



Rapport d'activité annuel

Communauté métropolitaine de Montréal

Services du 211
Analyse sociale
Communications
Dépenses

Appuyé par :



Centraide
du Grand Montréal



Communauté métropolitaine
de Montréal



Mot de la directrice générale

Une année test



Si on nous avait annoncé au début de l'année 2020 qu'une telle période de turbulences nous frapperait dès le mois de mars et qu'il nous faudrait nous adapter à la vitesse grand V aux changements provoqués par la COVID-19, et ce, avec agilité et efficacité à naviguer, je ne sais pas quel aurait été notre degré de confiance en nos moyens. Mais maintenant, en regardant dans le rétroviseur, je peux dire que les actions du plan stratégique mises en place en 2019-2020 nous ont donné des atouts indéniables pour assurer un service de soutien, d'aide et référence de qualité. Je suis vraiment fière de ce que mon équipe a accompli! Le taux de satisfaction de 97% du sondage mené auprès des appelants au 211 à l'automne dernier en est une preuve éloquente.

Plus précisément en 2020, nous avons mis l'accent sur la relève, le suivi de la qualité, l'ouverture à des partenariats complémentaires, la promotion du service 211, ainsi qu'à la documentation de nos processus technologiques. Au début de la crise sanitaire, les bonnes personnes étaient à la bonne place mais en plus, les outils de travail collaboratifs précieux dans un mode de télétravail et de formation à distance étaient déjà bien rodés. Nous étions prêts à piloter les changements, à faire connaître le service et à accueillir des renforts pour répondre à une hausse fulgurante d'appels et à la mise à jour en accéléré des ressources sociocommunitaires accessibles dans le contexte de la COVID-19. Depuis le début de la pandémie jusqu'à ce jour, la compétence et l'engagement à 150 % de chacun des membres de l'équipe du 211 n'ont jamais défailli.

Nous sommes fiers du bilan de cette troisième année du 211 Grand Montréal. Nous avons renforcé notre positionnement et démontré de façon convaincante la pertinence du service 211 aux acteurs municipaux et communautaires ainsi qu'au réseau de la santé et des services sociaux. Nous avons travaillé en étroite collaboration avec chacune de ces entités et ceci a certainement fait une différence dans un contexte où il fallait déployer tous les efforts pour aider le mieux possible les clientèles vulnérables. Merci aux élus de la Communauté métropolitaine de Montréal de nous avoir épaulé notamment avec le versement d'un montant supplémentaire de 200 000\$ dès le début de la pandémie, ce qui nous a permis de faire sans tarder le virage vers la technologie IP et de renforcer l'équipe de conseillères et de recherchistes. Merci de nous avoir fait confiance et d'avoir compté sur nous! Souhaitons que les alliances nouées en 2020 se solidifient en 2021 et donnent lieu à de nouvelles initiatives qui nous permettront de soutenir encore davantage de personnes qui ont besoin d'aide, car le nombre augmente chaque jour.

Pierrette Gagné
Directrice générale

Notre impact social

- 1 Améliorer l'accessibilité et la connaissance des services sociaux et communautaires pour toutes les clientèles
- 2 Lutter contre la pauvreté et l'exclusion sociale en permettant un meilleur arrimage entre la demande et l'offre de service
- 3 Permettre un développement social axé sur les besoins des communautés

Notre travail



Fournir un service humain d'information et référence - 7 jours sur 7 de 8h à 18h dans plus de 200 langues



Maintenir des données complètes et à jour sur l'ensemble des services sociocommunautaires et les rendre disponible sur le web



Fournir aux acteurs sociaux des portraits détaillés et interactifs des besoins dans la communauté

Partenariats



Participation hebdomadaire au Comité de coordination pour la gestion des urgences à Laval.



Échanges avec la Ville de Longueuil et la CDC de l'agglomération de Longueuil pour le partage de données et la promotion du 211.



Démarches ciblées avec la Ville de Montréal et d'autres partenaires pour connaître l'état des services en itinérance, en aide alimentaire et en soutien aux aîné·es.



