

CRÉER ET IDENTIFIER SON PÉRIMÈTRE INFORMATIONNEL: UNE APPROCHE DE LA GESTION COMMUNAUTAIRE APPLIQUÉE À L'AGENDA 21 VITROLLAIS

Paul DÉPREZ*

Résumé: Par une analyse de la typologie des intervenants territoriaux, l'auteur propose ici une approche de la gestion communautaire, dit aussi «*community management*» qui consiste à repérer le cercle des «agents-facilitateurs» (Alloing et Deschamps, 2011; Alloing et Fayon, 2012, Alloing, 2012, 2013) sur lequel la collectivité territoriale doit s'appuyer pour «*capter*» et dynamiser l'information qu'elle génère. Il s'agit ainsi de démontrer qu'en amont des missions qui lui sont attribuées, le gestionnaire de communauté, dit aussi «*community manager*» (CM) se doit d'accompagner les acteurs d'un projet dans leur connexion au numérique.

Mots-clés: Agent-facilitateur, Community management, Technologie de l'information et de la communication, Développement durable

Managing information through the network of local stakeholders : a community management approach applied to the local Action 21

Abstract: Through analysing the typology of local stakeholders, the author puts forward a community management method which dwells on identifying the network of “facilitators” (Alloing et Deschamps, 2011; Alloing et Fayon, 2012, Alloing, 2012, 2013) on which the local government must rely in order to “capture” and galvanise information that it generates. It is so a question of demonstrating that upstream to the missions which are attributed to him, the community manager can accompany the actors of a project in their connection to the digital technology.

Keywords: facilitators, community management; information and communication technology; sustainable development

* Docteur en Sciences de l'Information et de la Communication, Attaché Temporaire d'Enseignement et de Recherche, Université de Valenciennes et du Hainaut-Cambrésis, Laboratoire DeVISu (EA – 2445)

L'objectif de cet article est de mettre en évidence la gestion communautaire au sein des méthodologies de projet du type Agenda 21 local (A21L). Dans une première partie, nous reviendrons sur la place centrale de l'information au sein de tout dispositif participatif de développement durable et les possibilités de circulation de cette information à l'ère numérique. Dans cette perspective, nous étudierons l'importance d'accompagner la transformation des intervenants territoriaux en véritable « agents-facilitateurs » (Alloing et Deschamps, 2011 ; Alloing et Fayon, 2012, Alloing, 2012, 2013). Puis, par l'identification des principaux intervenants territoriaux de l'agenda 21 vitrollais, nous démontrerons l'importance de leur accompagnement, par le gestionnaire de communauté, dans cette adaptation aux évolutions du web 2.0.

1. PILOTER LE DÉVELOPPEMENT DURABLE PAR L'INFORMATION

42

1.1. L'information : premier niveau de participation à l'agenda 21 local

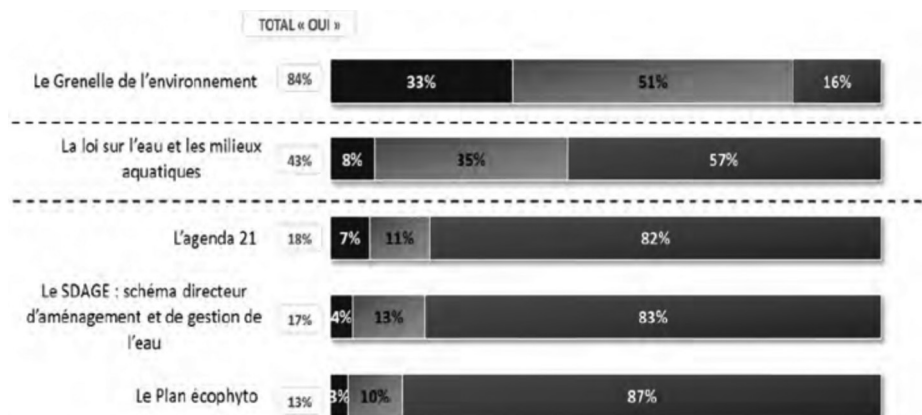
Proposé comme moyen d'action en vue de concrétiser les engagements de la Convention de Rio, rédigée lors du Sommet de la Terre en 1992, l'agenda 21 institutionnalise le rôle de l'échelon local et souligne l'implication des acteurs et territoires locaux vis-à-vis de l'accomplissement d'une stratégie de développement durable. Il s'agit en effet de construire une nouvelle orientation territoriale avec la participation des habitants et celle des intervenants territoriaux. Nous reviendrons sur ce statut d'intervenant territorial, notamment par la décision prise se s'engager qui transforme l'habitant en acteur dans le champ politique (Lamizet, 1998). L'agenda 21 se présente donc comme une nouvelle innovation démocratique

en faveur d'une gouvernance renouvelée via une méthodologie de projet dite « *bottom-up* », qui se réalise au travers de différentes étapes allant du diagnostic territorial partagé en passant par la mise en œuvre du plan d'actions jusqu'à son évaluation.

Cependant, malgré cette nouvelle injonction à la participation, force est de constater les obstacles de mise en œuvre du concept de bonne gouvernance qui se conjuguent à l'absence des publics « *faibles* », ne disposant pas d'un capital culturel suffisant pour prendre part au processus de concertation (Hurard, 2011). Ce sont en priorité les populations les mieux formées intellectuellement qui font vivre les dispositifs participatifs, y investissent leur énergie et y exercent leur compétence. Tout acteur au sein de ces dispositifs est déjà plus ou moins informé (Faure *et al.*, 2010). Par ailleurs, ces dispositifs participatifs fonctionnent souvent en dehors du regard du public (Wojcik 2005, Blondiaux et Sintomer 2009, Breton et Gissinger 2009). De manière spécifique au dispositif agenda 21, il a été relevé une méconnaissance de ce programme d'action puisque l'étude réalisée par l'IFOP en 2011 sur 3514 personnes (cf. graphique 1) révèle que 82 % d'entre eux n'en connaissent ni l'intitulé et encore moins le contenu.

Lorsqu'elles passent à l'action, les collectivités territoriales qui se sont lancées dans l'aventure de l'A21L, se sont heurtées au manque de connaissance sur ce qu'est le développement durable (Déprez, 2014), ses enjeux, sa traduction en termes d'Agendas 21 locaux, tant de la part de la population, que des élus, des responsables municipaux, des associations locales, des acteurs économiques, etc. Cela oblige, avant toute initiative, non seulement à lancer des actions de sensibilisation et d'information en direction des habitants mais également à organiser la collectivité en interne (formation des élus et des responsables municipaux) ainsi que de mobiliser les intervenants territoriaux pour qu'ils puissent s'approprier et porter la démarche, chacun à leur niveau.

Graphique 1 : La notoriété des grands programmes d'action (adapté de IFOP¹, 2011)



Face à ces constats, une question se pose : comment peut-on concevoir organiser la concertation avec des individus au sein de projet dont ils ne connaissent ni l'intitulé et encore moins le contenu ? Il s'agit là de revenir sur ce passage supposé de l'écodéveloppement au développement durable par la division du pôle développement au travers d'une dimension économique et d'une dimension sociale et culturelle comprise notamment, selon la stratégie nationale de développement durable 2010/2013 « *vers une économie verte et équitable* »², par l'accès aux savoirs et l'information. D'ailleurs, bien que le concept de développement durable connaisse plusieurs interprétations, selon l'approche la plus communément admise, il vise à ce que les générations futures ne se trouvent pas dans une situation moins bonne que maintenant, ce qui implique qu'elles possèdent une base minimale formée d'un capital de ressources naturelles, d'infrastructures et de savoir (Habib

et Baltz, 2008). L'information représente bien le préalable à toute politique territoriale concertée entendu comme le résultat effectif de la réflexion engagée par la mise en commun d'objectif, que le groupe en charge de l'aménagement territorial a partagé, avec la perspective d'engager les acteurs dans une coordination territoriale. Ce processus ayant pour but de rassembler les acteurs et les transformer en un acteur collectif (Bertacchini, 2002).

1.2. Le droit à l'information : de nouvelles compétences responsables du web 2.0

Depuis plusieurs années, nous voyons émerger un droit à l'information des habitants en France (cf. tableau 1) qui oblige ou incite les sphères politiques à relayer l'élaboration des instruments de politique publique. Cette reconnaissance d'un droit à l'information envers les administrés s'est

¹ Etude réalisée, en 2011 sur un échantillon de 3514 personnes, par l'Institut Français d'Opinion Publique (IFOP) pour les agences de l'eau, l'office national de l'eau et des milieux aquatiques et le ministère du développement durable. La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession du chef de famille). Interviews réalisées par téléphone.

² Document téléchargeable sur le site du ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie à l'adresse : <http://www.developpement-durable.gouv.fr/Strategie-nationale-de-17803.html> (consulté le 01 juin 2012)

accompagnée de nouvelles compétences en la matière. Ainsi, avec la loi « Bouchardeau » du 12 juillet 1983, le commissaire enquêteur est chargé d'organiser l'enquête publique et de permettre à la population de prendre connaissance d'un projet d'aménagement ou d'un plan d'urbanisme et de faire ainsi valoir, à partir des informations figurant dans un dossier, des observations sur l'opération envisagée. Cependant, le commissaire enquêteur ne fait pas parti de l'organigramme interne d'une collectivité territoriale et il faut attendre le décret du 30 décembre 2005 pour que soit obligatoirement désigné, en sein des services, la personne responsable de l'accès aux documents administratifs et des questions relatives à la réutilisation des informations publiques (PRADA) ainsi que, comme l'indique l'article R. 124-2 du code de l'environnement, des informations relatives à l'environnement. Cependant, rappelons que l'obligation de désigner une PRADA ne prévaut que pour les Ministères et Préfectures, communes et EPCI de plus de 10 000 habitants, les départements, les régions, les établissements publics et autres personnes de droit public ou privé employant au moins 200 agents et chargées de la gestion d'un service public. Toutefois, si une autorité publique n'est pas dans l'obligation de désigner une PRADA, elle doit nommer spécifiquement une personne responsable de l'accès à l'information relative à l'environnement.

