

Stratégies et mécanismes pour communiquer avec les communautés francophones

Présentation par Brad Ross, Chef des communications,
Division de la communication stratégique

8 juillet 2021



Politique sur les dispositions relatives à l'information multilingue

- La **politique sur les dispositions relatives à l'information multilingue** de la ville vise à garantir que l'information sur les programmes, les services et les activités d'engagement de la ville reflète la diversité linguistique de la ville et aide le public à s'engager, à participer et à être informé des services, des programmes et des activités liées à l'engagement de la ville.
- Cette politique est entrée en vigueur le 2 août 2017 et s'applique à toutes les divisions de la ville.
- La politique établit des critères de traduction et d'interprétation de l'information en fonction du type d'information, du public cible et de l'impact sur les zones localisées.
- Cette politique permet de s'assurer que les informations essentielles (c'est-à-dire celles qui ont un impact sur la santé et la sécurité des résidents) aient la plus grande portée possible.
- La politique fournit un cadre aux divisions de la ville pour orienter la prise de décision concernant la traduction des informations relatives à la ville. Les divisions de la ville utilisent ce cadre pour décider quand l'information doit être traduite en français.

Politique sur les dispositions relatives à l'information multilingue



L'information essentielle – aura ou peut avoir un impact sur la santé et la sécurité des habitants de Toronto et/ou la communication sur une perturbation à long terme ou soudaine des services essentiels de la ville.



L'information sur les zones localisées – sur les services, les programmes et les activités liées à l'engagement de la ville qui fonctionnent ou sont promus dans une zone géographique spécifique, un quartier et/ou une circonscription ou des circonscriptions adjacentes de la ville de Toronto.



L'information relative au marketing – concernant la ville ou un service ou programme de la ville qui vise à promouvoir la ville de Toronto afin de générer le tourisme, la croissance des entreprises et/ou le développement économique.



Tous les autres types d'information – non compris dans les catégories ci-dessus.

Étude de cas :

Communications relatives à la COVID-19

- Tous les documents et ressources qui ont été traduits l'ont été en français – plus de 50 documents depuis le début de la pandémie
- Notamment des vidéos, des brochures, des affiches, des guides
- Considérés comme des informations essentielles

Publicité et relations avec les médias

Publicité pour 2020-2021 (jusqu'en juin)

- 18 campagnes médiatiques comprenant des publicités traduites et publiées dans des médias français
- Environ 20 % des campagnes comprenaient des annonces en français

Relations avec les médias :

- Sensibilisation proactive des médias français, notamment par la distribution de communiqués de presse de la ville et d'invitations à participer à des séances d'information pour les médias
- Efforts considérables en vue de fournir un porte-parole de langue française pour les demandes d'interview des médias
- Correspondance régulière avec les médias de langue française et réponses à leurs courriels et appels – 244 réponses aux médias de langue française au cours de l'année écoulée



Merci!