 27 novembre 2007.

Membres

M. Ross Blackhurst
Arrondissement de LaSalle

Nous vous prions d'agréer, Monsieur le président, l'expression de nos sentiments les meilleurs.

M. Maurice Cohen
Arrondissement de Saint-Laurent

Mme Suzanne Decarie
Arrondissement de Rivière-des-
Prairies-Pointe-aux-Trembles

M. Sylvain Lachance
Arrondissement de Villeray-
Saint-Michel-Parc-Extension



Jean-François St-Onge
Président



Amélie Régis
Secrétaire-recherchiste

Mme Clementina Teti-Tomassi
Arrondissement de Montréal-Nord

M. Frank Venneri
Arrondissement de Villeray-
Saint-Michel-Parc-Extension

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	4
LE PROCESSUS D'ÉTUDE PUBLIQUE	4
LES COMMUNICATIONS CORPORATIVES	5
<i>Mission</i>	5
<i>Mandats</i>	5
<i>Défis</i>	6
<i>La e-cité</i>	6
Stratégie informationnelle	7
Stratégie interactive	7
Stratégie transactionnelle	7
Services électroniques en développement	8
<i>Carte Accès Montréal</i>	8
LES COMMENTAIRES ET OPINIONS DES CITOYENS	9
<i>L'accessibilité universelle</i>	9
<i>La structure municipale</i>	9
<i>La e-cité</i>	9
<i>L'image de la Ville</i>	9
<i>Le budget du SCRC</i>	9
LES RECOMMANDATIONS	10
ANNEXE 1 - EXTRAITS DU PLAN D'ACTION 2007 DE LA VILLE DE MONTRÉAL EN MATIÈRE D'ACCESSIBILITÉ UNIVERSELLE	14

LES COMMUNICATIONS DE LA VILLE DE MONTRÉAL

INTRODUCTION

La commission permanente du conseil municipal sur les services aux citoyens a tenu une consultation publique, le 13 novembre 2007, sur les communications de la Ville de Montréal afin de faire connaître la mission du Service des communications et des relations avec les citoyens, ses mandats, ses défis et les outils mis en place ou en développement pour rejoindre les différentes clientèles. Une douzaine de personnes ont assisté à cette assemblée au cours de laquelle les représentants du Service des communications et des relations avec les citoyens (SCRC) ont fait une présentation pour introduire le sujet à l'étude. Par la suite, les citoyens et organismes ont été invités à adresser leurs questions et commentaires, ce qui a permis d'alimenter la réflexion des commissaires pour l'élaboration des recommandations qui ont été adoptées en assemblée publique le 27 novembre 2007.

LE PROCESSUS D'ÉTUDE PUBLIQUE

Des avis publics précisant l'horaire et les modalités de participation ont paru 14 jours avant la tenue de l'assemblée publique, soit le 30 octobre 2007, dans deux grands quotidiens montréalais, un francophone et un anglophone. L'assemblée a également été annoncée au moyen d'un affichage dans les bureaux Accès Montréal, les bureaux d'arrondissement, à l'hôtel de ville et sur le portail de la Ville. De plus, une invitation a été expédiée, par courrier régulier et courrier électronique, à environ 500 individus et représentants d'organismes susceptibles d'être intéressés par le sujet. Enfin, un communiqué a été transmis aux médias.

Une douzaine de personnes se sont présentées à la séance publique de la commission qui comportait une période de questions et de commentaires réservée aux citoyens. La commission y a entendu, au total, deux intervenants et un mémoire a été déposé¹.

Trois séances de travail ont été nécessaires afin de préparer l'assemblée publique, d'analyser les interventions et de formuler les recommandations. Durant cette période, la commission a pu compter sur la collaboration précieuse des représentants du SCRC.

¹ Il s'agit d'un mémoire conjoint des organismes suivants : Regroupement des organismes de promotion du Montréal métropolitain, Comité régional des associations pour la déficience intellectuelle et AlterGO

LES COMMUNICATIONS CORPORATIVES

Depuis le 1^{er} janvier 2007, les communications corporatives ont été regroupées au sein d'un service, ce qui leur procure une dimension stratégique importante au sein de la Ville de Montréal. Le Service des communications et des relations avec les citoyens (SCRC) est, en quelque sorte, la voix et les oreilles de la Ville de Montréal et les citoyens sont la raison d'être du Service.