L'évolution constante de ce droit à l'information s'accompagne également d'injonctions à la médiation informationnelle sur Internet. La mise en application du droit à l'information oblige les collectivités à choisir les vecteurs de médiations adéquates en vue d'acquérir une capacité de transmission et traduction de l'information technique qui devrait déboucher sur son appropriation par la société civile. Dès lors, nous constatons que le site Internet des collectivités territoriales s'affiche comme un nouveau vecteur de médiation censé

relayer tout type d'informations relatives aussi bien à des indicateurs d'état de l'environnement qu'aux décisions prises par la collectivité territoriale, aux modalités d'organisation de certaines procédures (Plan local d'urbanisme, A21L, concertation des grandes opérations d'aménagement, etc.) ou encore à la désignation des différents services, organismes ou personnes qui travaillent sous l'autorité de la collectivité, etc. Si à partir des années 90, sous l'effet de la mise à disposition d'outils grands publics d'accès à l'information, le rôle de transmetteur d'information ou « *infomédiaire* » (Knauf *et al.*, 2004) s'est considérablement modifié, le début des années 2000 marque le passage des applications informatiques au « *tout web* » et à l'interactivité. Ce changement a profondément modifié aussi bien la recherche d'information pour l'utilisateur que le rôle des offreurs/éditeurs proposant des contenus et exposant des données documentaires (les moteurs de recherche ont remplacé la médiation humaine par exemple). Cependant, si l'intermédiation entre l'offre de ressources et l'utilisateur final est de plus en plus directe via la technique (Inaudi et Liautard, 2010), ces technologies doivent être mises en œuvre de manière réorganisée, ce qui nécessite une adaptation des compétences humaines aux nouveaux enjeux du numérique. Ainsi, depuis l'introduction d'Internet dans l'organisation des collectivités territoriales, ces dix dernières années ont vu émerger de nouveaux métiers. Le plus emblématique, celui du webmestre (ou webmaster), tend ainsi à laisser place à une spécialisation des tâches et diversification des métiers numériques.

Tableau 1 : Le droit à l'information des habitants en France: dispositions légales et incitatives pour les collectivités territoriales

Textes	Dispositions
<i>Loi du 17 juillet 1978</i>	Droit de toute personne, qui en fait la demande, à l'information contenu dans les documents administratifs ¹⁰⁹
<i>Loi « Bouchardeau » du 12/07/1983 et art-123-10 du code de l'environnement</i>	Information du public sur toutes les opérations d'aménagement susceptibles d'affecter l'environnement. L'information du public est assurée par tous les moyens appropriés, notamment par voie électronique.
<i>Article L.2121-26 du CGCT¹¹⁰</i>	Droit de demander communication des procès-verbaux du conseil municipal, des budgets et des comptes de la commune et des arrêtés municipaux.
<i>Articles 124-1, 124-8 et R. 124-1 à R.124-5 du Code de l'environnement</i>	A) Publication sous forme électronique des informations relatives à l'environnement. Exemple : mise à disposition du public et invitation à mettre en ligne (pour les collectivités disposant d'un site Internet) de répertoires ou listes d'informations relatives à l'environnement ou de la liste des services, organismes, établissements publics et autres personnes qui exercent pour le compte de la collectivité des missions de service public en rapport avec l'environnement ; B) Désignation d'une personne responsable de l'accès à l'information relative à l'environnement pour les villes de moins de 10 000 habitants : mise à disposition du public (sur un site Internet)
<i>Article 7 de la chartre de l'environnement</i>	Rend accessible à tous les informations relatives à l'environnement y compris celles relatives aux substances et activités dangereuses.
<i>Directive 2003/4/CE du parlement européen et du conseil 28/01/2003</i>	Aider le public à accéder aux informations recherchées ; désignation de responsables en matière d'information ; l'établissement et la tenue à jour d'outils pour la consultation des informations demandées ; publication de registres et listes d'informations environnementales détenues par les autorités publiques ou par les centres d'information
<i>Directive 2003/35/CE du 26 mai 2003</i>	Prévoit l'information du public sur toute proposition de plan ou programme relatif à l'environnement ; Informer le public sur les décisions prises et les raisons qui les justifient
<i>Ordonnance du 6 juin 2005 suivie de son décret d'application du 30 décembre 2005</i>	Désignation (également sur le site Internet) de la personne relative à l'accès aux documents administratifs ¹¹¹ (PRADA) ; Lorsque la collectivité dispose d'un site Internet, elle rend le répertoire d'informations publiques, prévu à l'article 17 de la loi du 17 juillet 1978, accessible en ligne
<i>Circulaire du 18/10/2007</i>	Fixe les modalités pratiques du droit d'accès à l'information environnementale et, à ce titre, promeut l'utilisation des TIC lorsqu'elles sont disponibles

Après l'éclatement de la bulle Internet (2001-2002), l'Agence pour l'emploi des cadres (Apec) a publié plusieurs référentiels sur les métiers du multimédia³ qui relèvent aussi bien de la fonction informatique (directeur de projet, architecte web,

développeur web) que de la création (Directeur artistique, webdesigner, game designer), du marketing (Directeur du marketing, chef de produit web, webmarketer) mais aussi du gestionnaire de communauté. En effet, avec l'arrivée

³ <http://recruteurs.apec.fr/Recrutement/Observatoire-de-l-emploi/Les-etudes-Apec-par-thematique/Metiers-et-competences/Referentiel-des-metiers-de-l-Internet> (consulté le 09/01/2015)

du web 2.0, qui s'est imposé à partir de 2007, de nouveaux usages sont apparus, l'internaute devenant, grâce aux outils mis à sa disposition, une personne active sur la toile (développement des réseaux sociaux, des communautés virtuelles, des blogs, des forums...) avec un besoin croissant de modération et de surveillance des sites. Progressivement, émerge donc de nouveaux métiers comme le gestionnaire de communauté, ou encore le web journaliste, dit aussi « datajournaliste » ou « journaliste de données ».

En ce qui concerne le gestionnaire de communauté, l'actuel développement de nombreux réseaux virtuels rend indispensable la présence de ces nouvelles compétences : interfaces entre les membres d'une communauté autant que révélateurs d'une « *intelligence collective* » (Poinsoy *et al.*, 2010). Le gestionnaire de communauté peut cumuler la fonction avec celle de gestionnaire des médias sociaux⁴ ainsi qu'endosser un rôle de chargé de communication ou encore de webmestre. Comme l'expliquent Paul Cordina et David Fayon (2013), « nous allons assister à une spécialisation de certains métiers qui sont pour l'heure endossés peu ou prou par le community manager, comme le modérateur, le responsable SMO (Social Media Optimization), le social media manager, le responsable éditorial sur les médias sociaux ou le veilleur sur les médias sociaux ». D'ailleurs, la Délégation aux Usages de l'Internet (DUI), qui identifie le community management à trois des sept familles des métiers de l'Internet⁵, à savoir Communication et marketing ; Production et gestion de contenu ; Formation et assistance, distingue déjà ces différents métiers numériques de manière bien spécifique jusqu'à voir disparaître certaines appellations comme celle de « Webmaster ». L'émergence de ces métiers à

plusieurs conséquences. Non seulement, en ce qui concerne le transfert de budgets, puisque « ceux alloués à la communication traditionnelle ont tendance à diminuer, alors que ceux dédiés à la communication numérique progressent », mais également « la résistance au changement observée parfois chez des salariés et même certains dirigeants » (Cordina et Fayon, 2013). Aussi, pour que la gestion de communautaire soit couronnée de succès, il convient d'impliquer les directions de la communication, la direction générale et selon les spécificités de l'organisation et la stratégie adoptée, d'autres directions ou missions.

2. DYNAMISER L'INFORMATION DANS LE CYBERESPACE

2.1. De la communauté au territoire : vers une évolution des compétences sémiotiques du gestionnaire ?

Depuis l'éclatement de la bulle Internet (2001-2002), et plus encore avec l'arrivée du web dit « *social* » ou « *participatif* » (2007), le territoire ne se présente plus comme un espace géographique ou administratif mais s'oriente dans un rapport de force concurrentiel où le traitement de l'information est devenu essentiel (Herbaux et Bertacchini, 2005). Cette construction territoriale suit des modes de fonctionnement en évolution mais se complexifie également à mesure que les réseaux de communication actuels se déploient pour ramifier un territoire nouveau dont nous imaginons à peine les contours et le devenir.

⁴ Dit aussi Social Media Manager, il a pour mission de mesurer et développer la présence d'une organisation sur les différents médias sociaux.
⁵ Selon le portail des métiers de l'Internet créée par la DUI rattachée au Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche. <http://metiers.internet.gouv.fr/> (consulté le 03/01/2014)

Tel que prôné par la théorie de l'acteur-réseau de Latour, il incombe à la collectivité territoriale d'endosser le rôle d'innovateur, point de passage obligé, enrôlant progressivement de nouveaux acteurs dans une posture asymétrique par des opérations de traduction⁶. Ainsi, certaines collectivités œuvrent déjà en faveur d'une adhésion des internautes à la communauté virtuelle qu'elles animent, au travers d'un intérêt commun : la volonté de promouvoir son territoire et revendiquer son identité. A ce propos, une étude (Barabel et., *al*, 2010) montre que l'intégralité des territoires français ont des groupes Facebook et que parmi eux coexistent aussi bien des groupes institutionnels, créés par les collectivités elles-mêmes, avec des groupes personnels, créés par des internautes souhaitant mettre en avant un sentiment de fierté territoriale.

