

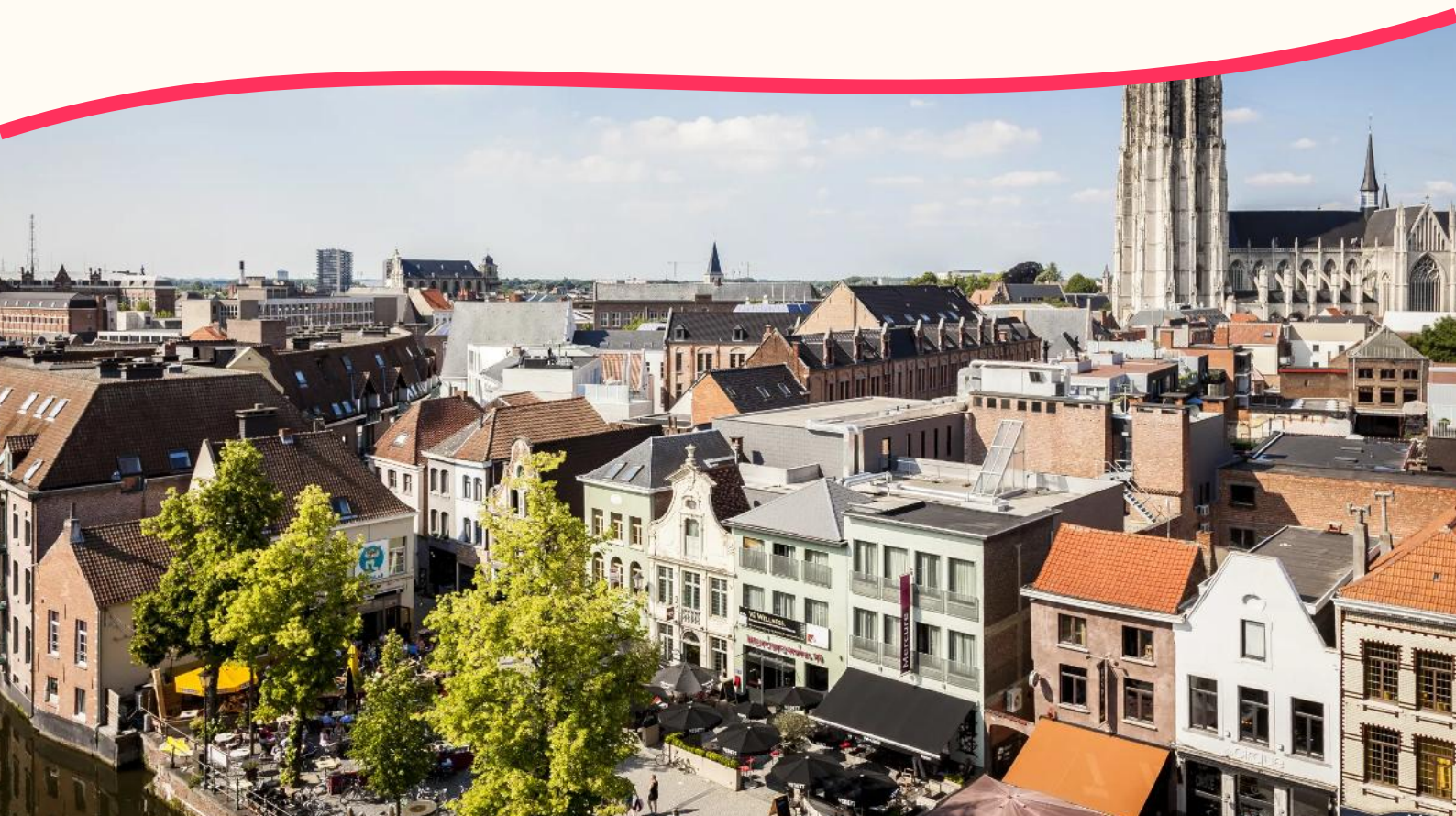
L'information municipale qui atteint son public.

Tout près, dans votre quartier.

Comment Mechelen crée une audience locale et donne à l'information municipale une place familière dans la vie de quartier.

Édition française · Septembre 2026

Avec des chiffres issus de sources de 2025



Une large audience locale. L'info municipale capte l'attention.

Une nouvelle sur votre rue. Une invitation à participer. À Mechelen, l'information municipale trouve sa place parmi les questions et projets quotidiens des voisins. Hoplr met la ville en contact avec une audience locale qui partage aussi ses informations et prend des initiatives.

16 000+

ménages inscrits

53 %des ménages sur le
réseau**296 505**vues des publications
municipales au cours
du trimestre cité

Chiffres publiés par Hoplr dans le cas du 27 novembre 2025, repris le 30 janvier 2026. Les vues ne correspondent pas à des habitants uniques. Les dates exactes du trimestre ne sont pas précisées.

Que mesurent ces chiffres ?

Les chiffres ci-dessus illustrent deux aspects de la portée : la taille de l'audience inscrite et l'attention accordée à la communication officielle. Un ménage inscrit et une vue de publication mesurent deux choses différentes.