Collaboration étroite avec le Carrefour informationnel et social de la MRC de L'Assomption pour l'échange de données et le référencement des personnes les plus vulnérables.

Service de l'info-référence

Téléphone, courriels et clavardage

Développements et adaptation

- Déploiement de la téléphonie IP et passage de la majorité de l'équipe en télétravail
- Création d'un poste permanent de responsable de la qualité du service
- Ajout de 5 postes de conseillères grâce au soutien de la CMM
- Accueil et formation de conseillères temporaires employées par la Ville de Montréal et par Je Passe-Partout, grâce à la collaboration de Centraide du Grand Montréal, pour répondre à la très grande hausse des demandes en aide alimentaire.
- Mise en place du logiciel de clavardage et formation de l'équipe, lancement du service 211 par clavardage en décembre.



Équipe de 15
conseillères au
téléphone

Statistiques - janvier à décembre 2020

Communications
(appels, courriels et clavardages)

49 729

Nombre de besoins exprimés

65 939

Nombre de références à des
organismes

120 659

Pour chaque communication au 211 il peut y avoir plusieurs besoins (1,3 en moyenne) et plusieurs organismes référés (2,4 en moyenne)

▲ **36,2 %**

Augmentation du nombre de communications par rapport à 2019

Service de l'info-référence

Téléphone, courriels et clavardage

Réponses aux appels

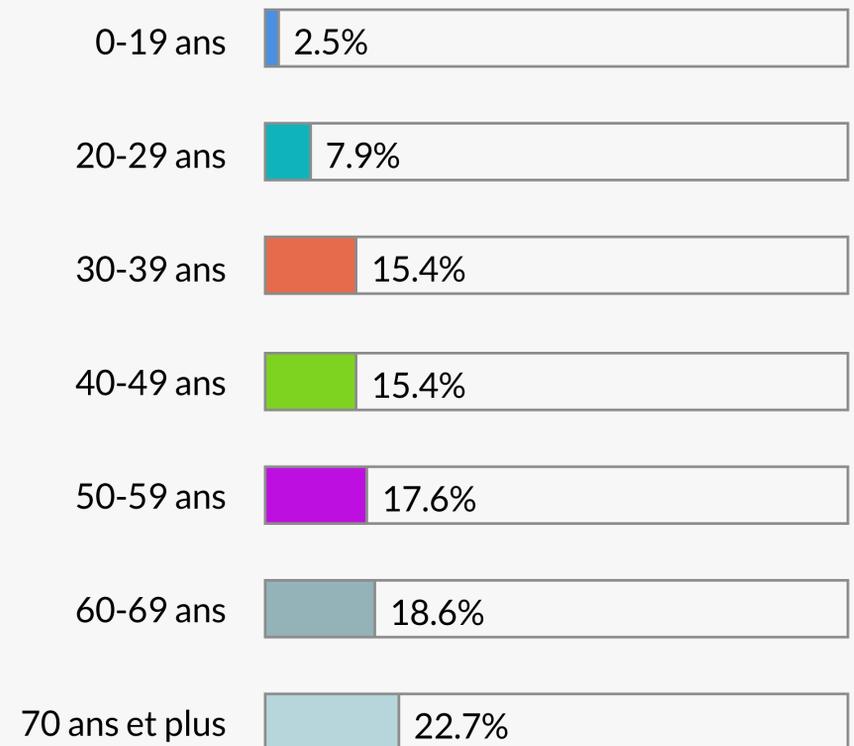
Temps d'attente moyen pour
parler à une conseillère

