



Analyse des résultats du sondage sur les outils de communications

VILLE DE VAUDREUIL-DORION

Sommaire

1

Contexte de l'étude

Objectifs

Diffusion

Outils utilisés

2

Profil des participants

3

Résultats globaux

Tendances et observations

4

Conclusion

Synthèse des résultats

Suggestions d'améliorations

Contexte de l'étude

Objectifs du sondage

Ce sondage vise à mieux comprendre quels outils sont utilisés pour s'informer (site Web, médias sociaux, infolettre, bulletin municipal, etc.), quels types de contenus suscitent le plus d'intérêt et comment la Ville peut continuer à joindre adéquatement l'ensemble de la population.



Diffusion

30 mars au 11 mai



Outils utilisés

- Intranet
- Facebook / Instagram
- Infolettre
- Site web (nouvelle, pop up)
- Encart envoyé par la poste
- Communiqué de presse
- Publicité dans les médias locaux numériques
- Courriel aux organismes
- Télé au pôle municipal
- Panneaux électroniques
- Affiches imprimées



Autres

- Formulaire en ligne et disponible en format papier à la bibliothèque et à l'hôtel de ville (rempli par une dizaine de personnes)
- Possibilité d'y répondre par téléphone par l'intermédiaire d'un agent de services aux citoyens (mois de dix personnes)



2

Profil des participants

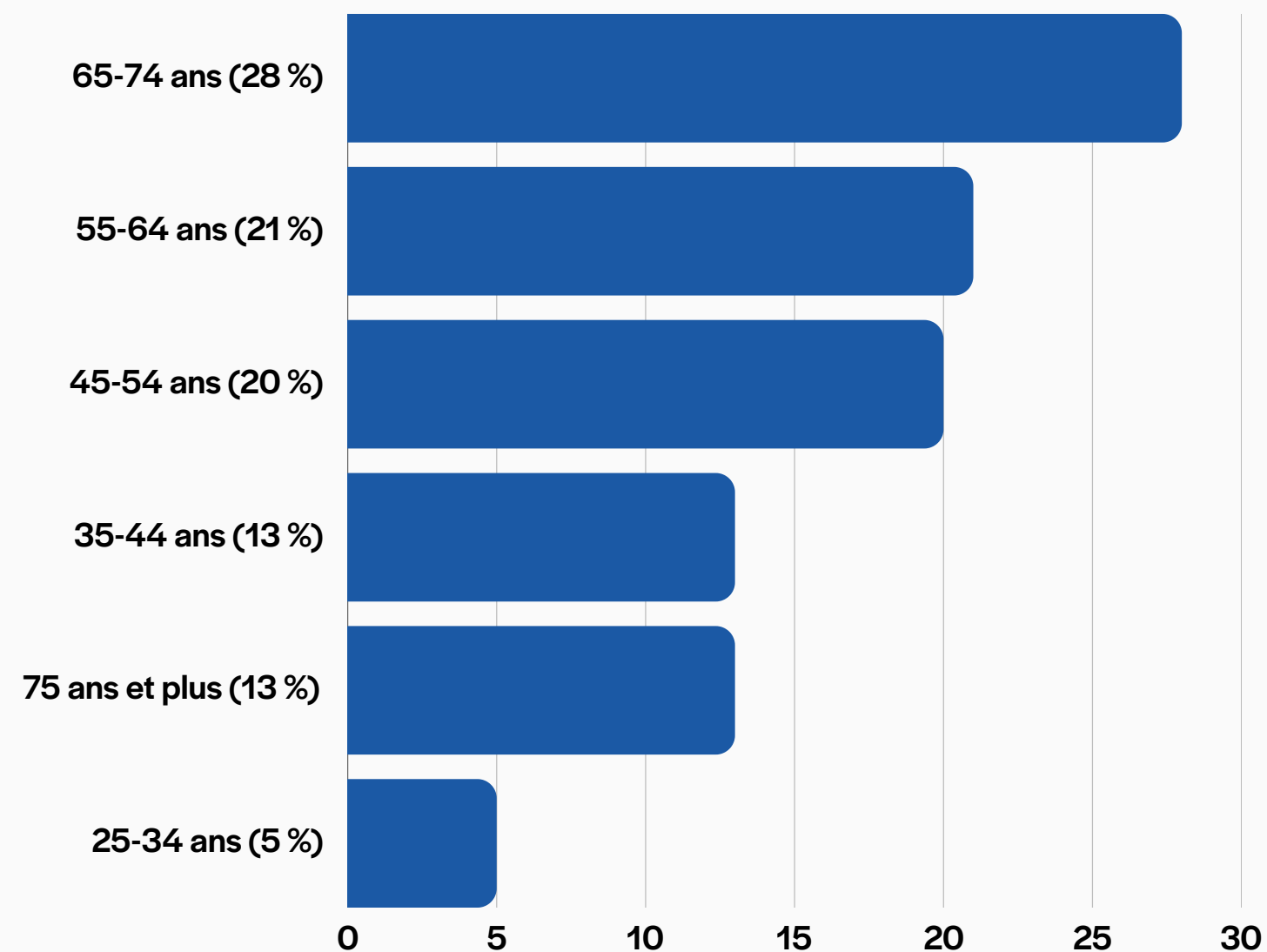
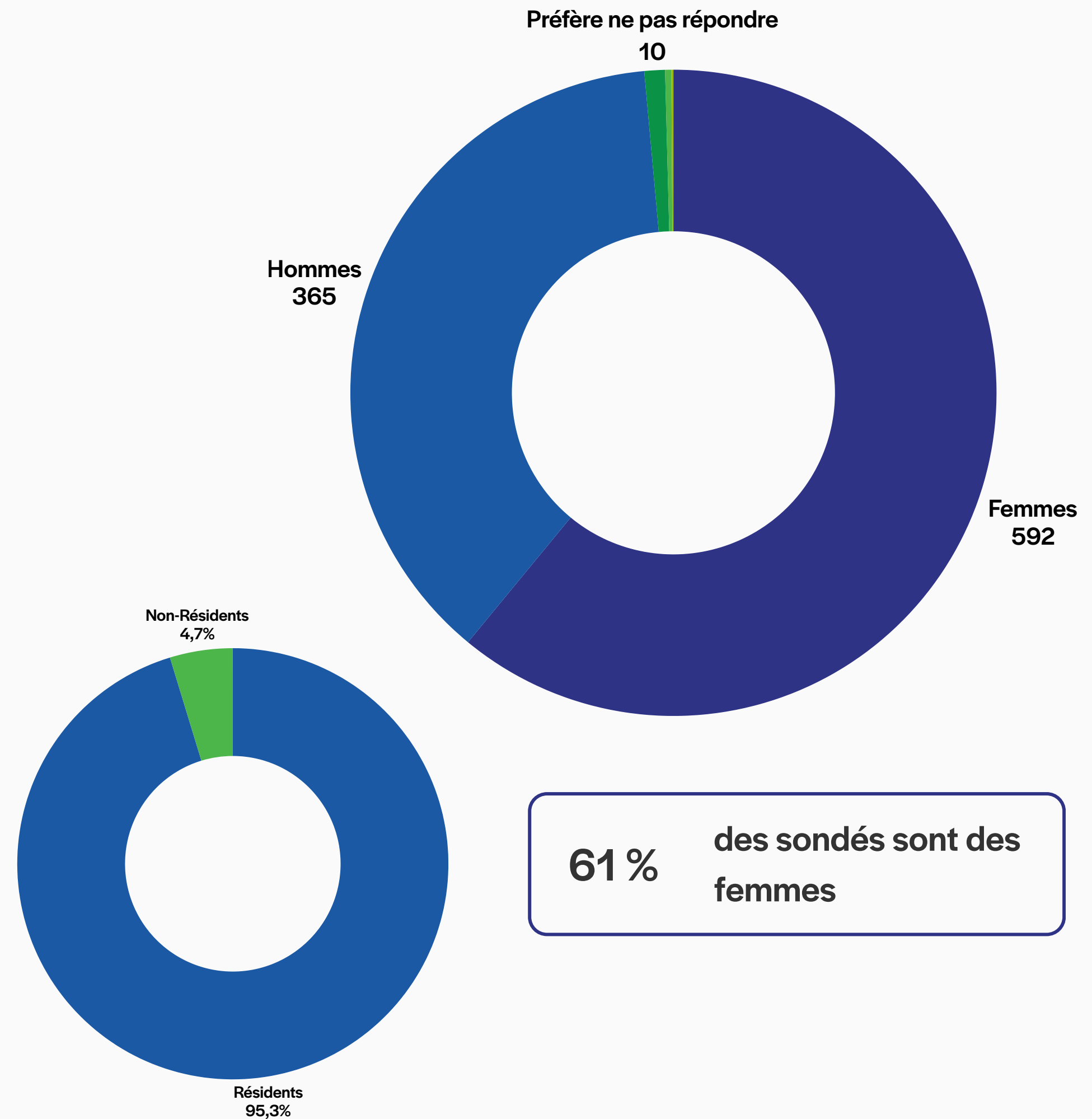
Âge, sexe, lieu de résidence



