

SONDAGE COMMUNICATION VILLE DE PRILLY – 30.06.2025

Dans une volonté d'amélioration continue de la relation entre l'administration communale et les habitantes de la ville de Prilly, un sondage a été conduit, afin d'évaluer la performance des différents supports de communication existants. Ce sondage s'inscrit dans une volonté stratégique de mieux comprendre les habitudes, préférences et attentes des citoyen·nes en matière d'information communale.

L'objectif principal de cette enquête est de fournir à la Municipalité et à la cellule de communication des données concrètes et exploitables pour guider l'évolution de la stratégie de communication de la Ville. Notamment en :

- Mesurant la notoriété des supports de communication existants
- Identifiant les canaux d'information réellement privilégiés par la population pour se tenir informée de la vie communale
- Mettant en lumière les éventuels décalages entre les outils proposés et ceux effectivement utilisés
- Recueillant des pistes d'amélioration ou de création de nouveaux formats/contenus plus en phase avec les besoins actuels
- Identifiant l'affinité des publics aux supports, en fonction de l'âge, du lieu de résidence ou du niveau de maîtrise du français

Le sondage a été volontairement structuré autour de questions ouvertes, de manière à garantir une objectivité maximale et afin d'éviter d'orienter les réponses. Le choix de limiter le nombre de questions découle d'un parti pris méthodologique : obtenir des données quantitativement exploitables, tout en assurant un taux de réponse élevé.

Ce format permet également plus de spontanéité dans les réponses de détecter des signaux faibles : besoins émergents, pratiques alternatives ou encore des irritants spécifiques, que des questions fermées n'auraient pas permis d'identifier. La diversité des retours, donne ainsi une image plus authentique et représentative des ressentis de la population.

1. ÉCHANTILLON

- Participation à 2,8%
- 42% d'hommes et 58% de femmes (3 nspp) contre 48% / 52% dans la population
- 15-24 : 3%, 25-39 : 25%, 40-54 : 25%, 55-64 : 16%, 65+ : 31%
 - Les jeunes sont sous-représentés
 - Les préretraités également
- 51% des participantes habitent le centre, 28% le sud, 21% le nord
 - Il y a donc une surreprésentation du centre
- 98% des sondés affirment avoir une bonne maîtrise ou maîtrise courante du français, il est donc possible que la population étrangère ne soit pas bien représentée dans ce sondage (et/ou peut-être qu'elle ne se préoccupe pas de cette thématique)

→ Globalement l'échantillon est représentatif et le sondage peut être utilisé. L'intervalle de confiance est d'environ $\pm 5,5\%$ à 95% (intervalle générale sur l'ensemble du sondage)

2. QUESTIONS POSÉES

Le sondage contenait les questions suivantes :

- Pouvez-vous citer les principaux supports de communication proposés par la Commune ?
- Parmi les supports cités, lesquels privilégiez-vous pour vous informer sur la vie de la Commune ?
- Selon vous, quels supports pourraient être améliorés, supprimés ou créés par la Ville ?
- Seriez-vous intéressée par la réception d'une newsletter régulière de la part de la Commune ? (Oui/Oui en choisissant le contenu/Non)
- Quels sont les thèmes les plus importants pour vous dans l'information communale ? (Sport/Événements/Travaux et projets/Culture/Sécurité et santé publique/Énergie et environnement/Autres)
- Disposez-vous des moyens d'information suivants ? (Ordinateur/Smartphone/Connexion internet)
- Avez-vous des suggestions, afin d'améliorer la communication entre la Ville de Prilly et ses habitantes ?

3. QUELS SUPPORTS SONT CITÉS ET PRIVILÉGIÉS ?

Le tableau ci-dessous compare les deux premières questions du sondage. On constate que l'écart est parfois énorme entre les deux réponses. Cela peut signifier, pour le site Internet par exemple, que la population n'a pas le réflexe numérique ou qu'elle connaît ce support, mais qu'elle ne l'utilise pas parce que celui-ci ne lui convient pas dans sa forme ou son accessibilité. Je privilégierais le second constat. On voit au contraire que l'écart est moins important pour le journal communal ou pour les réseaux sociaux, ce qui indique que la manière dont la Commune utilise ces outils est plutôt bonne.

