

**CAP'  
COM**

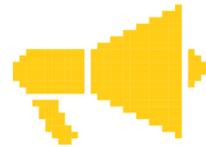
**36<sup>e</sup> FORUM**  
de la communication  
publique et territoriale

**10 11 12**  
DECEMBRE

**2024**

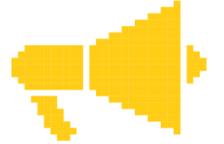
**Lille**

**DÉ  
CODER  
LA COM**



## CONFÉRENCE HOP

Des idées pour renforcer  
sa com numérique



## Animé par :



- Annabelle Bendel  
Agence Pan !

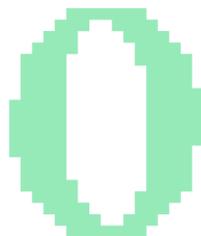
## Avec :



- Franck Confino  
Observatoire de la  
#compublique numérique

## Et les organismes témoins

- Pierre Leduc  
Directeur adjoint de la communication de **la ville de Dieppe**
- Florent Marty  
Community manager de **la ville de Marseillan**
- Laurent Riera  
Directeur de la communication de **la ville et métropole de Rennes**
- Benjamin Teitgen  
Directeur de la communication du **département d'Ille-et-Vilaine**



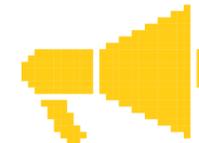
CHAPITRE



# L'Observatoire de la #compublique numérique



**Franck Confino**



OBSERVATOIRE #COM PUBLIQUE NUMÉRIQUE

- À la une
- Veille
- Ressources
- Ressources
- Analyse
- Tops
- Podcasts
- Cartographie
- Fichiers
- Services

Premier laboratoire d'intelligence collective en communication publique numérique

ESPACE MEMBRE

#SOCIALMEDIA



### ★ Hashtags d'or : comment réussir sa communication publique sur TikTok

TikTok s'impose comme un canal incontournable pour toucher les jeunes. Pourtant, peu de collectivités osent encore s'y aventurer. Les lauréats des Hashtags d'or 2024 montrent la voie. Sur 150 candidatures dans la catégorie TikTok, 28 ont été récompensées. Parmi elles, quatre se sont distinguées en remportant un Hashtag d'or : les départements de...

LIRE LA SUITE

## À LA UNE

#STRATÉGIES
#FRANCKCONFINDO
#FACEBOOK

#INSTAGRAM
#SOCIALMEDIA



**#HASHTAGS**  
 🏆 Hashtags 2024 : quelles sont les meilleures collectivités sur TikTok, le web et les médias sociaux ?



**#HASHTAGS**  
 🏆 Hashtags 2024 : les nominés (attention, cet article risque de vous inspirer)



**#LELAB**  
 [Le Lab] L'intelligence collective...



**#LELAB**  
 🌟 On en a rêvé, le Lab l'a fait !









OBSERVATOIRE #COM PUBLIQUE NUMÉRIQUE

- À la une
- Veille
- Ressources
- Ressources
- Analyse
- Tops
- Podcasts
- Cartographie
- Fichiers
- Services

ESPACE MEMBRE

#PATRIGERAZET

### 🔒 Les communes sur TikTok : état des lieux

Quelles sont les communes présentes sur TikTok ? Quand postent-elles et pour dire quoi ? Découvrez notre Tour de France des communes qui performant sur TikTok !

Publié le 06/12/2022, Mis à jour le 18/06/2024 — Lecture 8 minutes

🌟 Article réservé aux membres
Se connecter





Quelles sont les communes présentes sur TikTok ? Quand postent-elles et pour dire quoi ? Découvrez notre Tour de France des communes qui ont fait de TikTok leur nouveau terrain de jeux !

Inlassablement, ma veille quotidienne me le dit : TikTok est le réseau qui monte. Avec plus de 3,7 milliards

OBSERVATOIRE #COM PUBLIQUE NUMÉRIQUE

- À la une
- Veille
- Ressources
- Ressources
- Analyse
- Tops
- Podcasts
- Cartographie
- Fichiers
- Services

## NOUS AVONS RECENSÉ...



**16143**  
Sites Internet



**3518**  
Membres inscrits



**812**  
Actions dans le Hall of Fame



**10** comptes X



**1433** chaînes YOUTUBE



**1422** comptes INSTAGRAM



**780** pages LINKEDIN



**205** chaînes VIMEO



**152** comptes TIKTOK



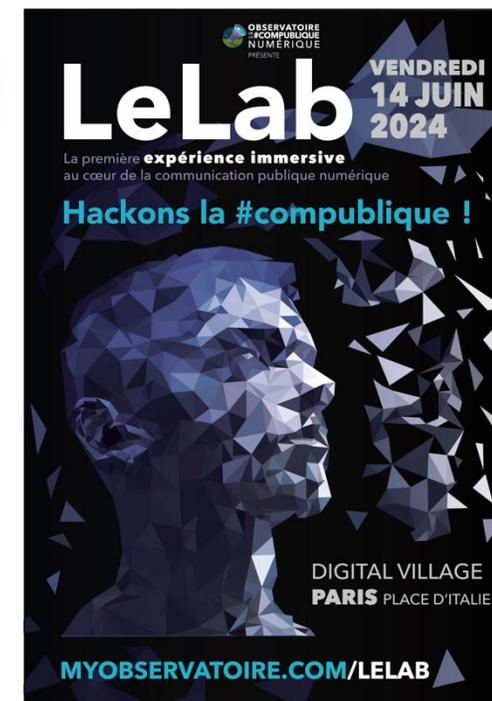
**46** comptes PINTEREST



**46** comptes SNAPCHAT



OBSERVATOIRE DE LA #COMPUBLIQUE NUMÉRIQUE





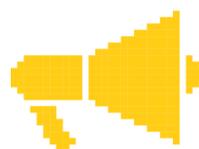
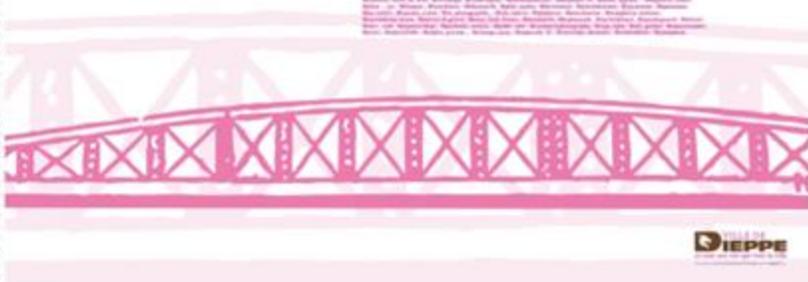
# #MonPontColbert

## D'un concours photos sur Instagram à une exposition participative

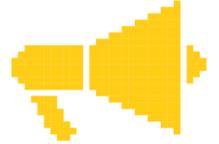
concours  
photographique

#mon  
**Pont  
COLBERT**

D'une rive à l'autre du Pollet, il a toujours été sous les flashes des projecteurs. Ceux des photographes, amateurs ou professionnels, de Dieppe ou d'ailleurs. « Il », c'est évidemment le pont Colbert, l'émblématique, l'incoutournable, l'identitaire pont, dont le classement en tant que monument historique en 2020 avait été obtenu grâce à une forte mobilisation populaire. Son mécanisme hydraulique et sa rotation latérale unique en Europe interpellent, son histoire longue de bientôt cent trente-cinq ans passionne, son design type Eiffel, notamment avec ses crois de Saint-André, émerveille, sa traversée, piétonne ou automobile, surprend... Quant à elle, sa dépose début février 2024 a ébahi et même ému toute une ville. En anticipation de sa disparition momentanée dans le paysage urbain, le service Communication de la Ville de Dieppe a lancé en novembre 2023 le concours photos #MonPontColbert sur Instagram avec pour objectif de matérialiser une exposition participative. Sur ce réseau social qui fait la part belle aux images, le pont était déjà l'une des cartes postales dieppoises les plus publiées. Jusqu'à son transfert sur le cours de Dakar où le pont de fer va être restauré pendant quinze mois, des instagrammeurs qui suivent le compte @villedeDieppe l'ont ainsi de nouveau capturé dans leur boîtier ou dans leur smartphone. Certains ont même ressorti des archives. En trois mois, 54 personnes ont participé à ce concours qui recense 201 clichés au total. Un jury a, ensuite, sélectionné 15 photographes. Le pont qui tourne y est ici représenté sous diverses sensibilités, températures, angles, plans, lumières... Avec ou sans filtre. Avec passion et talent.



