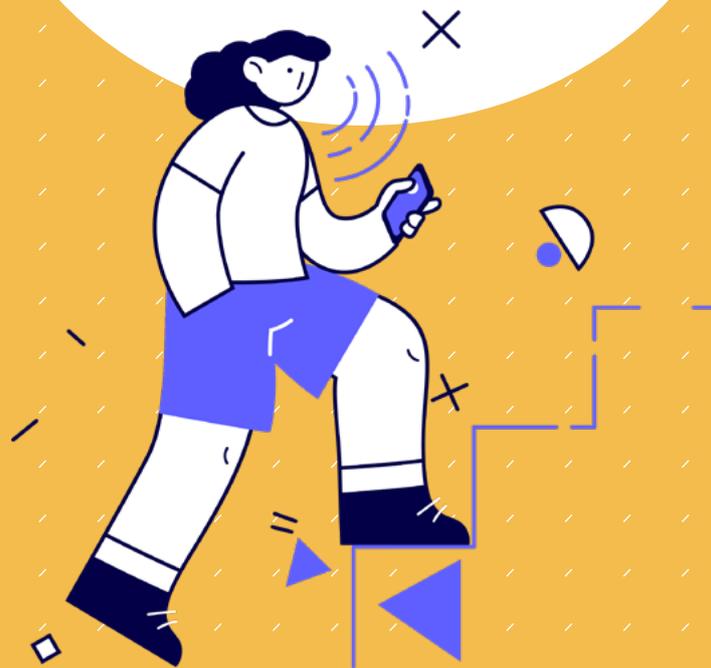


ÉTUDE 2023

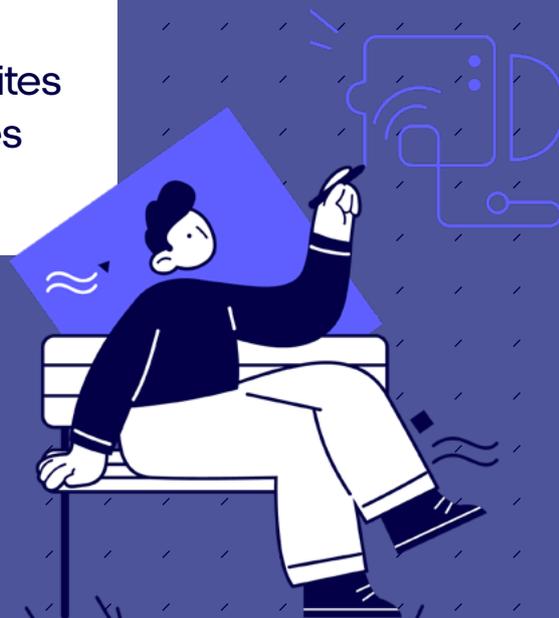
Réseaux sociaux et collectivités locales françaises



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.

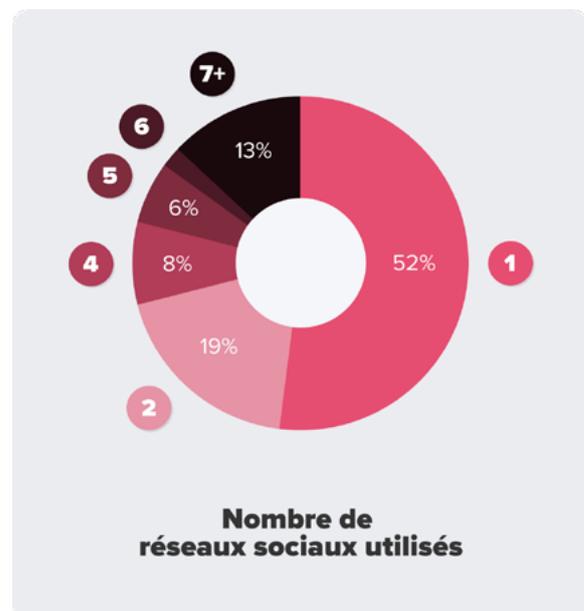
De 2018 à 2022, quel impact les derniers évènements ont-ils pu avoir sur la présence en ligne des collectivités ?

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...

