

Numéro de l'action	Libellé de l'action	Numéro de l'indicateur	Libellé de l'indicateur	Cible au 31 mars 2022	Direction/secteur responsable de l'action	Budget associé à la réalisation de l'action
1	Mise en place d'un mécanisme interne de suivi des recommandations du rapport Chusseau	1.1	% des recommandations retenues qui ont été implémentées avec succès	80% des recommandations sont implémentées au 31 mars 2022.	Direction des immeubles	Approximativement 100\$
2	Évangeliser et mettre en place de la communication pour sensibiliser à la réduction de l'utilisation de plastique à usage unique par ses employés du Palais.	2.1	% d'employés ayant pris un engagement pour réduire leur utilisation de plastique à usage unique dans leur vie quotidienne	50% des employés au total prennent l'engagement de mettre en œuvre au moins une mesure de réduction d'ici au 31 mars 2022	Direction Talent et culture	S.O.
3	Développement d'une approche communicationnelle globale pour informer, sensibiliser et éduquer les usagers quant au fonctionnement des systèmes de gestion des matières recyclables et à l'importance de leur rôle à la source	4.1	Déploiement de l'approche communicationnelle par la production de nouvelle signalétique	Déploiement de l'approche communicationnelle dans une zone du Palais sur quatre d'ici au 31 mars 2022	Direction du marketing et des communication	Approximativement \$15
4	Élaborer et implémenter des méthodes d'aide à la décision qui tiennent compte des principes de développement durable	5.1	Mise en place d'un groupe de travail pour rédiger un outil de prise en compte des principes de DD dans la prise de décision.	Mise en place du Groupe de travail d'ici le 1er septembre 2021	Vice présidence finances et administration	S.O.
	Élaborer et implémenter des méthodes d'aide à la décision qui tiennent compte des principes de développement durable pour l'approvisionnement de produits	5.2	Publication et diffusion interne de l'outil aux membres des instances décisionnelles.	Outil publié et diffusé aux bonnes instances d'ici le 31 mars 2022.	Vice présidence finances et administration	S.O.
5	Veiller des résultats entre niveaux supérieurs pour les certifications existantes en DD en faisant des cibles plus ambitieuses ou identifier de nouvelles certifications qui soutiennent le PADD à considérer pour la période de 2022+.	6.1	Obtention d'un niveau supérieur pour la certification BOMA Best	Certification au niveau Argent obtenue au plus tard le 31 mars 2022	Direction des immeubles	Moins de 10\$
	Veiller des résultats entre niveaux supérieurs pour les certifications existantes en DD en faisant des cibles plus ambitieuses ou identifier de nouvelles certifications qui soutiennent le PADD à considérer pour la période de 2022+	6.2	Obtention de la nouvelle certification Events Industry Council Sustainable Event Standards - Venue	Certification au niveau supérieur Argent obtenue au plus tard le 31 mars 2022	Vice présidence finances et administration	Moins de 10\$
	Veiller des résultats entre niveaux supérieurs pour les certifications existantes en DD en faisant des cibles plus ambitieuses ou identifier de nouvelles certifications qui soutiennent le PADD à considérer pour la période de 2022+	6.3	Évaluation de nouvelles certifications alignées de pratiques reconnues dans d'autres champs liés par le développement durable (décarbonisation, transport actif, santé, diversité et inclusion, etc.)	2 nouvelles certifications touchant à un des aspects de DD couvert dans le PADD sont évaluées pour application potentielle d'ici au 31 mars 2022	Vice présidence finances et administration	S.O.
6	Améliorer la structure de gouvernance interne permettant la mise en œuvre du PADD en précisant les responsabilités des personnes clés et de chaque département dans l'application du Plan, incluant une attribution claire des objectifs, des responsabilités décisionnelles, des rôles opérationnels et des responsabilités de reddition de compte liées au PADD.	7.1	Production d'une structure de gouvernance interne précisant les responsabilités des individus et départements quant au PADD.	La structure de gouvernance est produite et approuvée par la Direction générale et le CA au 1er octobre 2021	Direction générale	Approximativement 35\$
	Améliorer la structure de gouvernance interne permettant la mise en œuvre du PADD en précisant les responsabilités des personnes clés et de chaque département dans l'application du Plan, incluant une attribution claire des objectifs, des responsabilités décisionnelles, des rôles opérationnels et des responsabilités de reddition de compte liées au PADD.	7.2	Diffusion interne du PADD et des responsabilités qui y sont rattachées.	Diffusion à tous les employés permanents d'ici au 1er novembre 2021	Vice présidence finances et administration	S.O.
7	Systématiser les processus de collecte de données et mettre en place les outils nécessaires à une meilleure reddition de comptes DD.	8.1	Révision et optimisation du processus de collecte de données liées à la reddition de compte en DD.	Mise en œuvre de la révision et optimisation des processus existants d'ici au 1er décembre 2021	Vice présidence finances et administration	Approximativement 10\$
	Systématiser les processus de collecte de données et mettre en place les outils nécessaires à une meilleure reddition de comptes DD.	8.2	Mise en œuvre d'un mécanisme de sensibilisation auprès des directions et cadres sur l'importance de la reddition de compte et formation sur les processus optimisés.	Une séance d'infirmation et 3 communications sont faites aux cadres entre le 1er décembre 2021 et le 31 mars 2022	Vice présidence finances et administration	S.O.
	Systématiser les processus de collecte de données et mettre en place les outils nécessaires à une meilleure reddition de comptes DD.	8.3	Degré d'efficacité des communications concernant l'optimisation du processus	Amélioration de l'efficacité du processus de collecte de données de 30% ou plus par rapport à 2019 rapportée par les employés responsables de cette collecte	Vice présidence finances et administration	S.O.