Profil des participants

Âge, sexe, lieu de résidence

1019 répondants (971 réponses en tenant compte que seuls les résidents étaient aptes à remplir le sondage et que 48 personnes ont répondu être non-résidents)





3

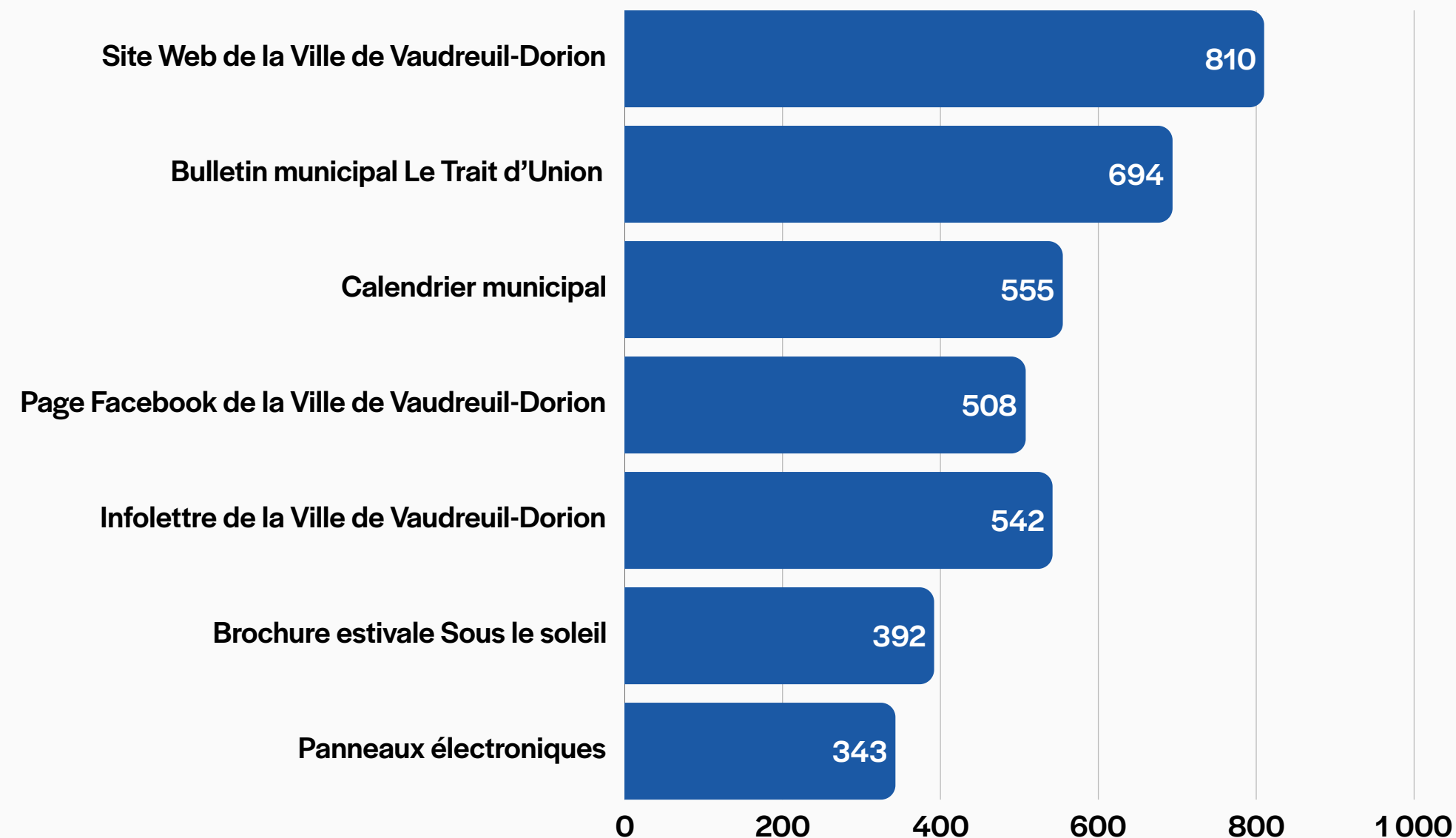
Résultats globaux

Tendances et observations

Résultats globaux

Tendances et observations

Principales sources d'information des répondants, en ordre :