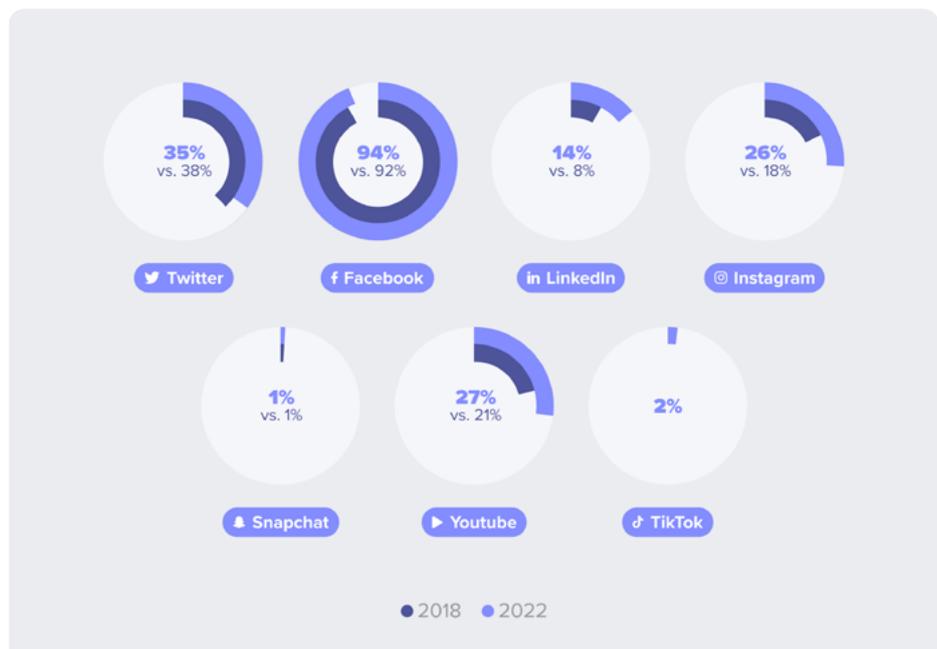
Quels sont les réseaux sociaux les plus prisés par les collectivités locales en 2022 ?

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.

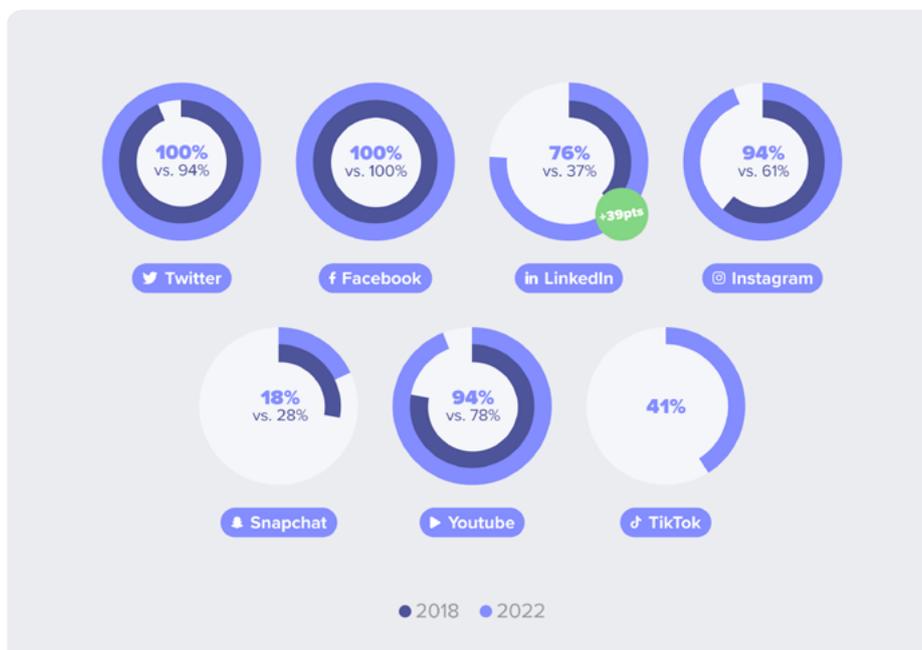
100% d'entre elles étaient déjà présentes sur Facebook, elles le sont **désormais également sur Twitter en 2022**.

