

ÉTUDE 2023

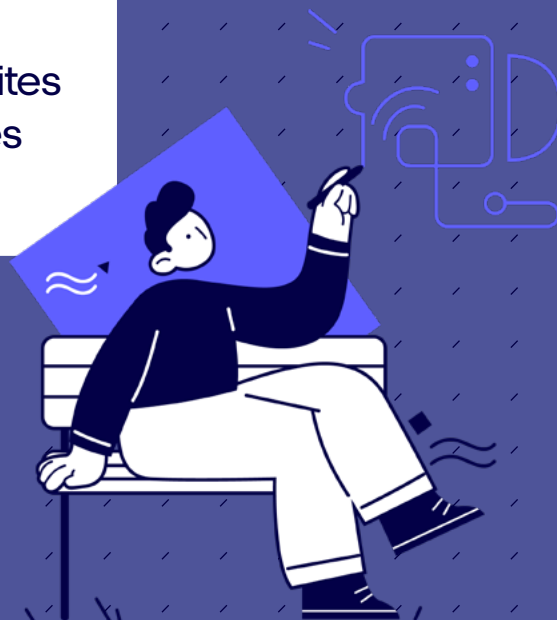
Réseaux sociaux et collectivités locales françaises



| | |
|--|-----------|
| Avant propos | 3 |
| Introduction | 4 |
| PARTIE 01 Régions | 6 |
| PARTIE 02 Départements | 11 |
| PARTIE 03 Métropoles | 16 |
| PARTIE 04 Intercommunalités | 21 |
| PARTIE 05 Grandes villes | 23 |
| PARTIE 06 Villes moyennes | 28 |
| PARTIE 07 Petites villes et villages | 30 |
| Classement par réseau social | 32 |
| Zoom sur... | 33 |
| Zoom sur des collectivités clientes de Swello | 34 |
| Zoom sur la Haute-Savoie | 35 |
| Cartographies | 36 |
| Cartographie des communes sur Twitter | 37 |
| Cartographie des communes sur Facebook | 38 |
| Cartographie des communes sur LinkedIn | 39 |
| Cartographie des communes sur Instagram | 40 |
| Cartographie des communes sur YouTube | 41 |
| Cartographie des communes sur TikTok | 42 |
| Pour conclure | 43 |
| Swello | 44 |
| Observatoire socialmedia des territoires | 45 |

Avant propos

L'étude qui a été réalisée repose sur les données provenant de **Swello** et de **l'Observatoire socialmedia**, grâce auxquelles nous avons recensé des milliers de profils sociaux et sites internet de collectivités locales.



VOUS NE VOUS TROUVEZ PAS
DANS CETTE ÉTUDE ?



CONTACTEZ-NOUS !

Introduction

Twitter, Facebook, LinkedIn, Instagram, YouTube, Snapchat... La liste est longue ! Et elle ne cesse de s'agrandir puisque **TikTok** s'est tout récemment ajouté à cette liste de réseaux sociaux incontournables. **Comment ont évolué les stratégies des collectivités locales françaises sur les réseaux sociaux ces dernières années ?** En 2022, **sur quels réseaux sociaux** les régions, départements, métropoles, intercommunalités, grandes, moyennes et petites villes françaises se positionnent-ils ? **Quelles stratégies éditoriales** sont les plus performantes ?

Découvrons cela plus en détails tout au long de cette étude réalisée en partenariat avec Swello et l'Observatoire socialmedia des territoires.

Ces dernières années furent marquées par de grands évènements menant à une **digitalisation** plus rapide que prévue de l'ensemble des supports de communication : sites internet, blogs, newsletters, réseaux sociaux... Une aubaine pour tous les communicants publics qui ont pu prouver l'importance pour les collectivités locales d'être présentes sur les réseaux sociaux. En période de confinement et/ou de télétravail, ces derniers ont permis le maintien de la diffusion de l'information des territoires auprès de leurs habitants.

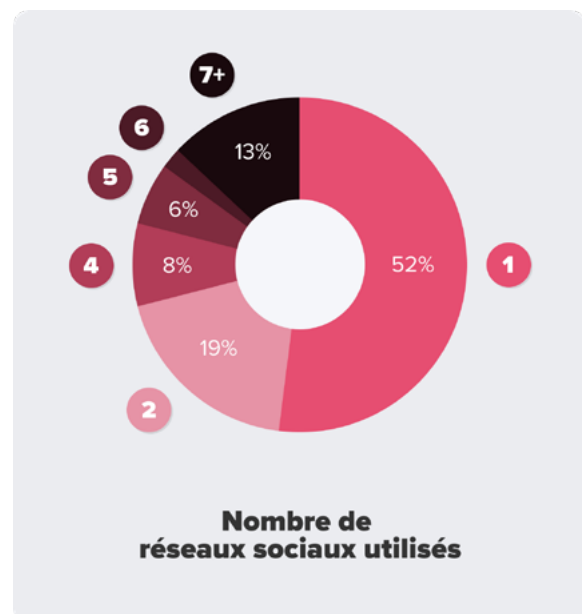
De 2018 à 2022, quel impact les derniers évènements ont-ils pu avoir sur la présence en ligne des collectivités ?

En 2022, 44,4% des collectivités locales possèdent un site internet. Aucune évolution notable par rapport à 2018 où déjà 44% des collectivités disposaient d'un site internet.

En 2022, 13,7% des collectivités territoriales sont présentes sur au moins un réseau social, soit +3,72 points de plus par rapport à 2018. Ce sont donc 1355 (3639 en 2018 contre 4994 en 2022) nouvelles collectivités qui, en

l'espace de 4 ans, ont pris le parti d'améliorer leur présence en ligne par le biais des réseaux sociaux. Un chiffre relativement bas, qui s'explique par la présence de 29 534 villages de moins de 2000 habitants en France. En les enlevant du spectre de l'étude, ce sont alors 53% des collectivités, des petites villes aux grandes régions, qui sont présentes. Enfin, si l'on s'arrête aux villes moyennes (20 000 à 100 000 habitants), le chiffre monte cette fois à 91,6% !

Les collectivités locales ont conscience de l'importance d'être présentes sur les réseaux sociaux, même si ce n'est que sur un seul (ce qui représente 52% d'entre-elles).










Entrons davantage dans le détail...

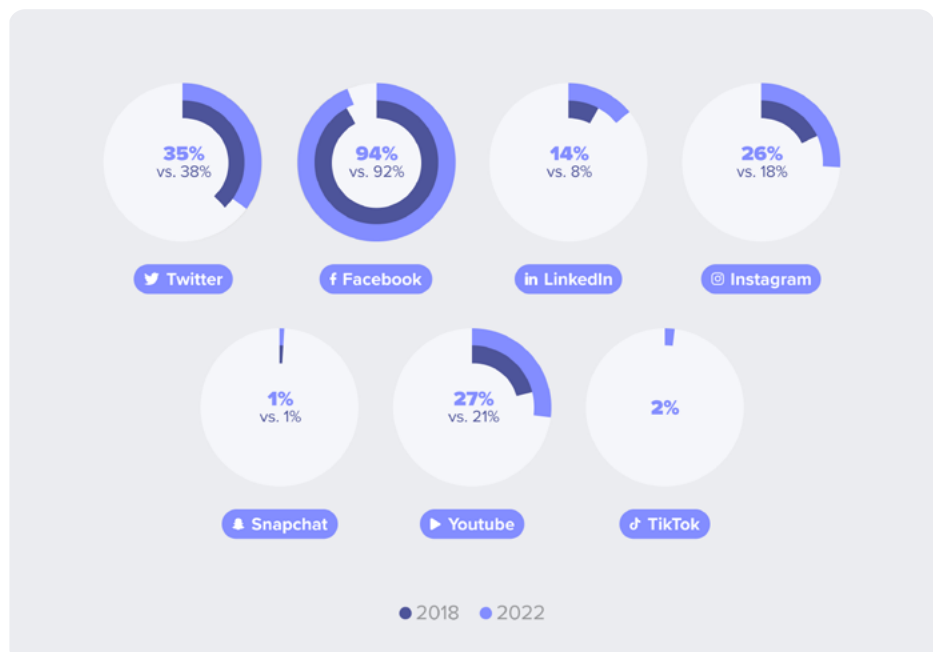
Quels sont les réseaux sociaux les plus prisés par les collectivités locales en 2022 ?

En 2022, **94% des collectivités locales déployées sur les réseaux sociaux sont présentes sur Facebook**, qui reste donc en tête du podium depuis 2018.

Twitter conserve sa seconde place mais perd pour la première fois quelques points puisque 35% des collectivités locales présentes sur les réseaux sociaux disposent d'un compte Twitter (contre 38% en 2018).

Instagram, suivi de près par LinkedIn et YouTube, connaît la plus belle progression. Plus d'un quart des collectivités locales présentes sur les réseaux sociaux disposent désormais d'un compte Instagram (contre 18% en 2018 soit un gain de 8 points en l'espace de 4 ans).

| RÉSEAU SOCIAL | 2018 | 2022 | ÉVOLUTION |
|--|------|------------|--------------|
|  TWITTER | 38% | 35% | -3pts |
|  FACEBOOK | 92% | 94% | +2pts |
|  LINKEDIN | 8% | 14% | +6pts |
|  INSTAGRAM | 18% | 26% | +8pts |
|  SNAPCHAT | 1% | 1% | 0 |
|  YOUTUBE | 21% | 27% | +6pts |
|  TIKTOK | N/A | 2% | N/A |



PARTIE 01

Régions

**TikTok
s'impose en
seulement
deux ans**



En 2018, les régions étaient déjà bien impliquées sur les réseaux sociaux.

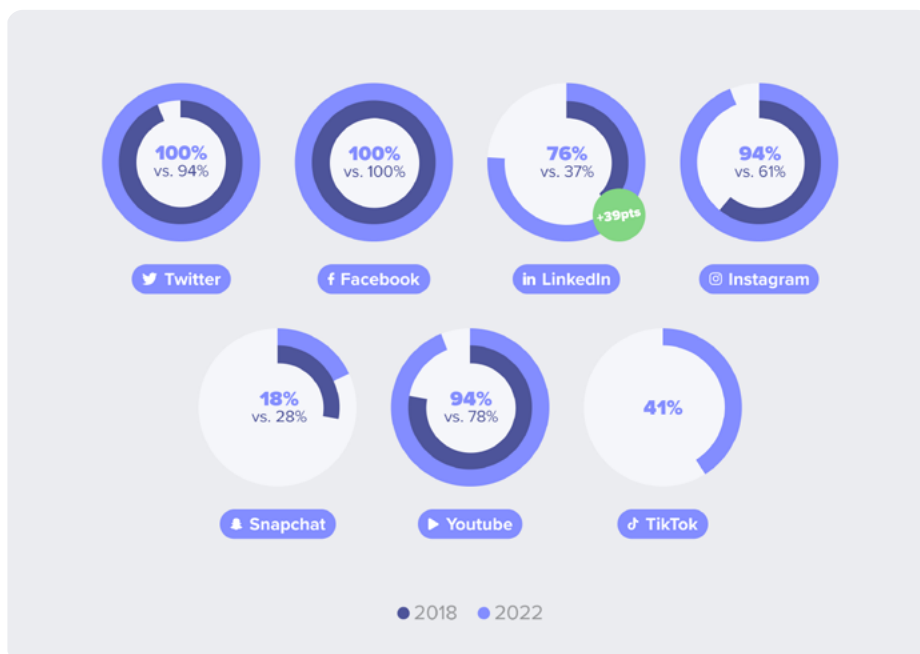
100% d'entre elles étaient déjà présentes sur Facebook, elles le sont **désormais également sur Twitter en 2022.**

LinkedIn et Instagram sont en pleine montée en puissance avec respectivement une progression de 39 points et 33 points en l'espace de 4 années.

Snapchat, quant à lui, est le seul réseau social qui perd des utilisateurs au sein des régions puisqu'il passe d'un taux de présence de 28% en 2018 à 18% en 2022.

Dernier chiffre que nous pouvons souligner, **41% des régions sont présentes sur TikTok en 2022**, un chiffre non négligeable pour un réseau social en vogue depuis tout juste 2 ans en France.

| RÉSEAU SOCIAL | 2018 | 2022 | ÉVOLUTION |
|---|------|-------------|---------------|
|  | 100% | 100% | 0 |
|  | 94% | 100% | +6pts |
|  | 100% | 100% | 0 |
|  | 37% | 76% | +39pts |
|  | 61% | 94% | +33pts |
|  | 28% | 18% | -10pts |
|  | 78% | 94% | +16pts |
|  | N/A | 41% | N/A |



Une tête de classement homogène, Twitter et Facebook comptabilisent l'intégralité des régions en 2022

Sur Twitter, il est intéressant d'étudier la date d'arrivée de la région sur le réseau social. De manière générale, les régions les plus peuplées sont aussi celles qui se sont le **plus tôt inscrites** sur Twitter, et celles qui ont le **plus d'abonnés**.

Certaines sont arrivées plus tard, telle que **la région Occitanie** (2015), du fait de la réforme territoriale et la loi relative à la délimitation des régions de 2015. Saluons cette dernière qui a réussi à captiver un nombre d'abonnés grandissant et à se hisser à la 6^e place.

Bien que les territoires aient connu des changements majeurs, aussi bien dans leur aménagement que dans leur coordination, une chose est sûre : les réseaux sociaux permettent **une visibilité quasi immédiate** lorsque l'on publie du contenu pertinent, divertissant, et régulier.

Pour **l'Occitanie**, on compte plusieurs Tweets par jour, sur des thématiques différentes comme le sport, l'environnement, l'économie ou encore les actualités du territoire. Elle prend également le dessus sur sa consœur francilienne dans le classement des régions les plus cotées sur LinkedIn, avec 20 000 abonnés de plus que la région Île-de-France.

La région s'attache à **valoriser l'humain** en mettant en avant des portraits d'entrepreneurs, agents et étudiants pour mieux comprendre ses compétences au travers de cas concrets.

Autre exemple, la **Bretagne** poste de nombreuses **actualités** de la région, et des aides logement / jeunes ou la promotion de festivals locaux comme le WestWebFestival sur Twitter.

L'Île-de-France poste notamment les résultats des Olympiades de la région, des actus cinéma, etc. Ces régions ont su capter l'attention de leur audience, jusqu'à bâtir une **communauté** de plus de 100 000 personnes pour la tête du classement sur Twitter, et des dizaines de milliers sur LinkedIn.

Presque 30% des régions ont un compte avec des centaines de milliers d'abonnés sur Facebook !

