

Et si collectivité locale et territoriale rimait avec DIGITAL ?

Par Sandra Barbet – 16 juin 2016 publié sur Jour.J/agence d'influence

Contrairement à ce que l'on pourrait croire, les collectivités locales et territoriales (communes, communautés de communes, métropoles, départements, régions...) ont bel et bien saisi les enjeux de la transformation digitale et nombre d'entre elles peuvent faire figure d'exemples à suivre pour les Pme et acteurs du secteur privé. Numérisation, big data, web et désormais réseaux sociaux sont au cœur des préoccupations et des évolutions de structures publiques, avec des objectifs de performance, d'optimisation budgétaire et de maintien du lien avec les administrés.

Collectivité locale : un citoyen bien informé sur le digital en vaut deux

Pour répondre à leur « devoir de service public » de donner accès, à tous et facilement, à des informations de qualité, les collectivités avancent, jour après jour, leurs pions sur le terrain du digital. Comment agir face à des publics multiples, aux besoins et aux attentes variés et de plus en plus connectés ?

Au-delà des sites web, presque has been aujourd'hui, les collectivités (villes, départements, régions, communautés de communes...) sont de plus en plus présentes et actives sur les réseaux sociaux, principalement sur Facebook et Twitter. Le temps où l'on adressait un message unique à l'ensemble des publics est révolu. **La stratégie pertinente étant désormais de personnaliser les messages en fonction du profil des interlocuteurs.**

Au fil du temps, les stratégies s'affinent et les personnels se forment, permettant ainsi de bâtir de véritables stratégies visant des objectifs précis de notoriété, d'image, d'attractivité territoriale ou encore de lien social. En professionnalisant leurs actions social media en interne ou en faisant appel à des prestataires experts, les collectivités créent les bonnes conditions pour être à l'écoute de leurs publics, coller au rythme effréné des réseaux sociaux et valoriser leurs prises de paroles, leurs territoires et ses acteurs.

Collectivité locale et territoriale : un lien digital au service du lien social

Face à des citoyen(ne)s connecté(e)s quasiment en continu, du matin au soir (et même la nuit pour les plus addicts), sur pc, mobiles et tablettes, au travail, à domicile et même dans les transports en commun, les collectivités n'ont plus d'autres choix que de prendre part au virage social media, beaucoup d'entre elles l'ont d'ores et déjà compris. Pour se faire entendre et comprendre, point d'autre chemin que celui d'être visible sur les canaux qu'utilisent celles et ceux que l'on souhaite toucher. **En optant pour une présence active sur les réseaux sociaux, les collectivités locales deviennent plus accessibles et construisent un lien permanent avec leurs administrés (tous âges confondus), devenus communautés.**

Ce lien digital permanent, ouvert 24/7, est un atout. Il permet de renforcer la relation en informant, rassurant, conseillant ou divertissant. Bien que digitaux, les échanges et contacts sur Facebook et Twitter apparaissent comme plus directs, instantanés et transparents, gommant ainsi l'image négative de « forteresse opaque » des collectivités locales.

Les réseaux sociaux révélateurs de la société d'aujourd'hui et bâtisseurs de la société de demain

Avec les réseaux sociaux, la participation n'est plus un vain mot. Chaque citoyen a la possibilité de s'exprimer, de donner son avis, de réagir à une décision et de prendre part à la vie de la cité, tout simplement en utilisant son

smartphone. Le citoyen, en prise directe avec le terrain, et toujours outillé de son smartphone, devient un révélateur instantané de son territoire. **En travaillant et valorisant cette relation social media, les collectivités locales incitent les publics à s'impliquer dans leurs territoires, à collaborer et à interagir pour le bien-être de tous.** Transports, urbanisme, éducation, budget, économie, culture, environnement...

L'intégralité des champs de compétences des collectivités peut être déployé sur les réseaux sociaux afin de récolter des idées, de favoriser la concertation et de fédérer la communauté autour des projets à mener.

Une attractivité territoriale renforcée grâce au digital

Qu'il s'agisse d'attirer les investisseurs économiques (créateurs de richesses et d'emplois), les touristes (générateurs d'activité) et même de nouveaux habitants, il est évident que les collectivités territoriales (en tout cas, celles qui ont saisi l'importance des enjeux) se livrent une bataille en matière de marketing et communication territoriale. **Désormais, les territoires deviennent des marques et usent d'arguments pour attirer les regards, séduire le maximum de personnes et capter l'adhésion des cibles, à l'échelle du pays et à l'international.**

Ce jeu aux enjeux considérables se joue, en grande partie, sur le terrain du digital avec une attention de plus en plus précise portée aux actions menées sur les réseaux sociaux. Les stratégies digitales et social media se mettent au service des collectivités territoriales pour faire le buzz mais également, et surtout, pour mener un travail en profondeur sur le moyen et long terme. Vous l'aurez compris, plus que les outils, **c'est surtout la stratégie qui prime.**

QUELQUES CHIFFRES À AVOIR EN TÊTE

(source : baromètre Ideose au mois de décembre 2015)

- 96 % des régions possèdent un compte Facebook
- 66 % des départements consacrent du temps à Facebook
- 85 % des régions ont un compte Twitter
- 48 % des départements sont présents sur Twitter
- **Seules 5% des collectivités adoptent un mode de communication spécifique sur les réseaux sociaux**
- **89% des collectivités se contentent de republier sur Facebook des contenus provenant de leur site web**
- **Seules 4% des collectivités sponsorisent des posts sur Facebook afin d'améliorer leur visibilité** (sachant que la portée moyenne d'une publication sans publicité est au maximum de 10 %, soit seulement 1 dixième de son audience)