En ce sens, la territorialité et la territorialisation⁷ dans l'Univers du web 2.0 s'expriment désormais par un phénomène récent : la transformation du web en un gigantesque club où l'appartenance à une communauté devient une pratique de plus en plus généralisée. Ainsi, l'étude menée par le cabinet *Forrester Research* et intitulée «*An Empowered Report : Social Media Growth Is Centered On Social Networking*», démontre une évolution notable de l'activité sur le web où le «*join*» prime désormais sur le «*search*» (Anderson, Bernoff, Reitsma, Sorensen, 2010) pour la tranche d'âge 12-26 ans. La catégorie des «*Joiners*» représente ce comportement des usagers du web social dont l'engagement, en tant que membre d'une communauté, est caractérisé par une présence sur un ou plusieurs réseaux en même temps. Néanmoins, il convient de

différencier la communauté virtuelle, considérée comme un regroupement socio-culturel, sur des bases affinitaires, où les membres se réunissent à distance par centre d'intérêts (Bonfils, 2007), de sa transformation en territoire. En effet, la transformation d'une communauté virtuelle en territoire ne peut s'opérer que par le biais des «*médiats*» (Lamizet, 1998) qui définissent les formes de l'appartenance sociale, à la fois pour ceux mêmes qui les mettent en œuvre et pour ceux qui les observent à quelque distance.

À ce propos, la dynamisation nécessaire de l'information tout comme l'accompagnement du passage d'acteur à celui d'agent-facilitateur reste une étape préalable à l'émergence d'une communauté d'action sur le web au travers de l'élaboration d'une stratégie réseau (Akrich, Callon *et al.*, 2006). Ce que nous démontrons au sein du présent article. Cependant, un travail parallèle devra être mené afin de s'intéresser aux éléments constitutifs de la communication dont les images, les représentations spatiales, fournissent des signes qui évoquent des significations dans l'esprit des destinataires, en sachant qu'eux-mêmes sont dotés de répertoires culturels d'interprétation. Nous pensons que des recherches pourraient être menées sur la problématique de la matérialisation des représentations mentales du territoire, dans le cadre du développement durable, exprimées sous des formes sémiotiques variables : verbales et/ou écrites et/ou imagées. Dans ce dernier cas, elles peuvent prendre des formes diverses (cartes, images, graphiques, en 2D ou en 3D, animées ou pas, webographiques). Il s'agit ainsi de définir une stratégie non seulement au travers de l'activation des liens tissés entre les acteurs du

⁶ «Par traduction on entend l'ensemble des négociations, des intrigues, des actes de persuasion, des calculs, des violences grâce à quoi un acteur ou une force se permet ou se fait attribuer l'autorité de parler ou d'agir au nom d'un autre acteur ou d'une autre force» (Akrich, Callon et Latour (dir), 2006).

⁷ La territorialité constitue avec la territorialisation les deux dimensions constitutives d'un territoire : une dimension de sens physique, cognitive et normative / symbolique par les relations entre un individu ou un groupe et son environnement spatial, la deuxième dimension étant de nature processuelle (la dé- et re- construction permanente du territoire) (Bertacchini, 2000 ; Maurel, 2012).

projet de développement durable mais également par un cadre sémiotique commun adapté à la construction de sa communauté d'action et en vue d'une meilleure cohérence et lisibilité des politiques publiques pour les acteurs locaux.

2.2. Un cyberspace composite

Depuis 2005 en France, presque toutes les administrations publiques sont désormais présentes sur le Web et offrent trois types de services administratifs distincts : de l'information, des téléchargements de formulaire et la fourniture complète de services administratifs (Bacache, Bounie, François, 2011). Pourtant, notre travail de recherche (Déprez, 2014) a mis en évidence une appropriation contrastée des technologies de l'information et de la communication (TIC) par les collectivités territoriales dont la présence sur le web relève aujourd'hui la prégnance d'un web dit « 1.0 » (Bachimont *et al.*, 2011) ou « documentaire » (Vanbremeersch, 2009). De plus, la logique de l'usager-consommateur de service public est supplantée, à partir des années 2000, par un nouveau modèle propre au « *Public value management* » (Ubaldi, 2013) qui suppose d'élargir la portée de l'administration électronique grâce à une gestion de la valeur publique plus ouverte et collaborative. Ce modèle gestionnaire s'inscrit dans un paradigme centré sur la participation qui invite l'utilisateur à s'investir directement dans le processus de détermination des stratégies et activités du secteur public. Ainsi, le *Public Value Management* « *élargit la portée de la prestation de service de l'administration électronique [...] il possède des notions de responsabilité démocratique, de participation, de transparence et de légitimité, ainsi que d'innovation institutionnelle et de transformation* » (*ibid.*).

Dans cette perspective, Amal Habib et Claude Baltz (2008), publient un article intitulé « *Quelle information pour piloter le développement durable?* » et proposent de concevoir une « *information dynamique* » qui s'appuie sur « *toutes les ressources communicationnelles des technologies de l'information et de la communication* » afin de promouvoir les valeurs indispensables pour porter le développement durable : transparence, dialogue, participation, sensibilisation, égalité, démocratie, ouverture, etc. Ces auteurs évoquent ainsi l'utilisation de la puissance des médias de masse et d'Internet pour sensibiliser et former le public. Ainsi, nous avons donc cherché à conceptualiser les ressources communicationnelles des TIC au travers desquelles peut s'exercer ce dynamisme de l'information et le dépassement de cette logique propre au « *web documentaire* » (Vanbremeersch, 2009) où les ressources sont publiées sans autre traitement que leur mise en forme et sans autre interactivité que l'activation des liens hypertextuels » (Bachimont *et al.*, 2011). L'approche de communication et de publication est la même que celle qui se pratiquait hors ligne : on se contente de mettre à disposition une information descendante et l'interaction n'est pas présente. Ici, le web sert uniquement de lieu d'archivage de contenus numérisés en suivant une logique médiatique où le site Internet est seulement utilisé comme moyen de diffusion. Il existe une réelle publication mais les contenus ne bénéficient d'aucune publicité. Or, ce qui donne vie à ces contenus ce sont surtout les autres espaces du web : le web de l'information, le web social, le web sémantique.

Dès lors, sans revenir sur un descriptif du web sémantique, nous souhaitons mettre en exergue dans cet article les possibilités offertes au gestionnaire de communauté par le web dit « *social* » (Sajus, 2009 ; Cordina et Fayon, 2013) et le web dit « *de l'information* » (Vanbremeersch, 2009), tant dans son travail de veille informationnelle

que dans les possibilités qui lui sont offertes de pouvoir s'appuyer sur son réseau d'agent-facilitateur, dont nous précisons les caractéristiques ci-après. A ce sujet, nous rappelons une définition de la veille informationnelle comme « *l'ensemble des stratégies mises en place pour rester informé, en y consacrant le moins de temps possible en utilisant des processus de signalement automatisés* » (Lardy, 2007)⁸. Cette démarche vise ainsi à recueillir puis à traiter des informations reflétant l'évolution d'un contexte donné dans le but notamment de repérer des opportunités de développement (Ifrah, 2010).

En ce qui concerne le web social, dit aussi « *web participatif* » (Faure et al., 2010), nous pourrions le définir comme un « *espace proclamé participatif et interactif, autorisant les interactions au niveau mondial et local, sous forme synchrone ou asynchrone, et caractérisé comme un lieu d'échanges inter et intracommunautaire* ». Ainsi, les fonctions retenues et reconnues au sein de cet espace numérique et que nous avons choisi pour notre étude sont représentées par les réseaux sociaux et la pratique du microblogage. Nous retiendrons pour notre étude les réseaux Facebook et Twitter et il s'agira de repérer les sites offrant ces fonctionnalités. Le choix de retenir ces outils se situe dans l'approche interactive et la logique relationnelle propre aux caractéristiques du web social.

En ce qui concerne le web de l'information, il partage avec le web documentaire cette approche non interactive mais se situe dans l'actualité et l'immédiateté, que l'internaute puisse être informé en temps réel des nouveaux contenus mis en ligne, des informations nouvelles. Nous retenons la newsletter, les flux RSS⁹ et les alertes par courriel comme les outils représentatifs de

cette logique et précisons que le suivi du compte Twitter d'un site ou sa page Facebook représente également une alternative pour recevoir les nouveautés d'un site Internet. Cependant, en tant que réseaux sociaux, nous avons préféré étudier ces fonctionnalités dans le cadre du web social dont les caractéristiques d'échange, partage de contenu et relations entre pairs nous semblent plus représentatives de cet espace numérique.

Hormis l'abonnement à une newsletter, aux flux RSS, aux alertes par courriel, à une page Facebook ou encore au suivi de compte Twitter, fonctionnalités retenues pour notre analyse, nous tenons à faire remarquer que de nombreux autres services sont également développés aujourd'hui pour faciliter la veille informationnelle¹⁰ : services d'agrégateurs de flux RSS, outils pratiques de veille sur les réseaux sociaux, alertes Google, etc.