Mission

Les principales missions du Service sont :

- de développer une vision stratégique des communications afin de contribuer au devenir et au rayonnement de Montréal;
- de contribuer à l'amélioration des services aux citoyens;
- d'optimiser l'offre de la Ville au plan des services transactionnels et des services d'information directs aux citoyens;
- de fournir une expertise-conseil et un soutien opérationnel en matière de communication afin d'assurer la visibilité des projets et des réalisations de la Ville auprès des diverses clientèles internes et externes.

Mandats

Quant aux mandats du volet des communications du SCRC, ils consistent à :

- élaborer une programmation annuelle des activités des communications en fonction des priorités de la Ville;
- développer des plans de communication en fonction des axes d'intervention de la Ville;
- offrir à ses clients des services en matière de communications stratégiques;
- offrir une expertise-conseil et un soutien opérationnel aux arrondissements, aux services corporatifs, à la direction générale et au cabinet;
- assurer la cohérence des messages dans l'ensemble des activités de communication et promouvoir une image forte de la Ville;
- assurer un leadership des projets de la Ville et impliquer à la fois les communications corporatives, les services corporatifs et/ou les arrondissements;
- développer des stratégies et des outils destinés aux employés;
- exercer une vigie, proposer des normes, des politiques et des indicateurs de performance, entre autres, en matière de communication et de qualité de service à la clientèle;
- développer et entretenir des liens avec les représentants de la presse (organiser des événements médiatiques, rédiger des allocutions et communiqués, etc.)
- offrir à ses clients des services en matière de conception graphique, d'impression numérique et de diffusion.

Pour le volet des relations avec les citoyens, les principaux mandats sont :

- de développer la e-Cité pour offrir un guichet de services électroniques performant à la population et permettre à la Ville de réviser certains de ses processus d'affaires;
- d'assurer la réponse aux demandes d'information, requêtes et plaintes des citoyens et assurer les communications opérationnelles;
- de gérer les activités du Centre de services 311, ouvert 24 heures par jour, 7 jours par semaine, 365 jours par année;
- d'être responsable des outils corporatifs et des sources d'information qui alimentent le réseau d'information destiné aux citoyens de la Ville;
- d'animer une démarche d'amélioration continue de la qualité des services aux citoyens en collaboration avec les arrondissements, les services corporatifs et les organismes partenaires ;
- de développer un nouveau concept pour la Carte Accès Montréal;
- de maintenir une veille stratégique portant sur la satisfaction des citoyens, l'évolution des besoins, les attentes, les motifs d'insatisfaction.

Défis

Le Service fait donc face à une série de défis :

- mieux connaître les clientèles afin de mieux cibler les interventions;
- mesurer la satisfaction des citoyens par rapport aux services offerts;
- assurer, en collaboration avec les différentes unités, l'amélioration continue de l'accessibilité et de la qualité des services;
- développer une communication stratégique, permanente, pertinente, diversifiée, équitable, donnant une image forte et ayant des messages convergents et rassembleurs;
- optimiser les ressources, revoir le management des grands dossiers et travailler davantage avec les arrondissements et les services pour développer une meilleure complémentarité.

La e-cité

La e-cité est un projet qui a débuté en 2004 afin de mettre en place une véritable « cité électronique ». La vision de la e-cité est d'élaborer une offre de service renouvelée conforme aux vues de l'administration et visant à rapprocher la Ville des citoyens, à développer la démocratie participative et à favoriser la transparence de l'administration municipale.

Sa contribution dans la stratégie globale de service à la clientèle de la Ville de Montréal consiste, notamment, à diminuer la pression sur les canaux traditionnels de desserte de la population, à améliorer le service à la clientèle, à revoir les processus de production des services municipaux et à implanter un nouveau guichet électronique de service à la clientèle complémentaire aux actuels comptoirs d'accueil et aux services téléphoniques de la Ville.

La e-cité utilise trois types de stratégie :

- Une stratégie informationnelle
- Une stratégie interactive
- Une stratégie transactionnelle

Stratégie informationnelle

Les fonctionnalités de la stratégie informationnelle sont :

- un guichet informatif pour les différents publics cibles;
- une vitrine informative pour les activités corporatives;
- une vitrine informative pour les 19 arrondissements;
- la mise en place d'outils de gestion décentralisée;
- le développement de normes graphiques et ergonomiques communes;
- un nouveau portail intranet pour les employés.