En tête de classement, les **Hauts-de-France**, région très active, qui fait la promotion sur sa page Facebook de concerts, Tour de France, et autres **événements culturels**. Aussi, de manière générale, la variable population influe beaucoup sur l'ordre du classement des abonnés. Les **DROM-COM** (les Départements ou Régions français d'Outre-Mer et les Collectivités d'Outre-Mer), pourtant très présents sur les réseaux sociaux, ont moins d'abonnés du fait de la différence de population avec la métropole.



Classement des régions sur Twitter, Facebook, LinkedIn, Instagram



| RÉGIONS | | ABONNÉS | RÉGIONS | | POPULATION |
|---------|-------------------------|---------|---------|-------------------------|------------|
| 1 | Auvergne-Rhône-Alpes | 123 600 | 1 | Île-de-France | 12210000 |
| 2 | Bretagne | 111 200 | 2 | Auvergne-Rhône-Alpes | 8042936 |
| 3 | Île-de-France | 102 200 | 3 | Nouvelle-Aquitaine | 6010289 |
| 4 | Hauts-de-France | 79 100 | 4 | Hauts-de-France | 5987883 |
| 5 | Occitanie | 75 400 | 5 | Occitanie | 5933185 |
| 6 | Nouvelle-Aquitaine | 74 400 | 6 | Grand Est | 5552388 |
| 7 | Pays de la Loire | 58 600 | 7 | PACA | 5081101 |
| 8 | PACA | 47 900 | 8 | Pays de la Loire | 3806461 |
| 9 | Normandie | 36 900 | 9 | Normandie | 3499280 |
| 10 | Grand Est | 36 000 | 10 | Bretagne | 3354854 |
| 11 | Centre-Val de Loire | 32 400 | 11 | Bourgogne-Franche-Comté | 2805580 |
| 12 | Guadeloupe | 19 100 | 12 | Centre-Val de Loire | 2573180 |
| 13 | Collectivité de Corse | 12 200 | 13 | La Réunion | 861210 |
| 14 | Martinique | 11 000 | 14 | Guadeloupe | 384239 |
| 15 | La Réunion | 10 700 | 15 | Martinique | 364508 |
| 16 | Guyane | 9 103 | 16 | Collectivité de Corse | 340440 |
| 17 | Bourgogne-Franche-Comté | 9 093 | 17 | Mayotte | 279500 |
| 18 | Mayotte | 1 066 | 18 | Guyane | 244118 |

Données récoltées entre le 04 et le 20 juillet 2022

La région **Auvergne-Rhône-Alpes** tient la tête du classement suivi de la **Bretagne**, tous deux ayant rejoint **Twitter** en 2009, plein essor du réseau social. Bien qu'elle soit la plus peuplée, la région **Île-de-France** occupe la troisième place du classement en termes d'abonnés et a rejoint Twitter la même année. En fin de classement, on retrouve la région **Bourgogne-Franche-Comté**, arrivée en 2017 sur le réseau, ce qui expliquerait son retard.

Et pourtant, c'est bien la **Guadeloupe** qui obtient le meilleur score si l'on se place d'un autre point de vue. Elle a construit une communauté qui regroupe près de 5% de la population du territoire, tandis que les abonnés de la région **Auvergne-Rhône-Alpes** représentent 1,5% des habitants.



| RÉGIONS | | ABONNÉS | RÉGIONS | | POPULATION |
|---------|-------------------------|---------|---------|-------------------------|------------|
| 1 | Occitanie | 95084 | 1 | Île-de-France | 12210000 |
| 2 | Île-de-France | 73596 | 2 | Auvergne-Rhône-Alpes | 8042936 |
| 3 | Hauts-de-France | 73228 | 3 | Nouvelle-Aquitaine | 6010289 |
| 4 | Normandie | 65900 | 4 | Hauts-de-France | 5987883 |
| 5 | Nouvelle-Aquitaine | 65705 | 5 | Occitanie | 5933185 |
| 6 | Auvergne-Rhône-Alpes | 63851 | 6 | Grand Est | 5552388 |
| 7 | Bretagne | 54183 | 7 | PACA | 5081101 |
| 8 | PACA | 44800 | 8 | Pays de la Loire | 3806461 |
| 9 | Pays de la Loire | 25236 | 9 | Normandie | 3499280 |
| 10 | Guadeloupe | 19891 | 10 | Bretagne | 3354854 |
| 11 | Centre-Val de Loire | 14978 | 11 | Bourgogne-Franche-Comté | 2805580 |
| 12 | Bourgogne-Franche-Comté | 7884 | 12 | Centre-Val de Loire | 2573180 |
| 13 | Collectivité de Corse | 5236 | 13 | La Réunion | 861210 |

Données récoltées entre le 04 et le 20 juillet 2022

Sur **LinkedIn**, l'**Occitanie** tient la 1ère place devant la région **Île-de-France** qui est talonnée de près par les **Hauts-de-France**. La **Normandie** suscite plus d'intérêt sur LinkedIn et compte plus d'abonnés que sur Twitter, une question d'attractivité ? Enfin, la **Guadeloupe** attire un nombre d'abonnés représentant près de 5,2% des habitants, tandis que l'**Occitanie** n'en attire que 1,6%.



| RÉGIONS | | ABONNÉS | RÉGIONS | | POPULATION |
|---------|----------------------------|---------|---------|----------------------------|------------|
| 1 | Hauts-de-France | 277000 | 1 | Île-de-France | 12210000 |
| 2 | Auvergne-Rhône-Alpes | 274000 | 2 | Auvergne-Rhône-Alpes | 8042936 |
| 3 | Occitanie | 153000 | 3 | Nouvelle-Aquitaine | 6010289 |
| 4 | Nouvelle-Aquitaine | 140000 | 4 | Hauts-de-France | 5987883 |
| 5 | Normandie | 113000 | 5 | Occitanie | 5933185 |
| 6 | Île-de-France | 90000 | 6 | Grand Est | 5552388 |
| 7 | Grand Est | 85000 | 7 | Provence-Alpes-Côte d'Azur | 5081101 |
| 8 | Provence-Alpes-Côte d'Azur | 77000 | 8 | Pays de la Loire | 3806461 |
| 9 | Centre-Val de Loire | 72000 | 9 | Normandie | 3499280 |
| 10 | Pays de la Loire | 52000 | 10 | Bretagne | 3354854 |
| 11 | Guadeloupe | 40000 | 11 | Bourgogne-Franche-Comté | 2805580 |
| 12 | La Réunion | 36593 | 12 | Centre-Val de Loire | 2573180 |
| 13 | Martinique | 33683 | 13 | La Réunion | 861210 |
| 14 | Bourgogne-Franche-Comté | 26000 | 14 | Guadeloupe | 384239 |
| 15 | Guyane | 22935 | 15 | Martinique | 364508 |
| 16 | Bretagne | 22000 | 16 | Collectivité de Corse | 340440 |
| 17 | Mayotte | 21000 | 17 | Mayotte | 279500 |
| 18 | Collectivité de Corse | 18000 | 18 | Guyane | 244118 |

Données récoltées entre le 04 et le 20 juillet 2022

Bien qu'elle soit la plus peuplée, la **région parisienne** prend du retard sur **Facebook**, et ne s'affiche que sixième dans le classement du nombre d'abonnés. Les **Hauts-de-France, la région Auvergne-Rhône-Alpes, l'Occitanie, la Nouvelle-Aquitaine et la Normandie** dépassent les 100 000 abonnés et forment la tête de classement. Il est surprenant de voir la **Bretagne** seizième dans le classement Facebook, alors qu'elle s'affiche deuxième sur Twitter et septième sur LinkedIn.



| RÉGIONS | | ABONNÉS | RÉGIONS | | POPULATION |
|---------|----------------------------|---------|---------|----------------------------|------------|
| 1 | Occitanie | 87 200 | 1 | Île-de-France | 12210000 |
| 2 | Hauts-de-France | 76 700 | 2 | Auvergne-Rhône-Alpes | 8042936 |
| 3 | Auvergne-Rhône-Alpes | 48 400 | 3 | Nouvelle-Aquitaine | 6010289 |
| 4 | Centre-Val de Loire | 37 900 | 4 | Hauts-de-France | 5987883 |
| 5 | Normandie | 34 300 | 5 | Occitanie | 5933185 |
| 6 | Provence-Alpes-Côte d'Azur | 28 000 | 6 | Grand Est | 5552388 |
| 7 | Île-de-France | 27 400 | 7 | Provence-Alpes-Côte d'Azur | 5081101 |
| 8 | Grand Est | 22 700 | 8 | Pays de la Loire | 3806461 |
| 9 | Guadeloupe | 15 800 | 9 | Normandie | 3499280 |
| 10 | Bourgogne-Franche-Comté | 14 400 | 10 | Bretagne | 3354854 |
| 11 | Pays de la Loire | 9 805 | 11 | Bourgogne-Franche-Comté | 2805580 |
| 12 | Martinique | 4 832 | 12 | Centre-Val de Loire | 2573180 |
| 13 | Bretagne | 4 805 | 13 | La Réunion | 861210 |
| 14 | Guyane | 4 618 | 14 | Région Guadeloupe | 384239 |
| 15 | La Réunion | 3 422 | 15 | Martinique | 364508 |
| 16 | Collectivité de Corse | 2 108 | 16 | Collectivité de Corse | 340440 |
| 17 | Nouvelle-Aquitaine | 1 784 | 17 | Guyane | 244118 |

Données récoltées entre le 04 et le 20 juillet 2022

Sur **Instagram**, **l'Occitanie** est encore vainqueur sur le nombre d'abonnés avec plus de 87 000 abonnés, suivi de près par les **Hauts-de-France**. On retrouve la **région PACA** sixième dans le classement Instagram, sûrement grâce à son dynamisme touristique, et le fait que ce réseau social permette de mettre en avant du contenu plus esthétique et festif.

Notons l'absence de Mayotte sur ce réseau social.

PARTIE 02

Départements






**Les plus
investis
depuis 2018**

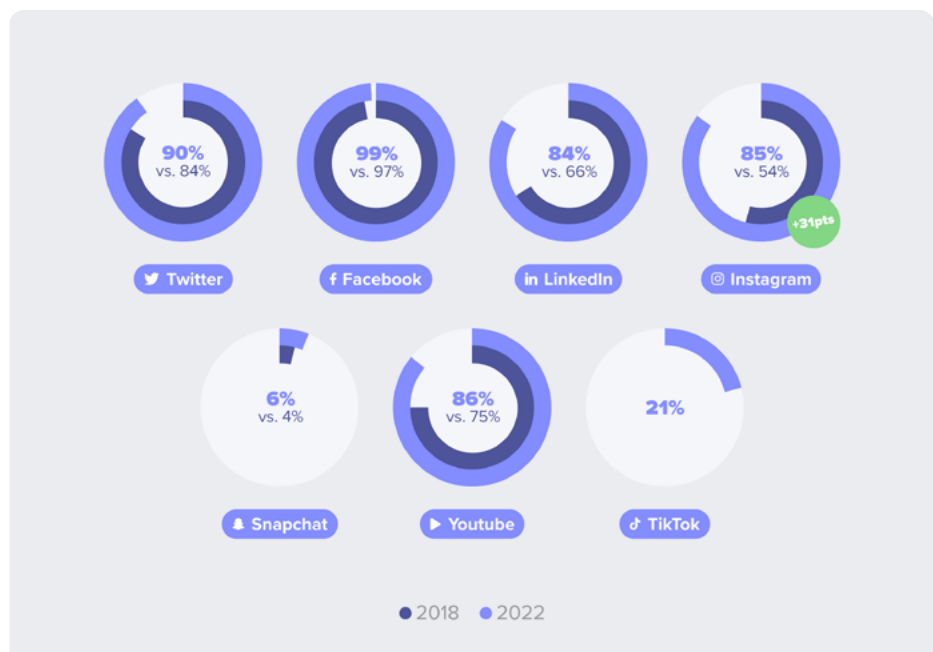
Tout comme pour les régions, **la progression a été la plus importante sur Instagram et LinkedIn** côté départements français.

85% des départements sont désormais présents sur Instagram, contre 54% en 2018.

Quant à Facebook et Twitter, ils restent les deux réseaux sociaux les plus investis par les départements.

21% des départements sont déjà présents sur TikTok en 2022, une belle performance pour ce réseau social fraîchement arrivé.

| RÉSEAU SOCIAL | 2018 | 2022 | ÉVOLUTION |
|---|------|------------|---------------|
|  | 100% | 100% | 0 |
|  | 84% | 90% | +6pts |
|  | 97% | 99% | +2pts |
|  | 66% | 84% | +18pts |
|  | 54% | 85% | +31pts |
|  | 4% | 6% | +2pts |
|  | 75% | 86% | +11pts |
|  | N/A | 21% | N/A |



Les départements se suivent de près sur les différents réseaux sociaux

Il existe une **corrélation**, que nous retrouvons régulièrement, **entre le nombre d'habitants dans le département et le nombre d'abonnés**, à quelques exceptions près.

Par exemple, si l'on se réfère au tableau suivant, le département des **Alpes-Maritimes** occupe la troisième place du classement et ce, sans être le plus peuplé, probablement car il est **le département le plus touristique de France**, selon plusieurs articles comme celui de franceattractive.com.

Les posts quotidiens du matin d'une photo de paysage plaisent beaucoup, et le compte offre à son département **un panel varié de contenus**. Comme la **Vendée** d'ailleurs, qui fait la promotion de courses sportives locales ou encore du championnat de France de tennis de table.

Selon Franck Confino, fondateur de [MyObservatoire.com](https://myobservatoire.com), les départements font un très bon travail sur les réseaux sociaux et arrivent à toucher leurs publics, malgré la compétitivité des grandes villes, ce qui démontre le fort ancrage de cette strate pour les habitants, contrairement aux intercommunalités. Aussi, le département des **Yvelines** propose des **faits historiques** comme le portrait du peintre Camille Pissarro, un jour résident du département, ou bien des **actus** du département, des instants cuisine avec les challenges Top Chef à la maison de l'étudiant, encouragements envers les associations sportives, etc.

À 70%, les départements les plus peuplés gardent la tête du classement du plus grand nombre d'abonnés.

Sur **LinkedIn**, on retrouve beaucoup de posts mettant en avant des **acteurs clés du département**, ou des **groupes de personnes contribuant à la vie de celui-ci**, et bien sûr, certaines **offres d'emplois**. Parmi ces exemples, on retrouve le département du **Calvados** qui tient la septième place du classement LinkedIn, avec des publications régulières sur son compte, de nombreuses offres d'emplois proposées au même format qui attirent l'œil. Un concept qui marche, car on y compte de nombreuses réactions.

C'est le département touristique de **Haute-Savoie** que l'on retrouve en deuxième position après Paris sur Instagram. Une galerie photos de la région très romantique avec des visuels magnifiques, cela permet surtout de **faire la promotion des endroits à visiter** dans le département. Inclusion de sa communauté dans les description de posts, avec des **questions ouvertes** posées sur les habitudes de balades, ce qu'est prévu le week end pour tout le monde, etc. Dans le **Var** par exemple, on met l'accent sur les annonces d'exposition, les artistes à aller voir, etc.