3. TYPOLOGIE DE L'INTERVENANT TERRITORIAL : UNE SOURCE D'INFORMATION À MANAGER

Nous considérons la mise en œuvre volontaire d'une politique publique de développement durable sur un territoire comme un processus évolutif. Il est alors nécessaire de se positionner au stade de l'instabilité dynamique du système territorial. Ainsi, le méta-modèle de Schwartz (1992) propose une approche dynamique du territoire envisagé comme un système évoluant dans le temps. L'approche dynamique présente une spirale d'évolution du système en quatre phases successives (la dérive tropique, l'aléa, la métamorphose et la stabilité) dont la transformation vers

⁸ <http://urfirst.univ-lyon1.fr/les-fils-rss-et-la-veille-537460.kjsp> (Consulté le 07/04/2014)

⁹ Really Simple Syndication

¹⁰ www.netvibes.com/fr ; www.ahrefs.com ; www.hootsuite.com ; www.google.fr/alert?hl=fr ; etc.

une nouvelle structure, une nouvelle organisation. A cette étape de métamorphose, le système évolue et se réorganise grâce à ses capacités d'auto-organisation basées sur des boucles de rétroaction positive, pouvant aboutir à des lieux d'équilibre appelés « *attracteurs* ». Par comparaison aux rétroactions négatives qui permettent aux systèmes cybernétiques de s'autoréguler pour se maintenir autour d'une valeur moyenne, les rétroactions positives représentent des sources majeurs d'instabilité dynamique, et s'exercent au travers d'« *attracteurs* » (Bertacchini, 2000, Dupuy, 2002).

Comme l'explique Jean-Pierre Dupuy (2002), la sélection des attracteurs dépend de trois facteurs : a) des aléas, troisième stade évolutif du méta-modèle de Schwartz (1992), qui affectent les premiers pas du système ; b) de l'« *avantage sélectif* » acquise par une technique qui peut marquer une direction, un sens, comme si l'évolution technique incarnait une intention, un dessein ou un destin ; c) d'une extériorité au système chargée de faire retentir un signal, lorsque le chemin atteint la « *vérité* » ou l'« *efficacité* », afin de ne pas chercher plus loin et générer les conditions de stabilisation de ces attracteurs. Sur ce dernier point, l'auteur s'interroge sur le statut à donner à cette extériorité dès lors que l'on traite de l'évolution culturelle et technique de l'humanité. Légitimée par l'aboutissement d'un processus de démocratie représentative, nous pensons qu'il revient à la collectivité territoriale d'endosser ce rôle pour créer les conditions d'émergence d'une communauté d'action efficace sur son territoire et en rapport direct avec l'engagement politique d'élaborer une stratégie de développement territorial durable. D'ailleurs, en tant que système, il revient à la communauté territoriale en action d'être arbitrairement délimitée (Mucchielli, 2001).

Nous pourrions rajouter un quatrième facteur au choix de ces attracteurs : il s'agit de la confiance. En effet, un processus évolutif ne peut agir comme un très efficace découvreur et

diffuseur de l'information qu'à la condition de reconnaître la source pertinente d'information. « *Efficace si quelque part la bonne information est présente et qu'elle est reconnue comme telle, elle devient autrement source d'illusions et de gaspillages* » (Dupuy, 2002, p.75). Il s'agit donc autant de dispenser des messages informatifs que de générer un sentiment de confiance, étant une « *notion fondamentale de modernité* » (Giddens, 1994), afin d'accroître le capital social déterminant pour faire en sorte que les acteurs interagissent (Jordana *et al.*, 2012). Il s'agit là de l'une des hypothèses centrales du paradigme de l'Intelligence Territoriale, à savoir que « *la mobilisation des acteurs locaux ne vaut que par le crédit qu'ils accordent aux informations échangées* » (Pages, 1997 ; Laulan, 1995 ; Pailliar, 1995 ; Bakis, 1993, in Bertacchini, 2000). A l'heure d'une crise de confiance envers la sphère politique, les collectivités territoriales gagneront donc à s'appuyer sur un réseau d'intervenants territoriaux reconnus comme source pertinente d'information et avec lesquels un processus de communication pourra s'établir.

L'utilisation du terme « *attracteur* » mérite ici de préciser la différence de typologie entre les différents intervenants de la communauté territoriale « *agissante* » :

- l'« *acteur* », en tant que personne engagée dans des relations de rôle avec un ou plusieurs protagonistes (Boudon, 1979 in Bertacchini, 2000). Notons qu'un sujet de communication ne peut être reconnu comme acteur du champ politique qu'à partir du moment où il y acquiert une consistance par la décision qu'il prend. Le rôle de cette décision consistera notamment à se faire reconnaître des autres en se donnant de la visibilité. (Lamizet, 1998) ;
- l'« *agent* » ou « *agent social* », en tant qu'élément, humain ou artificiel, propre à un réseau et défini avec un certain degré d'autonomie et un certain degré d'interaction avec d'autres

- agents (Bertacchini, 2000, Alloing, 2012). Le réseau est donc à différencier de la communauté virtuelle, considérée comme un regroupement socio-culturel, sur des bases affinitaires, où les membres se réunissent à distance par centre d'intérêts (Bonfils, 2007) ;
- l'« *attracteur* » ou « *agent-facilitateur* » (Bertacchini, 2000, 2007, Dupuy, 2002, Alloing et Deschamps, 2011 ; Alloing et Fayon, 2012, Alloing, 2012, 2013), c'est-à-dire des internautes prescripteurs qui relaient des informations inhérentes au projet à condition qu'ils soient clairement identifiés et managés. Cette assimilation volontaire de la notion d'attracteur au « *cyberespace* » (Lévy, 1995) provient de l'indéniable « *avantage sélectif* » (Dupuy, 2002) acquis par Internet à l'ère du web 2.0. A ce stade, la collectivité territoriale représente l'innovateur qui doit accompagner l'« *acteur-réseau* », au sens de Latour, dans sa transformation en attracteur ou agent-facilitateur. Cette tâche relèvera notamment des missions du CM. Par ailleurs, nous pourrions dire que l'agent-facilitateur permet de transformer l'espace, voir le « *cyberespace* » (Lévy, 1995), en territoire par le biais des « *médiats* » qui définissent les formes de l'appartenance sociale, à la fois pour ceux mêmes qui les mettent en œuvre et pour ceux qui les observent à quelque distance (Lamizet, 1998 ; Bertacchini, 2007).

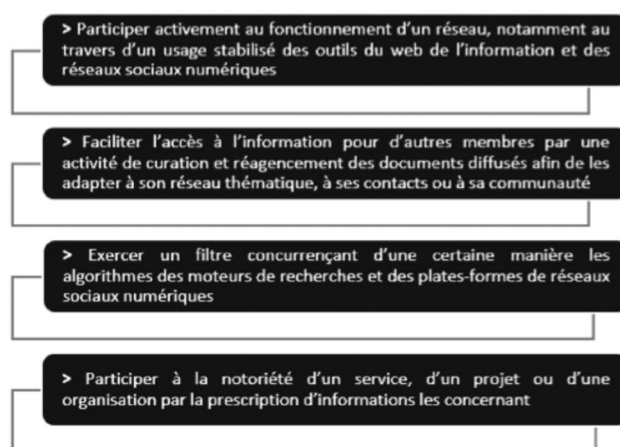
Dans cette perspective, nous distinguons également les intervenants territoriaux (savoir expert) des citoyens (savoir profane). La première catégorie considère le milieu associatif, les agences territoriales (tourisme, développement, culture, etc.), les citoyens informés et engagés, les mairies, conseils généraux, régionaux, etc., les entreprises, les médias locaux, les réseaux consulaires (CCI, Pôle emploi, etc.), la sphère éducative (Universités, écoles, etc.), les Agences nationales

(promotion du territoire, export, etc.) et distingue chacun des intervenants en fonction des informations et de la matérialisation des échanges qu'ils opèrent (Déprez, 2014 ; Bertacchini, Déprez, Rasse, 2015). En ce qui concerne la participation citoyenne au projet territorial, elle peut être définie comme l'ensemble des rapports des habitants à l'offre de participation (participation, participation intermittente, non-participation) au prisme de quatre motifs : le civisme, l'intérêt personnel, la sociabilité et le développement cognitif (Mazeaud et Talpin, 2010). D'un côté, il s'agit de mieux informer les citoyens par un accompagnement des intervenants territoriaux à la matérialisation de leurs échanges et, de l'autre, il s'agit de permettre à la collectivité territoriale d'élaborer sa propre « *stratégie-réseau* » (Akrich, Callon *et al.*, 2006 ; Marcon et Moinet, 2000), que nous pourrions définir comme « *une stratégie qui consiste à créer ou, le plus souvent, à activer et orienter les liens tissés entre des agents dans le cadre d'un projet plus ou moins défini, avec l'objectif de bâtir un capital informationnel* ». Pour cela, il convient à la collectivité de définir son périmètre informationnel, qui comprend les médias, les sites, ainsi que les personnes par lesquelles l'information liée à une organisation et son activité circule (Poncier, 2009). Par ailleurs, l'organisation d'une stratégie-réseau ne revêt pas seulement l'idée de créer du lien puisque les acteurs et agents se trouvent déjà organisés en tant que communauté d'action, notamment dans la mise en œuvre du plan d'action de l'A21L. Par contre, il s'agira bien d'« *activer et orienter les liens tissés* » (Marcon et Moinet, 2000) et ainsi envisager les réseaux comme une ressource qui doit être managée (Alloing, 2012 ; Marcon, 2007). Nous entendons donc un management qui suppose d'accompagner ce passage d'acteur à celui d'agent-facilitateur, étape préalable à l'émergence d'une communauté d'action sur le web.

