

VALLEE DE SEINE Face au désengagement, ils misent sur la technologie

Confrontés à la difficulté de toucher leurs administrés, ces maires ont choisi d'investir dans des solutions numériques, des applications mobiles à la diffusion en direct de conseils municipaux.



Les Orgevalais demandaient de plus en plus que leur mairie puisse délivrer des informations « où qu'ils se trouvent », rapporte Christèle Grandin (LR), adjointe à la communication.

Pour nombre de mairies, qui contiennent toutefois à les organiser, les réunions publiques dans des salles à moitié pleines, le bulletin municipal et son édito du maire, c'est du passé. Le site internet, le compte Facebook et le compte Twitter sont le présent. L'avenir sera résolument numérique selon la plupart des élus, tandis que d'autres découvrent ou redécouvrent finalement l'efficacité d'une présence physique sur le terrain.

Souvent, à l'origine de l'extension de la communication numérique, il y a un même constat. « On a du mal à capter l'attention des citoyens, analyse Eric Roulot, le maire PCF de Limay, qui a déboursé quelques milliers d'euros pour être intégrée à l'application Fluicity. On s'est aperçu que le mode de contact classique, des réunions à 20 h 30 dans des salles municipales, ne faisait pas beaucoup d'émules. Ce sont toujours les mêmes qui viennent, la participation est relativement faible. »

Aux Mureaux, l'application est née pour accompagner l'essor de la navigation sur internet avec les smartphones, mais aussi à une époque où la commune connaissait des problèmes avec les dépôts sauvages de déchets. « On voulait quelque chose qui soit beaucoup plus fluide et adapté aux smartphones, se souvient Boris Venon (PS), conseiller municipal délégué à l'innovation. Et on voulait inclure un outil permettant aux habitants de communiquer avec la Ville de manière beaucoup plus intuitive pour faire remonter les problèmes. »

« On a du mal à capter l'attention »

L'application muriautine a été téléchargée près de 5 000 fois depuis son lancement en 2015, des chiffres similaires à ceux de l'application mantaise, qui devrait d'ailleurs être remaniée dans le cadre d'une « refonte » totale des outils de communication, indique-t-on en mairie. A Carrières-sous-Poissy comme à Orgeval, ces téléchargements restent encore limités, la faute à des applications encore très jeunes, toutes deux issues de la jeune entreprise yvelinoise Neocity, basée au Vésinet.

« C'est un relais du site internet et du magazine papier », détaille Christophe Delrieu (DVD), le maire carriérois. Cette application lancée en début d'année est souscrite par

la mairie avec un loyer mensuel fixe de quelques centaines d'euros, à comparer aux quelques milliers d'euros nécessaires pour faire développer une application en un seul investissement. « Ca nous permet d'avoir l'assurance que l'application est constamment mise à jour », se félicite-t-il.

L'application permet ainsi d'effectuer la plupart des démarches numériques possibles sur le site internet de la commune, mais aussi comme aux Mureaux, de signaler des désagréments. « On en est au trois-centième signalement, note le Carriérois. Avant, les gens téléphonaient, voire, le plus souvent, ne signalaient pas ! Ils pouvaient rouspéter contre une situation, maintenant, ils ont la possibilité de le signaler. »

« Alerter le citoyen quand sa sécurité est menacée »

A Orgeval, les habitants demandaient de plus en plus instamment que leur mairie puisse délivrer des informations « où qu'ils se trouvent », rapporte Christèle Grandin (LR), adjointe à la communication. Mais le déclencheur fut un événement plus tragique. « Suite aux inondations de l'an dernier, avec le débordement du ru, on a fait face à une situation de crises, rappelle l'adjointe. Qu'est-ce qu'on peut faire pour alerter le citoyen quand sa sécurité est menacée ? »

Lancée en septembre, l'application orgevalaise permet donc, comme celles des autres communes citées ci-dessus, de recevoir des notifications urgentes de la municipalité. Et, en 2018, la mairie compte bien

A Poissy, les conseils comme si vous y étiez



Ces conseils municipaux filmés sont vus entre 700 et 1 800 fois par les internautes, témoignant d'un certain succès pour une commune de 37 000 habitants.

