

La présence et l'activité sur les médias sociaux ne sont plus une question de choix pour la plupart des administrations publiques ; en effet, ces plateformes sont utilisées par une grande partie de la population, de même que par les groupes d'intérêt formels et informels. En novembre 2014, les principales instances de l'exécutif (chef de l'État, chef du gouvernement ou gouvernement dans son ensemble) avaient un compte Twitter dans 28 des 34 pays de l'OCDE, et une page Facebook dans 21 pays sur 34. De plus, de nombreux ministères, organismes publics ou programmes publics sont présents sur les médias sociaux, de même que bon nombre d'administrations régionales et locales.

Au Royaume-Uni (@Number10gov) comme au Chili (@GobiernodeChile), le sommet de l'exécutif a réussi à créer une communauté d'abonnés Twitter représentant approximativement 4 % de la population nationale. Les données sur les retweets, les réponses, les favoris, etc. montrent également l'existence d'un intérêt général pour au moins une partie des activités des administrations publiques sur les médias sociaux.

Néanmoins, les raisons pour lesquelles les administrations publiques recourent aux médias sociaux et les bénéfices qu'elles en tirent ne sont pas toujours clairement cernées, ce qui peut susciter des incertitudes quant à la méthode à privilégier pour mettre les médias sociaux au service des objectifs stratégiques et pour les intégrer au travail quotidien. La moitié des administrations nationales des pays de l'OCDE ont formulé une stratégie ou un plan global pour répondre à cette question. La plupart des administrations publiques continuent à ne voir dans les médias sociaux qu'un outil supplémentaire de diffusion de leurs messages traditionnels, et rares sont celles qui cherchent véritablement à les mettre au service d'objectifs plus ambitieux, qu'il s'agisse d'ouvrir les processus de l'action publique ou de faire évoluer la prestation des services publics. Forte du succès qu'elle a rencontré dans ces domaines, la police nationale espagnole (@Policia) est devenue une référence mondiale en matière d'utilisation des médias sociaux par les forces de police. Certaines administrations expérimentent l'utilisation des médias sociaux à des fins internes ; c'est notamment le cas de l'exercice de mobilisation Objectif 2020 du Canada, dans le cadre duquel des dizaines de milliers de fonctionnaires ont été contactés aussi bien par le truchement de plateformes publiques de médias sociaux que par le truchement de plateformes purement internes telles que GCpedia et GCconnex.

Les médias sociaux peuvent rendre les processus de l'action publique plus inclusifs et donc renforcer la confiance entre les pouvoirs publics et les citoyens. Toutefois, il n'existe pas de solution universelle en la matière, puisque le contexte et la demande doivent être pris en compte si l'on veut être efficace. Les études indiquent que l'utilisation des médias sociaux varie selon les pays – en fonction du niveau d'instruction, par exemple ; dans des pays tels que la Grèce, le Portugal, le Royaume-Uni et la Turquie, on note une nette différence dans l'utilisation des médias sociaux selon le niveau d'instruction. Le choix de la plateforme de médias sociaux est également crucial en lui-même, car l'utilisation des différentes plateformes varie selon les pays et les groupes démographiques, entre autres.

Par conséquent, il est important d'élaborer des cadres efficaces de mesure et de comparaison. Seule une petite minorité d'administrations supervisent ou mesurent systématiquement les incidences de leur activité sur les médias sociaux. Or, certaines informations quantifiables peuvent être utilisées pour

évaluer la présence ou la popularité d'une institution sur ces derniers. Toutefois, des données d'ordre plus qualitatif seraient nécessaires pour évaluer la pénétration, la perception et la finalité de l'utilisation des médias sociaux par les institutions.

Méthodologie et définitions

Le graphique 10.1 compare la popularité sur les médias sociaux des services du chef de l'État, du chef du gouvernement ou du gouvernement dans son ensemble. Un pays peut disposer de plusieurs comptes pour son administration centrale, en fonction de son système institutionnel ou pour communiquer en plusieurs langues. Pour chaque pays, seul le compte ayant le plus d'abonnés est affiché. Le graphique est établi à partir de l'ensemble de données Twiplomacy de Burson-Marsteller de juin 2014 et présente uniquement les pays de l'OCDE et certains pays partenaires. Pour faciliter la comparaison, le nombre d'abonnés Twitter à chaque compte est divisé par le nombre d'habitants du pays. Même si des étrangers, des organisations, etc. peuvent figurer parmi les abonnés, ce chiffre fournit une indication de base du rayonnement proportionnel du compte.