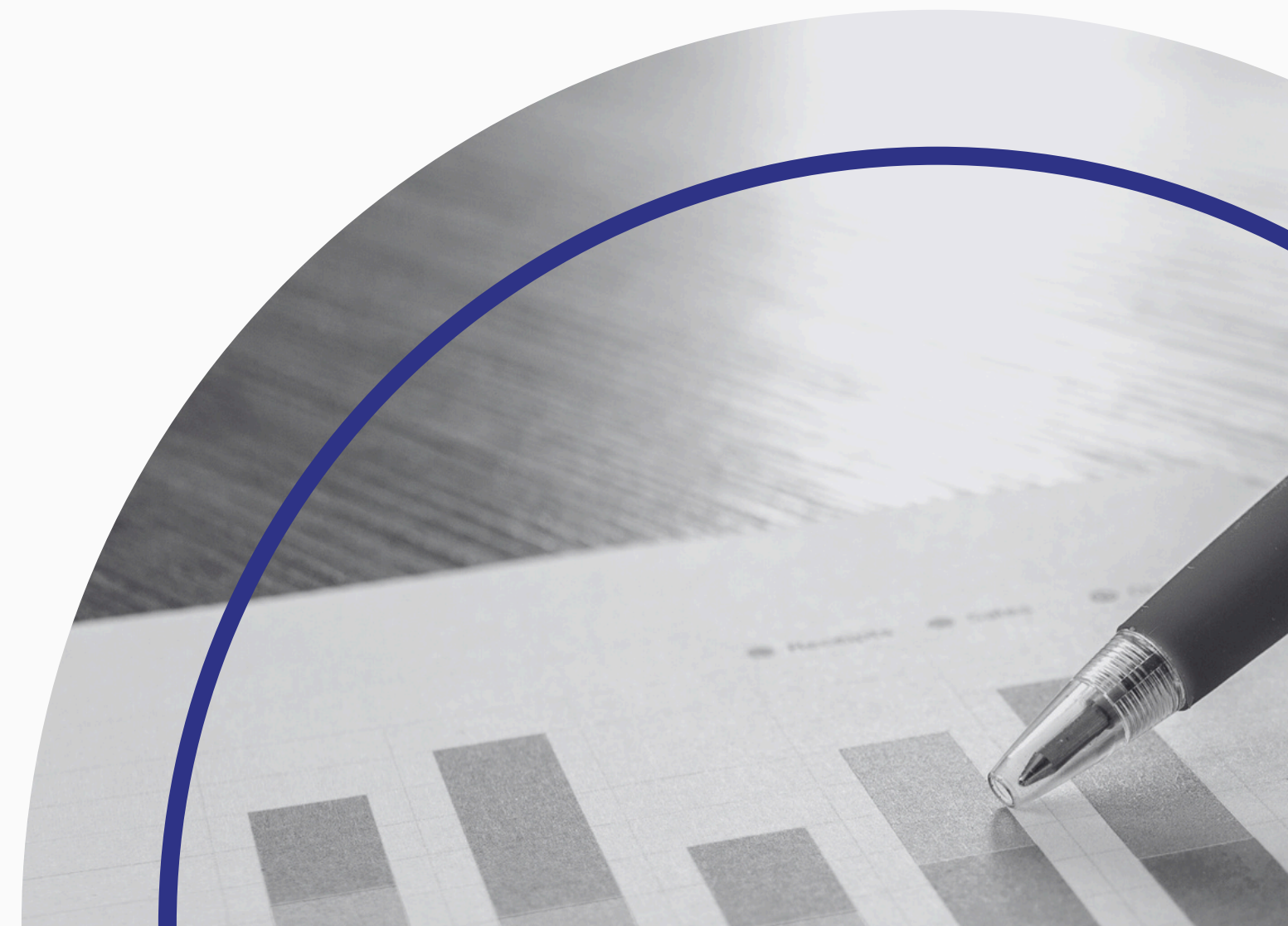
Parmi les outils très peu consultés :

- Compte SoundCloud (balados) : 3 répondants
- Compte Instagram du Lab : 5 répondants
- Compte X : 8 répondants
- Page LinkedIn de la Ville : 16 répondants
- Ligne Info Annulation : 16 répondants
- Site Web Sur Harwood : 19 répondants
- Télés CMS et pôle municipal : 26 répondants
- Affichage sur les autobus : 26 répondants
- Affichage dans les abribus : 27 répondants
- Panneaux Astral sur les autoroutes : 36 répondants
- Courriels reçus par les écoles : 53 répondants
- Compte Instagram de la Ville : 56 répondants
- Site Web du Réseau Mozaïk : 59 répondants

Résultats globaux

Tendances et observations

- L'espace citoyen est utilisé par 270 répondants. Ce dernier ayant été lancé au cours de la dernière année, il est possible qu'il ne soit pas encore entré dans les habitudes des citoyens.
- La ligne de stationnement hivernale est utilisée par 161 répondants. Bien que ça puisse paraître peu, ce service n'est possiblement pas essentiel pour une grande partie de résidents, selon le secteur où ils habitent.
- Il en va de même pour les brochures des camps d'été et de la relâche (62 répondants). Minimalement 41 %, et peut-être même 61 % des répondants sont susceptibles de ne plus avoir d'enfants en âge scolaire à la maison.
- La page LinkedIn de la Ville n'est pas non plus un choix populaire, mais on peut estimer que 41 % des répondants sont susceptibles d'être à la retraite, donc moins intéressés par un média spécialisé en emploi.



Résultats globaux

Tendances et observations

Outils disponibles sur le site Web de la Ville

76,5 % des répondants disent connaître ou utiliser le calendrier des activités du site internet



65,5 % connaissent les nouvelles en page d'accueil



64,8 % connaissent l'espace citoyen



Le robot conversationnel n'est connu/consulté que par 12,3 % des répondants.

Les raisons évoquées par ceux qui ne consultent ou n'utilisent pas un outil :

- Pas besoin
- Trouvent l'information par d'autres moyens
- Ne voient pas de valeur ajoutée au robot conversationnel / à l'intelligence artificielle
- Trop de plateformes, difficile de s'y retrouver

Résultats globaux

Tendances et observations

Informations les plus recherchées sur le site Internet



**Activités loisirs, culture, environnement,
bibliothèque (horaires, inscriptions)**



**Entraves / travaux routiers /
bris d'aqueduc**



Nouvelles / actualités



Dates des collectes



Réseau d'eau



Subventions



Règlements municipaux (bruit, arrosage)



