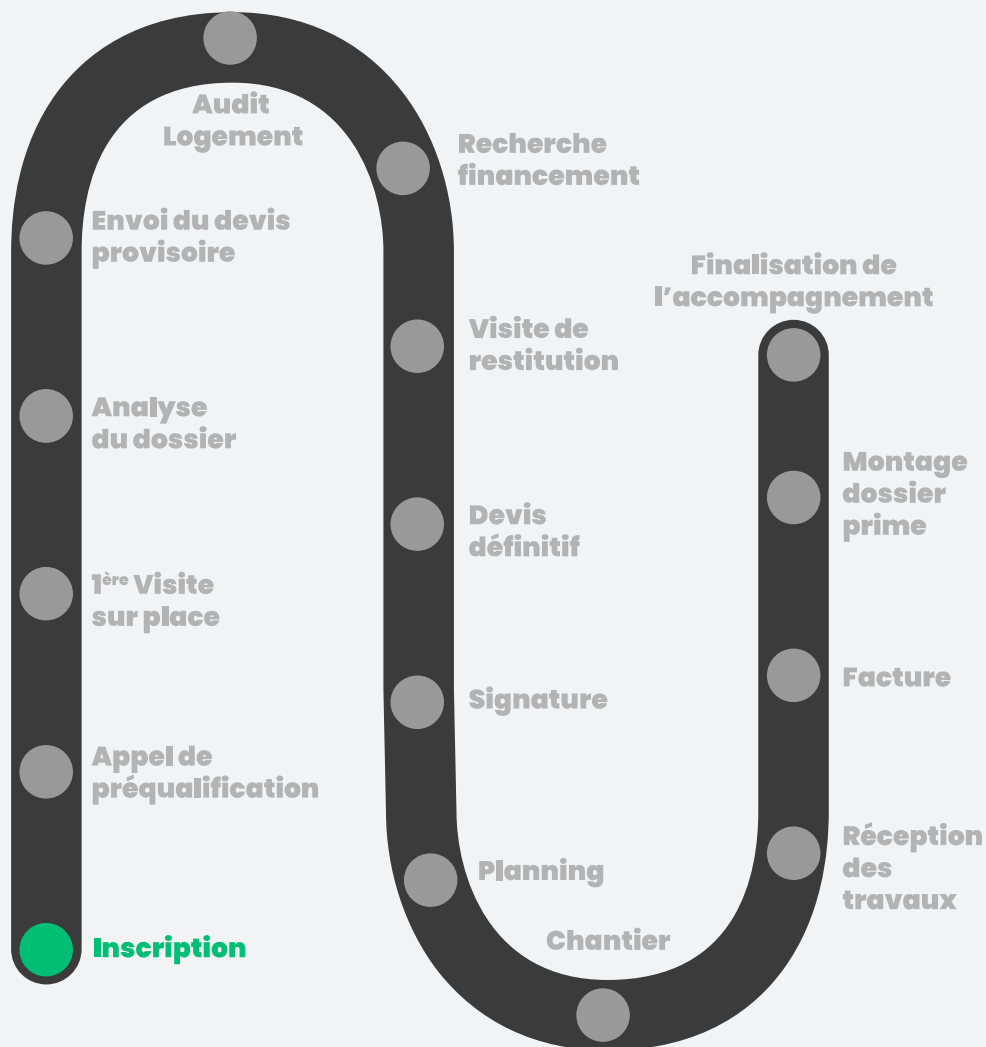




NOM :
COMMUNE

📅 DURÉE DE L'IMPLICATION

- Quelques mois



CHIFFRES CLÉ

Commune partenaire = Braine-l'Alleud

17 000

Nombre de ménages dans la Commune

1754

Nombre total de visiteurs uniques sur le site internet de l'expérience pilote
(10,3 % des ménages)



OUTILS PRINCIPAUX UTILISÉS-

- Outils de communication : affiche, articles divers pour pages web, articles pour le journal communal, vidéo diffusée sur les écrans digitaux de la Commune, posts Facebook, folder papier...

BON À SAVOIR

- **Partenariat communal indispensable :** Le soutien de pouvoirs publics renforce la confiance du citoyen et le rassure.
- **Des relais en interne :** Importance d'avoir une personne de référence au sein de l'Administration communale et d'avoir le soutien de l'Echevin pour porter l'initiative au niveau du Conseil communal.
- **Utilisation des médias communaux :** La Commune met à disposition ses médias pour diffuser des communications visant à embarquer des candidats rénovateurs. Cela permet un gain de temps dans l'embarquement. La Commune connaît les médias qui ont le plus d'impact et associe son image aux communications, ce qui rassure et augmente la confiance des citoyens.
- **Incontournable journal communal :** L'outil de communication avec le plus grand impact est le journal communal (parution bimensuelle à Braine-l'Alleud).
- **Mobilisation importante en début de projet :** La Commune est principalement active dans la phase de sensibilisation et d'embarquement des candidats rénovateurs. Ensuite, son rôle est limité à une mise au courant mensuelle des évolutions du train via un comité de pilotage.