Stratégie interactive

Les fonctionnalités de la stratégie interactive sont :

- le journal officiel comprenant les communiqués, avis publics, appels d'offres, offres d'emploi et nouveautés;
- l'Info-Collecte (sur le web ou par réponse vocale interactive);
- l'Info-Remorquage (sur le web ou par réponse vocale interactive);
- l'évaluation municipale;
- la banque d'information municipale Sherlock;
- le BAM virtuel.

Stratégie transactionnelle

Les fonctionnalités de la stratégie transactionnelle sont :

- Cité + (consultation informatisée sur la taxation et l'évaluation = application réservée aux professionnels de l'immobilier)
- les rapports d'accident (application réservée aux compagnies d'assurances)
- le paiement des infractions (application utilisée aux constats pour la circulation et le stationnement, mais sera étendue à tous les constats en 2008);
- les rendez-vous à la cour municipale;
- les formulaires, les publications et les subventions en ligne;
- le Conseil municipal virtuel comprenant des outils de démocratie participative (sondages, questions aux élus, forums de discussion), l'accès aux documents des instances, la diffusion des séances du conseil;
- Millénium, le catalogue des bibliothèques;
- SYPRE, la banque de règlements municipaux;
- la diffusion des offres d'emploi.

Services électroniques en développement

Certaines prestations de services électroniques sont en développement :

- Info-Travaux : suivi des opérations systématiques
- Nouvelle maquette interactive
- Suite d'outils de collaboration (conférence web, tableaux blancs, wikis, etc.)
- Loisirs en ligne (diffusion de l'offre en sports et loisirs, inscription en ligne aux activités et optimisation des réservations de plateaux)
- E-procurement
- Cliq Sécur
- Carte Accès Montréal

Deux millions de sessions sont réalisées par mois sur le site Internet de la Ville, ce qui en fait un des sites francophones les plus visités au monde.

Une deuxième phase de développement de la e-cité est prévue de 2009 à 2014. Un projet sera soumis au comité exécutif en 2008. Il sera notamment proposé de pousser plus loin l'interaction directe entre les citoyens et l'administration, de faciliter les relations entre la communauté d'affaires, les grands investisseurs, les organismes, les partenaires et la Ville, de poursuivre la démarche de productivité auprès des employés, de poursuivre la mise en place d'outils technologiques dans un domaine en forte évolution.

Carte Accès Montréal

Un nouveau concept pour la Carte Accès Montréal est également en développement. En effet, le nombre de détenteurs stagne, ce qui laisse croire que la carte, dans son format actuel, est en fin de cycle de vie.

Le SCRC souhaite donc en faire une carte de citoyen unique, gratuite et universelle utilisable lors de toutes les transactions avec les services de la Ville (bibliothèques, loisirs, etc.).

Le SCRC souhaite également s'associer à un partenaire afin de développer un programme volontaire de fidélisation (de type Air Miles) afin d'inciter la consommation à Montréal. Ce programme serait entièrement géré par le partenaire et les coûts de déploiement de la carte seraient également à la charge du partenaire. Ce projet est embryonnaire et devra être présenté au comité exécutif.

LES COMMENTAIRES ET OPINIONS DES CITOYENS

Deux intervenants ont pris la parole lors de l'assemblée publique du 13 novembre sur les communications corporatives et un mémoire a été déposé. Deux autres personnes se sont également exprimées lors de l'assemblée publique d'adoption des recommandations.

Cinq thèmes principaux sont ressortis des interventions du public et des commissaires :

L'accessibilité universelle

Les efforts consentis par la Ville de Montréal pour mettre de l'avant le concept d'accessibilité universelle ont été salués. Cependant, des progrès peuvent encore être réalisés pour répondre aux besoins des personnes ayant des limitations fonctionnelles. C'est pourquoi il a été proposé, à l'instar du gouvernement du Québec, de se doter d'une politique d'accessibilité universelle des communications et d'étendre davantage les outils de communication mis à la disposition des personnes ayant des limitations fonctionnelles, visuelles ou auditives (ex. étendre le site Accès Simple, produire les documents municipaux en médias substituts, etc.).

La structure municipale

La structure complexe de la Ville de Montréal entraîne la confusion des citoyens qui éprouvent des difficultés à savoir exactement où s'adresser. La mise en fonction de la ligne 311 devrait aider à régler ce problème.