**Pierre Leduc**  
Directeur adjoint de la communication  
Ville de Dieppe

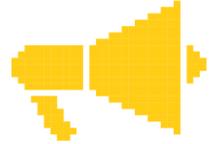


# Pourquoi ce dispositif #MonPontColbert

## ■ Inscription dans un projet majeur d'aménagement urbain

- Dépose en février 2024, pour une rénovation d'une durée de dix-huit mois, d'un pont classé Monument historique en 2020
- Un programme d'actions culturelles "Année Pollet 2024"
- Une démarche municipale de démocratie locale

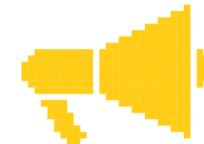




## Les objectifs

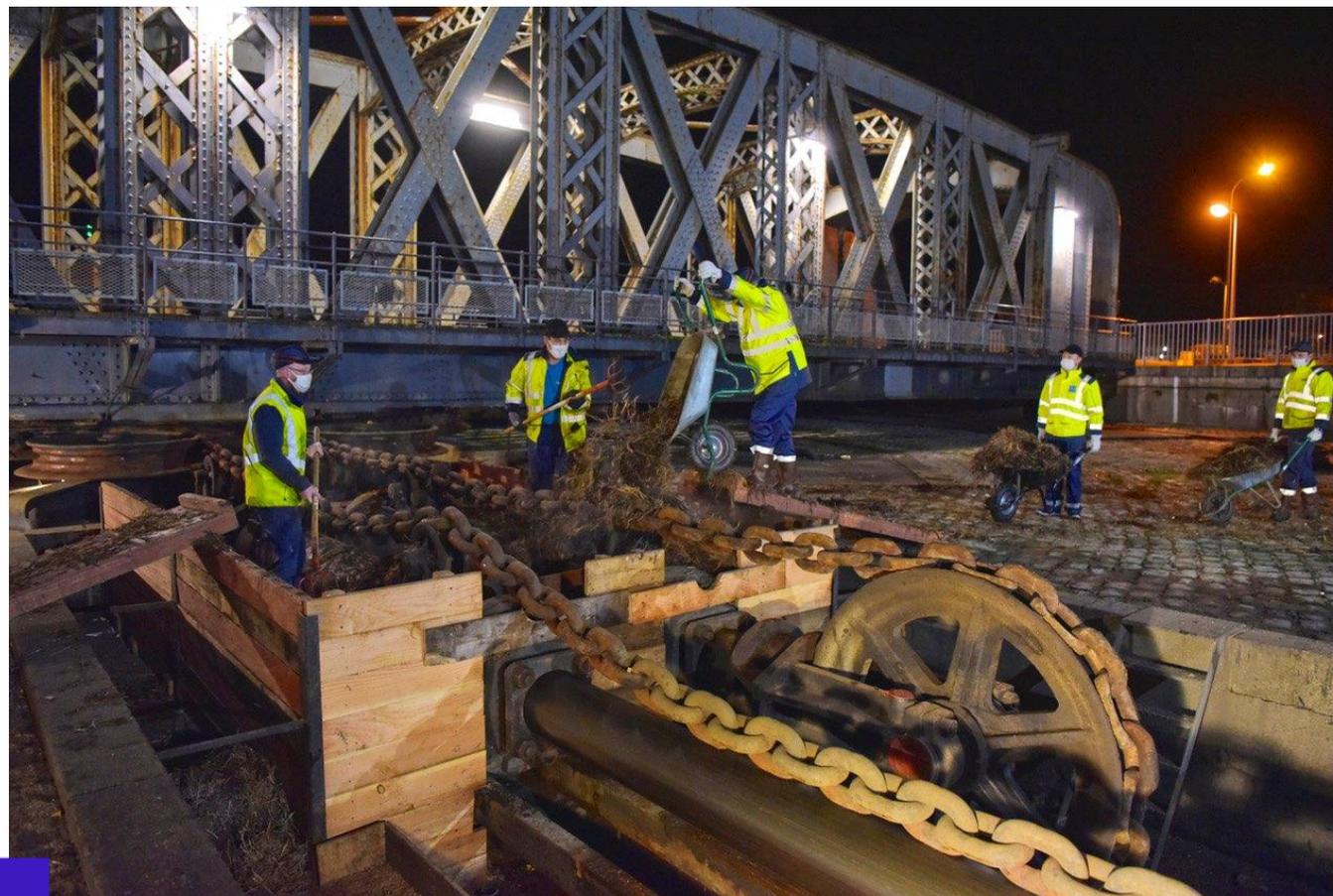
- Faire participer à une action fédératrice en lien avec la restauration du pont
- Renforcer l'identité locale sur un élément-phare du patrimoine dieppois
- Redynamiser Le Pollet, quartier historique des pêcheurs, isolé par la dépose du pont
- Faire vivre et développer la communauté de followers (13,7 K) du compte Instagram @villdededieppe

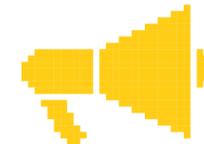




## Les mots clés de l'action

- Implication
- Identité locale
- Partage
- Valorisation



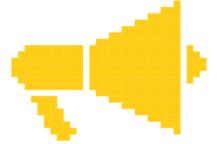


# Passer du virtuel au réel

Le parti-pris stratégique

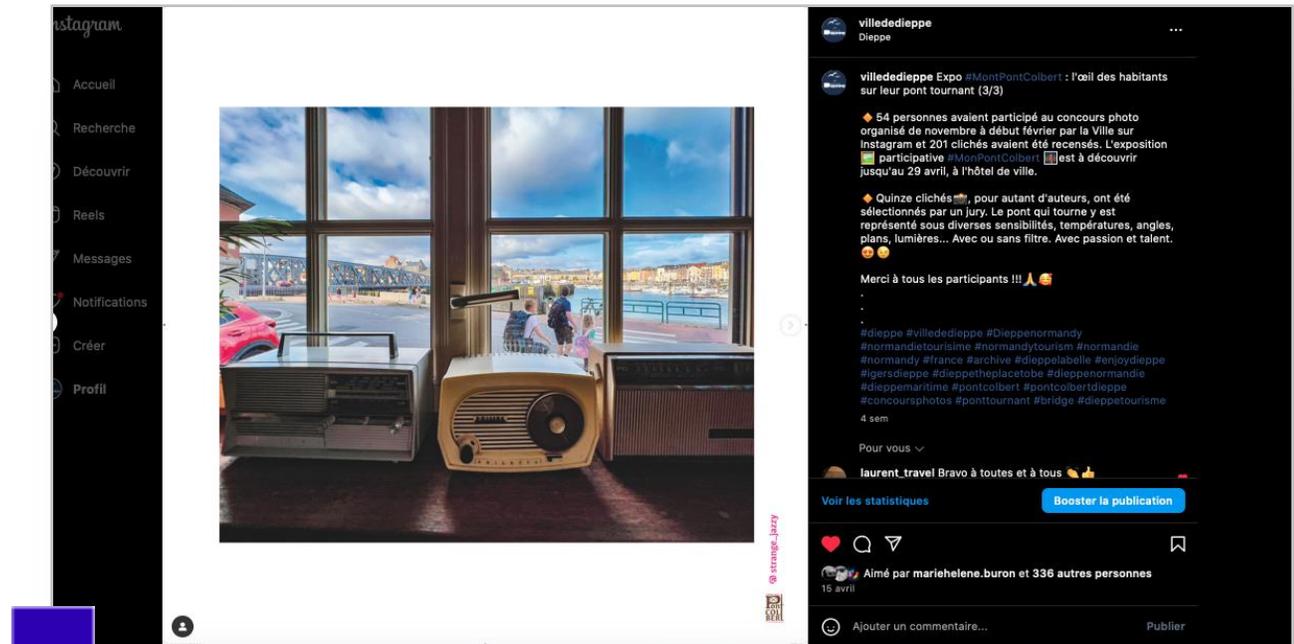
- Un concours photos ouvert à tous sur Instagram en invitant nos followers à partager une ou des images de “leur” pont
- Une exposition mobile dans plusieurs lieux publics.