Permis



Informations sur le conseil municipal



Comptes de taxes



Emplois



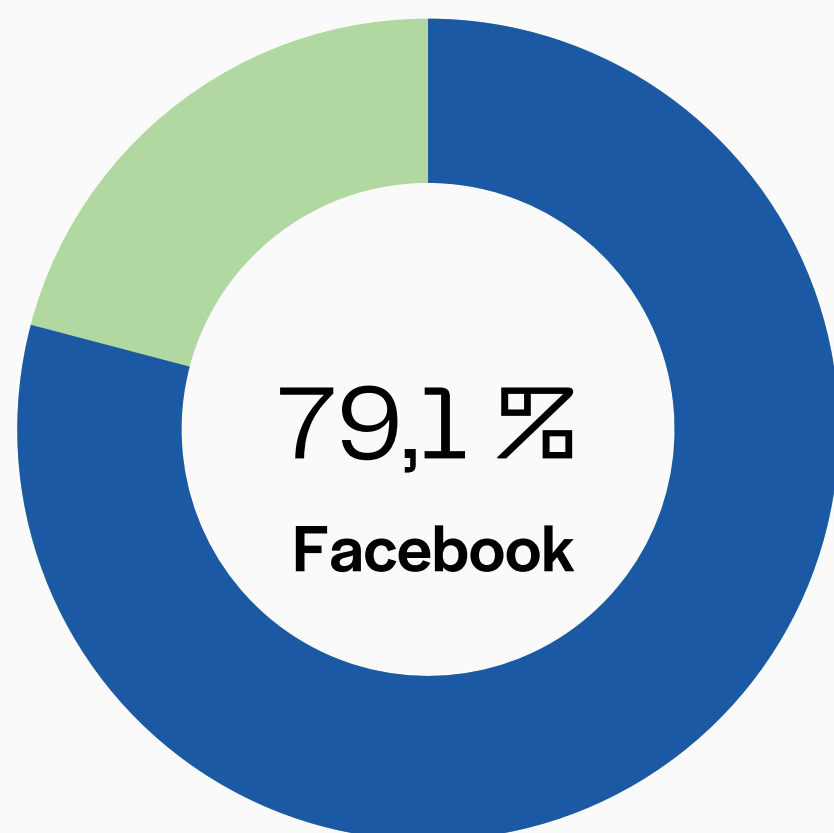
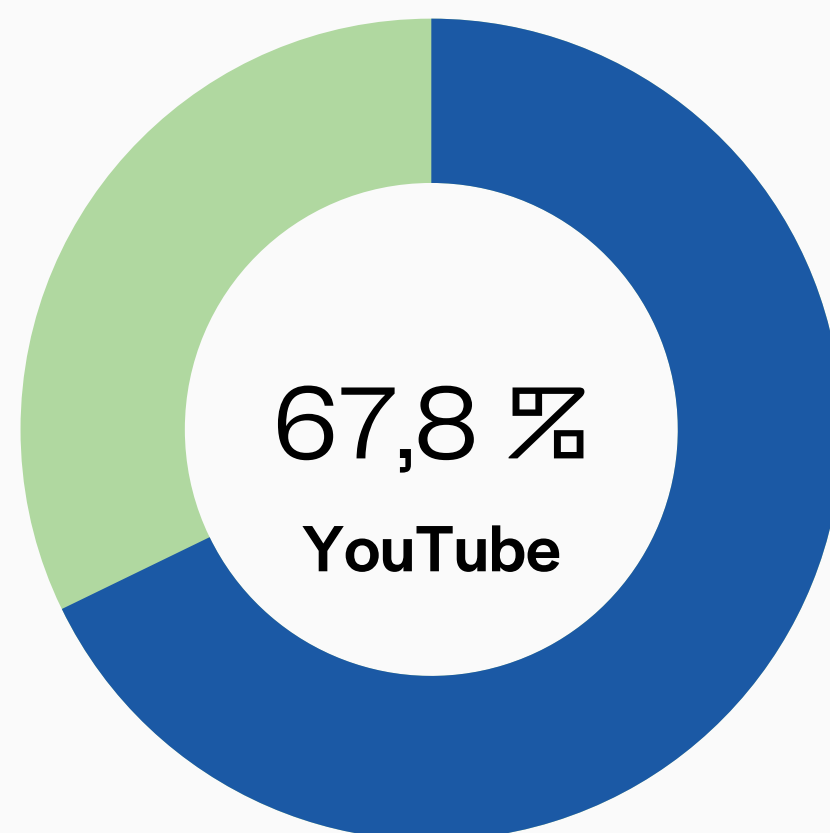
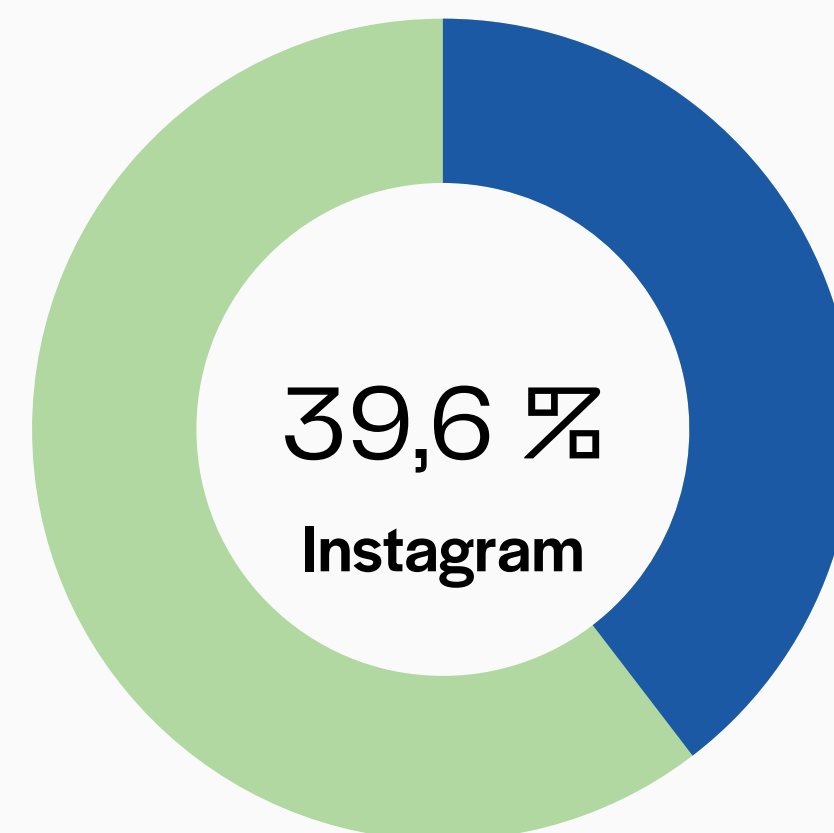
Heures d'ouverture de certains services

Résultats globaux

Tendances et observations

Médias sociaux

Parmi les réseaux sociaux utilisés par les répondants, Facebook est celui qui est consulté le plus régulièrement, suivi par Instagram et YouTube.



Résultats globaux

Tendances et observations

Le Trait d'Union

71 % des répondants lisent Le Trait d'Union 4 fois par année. Seuls 9 % disent le connaître mais ne jamais le lire ou n'en avoir jamais entendu parler.



96 % des répondants le lisent au format papier et 49 % ne seraient pas ouverts à ce que le bulletin soit disponible uniquement en format pdf. La fréquence de parution semble adéquate pour 90 % des répondants.