La e-cité

La e-cité offre une série de services électroniques qui donnent la possibilité aux citoyens de transiger avec la Ville de Montréal par Internet. Nous n'avons qu'à penser au paiement des constats d'infraction, à la prise de rendez-vous à la cour municipale, etc. Cependant, ces services semblent méconnus auprès de la population, d'où la nécessité d'en faire davantage la promotion.

L'image de la Ville

La Ville de Montréal n'a pas créé depuis plusieurs années de campagne forte de promotion et de slogan rassembleur visant à renforcer le sentiment d'appartenance des citoyens à leur ville, ce qui n'aide pas au développement de son image de marque.

Le budget du SCRC

Les commissaires ont exprimé le souhait d'avoir une vision d'ensemble des budgets alloués aux communications qui sont morcelés dans plusieurs services et/ou directions. Identifier ces budgets et en connaître la ventilation permettront de consolider les actions de communication et de développer, au besoin, des grandes campagnes panmontréalaises, en collaboration avec les arrondissements.

LES RECOMMANDATIONS

Commission permanente du conseil municipal sur les services aux citoyens

Recommandations Les communications de la Ville de Montréal

La commission sur les services aux citoyens a tenu une assemblée publique portant sur les communications de la Ville, le 13 novembre dernier. À l'issue de cette assemblée, la commission

REMERCIE le public pour ses interventions de qualité et les représentants du Service des communications et des relations avec les citoyens pour le travail réalisé;

APPUIE les projets de l'axe *accessibilité des communications municipales* du Plan d'action 2007 de la Ville de Montréal en matière d'accessibilité universelle (voir annexe);

Et RECOMMANDE au Service des communications et des relations avec les citoyens :

R-1

De produire en médias adaptés divers documents sur des programmes ou services s'adressant directement aux personnes ayant des limitations fonctionnelles, auditives ou visuelles (ex. le plan d'action en matière d'accessibilité universelle) et sur des programmes ou services touchant à la sécurité des citoyens en général;

R-2

D'offrir sur le site Internet de la Ville des documents en format Word afin d'accommoder les personnes ayant une déficience visuelle qui utilisent des logiciels d'adaptation ne reconnaissant pas le format PDF;

R-3

Outre les moyens déjà connus et mis en place par la Ville, de développer des communications récurrentes, notamment par le biais des médias ethniques, avec les communautés culturelles afin de vaincre l'isolement et de faciliter l'intégration des nouveaux arrivants à la vie montréalaise;

R-4

De tenir compte des besoins particuliers des différentes clientèles (communautés culturelles, jeunes, aînés, personnes ayant des limitations fonctionnelles, personnes isolées, etc.), notamment lors du déploiement de la campagne sur l'implantation du réseau intégré de prestation de services aux citoyens e-cité/311;

Considérant l'importance pour la Ville de Montréal d'avoir une image de marque forte afin de renforcer le sentiment d'appartenance des citoyens et afin de se positionner à l'échelle provinciale, nationale et internationale;

Considérant la nécessité d'amenuiser les clivages entre Montréal et les régions du Québec;

R-5

Dès 2008, de développer et produire, en collaboration avec les arrondissements, des campagnes publicitaires fortes mettant en valeur les atouts de la Ville de Montréal. Ces campagnes devront être développées en fonction des priorités définies par l'administration municipale et des grands enjeux montréalais;

R-6

D'assurer un arrimage plus efficace et une mise en commun de l'expertise entre les différents services de communication (arrondissements et services corporatifs), notamment pour le développement de campagnes à portée montréalaise (ex. augmentation des heures d'ouverture des bibliothèques, plan de transport, plan d'action famille, etc.);

R-7

De promouvoir davantage auprès des citoyens les prestations de services électroniques de la Ville de Montréal, offertes grâce à la e-cité, (ex. paiement de constat d'infraction en ligne) afin d'en optimiser leur utilisation et de veiller à la promotion adéquate des phases subséquentes de la e-cité;

R-8

De voir, de façon prioritaire, en étroite collaboration avec les arrondissements, à l'implantation du volet *Loisirs en ligne* qui vise à présenter sur le site Internet l'offre en sports et loisirs de la Ville de Montréal, à procéder aux inscriptions en ligne et à optimiser les réservations de plateaux;

