

Communiquer

La lettre des professionnels de la communication publique

Information bimestrielle

Cette lettre est diffusée dans le cadre de l'abonnement à l'ouvrage *Mémento de la communication publique*

N°18 • Avril 2006

WEKA

Dans ce numéro

page

- ▼ Deux mois en deux mots 1/2
- ▼ Une femme, un exemple 3
Décloisonner les institutions et y connecter les citoyens
- ▼ Enjeux TIC 4/5
La Gestion Relation Citoyen : enjeux et perspectives
- ▼ Une idée, une réussite 6
L'animation et la communication réseau du plan de déplacements urbains en Île-de-France
- ▼ Zoom régions 7
- ▼ Grand angle 8/9
- ▼ Repères TIC 10
- ▼ Focus sur... 11
La réforme du Code des marchés publics, suite et fin ?
- ▼ Pour vous aider à mieux communiquer 12

Un chiffre une tendance

62,9 millions

La France compte 62,9 millions de Français (France métropolitaine et départements d'outre-mer), selon l'estimation de l'Insee, au 1^{er} janvier 2006. La France se classe ainsi au deuxième rang des pays les plus peuplés de l'Union européenne. Toujours aussi féconde, avec 1,94 enfant par femme, le vieillissement de la population française se poursuit quand même avec 16,2 % de plus de 65 ans. Un Français sur deux habite une commune de moins de 10 000 habitants. L'exode vers le sud et l'ouest de l'Hexagone se confirme tandis que l'espérance de vie des hommes s'élève à 76,7 ans et celle des femmes à 83,8 ans.

Édito

Cap sur l'Europe !

Quelques mois après l'échec du référendum français sur la constitution européenne, quelques signes augurent du cap européen résolument pris par les instances représentatives des collectivités territoriales. Une nouvelle ère s'ouvre donc pour les territoires français. En effet, les principales associations nationales d'élus locaux conjuguent leurs efforts pour organiser plus efficacement leur présence à Bruxelles en créant la Maison européenne des pouvoirs locaux français. Par ailleurs, c'est un Français qui prend la tête du Comité des Régions, la plus jeune des institutions européennes, au seul pouvoir consultatif certes, mais représentative de la défense des intérêts des territoires locaux européens. Les enjeux sont de taille. Un gros travail d'influence et d'information semble se mettre en place au profit de nos collectivités. Une initiative remarquable qui devrait permettre aux territoires français d'acquiescer une plus grande visibilité (à l'instar de ses voisins italiens ou espagnols par exemple) à Bruxelles.

Lauranne Vuyenne ■

Deux mois en 2 mots

Création d'un observatoire sur le haut débit (une)

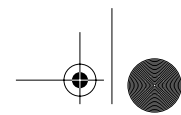
L'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (ARCEP) a réuni le Comité des réseaux d'initiative publique (CRIP), le 15 mars dernier. À cette occasion, elle a publié ses points de repères sur l'équipement très haut débit des zones d'activités et les comptes rendus des travaux du CRIP, lieu de rencontre entre les collectivités et les opérateurs de télécommunications. À l'issue de la réunion, Christian Estrosi, ministre délégué à l'Aménagement du territoire a demandé à la Délégation interministérielle à l'aménagement et à la compétitivité des territoires (DIACT) de mettre en place un observatoire du haut débit qui s'appuiera notamment sur les cartes déjà produites pour le site www.territoires.gouv.fr. Deux guides pour accompagner les projets des petites communes dans ce domaine sont également en préparation.

www.arcep.fr

La DATAR devient la DIACT

Le gouvernement a décidé, à l'automne 2005, d'élargir les missions de la DATAR, en fondant sur sa compétence reconnue en matière de développement territorial une approche plus ambitieuse de l'accompagnement des mutations économiques. C'est à cette fin que la Délégation interministérielle à l'aménagement et à la compétitivité des territoires (DIACT) a été créée. Elle résulte de l'intégration au sein de la DATAR des fonctions précédemment assumées par la Mission interministérielle sur les mutations économiques (MIME). L'accès aux nouvelles technologies de l'information et de la communication compte parmi les principaux chantiers de la DIACT en 2006.

www.diact.gouv.fr



Enjeux TIC

La Gestion Relation Citoyen : enjeux et perspectives

La démocratisation de l'accès à Internet dans les foyers incite les administrations locales à revoir progressivement leur politique de portail Internet citoyen. De simples vitrines, ces sites sont devenus de véritables outils de communication avec les citoyens. On peut alors se demander quels seront les nouveaux modèles et enjeux de la gestion des relations avec les administrés dans le futur ?