- En ce qui concerne les habitudes de lecture des répondants, 22 % disent lire attentivement tous les articles ou presque, 35 % prennent le temps de lire quelques articles au complet et 14 % parcourent le bulletin rapidement, mais lisent rarement les textes. En parallèle, 28 % des répondants, peu importe le nombre d'articles qu'ils lisent, disent conserver le bulletin pour consultation ultérieure.
- Tous les types de sujets traités actuellement dans Le Trait d'Union intéressent plus de la moitié des répondants.
- Parmi ceux qui ne lisent pas Le Trait d'Union, la majorité des 30 commentaires indiquent que c'est parce qu'il est disponible uniquement en français et quelques-uns parce qu'ils n'ont pas d'intérêt.

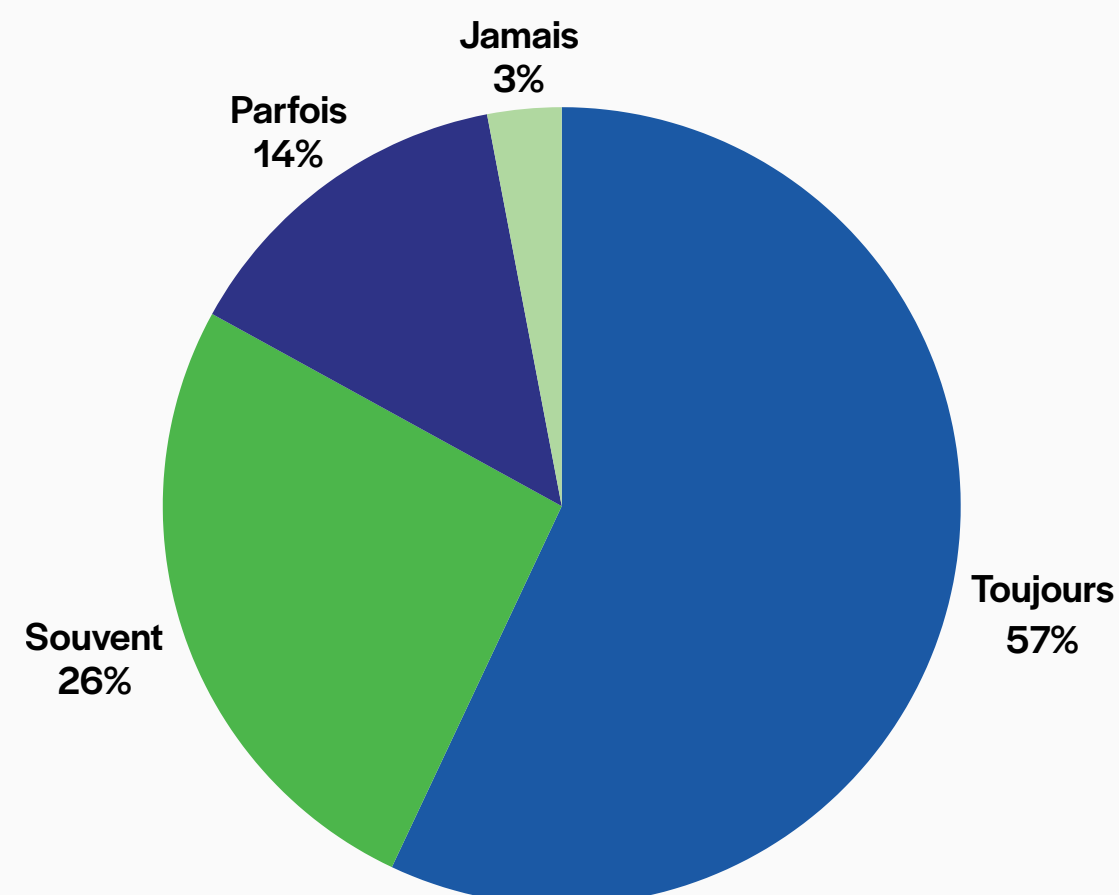
Résultats globaux

Tendances et observations

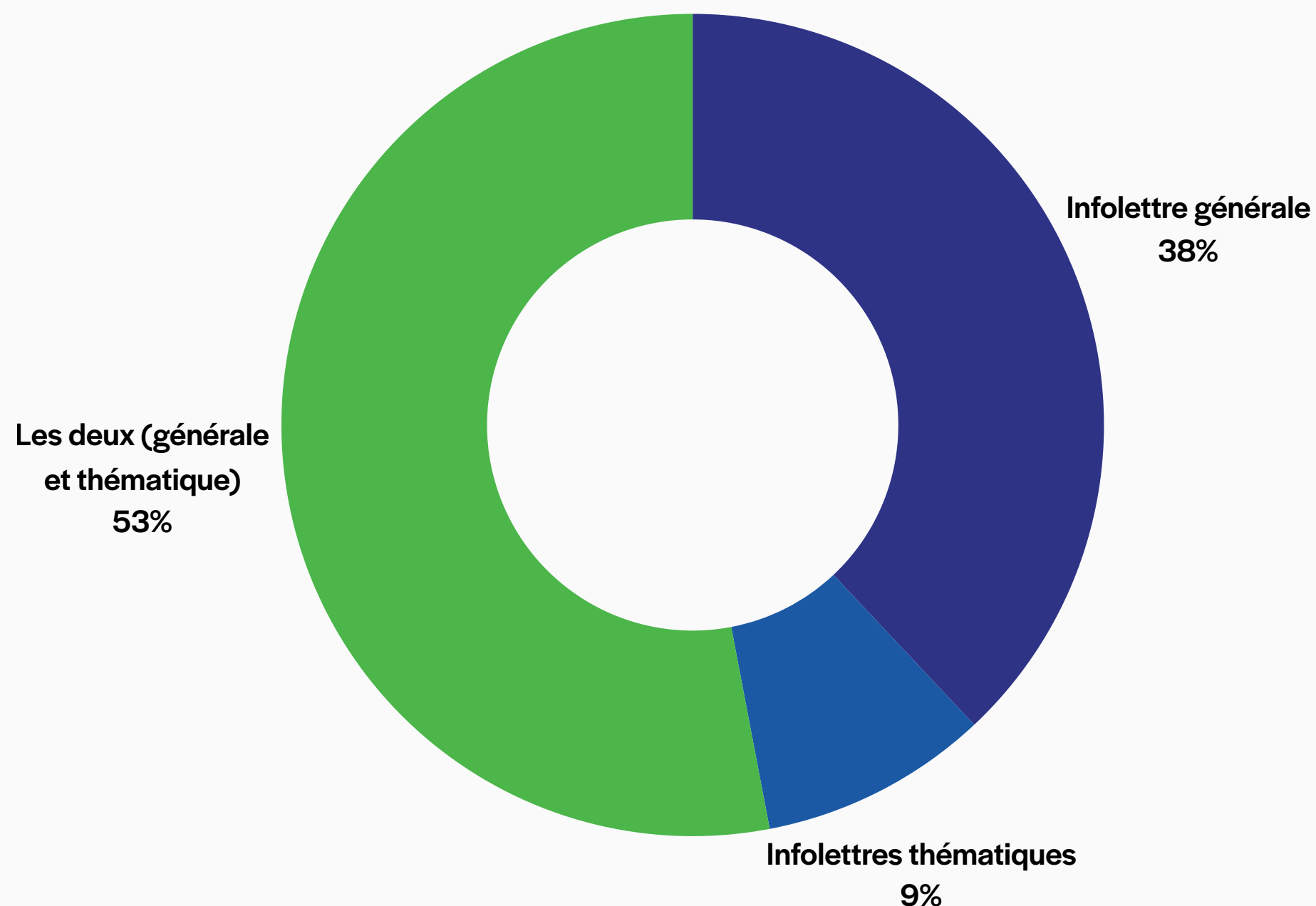
Infolettre

Les deux-tiers des répondants sont abonnés à l'infolettre mensuelle.

