

Enfin cette interactivité entre le citoyen et son administration permet de faire évoluer les outils utilisés par cette dernière. Un guichet unique a été créé à Lyon suite à des échanges nourris entre l'administration et les utilisateurs de réseaux sociaux. Ce guichet unique est utilisé à l'heure actuelle par 10% de la population lyonnaise. Cette proximité et cette réactivité est un atout fort de ces outils. L'Etat en est conscient et son site "mon.service-public.fr" va être simplifié en collaboration avec la Commission Nationale Informatique et Liberté (CNIL) suite à une campagne menée sur les réseaux sociaux.

Pour avoir considéré les éléments favorables à la mise en place de réseaux sociaux au sein d'une collectivité, il nous appartient bien évidemment, de ne pas ignorer, dans le même temps, les freins qui pourraient faire obstacles à cette même mise en place.

2. Les freins que l'on peut rencontrer

La première difficulté pourrait se situer au niveau de la multitude des outils existants. Bien sûr les plus connus sont Facebook, Twitter, Youtube mais il existe aussi Instagram, Pinterest ou Vine et la liste n'est pas exhaustive. Etre présent sur les réseaux sociaux, c'est bien, mais il faut alors se poser la question: avec quel outil? Pour quoi faire? Il faut une véritable politique de communication sur le web pour pouvoir répondre à ces questions.

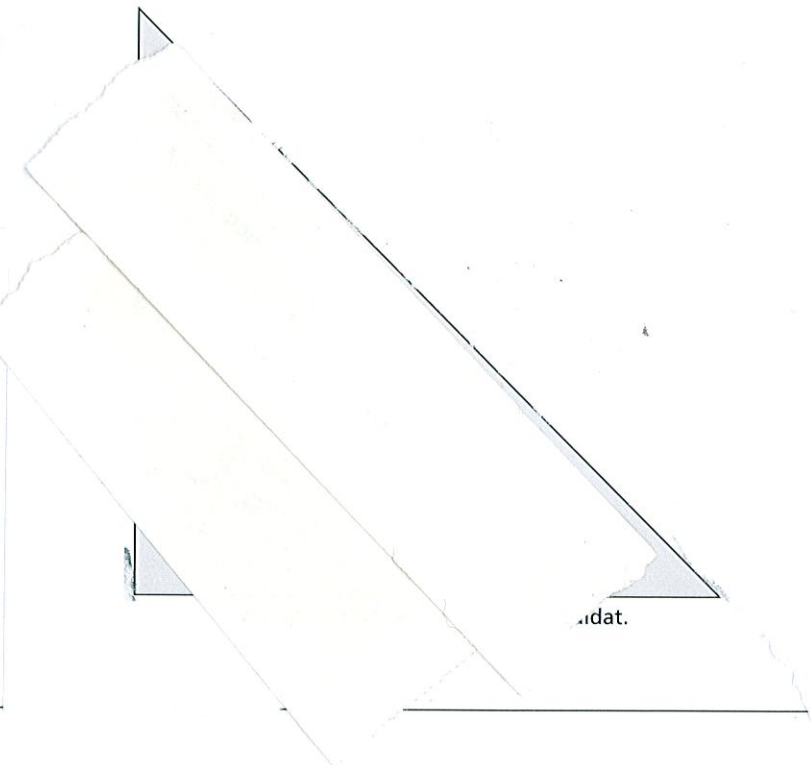
Un deuxième frein est la sécurité. Un site de l'administration française doit être conforme au référentiel général de sécurité (SGS). On peut le trouver sur le site de l'Agence Nationale de sécurité des systèmes d'Information (Anssi). Le SGS impose des règles strictes en matière de sécurité et de respect de la vie privée.