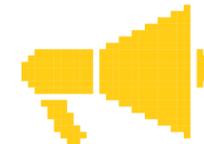




# L'organisation

- De début novembre 2023 à début février 2024 : lancement du concours photos Insta
- Mars/avril 2024 : Jury interne pour sélectionner 15 images, puis création de l'exposition
- 11 au 29 avril 2024 : exposition des Dibond sur les grilles à l'hôtel de ville. Vernissage en présence de participants
- 5 mai 2024 : Exposition sur le stand de la ville lors de la Braderie du Pollet
- Septembre 2024 : Exposition sur gabions dans l'espace public au Pollet et sur la presqu'île du Pollet

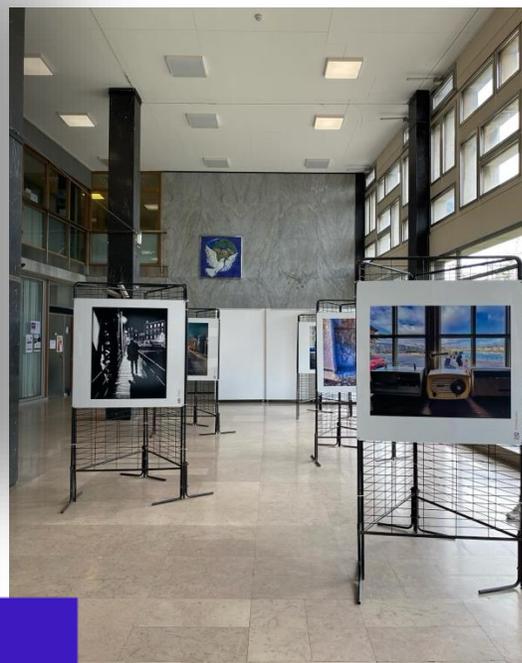




## Exposition lors de la Braderie du Pollet



## Exposition à l'hôtel de ville



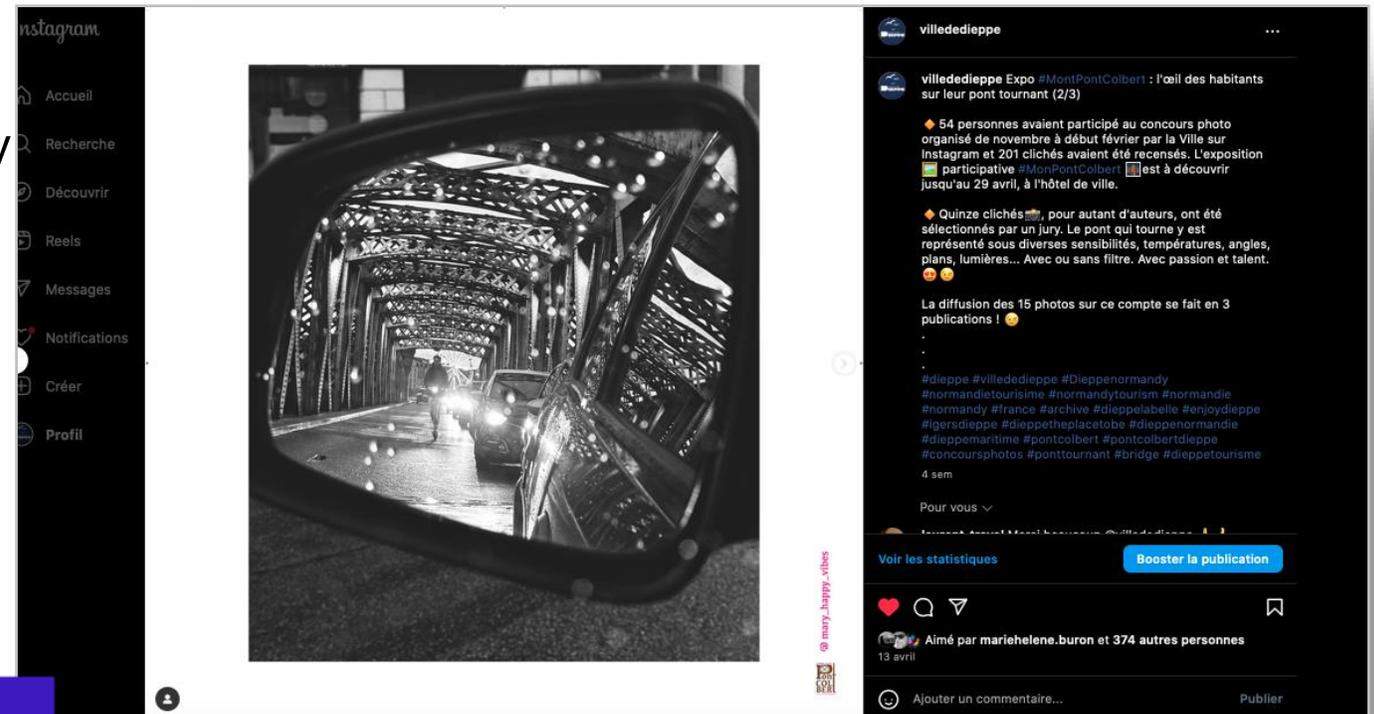
## Exposition sur gabions au Pollet (depuis septembre)

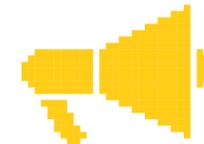




# Les moyens

- Ensemble de l'équipe du service communication : rédacteurs, community manager, photographes, graphistes, reprographes
- Impression Dibond prise en charge par le service
- Installation sur gabions au Pollet par les agents du service logistique





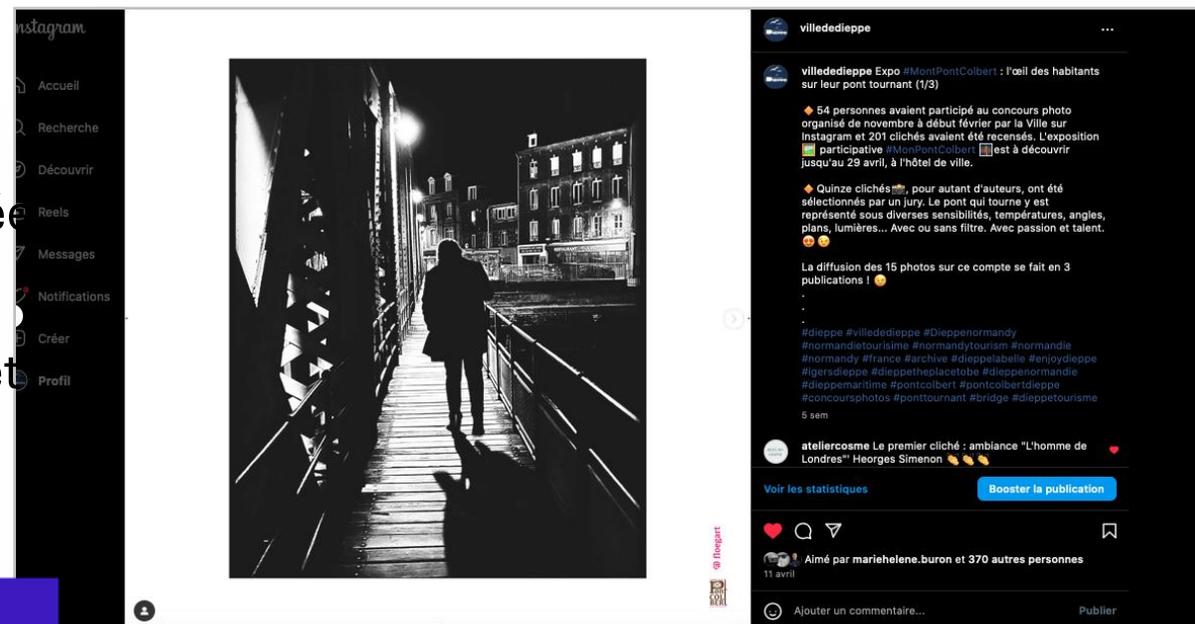
## Ce qui a marché

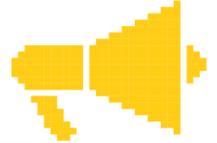
201 clichés recensés pour 54 participants

- Enthousiasme général sur la démarche
- Belle implication de photographes amateurs
- Création d'une exposition concrète fort appréciée
- Diversité de photos recensées
- Intégration réussie dans l'espace public au Pollet

## Pourquoi ça a marché

- Rapport affectif des Dieppois à leur pont
- Taux de couverture des publications Instagram





# Les leviers d'amélioration

- Améliorer l'appel à participation sur Instagram (usage de stories/ reels...)
- Impliquer davantage des institutions partenaires (office de tourisme, notamment)
- Mieux assurer le suivi et la couverture presse
- Faire voter les followers
- Assurer la pérennité et l'itinérance de l'expo sur le quartier du Pollet
- Relancer un concours avec le pont restauré, ayant repris sa place initiale

**Ville de Dieppe**  
Publié par Pierre Leduc  
12 octobre

#DémocratieLocale / Le projet #MonPontColbert récompensé ! 🎉

♦ Il a reçu, hier, un #Hashtag2024 de bronze 🏆 (catégorie "Participation des agents et des citoyens") lors des "Rencontres nationales de la communication numérique" organisées par Cap'Com.