Classement des départements



| | DÉPARTEMENTS | ABONNÉS | | DÉPARTEMENTS | POPULATION |
|----|-------------------|---------|----|-------------------|------------|
| 1 | Seine-Maritime | 76700 | 1 | Nord | 2608346 |
| 2 | Loire-Atlantique | 74500 | 2 | Bouches-du-Rhône | 2043110 |
| 3 | Alpes-Maritimes | 64300 | 3 | Alsace | 1898533 |
| 4 | Bouches-du-Rhône | 26900 | 4 | Seine-Saint-Denis | 1644903 |
| 5 | Yvelines | 24500 | 5 | Hauts-de-Seine | 1591403 |
| 6 | Nord | 23900 | 6 | Gironde | 1505517 |
| 7 | Alsace | 21700 | 7 | Pas-de-Calais | 1465278 |
| 8 | Gironde | 20300 | 8 | Yvelines | 1448207 |
| 9 | Vendée | 17900 | 9 | Loire-Atlantique | 1429272 |
| 10 | Seine-Saint-Denis | 17800 | 10 | Seine-et-Marne | 1421197 |
| 11 | Hauts-de-Seine | 17700 | 11 | Val-de-Marne | 1407124 |
| 12 | Rhône | 17400 | 12 | Essonne | 1301659 |
| 13 | Calvados | 16800 | 13 | Haute-Garonne | 1298562 |
| 14 | Gard | 16800 | 14 | Seine-Maritime | 1255633 |
| 15 | Haute-Savoie | 15300 | 15 | Val-d'Oise | 1249674 |

Données récoltées entre le 04 et le 20 juillet 2022

Sur **Twitter**, les départements sur le podium se suivent de très près avec un nombre d'abonnés compris entre 60 et 80 000. Dès la quatrième place, le nombre d'abonnés tombe à près de 27 000 pour les **Bouches-du-Rhône**, du simple au double ! Le nombre d'habitants ne semble pas jouer un rôle important dans le classement. Notons toutefois qu'au regard du Top 15, la **Seine-Maritime** est aussi le département qui touche la plus grande part de sa population (6%).



| | DÉPARTEMENTS | ABONNÉS | | DÉPARTEMENTS | POPULATION |
|----|------------------|---------|----|-------------------|------------|
| 1 | Yvelines | 25756 | 1 | Nord | 2608346 |
| 2 | Seine-Maritime | 19297 | 2 | Bouches-du-Rhône | 2043110 |
| 3 | Nord | 19057 | 3 | Alsace | 1898533 |
| 4 | Bouches-du-Rhône | 18944 | 4 | Seine-Saint-Denis | 1644903 |
| 5 | Hauts-de-Seine | 18505 | 5 | Hauts-de-Seine | 1591403 |
| 6 | Calvados | 16085 | 6 | Gironde | 1505517 |
| 7 | Loire-Atlantique | 15782 | 7 | Pas-de-Calais | 1465278 |
| 8 | Gironde | 14309 | 8 | Yvelines | 1448207 |
| 9 | Val-de-Marne | 11885 | 9 | Loire-Atlantique | 1429272 |
| 10 | Haute-Garonne | 11412 | 10 | Seine-et-Marne | 1421197 |
| 11 | Alpes-Maritimes | 11404 | 11 | Val-de-Marne | 1407124 |
| 12 | Ille-et-Vilaine | 10838 | 12 | Essonne | 1301659 |
| 13 | Seine-et-Marne | 10378 | 13 | Haute-Garonne | 1298562 |
| 14 | Loire | 10020 | 14 | Seine-Maritime | 1255633 |
| 15 | Val-d'Oise | 9636 | 15 | Val-d'Oise | 1249674 |
| 16 | Essonne | 8729 | 16 | Isère | 1235387 |
| 17 | Isère | 8622 | 17 | Alpes-Maritimes | 1094283 |
| 18 | Rhône | 7578 | 18 | Hérault | 1092331 |
| 19 | Vendée | 7423 | 19 | Var | 1076711 |
| 20 | Côtes-d'Armor | 7388 | 20 | Moselle | 1046543 |

Données récoltées entre le 04 et le 20 juillet 2022

Sur **LinkedIn**, le département du **Calvados** occupe la 6^e place du classement et dépasse certains de ses homologues comme la **Loire-Atlantique** pourtant 2^e dans le classement précédent. Et surtout, le **Calvados** n'entre même pas dans les 20 départements les plus peuplés ! Cette performance s'explique notamment grâce à des publications pertinentes, attractives et drôles. C'est aussi le département du Top 20 qui touche la plus grande part de sa population (2,3%).

Autrement, le classement suit assez bien la corrélation entre le nombre d'abonnés et d'habitants.



| | DÉPARTEMENTS | ABONNÉS | | DÉPARTEMENTS | POPULATION |
|----|-------------------|---------|----|-------------------|------------|
| 1 | Alsace | 148183 | 1 | Nord | 2608346 |
| 2 | Haute-Savoie | 126682 | 2 | Bouches-du-Rhône | 2043110 |
| 3 | Bouches-du-Rhône | 126586 | 3 | Alsace | 1898533 |
| 4 | Var | 95000 | 4 | Seine-Saint-Denis | 1644903 |
| 5 | Pas-de-Calais | 87000 | 5 | Hauts-de-Seine | 1591403 |
| 6 | Nord | 82000 | 6 | Gironde | 1505517 |
| 7 | Alpes-Maritimes | 82000 | 7 | Pas-de-Calais | 1465278 |
| 8 | Loire-Atlantique | 68000 | 8 | Yvelines | 1448207 |
| 9 | Oise | 66000 | 9 | Loire-Atlantique | 1429272 |
| 10 | Vendée | 66000 | 10 | Seine-et-Marne | 1421197 |
| 11 | Charente-Maritime | 54000 | 11 | Val-de-Marne | 1407124 |
| 12 | Ille-et-Vilaine | 49090 | 12 | Essonne | 1301659 |
| 13 | Hérault | 47042 | 13 | Haute-Garonne | 1298562 |
| 14 | Moselle | 47000 | 14 | Seine-Maritime | 1255633 |
| 15 | Hautes-Pyrénées | 46125 | 15 | Val-d'Oise | 1249674 |
| 16 | Manche | 45000 | 16 | Isère | 1235387 |
| 17 | Allier | 44000 | 17 | Alpes-Maritimes | 1094283 |
| 18 | Gard | 42000 | 18 | Hérault | 1092331 |
| 19 | Seine-Maritime | 38000 | 19 | Var | 1076711 |
| 20 | Gironde | 37737 | 20 | Moselle | 1046543 |

Données récoltées entre le 04 et le 20 juillet 2022

Sur **Facebook**, c'est l'**Alsace** qui prend la tête du classement, suivi des départements de la **Haute-Savoie**, puis des **Bouches-du-Rhône**. Ces trois derniers ont chacun plus de 120 000 abonnés, et creusent un écart avec le **Var**, en quatrième place, avec 95 000 abonnés sur Facebook.

L'**Alsace** cartonne avec un positionnement plus orienté territoire qu'institution.

Saluons la performance de la page des **Hautes-Pyrénées** qui touche plus de 20% de sa population.



| | DÉPARTEMENTS | ABONNÉS | | DÉPARTEMENTS | POPULATION |
|----|-------------------|---------|----|-------------------|------------|
| 1 | Haute-Savoie | 49700 | 1 | Nord | 2608346 |
| 2 | Alpes-Maritimes | 33700 | 2 | Bouches-du-Rhône | 2043110 |
| 3 | Bouches-du-Rhône | 30400 | 3 | Alsace | 1898533 |
| 4 | Var | 21800 | 4 | Seine-Saint-Denis | 1644903 |
| 5 | Hérault | 19700 | 5 | Hauts-de-Seine | 1591403 |
| 6 | Charente-Maritime | 19400 | 6 | Gironde | 1505517 |
| 7 | Isère | 18800 | 7 | Pas-de-Calais | 1465278 |
| 8 | Gers | 18700 | 8 | Yvelines | 1448207 |
| 9 | Vendée | 18000 | 9 | Loire-Atlantique | 1429272 |
| 10 | Gard | 17600 | 10 | Seine-et-Marne | 1421197 |
| 11 | Alsace | 17200 | 11 | Val-de-Marne | 1407124 |
| 12 | Moselle | 16600 | 12 | Essonne | 1301659 |
| 13 | Loire-Atlantique | 16400 | 13 | Haute-Garonne | 1298562 |
| 14 | Pas-de-Calais | 16100 | 14 | Seine-Maritime | 1255633 |
| 15 | Oise | 15900 | 15 | Val-d'Oise | 1249674 |
| 16 | Nord | 15400 | 16 | Isère | 1235387 |
| 17 | Ille-et-Vilaine | 14200 | 17 | Alpes-Maritimes | 1094283 |
| 18 | Gironde | 11500 | 18 | Hérault | 1092331 |
| 19 | Calvados | 11400 | 19 | Var | 1076711 |
| 20 | Sarthe | 10000 | 20 | Moselle | 1046543 |

Données récoltées entre le 04 et le 20 juillet 2022

Sur **Instagram**, le **Calvados** refait surface dans le classement des 20 comptes départementaux avec le plus d'abonnés. Tous les comptes se suivent plus ou moins de près sur Instagram, mise à part la **Haute-Savoie**, en première place, avec presque 50 000 abonnés, soit près de 20 000 de plus que le deuxième du classement, les **Alpes-Maritimes**.

Notons ici aussi la bonne performance du département du **Gers** qui touche près de 10% de sa population.

PARTIE 03

Métropoles


Le Grand Paris prend du retard

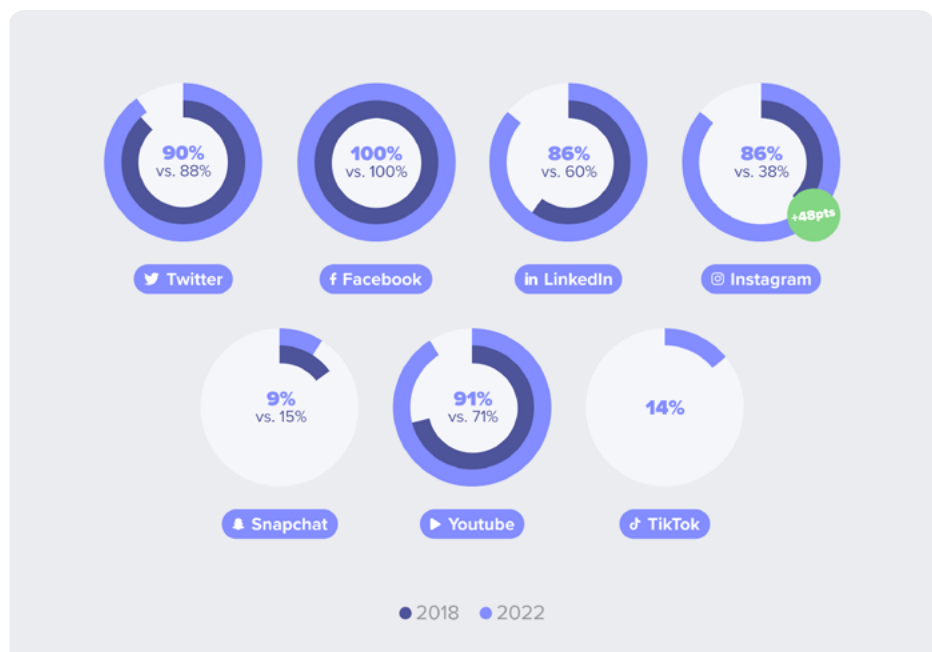
Côté métropoles,
**Facebook est encore
et toujours le réseau
social le plus investi.**

**Instagram a connu
une forte progression**

puisque de 2018 à 2022, la plateforme a gagné 48% des parts de métropoles présentes sur son réseau, soit une hausse de 126% par rapport à quelques années auparavant. **C'est la plus belle progression que l'on ait pu voir parmi l'ensemble des résultats de cette étude.**

Tout comme auprès des régions, **Snapchat recule de 15% en 2018 à 9% en 2022** soit 6 points de moins en l'espace de 4 ans.

| RÉSEAU SOCIAL | 2018 | 2022 | ÉVOLUTION |
|---|------|-------------|---------------|
|  | 100% | 100% | 0 |
|  | 88% | 90% | +2pts |
|  | 100% | 100% | 0 |
|  | 60% | 86% | +26pts |
|  | 38% | 86% | +48pts |
|  | 15% | 9% | -6pts |
|  | 71% | 91% | +20pts |
|  | N/A | 14% | N/A |



Les métropoles jouent sur différentes thématiques dans leur stratégie de contenu



Alors que la ville de **Paris** est souvent en tête de classement en termes de nombre d'abonnés, la métropole n'a pas autant de succès sur Twitter que ses consœurs. Peut-être son **arrivée tardive sur le réseau social** explique en partie ce déficit de notoriété.

Et contrairement à celle de Paris, la métropole de **Strasbourg** est **arrivée très tôt sur ce réseau social**, cela lui octroie la première place en nombre d'abonnés, même si ce n'est pas la plus peuplée. Et bien sûr, on retrouve du contenu autour de la cuisine, du sport, de la santé en plus des actus politiques de la métropole, **un ensemble de contenu divertissant en plus de celui assez formel**.

Bordeaux met l'accent sur des **thématiques engagées**, à savoir les violences sexistes, l'environnement, ou encore l'inclusion numérique, et souhaite apporter à sa communauté un **impact positif sur le territoire**.

Sur LinkedIn, la métropole de **Nantes** est en tête de classement **en postant quotidiennement des contenus variés** (articles, offres d'emplois, infos sur la métropole). Mais surtout, ce compte a **une véritable signature dans le format de ses publications**, une utilisation stratégique des emojis et des médias/templates en parfaite adéquation avec sa charte graphique. Nantes est quand même suivie de très près par le reste des métropoles.

La Métropole du Grand Paris ne s'affiche que neuvième dans le classement, peut être à cause de l'influence plus importante des comptes de la ville de Paris.