8	Sensibiliser la communauté des partenaires du PCM et les clients au enjeux de DD en faisant rayonner les pratiques d'implémentation en développement durable entreprises dans l'organisation.	9.1	Nombre de communications sur les pratiques entreprises du Palais communiqués aux partenaires, à la clientèle.	100 communications par médias sociaux et communiqué/newsletter pour l'année se terminant au 31 mars 2022	Direction du marketing et des communication	S.O.
	Sensibiliser la communauté des partenaires du PCM et les clients au enjeux de DD en faisant rayonner les pratiques d'implémentation en développement durable entreprises dans l'organisation.	9.2	Degré de reconnaissance des partenaires et des clients des initiatives DD entreprises au Palais.	50% des partenaires et clients sondés et ayant répondu peuvent nommer au moins 3 initiatives en DD entreprises par le PCM	Direction du marketing et des communication	S.O.
9	Mettre en place un programme de formation continue sur les pratiques en matière de développement durable pour les employés	10.1	Nombre de participants à l'atelier de mise à niveau	70% des employés ont participé à l'atelier	Direction Talent et culture	Approximativement 10\$
	Mettre en place un programme de formation continue sur les pratiques en matière de développement durable pour les employés	10.2	Évaluation de l'efficacité de l'atelier	70% des employés participants démontrent une connaissance accrue des enjeux de DD après l'atelier	Direction Talent et culture	Approximativement 10\$
10	Soutenir des programmes d'intervention pour aider les personnes en situation d'hébergement à Montréal.	11.1	Maîtrise du partenariat avec Action-Médiation	Confirmation du partenariat pour l'année 2021-2022 d'ici au 1er septembre 2021	Direction des immeubles	S.O.
	Soutenir des programmes d'intervention pour aider les personnes en situation d'hébergement à Montréal.	11.2	Degré d'atteinte des objectifs du partenariat dans le plan d'intervention d'Action-Médiation.	Une évaluation complète a été faite par Action-Médiation et le PCM qui démontre l'atteinte de 80% des objectifs souhaités par le partenariat.	Direction des immeubles	S.O.
11	Établir des partenariats visant à faire la promotion des arts & culture et mettant en vedette des artistes de Montréal	12.1	Nombre de partenariats	Signature de 2 ententes de partenariats avec des organisations de promotion de la culture	Direction du développement des affaires	S.O.
	Établir des partenariats visant à faire la promotion des arts & culture et mettant en vedette des artistes de Montréal	12.2	Visibilité de ces partenariats	Au moins 3 articles sont publiés dans les médias mettant de l'avant les partenariats et le rôle de promoteur de la culture du PCM.	Direction du développement des affaires	S.O.
	Établir des partenariats visant à faire la promotion des arts & culture et mettant en vedette des artistes de Montréal	12.3	Efficacité dans l'atteinte des objectifs de ces partenariats	Les partenariats auront permis à au moins 3 artistes montréalais de diffuser leur œuvre à travers les installations physiques ou les actifs numériques développés et publiés aux employés d'ici au 1er septembre 2021.	Direction du développement des affaires	S.O.
12	Soutenir et promouvoir les activités qui permettent aux employés de développer la culture de festival et de s'impliquer dans leur communauté	13.1	Développement d'un calendrier annuel d'activités d'implication communautaire.	Au moins 3 activités sont tenues d'ici au 31 mars 2022 rassemblant un total de 75 participants aux 3 activités.	Direction Talent et culture	Entre 20 et 30\$ en salaires
	Soutenir et promouvoir les activités qui permettent aux employés de développer la culture de festival et de s'impliquer dans leur communauté	13.3	Degré d'atteinte des objectifs de ces activités sur les partenaires.	85% des participants rapportent une sensibilisation accrue aux enjeux vus par l'activité entreprises.	Direction Talent et culture	S.O.
13	Développer une stratégie de communication axée sur la diffusion des impacts positifs générés par les événements d'affaires tenus au PCM	14.1	Développement d'une stratégie qui priorise la communication des résultats et impacts des événements tenus au Palais	Stratégie développée et approuvée d'ici au 1er octobre 2021.	Direction du marketing et des communication	moins de \$5
	Développer une stratégie de communication axée sur la diffusion des impacts positifs générés par les événements d'affaires tenus au PCM	14.2	Fréquence de diffusion de messages clés sur l'impact des événements	Pour au moins 3 conférences futures confirmées durant l'année calendaire 2021, un article est publié à l'extérieur avant le 31 mars 2022 portant spécifiquement sur les impacts sociaux ou environnementaux présentés générés par la tenue de cette conférence.	Direction du marketing et des communication	moins de \$5
14	Réduire les émissions brutes de GES (avant compensation) appartenant au Scope 1	15.1	Quantité d'émissions de GES de la bâtisse en tonnes équivalents de CO2	Réduction de 10% les émissions de GES par rapport au niveau évalué en 2009-2010	Direction des immeubles	A déterminer selon les projets retenus
15	Favoriser des moyens de transports à faible empreinte carbone en créant des incitatifs au transport actif, collectif et électrique pour les employés.	16.1	Détermination du % des déplacements des employés selon le mode de transport (actif, en commun, électrique, essence)	Réalisation d'un sondage permettant d'établir un seul plancher pouvant servir à faire une cible en 2022+	Direction Talent et culture	S.O.
	SOMMAIRE		15 Actions 31 Indicateurs et cibles			