Pour chaque message, précisez l'objectif : informer d'un changement, inviter à une activité ou inciter à agir ? Au-delà du nombre de vues, observez les réactions et les questions suscitées. Il s'agit d'un enseignement éditorial tiré du cas, et non d'un résultat supplémentaire mesuré à Mechelen.

Source : Hoplr, 27 novembre 2025 ; publication anglaise, 30 janvier 2026.
Les liens vers les sources et les précisions figurent en page 6.

La portée commence dans son propre quartier.

Mechelen a lancé un projet pilote en 2016. La page Hoplr de la ville distingue 28 quartiers numériques, du centre aux villages environnants. Ce découpage local fait du cadre de vie le point de départ des échanges.

La page municipale destinée aux nouveaux voisins explique que les habitants s'inscrivent avec leur nom et leur adresse pour rejoindre leur quartier. Mechelen propose aussi des cartes de présentation : les habitants peuvent les retirer ou les imprimer et les distribuer à leurs voisins.

C'est une leçon utile pour une équipe de communication. Faire connaître un canal s'inscrit dans les moments où les gens découvrent leur environnement. Un nouveau logement, une première activité de quartier ou une question pratique peuvent donner envie de s'inscrire.

28

Quartiers numériques selon le site de la ville.
Le cadre de vie est le point de départ.



Vismarkt, Mechelen · © Tourism Mechelen / Aikon Producties

Un émetteur identifiable. Un contexte local.

Selon le cas publié par Hoplr, la ville partage à l'échelle des quartiers des informations sur les travaux de voirie, les événements et les initiatives.

Mechelen souligne que la ville peut envoyer des messages ciblés par quartier sans avoir accès aux conversations entre habitants. Chacun sait ainsi qui partage l'information et où se déroulent ses propres échanges.

Cette clarté compte pour la portée : un message officiel a un émetteur identifiable et s'inscrit dans le contexte local. Pour votre plan de communication, cela signifie préciser ce qui change, qui est concerné et à qui les habitants peuvent poser leurs questions.



« Une bonne communication fonde la confiance entre la ville et ses habitants. »

Bart Somers
Bourgmestre, dans l'article Hoplr de 2025

Un accueil qui commence aussi hors écran.

Sur sa page « Nouveaux voisins ? », Mechelen présente le réseau de quartier numérique à côté de cartes de présentation imprimées. Un habitant peut donc s'inscrire en ligne et prendre lui-même un premier contact dans sa rue. Un exemple concret de différentes façons de faire connaissance proposées en parallèle.

Le site de la ville situe Hoplr parmi d'autres façons de participer à la vie du quartier : fêtes des voisins, bancs devant les façades ou initiatives locales. Le canal trouve ainsi son contexte : la communication numérique s'inscrit dans une approche plus large de la vie de quartier.

Photo de Bart Somers : blog Hoplr. La citation est traduite d'un extrait repris mot pour mot.

Que retenir pour votre équipe de communication ?

Trois enseignements éditoriaux tirés de l'approche et des chiffres des sources.

1 Partez du cadre de vie.

Précisez le quartier, la rue ou le groupe concernés par le message. Expliquez les implications concrètes pour les habitants et proposez une prochaine étape précise. L'information devient ainsi plus facile à situer.

2 Continuez à présenter le canal.

Montrez aux nouveaux habitants comment rejoindre leur quartier numérique. Associez l'information en ligne aux occasions de se rencontrer ou de découvrir les lieux. Pensez aussi à ceux qui ont besoin d'aide pour s'inscrire en ligne.

3 Mesurez l'audience et l'attention.

Suivez séparément les ménages inscrits, les vues des publications et les réactions. Appuyez-vous sur ces données pour améliorer les sujets, le calendrier et les explications. Un total élevé ne prend sens que si l'on sait ce qu'il mesure.

La communication de quartier gagne en valeur lorsque les habitants savent où s'adresser et ce qu'un message signifie pour eux. Mechelen montre comment une ville peut s'appuyer pour cela sur un environnement local existant.

Rapprochez l'information de vos habitants.

Discutez en équipe des quartiers à atteindre, de l'information dont ils ont besoin et de la manière de suivre les résultats.

Réservez une démo sans engagement →

À propos de cette édition

Traduction française d'un cas néerlandais rédigé le 15 septembre 2026 à partir de sources publiques. Les résultats viennent du cas Hoplr daté. La page de la ville indique une participation plus faible, sans date de mesure ; ces chiffres ne sont pas combinés. La mise à jour anglaise reprend les mêmes résultats.

Sources

[Hoplr · Cas de Mechelen · 27 novembre 2025](#)

[Hoplr · Version anglaise · 30 janvier 2026](#)

[Ville de Mechelen · Parlez à votre quartier via Hoplr](#)

[Ville de Mechelen · Nouveaux voisins ?](#)

[Ville de Mechelen · Avec vos voisins](#)

Image du Vismarkt : Ville de Mechelen, © Tourism Mechelen / Aikon Producties. Portrait de Bart Somers : article Hoplr original. Photos sources inchangées. Mise en page et texte : cas Hoplr, édition de septembre 2026.

[Lire l'étude de cas en ligne](#)