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**

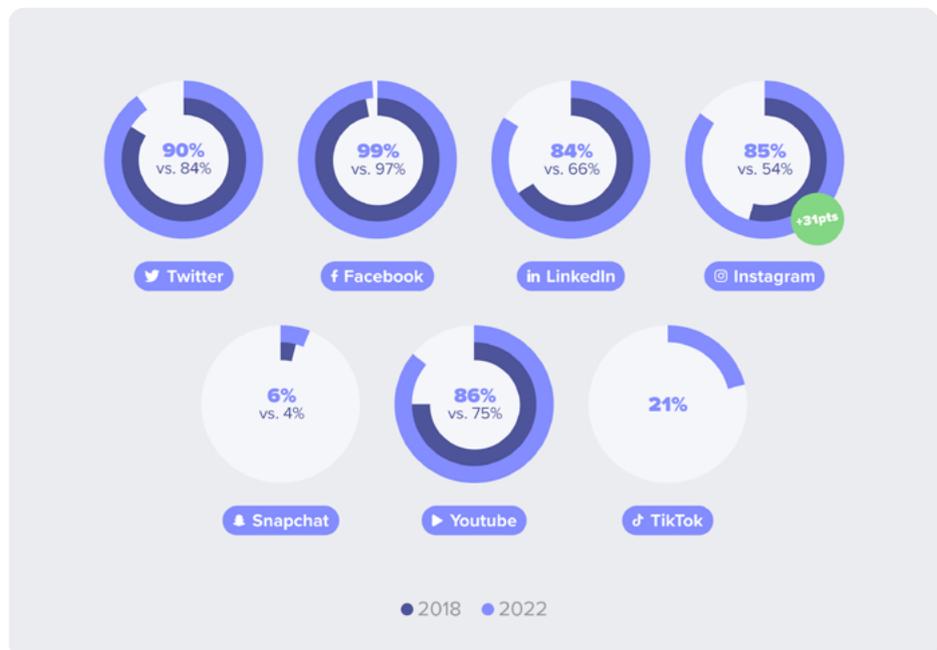
Tout comme pour les régions, **la progression a été la plus importante sur Instagram et LinkedIn** côté départements français.

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

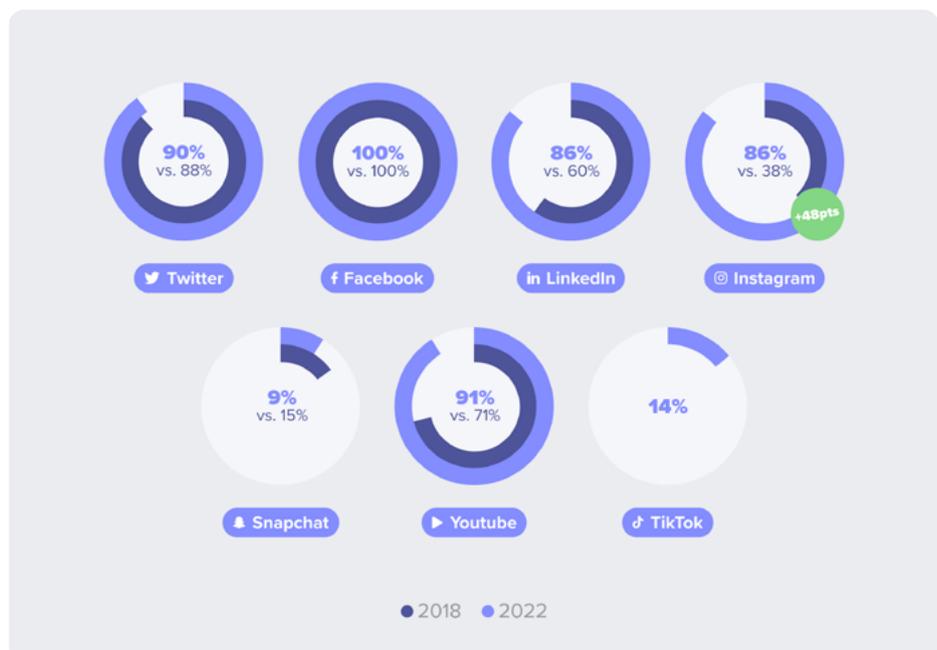
Côté métropoles,
**Facebook est encore
et toujours le réseau
social le plus investi.**

**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**

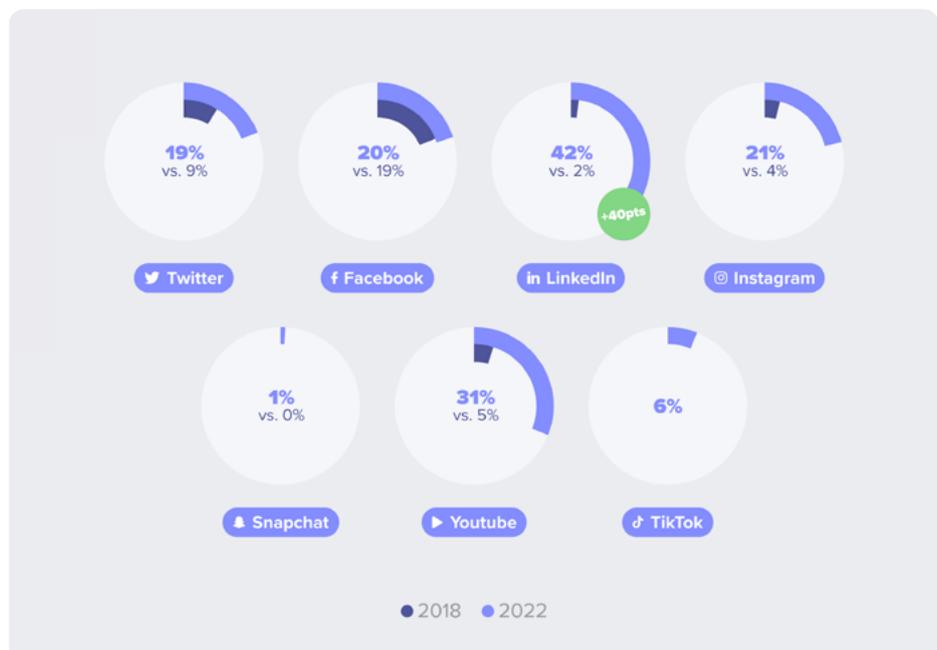
Les intercommunalités (communautés de communes, d'agglomération et urbaines, EPT...), contrairement aux collectivités locales évoquées précédemment (régions, départements ainsi que métropoles), ont été **très peu nombreuses à investir la plateforme Facebook** (+1 point de 2018 à 2022).

