



PRIX PERFORMANCE  
Q U É B E C

## MENTION 2023

Catégorie organisme à but non lucratif

# BIXI Montréal MONTREAL



### PROFIL

C'est toute une mission que d'être un organisme à but non lucratif et d'avoir pour rôle de transformer l'expérience urbaine par une mobilité active, accessible, innovante et collaborative.

Quel est cet organisme de 288 employés fondé par la Ville de Montréal en 2014 ? On parle bien sûr de BIXI Montréal, dont le réseau comprend plus de 10 000 vélos (dont 2 600 BIXI électriques) et 830 stations sur le territoire montréalais, ainsi qu'à Laval, Longueuil, Boucherville, Terrebonne, Westmount, Ville de Mont-Royal et Montréal-Est.

### LEADERSHIP

Une organisation comme BIXI sait s'appuyer sur des faits pour connaître les préoccupations citoyennes, développe l'apprentissage organisationnel et fait preuve de vision.

- Service à la clientèle accessible 24/24, 7 jours sur 7, sondage client annuel, groupes de discussion et analyse quotidienne des commentaires et plaintes reçus.
- Sondage interne administré trois fois par année pour connaître les suggestions et améliorations proposées par le personnel.
- Sondage mesurant spécifiquement la compréhension de la culture organisationnelle.
- Valeurs et grandes orientations intégrées dans un plan stratégique et déployées dans toute l'organisation.

### COORDONNÉES

#### Directeur général

Christian Vermette

#### Conseillère en relations publiques

Laura Boily-Auclair  
438 483-7969

### HISTORIQUE DE GESTION DE LA QUALITÉ

2022 Prix Coup de cœur du public – Leaders en mobilité durable 2022  
Certification argent Vélo sympathique

### [BIXI.COM](http://BIXI.COM)

### PLANIFICATION STRATÉGIQUE

La gestion par les faits est également à l'honneur à BIXI en matière de planification stratégique. L'approche est cohérente et démontre de la flexibilité et une pensée systémique.

- Implication de plusieurs parties prenantes de la Ville de Montréal et de partenaires en mobilité dans le processus de planification stratégique.
- Planification systématique faisant suite à une identification des enjeux stratégiques en cinq étapes, assurant l'alignement entre les stratégies et les objectifs.
- Plans de contingence pour les partenariats de technologies de l'information et approvisionnement.
- Centralisation de l'ensemble des données afin d'en faciliter l'analyse et de mieux cibler le marketing numérique.

# BIXI Montréal

## CLIENTS ET MARCHÉ

BIXI connaît bien son public et sait manier les réseaux sociaux pour susciter la confiance et contribuer à l'adoption du vélo.

- Transformation numérique entreprise en 2020.
- Clients classés en quatre publics cibles.
- Expérience numérique assurée du début à la fin.
- Nombreux outils d'information : web, application mobile, réseaux sociaux, etc.
- Interactions avec la clientèle adaptées aux saisons.
- Outils pour valoriser la marque employeur et inciter à la transition vers le vélo.

## GESTION DE L'INFORMATION

Les données sont prises très au sérieux à BIXI, qui a même mis en place un cadre de gouvernance en la matière.

- Environnement d'informatique décisionnelle facilitant les suivis opérationnels.
- Données recueillies au moyen de l'application mobile et du site web.
- Centralisation des données dans un entrepôt.
- Seules les données finales validées et testées peuvent circuler dans l'organisation.
- Approche de gouvernance des données (cadre de responsabilisation, politiques et procédures).

## RESSOURCES HUMAINES

Même et surtout en matière de ressources humaines, BIXI s'appuie sur une gestion par les faits et sur l'apprentissage organisationnel.

- Besoins en effectifs basés sur l'informatique décisionnelle.
- Réparation des vélos confiée à un organisme de réinsertion sociale.
- Évaluation annuelle de l'ensemble du personnel (autoévaluation préalable et discussions sur les aspects à améliorer).

## FONCTIONNEMENT OPÉRATIONNEL

Pensée systémique, approches systématiques, valorisation des partenaires, BIXI s'assure d'une bonne maîtrise de ses processus.

- Analyse mensuelle des écarts budgétaires et réévaluation du budget à mi-année.
- Nombreux outils pour protéger les systèmes (double authentification, supervision continue, centre sécurisé, formations, simulations).
- Évaluation annuelle systématique du noyau de fournisseurs les plus importants.

## RÉSULTATS

Grâce à son excellence orientée client, à son leadership visionnaire, à sa contribution sociale, à sa gestion par les faits et la valorisation de ses partenaires, BIXI peut se targuer de ses résultats en matière de clientèle, de ressources humaines et de finances.

- Nombre de déplacements et de stations connaissant une tendance favorable.
- Redistribution de vélos dépassant les cibles.
- Nombre d'utilisateurs du programme de fidélisation dépassant les cibles et en tendance favorable.
- Nombre d'appels au service à la clientèle meilleur que les objectifs.
- Recrutement meilleur que les objectifs.
- Tendance favorable pour le revenu total.