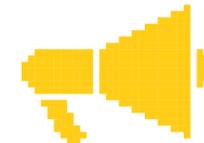
♦ Merci au jury de l'Observatoire de la #compublique numérique d'avoir retenu et valorisé le concours photos sur le réseau social Instagram devenu exposition dans l'espace public ! 🙌

♦ Ce prix honore le service Communication de la Ville, mais surtout les 54 participants au concours photo, et en particulier les 15 lauréats 🏆, tous attachés à leur pont tournant, en cours de rénovation 🚧 cours de Dakar.

Plus d'infos : <https://urls.fr/IVmAht>.

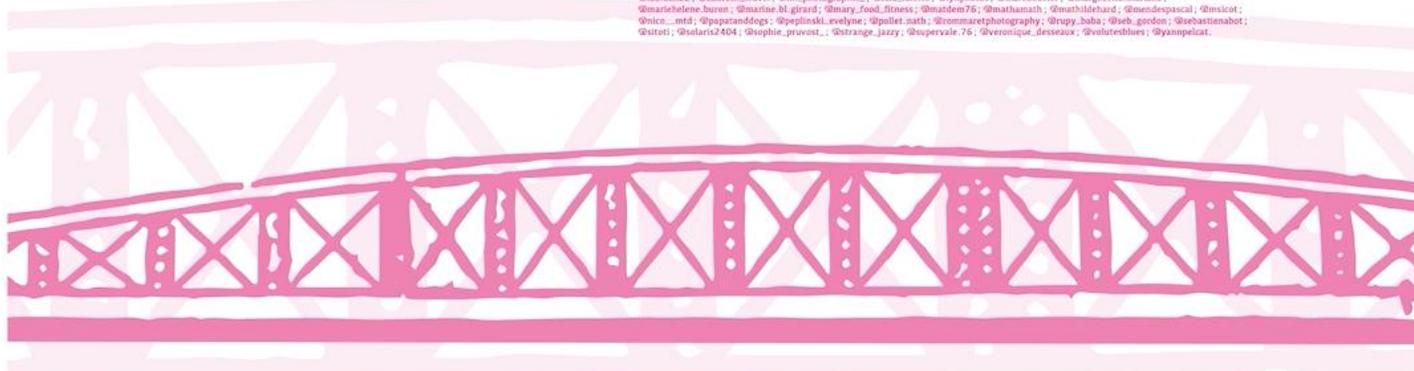
Photo : @nico\_\_mtd (lauréat)



concours  
photographique# mon —  
Pont  
COLBERT

D'une rive à l'autre du Pollet, il a toujours été sous les flashes des projecteurs. Ceux des photographes, amateurs ou professionnels, de Dieppe ou d'ailleurs. « Il », c'est évidemment le pont Colbert, l'emblématique, l'incontournable, l'identitaire pont, dont le classement en tant que monument historique en 2020 avait été obtenu grâce à une forte mobilisation populaire. Son mécanisme hydraulique et sa rotation latérale unique en Europe interpellent, son histoire longue de bientôt cent trente-cinq ans passionne, son design type Eiffel, notamment avec ses croix de Saint-André, émerveille, sa traversée, piétonne ou automobile, surprend... Quant à elle, sa dépose début février 2024 a ébahi et même ému toute une ville. En anticipation de sa disparition momentanée dans le paysage urbain, le service Communication de la Ville de Dieppe a lancé en novembre 2023 le concours photos #MonPontColbert sur Instagram avec pour objectif de matérialiser une exposition participative. Sur ce réseau social qui fait la part belle aux images, le pont était déjà l'une des cartes postales dieppoises les plus publiées. Jusqu'à son transfert sur le cours de Dakar où le pont de fer va être restauré pendant quinze mois, des instagrameurs qui suivent le compte @villedeDieppe l'ont ainsi de nouveau capturé dans leur boîtier ou dans leur smartphone. Certains ont même ressorti des archives. En trois mois, 54 personnes ont participé à ce concours qui recense 201 clichés au total. Un jury a, ensuite, sélectionné 15 photographies. Le pont qui tourne y est ici représenté sous diverses sensibilités, températures, angles, plans, lumières... Avec ou sans filtre. Avec passion et talent.

Les participants : @alexnikam ; @almapa76 ; @ana\_dj\_d ; @anothery ; @baroudouvenemmande ; @boislevest76 ; @ggroony ; @chatterle\_oeuvre\_de\_dine ; @chrisswajd ; @creativaaane ; @danslesyeux2sev ; @deeptown\_dt ; @didier\_jegrand ; @dipontch\_colors ; @elliot\_snr ; @flegart ; @francklorin ; @thomas76 ; @gillet.sophie ; @bervereaux ; @iamwildstrand ; @jocycerouen ; @kptureone ; @lau\_bzh22 ; @laurent\_travel ; @lm\_photographie ; @lola\_juliette ; @lylphotos ; @marchoovier ; @margherita.mariano ; @maricholeme.bavres ; @marion\_n.girard ; @mary\_food\_fitness ; @mazden76 ; @mathanash ; @mathildehard ; @sandrepscail ; @msicot ; @nico\_mtd ; @papatandogs ; @peplinski\_evelyne ; @pollet.math ; @rommaretphotography ; @rupy\_baba ; @seb\_gordon ; @sebastienhot ; @sitoti ; @solaris2404 ; @sophie\_pruvost ; @strange\_jazzy ; @supervale.76 ; @veronique\_desseaux ; @voluteshlures ; @yannpelcat.



FIN.

**CAP'  
COM**

**36<sup>e</sup> FORUM**  
de la communication  
publique et territoriale

10-11-12 décembre 2024



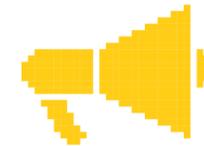
# ISTORIA MARSEILLAN

## Istoria Marseillan

Les podcast de l'histoire  
de la ville de Marseillan

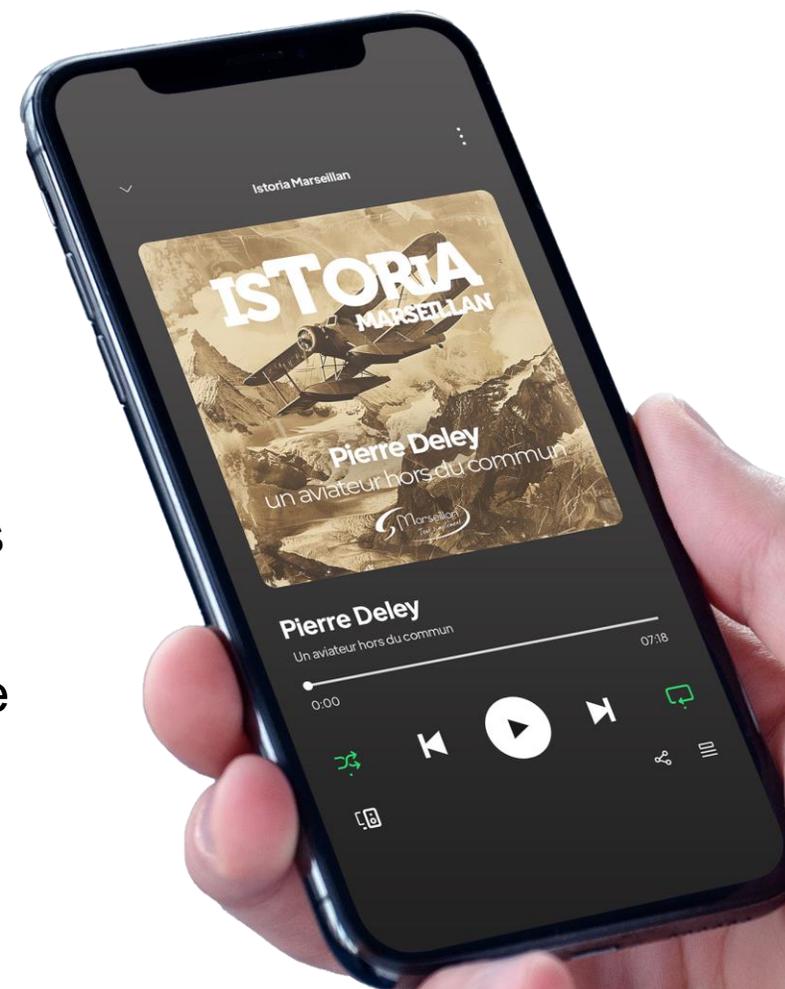


**Florent Marty**  
Community manager  
Ville de Marseillan



## Istoria Marseillan : Le podcast qui raconte notre ville

- Marseillan, ville au patrimoine riche mais souvent méconnu, souhaite valoriser son histoire à travers des outils modernes.
- Avec l'essor des podcasts, ce format s'impose comme un moyen idéal pour toucher les jeunes (18-35 ans).
- Créer un support pédagogique.
- Renforcer le lien des habitants avec leur commune.
- Attirer un public extérieur, notamment les touristes, grâce à un format innovant et facilement accessible.