74 secondes

Durée moyenne des appels

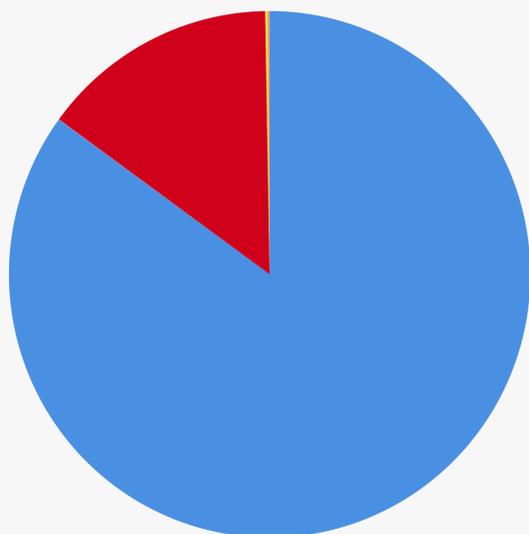
5 min 43 sec

Âge des demandeurs



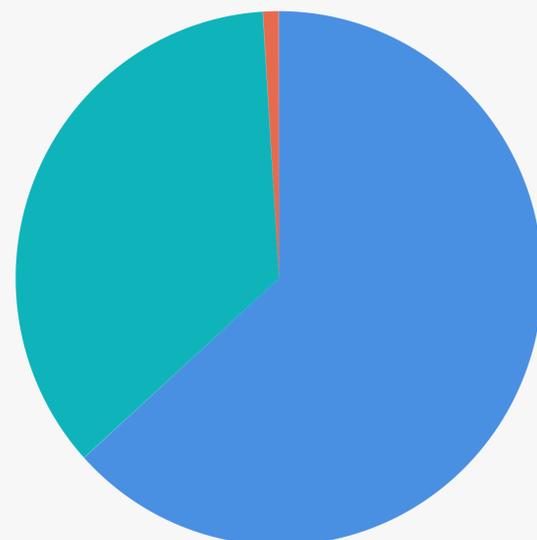
58,9% des demandeurs ont plus de 50 ans

Langue de communication



■ Français (85.02%)
 ■ Anglais (14.72%)
 ■ Espagnol (0.14%)
 ■ Autre (0.12%)