Classement des métropoles



| | MÉTROPOLIS | ABONNÉS | | MÉTROPOLIS | POPULATION | | MÉTROPOLIS | CRÉATION |
|----|--|---------|----|--|------------|----|--|----------|
| 1 | Eurométropole de Strasbourg | 110800 | 1 | Métropole du Grand Paris | 7094649 | 1 | Eurométropole de Strasbourg | 2007 |
| 2 | Bordeaux Métropole | 101400 | 2 | Métropole Aix-Marseille-Provence | 1889666 | 2 | Rennes Métropole | 2008 |
| 3 | Toulouse Métropole | 82200 | 3 | Métropole de Lyon | 1411571 | 3 | Métropole Européenne de Lille | 2009 |
| 4 | Métropole de Lyon | 80900 | 4 | Métropole Européenne de Lille | 1174273 | 4 | Nantes Métropole | 2009 |
| 5 | Rennes Métropole | 79500 | 5 | Bordeaux Métropole | 801041 | 5 | Métropole du Grand Nancy | 2010 |
| 6 | Métropole Européenne de Lille | 36000 | 6 | Toulouse Métropole | 783353 | 6 | Métropole Toulon Provence Méditerranée | 2010 |
| 7 | Nantes Métropole | 30800 | 7 | Nantes Métropole | 656275 | 7 | Toulouse Métropole | 2011 |
| 8 | Montpellier Méditerranée Métropole | 28300 | 8 | Métropole Nice Côte d'Azur | 550498 | 8 | Brest Métropole | 2011 |
| 9 | Métropole Rouen Normandie | 20600 | 9 | Eurométropole de Strasbourg | 500510 | 9 | Bordeaux Métropole | 2012 |
| 10 | Métropole du Grand Paris | 16700 | 10 | Métropole Rouen Normandie | 492681 | 10 | Métropole de Lyon | 2012 |
| 11 | Brest Métropole | 15800 | 11 | Montpellier Méditerranée Métropole | 481276 | 11 | Métropole Rouen Normandie | 2012 |
| 12 | Métropole du Grand Nancy | 15000 | 12 | Rennes Métropole | 451762 | 12 | Métropole Nice Côte d'Azur | 2012 |
| 13 | Orléans Métropole | 14200 | 13 | Grenoble-Alpes Métropole | 444533 | 13 | Eurométropole de Metz | 2012 |
| 14 | Métropole Aix-Marseille-Provence | 13400 | 14 | Métropole Toulon Provence Méditerranée | 438985 | 14 | Orléans Métropole | 2013 |
| 15 | Métropole Nice Côte d'Azur | 12100 | 15 | Saint-Etienne Métropole | 404607 | 15 | Métropole du Grand Paris | 2014 |
| 16 | Eurométropole de Metz | 11700 | 16 | Tours Métropole Val de Loire | 294220 | 16 | Montpellier Méditerranée Métropole | 2015 |
| 17 | Métropole Toulon Provence Méditerranée | 9377 | 17 | Clermont Auvergne Métropole | 294127 | 17 | Métropole Aix-Marseille-Provence | 2015 |
| 18 | Clermont Auvergne Métropole | 5257 | 18 | Orléans Métropole | 287019 | 18 | Grenoble-Alpes Métropole | 2016 |
| 19 | Saint-Etienne Métropole | 4345 | 19 | Métropole du Grand Nancy | 257431 | 19 | Clermont Auvergne Métropole | 2017 |
| 20 | Grenoble-Alpes Métropole | 3976 | 20 | Dijon Métropole | 253859 | 20 | Saint-Etienne Métropole | 2018 |
| 21 | Dijon Métropole | 919 | 21 | Eurométropole de Metz | 221484 | 21 | Dijon Métropole | 2020 |

Données récoltées entre le 04 et le 20 juillet 2022

Sur **Twitter**, les métropoles en vogue sont **Strasbourg, Bordeaux, Toulouse, Lyon** et **Rennes**, pourtant respectivement 9^e, 5^e, 6^e, 3^e et 12^e en termes de population. C'est avec surprise que l'on découvre **Paris** en dixième position sur le nombre d'abonnés et ce sur plusieurs réseaux sociaux.



| | MÉTROPOLIS | ABONNÉS | | MÉTROPOLIS | POPULATION |
|----|--|---------|----|--|------------|
| 1 | Nantes Métropole | 48988 | 1 | Métropole du Grand Paris | 7094649 |
| 2 | Bordeaux Métropole | 47259 | 2 | Métropole Aix-Marseille-Provence | 1889666 |
| 3 | Toulouse Métropole | 45239 | 3 | Métropole de Lyon | 1411571 |
| 4 | Métropole Européenne de Lille | 40124 | 4 | Métropole Européenne de Lille | 1174273 |
| 5 | Métropole de Lyon | 31089 | 5 | Bordeaux Métropole | 801041 |
| 6 | Rennes Métropole | 30421 | 6 | Toulouse Métropole | 783353 |
| 7 | Métropole Aix-Marseille-Provence | 29253 | 7 | Nantes Métropole | 656275 |
| 8 | Eurométropole de Strasbourg | 28673 | 8 | Métropole Nice Côte d'Azur | 550498 |
| 9 | Métropole du Grand Paris | 25086 | 9 | Eurométropole de Strasbourg | 500510 |
| 10 | Métropole Rouen Normandie | 20668 | 10 | Métropole Rouen Normandie | 492681 |
| 11 | Grenoble-Alpes Métropole | 16926 | 11 | Montpellier Méditerranée Métropole | 481276 |
| 12 | Montpellier Méditerranée Métropole | 14082 | 12 | Rennes Métropole | 451762 |
| 13 | Brest Métropole | 13980 | 13 | Grenoble-Alpes Métropole | 444533 |
| 14 | Métropole du Grand Nancy | 13355 | 14 | Métropole Toulon Provence Méditerranée | 438985 |
| 15 | Métropole Nice Côte d'Azur | 11324 | 15 | Saint-Etienne Métropole | 404607 |
| 16 | Clermont Auvergne Métropole | 10919 | 16 | Tours Métropole Val de Loire | 294220 |
| 17 | Tours Métropole Val de Loire | 10065 | 17 | Clermont Auvergne Métropole | 294127 |
| 18 | Métropole Toulon Provence Méditerranée | 5909 | 18 | Orléans Métropole | 287019 |
| 19 | Eurométropole de Metz | 4541 | 19 | Métropole du Grand Nancy | 257431 |

Sur **LinkedIn**, on trouve la Métropole de **Nantes** en tête de classement, mais elle est suivie de très près par le reste des collectivités, puisque **les 6 premières ont un nombre d'abonnés compris entre 30 000 et 50 000**. Cela reste assez impressionnant, pour cette métropole, qui ne se trouve qu'en septième place en nombre d'habitants.



| MÉTROPOLIS | | ABONNÉS | MÉTROPOLIS | | POPULATION |
|------------|--|---------|------------|--|------------|
| 1 | Métropole de Lyon | 123755 | 1 | Métropole du Grand Paris | 7094649 |
| 2 | Eurométropole de Strasbourg | 117000 | 2 | Métropole Aix-Marseille-Provence | 1889666 |
| 3 | Orléans Métropole | 82510 | 3 | Métropole de Lyon | 1411571 |
| 4 | Montpellier Méditerranée Métropole | 74751 | 4 | Métropole Européenne de Lille | 1174273 |
| 5 | Rennes Métropole | 57934 | 5 | Bordeaux Métropole | 801041 |
| 6 | Métropole Européenne de Lille | 48134 | 6 | Toulouse Métropole | 783353 |
| 7 | Bordeaux Métropole | 47731 | 7 | Nantes Métropole | 656275 |
| 8 | Grenoble-Alpes Métropole | 35945 | 8 | Métropole Nice Côte d'Azur | 550498 |
| 9 | Métropole Aix-Marseille-Provence | 34000 | 9 | Eurométropole de Strasbourg | 500510 |
| 10 | Clermont Auvergne Métropole | 33615 | 10 | Métropole Rouen Normandie | 492681 |
| 11 | Métropole Rouen Normandie | 30011 | 11 | Montpellier Méditerranée Métropole | 481276 |
| 12 | Métropole du Grand Nancy | 29427 | 12 | Rennes Métropole | 451762 |
| 13 | Brest Métropole | 26318 | 13 | Grenoble-Alpes Métropole | 444533 |
| 14 | Saint-Etienne Métropole | 25741 | 14 | Métropole Toulon Provence Méditerranée | 438985 |
| 15 | Toulouse Métropole | 24195 | 15 | Saint-Etienne Métropole | 404607 |
| 16 | Métropole Nice Côte d'Azur | 24000 | 16 | Tours Métropole Val de Loire | 294220 |
| 17 | Eurométropole de Metz | 20699 | 17 | Clermont Auvergne Métropole | 294127 |
| 18 | Métropole Toulon Provence Méditerranée | 20504 | 18 | Orléans Métropole | 287019 |
| 19 | Tours Métropole Val de Loire | 16270 | 19 | Métropole du Grand Nancy | 257431 |
| 20 | Métropole du Grand Paris | 3836 | 20 | Dijon Métropole | 253859 |
| 21 | Nantes Métropole | 3279 | 21 | Eurométropole de Metz | 221484 |
| 22 | Dijon Métropole | 2900 | 22 | Brest Métropole | 210047 |

Données récoltées entre le 04 et le 20 juillet 2022

Sur **Facebook**, la métropole de **Lyon** prend la tête du classement suivi par **Strasbourg**, et possèdent toutes deux un compte avec plus de 110000 abonnés. C'est aussi un record pour **Orléans Métropole** qui occupe la troisième place avec plus de 82000 abonnés, alors que dans le classement des populations, elle occupe la 18^e place !

De son côté, la **Métropole du Grand Paris**, avec plus de 7 millions d'habitants, n'atteint même pas les 4000 abonnés.



| MÉTROPOLIS | | ABONNÉS | MÉTROPOLIS | | POPULATION |
|------------|--|---------|------------|--|------------|
| 1 | Nantes Métropole | 90600 | 1 | Métropole du Grand Paris | 7094649 |
| 2 | Eurométropole de Strasbourg | 51800 | 2 | Métropole Aix-Marseille-Provence | 1889666 |
| 3 | Rennes Métropole | 38900 | 3 | Métropole de Lyon | 1411571 |
| 4 | Métropole de Lyon | 38400 | 4 | Métropole Européenne de Lille | 1174273 |
| 5 | Bordeaux Métropole | 37800 | 5 | Bordeaux Métropole | 801041 |
| 6 | Métropole Européenne de Lille | 19800 | 6 | Toulouse Métropole | 783353 |
| 7 | Orléans Métropole | 16100 | 7 | Nantes Métropole | 656275 |
| 8 | Métropole Rouen Normandie | 12500 | 8 | Métropole Nice Côte d'Azur | 550498 |
| 9 | Brest Métropole | 12300 | 9 | Eurométropole de Strasbourg | 500510 |
| 10 | Grenoble-Alpes Métropole | 10800 | 10 | Métropole Rouen Normandie | 492681 |
| 11 | Saint-Etienne Métropole | 9735 | 11 | Montpellier Méditerranée Métropole | 481276 |
| 12 | Métropole du Grand Nancy | 4548 | 12 | Rennes Métropole | 451762 |
| 13 | Eurométropole de Metz | 4055 | 13 | Grenoble-Alpes Métropole | 444533 |
| 14 | Tours Métropole Val de Loire | 3768 | 14 | Métropole Toulon Provence Méditerranée | 438985 |
| 15 | Métropole Toulon Provence Méditerranée | 3491 | 15 | Saint-Etienne Métropole | 404607 |
| 16 | Métropole Aix-Marseille-Provence | 2428 | 16 | Tours Métropole Val de Loire | 294220 |
| 17 | Métropole du Grand Paris | 1938 | 17 | Clermont Auvergne Métropole | 294127 |
| 18 | Dijon Métropole | 1848 | 18 | Orléans Métropole | 287019 |
| 19 | Toulouse Métropole | 1021 | 19 | Métropole du Grand Nancy | 257431 |

Données récoltées entre le 04 et le 20 juillet 2022

Comme sur LinkedIn, sur **Instagram**, **Nantes** est en tête et creuse un écart avec le deuxième du classement, **Strasbourg**, respectivement à 90 600 et 51 800 abonnés. Au plus on avance dans le reste du classement, au plus le nombre d'abonnés se réduit considérablement. **Toulouse**, **Dijon** et **Le Grand Paris**, ont à peine 1000 à 2000 abonnés sur leur compte.

PARTIE 04

Intercommunalités









**Une belle
progression
depuis 2018**

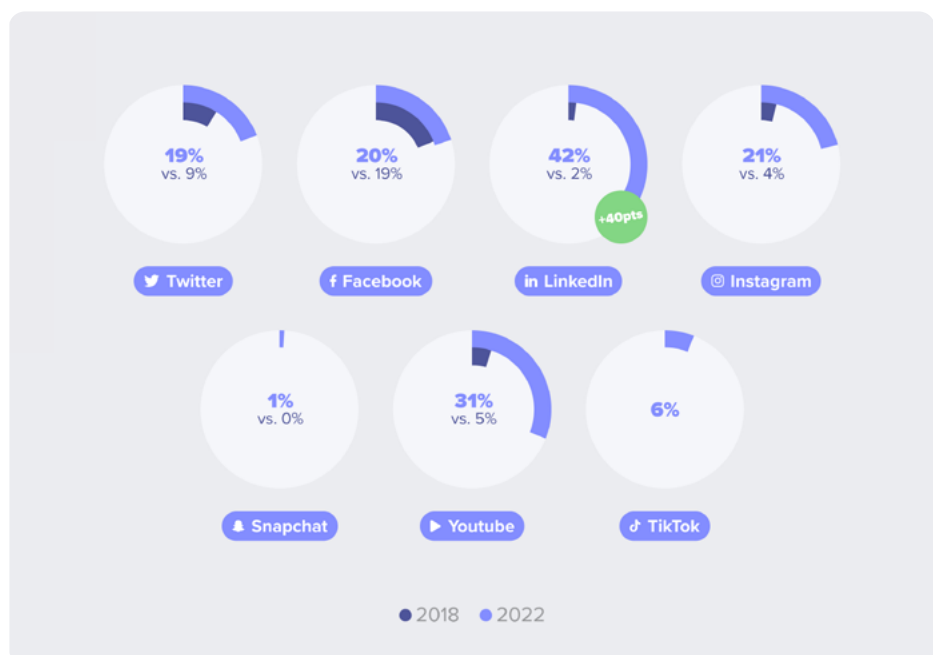
Les intercommunalités (communautés de communes, d'agglomération et urbaines, EPT...), contrairement aux collectivités locales évoquées précédemment (régions, départements ainsi que métropoles), ont été **très peu nombreuses à investir la plateforme Facebook** (+1 point de 2018 à 2022).

Le fait notable pour cette strate est que Facebook en 4^e position derrière **LinkedIn, YouTube et Instagram.**

En effet, ces derniers **sont massivement utilisés au sein des intercommunalités.** LinkedIn comptait 2% d'intercos en 2018 pour 42% en 2022 soit 40 points supplémentaires ! YouTube arrive en deuxième position avec 31% des intercos présentes sur sa plateforme. Enfin, Instagram compte désormais 21% des intercos sur son réseau social.

