



HAL
open science

L'Internet municipal: impasses politiques, ancrages territoriaux

Sébastien Rouquette

► **To cite this version:**

Sébastien Rouquette. L'Internet municipal: impasses politiques, ancrages territoriaux. Quaderni, 2008, 66, pp.97-105. hal-00910134

HAL Id: hal-00910134

<https://hal.science/hal-00910134>

Submitted on 5 Dec 2013

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

L'Internet municipal : impasses politiques, ancrages territoriaux.

Sébastien Rouquette, 2008, n°66, « [L'Internet municipal : impasses politiques, ancrages territoriaux](#) », *Quaderni*, Paris, pp. 97-105

Comme tous les sites, les sites municipaux condensent plusieurs logiques. Un site municipal est à la fois un outil de communication institutionnelle, un lieu de démocratie politique, un outil d'expression citoyenne ou encore la représentation virtuelle d'une ville bien réelle. Plusieurs de ces logiques d'interprétation et de différenciation des sites municipaux ont déjà été explorées, de manière spécifique ou mêlée. On peut synthétiquement en distinguer trois : logiques communicationnelles, territoriales et politiques.

1 - Enjeu politique, communicationnel, territorial : quelle logique prime dans l'Internet municipal ?

1- A : Multiplicité des logiques, multiplicité des facteurs d'analyse possibles

Première logique et problématique opérante, celle de Natacha Ordioni : mêler une approche de communication institutionnelle à des facteurs « territoriaux ». Le contenu du site s'explique-t-il d'abord par le type de ville dont il provient ? Le contenu culturel, politique, économique, administratif ou touristique s'explique-t-il par l'indice de développement urbain (ville/campagne), économique (secteur primaire/secondaire/ tertiaire) et social (ouvrier *versus* cadre informatique) de l'agglomération ?

La taille des villes est ici le principal facteur de distinction entre siteⁱ. Cette taille est traditionnellement mesurée par le nombre d'habitants, l'importance de la zone d'influence ou leur rang dans la hiérarchie urbaine. C'est un critère qui le poids économique et politique de chaque ville : les grandes agglomérations (+ de 200 000 habitants) sont-elles virtuellement plus actives que les petites villes (entre 2000 et 10 000 : typologie de l'Insee),? Les sites municipaux reflètent-ils les préoccupations économiques et administratives des élus ? Car toutes n'ont ni les mêmes atouts, ni les mêmes contraintes. Toutes ne cumulent pas des universités, des administrations, des directions d'entreprises, des grands médias, des services de médecine spécialisés. Quel rôle ces différences jouent-elles dans la place accordée à la promotion municipale (discours du maire, informations administratives), aux relations de citoyenneté, au tourisme et au patrimoine (artisanat, tradition, musée, climat) ou un marketing territorial ?

Seconde facteur territorial exploitable : la localisation de la commune sur une zone plutôt urbaine ou rurale du territoire françaisⁱⁱ. La population mondiale s'urbanise à grande vitesse (ainsi du Japon ou de la Corée du sud, urbanisés à plus de 80%). Les grandes villes notamment cumulent les richesses économiques, les commerces spécialisés, les programmations

culturelles les plus variéesⁱⁱⁱ. Ces différences sont-elles perceptibles dans la représentation électronique de ces communes ?

Deuxième problématique et logique envisageable : le poids de la communication territoriale, ses impératifs de valorisation de la ville dans la concurrence forte entre territoires. D'autres critères doivent encore être ajoutés, à commencer par un élément spécifique à Internet : les sites construisent-ils un territoire d'influence, territoire économique (liens vers la capitale régionale) ou administratif (communauté d'agglomération, collectivités territoriales) ? De quel réseau un site municipal peut-il se prévaloir (les liens comme vitrine du territoire économique, touristique) ?