Pour ce qui est du courrier ou de l'affichage public, je pense que la disparité s'explique par le fait que ce sont des supports à forte notoriété, puisqu'au bord des routes et reçus dans les boîtes aux lettres, mais que la population s'en désintéresse simplement. Ce sont des supports moins attractifs.

Groupe de support	% Cités	% Privilégiés
Site internet	54.2 %	27.4 %
Courrier papier	45.5 %	25.4 %
Journal communal	42.8 %	34 %
Affichage public	32.4 %	8.7 %
Réseaux sociaux	22.2 %	9.9 %

Le tableau suivant montre les supports privilégiés par chaque tranche d'âge. Le sondage a démontré que lieu de résidence et le sexe n'ont pas d'impact sur les supports de communication privilégiés pour s'informer.

Âge	Autres	Tout-ménage	Prill'hérait	Réseaux soc.	Site internet
15-24	0.0 %	36.8 %	15.8 %	5.3 %	42.1 %
25-39	6.4 %	28.2 %	26.3 %	16.0 %	23.1 %
40-54	5.1 %	24.8 %	28.7 %	14.6 %	26.8 %
55-64	5.1 %	21.2 %	39.4 %	9.1 %	25.3 %
65 et +	2.3 %	14.3 %	59.4 %	4.5 %	19.5 %

On en tire les constats suivants :

- Le Prill'hérait est plébiscité par une grande partie de la population (34% des gens l'utilisent comme source principale), même si les 15-24 ans citent le site Internet comme première source d'information
- Fait surprenant les 25-39 ans estiment que le meilleur moyen d'information est le courrier officiel/flyer, il est cependant moins cité par les 65+. Cela est probablement dû au fait que la part la plus jeune de la population a besoin qu'on lui pousse l'information et qu'elle ne souhaite pas faire de démarches pour la chercher (ou prendre le temps de lire un journal, comme on le voit avec le Prill'hérait chez les 15-24 ans)
- Les réseaux sociaux sont, quant à eux, « délaissés » par les Prillérane-s et les comptes de la Commune sont décrits comme peu attractifs. Les 25-54 ans en sont les plus grands utilisateurs, mais cela est probablement dû au fait que nous n'utilisons que Facebook, Instagram et LinkedIn qui sont des plateformes en vogue dans ses tranches d'âge.

4. QUELLES PISTES D'AMÉLIORATION ?

Catégorie	Répondants	% de demandes
Créer App/push/sms	71	23,1 %
Améliorer le site Internet	60	19.5 %
Moderniser le Prill'hérait	44	14.3 %
Améliorer les réseaux sociaux	36	11.7 %
Créer une newsletter	33	10.7 %
Supprimer l'affichage public	12	3.9 %
Faire plus de réunions publiques	2	0.5 %

- 54,9% n'ont pas répondu aux questions concernant les améliorations ou y ont répondu « Non »
- 6,3% des personnes interrogées ont répondu de manière positive en expliquant qu'elles étaient satisfaites de la communication actuelle

- 2% des répondantes ont donné des réponses hors sujet, avec pour thèmes principaux la collecte de déchets et le manque de place de stationnement

On constate qu'il y a une forte demande pour que l'on « pousse » l'information, sans que les gens n'aient à la chercher/demander. Les termes « centralisation », « alertes », « live » reviennent souvent dans les réponses. Cela prête à penser que le développement d'une application mobile permettant d'envoyer des notifications push serait adaptée à notre communication.

Il est à noter que 94,8% des Prillérans se disent prêts à recevoir une lettre d'information électronique (dont 24,3% uniquement si le contenu peut être choisi), mais que seul 17,1% des personnes interrogées la suggère comme potentielle amélioration. On en déduit aisément que ce support serait un atout pour la communication, mais pas un outil primordial.

Tranche d'âge	Améliorer le site internet	Moderniser le journal	Créer une newsletter	Améliorer les réseaux sociaux	App/Push/SMS/Alertes
15-24	37.5 %	0.0 %	14.3 %	42.9 %	0.0 %
25-39	22.9 %	14.6 %	18.8 %	20.8 %	32.9 %
40-54	32.0 %	16.0 %	22.0 %	12.0 %	28.0 %
55-64	24.1 %	20.7 %	24.1 %	3.4 %	27.6 %
65 et +	11.9 %	44.1 %	5.1 %	0.0 %	27.0 %

Sans surprise, on observe dans le tableau ci-dessus que plus la population est jeune, plus elle souhaite une amélioration des outils digitaux (même si peu de 15-24 ans ont répondu au sondage). Je pense également que les 65 et + ne réclament pas de newsletter, par peur de voir disparaître le Prill'héraut.