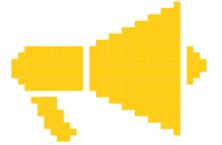


# Istoria Marseillan : Le podcast qui raconte notre ville

## Les objectifs principaux

- Faire découvrir ou redécouvrir l'histoire locale
- Moderniser la communication municipale
- Créer un lien intergénérationnel et éducatif pour transmettre l'histoire locale.
- Développer l'attractivité touristique





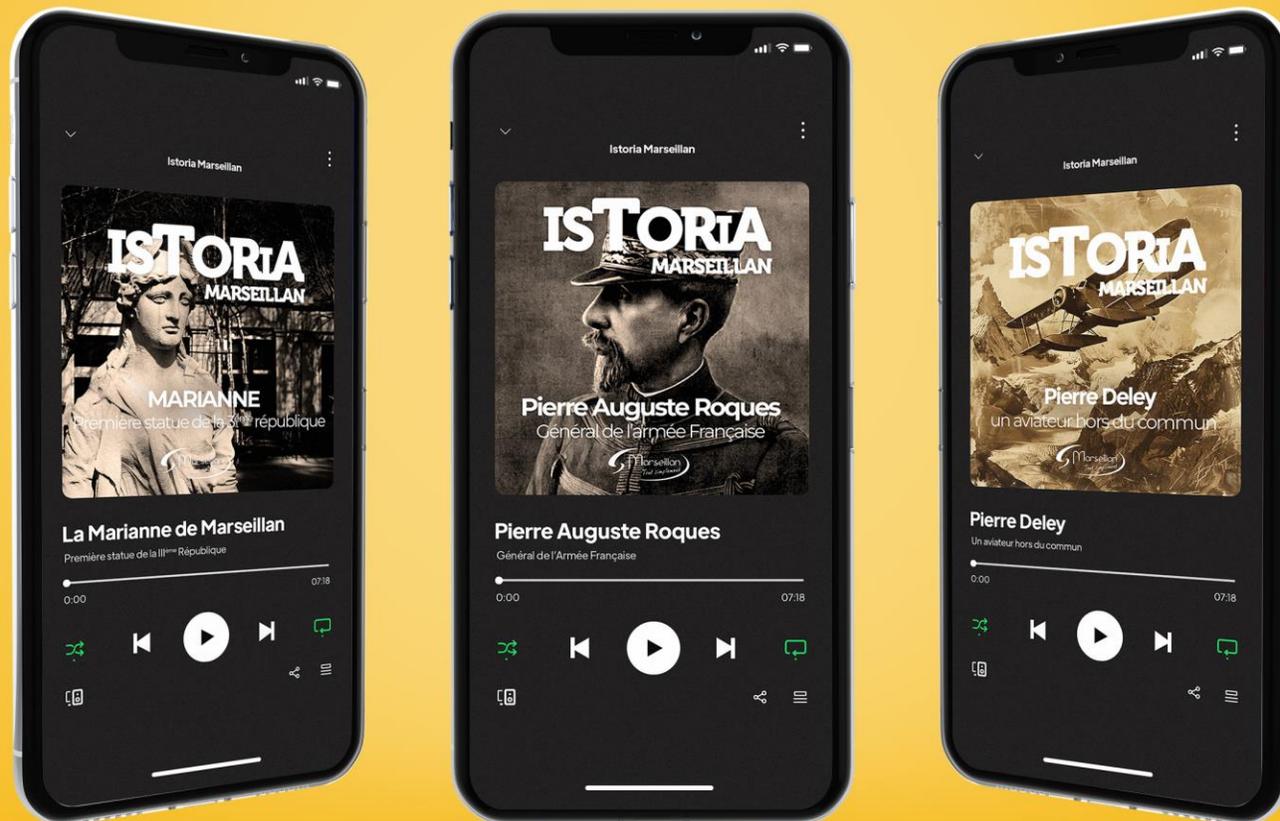
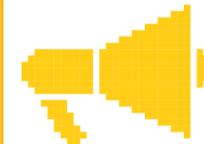
# Istoria Marseillan : Un projet réfléchi et bien accueilli

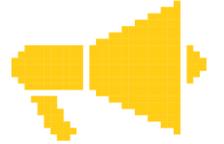
## Partis pris stratégiques :

- Approche immersive avec une narration vivante et des sons d'ambiance.
- Accessibilité sur les plateformes majeures (Spotify, Apple Podcasts, Deezer) et site web.

## Organisation et moyens :

- Équipe projet : Service communication, historiens locaux, radio locale pour la technique.
- Phases : Recherche, rédaction, enregistrement, montage audio.
- Ressources : Budget optimisé grâce à des moyens internes et des collaborations locales.  
Le coût technique (enregistrement, montage et diffusion) est d'environ 950 € / épisode.





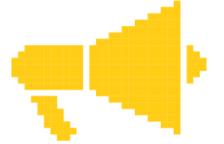
## Un impact prometteur pour Istorica Marseillan

**800**  
**ÉCOUTES**  
**PAR ÉPISODE**

**675**  
**AUDITEURS**  
**UNIQUES**

**4**  
**ÉPISODES**  
**PAR AN**

- Un bon démarrage, mais un besoin d'encourager la fidélisation.
- Retours positifs des habitants sur les réseaux sociaux, des agents et des élus.
- Adoption par les écoles comme support pédagogique pour transmettre l'histoire locale.
- La narration immersive et les thèmes historiques locaux captivent l'audience, mais il est essentiel de maintenir l'intérêt par une diffusion régulière et des actions ciblées pour fidéliser les auditeurs.



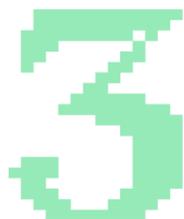
## Faire évoluer Istoria Marseillan

- Introduire des formats participatifs (Q&A, témoignages d'habitants).
- Installer des panneaux QR codes dans les lieux historiques : panneaux intégrés au parcours patrimonial de la ville, permettant un accès direct aux épisodes liés aux sites concernés.
- Intégrer des épisodes en langues étrangères pour les touristes.
- Explorer des thèmes originaux comme le patrimoine naturel ou des anecdotes insolites.

## Perspectives :

- Expérience multimédia : Ajouter des cartes interactives liées aux épisodes .
- Événements culturels : Organiser des écoutes publiques ou des ateliers autour de l'histoire locale.
- Suivi des audiences : Collecter et analyser davantage de données pour affiner contenus et impact.

FIN.



CHAPITRE



**comnum.rennes.fr**

L'espace de coopération pour une  
communication numérique +  
**soutenable** de la Ville et de la  
Métropole de Rennes



**Laurent Riéra**

Directeur de la communication  
Ville de Rennes et Rennes Métropole



## Une démarche de communication responsable

- **Contexte** : cadrage politique (pour chaque projet : »Est-il socialement juste et bon pour la planète") et administratif (*Shift project* / Défi écologique / Trèfle).
- **Méthode globale** : réinterroger collectivement toutes les pratiques et outils : print / événementiel / web (site et réseaux) / journalisme de solution, sobriété éditoriale (écriture égalitaire)
- **Faire système** : acculturation et bonnes pratiques
  - localement, via des conférences
  - plus largement : site [comnum.rennes.fr](http://comnum.rennes.fr) (démarche relayée par Cap'Com, l'Ademe, la Dinum, l'Inet et le CNFPT).