Fréquence à laquelle les abonnés lisent l'infolettre



Type d'infolettre qu'ils préféreraient recevoir



Tous les types d'information qu'on y trouve intéressent les gens plus ou moins à part égale, mis à part les activités culturelles et de loisirs qui se démarquent légèrement en popularité (530 répondants) et plus ou moins 400 répondants pour les nouvelles en environnement, la réglementation et les travaux. La fréquence actuelle de diffusion de l'infolettre semble adéquate pour 94 % des répondants.

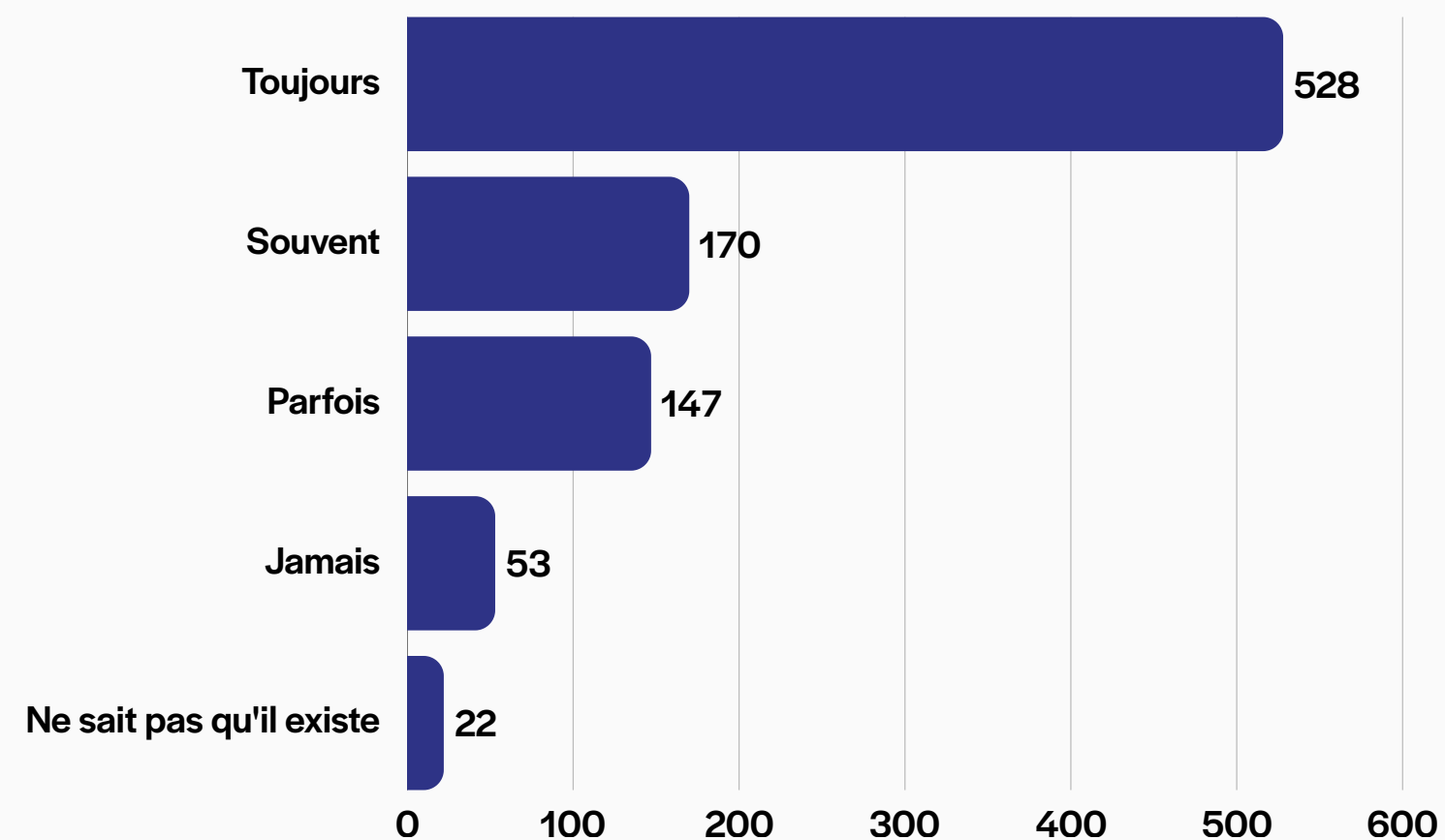
Résultats globaux

Tendances et observations

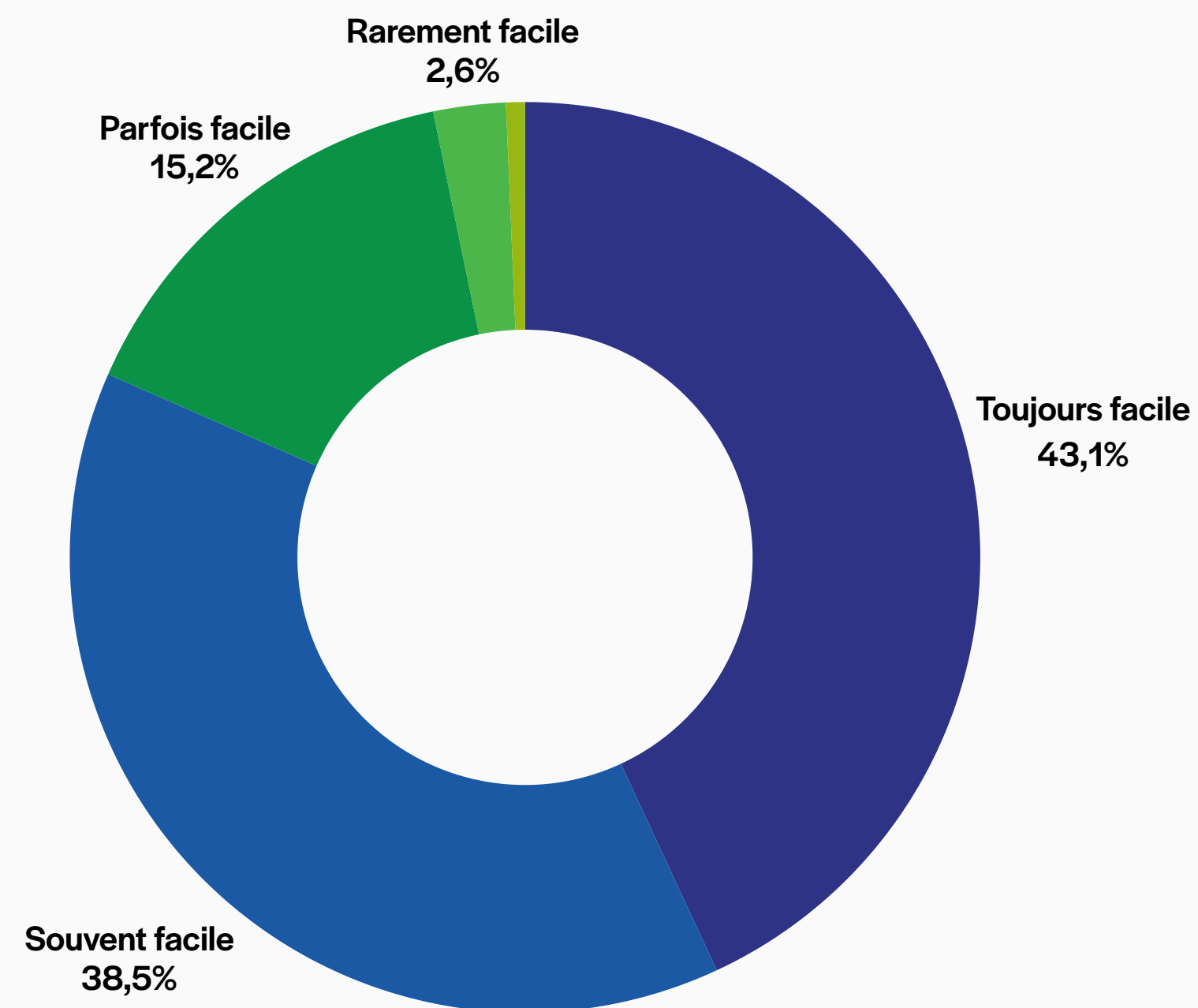
Calendrier municipal

Le calendrier est toujours consulté par 57,4 % des répondants.

Fréquence à laquelle les répondants consultent le calendrier



Facilité à y trouver l'information



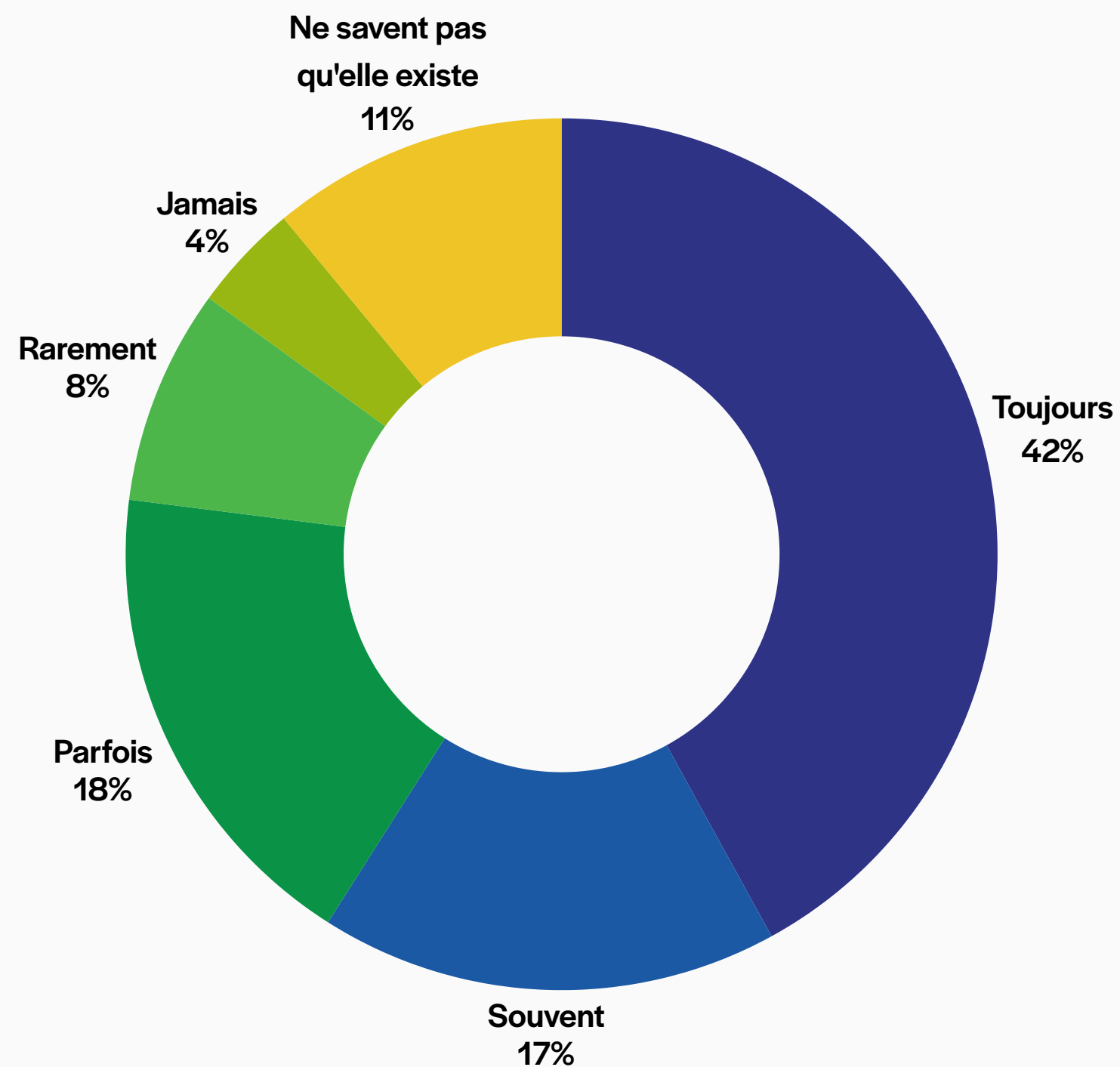
Résultats globaux

Tendances et observations

Brochure estivale Sous le soleil

La brochure estivale Sous le soleil est toujours consultée par 42 % des répondants.