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**

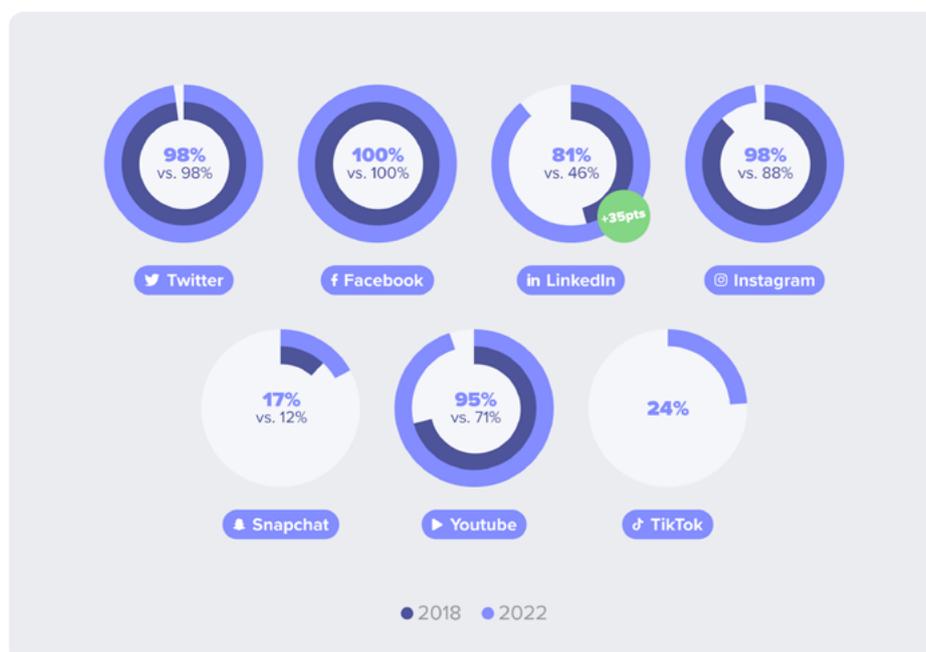
Les grandes villes (plus de 100 000 habitants) **avaient déjà compris en 2018 l'importance d'être présentes sur les réseaux sociaux** puisque **100% des grandes villes étaient déjà présentes sur Facebook, 98% sur Twitter, 88% pour Instagram.**

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	Anncy	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

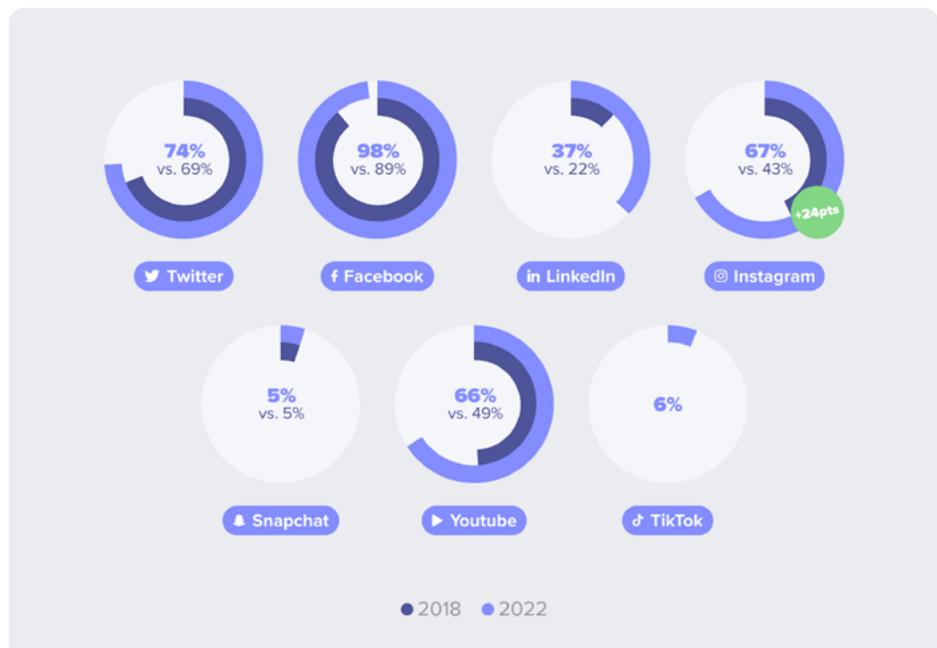
Une croissance
inférieure à 20%
sur les réseaux
depuis 2018