Considérant que le format actuel de la Carte Accès Montréal existe depuis 1994;

Considérant que le taux annuel d'adhésion stagne depuis plusieurs années à 90 000 abonnés;

Considérant la pertinence de la Carte Accès Montréal et l'intérêt de la développer;

R-9

De revoir la formule de la Carte Accès Montréal, en considérant l'option de la carte de citoyen unique, afin de favoriser son utilisation optimale et de nouvelles adhésions;

Considérant l'importance de mieux cerner les sommes octroyées aux communications afin d'optimiser les ressources humaines et financières;

R-10

D'identifier, annuellement et rétroactivement pour 2007, en collaboration avec le Service des finances, l'ensemble des budgets alloués aux communications, et ce, par service, direction, programme, projet et/ou secteur d'activités. La ventilation de ces budgets doit également être faite selon qu'il s'agisse de communications internes, externes, de relations médiatiques ou de contrats à l'externe²;

R-11

En partenariat avec les arrondissements, d'établir des indicateurs de performance afin de vérifier la satisfaction des citoyens et afin de mieux cerner leurs besoins;

Considérant la recommandation 3 du rapport de consultation sur le défi de la participation de la Commission du conseil municipal sur la présidence du conseil qui stipule : ... que la Ville de Montréal bonifie ses communications auprès des citoyens en matière de consultation publique :

- *en publiant des avis rédigés dans un langage simple;*
- *en diffusant des capsules d'information, mises à jour hebdomadairement, au moyen de la téléphonie automatisée (87- Accès);*
- *en communiquant avec les citoyens par courrier électronique et en leur offrant la possibilité de s'inscrire en ligne à une liste d'envoi d'invitations ;*
- *en offrant la possibilité de s'inscrire par téléphone à une liste d'envoi postal d'invitations;*
- *en privilégiant l'insertion de publicité et la publication d'avis dans les premières pages des journaux, dans les médias desservant les communautés culturelles, à la radio et à la télévision communautaires ;*

R-12

D'élaborer des stratégies, en collaboration avec les arrondissements, visant à développer davantage la démocratie participative.

Les recommandations ont été adoptées à l'unanimité lors d'une assemblée publique tenue le 27 novembre 2007.

² Par la notion de budget, la commission entend également les dépenses reliées aux champs d'activité concernés.

Remarque de la commission

Malgré qu'aucune recommandation en ce sens n'ait été adoptée, la commission a assuré le Regroupement des aveugles et amblyopes du Montréal métropolitain et le Regroupement des organismes de promotion du Montréal métropolitain qu'une attention particulière serait portée aux revendications visant à développer une politique de communication en matière d'accessibilité universelle et à produire, en médias substituts, l'ensemble des documents de la Ville de Montréal³. Ces revendications seront soumises à M. Marcel Tremblay, membre du comité exécutif et responsable des services aux citoyens.

³ La commission a plutôt recommandé de produire en médias adaptés les documents destinés aux personnes ayant des limitations quelconques et les documents touchant à la sécurité (R-1).

ANNEXE 1 - EXTRAITS DU PLAN D'ACTION 2007 DE LA VILLE DE MONTRÉAL EN MATIÈRE D'ACCESSIBILITÉ UNIVERSELLE

Projets de l'axe accessibilité des communications municipales



3.1 Tenue d'une consultation publique sur le Plan de transport de Montréal

Responsable : Division du développement du transport – Direction des transports (SITE)
Partenaires municipaux : SMVTP
STM
Arrondissements et villes liées
Partenaires associatifs : S. O.
Budget prévu : S. O.

3.2 Offrir, sur le site Web de la Ville, *Habiter Montréal*, de l'information sur les logements accessibles et adaptables prévus et renvoi au service *InfoLogis* du Centre de réadaptation Lucie-Bruneau, en vue d'améliorer l'appariement entre l'offre et la demande

Responsable : Direction de projet – développement du logement social et abordable (SMVTP)
Partenaires municipaux : ND
Partenaire externe : Centre de réadaptation Lucie-Bruneau
Budget prévu : ND

3.3 Maintien du service téléphonique ATS pour les personnes ayant des limitations auditives

Responsable : Direction générale – Équipe projet du réseau intégré de prestation de services aux citoyens e-Cité/311
Partenaires municipaux : S. O.
Partenaires associatifs : S. O.
Budget prévu : ND