Pour le graphique 10.2, on s'est fondé sur une enquête de 2013 de l'OCDE relative à l'utilisation des médias sociaux par les administrations publiques. Des réponses ont été fournies par 26 pays membres ainsi que par la Colombie. L'Italie et le Mexique ont répondu en 2015. On trouvera un complément d'information dans Mickoleit, A. (2014).

Pour le graphique 10.3, on s'est fondé sur l'enquête d'Eurostat relative à l'utilisation des TIC par les particuliers. Le graphique reflète une distinction entre deux grandes catégories de niveau d'instruction fondées sur la Classification internationale type de l'éducation (CITE). L'indication « enseignement formel de niveau supérieur » fait référence au niveau 5 ou 6 de la CITE ; l'indication « peu ou pas d'enseignement formel » correspond au niveau 0, 1 ou 2 de la CITE. Les pays sont classés en fonction de l'importance de l'écart entre les deux mesures. Un complément d'information est consultable à l'adresse suivante : http://ec.europa.eu/eurostat/cache/metadata/EN/isoc_bde15c_esms.htm.

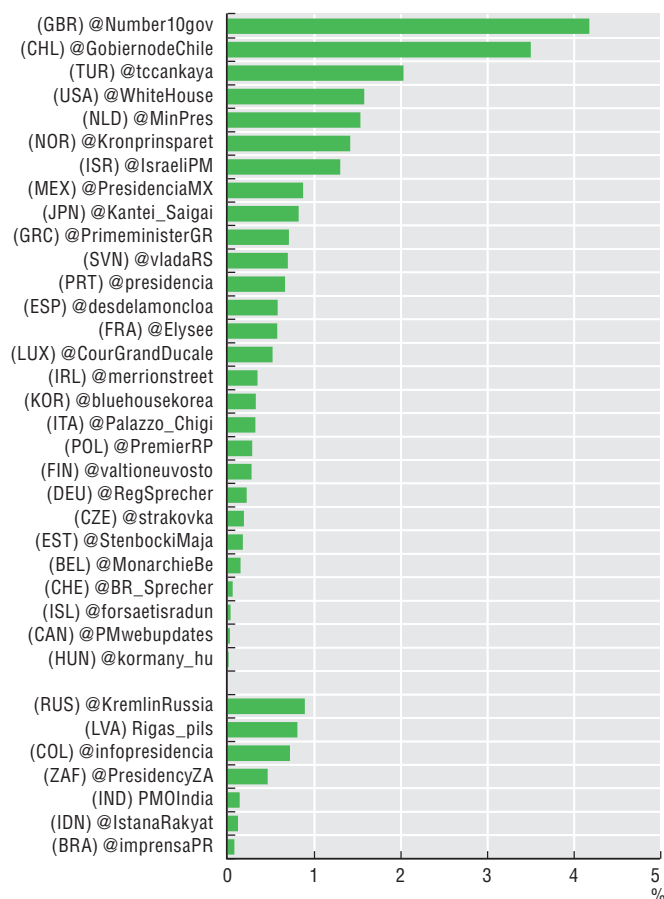
Pour en savoir plus

Androsoff, R. et A. Mickoleit (2015), « Measuring government impact in a social media world », blog « Insights » de l'OCDE, 18 février, <http://bit.ly/17giios>.

Burson-Marsteller (2014), « Twiplomacy Study 2014 », <http://twiplomacy.com>.

Mickoleit, A. (2014), *Social Media Use by Governments: « A Policy Primer to Discuss Trends, Identify Policy Opportunities and Guide Decision Makers »*, Coll. Documents de travail de l'OCDE sur la gouvernance publique, n° 26, OCDE, <http://dx.doi.org/10.1787/5jxrcmghmk0s-en>.

10.1. Abonnés Twitter de l'administration centrale (service du gouvernement, du chef du gouvernement ou du chef de l'État le plus suivi sur les médias sociaux dans les pays de l'OCDE et les pays partenaires) (2014)



Source : Base de données Twiplomacy de Burson-Marsteller (2014) et calculs de l'OCDE à partir des données démographiques de la Banque mondiale pour 2013.