TikTok ne semble pas avoir le même effet auprès des intercos puisque seulement 6% d'entre elles se sont lancées sur la plateforme.

| RÉSEAU SOCIAL | 2018 | 2022 | ÉVOLUTION |
|---|------|------|-----------|
|  | 90% | 93% | +3pts |
|  | 9% | 19% | +10pts |
|  | 19% | 20% | +1pt |
|  | 2% | 42% | +40pts |
|  | 4% | 21% | +17pts |
|  | 0% | 1% | +1pt |
|  | 5% | 31% | +26pts |
|  | N/A | 6% | N/A |



PARTIE 05

+ DE 100 000 HABITANTS

Grandes villes









**Une présence
forte sur
les réseaux
sociaux**

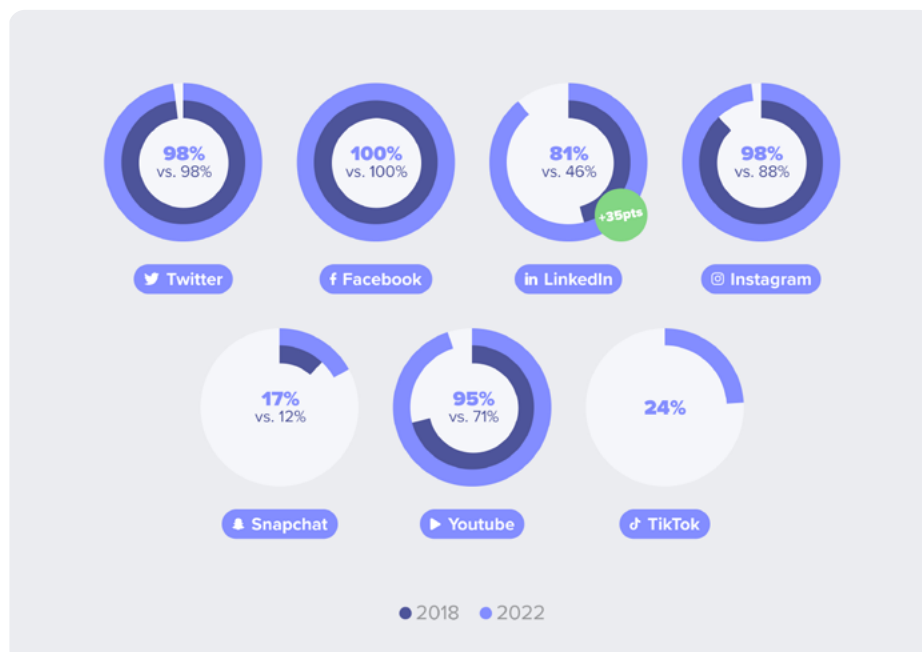
Les grandes villes (plus de 100 000 habitants) **avaient déjà compris en 2018 l'importance d'être présentes sur les réseaux sociaux** puisque **100% des grandes villes étaient déjà présentes sur Facebook, 98% sur Twitter, 88% pour Instagram.**

Cela n'a pas empêché **LinkedIn de gravir les échelons** pour atteindre 81% de grandes villes inscrites sur sa plateforme contre 46% en 2018.

YouTube fait visiblement aussi partie des incontournables puisque désormais 95% des grandes villes y sont présentes.

Enfin, **TikTok a également eu son succès** puisque 24% des grandes villes possèdent un compte.

| RÉSEAU SOCIAL | 2018 | 2022 | ÉVOLUTION |
|---|-------------|------------|-----------|
|  | 100% | 100% | 0 |
|  | 98% | 98% | 0 |
|  | 100% | 100% | 0 |
|  | 46% | 81% | +35pts |
|  | 88% | 98% | +10pts |
|  | 12% | 17% | +5pts |
|  | 71% | 95% | +24pts |
|  | N/A | 24% | N/A |



La ville de Paris a le monopole sur les réseaux sociaux

Pour les grandes villes, **entre Paris, Marseille, Lyon, Toulouse et Nantes**, on retrouve **quasiment le même classement en termes de population ou d'abonnés**.

Paris dépasse le reste du classement de très loin grâce à son titre de capitale.

Metz fait son entrée dans le classement des grandes villes les plus suivies : le classement des métropoles doit sûrement jouer puisque la métropole de Metz, qui compte 33 communes, arrive 16^e dans le classement précédent. En termes de contenu, on retrouve les mêmes stratégies que pour les autres collectivités locales : **du contenu varié, culturel mais aussi à caractère informatif**.

Contrairement à sa métropole sur LinkedIn, la ville de **Paris** creuse un écart entre elle (95 885) et la deuxième grandes villes dans le classement, **Lyon** (40 830), concernant le nombre d'abonnés.

Environ 26% des grandes villes ont un compte de plus de 10 000 abonnés sur LinkedIn. Quelques villes comme **Tours** font leur arrivée dans le classement, celle-ci étant la plus grande ville du Centre-Val de Loire.



Classement des grandes villes



| GRANDES VILLES | | ABONNÉS | GRANDES VILLES | | POPULATION |
|----------------|------------------|---------|----------------|---------------|------------|
| 1 | Paris | 2100000 | 1 | Paris | 2165423 |
| 2 | Bordeaux | 233800 | 2 | Marseille | 870731 |
| 3 | Toulouse | 204700 | 3 | Lyon | 513275 |
| 4 | Marseille | 171300 | 4 | Toulouse | 493465 |
| 5 | Lyon | 164800 | 5 | Nice | 342669 |
| 6 | Nantes | 144700 | 6 | Nantes | 318808 |
| 7 | Strasbourg | 110800 | 7 | Montpellier | 295542 |
| 8 | Nice | 107400 | 8 | Strasbourg | 287228 |
| 9 | Rennes | 79500 | 9 | Bordeaux | 260958 |
| 10 | Saint-Denis | 59500 | 10 | Lille | 232741 |
| 11 | Rouen | 59500 | 11 | Rennes | 220488 |
| 12 | Clermont-Ferrand | 51900 | 12 | Reims | 181194 |
| 13 | Montpellier | 46700 | 13 | Toulon | 178745 |
| 14 | Angers | 46600 | 14 | Saint-Étienne | 173821 |
| 15 | Grenoble | 45500 | 15 | Le Havre | 171587 |
| 16 | Lille | 44900 | 16 | Grenoble | 159855 |
| 17 | Nancy | 23000 | 17 | Dijon | 158002 |
| 18 | Metz | 22700 | 18 | Angers | 155850 |
| 19 | Caen | 22100 | 19 | Saint-Denis | 153810 |
| 20 | Tours | 19900 | 20 | Villeurbanne | 152212 |

Données récoltées entre le 04 et le 20 juillet 2022

Sur **Twitter**, la corrélation abonnés - population des grandes villes est flagrante. Les six premiers du classement sont les mêmes sur les deux tableaux. La ville de **Paris** dépasse largement les autres collectivités locales, puisqu'à elle seule, elle recense plus de 2 100 000 abonnés sur son compte.

Un compte qui laisse la part belle aux photos, aux campagnes, à l'institution et au politique, régulièrement retweeté. En revanche, qui ne dialogue que très peu.



| GRANDES VILLES | | ABONNÉS | GRANDES VILLES | | POPULATION |
|----------------|---------------|---------|----------------|---------------|------------|
| 1 | Paris | 94885 | 1 | Paris | 2165423 |
| 2 | Lyon | 40830 | 2 | Marseille | 870731 |
| 3 | Rennes | 30450 | 3 | Lyon | 513275 |
| 4 | Toulouse | 30306 | 4 | Toulouse | 493465 |
| 5 | Strasbourg | 28685 | 5 | Nice | 342669 |
| 6 | Marseille | 25427 | 6 | Nantes | 318808 |
| 7 | Tours | 21780 | 7 | Montpellier | 295542 |
| 8 | Rouen | 16378 | 8 | Strasbourg | 287228 |
| 9 | Brest | 13989 | 9 | Bordeaux | 260958 |
| 10 | Anecy | 12796 | 10 | Lille | 232741 |
| 11 | Lille | 10103 | 11 | Rennes | 220488 |
| 12 | Limoges | 9118 | 12 | Reims | 181194 |
| 13 | Grenoble | 8444 | 13 | Toulon | 178745 |
| 14 | Besançon | 6564 | 14 | Saint-Étienne | 173821 |
| 15 | Metz | 6229 | 15 | Le Havre | 171587 |
| 16 | Saint-Étienne | 5453 | 16 | Grenoble | 159855 |
| 17 | Nice | 5421 | 17 | Dijon | 158002 |
| 18 | Villeurbanne | 5357 | 18 | Angers | 155850 |
| 19 | Amiens | 5215 | 19 | Saint-Denis | 153810 |
| 20 | Toulon | 4617 | 20 | Villeurbanne | 152212 |

Données récoltées entre le 04 et le 20 juillet 2022

De la même manière, sur **LinkedIn**, la ville de **Paris** dépasse toutes les autres, aussi grâce à l'attractivité qu'offre la capitale. Aussi, sur 42 grandes villes recensées, on ne compte plus que 9000 abonnés ou moins dès la treizième place du classement.



| GRANDES VILLES | | ABONNÉS | GRANDES VILLES | | POPULATION |
|----------------|------------------|---------|----------------|---------------|------------|
| 1 | Paris | 2900000 | 1 | Paris | 2165423 |
| 2 | Marseille | 1000000 | 2 | Marseille | 870731 |
| 3 | Lyon | 330084 | 3 | Lyon | 513275 |
| 4 | Bordeaux | 193000 | 4 | Toulouse | 493465 |
| 5 | Grenoble | 178516 | 5 | Nice | 342669 |
| 6 | Toulouse | 150919 | 6 | Nantes | 318808 |
| 7 | Montpellier | 148247 | 7 | Montpellier | 295542 |
| 8 | Nantes | 131000 | 8 | Strasbourg | 287228 |
| 9 | Nice | 125000 | 9 | Bordeaux | 260958 |
| 10 | Strasbourg | 117000 | 10 | Lille | 232741 |
| 11 | Clermont-Ferrand | 110040 | 11 | Rennes | 220488 |
| 12 | Lille | 102000 | 12 | Reims | 181194 |
| 13 | Nancy | 88829 | 13 | Toulon | 178745 |
| 14 | Saint-Étienne | 87672 | 14 | Saint-Étienne | 173821 |
| 15 | Orléans | 82521 | 15 | Le Havre | 171587 |
| 16 | Nîmes | 78003 | 16 | Grenoble | 159855 |
| 17 | Reims | 76407 | 17 | Dijon | 158002 |
| 18 | Tours | 75000 | 18 | Angers | 155850 |
| 19 | Limoges | 75000 | 19 | Saint-Denis | 153810 |
| 20 | Besançon | 70000 | 20 | Villeurbanne | 152212 |

Données récoltées entre le 04 et le 20 juillet 2022

Sur **Facebook**, on retrouve **les 3 plus grandes villes de France en tête de classement**, et pourtant, le nombre d'abonnés est très hétérogène. **Paris** possède 2 900 000 abonnés, contre 1 000 000 pour **Marseille**, et un peu plus de 330 000 abonnés pour **Lyon**.



| GRANDES VILLES | | ABONNÉS | GRANDES VILLES | | POPULATION |
|----------------|------------------|---------|----------------|---------------|------------|
| 1 | Paris | 304000 | 1 | Paris | 2165423 |
| 2 | Marseille | 208000 | 2 | Marseille | 870731 |
| 3 | Lyon | 179000 | 3 | Lyon | 513275 |
| 4 | Bordeaux | 155000 | 4 | Toulouse | 493465 |
| 5 | Toulouse | 95200 | 5 | Nice | 342669 |
| 6 | Nantes | 90600 | 6 | Nantes | 318808 |
| 7 | Lille | 77900 | 7 | Montpellier | 295542 |
| 8 | Nice | 73900 | 8 | Strasbourg | 287228 |
| 9 | Strasbourg | 51800 | 9 | Bordeaux | 260958 |
| 10 | Montpellier | 47600 | 10 | Lille | 232741 |
| 11 | Tours | 43100 | 11 | Rennes | 220488 |
| 12 | Grenoble | 39900 | 12 | Reims | 181194 |
| 13 | Rennes | 38900 | 13 | Toulon | 178745 |
| 14 | Annecy | 37800 | 14 | Saint-Étienne | 173821 |
| 15 | Angers | 35400 | 15 | Le Havre | 171587 |
| 16 | Le Havre | 33500 | 16 | Grenoble | 159855 |
| 17 | Aix-en-Provence | 32900 | 17 | Dijon | 158002 |
| 18 | Caen | 28800 | 18 | Angers | 155850 |
| 19 | Toulon | 28400 | 19 | Saint-Denis | 153810 |
| 20 | Clermont-Ferrand | 27300 | 20 | Villeurbanne | 152212 |

Données récoltées entre le 04 et le 20 juillet 2022

Alors qu'on ne la trouvait pas dans les autres classements, la ville de **Toulon** fait son apparition dans le classement du plus grand nombre d'abonnés sur **Instagram**. Son caractère touristique influe sûrement sur ce résultat, le type de contenus que propose Instagram convient parfaitement aux plages toulonnaises et au littoral méditerranéen.

Bien qu'en tête du classement, Paris touche un % plus faible de sa population (14%) que Marseille (23%) et Lyon (34%).

PARTIE 06

Villes moyennes









20 000 > 100 000 HABITANTS

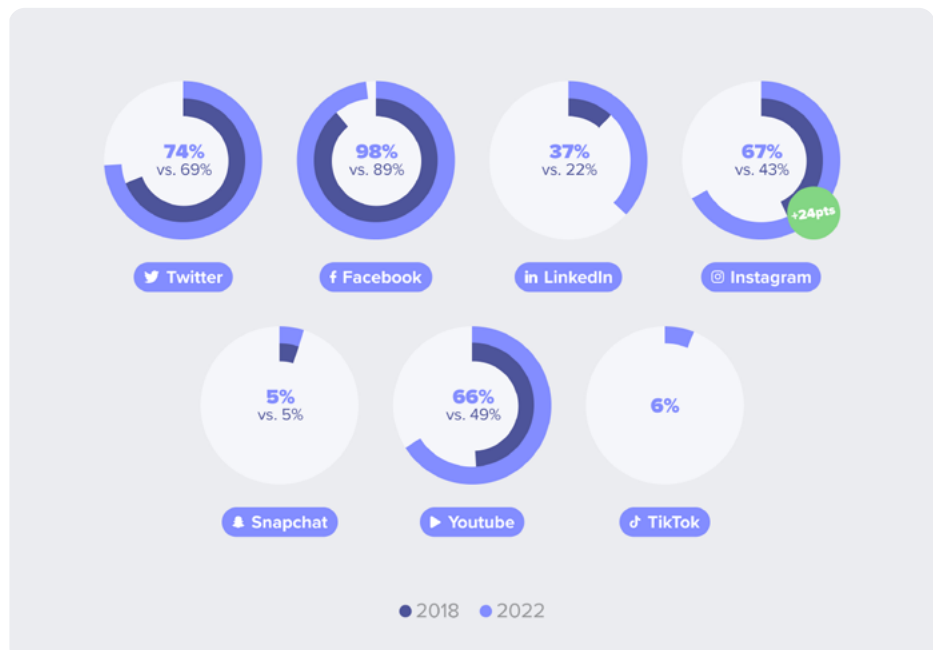
Une croissance
inférieure à 20%
sur les réseaux
depuis 2018

Du côté des villes moyennes (20 000 à 100 000 habitants), **la progression est moins importante par rapport aux autres collectivités locales vues précédemment** mais reste néanmoins intéressante.