Troisième logique : l'angle politique. Dans une perspective idéal-typique, de Thierry Vedel, une importance particulière est accordée à des rubriques spécifiques. Trouve-t-on ou non des forums (expression citoyenne), une communication de documents (information administrative), un mail (dialogue élu/citoyen), des newsletters (outils de diffusion de l'information), des questionnaires et votes électroniques en ligne (action, participation : rubriques qui correspondent au chiffre 1^{iv}) ? Selon la taille des villes, les sites municipaux privilégient-ils les informations politiques se demande Gérard Loiseau : mot du maire, ordre du jour, comptes-rendus ? Encouragent-ils plutôt le dialogue élus/citoyens : courrier à la mairie, forum, sollicitation en ligne. Ou favorisent-ils l'expression d'acteurs divers : associations, syndicats, partis politiques, médias : rubriques qui correspondent au chiffre 2^v ? Quelle part joue alors l'idéologie politique de la majorité municipale dans l'activation d'un autre rapport avec l'électorat sur le net ?

1 - B : Confronter les logiques, un corpus comparatif.

Si plusieurs lectures sont possibles pourquoi ne pas les confronter ? Laquelle fournit la grille de présentation du réel Internet municipal le plus opératoire ?

Le corpus décortiqué reflète cette préoccupation. Pour confronter ces trois logiques, l'ensemble est constitué à la fois d'un nombre semblable de métropoles, de grandes villes, de villes moyennes, de petites villes et de bourgs (logique territoriale) ; de villes communistes, socialistes, UDF, UMP, extrême-droite, sans étiquette (logique partisane), de villes de zones urbaines et rurales (logique territoriale, logique communicationnelle). On peut par exemple découper le corpus selon la taille des villes : villes de + de 200 000 habitants (Marseille, Lyon, Nice, Montpellier), de +50 000 habitants (Angers, Limoges, Aix-en-provence, Villeurbanne, Roubaix, Montreuil, Saint-Denis), +10 000 habitants (Martignes, Arras, Chamalières, Aurillac, Orange, Hérouville-Saint-Clair, Mende, Hennebont), + 2000 (Ormesson sur Marne, Nangis, Saint Gervais les Bains, Aubusson, Olemps), - 2000 (Mittelhausbergen, Saint Eulalie d'Olt, Nailloux, Najac, Chagnon). Aussi, si le choix de 30 communes est indubitablement imparfait pour des pourcentages officiels (pas de % donnés), il l'est en revanche pour donner des tendances claires.

2 - Un ancrage territorial

Une ville se définit par un territoire, une population, des infrastructures propres. La proximité ou non des lycées, hôpitaux, organismes de décision des entreprises, l'accès aux transports en commun, une gare bien desservie, l'autoroute, dépendent de la taille de l'agglomération. La petite ville avec ses boutiques et supermarchés ne représente qu'une gamme limitée de produits relativement courants. La ville importante avec ses boutiques, ses grands magasins, ses hypermarchés attire pour ses articles rares, introuvables ailleurs^{vi}. Que pèsent ces différences dans le contenu des sites Internet municipaux ?

2 – A : La singularité cybervillageoise

Tableau 3 – sites selon la taille de la municipalité

		- 2000	+ 2000	+ 10 000	+ 50 000	+ 200 000
	Nombre de villes du corpus de – 2000 hab., etc.	5	6	8	7	4
INSCRIPTION TERRITORIALE	Territoire local, patrimoine	4	5	8	7	4
INFORMATIONS VITRINES	Economie locale, artisanat	2	5	6	6	3
	Information économique	3	5	7	7	4
	Information culturelle	1	5	7	7	4
RUBRIQUES ADMINISTRATIVES	Information administrative	4	3	7	7	4
IDENTITÉ POLITIQUE	Informations politiques locales	0	2	7	7	3
EXPRESSION	Expression citoyenne	0	0	3	3	1
	Opposition	0	0		1	1

C'est vraiment à partir de 2000 habitants qu'un site ne dispose généralement plus de la même variété de rubriques. Les informations culturelles (1 site de – 2000 hab. pour 4), les informations politiques locales (0 pour 4), une perspective globale (0 sur 4), la communication municipale (médiàs : 0 sur 4), les possibilités d'expression citoyenne : beaucoup de rubriques s'éclipsent d'un coup.

D'une certaine façon l'on peut reconstruire un noyau dur d'informations standards estampillées « site municipal » Seules les communes sans moyens matériels ou symboliques adéquats y dérogent. Encore que les différences de pouvoir entre la mairie d'un bourg ou d'une capitale régionale compte moins que le manque de budget pour réaliser le site.