Avec le développement des services administratifs en ligne, comme la télédéclaration, une meilleure gestion de la relation entre l'administration et le citoyen (Gestion Relation Citoyen, GRC) est devenue un impératif de la toute jeune e-démocratie. Le Sénat a d'ores et déjà énoncé ses recommandations en vue d'harmoniser l'accueil fait aux citoyens selon l'unité à laquelle ils s'adressent. Pour cela, il préconise une utilisation plus systématique d'Internet autour d'un projet de conduite du changement axé autour de la GRC.

Les outils du marketing au service de la GRC

Il est possible de dresser un parallèle entre administré et consommateur, l'administré étant finalement un « consommateur de services publics » avec ses exigences et ses attentes. Les années 90 ont marqué le passage de l'administré à une certaine maturité et à une plus grande exigence en matière d'information, qu'il s'agisse du domaine de l'administration ou de la consommation.

Cela a impliqué un effort de personnalisation des services et produits des entreprises, une plus grande interactivité avec le consommateur, et surtout un impératif de fidélisation. La fidélisation des administrés aux services en ligne est au cœur de l'amélioration de la GRC.

Pour répondre aux demandes des administrés (amélioration des services actuels, services supplémentaires), la GRC doit passer par une réévaluation de sa figure première, la GR administré. La transposition du monde marchand au contexte de l'administration permettrait alors d'utiliser les outils de la Gestion Relation Client des entreprises pour :

- déterminer la nature des administrés ;
- en dresser une classification ;
- adapter un canal de communication selon la catégorie concernée ;
- ajuster le niveau de qualité ;
- vérifier le niveau de perception de la qualité du service reçu.

La GR Client est-elle applicable à la GR Citoyen ?

Les administrations servent des publics multiples (personnes physiques ou morales, associations à but non lucratif ou groupes de pression, etc.). Une approche marketing appliquée à la Gestion Relation Citoyen permettra de différencier ces publics pour en apprécier à la fois les particularités et les attentes.

Plusieurs défis se présentent dès lors à la GRC :

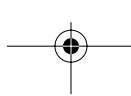
- prendre en compte des cibles plus importantes que les individus (élus, entreprises...);
- ajuster le niveau de qualité en prenant en compte le service après-vente, le retour d'expérience et évaluer le cas où l'administration ne serait plus en état de monopole ;
- réussir les adaptations nécessaires (enrichissement des fichiers administrés actuels, analyse plus fine du type de demande) ;
- adapter les approches en prenant en compte le secteur d'activité ou le niveau d'intégration.

Particularité de la relation collectivité-administrés, et perspectives pour l'e-démocratie

Cette volonté d'amélioration de la relation collectivité-administrés grâce à l'e-démocratie implique des enjeux particuliers. En premier lieu, il ne s'agit pas d'une démarche personnelle de la part des administrés. Il s'agit dès lors pour l'administration de s'adapter afin de répondre au mieux à leurs attentes, ce qui passe par une bonne connaissance du public et de ses particularités.

Par ailleurs, sur un plan plus technique, le transfert *via* Internet de documents de nature juridique nécessite un besoin particulier d'authentification avec le développement de la signature numérique. Cette authentification de l'utilisateur est nécessaire pour une sécurité efficace et l'établissement de la confiance d'une façon durable. Cela permettrait d'associer les données de l'utilisateur avec la transaction qu'il réalise et la « notariation » de cette transaction, basée sur l'horodatage de la signature et la conservation des éléments de preuve.

Le développement de l'e-administration apparaît comme un moyen majeur dans la recherche d'une meilleure Gestion Relation Citoyen, à l'image du développement fort des téléservices dans les collectivités locales : prolongation des durées d'emprunt des livres à Bordeaux, demandes d'intervention à la communauté urbaine de Lyon, suivi en ligne de l'état de commande de la carte d'identité ou du passeport à Marseille, inscription aux concours de la Ville de Paris...





Moyens techniques déjà mis en œuvre

Les collectivités locales ont d'ores et déjà développé plusieurs techniques d'information et de communication dans le champ de la GRC. Les nouveaux portails Internet citoyen sont désormais développés grâce à des langages (PHP, Java, Python) offrant des solutions Web dynamiques. Par exemple, le portail municipal dynamique (PMD), proposé par la société Localeo¹ est une solution particulièrement adaptée pour une mise en ligne rapide et simple d'un site communal. Le PMD utilise la plate-forme de gestion SPIP pour publier des pages web sans forcément connaître le langage HTML. La ville de Corbeil-Essonnes (www.corbeil-essonne.com) propose ainsi, grâce à la solution PMD, un site Internet très complet, une plate-forme GRC et un système de diffusion de flashes par SMS.