Tel que prôné par la théorie de l'acteur-réseau de Latour, il incombe donc à la collectivité territoriale d'endosser le rôle d'innovateur, point de passage obligé, enrôlant progressivement de nouveaux acteurs dans une posture asymétrique par des opérations de traduction¹². Cette proposition est intimement liée à l'hypothèse d'alignement des acteurs proposée par Flichy et Dagiral (2004) lorsqu'ils postulent que l'un des principaux obstacles à la mise en place de l'e-administration est la difficile mise en cohérence des acteurs. Selon eux, « *la réussite d'un projet technique nécessite d'aligner les acteurs concernés autour d'un projet commun. L'une des tâches essentielles des innovateurs est d'organiser cet alignement* » (Flichy et Dagiral, 2004). En ce sens, le management du gisement de compétences locales s'exerce également par un accompagnement à la matérialisation des échanges entre les acteurs qui composent la communauté d'action¹³ de l'agenda 21. En

effet, lorsque les relations entre les intervenants territoriaux qui composent cette communauté se matérialisent par des échanges, « les acteurs locaux créent les facteurs favorables à la mise en réseau de leurs participations aux actions territoriales. Certains acteurs locaux agissent alors en qualité d'« attracteurs » ou de « capteurs » de ces initiatives de création de réseaux. » (Bertacchini, 2007). Ainsi, nous proposerons d'évaluer la matérialisation de ces échanges au travers des outils propres au web de l'information, au web social et à la pratique du microblogage, dont l'usage amène à faire évoluer le référentiel métier des collectivités territoriales. Avec l'exemple du plan d'action de l'agenda 21 vitrollais, il s'agira également de comprendre la typologie des intervenants territoriaux pour déterminer le cercle des agents-facilitateurs sur lequel peut s'exercer, ou non, le dynamisme de l'information (Habib et Baltz, 2008).

Figure 1 : Multiplicité des rôles de l'« agent-facilitateur »
(adapté de Alloing et Deschamps, 2011 ; Alloing, 2012, 2013)



¹² (Akrich, Callon et Latour (dir), 2006), *op. cit.*, p. 6.

¹³ Par communauté d'action, nous entendons l'ensemble des acteurs recensés, par le coordinateur du développement durable (exemple : cellule agenda 21 rattachée au cabinet du Maire), comme partie-prenante du plan d'action de l'agenda 21 local.

4. IDENTIFICATION DES AGENTS-FACILITATEURS DE L'A21 VITROLLAIS: UNE MISSION DU GESTIONNAIRE DE COMMUNAUTÉ

4.1. Repérage du périmètre informationnel de l'A21L

Validé le 20 juin 2013, le plan d'actions de l'A21 a réuni de nombreux intervenants territoriaux pour mettre en pratique le projet de développement durable du territoire vitrollais en fonction de 69 actions. L'ensemble des actions réparti en fonction de chacun des axes engage un certain nombre d'acteur institutionnel, associatif, privé ou semi-public (cf. tableau n° 2).

La construction du périmètre informationnel comprend donc l'ensemble de ces intervenants territoriaux, qui sont engagés dans la mise en œuvre du projet de développement durable de la ville de Vitrolles, à condition qu'ils soient managés pour dynamiser l'information inhérente à la collectivité. Il s'agit donc de mobiliser ces ressources territoriales pour réaliser aussi bien une démarche de veille informationnelle que de mettre en visibilité la politique de la ville, auprès de l'ensemble des compétences réunies autour de l'A21 vitrollais. Ainsi, c'est la notion même de la veille à effectuer qui doit évoluer, passant de

la notion de surveillance de ces sources d'information au management de celles-ci pour les inscrire dans un collectif qui leur permet à la fois de se valoriser en tant qu'agent, voir agent-facilitateur, et de participer au travail collectif. En effet, la mise en œuvre du plan d'action suppose de vouloir atteindre une vision partagée, ce qui est à la base d'une communauté de destin que l'on retrouve au niveau territorial quand les intervenants territoriaux arrivent à dégager, à partager et à entretenir dans le temps une même vision du futur du territoire (Maurel, 2012).

Dès lors, nous proposons que la gestion communautaire consiste également, avec l'activité de veille stratégique, à repérer et identifier des acteurs, agents et agents-facilitateurs, véritables caisses de résonances qui pourront faire écho à la politique de développement durable engagée par la ville. En effet, dans un premier temps, il s'agit de considérer l'acteur du projet dans son inscription au sein du territoire-réseau, notamment par les évolutions du web 2.0 et outils du web de l'information, et, dans un second temps, réfléchir à une stratégie-réseau autour d'intervenants territoriaux extérieurs au projet mais dont la présence active au travers du cyberspace, notamment par un référencement efficace, implique d'élargir son périmètre informationnel.

Tableau 2: Recensement des intervenants du plan d'actions de l'Agenda 21 vitrollais¹⁴ et connexion aux territoires numériques (web social et de l'information)

Acteur	Courriel	Newsletter	Microblogage	Réseaux sociaux	Flux RSS
<i>Institutionnel (public)</i>					
Vitrolles				x	x
CPA		x			x
ADEME		x	x		x
ARPE		x		x	
Région PACA	x	x	x	x	x
Conseil général 13	x	x	x	x	x

¹⁴ cf. le plan d'action de l'A21 vitrollais consultable sur le site institutionnel de la ville de Vitrolles : http://www.vitrolles13.fr/fileadmin/agenda_21/Plan_actions_agenda21_Vitrolles_CM_200613.pdf

Préfecture des Bouches du Rhône					x
CCIMP			x	x	
CRESS PACA	x		x	x	x
Syndicat d'aménagement du bassin de l'Arc	x				
Maison départementale des personnes handicapées 13					
Service d'Appui au Maintien dans l'Emploi des Travailleurs Handicapés 13					
Agence d'urbanisme du Pays d'Aix					
Caisse d'allocations familiales	x				
Office National des Forêts				x	x
Ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie			x	x	x
Agence de l'eau RMC					x
Pays d'Aix Développement	x		x	x	
Chambre des métiers et de l'artisanat	x				
GIP pour la réhabilitation de l'étang de Berre					
Comité nationale olympique et sportif français					
Fédération française de randonnées			x	x	x
<i>Entreprise Privé/Semi-public et tissu associatif</i>					
ONG l'homme et l'environnement					
Citadia					

Institut régional de formation à l'environnement et au développement durable					
La Poste			x	x	
Société des eaux de Marseille	x				x
Logis Méditerranée					
Envirobat					
BDM					
Groupe AFNOR	x	x	x	x	x
Inter-made					
Ecopolénergie					
Ligue de protection des oiseaux			x	x	
Graine PACA					
AirPACA	x	x			
Cités Unies France			x		
Ancrage		x	x	x	x
Collectif ETC		x	x	x	
Les Saprophytes			x		
Collectif EXYZT		x	x	x	
Bellastock			x	x	
Innovation en action		x	x	x	x
Droit initiative jeunes entrepreneurs					
Collectif MEDCOP ¹⁶					
ADAVA ¹⁷					
Un jardin pour tous					
Vitropole					
Cyclo club Vitrolles					
Centre social AVES					

Tout d'abord, nous avons classifié l'ensemble des acteurs du plan d'actions non seulement selon leur statut juridique mais également en rapport aux outils et pratique de la veille informationnelle. L'objectif consiste ainsi à repérer le gisement de compétences locales à mobiliser à

l'aide d'une action d'information et de communication territoriale pour laquelle nous analysons la contribution des TIC au travers des réseaux sociaux et pratique de microblogage, de la possibilité de s'abonner à un flux RSS (qu'il soit ou non catégorisé), à une newsletter ainsi qu'à une

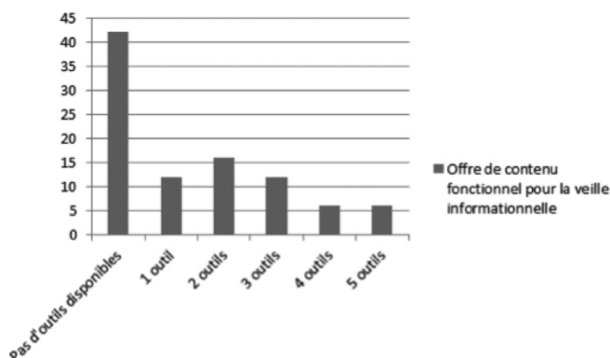
alerte par courriel. Cette étape du protocole de recherche nous amène donc à identifier les agents-facilitateurs, c'est-à-dire des internautes prescripteurs dont les rôles sont multiples (cf. Figure 1). Les résultats obtenus et présentés dans le tableau n° 2 ci-dessus, basés sur le plan d'actions de l'A21 vitrollais, ont été précisés en fonction d'une recherche sur le moteur de recherche Google. Dans le cas où l'acteur identifié dans le plan d'actions dispose d'un site Internet dédié, nous avons entrepris un certain nombre d'observations factuelles dans l'objectif d'analyser le contenu fonctionnel proposé selon les outils précédemment cités représentatifs du web social et de l'information.

Nous relevons que la majorité des acteurs dispose d'un site Internet puisque sur les 50 acteurs recensés, seuls cinq sont absents du territoire numérique. Néanmoins, notre analyse fait état d'un faible pourcentage d'acteurs avec lesquels une veille informationnelle peut être organisée de manière opérationnelle. En effet, en l'état actuel, la communauté d'acteurs du plan d'actions de l'A21 vitrollais ne présente qu'un contenu fonctionnel limité à certains outils pourtant indispensables à une captation de l'information. Les résultats obtenus sont présentés ci-dessous (cf. graphique 2).

