



## PROJET D'ACQUISITION DES VOITURES DU MÉTRO DE MONTRÉAL : DEUX ENTREPRISES MANIFESTENT LEUR INTÉRÊT

À l'expiration du délai fixé par l'avis public international, soit le 1<sup>er</sup> mars à 15 h, la Société de transport de Montréal a reçu deux expressions d'intérêt : l'une de la part de Construcciones Y Auxiliar De Ferrocarriles, S.A. (CAF) et l'autre de la part de ZhuZhou Electric Locomotive. La STM procèdera avec rigueur et diligence à l'analyse des documents soumis par CAF et la Société Locomotive Électrique ZhuZhou CSR aux fins de vérifier si les expressions d'intérêt déposées sont conformes aux exigences formulées dans l'avis public international, notamment en ce qui concerne : la technologie demandée (dont des voitures sur pneumatiques), le contenu canadien (60 %), la capacité technique et financière et les délais de livraison. Dans l'examen qu'elle fera de la conformité de chacune de ces deux expressions d'intérêt, la STM recourra au besoin aux services d'experts dans le domaine. Si l'une des entreprises répond aux conditions, la STM devra retourner en appel d'offres international. Il faudra alors prévoir des délais de un à deux ans avant d'octroyer un contrat. Si aucune entreprise ne répond aux conditions, la STM sera autorisée à octroyer le contrat au consortium Bombardier-Alstom. La Société fera connaître dès que possible les conclusions de ses analyses.



### ENQUÊTE OD 2003-2008 :

## DES RÉSULTATS REMARQUABLES POUR LE TRANSPORT COLLECTIF MONTRÉALAIS

C'est le 15 février dernier qu'ont été dévoilés les résultats de la neuvième enquête Origine-Destination (O-D), menée à l'automne 2008 dans la région métropolitaine auprès de quelque 66 100 ménages. Deux faits marquants inversent une tendance constante depuis 1970, soit un bond de 15 % en cinq ans, l'achalandage des transports collectifs enregistre donc une part modale de 25 %, et une baisse des déplacements en

auto de 1 %. Sur l'île de Montréal, la baisse des déplacements en voiture est la plus importante avec 6 % alors que la hausse d'achalandage dans les réseaux de bus et du métro est de 10 %. Il faut également noter que les déplacements vers le centre-ville en pointe du matin ont augmenté de dix points, pour passer de 56 % à 66 % en 2008. Une première en Amérique du Nord!

# LA STM DÉPOSE UN MÉMOIRE AU MINISTRE DES FINANCES DU QUÉBEC

Dans le cadre du processus de consultation prébudgétaire mené par le ministre des Finances du Québec, M. Raymond Bachand, la STM a déposé un mémoire sur le rôle stratégique que peut jouer la Société et le transport collectif dans la reprise et la croissance économique du Québec ainsi que dans la réduction de GES. La Société propose notamment un scénario ambitieux selon lequel elle pourrait réaliser 540 millions de déplacements en 2020 permettant ainsi d'éviter l'émission de 780 000 tonnes de GES. Pour y parvenir toutefois, la STM doit pouvoir compter sur de nouveaux modes de transport tels que le tramway et les trolleybus prévus d'ailleurs dans le Plan de transport de la Ville de Montréal. Cette offre de service bonifiée doit bénéficier de nouvelles sources de financement dédiées, indexées et récurrentes. C'est pourquoi la STM, à l'instar de la Ville de Montréal, a proposé de majorer la taxe sur l'essence à 13,2 cents le litre.



## EN BREF

### LE POSITIONNEMENT DE LA STM REMPORTE LE GRAND PRIX GRAFIKA!

Le 5 février dernier, la STM a remporté le Grand prix, toutes catégories confondues, avec Sid Lee et Cohésion Stratégies, pour le nouveau positionnement Mouvement collectif lors de la soirée de remise des prix Grafika qui récompensent les meilleures réalisations québécoises en design graphique. En plus de cette distinction d'importance, la campagne de Sid Lee et Cohésion Stratégies, créée de concert avec les équipes du marketing et des communications de la STM ont remporté trois autres prix :



- le Grand prix Motion design pour l'animation illustrant le virage de la STM vers son nouveau positionnement, diffusée sur Internet et dans les cinémas;
- le Grand prix dans la catégorie Programme d'identité visuelle pour les chevrons et leurs multiples déclinaisons;
- Un prix dans la catégorie Création typographique.

Par ailleurs, une recherche effectuée par Léger Marketing en décembre démontre que l'image de marque de la STM est en nette progression si on compare aux résultats d'une enquête précédente.

## INFO DU MÉTRO DE MONTRÉAL SUR TWITTER

À compter du 10 mars prochain, la Société utilisera le réseau de microblogage Twitter pour y diffuser les interruptions de service du métro de plus de 20 minutes qui seront aussi disponibles sur son site Web. En s'abonnant au compte <http://twitter.com/stminfo>, il sera possible d'obtenir cette info en tout temps. Voilà une façon intelligente d'utiliser le Web 2.0 pour joindre les clients branchés.

## NUIT BLANCHE AVEC LA STM : UN SUCCÈS SUR TOUTE LA LIGNE!

Pour la 5<sup>e</sup> fois, la STM était partenaire de Nuit blanche. Le métro, ouvert pour l'occasion toute la nuit, a profité à plusieurs festivaliers. On estime qu'entre 2 h et 5 h, environ 35 000 d'entre eux ont profité du service de nuit



offert par la STM. Encore cette année, 26 bus à plancher surbaissé sur 6 lignes étaient à l'œuvre pour assurer les déplacements des noctambules vers les différents pôles culturels. Pour la première fois, la STM offrait aussi le service de transport adapté à sa clientèle. Bravo à l'équipe de la STM qui a tout mis en œuvre pour faire de la Nuit blanche un franc succès.