Les gestionnaires automatiques de newsletters sont des applications hébergées permettant à une collectivité locale ou une association d'éditer, prévisualiser et diffuser de façon totalement autonome une lettre d'information électronique au langage HTML à une ou plusieurs listes d'abonnés. La newsletter est composée très rapidement par l'importation d'articles déjà publiés sur le site ou par la saisie de nouveaux textes et peut être illustrée par des photos ou des éléments graphiques. À Rosny-sous-Bois (www.rosny93.fr), la newsletter s'inscrit dans une politique globale de communication et de proximité. Diffusée mensuellement, elle contribue à la popularité du site Internet qui reçoit ainsi 15 000 visiteurs différents par mois, soit près de la moitié de la population de la ville.

La plate-forme de Gestion Relation Citoyen permet à une collectivité de simplifier les relations entre ses services et les administrés, et les démarches de ceux-ci, grâce à une approche « multicanal » (Web, téléphone, guichet, télécopie, SMS). Elle offre aussi une simplification du travail des agents des services administratifs par le traitement de toutes les demandes des citoyens dans un outil unique, puissant et convivial, fonctionnant en complément des autres logiciels de la collectivité. Son avantage majeur est de gérer aussi bien des services distants (Web, téléphone...) que des services non distants (guichet, point d'accueil...) grâce à la dématérialisation des données. Pour le citoyen, cela se traduit par la possibilité d'envoyer des messages directs à destination des élus ou de leurs services par Internet, courrier, téléphone ou SMS, d'effectuer des demandes de documents en ligne ou de s'inscrire aux services municipaux et aux informations par mail ou SMS. La ville de Chelles en Seine-Saint-Denis, avec 45 000 habitants, a ainsi adopté ce système. Elle y voit le moyen de mieux comprendre les exigences citoyennes, d'améliorer l'information au citoyen sur la prise en compte de ses demandes, d'en réduire les délais de réponse et de mieux appréhender les interactions entre la ville et le citoyen.

1. L'agence régionale Artesi Île-de-France a labellisé une dizaine de sociétés proposant ce type de plate-forme.

L'e-administration a d'ores et déjà modifié le visage des services publics grâce aux nouvelles technologies de l'information et de la communication. Mais pour poursuivre leur modernisation, l'administration devra peut-être se tourner davantage vers les techniques de gestion de la relation client propre au monde du marketing pour mieux répondre aux attentes et besoins des administrés sur le long terme. En incorporant ces techniques, les collectivités locales pourraient ainsi mieux discerner le visage du public à qui elles s'adressent.

Jean-François Ferraille ■

Entretien avec Jean-Charles Bossard, PDG de Localeo



Curieusement, alors que la Gestion Relation Client (en anglais CRM, *Custom Relationship Management*) se développe depuis plus de vingt ans dans les entreprises, sa « cousine », la Gestion Relation Citoyen, ne fait que ses premiers pas dans les collectivités locales. Le citoyen, dans sa relation quotidienne avec la collectivité, n'est pourtant pas autre chose qu'un « consommateur de services

publics locaux ». Le monopole n'est qu'apparent puisque le citoyen peut changer de « fournisseur » à chaque élection...

L'émergence de ce nouveau comportement explique les écarts de plus en plus importants entre le vote « politique » observé lors des scrutins nationaux et le vote « local » observé lors des élections municipales.

Comme dans l'entreprise, la GRC passe par l'amélioration de la qualité du service rendu et par la mise en place d'outils permettant d'avoir une vision globale des relations entre des citoyens et leur collectivité. Le déploiement de ces outils doit faire l'objet d'un accompagnement des agents de la collectivité, afin de leur en faire percevoir les enjeux réels. Il ne s'agit pas simplement d'automatiser ou de dématérialiser des travaux, mais surtout de libérer les agents des tâches sans valeur ajoutée afin qu'ils se consacrent mieux à leurs missions.

Pour en savoir plus :

- www.artesi-idf.com
- www.montaigne.u-bordeaux.fr/GRECO/intro27.htm
- www.adae.gouv.fr/upload/documents/SEL_3_041202.pdf
- www.journaldunet.com/0504/050426bilanmairies.shtml
- www.senat.fr/rap/r03-0025/r03-002544.html
- www.creis.sgdg.org/colloques_creis/2001/is01_actes_colloque/bastelaer.htm
- www.localeo.com/index/ le portail municipal dynamique