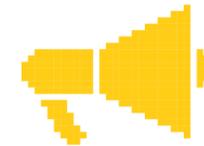
# Un site pour une communication numérique soutenable

- **Groupe de travail sur la sobriété numérique** : créé en 2022 par la direction de la communication de Rennes Ville et Métropole et des Champs Libres : analyse du cycle de vie de tous nos outils et d'une campagne de communication
- **Objectif du site** : centraliser et partager les travaux du groupe de travail pour une communication numérique écoresponsable
- **Contenu** : bilans, stratégies, retours d'expérience, cahiers des charges et documents divers pour promouvoir une communication numérique moins impactante sur le plan environnemental.

**CAP'  
COM**

**36<sup>e</sup> FORUM**  
de la communication  
publique et territoriale

10-11-12 décembre 2024



<https://comnum.rennes.fr>

**SERVEZ-VOUS !**

# Bienvenue sur cet espace de coopération dédié à **une communication numérique plus soutenable**

Le travail mené dans le cadre de ce groupe de travail a vocation, au-delà de la construction d'une feuille de route à l'échelle de Rennes Métropole, de partager une méthode de travail et des réflexions pour construire une communication publique en biens communs dans un contexte de transitions.

Contactez-nous

[En savoir plus](#)



## Le bilan environnemental d'une campagne de communication numérique

15 octobre 2024

Contenus Mesure

## Lancement du nouveau site web des Champs Libres

12 septembre 2024

Hébergement Intérêt général Accessibilité Eco-conception Marchés publics

## Nous avons testé l'auto évaluation du RGENS

26 août 2024

Eco-conception Mesure

## Happy hour sobriété numérique à la com'

18 avril 2024

## Bilan environnemental de nos services numériques & campagne de communication

5 avril 2024

Contenus Mesure

## Faire évoluer sa communication vers la sobriété numérique

27 février 2024

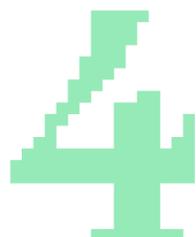
UI / UX



## Un site éco-conçu, ouvert et accessible

- **Écoconception** : site 100% statique et léger (contenus optimisés), en open source, hébergé de manière alternative pour une empreinte réduite (aucun data center mais de vieux ordinateurs reconditionnés et à domicile)
- **Un site rétro compatible**, assurant une durabilité et une accessibilité maximales aux utilisateurs.
- **Accès et partage** : documents sous licence *Creative Commons*, permettant libre usage et enrichissement des contenus dans une logique de biens communs.

FIN.



CHAPITRE



# Qui suis-je

Le film institutionnel du  
département de Seine-  
Maritime



**Benjamin Teitgen**

Directeur de la communication  
Département d'Ille et Vilaine

## La problématique

*Quand on agit en proximité  
et qu'on est utiles au quotidien  
(inclusion, solidarités, collèges,  
routes...)*

*... mais que personne  
ne sait ce qu'on fait*



**Bon alors,  
qu'est-ce qu'on fait  
?**



Se mettre en  
boule et pleurer  
dans notre coin

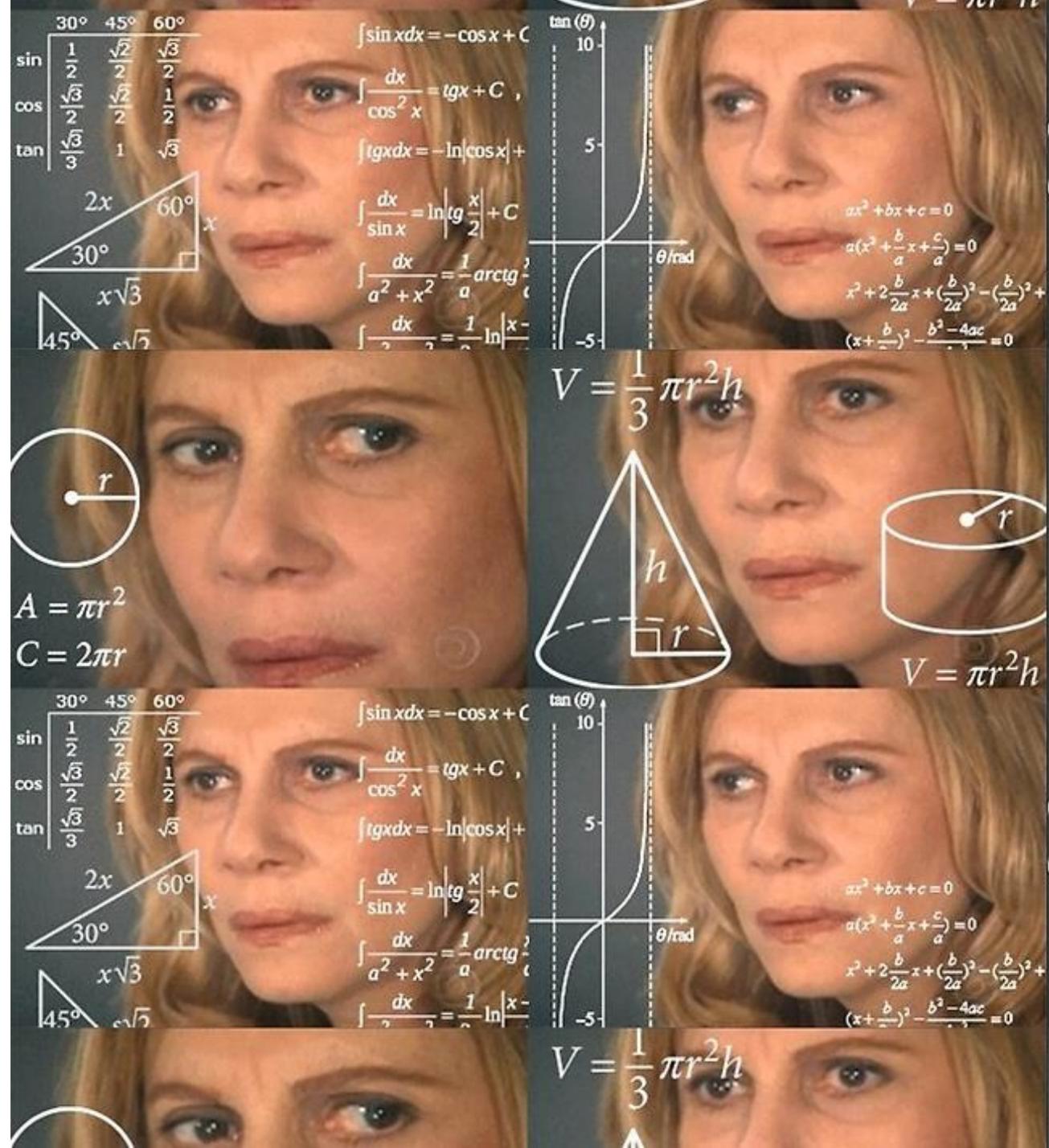


Faire une vidéo  
pour mettre  
en scène  
ce paradoxe...  
et dire  
ce qu'on fait  
pour vous