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%** après 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

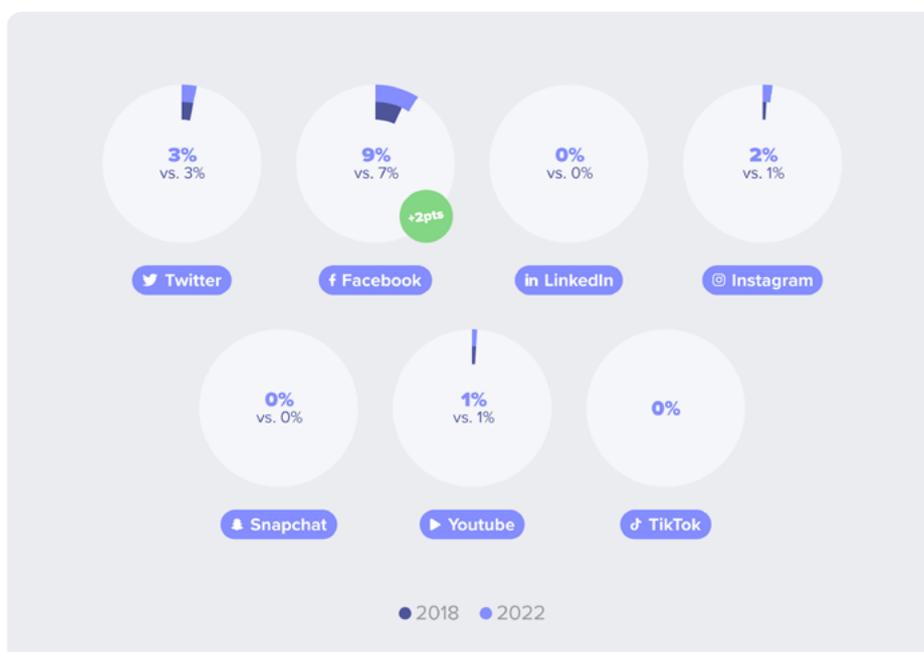
(moins de 20 000 habitants) **restent les moins investies des collectivités locales vis-à-vis des réseaux sociaux.**

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**.

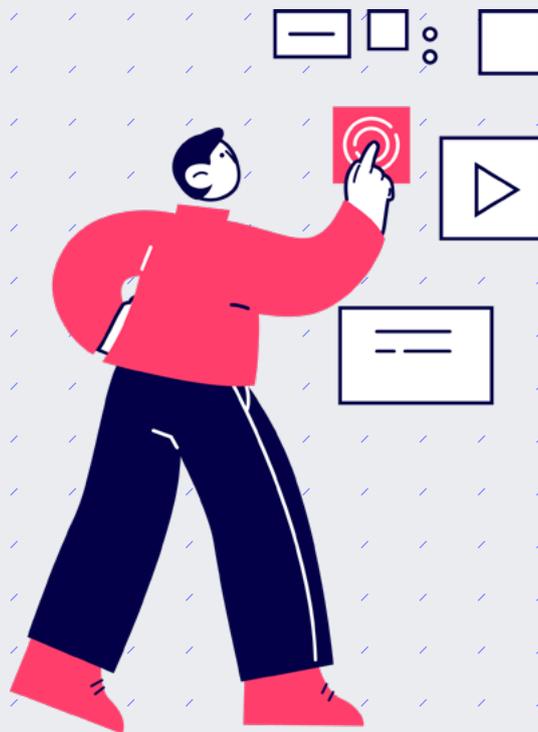
Les **métropoles** sont les plus présentes sur **LinkedIn**. Les **grandes villes** sont les plus présentes sur **Instagram ainsi que sur YouTube**.

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 ?