Depuis 2014 et l'élection de Karl Olive (DVD) à la tête de la municipalité les élus réunis en conseil municipal bénéficient d'une attention rare dans des communes de cette taille. Ils sont en effet filmés par des professionnels, avec plusieurs caméras et un habillage spécifique (par l'intermédiaire de la start-up française Easylive, Ndlr) permettant aux citoyens de savoir qui s'exprime à l'image, comme sur n'importe quelle chaîne de télévision.

« Cela responsabilise encore plus les élus de la majorité comme de l'opposition, estimait Karl Olive dans son bulletin municipal en 2015. Cela permet aussi une plus grande transparence de la vie po-

litique locale. » Quelques balbutiements techniques, et des bugs intermittents de retransmission, n'étaient cependant pas rares au début, notamment lorsque les conseils étaient diffusés sur la plateforme Dailymotion.

Ces conseils municipaux filmés sont aujourd'hui visibles en direct ou en différé sur le compte Facebook de la municipalité. Ils sont vus entre 700 et 1 800 fois par les internautes selon les fois. Cela semble témoigner d'un certain succès, pour une commune de 37 000 habitants, dont les séances du conseil municipal attirent d'habitude entre 20 et 30 personnes dans le public à l'hôtel de ville.

lancer les signalements, comme à Carrières-sous-Poissy ou aux Mureaux : « C'est rapide et ergonomique, l'administré qui détecte une anomalie prend une photo et l'envoie en un signalement géolocalisé. »

Les mairies comptent sur ces applications pour atteindre les administrés dans une économie de l'attention où le temps du citoyen est de plus en plus compté. « Le rythme de vie actuel rend difficile de capter l'attention, analyse ainsi le conseiller muriautin Boris Venon. Ca permet d'impliquer tout un tas de gens qui n'ont pas le temps ni la disponibilité de s'impliquer sur les

concertations classiques ou de se libérer pour des réunions publiques. »

Utiles, les outils numériques de communication modernes sont-ils une panacée ? « En fait, ceux qui sont sur Fluicity et réagissent sur Facebook ne sont pas forcément les mêmes que ceux qu'on croise quand on se balade, il faut diversifier les modes de communication », estime le maire communiste de Limay. Ce dernier pratique ainsi un arpentage régulier des rues avec les autres élus, et vient de se mettre aux réunions d'appartement, habituellement plutôt privilégiées à droite du spectre politique.

La police nationale des Yvelines cherche le ton juste sur les réseaux sociaux

Depuis le 29 juin dernier, la Direction départementale de la sécurité publique (DDSP) des Yvelines alimente un compte Twitter. Plus de 1 250 abonnés suivent maintenant @Police-

Nat78, ouvert dans le cadre d'une démarche de communication nationale expérimentée depuis 2012, aujourd'hui en voie de généralisation par le ministère de l'intérieur.



Les publications peuvent être aussi bien des vidéos, des appels à témoins, des messages de prévention mais aussi de très brefs compte-rendus d'interpellations et d'affaires insolites.

Les publications peuvent être aussi bien des vidéos, des appels à témoins, des messages de prévention mais aussi de très brefs compte-rendus d'interpellations et d'affaires insolites. Images, hashtags, émoticônes et un peu d'humour : le compte Twitter de la police yvelinoise utilise tous les moyens à sa disposition sur Twitter pour rendre ses messages attractifs. Tout le monde peut également y envoyer des messages privés, ce que certains feraient pour demander conseil. Lorsque le ministère a souhaité renforcer la présence des succursales locales de la police sur

les réseaux sociaux, les fonctionnaires yvelinois ont choisi Twitter. « On s'est dit qu'avec une population très urbaine (en zone police, Ndlr), et comme on pouvait être sujet à des communications de crises, que Twitter était ce qui toucherait le public », explique-t-on à la DDSP, où il est cependant déjà envisagé d'ouvrir un autre compte sur Facebook, voire sur Instagram.

« Notre principal objectif est le rapprochement police-population, pour avoir un rapport privilégié », commente la DDSP, qui poursuit à propos du ton utilisé, parfois un peu décalé : « On fait attention, on essaie d'utiliser l'humour à bon escient, pas juste pour faire de l'humour ou créer le buzz, ce n'est pas la course aux abonnés ! L'idée est de rendre certains messages de prévention plus attrayants, avec un peu d'humour ou d'autodérision. »