CENTRE DE GESTION
DE LA FONCTION PUBLIQUE TERRITORIALE DU RHÔNE
CONCOURS ou EXAMEN
donnant accès à l'emploi de :

Technicien principal 2^{ème} classe

- à titre interne (1)
- à titre externe (1)
- au titre du troisième concours (1)

Spécialité Ingénierie, informatique et système d'information
Épreuve de Avancement de grade
Date de l'épreuve 08/04/2015



Colonne réservée à l'Administration

Numéro de correction
▼
[]

Numéro d'anonymat
▼
[471]

Note attribuée (réservé au jury)
▼
[M,50]

Visa du jury ou de la Commission de Surveillance

Ville de Techniville
Service informatique
le 08/04/2015

Rapport technique
à l'attention du directeur général des services

Des réseaux sociaux et les collectivités locales.

Depuis les années 2004-2005 des réseaux sociaux comme Facebook, Youtube ou Twitter sont devenus de véritables stars du web social et participatif appelé web 2.0. Dans le même temps nous avons vu apparaître l'"homo numericus", il s'est complètement approprié ces nouveaux dispositifs techniques afin d'obtenir un maximum d'informations en un minimum de temps.

(1) Cocher la case correspondante

Comment doit-on se positionner les collectivités territoriales face à ces nouvelles utilisations ?

Pour y répondre, il nous a été demandé, dans un premier temps, de réaliser un rapport technique sur les réseaux sociaux et les collectivités territoriales. Pour cela nous identifierons les éléments favorables à l'utilisation des réseaux sociaux par les collectivités territoriales mais également les freins qui peuvent apparaître. Dans un second temps nous établirons un ensemble de propositions opérationnelles pour définir les "missions" ou "tâches" d'un animateur de communautés numériques. Nous détaillerons alors cette analyse suivant trois axes, l'humain, le technique et le financier.

Réévaluons tout d'abord un état des lieux des réseaux sociaux et des collectivités territoriales.

A / Rapport technique sur les réseaux sociaux et les collectivités locales.

1. Les éléments favorables à l'utilisation des réseaux sociaux

Un premier élément est la souplesse et la facilité d'utilisation

de ces outils. On le constate par le nombre de personnes de plus en plus grand qui les utilisent. La demande du public étant forte il est normal d'y répondre. Nous allons alors créer un espace d'interactivité entre les administrés et la collectivité. Cela permettra également une veille sur l'opinion locale. Ces outils rationalisent la gestion de l'information au sein de la collectivité. Elle est alors plus réactive et garde le contrôle sur ce qui est dit.

On peut aller plus loin en donnant l'exemple d'Anne Briolais, responsable E-com à la direction de la communication de la ville de Bordeaux. Pour elle "les réseaux sociaux nous servent à faire émerger des besoins que nous n'imaginions pas". Ils deviennent alors des outils d'évolution et de créativité pour les collectivités.

Le public visé est aussi un point important de mise en place de ces outils.

Il est vrai que celui-ci est majoritairement jeune, moins de 35 ans. Mais c'est un public intéressant qui n'est traditionnellement pas touché par les médias traditionnels (journaux, magazines ou même radios). Pour cette tranche de la population, l'existence d'une collectivité sur le web passe par un page Facebook ou un compte Twitter. Il est possible également de toucher un public plus spécifique comme les jeunes entrepreneurs via des clubs présents sur des réseaux sociaux. Mettre en relation des personnes ayant les mêmes intérêts peut également créer du lien.

Le mouvement de l'open data peut également contribuer au développement de ces outils et permettre de toucher un autre public.

Depuis 1978 et la loi européenne de 2003 la France se doit de rendre les données publiques accessibles à tous les citoyens.

L'Etat a créé un portail pour faciliter le déplacement. Il se nomme "data.gouv.fr". La ville de Rennes est pionnière dans ce domaine.

Donc à Rennes, les handicapés ont la possibilité de mieux gérer leur déplacement car ils ont accès à la hauteur de l'ensemble des trottoirs de la ville. Voilà un autre public visé par ces nouveaux outils.