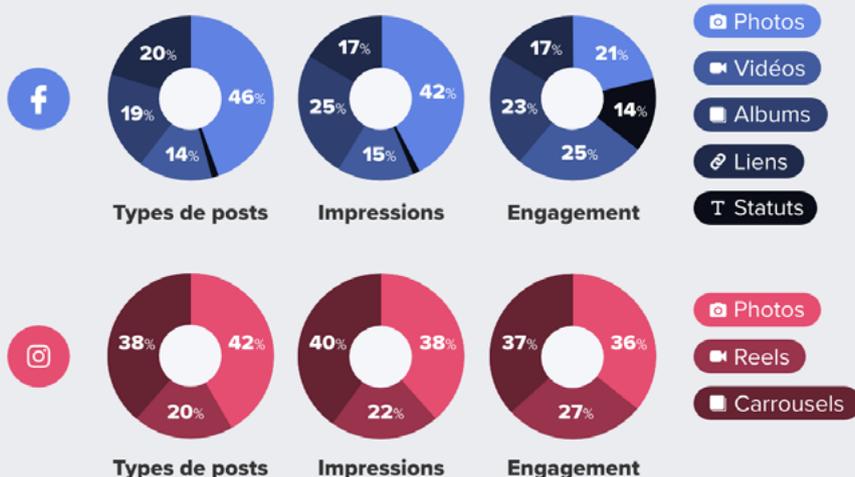
Du côté de **Twitter**, le **taux d'engagement est de 1,78%**. On considère un **bon taux d'engagement sur le réseau social à l'oiseau bleu lorsqu'il est supérieur à 1**, du fait de l'abondance de Tweets publiés.

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

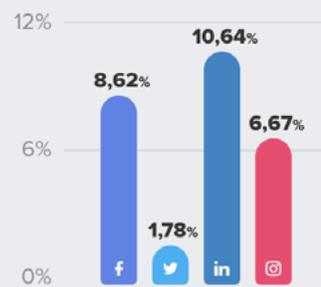
Selon plusieurs études, un taux supérieur à 5% témoigne d'une **communauté très active** et qui participe au développement de la visibilité de sa collectivité.

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.

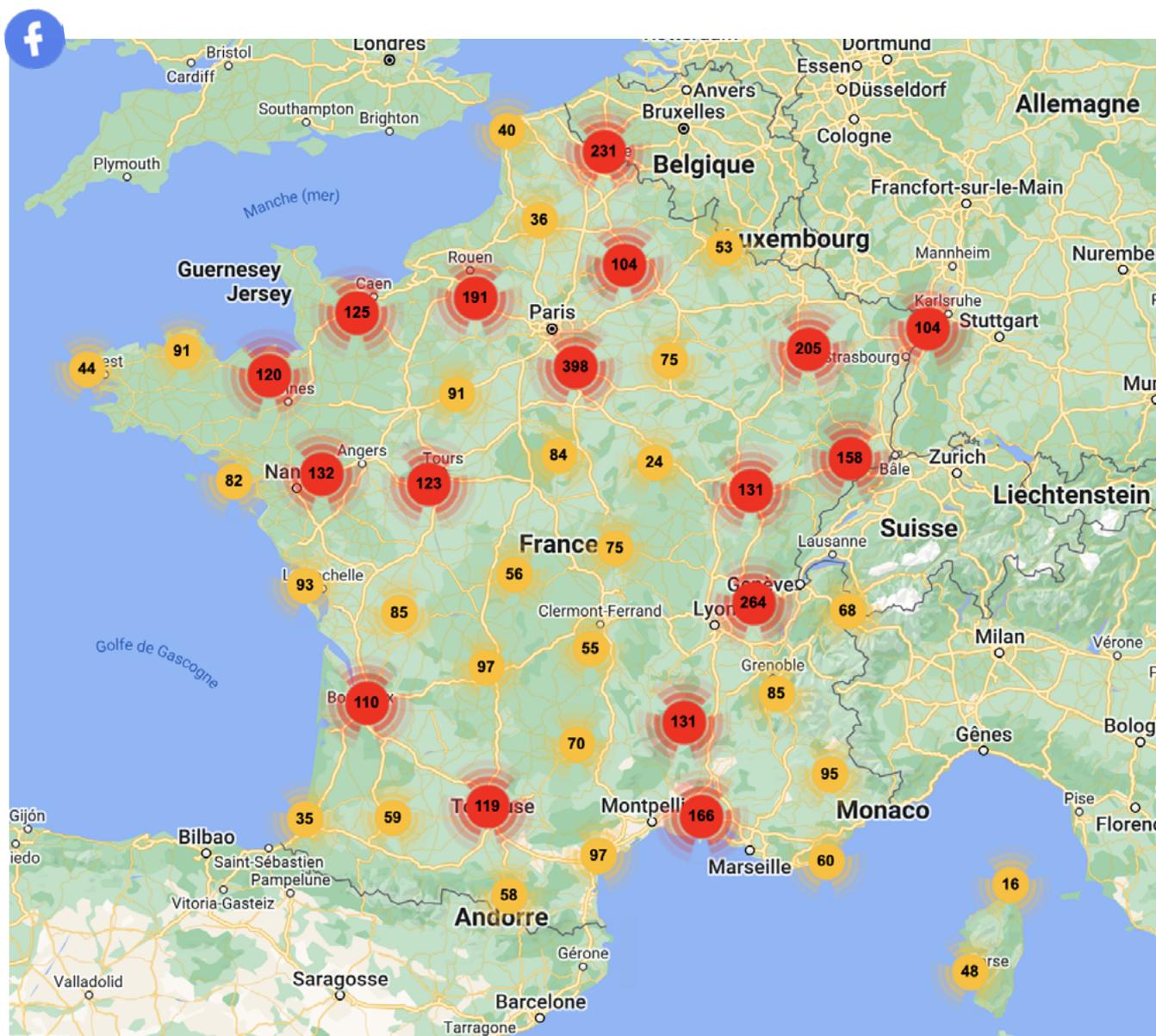
Il se trouve dans le top du classement de ceux ayant le plus d'abonnés, grâce à la mise en avant de leur territoire et de son dynamisme. **Un bel exemple à suivre.**



