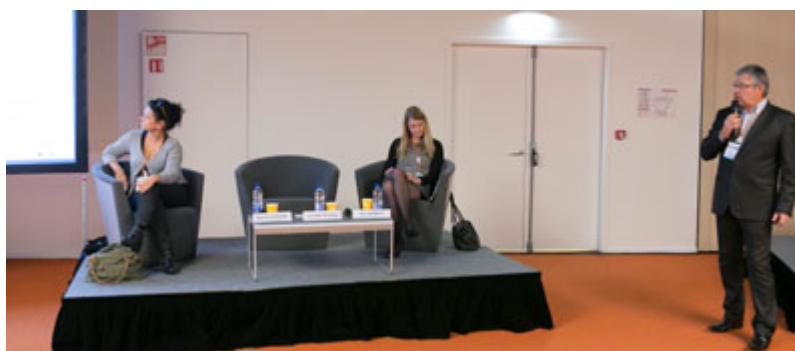


Publié le 7 novembre 2013

L'impact des réseaux sociaux sur le territoire

Les médias sociaux sont aujourd'hui des vecteurs de développement que l'Epl ne peut plus ignorer dans sa stratégie marketing et de communication.



Etre présent sur les réseaux sociaux n'implique pas obligatoirement la création d'une page Facebook. **Jean-Marc Devanne**, associé au sein du Cabinet Co-Managing préconise avant tout des actions de veille et d'échanges car les opinions et les actions des internautes sont de plus en plus prises en compte. Ainsi, les médias sociaux consistent à : échanger, prendre la parole, mobiliser et impacter. A l'échelle des collectivités il faut s'interroger sur la manière de s'exprimer et l'utilisation des réseaux sociaux. En effet, l'animation « d'une communauté » ne correspond pas aux schémas traditionnels ancrés dans les habitudes des institutionnels. Les réseaux sociaux conduisent à un changement des comportements et font émerger de nouvelles notions telles que : l'économie collaborative, la participation citoyenne, la démocratie ouverte ou bien encore le financement participatif. Cette notion, également appelée crowdfunding se développe, notamment dans les domaines artistiques. Mais son champ d'investigation pourrait être beaucoup plus large et concerner de nombreux secteurs d'activité. Ce phénomène n'existe pas au sein des Epl françaises. Néanmoins en Allemagne à Hambourg, une Epl, créée en novembre 2011, a développé une activité de financement participatif afin de mettre en relation un projet et des financeurs potentiels. **Sina Greinert**, chef de projet au Hamburg Kreativ Gesellschaft, a ainsi collecté 300 000 € de financement avec un taux de réussite de réalisation du projet de 60 %. Il existe 4 catégories de financement participatif : le financement d'entreprise, la production communautaire, le micro-crédit solidaire ou le système de donateur. Il n'en demeure pas moins que le maître mot du financement participatif est la communication. Communiquer, la Sem **NGE** (Nantes-Métropole Gestion Equipements) s'y emploie et adapte ses réseaux collaboratifs selon les équipements. Ainsi, en complément de 9 sites internet, **Nathalie Coquard**, directrice du marketing, de la communication et de l'événementiel au sein de NGE, a développé :- 3 sites Facebook : la patinoire et la piscine du Petit port, le salon Natura- 3 comptes Twitter : la Sem NGE, la spa Aqua Bien-être et le salon NaturaPar ailleurs, il a été jugé plus pertinent de créer un blog pour le camping 5* géré par la NGE. Ce retour d'expérience a mis en exergue :- la nécessité de s'adapter et répondre aux attentes des internautes ; - la non

systématisation de la création des réseaux sociaux ;- la nécessité de dédier du temps à l'animation. → [Téléchargez la présentation de Jean-Marc Devanne](#)

À télécharger

- [Présentation réseaux sociaux NGE.pdf](#)
- [Hamburg_Kreativ_Gesellschaft.pdf](#)

Par Christelle BOTZ-MESNIL