Sexe des demandeurs

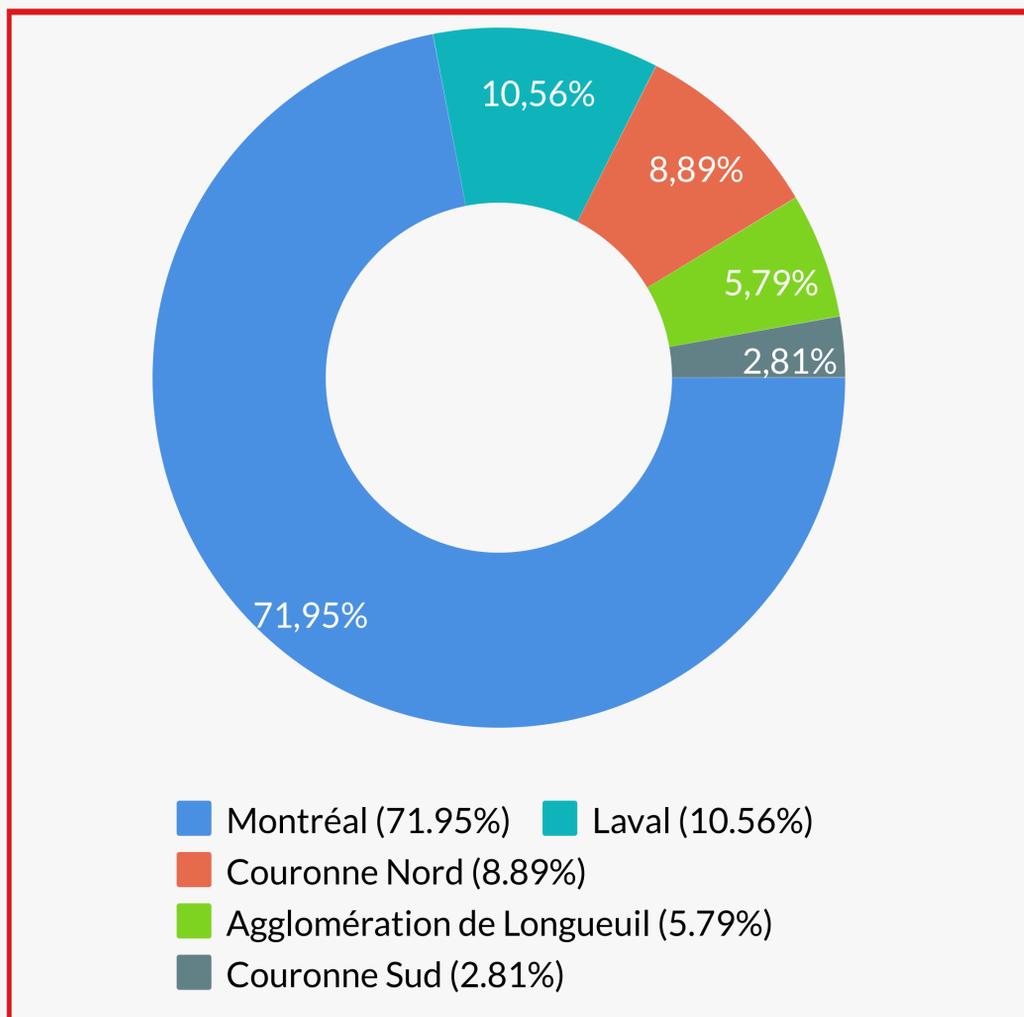


■ Femme (63.28%)
 ■ Homme (35.75%)
 ■ Autre (0.97%)

Service de l'info-référence

Téléphone, courriels et clavardage

Communications par secteur de la CMM



Région de Montréal - Top 10

Mercier-Hochelaga-Maisonneuve	3 661
Rosemont-La Petite-Patrie	3 371
Villeray-Saint-Michel-Parc-Extension	3 079
Ahuntsic-Cartierville	2 813
Côte-des-Neiges-Notre-Dame-de-Grâce	2 730
Ville-Marie	2 656
Montréal-Nord	2 424
Le Plateau-Mont-Royal	1 862
Le Sud-Ouest	1 640
Rivière-des-Prairies-Pointe-aux-Trembles	1 622

Laval - Top 5

Chomedey	1 053
Laval-des-Rapides	486
Duvernay	329
Vimont	304
Fabreville	271

Agglomération de Longueuil - Top 5

Longueuil	2 105
Brossard	427
Boucherville	140
Saint-Lambert	116
Saint-Bruno-de-Montarville	51