Cartographies



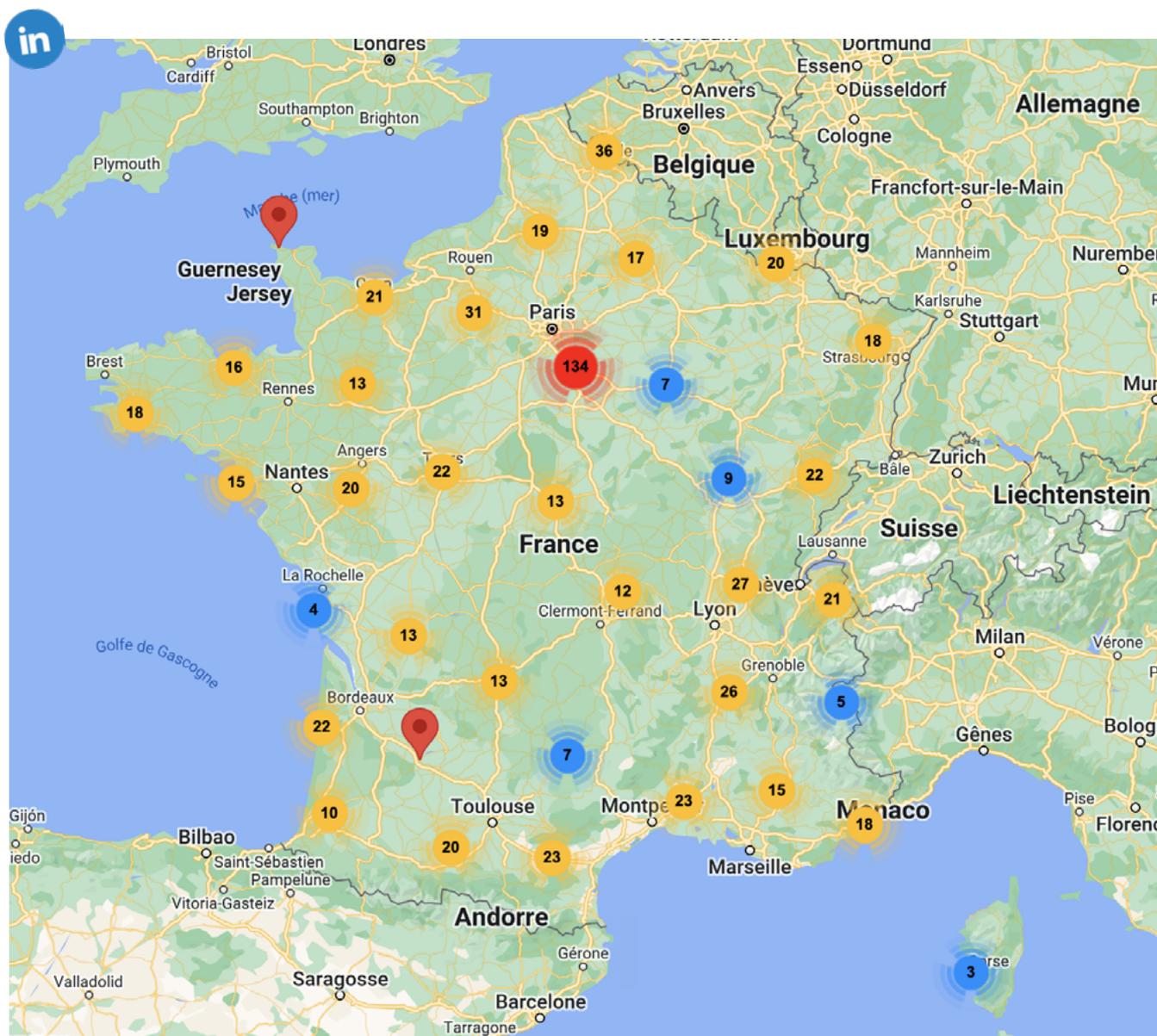
Cartographie des communes françaises présentes sur Facebook