**Projets de l'axe
accessibilité des
communications
municipales**
(suite)

3.4 Diffusion d'un plan de communication externe sur l'implantation du réseau intégré de prestation de services aux citoyens e-Cité/311, tenant compte des besoins particuliers des personnes ayant des limitations fonctionnelles

Responsable : Direction générale – Équipe projet du réseau intégré de prestation de services aux citoyens e-Cité/311

Partenaires municipaux : Tous les arrondissements
Direction de la diversité sociale (SDCCMVDE)
Service des communications et des relations avec les citoyens

Partenaires associatifs : ROPMM
CRADI
RAAMM

Budget prévu : ND

3.5 Ajout de nouvelles pages au site AccèsSimple destiné aux internautes ayant des limitations intellectuelles, en tenant compte des recommandations du rapport d'évaluation complété en 2006 par le Groupe Défi Apprentissage, de l'Université de Montréal

Responsable : Service des communications et des relations avec les citoyens

Partenaire municipal : Direction de la diversité sociale (SDCCMVDE)

Partenaires externes : CRADI
Groupe Défi Apprentissage, Université de Montréal

Budget prévu : ND

3.6 Production de dépliants sur certains services offerts par la Ville en langage simplifié et en « orthographe altématique » à l'intention des personnes ayant des limitations intellectuelles

Responsable : Service des communications et des relations avec les citoyens

Partenaire municipal : Direction de la diversité sociale (SDCCMVDE)

**Projets de l'axe
accessibilité des
communications
municipales**
(suite)

3.6 (suite)

Partenaires externes: CRADI
Groupe Défi Apprentissage, Université de Montréal
Budget prévu: ND

3.7 Diffusion des actualités municipales au moyen du service téléphonique Publiphone – outil géré par le Regroupement des aveugles et amblyopes du Montréal métropolitain (RAAMM)

Responsable: Service des communications et des relations avec les citoyens
Partenaire municipal: Direction de la diversité sociale (SDCQ/MVDE)
Partenaire externe: RAAMM
Budget prévu: 5 000 \$

3.8 Participation au programme *AccessiB, la route pour tous*, afin d'augmenter le nombre de visiteurs à mobilité réduite au Jardin botanique et au Biodôme

Responsable: Muséums nature Montréal (SDCQ/MVDE)
Partenaires municipaux: S. O.
Partenaire associatif: Kéroul
Budget prévu: ND

3.9 Présentation de l'exposition *1, rue des Apparences*, proposée par l'Office des personnes handicapées du Québec (OPHQ), dans un ou plusieurs lieux de diffusion culturelle en arrondissement

Responsable: Direction du développement culturel et des bibliothèques (SDCQ/MVDE)

**Projets de l'axe
accessibilité des
communications
municipales**
(suite)

3.9 (suite)

Partenaires municipaux : Un ou plusieurs arrondissements (à confirmer)
Direction de la diversité sociale (SDCCQMVDE)

Partenaire externe : Office des personnes handicapées du Québec (OPHQ)

Budget prévu : ND

3.10 Diffusion d'information concernant les lieux de diffusion culturelle sur le site AccèsSimple, à l'intention des personnes ayant des limitations intellectuelles

Responsable : Direction du développement culturel et des bibliothèques (SDC-QMVDE)

Partenaires municipaux : Direction de la diversité sociale (SDCCQMVDE)
Service des communications et des relations avec les citoyens

Partenaires externes : Groupe Défi Apprentissage, Université de Montréal
CRADI

Budget prévu : ND

3.11 Diffusion d'information sur l'Ombudsman de Montréal (en langage simplifié, « orthographe alternatif » et son) sur le site AccèsSimple, destiné aux personnes ayant des limitations intellectuelles

Responsable : Ombudsman de Montréal

Partenaires municipaux : Service des communications et des relations avec les citoyens
Direction de la diversité sociale (SDCCQMVDE)

Partenaires externes : Groupe Défi Apprentissage, Université de Montréal

Budget prévu : S. O.