La différence d'activisme politique et culturel compte. Toutes les villes ne gèrent pas des infrastructures analogues (école *versus* université). Toutes les majorités municipales n'ont pas de politique économique comparable (2 informations politiques locales sur 6 pour les communes de – 10 000 habitants, inscription territoriale globale : 3 sur 6). Pour mettre en avant sa stratégie marketing globale, encore faut-il en avoir une^{vii}.

Mais la ligne de démarcation est surtout budgétaire. Elle joue pour tout ce qui nécessite du personnel, du temps et/ou des compétences techniques : pages d'expression (médiateur à engager), newsletters, forums (programmation, encadrement de sujets). Assurer la mise à jour du site est difficile pour telle ville de 3500 habitants (Aubusson) ? Un blog présente spécifiquement l'actualisation. C'est bien plus simple à gérer, bien que de facture moins professionnelle.

L'axiome communicationnel est donc simple : plus l'image produite est riche, mieux c'est. Car le site municipal se veut généralement aussi celui d'une ville. Comme si la mairie prenait à sa charge toute la visibilité de la cité, ses musées, ses animations, ses atouts [les tapisseries pour Aubusson, malgré le site du musée]. Ce tassement des différences est d'autant plus fort que chaque mairie accentue sur les mêmes points forts, occulte les mêmes problèmes. Chacun rappelle, s'il le peut, que sa ville est un lieu d'échanges : s'y concentrent les activités tertiaires, établissements d'enseignements, voire les lieux de divertissement et de culture. Activités qui dominent l'économie contemporaine. Chaque site rappelle que sa ville est aussi un lieu de production. Seule compte vraiment la preuve de son dynamisme. À l'inverse, beaucoup oublient qu'une ville accumule aussi des lieux de résidences disparates, avec ses quartiers pauvres (HLM), moyens (appartements de moyen standing, maisons de lotissement périphérique), élevés (appartements cossus, villas de proche banlieue). À trop insister sur ses atouts de centre-ville (culture, vie associative, dynamisme) on amoindrit l'impact de ses différences locales, patrimoniales, voire économiques.

Par volonté de bien faire ou souci de compétitivité, l'uniformisation de la France municipale électronique est bien réelle. La principale ligne de démarcation creusée ici sépare les sites des villages de ceux des villes, de toutes les villes. C'est une démarcation par vides autant que par pleins. Et encore, toutes les communes de 400 habitants sont loin d'avoir leur site. Parfois classés dans le collectif des plus beaux villages de France (Najac, Saint-Eulalie-d'Olt), souvent touristiques, ces rares villages dépositaires d'une adresse Internet ne représentent pas toute la France rurale. Patrimoine, concerts, loisirs : l'internaute visé n'est pas un citoyen mais un visiteur [Saint-Eulalie-d'Olt].

Cela signifie-t-il aussi que l'implantation rurale ou urbaine est un élément de différenciation dans ce concours « du site municipal de la plus belle ville » ?

2 – B : L'impact urbain

Tableau 4 – sites de mairies de zone urbaine/ de campagne

		Zone urbanisée	Zone rurale
Nombre de villes du corpus issues de zone urbaine ou rurale		19	11
INSCRIPTION TERRITORIALE	Territoire local, patrimoine	16	10
INFORMATIONS VITRINES	Economie locale, artisanat	13	8
	Information économique	14	9
	Information culturelle	16	10
IDENTITÉ POLITIQUE	Informations politiques locales	15	7
EXPRESSION	Expression citoyenne	7	1
	Opposition	4	1
DIALOGUE, DISCUSSION	Dialogue élus/citoyens	10 mails (5 annonces)	3 mails + 1 annonce
ACTION, DÉCISION	Consultation, sondage	(1 annonce)	(1 annonce)

Logiquement, le critère grande ville/zone urbaine, village/se recoupe..... excepté dans les villes intermédiaires (- de 50 000 habitants) qui peuvent se retrouver dans l'une ou l'autre. Cela concerne Mende, Hennebont, Aurillac, 3 exemples de villes (+ 10000) de départements ruraux, villes potentiellement tirées par des logiques territoriales distinctes.