Ainsi, nous démontrons que la majorité des acteurs engagés dans la mise en œuvre des actions de l'A21 vitrollais, s'ils peuvent être qualifiés d'«agent» en tant qu'élément propre à un réseau, ne jouent en aucun cas le rôle de «facilitateur», puisqu'ils ne facilitent pas, sur ce réseau, l'accès à l'information pour d'autres membres (Alloing, 2012). En effet, 42 % d'entre eux n'offre aucun contenu fonctionnel et sont parfois même absents du web (ne possède pas de site dédié). D'ailleurs, l'ensemble des fonctionnalités définies comme nécessaires à l'organisation d'une veille informationnelle ne sont présentes que pour 6 % des acteurs identifiés. Dans notre cas d'étude,

l'organisation d'une «stratégie-réseau» (Akrich, Callon *et al.*, 2006 ; Marcon et Moinet, 2000) ne revêt pas seulement l'idée de créer du lien puisque les acteurs se trouvent déjà organisés en tant que communauté d'action. Par contre, il s'agira bien d'«activer et orienter les liens tissés» (Marcon et Moinet, 2000) et ainsi envisager les réseaux comme une ressource qui doit être managée (Alloing, 2012 ; Marcon, 2007). Dès lors, les missions endossées à l'activité de gestion communautaire gagneront à être élargies, notamment par une prolongation dans la vie physique des actions conduites sur Internet, et vice versa. Les deux mondes loin d'être concurrents sont complémentaires (Perrin, 2010 ; Cordina et Fayon, 2013). Dans cette perspective, les missions du ou des gestionnaires de communauté doivent être élargies à l'accompagnement des intervenants territoriaux dans leur connexion au numérique, aux différentes sphères du cyberspace.

Graphique 2: Répartition des acteurs du plan d'actions de l'A21 vitrollais selon le contenu fonctionnel ouvert à la veille informationnelle



4.2. Quelle(s) possibilité(s) d'extension du périmètre informationnel ?

Sans élargir notre analyse à l'ensemble des intervenants territoriaux, non engagés dans la mise en œuvre de l'A21 vitrollais, nous constatons que le tissu associatif vitrollais est très peu représenté parmi l'ensemble des compétences engagées dans les 69 actions du projet de développement durable. Or, sur le site de la ville de Vitrolles, dans la rubrique « Annuaire¹⁵ », il est possible de repérer l'ensemble des associations qui composent le tissu associatif local et dont les activités, résumées sous diverses catégories (« Opinion, expression, défense des droits, défense des causes, des intérêts », « Culture », « Action sociale », etc.) permettent de dégager une liste de 400 associations. L'annuaire des associations 2012/2013 fait état d'un nombre exact de 382 associations.

Néanmoins, bien que le Web 2.0 rejoigne la préoccupation originelle du secteur associatif :

créer du lien social, et que le fonctionnement en réseau d'Internet constitue une formidable opportunité pour les associations qui peuvent ainsi démultiplier leurs chantiers et mobiliser plus largement les citoyens, l'étude menée par l'association « Outils-Réseaux »¹⁶ et nos constats sur le territoire vitrollais ne corroborent pas l'idée selon laquelle les associations, y compris les structures les plus modestes, ont ressenti la nécessité d'être présentes sur le Web pour y développer leur politique de communication au travers de l'espace du web. En effet, sans reprendre l'ensemble des associations vitrollaises, nous avons choisi de retenir celles correspondantes à 9 actions de l'A21 (cf. tableau n° 3), mais qui n'ont pas été identifiées comme tel, pour constater l'absence de ces acteurs potentiels sur le Web. Pour cela, nous avons choisi le moteur de recherche Google puisqu'il constitue l'outil communément utilisé dans la recherche d'information des internautes. Nous avons arrêté notre recueil d'information

¹⁵ <http://www.vitrolles13.fr/vous-etes/associations/>

¹⁶ Une enquête montpelliéraine menée par l'association « Outils-Réseaux » en 2009 démontre le faible taux d'adoption des technologies du web 2.0 par les associations. Enquête disponible à l'adresse <http://outils-reseaux.org/SyntheseQuestionnaire>

aux 20 premiers résultats donnés par Google à l'écriture du nom de l'association dans la barre de recherche. De plus, en février 2014, nous

avons contacté par téléphone chaque responsable associatif pour nous confirmer ou infirmer la présence de l'association sur le Web.

**Tableau 3: Recensement des acteurs non identifiés et absents du web:
exemple de 9 actions de l'A21 vitrollais**

- Mettre en place des "ateliers habitants aménageurs" au sein des quartiers de la ville ; - Animer le Syndicat d'Initiatives Citoyennes ; - Des chantiers ouverts au public ; - Animer le Conseil Municipal des Enfants ; - Petite fabrique de noms ... et compagnie	- Arbre à palabres - CIQ "Le Bosquet" - CIQ "Ferme de Croze" - CIQ "La Mandine" - CIQ "du Bord de l'Étang" - Action Catholique des Enfants (Cœurs Vaillants, âmes vaillantes) - Association ferme de croze - Groupe Jean Jaurès de la Libre Pensée de Vitrolles
- Renforcer les partenariats entre les acteurs économiques et la collectivité pour promouvoir l'emploi local	- Association Active et Solidaire - Union Locale CFDT Vitrolles - Association Pour la Promotion de l'Emploi Local - Performance Méditerranée - INSERPACA
- Créer une plateforme "éducation à l'environnement" ; - Accompagner les habitants dans le changement des pratiques en matière de collecte et de tri et des encombrants ; - Participer à la sensibilisation à la protection de l'environnement sur le territoire.	- Vitrolles Horizon Ecologie - Les Volontaires de la Manille - Etang Maintenant - Comité de Lutte pour l'Environnement - Cheval et Nature - Association de Défense de l'Environnement des Vitrollais - Bulle de Créateurs

Pour appuyer notre proposition d'étayer l'activité de gestion communautaire au «*contrôle*» du périmètre informationnel d'une organisation, nous avons complété notre démonstration d'un accompagnement nécessaire des acteurs du monde associatif dans leur connexion au numérique. En effet, le protocole de collecte et de recherche d'informations défini et adopté pour conduire la recherche, dont est issu le présent article, a reposé sur trois volets d'analyses complémentaires macro, micro, et méso. Le volet macro avait pour objectif de comprendre comment, à un niveau régional, les collectivités territoriales, communes et inter-communalités, s'étaient emparées et avaient mis en œuvre les TIC. Le volet micro a constitué en un diagnostic organisationnel et communicationnel (dans ses dimensions «*on line*» et «*off*

line») de la collectivité territoriale d'accueil du chercheur, à savoir la ville de Vitrolles. Enfin, la dimension méso a pour objectif de restituer, d'analyser le territoire-réseau de l'agenda 21 vitrollais formé, ou pas, par la relation entre les acteurs du territoire et la collectivité territoriale dans leur ancrage physique et leur représentations virtuelle. C'est donc ce niveau d'analyse que nous retranscrivons au sein de cet article et qui illustre la problématique de construction et d'élargissement du périmètre informationnel par le gestionnaire de communauté, notamment par l'identification et le repérage du cercle des agents-facilitateurs.

Notre recherche, en relation avec ce volet d'analyse, est constituée par deux axes principaux : un 1^{er} axe qui va nous permettre de mener une étude exploratoire autour de

termes clé volontairement limités, un 2^e axe qui va nous permettre d'identifier les principaux acteurs du plan d'action de l'agenda 21 vitrollais dans un contexte web 2.0, plus particulièrement au travers du « web de l'information » (Vanbremeersch, 2009).

Pour couvrir tout le spectre de cette phase de recherche inductive et intuitive, nous avons sélectionné trois moteurs de recherche soit *Google*, *Ixquick*, et *Bing*, qui nous ont livré des résultats bruts. Pour nous permettre de stabiliser

les résultats affichés, nous avons exprimé des requêtes relativement simples dans leur contenu.

Pour former la 1^{re} requête d'interrogation, nous avons choisi d'associer deux mots clés génériques en relation d'évidence avec notre objet de recherche à savoir « *Vitrolles et développement durable* ». Nous avons obtenu les résultats présentés dans le tableau ci-dessous. Le nombre de résultats dénote déjà un niveau faible d'association entre les deux termes.

**Tableau 4: résultats d'ensemble bruts
par moteur de recherche**

Moteur de recherche	Résultats bruts
Google	102 000
Ixquick	64 708
Bing	55 600

Pour continuer la phase exploratoire de ce volet du protocole de recherche tel que présenté en introduction, nous avons choisi d'associer l'expression « *Agenda 21* » aux deux termes « *Vitrolles et développement durable* » de la 1^e

requête et de saisir cette requête encadrée ou non de parenthèses. Comme fait précédemment, nous présentons les résultats bruts obtenus avec les trois moteurs utilisés.

**Tableau 5: résultats obtenus à la 2^e requête exploratoire
encadrée de parenthèses**

Moteur de recherche	Nombre de résultats obtenus
Google	8 110 résultats
Ixquick	11 438 résultats
Bing	aucun résultat

Outre le fait que nous n'obtenons pas de résultats avec le moteur Bing, nous notons une relative proximité quantitative entre le nombre de résultats affichés par *Google* et *Ixquick*. Notre requête sans parenthèses relève également un spectre quantitatif cohérent de résultats, pour les trois moteurs de recherche. Nous notons un élément discriminant à savoir que l'ajout de

l'expression « *Agenda 21* » diminue le nombre de résultats.

Tableau 6 : résultats obtenus à la 2^e requête exploratoire sans parenthèses

Moteur de recherche	Nombre de résultats obtenus
Google	8 130 résultats
ixquick	8 120 résultats
Bing	1.640.000 résultats

Nous allons recourir au moteur de recherche *TouchGraph* pour nous permettre d'identifier les noms de domaine internet associés aux différentes requêtes formulées. Nous avons volontairement exprimé ces requêtes d'une façon simple. Les noms de domaine internet vont nous

permettre d'identifier les sites web (*Domain*) qui apparaissent en écho des requêtes formulées : Vitrolles et le développement durable, Vitrolles et le développement durable et agenda 21.