Fission  
Nucléaire

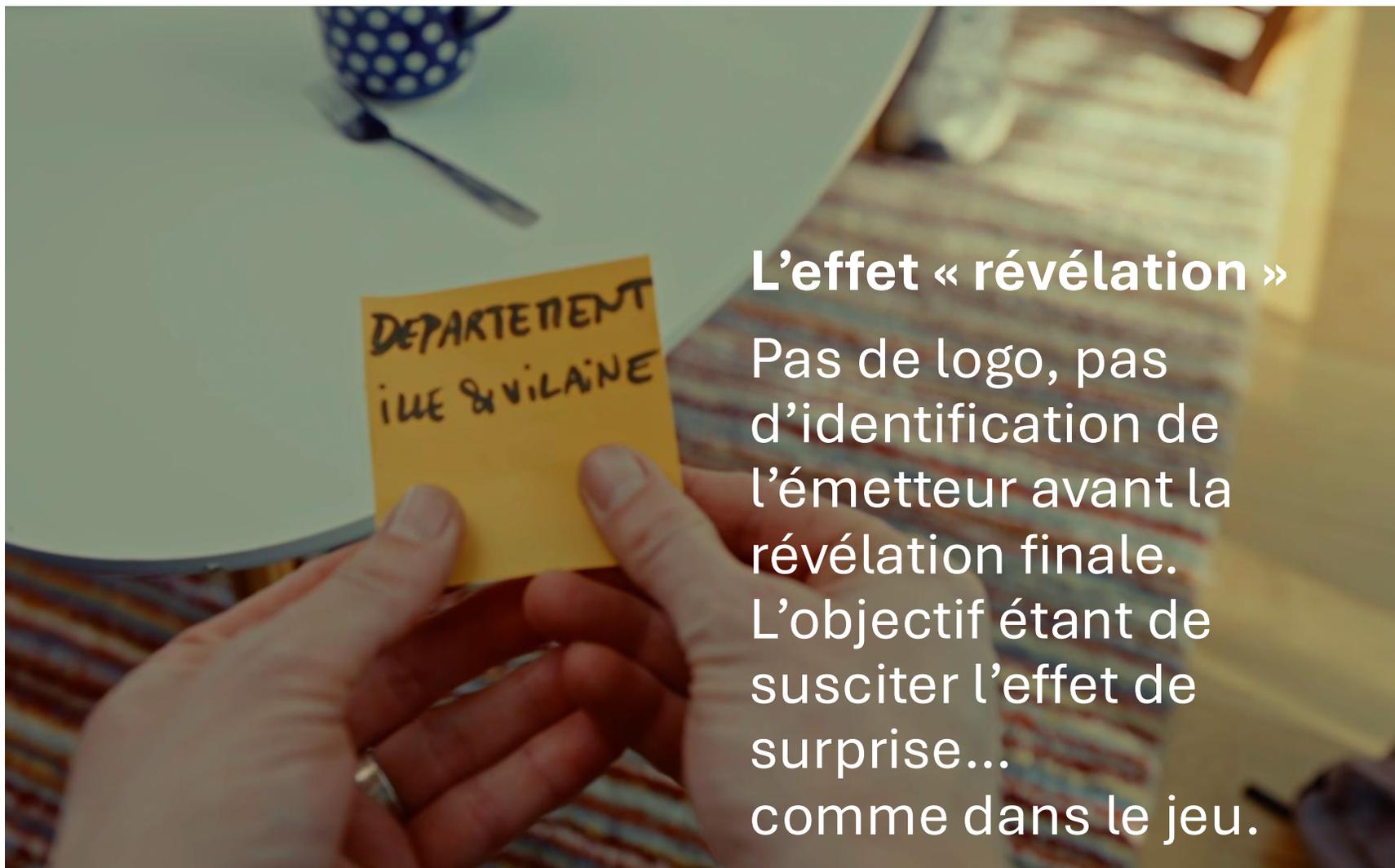
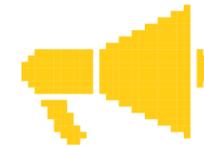
# Les parti-pris stratégiques



**L'humour** : dépoussiérer un peu l'image des départements...

**Le point de vue « usagers »** : les services publics, ce sont les bénéficiaires qui en parlent le mieux

**Le tournage « POV »** pour renforcer l'implication du spectateur



## L'effet « révélation »

Pas de logo, pas d'identification de l'émetteur avant la révélation finale. L'objectif étant de susciter l'effet de surprise... comme dans le jeu.