En effet, **aucun des réseaux sociaux n'a connu une croissance supérieure à 20%** auprès des villes moyennes, **sauf Instagram qui enregistre une évolution de plus de 24%** en termes de présence.

Les plus importants restent **YouTube avec 66%** des villes moyennes et **LinkedIn avec 37%** des villes moyennes en 2022.

| RÉSEAU SOCIAL | 2018 | 2022 | ÉVOLUTION |
|---|------|------------|---------------|
|  | 99% | 99% | 0 |
|  | 69% | 74% | +5pts |
|  | 89% | 98% | +9pts |
|  | 22% | 37% | +15pts |
|  | 43% | 67% | +24pts |
|  | 5% | 5% | 0 |
|  | 49% | 66% | +17pts |
|  | N/A | 6% | N/A |



PARTIE 07

1 > 20 000 HABITANTS

Petites villes et villages

**Les moins
présentes...
mais on les
encourage !**









Tout comme en 2018, les petites villes et villages

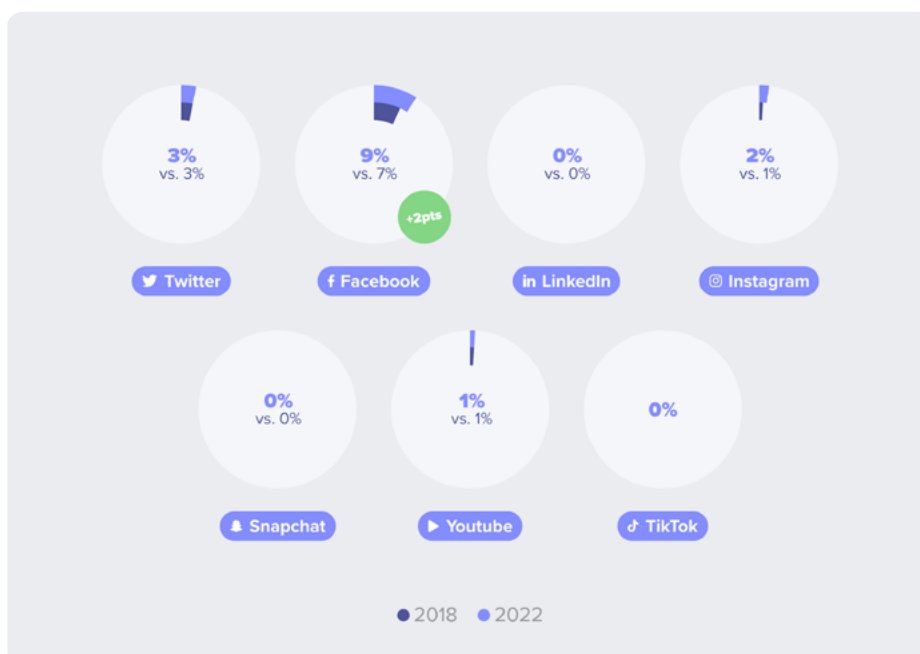
(moins de 20 000 habitants) **restent les moins investies des collectivités locales vis-à-vis des réseaux sociaux.**

Facebook est en tête avec seulement 9% des petites villes présentes sur ce dernier.








Du côté de **Twitter, Instagram et YouTube**, ce sont **moins de 3% des collectivités** qui y sont inscrites...

La mise à disposition d'un **site Internet** par ces collectivités est aussi **très faible** puisque seulement 41% d'entre elles en disposent, **soit moins d'une sur deux dans cette catégorie**. Cela se comprend aisément dans une France avec plus de 18 000 villages de moins de 500 habitants recensés par l'Observatoire socialmedia des territoires.

| RÉSEAU SOCIAL | 2018 | 2022 | ÉVOLUTION |
|---|------|------------|-----------|
|  | 41% | 41% | 0 |
|  | 3% | 3% | 0 |
|  | 7% | 9% | +2pts |
|  | 0% | 0% | 0 |
|  | 1% | 2% | +1pt |
|  | 0% | 0% | 0 |
|  | 1% | 1% | 0 |
|  | N/A | 0% | N/A |



Classement par réseau social

| RÉSEAU SOCIAL | RÉGIONS | DÉPARTEMENTS | MÉTROPOLES | INTERCOS | GRANDES VILLES | VILLES MOYENNES | PETITES VILLES ET VILLAGES |
|---|-------------|--------------|-------------|----------|----------------|-----------------|----------------------------|
|  | 100% | 90% | 90% | 19% | 98% | 74% | 3% |
|  | 100% | 99% | 100% | 20% | 100% | 98% | 9% |
|  | 76% | 84% | 86% | 42% | 81% | 37% | 0% |
|  | 94% | 85% | 86% | 21% | 98% | 67% | 2% |
|  | 18% | 6% | 9% | 1% | 17% | 5% | 0% |
|  | 94% | 86% | 91% | 31% | 95% | 66% | 1% |
|  | 41% | 21% | 14% | 6% | 24% | 6% | 0% |

Taux de présence des collectivités territoriales par réseau social en 2022

Parmi les 7 typologies de collectivités locales, les **régions** remportent la première place sur **Twitter, Snapchat ainsi que TikTok**.

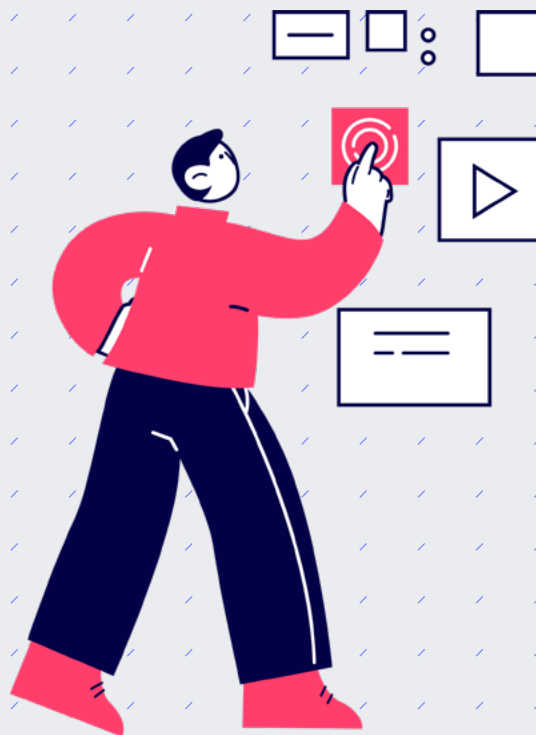
Les **métropoles** sont les plus présentes sur **LinkedIn**. Les **grandes villes** sont les plus présentes sur **Instagram ainsi que sur YouTube**.

En ce qui concerne **Facebook**, les **régions, métropoles ainsi que les grandes villes** disposent toutes d'une page Facebook, qui est encore **le réseau social le plus plébiscité par les collectivités locales françaises**.

On remarque également que Facebook reste le réseau social préféré des collectivités locales, suivi de près par YouTube, Instagram, et désormais LinkedIn (qui n'avait pas autant de collectivités en 2018, avant le COVID qui a rebattu les cartes à ce sujet) !



Zoom sur ...



Zoom sur des collectivités clientes de Swello

Nous comptons de nombreuses collectivités locales ayant choisi Swello pour les aider dans la gestion de leurs réseaux sociaux. Nous en avons sélectionné 25 (régions, départements et villes confondus) pour comprendre les différentes retombées de leurs posts en fonction du réseau social. Plus de 30 000 posts ont été analysés, tous réseaux confondus, du 1er janvier au 31 décembre 2022.

En moyenne, le taux d'engagement de ces collectivités sur Facebook est de 8,62%. Il provient quasi-équitablement de posts contenant des médias (vidéos, albums et photos), une carte lien (17%) et à 14% du texte seul. Ce qui est très étonnant car les publications sans aucun média ne sont privilégiées qu'à 1%, contre 46% de photos. Tout comme les impressions, qui sont à 42% générées par des photos, contre 1% par du texte. Ainsi, même si certains contenus sont plus utilisés que d'autres, **les collectivités arrivent à engager leur communauté équitablement** peu importe le type de post.

Faudrait-il cependant faire plus confiance aux statuts simples ?

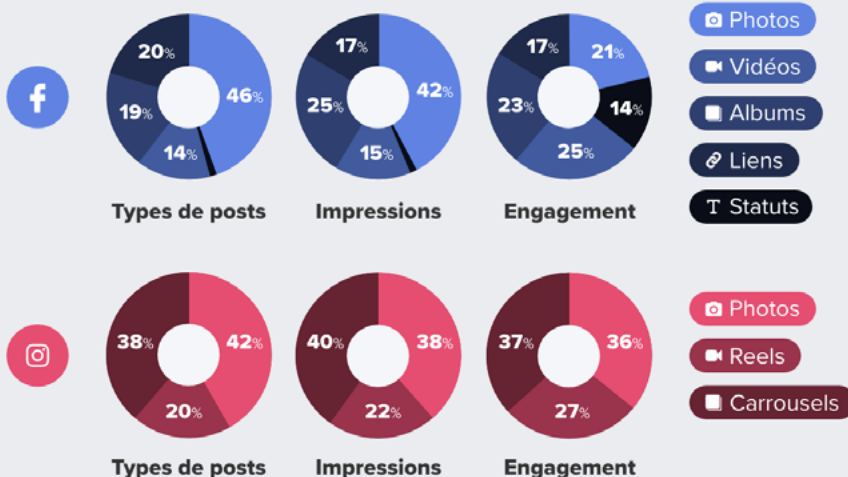
Du côté de **Twitter**, le **taux d'engagement est de 1,78%**. On considère un **bon taux d'engagement sur le réseau social à l'oiseau bleu lorsqu'il est supérieur à 1**, du fait de l'abondance de Tweets publiés.

LinkedIn est le grand gagnant de cette analyse. En effet, on observe un **taux d'engagement de 10,64%**.

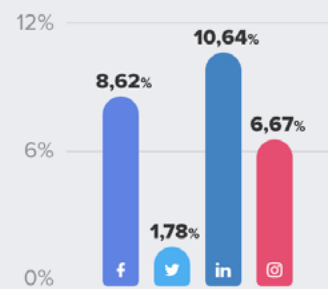
Selon plusieurs études, un taux supérieur à 5% témoigne d'une **communauté très active** et qui participe au développement de la visibilité de sa collectivité.

Enfin, sur Instagram, le **taux d'engagement est de 6,67%**. Le **nombre moyen de posts sur l'année 2022 est de 166**. Mais dans les faits, cela dépend énormément de la collectivité : 33% sont à plus de 200 posts sur la période (max. 366), 27% à moins de 50, ce qui rend l'échantillon très **hétérogène**. Les collectivités ont peu utilisé le format vidéo (20%) qui représente pour autant 27% de l'engagement. Ce sont **les carrousels qui vont générer le plus d'engagement** - 37% -, suivis de très près par les **photos** (36%).

Analyse de +30 000 posts publiés par 25 collectivités territoriales



Le **taux d'engagement moyen** le plus important est sur LinkedIn : **10,64%**



Analyse du 1er janvier au 31 décembre 2022.

Zoom sur la Haute-Savoie

POPULATION

27^e*sur le classement des plus grandes populations*

FACEBOOK

5^e*sur le classement des abonnés*

INSTAGRAM

2^e*dans le classement après Paris*

LINKEDIN

7^e*dans le classement en nombre d'abonnés*

TWITTER

16^e*(arrivée tardive sur Twitter, 2014)*

YOUTUBE

284 vidéos postées*pour un peu plus de 300 abonnés*

Le département de Haute-Savoie est un bel exemple de développement de ses profils sociaux.

Alors qu'il ne s'affiche que 27^e dans le classement des plus grandes populations, **il se retrouve parfois en tête de classement en nombre d'abonnés sur tous les réseaux.**

Sur **Facebook**, le département privilégie du **contenu à titre informatif**, toujours avec des médias pour illustrer les rencontres, l'environnement du métier qu'on aborde, en quoi consistait les derniers travaux réalisés, ou la dernière réunion avec les représentants du département, etc. On y voit également des retours en images sur les événements en tendance, ou des idées sorties. **En termes de format de posts, on sait dès la première ligne de quoi nous allons parler.** L'emoji et la thématique dans une certaine police va **capter l'audience concernée**, et **catégoriser le post.**

Sur **LinkedIn**, on retrouve beaucoup **les mêmes stratégies**, notamment dans le **format du post**, mais aussi dans le **caractère informatif de leur contenu** : le compte

LinkedIn Haute-Savoie met en valeur le dynamisme du département, où les acteurs du territoire peuvent **interagir sur un réseau plus formel**. On y retrouve la promotion du Tour de France et de son passage en Haute-Savoie, le portrait des sportifs haut-savoyards, ou encore des propositions d'espaces pour des balades familiales.

Sur **Instagram**, la Haute-Savoie s'affiche en deuxième place du classement. Étant un département très **touristique**, la Haute-Savoie offre un contenu très **esthétique** : chaque post est une photo de paysage tiré d'autres pages dédiées ou de photographes amateurs. On découvre la Haute-Savoie avec un ton très romantique, et grâce à des idées de balades et sorties sur le territoire. Sous le post, la **communauté** peut interagir sur leur dernière sortie ou leur connaissance sur les paysages en question.

Pour conclure, le département de Haute-Savoie adopte une stratégie différente selon le réseau social, et ça fonctionne.