StatLink <http://dx.doi.org/10.1787/888933347665>

10.2. Stratégies des administrations centrales en matière de médias sociaux, et usage interne et évaluation des médias sociaux par les administrations centrales (2013)

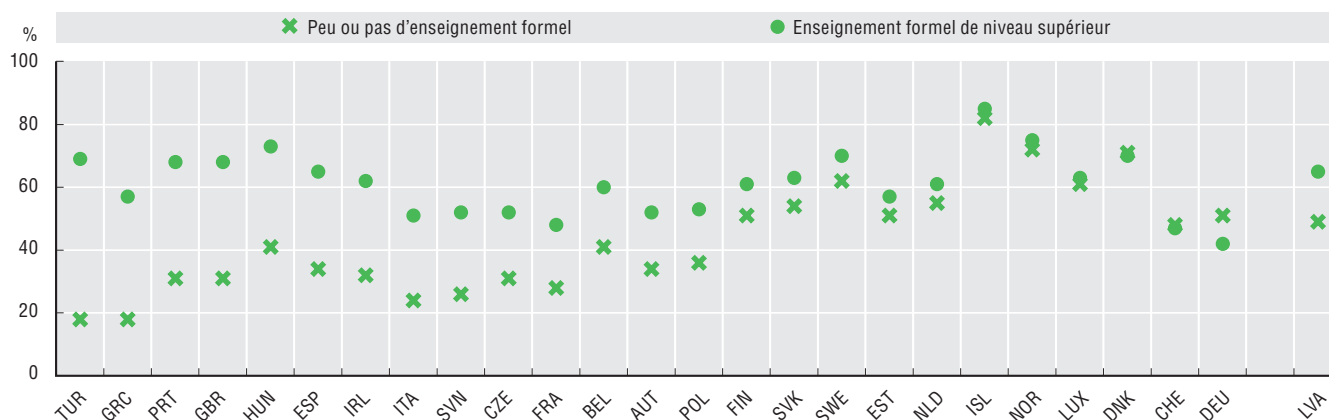
	A défini une stratégie ou des objectifs?	Utilise les médias sociaux en interne?	Utilise des éléments de mesure ou des indicateurs?
Australie	+	+	+
Autriche	+	+	-
Belgique	+	0	0
Canada	+	+	+
Chili	+	-	+
République tchèque	-	-	-
Danemark	-	-	-
Estonie	-	+	-
Finlande	+	+	-
France	+	0	+
Islande	-	-	-
Irlande	+	-	-
Italie	+	+	0
Japon	-	-	-
Corée	+	+	-
Mexique	+	+	+
Pays-Bas	+	+	0
Nouvelle Zélande	-	+	0
Norvège	-	-	-
Pologne	-	+	0
Portugal	-	0	-
Slovénie	-	+	-
Espagne	-	-	-
Suède	-	-	-
Suisse	-	-	-
Turquie	+	-	-
OCDE	13 (50%)	12 (46%)	5 (19%)
Colombie	+	+	+

Note : « + » signifie « Oui », « - » signifie « Non », « 0 » signifie « Ne sait pas ». Les données relatives à l'Italie et au Mexique portent sur 2015.

Source : Mickoleit, A. (2014), « Social Media Use by Governments: A Policy Primer to Discuss Trends, Identify Policy Opportunities and Guide Decision Makers », Coll. Documents de travail de l'OCDE sur la gouvernance publique, n° 26, OCDE, <http://dx.doi.org/10.1787/5jxrcmghmk0s-en>.

StatLink <http://dx.doi.org/10.1787/888933348526>

10.3. Proportion d'utilisation des médias sociaux selon le niveau d'instruction (2014)



Source : Calculs de l'auteur à partir de l'enquête d'Eurostat sur l'utilisation des TIC par les particuliers (2014).

StatLink <http://dx.doi.org/10.1787/888933347675>



Extrait de :
Government at a Glance 2015

Accéder à cette publication :
https://doi.org/10.1787/gov_glance-2015-en

Merci de citer ce chapitre comme suit :

OCDE (2016), « Utilisation des médias sociaux par les administrations publiques », dans *Government at a Glance 2015*, Éditions OCDE, Paris.

DOI: https://doi.org/10.1787/gov_glance-2015-46-fr

Cet ouvrage est publié sous la responsabilité du Secrétaire général de l'OCDE. Les opinions et les arguments exprimés ici ne reflètent pas nécessairement les vues officielles des pays membres de l'OCDE.

Ce document et toute carte qu'il peut comprendre sont sans préjudice du statut de tout territoire, de la souveraineté s'exerçant sur ce dernier, du tracé des frontières et limites internationales, et du nom de tout territoire, ville ou région.

Vous êtes autorisés à copier, télécharger ou imprimer du contenu OCDE pour votre utilisation personnelle. Vous pouvez inclure des extraits des publications, des bases de données et produits multimédia de l'OCDE dans vos documents, présentations, blogs, sites Internet et matériel d'enseignement, sous réserve de faire mention de la source OCDE et du copyright. Les demandes pour usage public ou commercial ou de traduction devront être adressées à rights@oecd.org. Les demandes d'autorisation de photocopier une partie de ce contenu à des fins publiques ou commerciales peuvent être obtenues auprès du Copyright Clearance Center (CCC) info@copyright.com ou du Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC) contact@cfcopies.com.