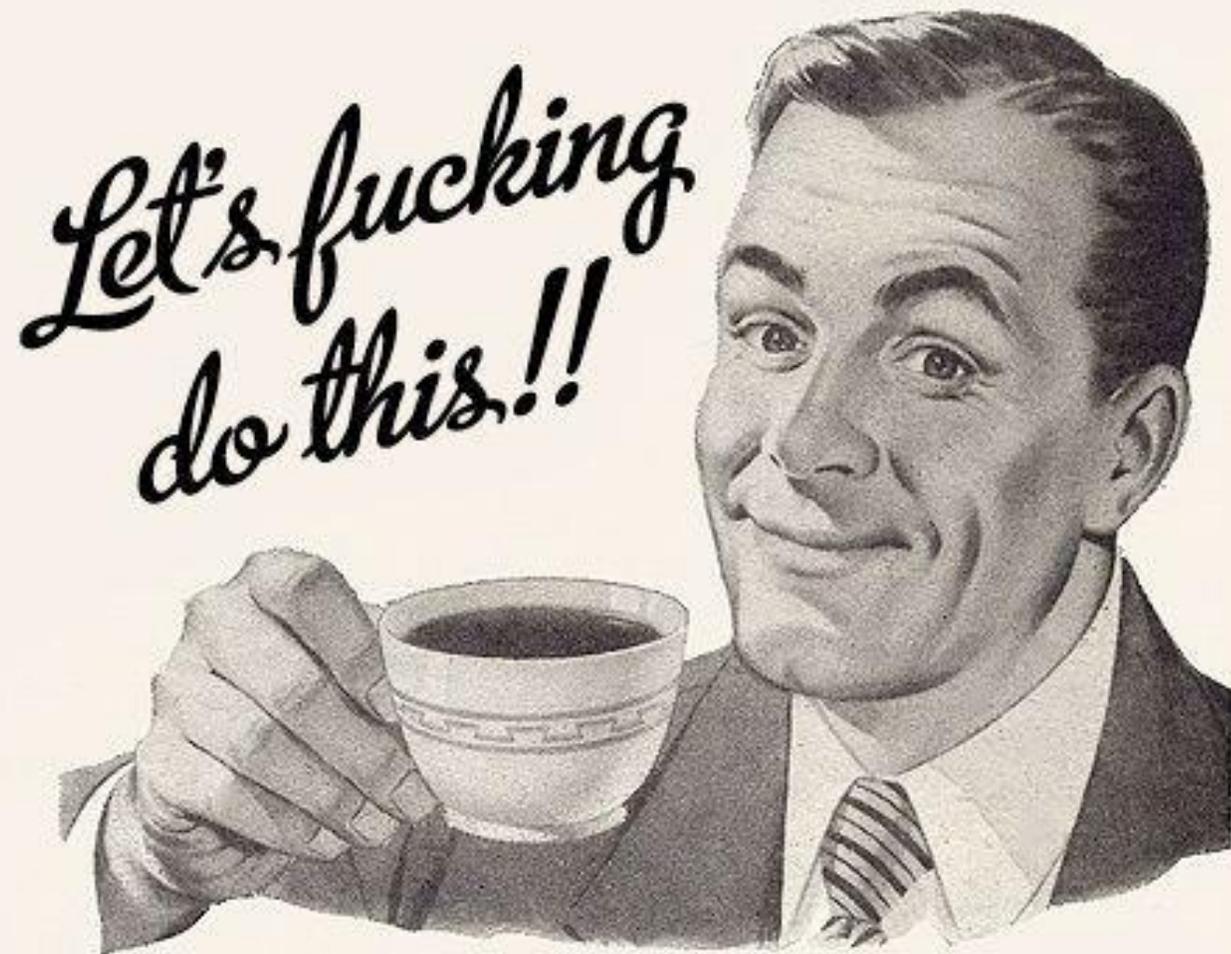
**CAP'  
COM**

**36<sup>e</sup> FORUM**  
de la communication  
publique et territoriale

10-11-12 décembre 2024

# La réalisation et les résultats

# ALRIGHT



*Une agence vidéo : Sequens*

*Un effort particulier sur la technique  
et la production*



*Des comédiens  
professionnels*

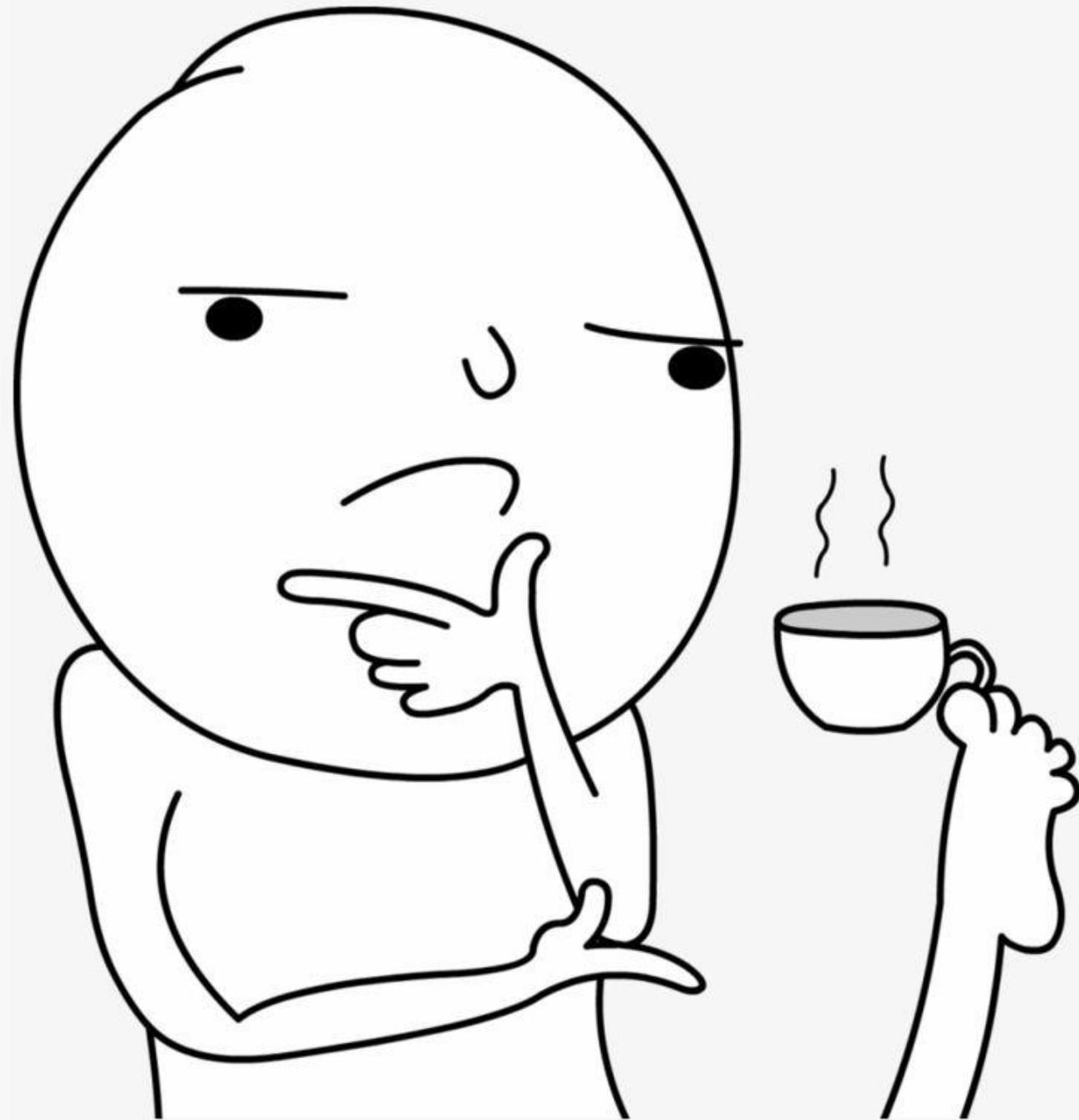




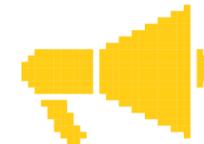
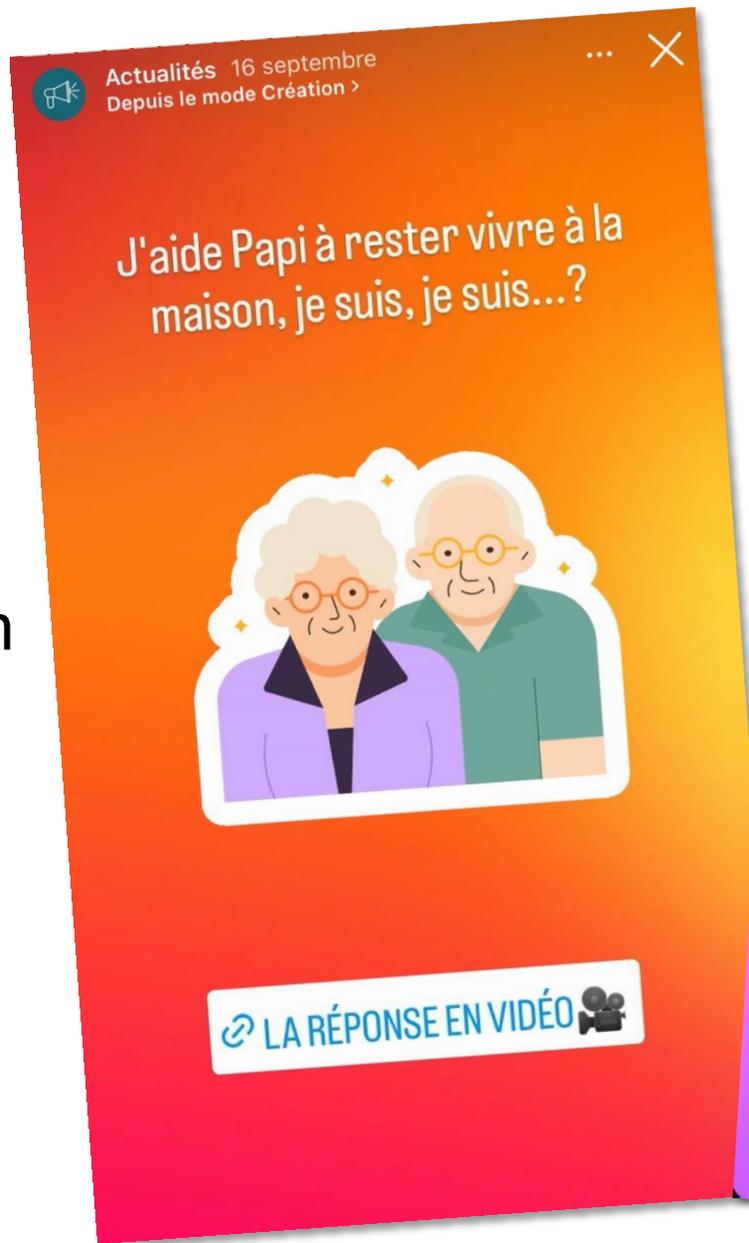
- Diffusion réseaux sociaux :  
250 000 vues.  
Gros succès de YouTube et  
LinkedIn.  
Succès mitigé sur Facebook.  
Flop sur X

- Diffusion dans le réseau de  
cinémas associatifs d'Ille-et-  
Vilaine.  
Plusieurs centaines de milliers  
de spectateurs (estimation)

**Et ensuite...  
comment  
décliner  
le concept  
« qui suis-je ? »**



■ Stories Instagram



## ■ Carte de vœux



Je construis  
des pistes cyclables



Je protège  
les enfants en danger



J'entretiens  
4 600 km de routes



J'accompagne  
les projets de votre commune



Je préserve  
les espaces naturels



J'éveille  
les papilles des collégien-nes



J'accompagne  
le retour à l'emploi

### Je suis...

... le Département  
d'Ille-et-Vilaine  
et ses 4 250 agents  
à votre service  
au quotidien



Je fais bouger  
vos enfants



Je vous recrute



Je construis des collèges,  
des Centres départementaux  
d'action sociale,  
des centres d'incendie  
et de secours

Le Président  
**Jean-Luc Chenut**  
& le Conseil départemental  
d'Ille-et-Vilaine  
vous présentent leurs  
meilleurs vœux  
pour l'année  
**2025**

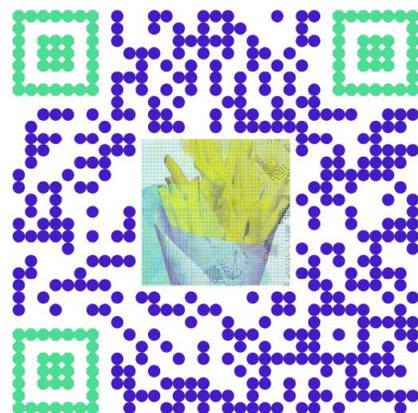
FIN.

**CAP'  
COM**

**36<sup>e</sup> FORUM**  
de la communication  
publique et territoriale

10-11-12 décembre 2024

**L'appli du Forum est de retour !**



Retrouvez-nous sur  
**capcom.org**

Echanger sur  
**#capcom24**

# CAP'COM

## 36<sup>e</sup> FORUM de la communication publique et territoriale

10-11-12 décembre 2024

### LES COLLECTIVITÉS ET ORGANISMES DU TERRITOIRE D'ACCUEIL



### LES INSTITUTIONS PUBLIQUES NATIONALES ET EUROPÉENNES



### LES PARTENAIRES PROFESSIONNELS



### LES RÉSEAUX LOCAUX, NATIONAUX ET INTERNATIONAUX



### LES PARTENAIRES MÉDIAS

