

La CLI de Saclay et ses moyens de communication: quelle perception de la part de la population?

Monsieur David ROS

Président délégué à la CLI de Saclay,

Vice-président du Conseil général de l'Essonne

en charge du développement économique et de l'innovation, de la recherche et de l'enseignement supérieur,

Maire d'Orsay (91)



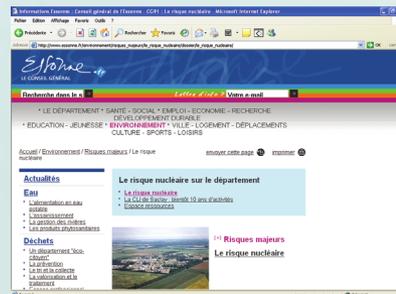
La CLI de Saclay et ses moyens de communication

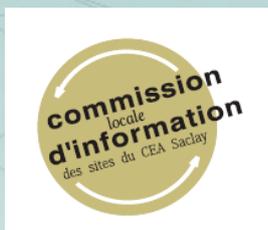
Les dossiers de la CLI
édités à 65 000 exemplaires,
distribution dans les boîtes aux lettres

Les notes d'information
15 fiches d'actualité



Le site Internet
de la CLI
www.cli.essonne.fr





Une enquête téléphonique pour tester les outils de communication

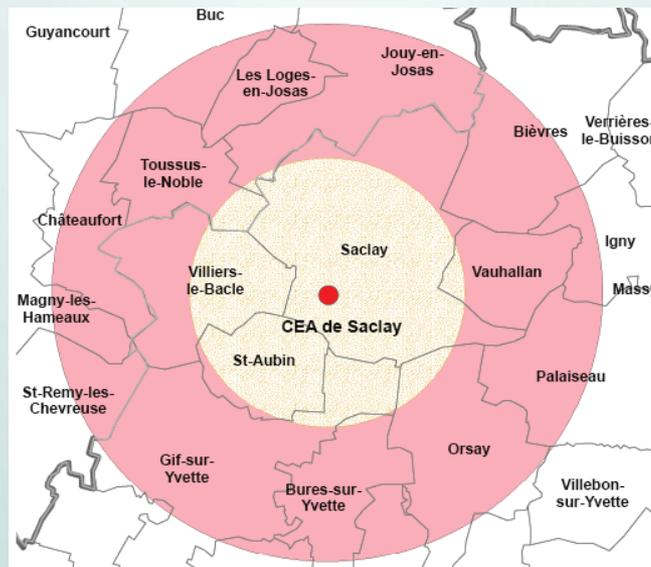
Les objectifs de l'enquête

A l'horizon des 10 ans de la CLI de Saclay :

- Tester la notoriété de la CLI, de ses activités, des documents de communication connus, des taux de conservation
- Évaluer les besoins de la population en matière d'information

Les conditions de réalisation de l'enquête

- 628 personnes interrogées
- Un périmètre restreint
- Un périmètre élargi
- Du 6 au 17 octobre 2008
- 30 questions
- Bon accueil de la population





Une enquête téléphonique pour tester les outils de communication

Sur la notoriété

- Près d'un tiers des personnes interrogées ne connaissent pas le CEA de Saclay
- 10% des répondants connaissent l'existence de la CLI
- Qui sont les membres ? Les élus arrivent en première place avec 50% des réponses
- Qui est le Président ? 63% ne se prononcent pas

Sur le contenu de l'information

Classement par ordre d'importance

- Les procédures à suivre en cas d'incident
 - Les impacts sur la santé
 - Les impacts sur l'environnement
 - Les activités du CEA en matière de recherche
- ▷ A noter : un faible écart entre les propositions



Une enquête téléphonique pour tester les outils de communication

Connaissance des outils de communication de la CLI « *Vous souvenez-vous avoir reçu dans votre boîte aux lettres les Dossiers de la CLI ?* »

- 15% des personnes interrogées s'en souviennent
- 6% les ont conservés (plus de conservation dans le périmètre restreint)

« *Comment les jugez-vous ?* » (pour 91 répondants)

- Ce sont des dossiers utiles (87%)
- Ce sont des dossiers qui informent bien (86%)
- Ce sont des dossiers objectifs (75%)
- Ce sont des dossiers compliqués (72%)



Une enquête téléphone pour tester les outils de communication

Sur les vecteurs de transmission de l'information

« Par quels moyens êtes-vous informés des activités du site? »

- L'information arrive par le bouche à oreille (72%)
- Par des documents dans les boîtes aux lettres (54%)
- Par des documents présents dans les lieux publics (50%)

« Par quels moyens pourrions-nous vous informer au mieux? »

- Par le bulletin municipal (90%),
- Par une lettre d'information semestrielle (85%)
- Par des visites du CEA (76%)
- Par un site internet dédié (71%)
- Par la presse locale (65%)
- Par la télévision (64%)
- Par des réunions ouvertes au public (57%)
- Par des reportages radio (37%)



En conclusion, une réflexion à engager

Sur la mise en efficience des moyens de communication

- ▷ **Coût d'un Dossier de la CLI diffusé à 65 000 exemplaires (25000 €) et notoriété (15%)**

Sur les relais implantés sur le territoire

- ▷ **Favoriser les partenariats avec les élus locaux et les professionnels « stratégiques » (pharmaciens, médecins, directeur d'école) dans la diffusion de l'information**

Attentes spécifiques du périmètre restreint

- ▷ **Activités d'expertise de la CLI mieux perçues dans le périmètre restreint**
- ▷ **Informers et former les acteurs stratégiques du territoire pour favoriser l'effet boule de neige**