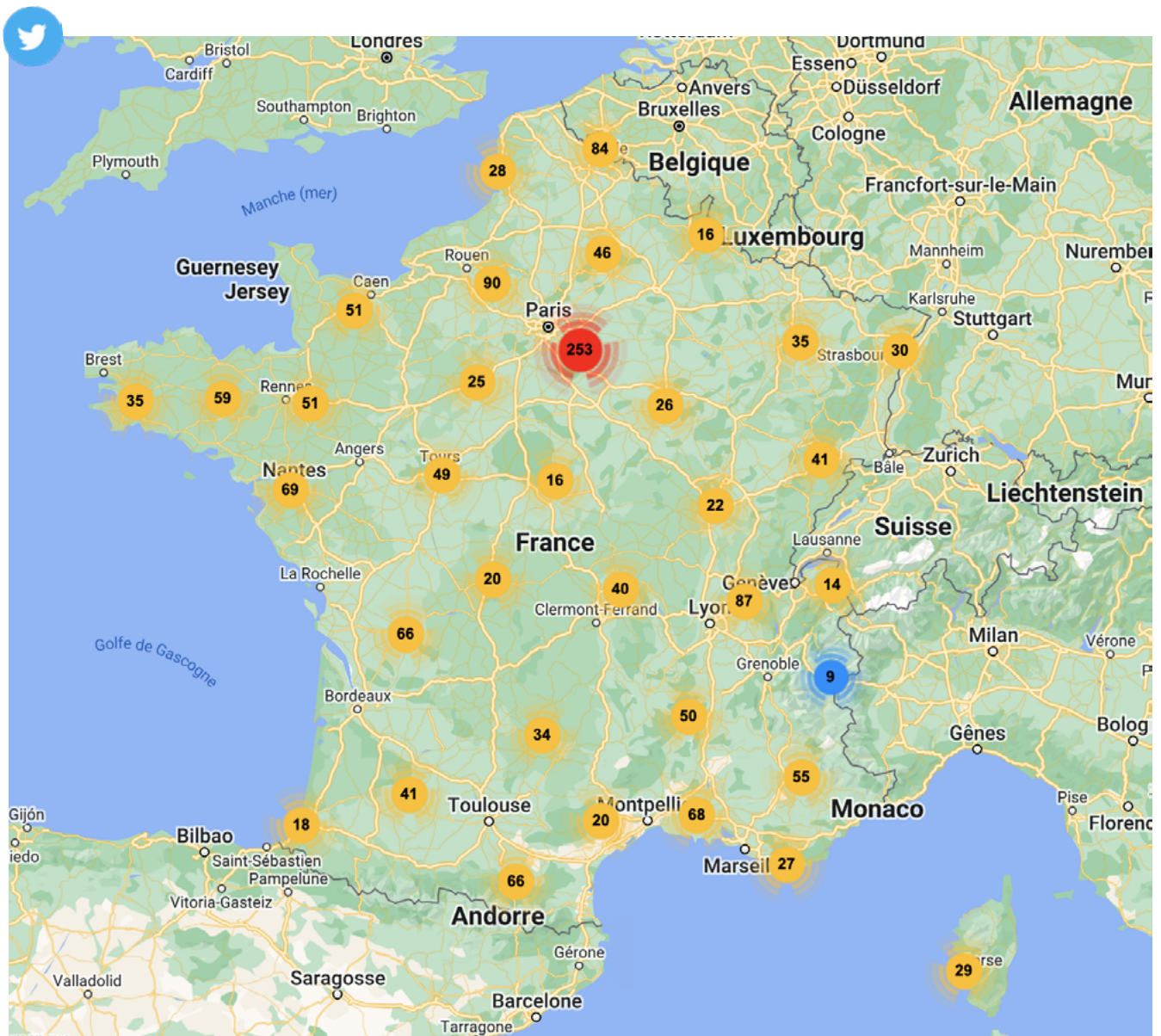
Il se trouve dans le top du classement de ceux ayant le plus d'abonnés, grâce à la mise en avant de leur territoire et de son dynamisme. **Un bel exemple à suivre.**



Cartographies



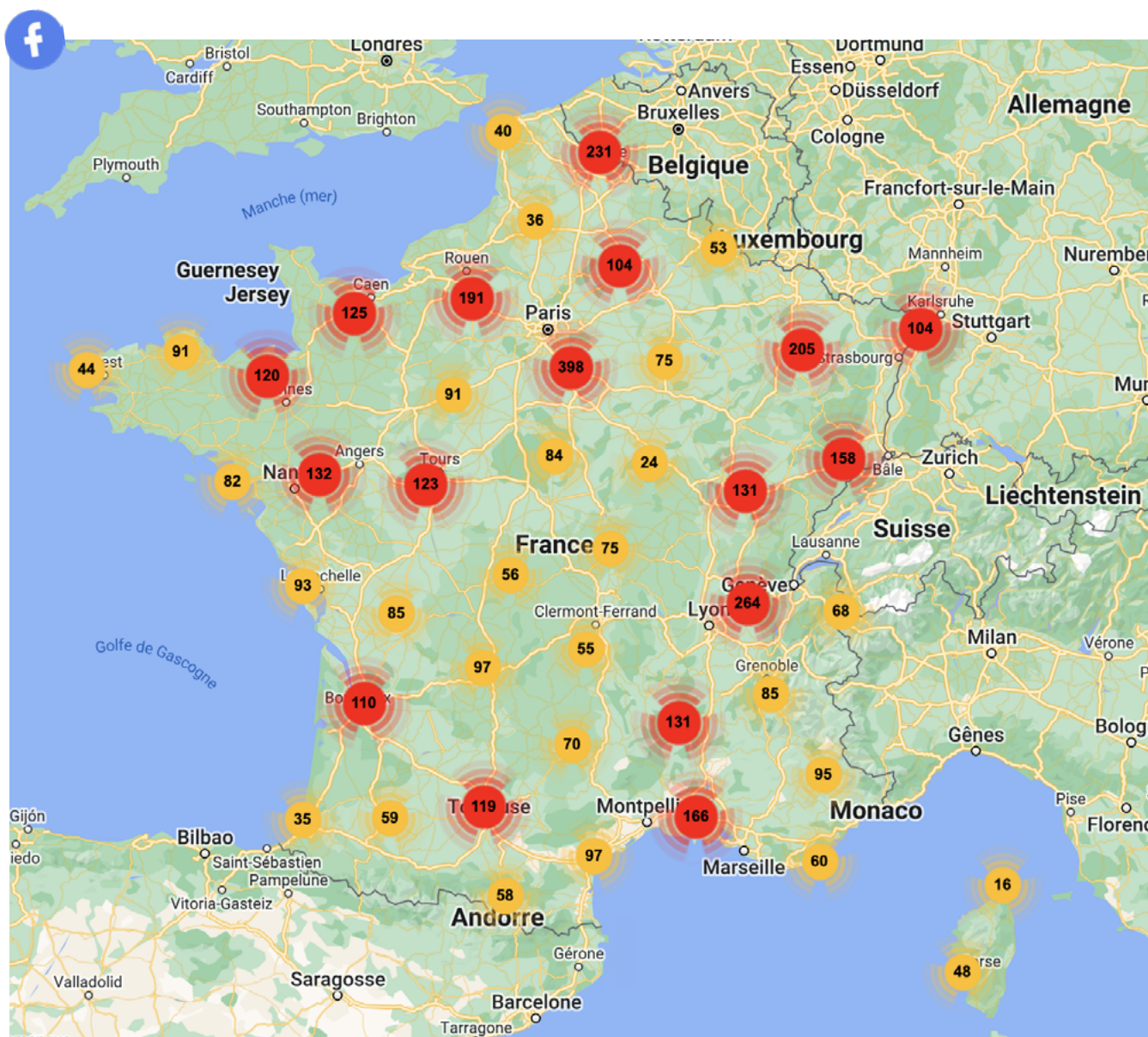
Cartographie des communes françaises présentes sur Twitter



C'est en région **Île-de-France** que les collectivités territoriales gazouillent le plus, loin devant l'**Auvergne-Rhône-Alpes** et l'**Occitanie**.

Les régions où les collectivités sont le moins déployées sur Twitter, en dehors de l'**Outre-mer**, sont la **Bourgogne-Franche-Comté** et le **Centre-Val de Loire**.

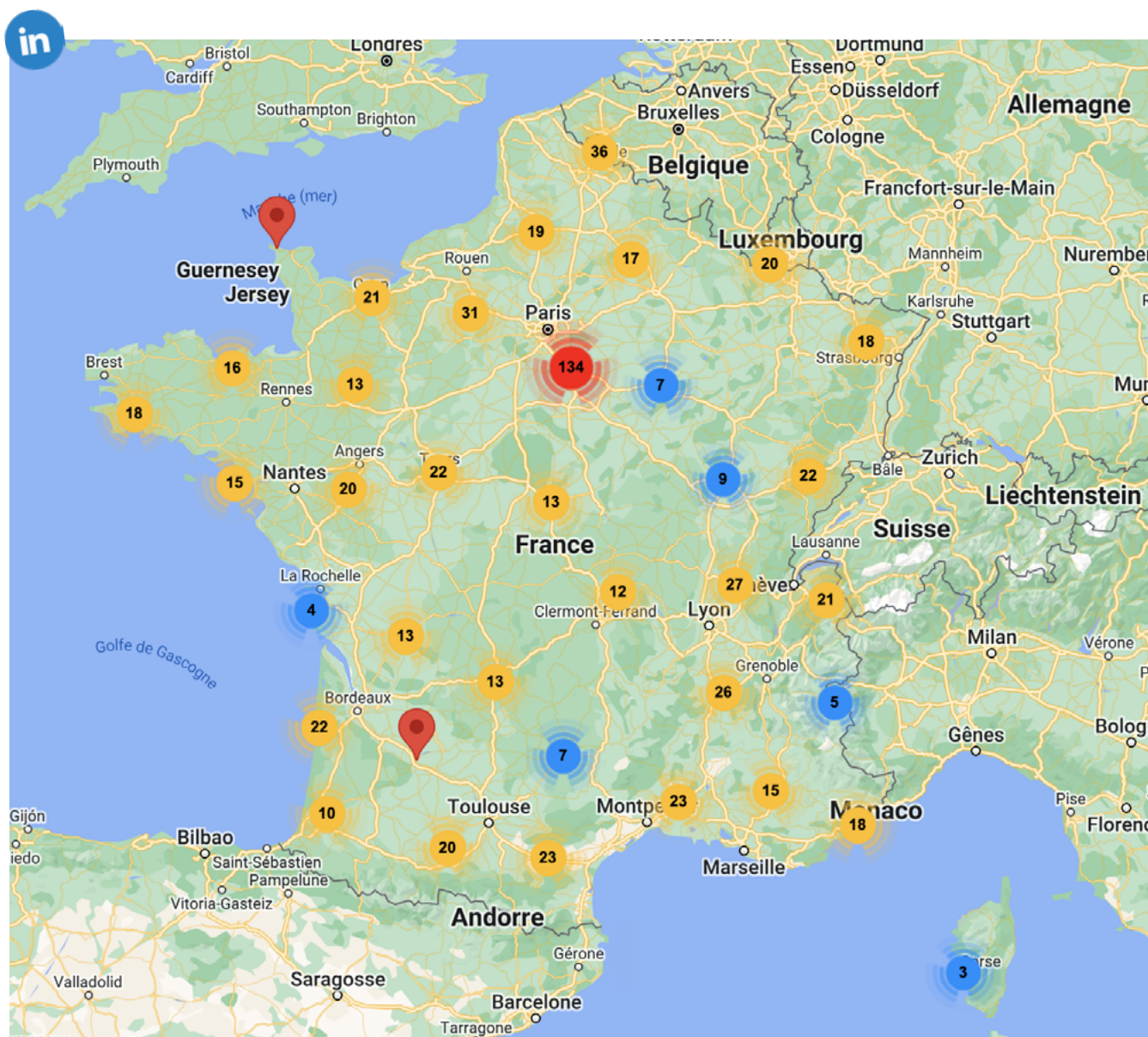
Cartographie des communes françaises présentes sur Facebook



Si l'on s'en tient à la métropole, c'est dans les régions **Auvergne-Rhône-Alpes**, **Grand Est**, **Nouvelle Aquitaine** et **Occitanie**, que les collectivités locales sont le plus déployées sur Facebook.

En bas de classement, on retrouve la **Normandie** et la région **PACA**.

Cartographie des communes françaises présentes sur LinkedIn

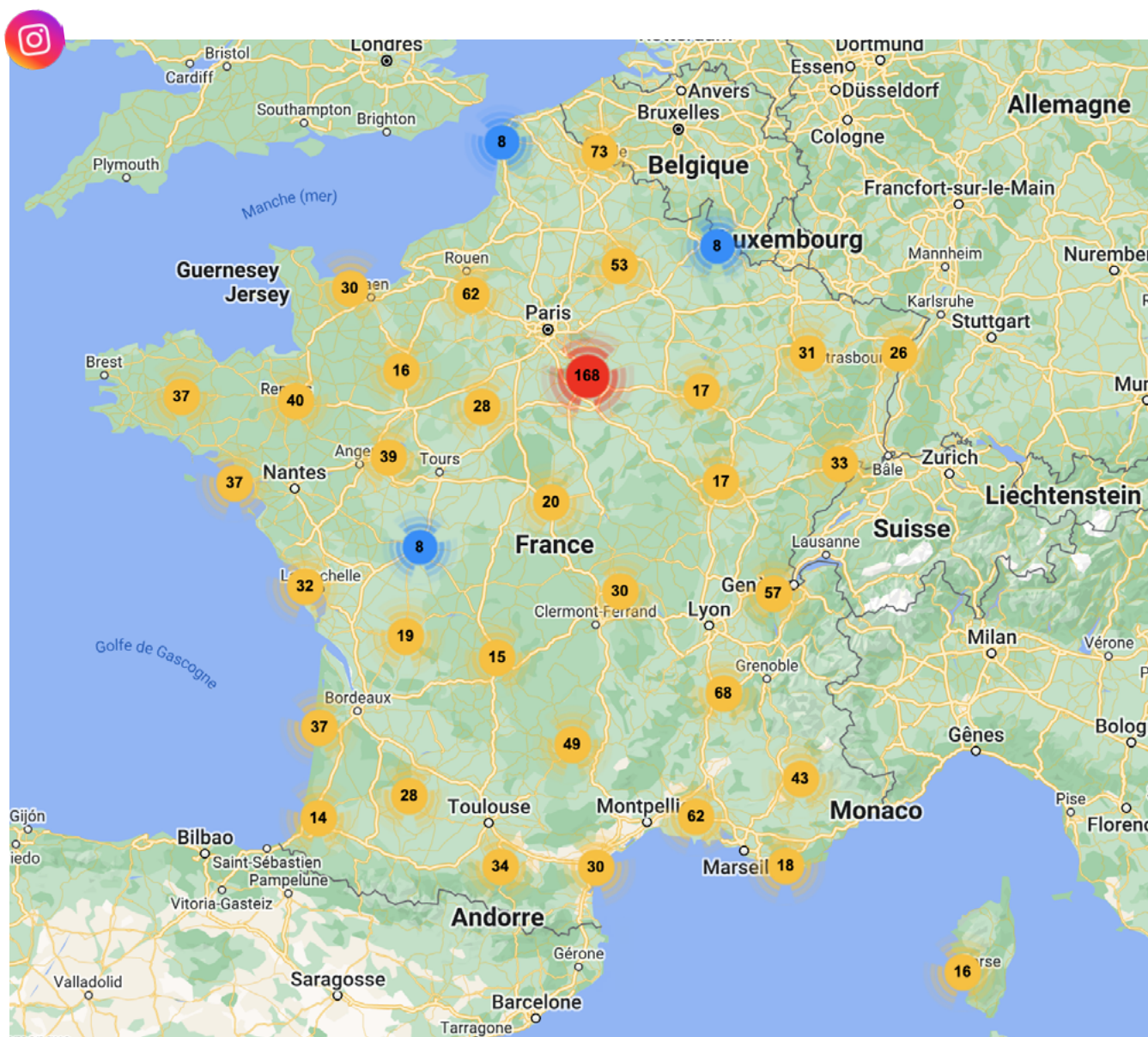


Une nouvelle fois c'est en **Île-de-France** que l'on retrouve le plus de collectivités locales déployées sur le réseau social du monde professionnel.