**Projets de l'axe
accessibilité des
communications
municipales**
(suite)

3.12 Production et diffusion du dépliant de l'Ombudsman de Montréal en langage simplifié et « orthographe alternatif » (français et anglais), à l'intention des personnes ayant des limitations intellectuelles

Responsable :	Ombudsman de Montréal
Partenaires municipaux :	Service des communications et des relations avec les citoyens Direction de la diversité sociale (SDCCQMVDE)
Partenaires externes :	CRADI Groupe Défi Apprentissage, Université de Montréal
Budget prévu :	5 000 \$

3.13 Bonification des moyens de communication et production d'outils en regard des personnes ayant des limitations fonctionnelles, par les arrondissements

Arrondissements responsables, actions de communication et budgets prévus :

- **Ahuntsic-Cartierville**
 - Rendre le site Web accessible aux malentendants;
 - Ajouter sur le site Web de l'information d'intérêt pour les personnes handicapées;
 - Concevoir un plan de communication sur l'accessibilité des lieux publics;
 - Acheter une visionneuse pour la bibliothèque Albert-Dumouchel.
Budget prévu : 5 000 \$ pour l'achat de la visionneuse; autres budgets prévus : ND
- **Anjou**
 - Diffuser des articles sur l'accessibilité dans le *Bulletin loisirs* – trois parutions annuelles – et dans *Regards sur Anjou* – six parutions annuelles
Budget prévu : S. O.
- **Côte-des-Neiges—Notre-Dame-de-Grâce**
 - Intégrer des pictogrammes dans le répertoire des activités sportives et récréatives
Budget prévu : ND
- **Lachine**
 - Maintenir l'information destinée aux personnes handicapées dans le répertoire des activités de loisirs (deux parutions par année)
 - Ajouter un logo sur les colonnes d'affichage indiquant si l'activité annoncée est accessible aux personnes handicapées
Budget prévu : ND

3.13 (suite)

• **LaSalle**

- Diffuser de l'information sur les améliorations apportées aux installations et services en matière d'accessibilité
- Inscrire les organismes d'aide aux personnes handicapées dans le répertoire de l'arrondissement

Budget prévu : 1 500 \$ (pour la diffusion d'information)

• **Le Sud-Ouest**

- Créer une page Web sur les services, les programmes et les installations accessibles, incluant une rubrique pour obtenir des commentaires sur la qualité des services offerts

Budget prévu : ND

• **Mercier—Hochelaga-Maisonneuve**

- Maintenir le répertoire inclusif d'activités et ajouter une rubrique sur les ressources et les programmes pour les personnes handicapées

Budget prévu : ND

• **Montréal-Nord**

- Diffuser des renseignements sur l'accès à la mairie, sur le site Web de l'arrondissement, dans le répertoire d'activités et dans *Infonord*; faire paraître une rubrique « services aux personnes vivant avec un handicap » dans le répertoire

Budget prévu : 1 500 \$

• **Rivière-des-Prairies—Pointe-aux-Trembles**

- Ajout d'une section dédiée aux loisirs et activités pour les personnes handicapées dans le *Répertoire des activités et des loisirs*
- Publication de chroniques au sujet des services dédiés aux personnes handicapées dans le journal de l'arrondissement

Budget prévu : 3 000 \$

• **Rosemont—La Petite-Patrie**

- Intégrer dans le répertoire de l'information et des pictogrammes concernant les activités destinées aux personnes ayant des limitations fonctionnelles

Budget prévu : ND

**Projets de l'axe
accessibilité des
communications
municipales**
(suite)

3.13 (suite)

• **Saint-Laurent**

- Ajouter des pictogrammes dans le répertoire inclusif d'activités de loisir et de services (dans l'agenda publié par l'arrondissement)

Budget prévu : ND

• **Ville-Marie**

- Poursuivre le travail d'exploration avec AlterGo, organisme en soutien pour ce projet, pour mieux trouver les outils pertinents

Budget prévu : S. O.

• **Villeray–Saint-Michel–Parc-Extension**

- Acquérir l'équipement nécessaire pour permettre aux malentendants de communiquer avec les deux BAM et former le personnel à cet effet

Budget prévu : 5 000 \$

Partenaire associatif : AlterGO

3.14 Offre de services d'interprètes, sur demande, aux personnes ayant des limitations auditives, pendant les périodes de questions du public lors des assemblées du conseil municipal, du conseil d'agglomération et des séances publiques des commissions permanentes, sous réserve d'une disponibilité d'interprètes

Responsable : Direction du greffe (Service des affaires corporatives)

Partenaires municipaux : S.O.

Partenaires externes : SIVET (OBNL)
Agence Keleny

Budget prévu : 25 000 \$