

Les Départements à l'ère 2.0 : constats et enjeux liés à une bonne maîtrise des outils numériques dans leur relation avec les citoyens français

Paris – le 1^{er} février 2017 - Les Départements français ont bien pris le 1er virage numérique, avec la mise en place d'un écosystème numérique (site web et réseaux sociaux) complet. Au regard des attentes fortes des citoyens dans leur relation avec les collectivités, et plus largement avec les institutions publiques, les enjeux liés à une bonne maîtrise de ces outils sont fondamentaux. Les Départements français l'ont bien intégré, mais sont plus ou moins bien préparés pour aborder sereinement le 2^{ème} virage digital qui se présente à eux, notamment sur la question d'une gestion efficiente de l'ensemble des outils mis à leur disposition.

Dentsu Consulting a réalisé un baromètre inédit qui mesure présence numérique, proximité et cohérence de l'écosystème numérique des départements. Le baromètre s'est concentré dans sa 1^{ère} édition sur 3 dimensions d'analyse et 21 critères, pour établir le niveau de présence numérique (site web, réseaux sociaux) des Départements comme signe de la réinvention du modèle des relations administrations/administrés, dans un monde autant physique que numérique.

Le baromètre fait un premier constat rassurant pour les Départements de « petite taille », aux budgets plus limités : le succès d'une stratégie digitale est davantage une affaire de reflexes que de moyens. En effet, les départements qui ont les budgets les plus importants ne sont pas les plus-actifs.

Dans l'ensemble, **les départements français ont bien pris le premier virage numérique opéré depuis le début des années 2000.** Tous les départements possèdent un site fonctionnel et proposant un niveau d'information très complet, et bénéficient d'un référencement parfait sur Google (30% arrivent en 1^{er} résultat et 97% en première page de résultats). L'intégration des réseaux sociaux est en marche pour bon nombre de départements qui mettent en valeur leur activité sociale directement sur leur site grâce à un fil en temps réel.

Face à l'essor du mobile, et des usages qui en découlent, les départements ont progressivement adapté leur écosystème digital : sites web « responsive », travail sur l'ergonomie des sites (en mosaïques pour les plus réussis), utilisation accrue de la photo et de la vidéo... Des améliorations peuvent être apportées pour adapter les contenus mis à disposition aux types des populations cibles et à leur contexte de recherche : géolocalisation, âge, catégorie professionnelle etc.

On constate enfin un **passage de l'ère de l'information à celle de la conversation** pour plus de 10 départements. Ce constitue le premier pas d'une évolution dans la relation des Départements avec leurs administrés, proposant davantage de dispositifs d'échanges citoyens, avec notamment l'utilisation de plateformes développées en partenariat les principaux acteurs de la Civic Tech française (ex : GOV).

Pour accéder au dossier de presse et pour consulter l'infographie, cliquez [ici](#)

Contact presse

Victor Boury

Dentsu Consulting

06.61.34.22.22

victor.boury@dentsuaegis.com

A propos de l'Assemblée des Départements de France :

L'Assemblée des Départements de France (ADF) est une association pluraliste qui réunit les Présidents des 102 Départements (96 Départements métropolitains et 6 ultra-marins). Elle remplit une triple mission :

- Représenter les Départements auprès des pouvoirs publics
- Constituer un centre de ressources permanent pour les Conseils départementaux
- Offrir aux élus départementaux les moyens de confronter leurs idées, d'échanger leurs expériences et d'arrêter des positions communes sur les grands dossiers nationaux.

A propos de Dentsu Consulting :

Avec des bureaux à Paris, New-York et Tokyo, Dentsu Consulting est le cabinet de conseil du groupe Dentsu Aegis Network. Dentsu Consulting répond aux attentes des comités de direction et des dirigeants, de faire progresser et de protéger la valeur de l'entreprise face aux impératifs de l'accélération numérique. Son périmètre d'action recouvre les actifs intangibles que sont la réputation et la pérennité d'une organisation ; soit la conciliation et la coordination entre les stratégies d'influence, l'innovation et la conduite du changement. Dentsu Consulting est constitué autour d'une équipe resserrée de 15 consultants seniors, 20 experts partenaires exclusifs et 60 experts métiers issus du groupe Dentsu Aegis Network, permettant ainsi de couvrir l'ensemble des activations possibles entre une marque et ses publics : médias traditionnels, médias digitaux, SEO, SEA, réseaux sociaux, événements, communication sur les lieux de vie et sur les lieux de vente, application mobile, marketing direct et CRM, publicité, ...