5. THÈMES ET OUTILS D'INFORMATION

Thème	%
Évènements	82,1%
Travaux/projets	81,8%
Culture	66,2%
Sécurité/santé publique	58,7%
Énergie/environnement	45,9%
Sport	42,5%

Le tableau ci-dessus démontre un fort besoin d'informations pratiques et immédiates : ce qui va se passer, ce qui change dans l'espace public, les perturbations, les chantiers, les améliorations urbaines. Ces données doivent nous orienter vers une communication dynamique et réactive, en mettant en avant les annonces à court terme et les projets visibles.

Tranche d'âge	% Accès Internet	% Smartphone/tablette	% Ordinateur
15-24	100%	88,9%	100%
25-39	97,8%	97,7%	92%
40-54	96,6%	97,9%	90,8%
55-64	96,3 %	97,7%	91,7%
65 et +	78,3 %	78 %	66 %

On constate dans le tableau ci-dessus qu'une large majorité de la population a accès à du contenu digital via smartphone, ordinateur ou tablette. On y voit également que près d'un quart des 65 et + ne dispose pas d'outils d'information numériques.

6. CONCLUSIONS

Le sondage révèle un besoin clair de renforcer l'accessibilité, la réactivité et la personnalisation de la communication communale, tout en tenant compte de la diversité des usages selon les générations.

6.1 RENFORCER LES OUTILS EXISTANTS PERFORMANTS

Le Prill'hérait reste un canal central pour une majorité des habitantes, notamment chez les 55 ans et plus. Il faut le conserver, mais envisager une modernisation du format, tant sur le fond (plus d'infos pratiques, de proximité) que sur la forme (design, lisibilité).

Le site Internet, bien que connu, est peu utilisé. Une refonte axée sur l'ergonomie mobile, la clarté des contenus et la rapidité d'accès aux informations d'actualité est une priorité, surtout pour les jeunes.

6.2 CRÉER UN CANAL D'INFORMATION « PUSH »

Une application mobile ou un système d'alertes push/SMS est fortement demandé. Cela permettrait de :

- Centraliser les informations utiles (événements, travaux, perturbations, etc.)
- Alerter en temps réel
- Mieux toucher les jeunes et les actifs

Cette solution devrait être développée en complément, et non en remplacement, des outils papier

6.3 METTRE EN PLACE UNE NEWSLETTER PERSONNALISABLE

Bien que peu proposée spontanément, près de 95% des répondantes seraient prêtes à recevoir une lettre d'information numérique, surtout si elle est personnalisable par thème. Elle offrirait une alternative efficace et souple pour les publics connectés, sans délai d'impression. Cela permettrait également de pousser l'information de manière plus spontanée, lorsque cela est nécessaire.

6.4 AMÉLIORER LA STRATÉGIE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Les comptes actuels sont jugés peu attractifs. Il est essentiel de :

- Varier les contenus (interviews, live, etc.)
- Produire des vidéos (plus attractif que le contenu statique)
- Adopter une ligne éditoriale plus engageante pour les publics jeunes
- Adapter les publications aux usages par tranche d'âge (Tik Tok et/ou Snapchat pour les plus jeunes, Instagram pour les 25-39 ans, Facebook pour les cibles plus âgées, etc.)

6.5 MAINTENIR LES CANAUX NON-DIGITAUX

Près de 22% des 65+ n'ont pas accès à Internet. Il faut absolument conserver les supports physiques comme le Prill'héraut ou le tout-ménage pour garantir l'inclusivité. Il apparaît également que les courriers officiels sont importants aux yeux de l'ensemble de la population.

En résumé, la ville de Prilly doit aller vers une communication multicanal, agile et adaptée aux profils de ses habitant·es. Cela signifie : moderniser sans exclure, pousser l'information sans noyer, et offrir plus de clarté et de proximité dans les contenus. L'objectif est d'établir une communication de confiance et proactive.