Fréquence à laquelle les répondants la consultent



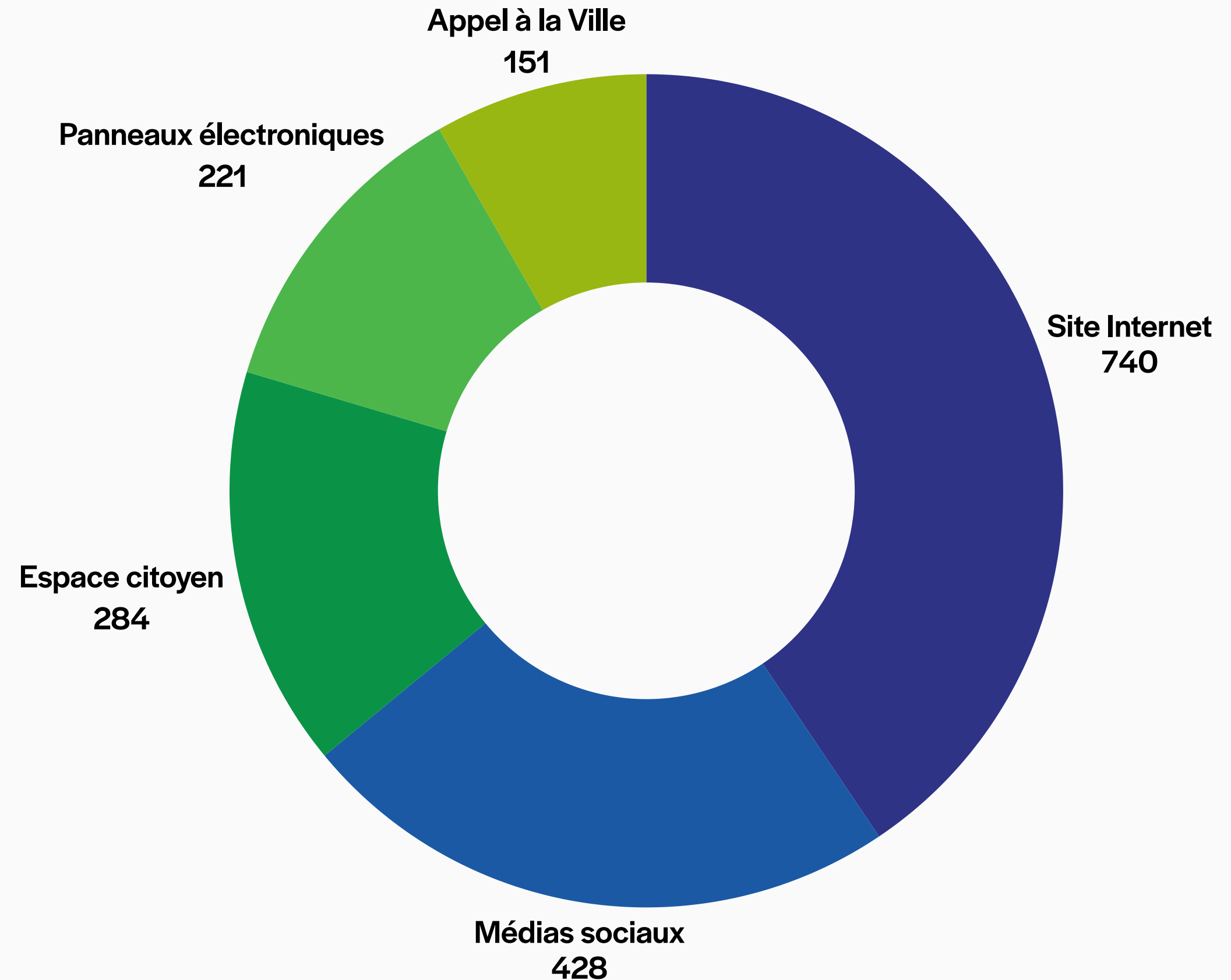
Résultats globaux

Tendances et observations

Événement climatique majeur

Ce qui intéresse majoritairement les citoyens lors de tels événements, c'est d'être informés des actions mises en place par la Ville, détaillées et en temps réels. Ils sont aussi intéressés à connaître les grandes lignes du plan d'action prévu par la Ville, les conseils et gestes à adopter et les façons de se préparer pour faire face à ces événements.

Source d'information principale lors d'un événement climatique majeur





4

Conclusion

Synthèse des résultats

Conclusion

Synthèse des résultats

Principaux constats

- Les outils grand public sont les plus consultés (site Web de la Ville, Le Trait d'Union, le calendrier, la page Facebook de la Ville, l'infolettre, Sous le soleil et les panneaux électroniques)
- Les publications imprimées et distribuées par la poste sont appréciées.
- L'espace citoyen est utilisé par 270 répondants. Ce dernier ayant été lancé au cours de la dernière année, il est possible qu'il ne soit pas encore entré dans les habitudes des citoyens.
- La ligne de stationnement hivernale est utilisée par 161 répondants. Bien que ça puisse paraître peu, ce service n'est possiblement pas essentiel pour une grande partie de résidents, selon le secteur où ils habitent.
- Il en va de même pour les brochures des camps d'été et de la relâche (62 répondants). Minimale 41 %, et peut-être même 61 % des répondants sont susceptibles de ne plus avoir d'enfants en âge scolaire à la maison.
- La page LinkedIn de la Ville n'est pas non plus un choix populaire, mais on peut estimer que 41 % des répondants sont susceptibles d'être à la retraite, donc moins intéressés par un média spécialisé en emploi.

Suggestions pour améliorer la façon dont la Ville communique avec ses citoyens



À cette question ouverte en fin de sondage, ci-dessous une liste de thèmes qui regroupent certains commentaires recueillis :

- Plus d'information au format papier par la poste
- Informer plus en amont des coupures d'eau
- Plus d'affiches dans les quartiers
- Concentrer l'information plutôt que de s'éparpiller dans plusieurs plateformes (Mozaïk, site Web de la Ville, espace citoyen, plateforme d'inscription, infolettre...)
- Communiquer de façon bilingue revient à de multiples reprises, mais en contrepartie certains mentionnent qu'on ne devrait jamais diffuser d'information en anglais
- Rencontre citoyenne avec les nouveaux résidents
- Utiliser les organismes communautaires pour joindre les citoyens
- Plateforme d'inscription peu conviviale
- Plus d'information sur les décisions du conseil municipal
- Plus de panneaux électroniques dans la Ville
- Informer les gens d'une rue au moyen d'accroche-portes que des travaux seront réalisés dans leur secteur un peu à l'avance
- Courriels, sms, etc.

Suggestions pour améliorer la façon dont la Ville communique avec ses citoyens



De nombreux commentaires indiquent que les citoyens sont très bien informés et qu'ils n'ont rien à ajouter, de continuer notre bon travail.

La mention d'appels, de courriels et de sms revient plusieurs fois. Les répondants semblent confus concernant le système d'alertes, peut-être par méconnaissance ou parce que le système est passé de Somum / BCITI à Pando.





Service des communications

VILLE DE VAUDREUIL-DORION