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

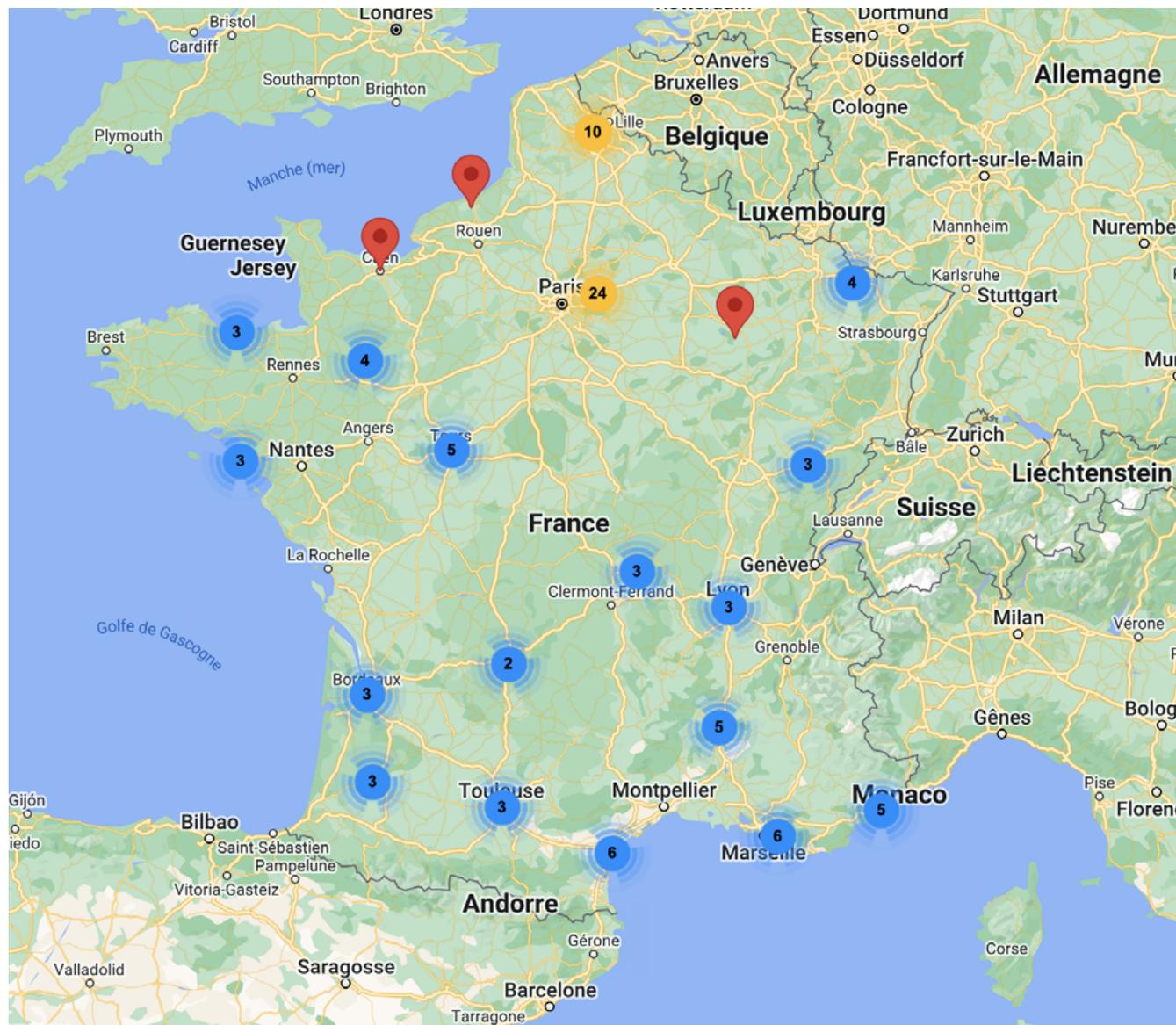


Une nouvelle fois c'est en **Île-de-France** que l'on retrouve le plus de collectivités locales déployées sur le réseau social du monde professionnel.

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 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](#)

