

08. Question de Madame Angelina CHAN, conseillère communale, du 19 janvier 2024 -- Vraag van Mevrouw Angelina CHAN, gemeenteraadslid, van 19 januari 2024.

Information sur la gestion des plateformes de réseaux sociaux de la commune

Je souhaiterais obtenir des informations détaillées concernant la gestion et l'exploitation de nos plateformes de réseaux sociaux, notamment Instagram, Facebook, X et Youtube.

L'usage efficace des réseaux sociaux est important pour maintenir un lien dynamique avec les citoyens.

Mes questions sont les suivantes :

- Concernant le personnel, combien d'équivalents temps plein sont affectés à la gestion de ces plateformes ? Quelles sont les qualifications et les expériences des membres de l'équipe en charge de ces réseaux ?
- Concernant les statistiques, pourriez-vous fournir des statistiques récentes concernant l'audience et l'engagement sur chacun de ces plateformes (nombre de followers, taux d'engagement, portée moyenne des publications, etc.) ? Comment ces statistiques sont-elles utilisées pour améliorer notre stratégie de communication ?
- Concernant les objectifs et la stratégie, quels sont les objectifs spécifiques de la commune en utilisant ces plateformes ? Comment la stratégie de contenu est-elle élaborée pour atteindre ces objectifs ?
- Concernant l'évaluation, existe-t-il un mécanisme d'évaluation de l'efficacité de notre présence sur les réseaux sociaux ? Comment le retour sur investissement de ces efforts de communication est-il mesuré ?

Réponse :

Suite à votre question écrite datée du 19 janvier 2024, voici les réponses que nous pouvons vous apporter.

Les pièces jointes étant volumineuses et dans un format « numérique », vous les trouverez attachées dans la réponse mail.

✚ *Concernant le personnel, combien d'équivalents temps plein sont affectés à la gestion de ces plateformes ?*

Le poste de chargée.e de communication digitale a été créé en 2015. Depuis la mi-octobre 2022, il y a 2 ETP affectés à la gestion des réseaux sociaux Facebook, Instagram, LinkedIn, X et Youtube, à la gestion de la modération, à la gestion des newsletters externes et de projets de communication. Vous trouverez en annexe, les descriptifs de fonction (annexes 1 et 2).

✚ *Quelles sont les qualifications et les expériences des membres de l'équipes en charge de ces réseaux ?*

- Qualification 1 : une chargée de communication digitale, Master en Arts plastiques, visuels et de l'espace et webmaster/infographiste certifiée avec une expérience de 4 ans en communication digitale et gestion de projets dans une administration publique. Elle est en poste au département Communication depuis la mi-octobre 2022.
- Qualification 2 : une assistante de communication digitale, Bachelier en Relations Publiques. Elle est en poste depuis la mi-janvier 2022.

✚ *Concernant les statistiques, pourriez-vous fournir des statistiques récentes concernant l'audience et l'engagement sur chacune de ces plateformes (nombre de followers, taux d'engagement, portée moyenne des publications, etc.) ?*

Vous trouverez en annexe, l'analyse et les rapports de statistiques (annexes 3 à 8). Pour toutes informations complémentaires :

- [1030be - YouTube](#)
- [Facebook](#)
- [Instagram](#)

- [Schaerbeek 1030 Schaarbeek \(@AchilleColignon\) / X \(twitter.com\)](#)

✚ **Comment ces statistiques sont-elles utilisées pour améliorer notre stratégie de communication ?**

Ces statistiques sont traitées dans le cadre d'une évaluation périodique ou ponctuelle (voir point plus bas). Ces statistiques sont reliées à la stratégie et aux objectifs en cours d'exécution. Elles serviront aussi au développement de la stratégie en 2024. Ces chiffres circulent à double sens : ce sont des données pour les Services et ces derniers peuvent nous faire un retour du terrain, ce qui affute également notre perception de l'utilisation de nos réseaux sociaux par les citoyens selon les activités proposées par la Commune.

Concrètement, les résultats et les objectifs seront évalués et revus dans le courant du premier semestre 2024.

✚ **Concernant les objectifs et la stratégie, quels sont les objectifs spécifiques de la commune en utilisant ces plateformes ?**

Les objectifs et principes généraux sont repris dans le document ad hoc en annexe (annexe 9)

✚ **Comment la stratégie de contenu est-elle élaborée pour atteindre ces objectifs ?**

Les sujets sur lesquels nous communiquons sont proposés au niveau du Département et suivent une chaîne de déclinaison entre les différents médias. Si les contenus sont adaptés à nos objectifs sur les réseaux sociaux, ils sont ensuite traités et publiés selon nos principes et le calendrier éditorial. Notre stratégie de contenu repose sur la création et la publication de contenus pertinents et utiles aux publics cibles schaarbeekois : sponsoring, textes, vidéo/photos et partages.

Nous avons plusieurs vues sur la planification : annuelle, mensuelle et hebdomadaire. Le calendrier éditorial est établi 1 mois à l'avance, avec une souplesse et une réactivité adaptée pour des sujets qui ne peuvent entrer dans cette planification.

Chaque action est réévaluée en temps utile. Le développement de certaines formes de communication (ex. vidéo) est poussé selon le réseau/les sujets et les réactions.

✚ **Concernant l'évaluation, existe-t-il un mécanisme d'évaluation de l'efficacité de notre présence sur les réseaux sociaux ?**

L'évaluation des réseaux sociaux s'opère sur 4 axes :

- **Communauté** : Combien a-t-on d'abonnés ? Qui sont-ils ?
- **Publication** : Que publie-t-on ? Quels résultats obtiennent ces publications en termes de couvertures, impressions et interactions ? Quel contenu fonctionne bien et quel contenu fonctionne moins bien ?
- **Modération** : Combien de commentaires et messages reçoit-on et traite-t-on ?
- **Sponsoring** : Combien de publications sponsorise-t-on ? Quels sont les résultats obtenus ?

✚ **Comment le retour sur investissement de ces efforts de communication est-il mesuré ?**

Les réseaux sociaux communaux ne sont pas des outils de conversion immédiats. Nous misons essentiellement sur la présence de l'Administration communale, le rapport de proximité entre les citoyens et l'Administration, et de notre capacité, en tant que service public, à anticiper et/ou répondre aux questions et préoccupations des citoyens sur les services rendus par la Commune ou les situations d'urgence, par exemple. Cela dit, le « retour sur investissement » peut être mesuré en fonction de l'objectif de communication (ex. un événement ? > le nombre d'inscrits), du nombre d'abonnés par réseau, des chiffres par publication, du coût et des résultats des sponsorings, de la réactivité et de l'interactivité des citoyens abonnés, des retours et des avis de nos collègues des autres Services pour lesquels nous publions, etc., et bien sûr, sur les statistiques par réseau que vous trouverez en annexe. Nous optimisons aussi nos efforts (ex. mutualisation ou adaptation de certains contenus) pour que le coût de l'investissement soit le plus retentissant possible.

Tels sont les éléments que nous tenions à porter à votre connaissance.