1^{re} requête formulée : Vitrolles et le développement durable

Tableau 7 : classement des noms de domaine des sites internet obtenus en réponse à la première requête

DOMAIN	
vitrolles13.fr	abeillesentinel.net
clinique-vitrolles.com	fr.linkedin.com
paca.developpement-durable.gouv.fr	intermarche.com
asterra.fr	marseille.aeroport.fr
letudiant.fr	arpe-paca.org
andd2013.regionpaca.fr	klepierre.com
culturecommunication.gouv.fr	journalzibeline.fr
groupefdj.com	pagesjaunes.fr

59

2^e requête formulée : Vitrolles et le développement durable et agenda 21

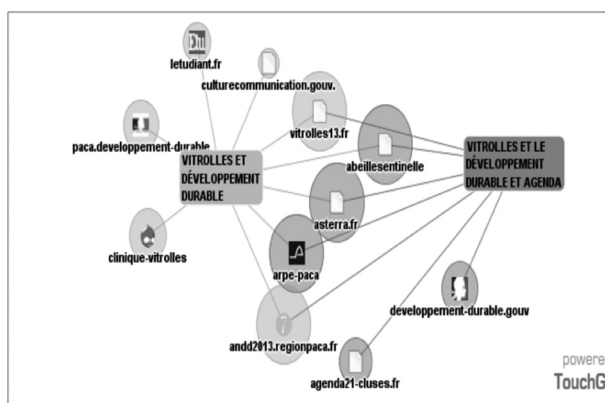
Tableau 8 : classement des noms de domaine des sites internet obtenus en réponse à la seconde requête

DOMAIN	
vitrolles13.fr	fr.linkedin.com
asterra.fr	cg13.fr
arpe-paca.org	agglo-paysdaix.fr
abeillesentinel.net	pennes-mirabeau.org
andd2013.regionpaca.fr	intermarche.com
developpement-durable.gouv.fr	territoires-durables-paca.org
clinique-vitrolles.com	marseille.aeroport.fr
paca.developpement-durable.gouv.fr	atd13.fr
agenda21-cluses.fr	klepierre.com
letudiant.fr	culturecommunication.gouv.fr
	maritima.info

Nous relevons que cinq sites internet obtiennent les mêmes liens en relation avec les termes de la première et seconde requête formulées. Pour une meilleure lisibilité, nous avons réalisé une cartographie (cf. carte n° 3) de ces liens et identifions plus clairement les sites Internet qui font écho à la fois à notre première et seconde requête. Il s'agit d'acteurs divers : institutionnels (Agence régionale pour l'environnement, Ville de Vitrolles, Ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie, etc.), privés (bureau d'études Asterra) ou associatifs (union nationale des apiculteurs). Ce volet d'analyse permet donc de corroborer l'hypothèse selon laquelle un défaut de « *management infocommunicationnel* » des intervenants territoriaux à

l'A21 vitrollais conduit à voir apparaître un certain nombre d'acteurs « *étrangers* » à la politique de développement durable vitrollaise mais qui font pourtant écho à nos requêtes (exemple : la française des jeux, letudiant.fr, linkedin, pagesjaunes.fr, etc.). Ici, l'inscription de notre recherche dans le paradigme de l'intelligence territoriale revêt un intérêt primordial puisqu'il s'agit de proposer non seulement une démarche de détection et surveillance des membres de son réseau mais aussi permettre le *management* de ces membres dans une logique de projet de type *Bottom-up* qui va tenter de diffuser les éléments d'une attitude pro-active fondée sur une mutualisation récursive des savoirs individuels.

Carte 3 : visualisation des sites internet en lien avec notre première et seconde requête



Bien qu'à l'heure actuelle il soit impossible de connaître réellement le fonctionnement des algorithmes de classement, notamment Google (Ertzscheid et al, 2007), la mise en visibilité sur les moteurs de recherche s'appuie sur des techniques dites de référencement naturel (SEO en opposition au référencement payant comme les publicités contextuelles de Google) dont l'usage représente l'un des fondements même

de l'éventail des compétences des gestionnaires de communauté. Certes, les techniques de SEO sont vastes, et nous renvoyons pour plus détails le lecteur à la thèse de Doctorat en SIC de Boutet (2011) et (Alloing, 2013). Néanmoins, nous pouvons souligner que le SEO s'appuie sur deux principales techniques d'optimisation de son périmètre informationnel. Premièrement, la technique dite du « *PageRank* » qui consiste à

développer des liens hypertextes pointant vers la source que l'on souhaite voir remonter dans le classement du moteur. Deuxièmement, les nouveaux algorithmes¹⁷ qui s'appuient sur des mots clés-donnés, la localisation de l'utilisateur ou encore la pondération de liens en provenance de certaines plates-formes et notamment de médias

sociaux. Dans ces deux cas, l'activité de gestion communautaire doit intégrer dans l'éventail de ses missions, la création, la vérification et le développement des liens entre l'ensemble des outils web à disposition et la présence numérique de son réseau d'agents et d'agents-facilitateurs.

Tableau 9 : La gestion du périmètre informationnel : les rôles multiples du CM

Mission du CM	Outils (liste non-exhaustive)	Objectif
Veille	www.netvibes.com/fr www.ahrefs.com www.hootsuite.com www.google.fr/alerts?hl=fr	Collecte et traitement des données issues de ces sources aussi bien dans le monde physique que sur Internet. « La définition d'un système de veille territoriale et la pratique de celui-ci par les acteurs territoriaux pouvaient favoriser la concertation territoriale » (Bertacchini, 2009)
Animation des communautés	Compte Facebook, Twitter, Google+, YouTube, Viadeo/LinkedIn	Créer de l'engagement et de l'interaction avec les fans, fédérer une communauté d'internautes autour d'un intérêt commun, créer une ouverture aux différentes arènes de la société civile (= création du territoire-réseau)
Accompagner les intervenants territoriaux	- http://www.touchgraph.com/ (logiciel de visualisation des réseaux d'acteurs dans le cyberspace) - Collaboration et partenariat avec le Label « Espace Régional Internet Citoyen » et autres appels à projet régionaux et nationaux	- Repérer et élargir le cercle des agents-facilitateurs (Alloing, 2012) - Prolonger dans la vie physique les actions conduites sur Internet, et vice versa. Les deux mondes loin d'être concurrents sont complémentaires (Groupe Going & Bertacchini, 2004 ; Perrin, 2010 ; Cordina & Fayon, 2013)
Événements divers	- Rencontres de type Social Media Club, Media Aces, etc. - Accompagnement des acteurs dans leur connexion au territoire numérique (ex : label ERIC en PACA)	- Discuter des bonnes pratiques en termes de community management - Prolonger dans la vie physique les actions conduites sur Internet, et vice versa. Les deux mondes loin d'être concurrents sont complémentaires (Groupe Going & Bertacchini, 2004 ; Perrin, 2010 ; Cordina & Fayon, 2013)

CONCLUSION

Dans le monde politique des collectivités territoriales, l'information représente une exigence démocratique qu'il convient de respecter tant sur le plan législatif que par souci de rendre visible l'information dans l'univers de surcharge informationnelle du web 2.0. L'évolution du référentiel métier des collectivités territoriales s'ouvre

progressivement à la gestion communautaire et suppose donc une phase de transition où le webmaster n'est plus l'unique « détenteur » ou « gestionnaire » des outils numériques à disposition. Cependant, grand nombre d'intervenants territoriaux des politiques publiques (milieu associatif, agences territoriales et nationales, sphère éducative, etc.) ne s'alignent pas sur les

¹⁷ Le succès du moteur de recherche Google a rapidement intéressé de nombreux acteurs économiques : pour générer de l'audience (et ensuite la monétiser) sur son site. Dans le but de pallier cela, Google a développé de nombreux autres critères et change constamment ces algorithmes (du PageRank, Google est passé à Panda puis récemment à Pingouin) (Alloing, 2013).

évolutions du web 2.0 (Déprez et Bertacchini, 2015) et se limitent encore à une exploration du numérique sous une logique propre au web documentaire. Ainsi, malgré la volonté de certaines collectivités territoriales de développer une véritable stratégie-réseau autour de leurs projets, force est de constater que l'e-administration se heurte à ce non alignement des intervenants territoriaux. Dès lors, tel que prôné par la théorie de l'acteur-réseau de Latour, il incombe donc à la collectivité territoriale d'endosser le rôle d'innovateur. Par des réponses aux appels à projets régionaux, voir nationaux, mais également par des rencontres sur le terrain avec les différents intervenants territoriaux aux projets, il convient tout d'abord d'enrôler l'activité de gestion communautaire dans une posture qui consiste à accompagner les acteurs locaux dans leur connexion au numérique. Par la suite, un travail de veille stratégique doit être intégré à cette activité dont les principales missions concernent autant la surveillance de ces sources d'information que le management de celles-ci, pour constituer et permettre à la collectivité de s'appuyer sur un cercle d'agents-facilitateurs qui relaieront des informations inhérentes à l'organisation et à son activité. Peut-être pourrions-nous même rapprocher cette opération d'une démarche de marketing territorial, à condition de développer une même représentation spatiale externe du projet entre toutes les ressources territoriales qui composent la communauté d'action de l'A21 vitrollais.

Références

AGOSTINELLI, S., *Voies de recherche en science de l'information et de la communication : le rôle des artefacts et des organisations sociales dans la communication des connaissances*, Note de synthèse pour l'Habilitation à Diriger des Recherches en Sciences de l'Information et de la Communication,

Institut Universitaire de la Formation des Maîtres de l'Académie d'Aix-Marseille, 2001.

AKRICH, M., CALLON, M., LATOUR, B (dir). (2006), *Sociologie de la traduction : textes fondateurs. Textes rassemblés par le Centre de sociologie de l'innovation, laboratoire de sociologie de Mines ParisTech*, Mines ParisTech, les Presses, « Sciences sociales », Paris.