Couronne Nord - Top 5

Repentigny	823
Terrebonne	437
Sainte-Thérèse	127
L'Assomption	125
Mascouche	122

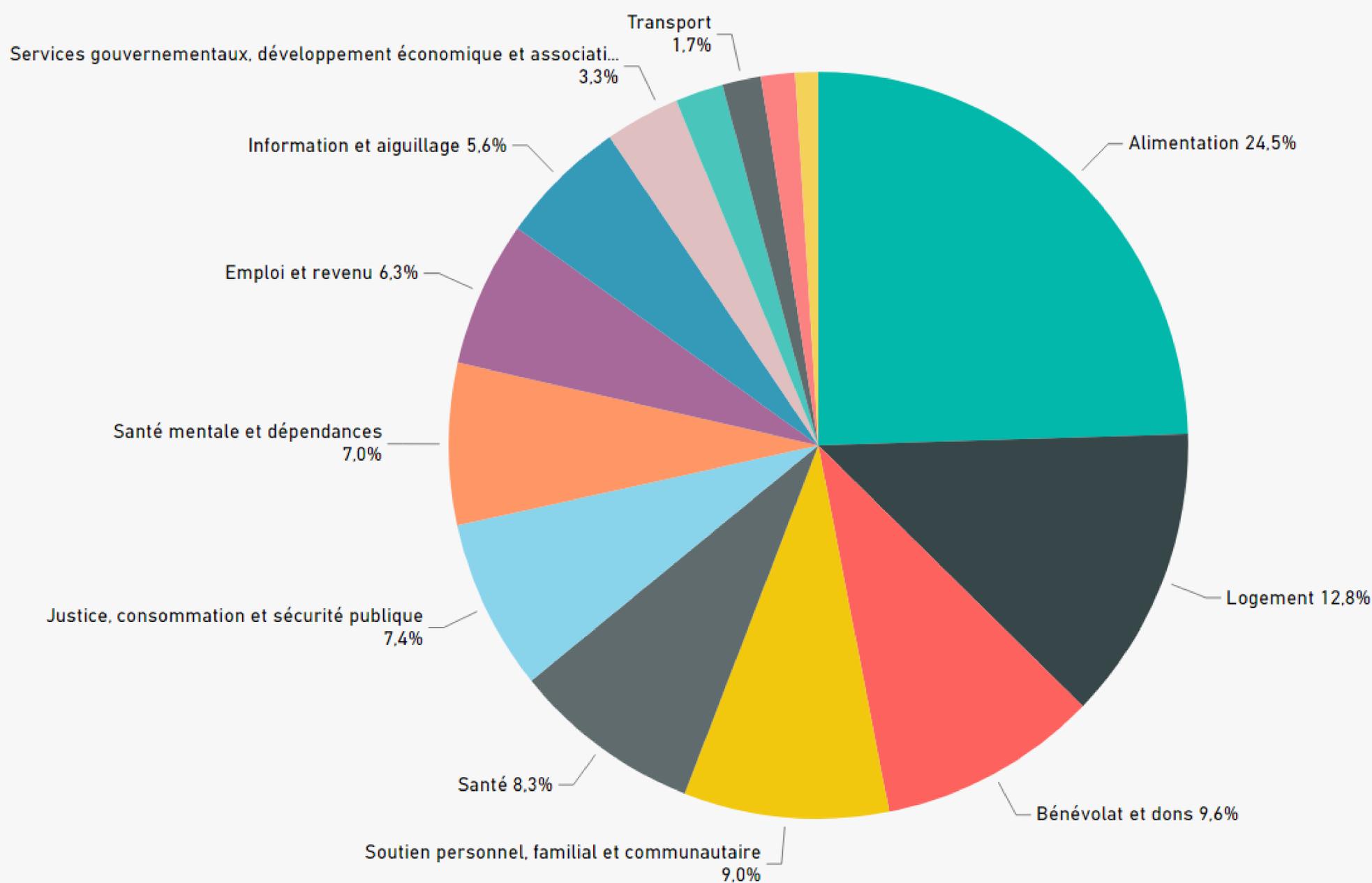
Couronne Sud - Top 5

Châteauguay	176
Vaudreuil-Dorion	96
Saint-Constant	77
La Prairie	61
Candiac	50

Service de l'info-référence

Téléphone et courriels

Nature des demandes par catégorie



Besoins non comblés - Top 5

Aide à domicile	257
Équipement et fournitures médicales	246
Services de déménagement	174
Accompagnement-transport	100
Refuges pour les personnes en situation d'itinérance	52

Un besoin est considéré "non comblé" lorsque aucun service ne peut répondre à la demande de la personne pour l'une des raisons suivantes :

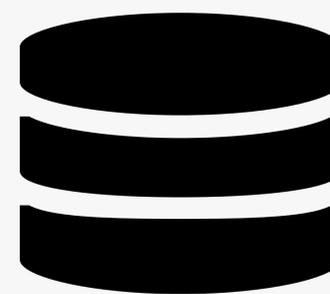
- Le service n'est pas disponible sur le territoire demandé
- Les conditions d'admission sont non remplies
- Les coûts sont trop élevés pour la personne
- L'horaire de service ne convient pas
- La liste d'attente est complète
- Barrière linguistique
- Aucun transport pour la personne