Elle est suivie par les régions **Auvergne-Rhône-Alpes, Occitanie** et **Nouvelle Aquitaine**.

Les moins présentes sur LinkedIn sont en **Centre-Val de Loire** et **Bourgogne**.

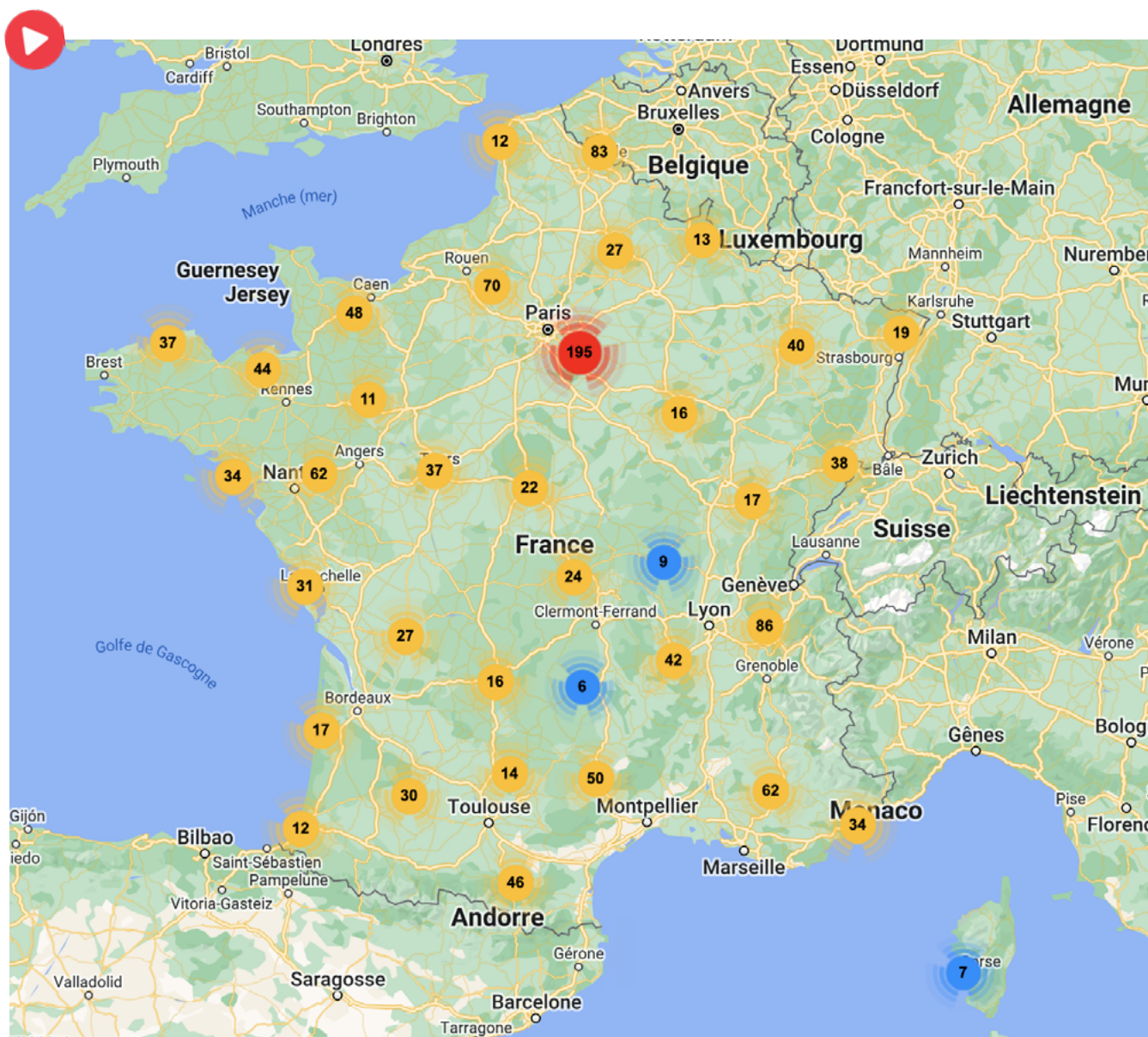
Cartographie des communes françaises présentes sur Instagram



La région **Île-de-France** arrive largement en tête du nombre de collectivités déployées sur Instagram, suivie de près par la région **Auvergne-Rhône-Alpes**.

En revanche, peu d'entre elles y sont présentes en **Centre-Val de Loire**, **Bourgogne** et **Normandie**.

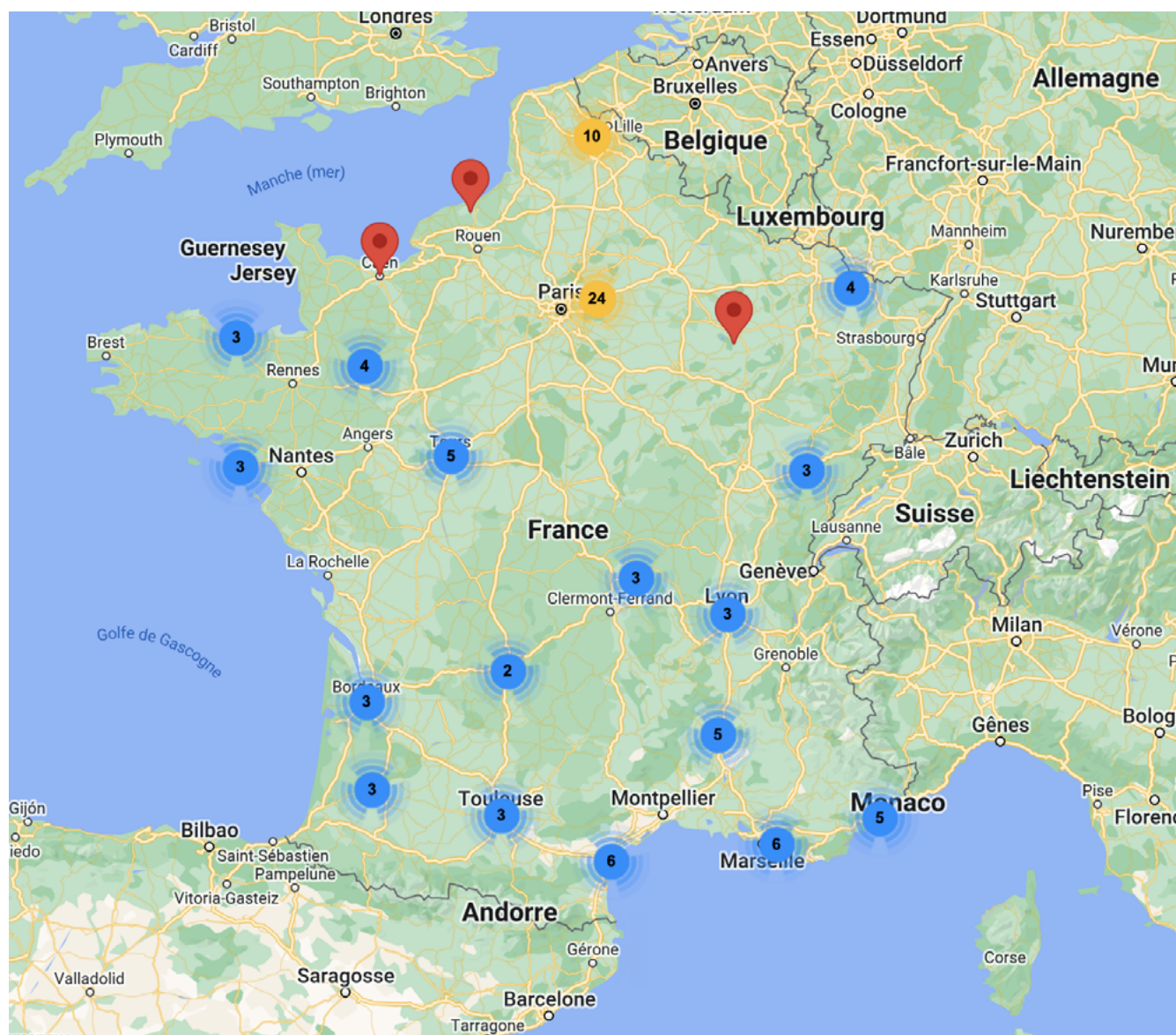
Cartographie des communes françaises présentes sur YouTube



Île-de-France tient toujours le haut du pavé concernant les collectivités locales les plus déployées sur YouTube, suivie par les régions **Auvergne-Rhône-Alpes** et **Occitanie**.

La région **Bourgogne-Franche-Comté** et le **Centre-Val de Loire** arrivent en bas de classement.

Cartographie des communes françaises présentes sur TikTok



Le déploiement des collectivités locales est trop récent pour en tirer de vrais enseignements en termes cartographiques.

On note toutefois, qu'en dehors de la région **Île-de-France**, on retrouve sur le podium, et dans un mouchoir de poche, les régions **Provence-Alpes-Côte d'Azur**, **Occitanie** et **Auvergne-Rhône-Alpes**.

Pour conclure



swello

Les petites villes confirment la corrélation entre nombre d'habitants et présence en ligne. Elles sont peu nombreuses à disposer d'un réseau social et sont moins d'une sur deux à disposer d'un site web. Ce résultat se **conforme à leur besoin et celui de leur population.**

La progression des villes moyennes est la moins importante, soit inférieure à 20% pour tous les réseaux sociaux (hors Instagram). Cependant, elles étaient déjà bien présentes en 2018, ce qui expliquerait une **progression plus faible de leur expansion sur les réseaux sociaux.**

Les grandes villes disposent d'une tête de podium bien affirmée : la ville de Paris. Cette réussite fait même de l'ombre aux comptes Île-de-France et Métropole du Grand Paris. Plus largement, en 4 ans, les grandes villes sont les seules, avec les départements, à avoir créé plus de comptes Snapchat, malgré une décroissance du côté des régions et des métropoles.

Les intercommunalités montrent la plus belle évolution depuis 2018 sur l'ensemble de leurs réseaux sociaux, que ce soit sur Youtube (+26pts), Twitter (+10pts) ou encore LinkedIn

(+40pts) !

C'est sur Instagram que les métropoles performant, avec un gain de +48 points entre 2018 et 2022, la plus forte hausse de toute cette étude.

Les départements sont très investis et les différentes communautés se suivent de près dans le classement, preuve que peu importe la localisation géographique, toutes disposent d'une visibilité en ligne.

Enfin, les régions surfent sur la tendance TikTok. Constamment en train d'innover, elles donnent le ton pour les autres collectivités, au regard de leur taille.

On peut, grâce à ces exemples, comprendre que les réseaux sociaux font la quasi-unanimité en 2022 et témoignent bien de l'attractivité de nos collectivités territoriales françaises. Bravo !



OBSERVATOIRE SOCIALMEDIA DES TERRITOIRES

La première étude sur la présence des collectivités sur les réseaux sociaux en France, réalisée par l'agence Adverbia en 2012, **montrait qu'une grande ville sur deux n'était pas présente sur Facebook ; aujourd'hui elles le sont toutes.**

En 2016, l'Observatoire socialmedia des territoires voyait le jour en faisant le constat qu'**une seule région était présente sur Instagram ; aujourd'hui elles le sont toutes.** Et depuis le dernier relevé de chiffres réalisé par l'Observatoire en 2018, **cette étude réalisée avec Swello démontre l'ampleur du déploiement de plus en plus massif et agile des collectivités locales.**

Certes, **les petites villes ont encore des marges de progrès**, mais on connaît leurs difficultés en moyens RH et on dénombre 25000 villages de moins de 1000 habitants ! Sur ce panel, moins de 3% sont présents sur Facebook. Et **l'on trouve tout de même des pépites, comme La Lande-Chasles**, 123 habitants, suivi par 1500 abonnés sur Twitter, 2000 sur Facebook et dans le top 10 Instagram !

Ou encore plus de 3000 collectivités qui ont fait le choix d'être sur les réseaux sociaux, sans avoir de site internet.

Quant aux **petites villes** de 10000 à 20000 habitants, c'est **plus de 86% qui sont présentes sur Facebook** ; une **stratégie "mono réseau"**, qui domine largement le paysage pour cette strate.

Pour les autres, l'étude permet aussi de constater que **plus la collectivité a d'habitants, plus elle est déployée sur de nombreux réseaux sociaux**, variant ainsi les formats et touchant différents publics. Une évolution qui va de pair avec **la maturité du métier de community manager**, aujourd'hui enfin installé dans les institutions publiques, où il était encore vu comme un OVNI il y a dix ans.

Enfin, à noter que cette étude sort juste après celle du Conseil d'État, qui aborde en 2022 cette thématique des réseaux sociaux, **incitant l'administration et les collectivités locales à adopter «un usage plus intensif»**, à opter pour les réseaux sociaux dits alternatifs et à former leur community manager... en mentionnant les travaux de l'Observatoire socialmedia des territoires.

Merci aux experts de la communication numérique du secteur public qui œuvrent bénévolement à maintenir ces données à jour. Les agents de toutes les collectivités sont invités à nous signaler tout changement et les compléter directement depuis l'onglet "Fichier des collectivités" sur [MyObservatoire.com](https://www.myobservatoire.com).

ÉTUDE 2023

Réseaux sociaux et collectivités locales françaises



100% gratuit.
Et vous n'êtes pas le produit.

[@OBSERVATOIRERS](#)

[MYOBSERVATOIRE.COM](#)

swello

Simplifiez la gestion
de vos réseaux sociaux

[@GETSWELLO](#)

[SWELLO.COM](#)