ALLOING, C., DESCHAMPS, C., (2011), « Veille stratégique et Internet participatif : les usages des agents-facilitateurs remettent-ils en question le concept de signal faible ? », Colloque spécialisé en Sciences de l'information : Management de l'information, défis et tendances, Université de Moncton, Canada, juin 2011.

ALLOING, C., (2012), « De surveiller à prendre soin » : comment repenser la veille sur les réseaux sociaux numériques en termes de management de réseaux d'acteurs ? », *Revue Internationale d'Intelligence Economique*, Vol. 4, pp. 55 à 70.

ALLOING, C., *Processus de veille par infomédiation sociale pour construire l'e-réputation d'une organisation. Approche par agents-facilitateurs appliquée à la DSIC de La Poste*, Thèse de doctorat pour obtenir le grade de docteur en sciences de l'information et de la communication, Université de Poitiers, 2013.

ALLOING, C., (2013), « La médiation documentaire sur les réseaux socionumériques comme vecteur de l'e-réputation ? », *Communication & Organisation*, n° 43, pp. 73 à 84

ANDERSON, J., BERNOFF, J., REITSMA, R., SORENSEN, E., (2010), *A Global Update Of Social Technographics® An Empowered Report: Social Media Growth Is Centered On Social Networking*, Forrester.

BACACHE-BEAUVALLET, M., BOUNIE, D., FRANCOIS, A., (2011), « Existe-t-il une fracture numérique dans l'usage de l'administration en ligne ? », *Revue économique*, Vol 62, pp. 215 à 235.

BACHIMONT, B., GANDON, F., POUPEAU, G., VATANT, B., TRONCY, R., POUYLLAU, S., MARTINEZ, R., BATTISTI, M., ZACKLAD, M. (2011), « Enjeux et technologies : des données au sens », *Documentaliste-Sciences de l'information*, Vol 48, pp. 24 à 41.

BARABEL, M., et al., (2010), « Les médias sociaux au service du marketing territorial : une approche exploratoire », *Management & Avenir*, n° 32, p. 233-253.

BERTACCHINI, Y., *Information et veille territoriales : représentation du complexe local et émergence d'un projet d'intelligence territoriale*, Thèse de doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication, Université d'Aix-Marseille III, 2000.

BERTACCHINI, Y., (2002), « Concertation territoriale et politique territoriale concertée », *International Journal of Information Sciences for Decision Making*, n° 5.

BERTACCHINI, Y., (2007), *Intelligence territoriale, le territoire dans tous ses états – volet 3*-Collection Les E.T.I.C., Presses Technologiques, Toulon.

BERTACCHINI, Y., DEPREZ, P., RASSE, P., (2015), « The Territorial Intelligence Process : The Informational Perimeter Study of a 21 Local Agenda for Building an Ecology System of Communication », *British Journal of Education, Society & Behavioural Science*, Vol 9, p. 248-264.

BLONDIAUX, L., SINTOMER, Y., (2009), « L'impératif délibératif », *Rue Descartes*, n° 63, pp. 28 à 38

BONFILS, P., *Dispositifs socio-techniques et mondes persistants : quelles médiations pour quelle communication dans un contexte situé ?*, Thèse pour l'obtention du doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication, Université du Sud Toulon-Var, 2007.

BOUGNOUX, D., (2001), *Introduction aux sciences de la communication*, Editions La Découverte, Paris.

BRETON, P., GISSINGER, C., (2009), « Les conseils de quartier, un révélateur des difficultés d'émergence du nouveau « pouvoir consultatif », *Communication & Organisation*, n° 35, pp. 124 à 135.

BROUDOUX, E., (2011), « Le documentaire élargi au web », Dossier « Le(s) Multi- média(s) », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, n° 12/2, pp. 25 à 42.

CORDINA, P., FAYON, D., (2013), *Community management : fédérer des communautés sur les médias sociaux*, Pearson, Montreuil.

DEPREZ, P., *Collectivités territoriales et développement durable : contribution de technologies de l'information, et de la communication, à la dimension participative d'une politique publique. Lecture d'un projet cyberdémocratique issu d'une démarche d'Intelligence Territoriale*, Thèse de doctorat pour obtenir le grade de docteur en Sciences de l'Information et de la Communication, Université de Toulon, 2014.

DEPREZ, P., BERTACCHINI, Y., (2015), « L'usage du web par l'administration publique : un enjeu de positionnement sur les pratiques des internautes », *Communication & Organisation*, Vol. 47 [en ligne].

DUPUY, J-P., (2002), *Pour un catastrophisme éclairé*, Seuil, Paris

EPPLER, M.J., MENGIS, J., (2004) « The concept of information overload : A review of literature from organization science, accounting, marketing, MIS, and related disciplines », *The Information Society An International Journal*, 20(5), pp. 244 to 325.

ERTZSCHEID, O., GALLEZOT, G., BOUTIN, E., « Perspectives documentaires sur les moteurs de recherche : entre sérendipité et logiques marchandes », en ligne : http://halshs.archivesouvertes.fr/sic_00172169, 2007

FAURE, A., GLASSEY, O., LERESCHE, J-P. (2010), « Démocratie participative et Démocratie différentielle », *Pôle Sud*, n° 32, pp. 11 à 23.

FLUCHY, P., DAGIRAL, E., (2004) « L'administration électronique : une difficile mise en cohérence des

acteurs», *Revue française d'administration publique*, 2004/2 no 110, pp. 245 à 255.

GIDDENS, A., (1994), *Les conséquences de la modernité*, L'Harmattan, Paris.

PERRIN, G., *Coexistence des territoires : l'espace physique à l'épreuve du virtuel. Une approche relationnelle cybermétrique issue d'une démarche d'Intelligence Territoriale*, Thèse doctorale pour obtenir le grade de docteur en Sciences de l'Information et de la Communication, Université du Sud Toulon-Var, 2010.

HABIB, A., BALTZ, C., (2008), « Quelle information pour piloter le développement durable », *Documentaliste-Sciences de l'information*, Vol 45, pp. 4 à 13.

HERBAUX, Ph., BERTACCHINI, Y., « La rupture, un des corollaires de la vitesse. L'Intelligence Territoriale, une posture d'anticipation », Actes du Colloque sur les Systèmes d'information élaborée/TIC & Territoire : quels développements ?, *International Journal of Sciences for Decision Making*, n° 22, île Rousse 2005.

HURARD, M., (2011), *La participation citoyenne au développement durable à l'échelle locale en Europe*, Collection Working paper, Bruxelles.

IFRAH, L., (2010), *L'information et le renseignement par Internet*, P.U.F., Paris.

INAUDI, A., LIAUTARD, D., (2010), « De l'intérêt d'interroger les usages des ENT du point de vue de la médiation. Etude du dispositif correlyce, catalogue ouvert régional de ressources éditoriales pour les lycées. », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, n° 2, pp. 26 à 42.

JORDANA, J., NOFERINI, A., MOTA, F., (2012), « The role of social capital with policy networks. Evidence from EU cohesion policy in Spain », *International Journal of Administrative Sciences*, vol. 78 (4).

KNAUF, A., DAVID, A. (2004), « Vers une meilleure caractérisation des rôles et compétences de l'infomédiaire dans le processus d'intelligence économique », Actes du Colloque VSST'2004 Veille

stratégique scientifique & technologique, 25-29 octobre, Toulouse.

LAMIZET, B., (1998), *La médiation politique*, L'Harmattan, Paris.

LEVY, P., (1995), *L'intelligence collective : Pour une anthropologie du cyberspace*, La Découverte, Paris.

MAUREL, P., *Signes, données et représentations spatiales : des éléments de sens dans l'élaboration d'un projet de territoire intercommunal. Application au territoire de Thau*, Thèse doctorale pour obtenir le grade de docteur en Sciences de l'Information et de la Communication, Université du Sud Toulon Var, 2012.

MARCON, C., (2007), « Analyse de réseaux en intelligence économique : éléments pour une approche méthodologique », *Market Management*, 7 (4), pp. 110 à 134.

MARCON, C., MOINET, N., (2000), *La stratégie-réseau*, Edition ZéroHeure, Paris.

MAZEAUD, A., TALPIN, J., (2010), « Participer pour quoi faire ? Esquisse d'une sociologie de l'engagement dans les budgets participatifs. », *Sociologie*, Vol. 1, pp. 357-374.

MUCCHIELLI, A., (2001), *Les sciences de l'information et de la communication*, Hachette supérieur, 3e éditions, Paris.

POINSOT, T., DUPORT, F., CHAMPLOIX, S., JAPIOT, G., (2010), « Du collaboratif au social : l'avènement de la conversation », *Documentaliste-Sciences de l'information*, Vol. 47, pp. 26 à 37.

PONCIER, A., (2009), « La gestion de l'image de l'entreprise à l'ère du web 2.0 », *Revue internationale d'intelligence économique*, Vol 1, pp. 81 à 91.

SAJUS, B., (2009), « Est-ce que j'ai une tête de deuxpointzéro ? », *Documentaliste-Sciences de l'information*, Vol 46, pp. 30 à 31.

SCHWARTZ, E., (1992), « A generic model describing the complexification and autonomization of natural systems and its epistemological consequences ». 6th International Conference on

Systems Research Informatics and Cybernetics,
Baden-Baden.

UBALDI, B., (2013), « L'administration électronique, support de l'innovation dans les services publics », *revue française d'administration publique*, n° 146, pp 449-464.

VANBREMEERSCH, N., (2009), *De la démocratie numérique*, Le Seuil, Paris.

WOJCIK, S., *Délibération électronique et démocratie locale: le cas des forums municipaux des régions Aquitaine, Languedoc-Roussillon et Midi-Pyrénées*, Thèse pour le doctorat de Science politique, Université des sciences sociales de Toulouse 1, 2005.