Service web et base de données

www.211qc.ca

Faits saillants

- Dès la première semaine de la pandémie, suspension des mises à jour régulières et requête de mise à jour auprès des 4 000 organismes communautaires contenus dans la base de données pour connaître l'état de leurs services. Réception de près de 3 000 réponses et ajout de messages temporaires aux fiches.
- Développement de partenariats pour l'échange de données et mises à jour à plusieurs reprises des organismes offrant notamment des services en itinérance, de l'aide alimentaire ou du soutien aux aîné·es ou aux proches aidants.
- Lancement des tableaux statistiques interactifs disponibles en temps réel sur 211qc.ca/donnees



Base de données de
près de 6 000
ressources

Statistiques web - janvier à décembre 2020

Sessions web (visites)

711 897

Nombre d'utilisateurs

537 297

Pages vues

1 772 857

▲ **18,5 %**

Augmentation du nombre de sessions web par rapport à 2019

Service web et base de données

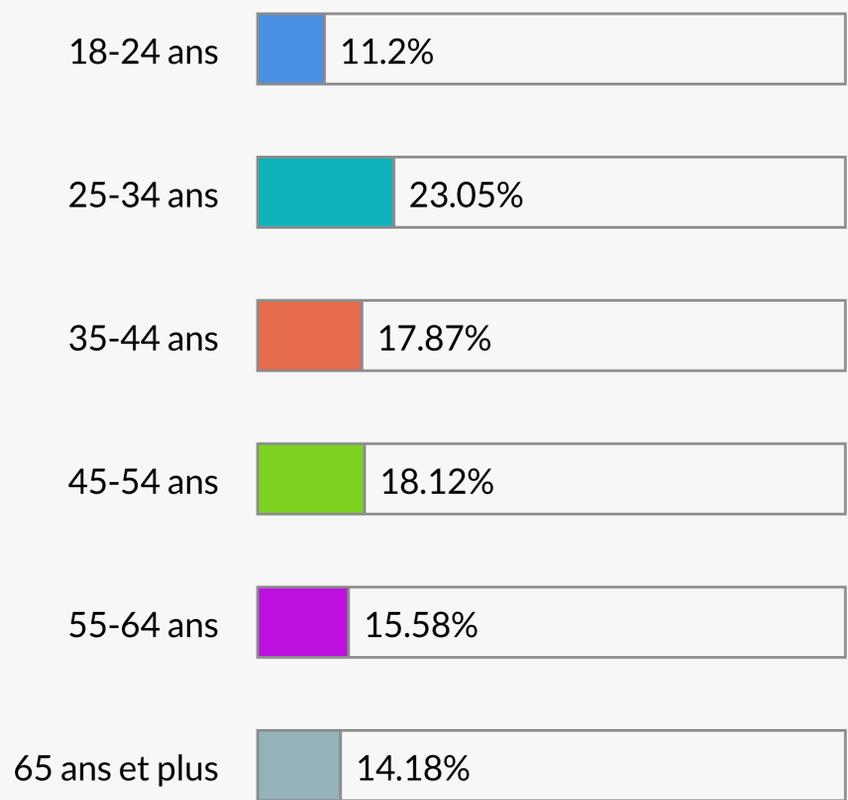
www.211qc.ca

Taux de disponibilité du site web

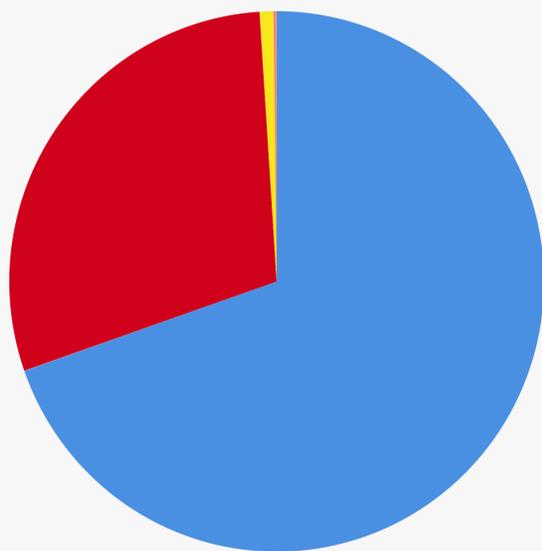
Pourcentage de temps durant lequel le site était disponible (uptime)