Des sites comme Facebook qui sont essentiellement hébergés aux Etats Unis ne respectent pas ces critères de sécurité.
Ce point n'est pas encore résolu au niveau Français et Européen.

Un troisième point est le manque d'intérêt par les élus locaux pour ce type d'outils. La majorité pense qu'avoir une adresse e-mail est largement suffisant. Ils considèrent qu'il n'y a rien de mieux que le face à face. Un élu disponible est un élu proche de ses administrés, c'est l'image qu'ils ont.
Certains reconnaissent, quand même que pour toucher les plus jeunes, il faut changer ses méthodes.

Enfin le dernier frein et pas des moindres est le volet financier et ressources humaines. Si on veut faire un projet sérieux il faut du financement. Il n'est pas possible de faire réaliser un tel projet par un stagiaire.
Le budget étant au cœur de tous les débats des collectivités territoriales actuellement c'est un des freins majeurs à la mise en place de ces outils.

Nous venons de faire un état des lieux sur les réseaux sociaux et les collectivités locales.
Nous allons maintenant réaliser un ensemble de propositions opérationnelles pour définir les missions d'un animateur de communautés numériques.

B/ Propositions opérationnelles pour définir les "tâches" d'un animateur de communautés numériques.

1. L'enjeu humain

Nous venons de voir que la mise en place d'outils de réseaux sociaux doit venir d'une volonté politique forte.

Il est nécessaire alors de créer un comité de pilotage afin de faire un état des lieux de l'existant et de définir ce qu'il est souhaité d'obtenir.

Ce comité de pilotage comprendra l'Élu dirigeant ainsi que le ou les élus référents, la direction générale des services, la direction générale administrative, la direction des ressources humaines, le service communication, le service juridique, le service informatique et le service financier. Ce groupe transversal permettra de cibler la stratégie de communication à mettre en place.

L'animateur ou Community manager devra intégrer au plus tôt ce groupe de travail afin d'être au plus près des décisions à prendre.

C'est un projet très structurant s'il est fait sérieusement.

L'animateur devra posséder des qualités indéniables de psychologue, d'humour, de maîtrise de soi, d'empathie et de sympathie.

Il faut être un diplomate connaissant dans le détail les rouages de la collectivité.

Le service communication et ressources humaines devront travailler ensemble en interne afin de faciliter le travail de l'animateur.

2. Les enjeux techniques.

Les enjeux techniques sont de plusieurs ordres.

Tout d'abord le service informatique devra s'assurer de la performance de son réseau en interne mais aussi vis à vis de l'extérieur. La sécurité, nous l'avons vu, est un point important à ne pas négliger.

L'animateur de son côté devra maîtriser parfaitement les outils des réseaux sociaux afin de veiller à son bon fonctionnement. De surveiller la e-réputation de la collectivité, d'animer, d'argumenter et expliquer font partie de son rôle.

Tout cela pour atteindre les objectifs fixés par le comité de pilotage.

Techniquement la collectivité pourra également créer si ce n'est pas déjà le cas un espace public numérique (EPN) afin que les administrés n'ayant pas de moyens informatiques chez eux puissent quand même dialoguer.

3. Les enjeux financiers

Nous venons de le voir c'est un dossier sensible car structurant et nécessitant pas mal de ressources. Le budget est important car il nécessite d'avoir une ou plusieurs personnes animatrices de la communauté. C'est un geste fort dans cette période d'économie de fonctionnement. Nous avons vu que le modèle peut s'appliquer à une commune mais aussi à une agglomération. Il serait judicieux dans un contexte économique contraint de mutualiser la ressource au sein d'une communauté de communes.

Nous venons de passer en revue les éléments favorables et les freins à la mise en place d'un animateur de communauté réseaux sociaux.

Il est clair que se doit être une volonté politique forte.

Ce n'est pas qu'un effet de mode mais un outil pour optimiser l'information de services internes.