Âge des demandeurs - Web



Langue de communication - Web



■ Français (69.65%) ■ Anglais (29.35%)
■ Espagnol (0.8%) ■ Chinois (0.2%)

Sexe des demandeurs - Web



■ Femme (58.47%) ■ Homme (41.53%)

Communications et relations communautaires

Publicité et promotion

Pour la première fois, le 211 Grand Montréal s'est affiché à la TV ! La campagne annuelle a débuté en mars, ce qui a permis de faire connaître le 211 en temps de crise.

- TV : Ici Radio-Canada en mars et avril.
- Radio : Au total, dix semaines de radio francophone à Rythme FM et Rouge FM ainsi qu'une campagne de 5 semaines qui a débuté en décembre sur les ondes anglophones de CHOM, CJAD, The Beat et Virgin Radio.
- Affichage : 8 semaines sur les quais et dans les métros de la STM, de Laval à Longueuil.
- Journaux : Publicité dans les hebdomadaires de Lanaudière, des Laurentides, et de la Montérégie où le 211 Grand Montréal est en service.
- Médias de niche : Le Bel Âge Plus ; Présence sur le site et 2 infolettres d'Immigrants Québec ainsi que les guides Immigrer au Québec et Immigrer à Montréal ; l'agenda des infirmières CISSS de l'Est, Revue de l'Association des pompiers de Montréal...

Médias sociaux

Forte croissance avec plus de 2 300 nouveaux abonnés en 2020 sur Facebook, et la création d'un compte Instagram, créé essentiellement pour des campagnes publicitaires.



Publicité 211 dans le Bel Âge

COVID-19 : rejoindre les communautés

Relations médias:

Une quinzaine d'entrevues dans les médias en mars et avril.

Relations publiques et communautaires :

- Courriels aux élus
- Matériel promotionnel envoyé aux organismes du Grand Montréal qui viennent en aide aux immigrants.
- Mention à titre de service essentiel dans de nombreux dépliants des villes et MRC et mention dans le Guide autosoins COVID-19 distribué par le gouvernement du Québec
- Mention du 211 dans l'infolettre d'Urgence Santé destinée aux ambulanciers et paramédics.

Publicité :

Grâce à l'appui d'urgence de la CMM nous avons pu, à l'été 2020, joindre encore plus de personnes vulnérables touchées par la pandémie, notamment : les aînés dans le Bel Âge Plus et via une campagne sur le réseau de TVA. Nous avons augmenté notre visibilité auprès des citoyens de la Couronne Nord. Et nous avons ciblé les communautés haïtiennes et africaines du Grand Montréal par la radio CPAM1410.

Rapport financier – 2020

Dépenses

Ressources humaines

Gestion	178 807 \$
Communications et relations communautaires	93 935 \$
Services web et analyse sociale	33 446 \$
Services aux appelants	619 057 \$

Ressources matérielles, promotion et formation

Locaux et entretien	77 511 \$
Matériel de bureau	13 232 \$
Informatique et système téléphonique	56 510 \$
Publicité et promotion	160 547 \$
Formation, certification	3 132 \$
Déplacement et représentation	1 744 \$
Autres	13 831 \$

Total des dépenses

1 251 752 \$

Revenus

Centraide du Grand Montréal	331 800 \$
Communauté métropolitaine de Montréal	563 059 \$
Gouvernement du Québec	223 872 \$
Autres revenus	132 870 \$

Total des revenus

1 251 601 \$

Résultat net

(151) \$

Rapport d'activité annuel



Grand Montréal

©Centre de Référence du Grand Montréal 2021

3155 rue Hochelaga, bureau 101
Montréal, H1W 1G4

514 527-1388
www.211qc.ca