Or, l'identité urbaine semble avoir son importance. Tous les sites de métropoles intègrent la liste des associations sportives, culturelles, de loisirs, etc. des quartiers, pour 6 villes de plus de 50 000 sur 7 et 6 villes de plus de 10000 sur 8. Des chiffres qu'on ne peut attribuer à la réalité de la pratique associative. Au contraire. « Résider dans une zone rurale ou une petite ville [...] incite à l'adhésion »^{viii}. Des données qu'on ne peut pas plus expliquer par une volonté de politiser le débat. La présence des syndicats, expression d'une parole civile collective donc, pèse ici bien moins que celles des associations. De tels écarts surprennent. Outil de présentation et de représentation d'une ville, un site ne pourrait donc se comprendre indépendamment de dynamiques spatiales qui le surdéterminent ? Quels ponts établir alors entre une utopie, celle de la démocratie expressive et sa très inégale et spatiale mise en pratique ? Fait inattendu : Internet comme outil de communication oblige à réfléchir aux liens entre un espace virtuel et un territoire. En quoi de telles rubriques traduisent-elle, d'une façon ou d'une autre, une manière d'habiter, d'être citoyen, de construire une identité collective

distincte entre deux villes numériquement égales mais à la densité, l'environnement urbain radicalement différents ?

Cette tendance il faut sans doute l'attribuer à la question du tissu social local, un problème auquel le lien associatif apporterait une solution. Plusieurs discours municipaux intègrent, au moins à la marge, une des préoccupations sociales les plus contemporaines de leur temps. Celui du sentiment diffus de dislocation des liens sociaux, résultante de l'hypermobilité, voire de l'individualisme contemporain^{ix}. Notamment dans les grandes métropoles. Fait « immobilier » connu : les centres-villes accueillent plus de célibataires que la moyenne, les banlieues – moins densément peuplées – plus de familles avec enfants.^x Fait « relationnel » qui l'est moins : le maximum des relations sociales locales – *via* l'entraide avec le voisinage, l'école – culmine chez les couples avec 3 enfants [Libération, 2006]. C'est bien le fait que les interrogations plus spécifiques aux modes de vie métropolitains apparaissent plus vite dans les villes moyennes de grandes zones citadines que dans celles de taille équivalente de zones rurales qui éclaircit certaines des différences constatées.

Une approche territoriale des solutions et donc des problèmes collectifs ne se revendique-t-elle pas au dépend d'une lecture et d'une description plus sociale, économique, fiscale, en un mot plus politique ? Auquel cas, que vaut un découpage partisan des sites municipaux ?

2 – C : Une frontière partisane secondaire

Tableau 5 - Une typologie partisane^{xi} ?

	Extrême droite	UMP	UDF	PS	PCF
Nombre de sites du corpus PCF, etc.	1	7	5	9	5
Lien : extension « géopolitique »	1	5	5	9	5
Informations économiques	0	3	4	3	3
Informations culturelles	1	4	4	8	3
Liens vers les partis politiques	1	4	5	7	4
sollicitation en ligne, forums	0	2	0	5	2
Expression des groupes de l'opposition	1	3	2	8	2
participation en ligne, courrier à la mairie, forum, débat en direct	1	3	3	4	3
questionnaires en ligne, des systèmes de vote électronique.	0	3 mails	2	3 mails	3

FN, MNR, UMP, UDF, PS : le spectre politique décortiqué est large. Et pourtant, ce défilement des sigles ne connaît pas de traduction évidente dans le défilé des rubriques. Au

moins dans leur noyau central : les politiques culturelles, économiques, l'agenda sont des impératifs pour tous, compétences municipales et concurrence obligent. C'est l'une des marques récurrentes de la dépolitisation de la société : l'apaisement du débat politique, le rétrécissement des différences, au risque de l'indifférence. Plus les partis sont modérés, plus ils évitent tout étiquetage politique (0 sites UDF sur 5 mettent un lien vers le parti de la majorité municipale). Comme si l'absence de revendication partisane garantissait une gestion mesurée, pragmatique, dépassionnée et pour tout dire, dépolitisée des problèmes locaux. La communication politique sur Internet s'inscrit dans cette évolution commune, en effet. Mais l'analyse fine de l'apparente dépolitisation de l'Internet municipal a une qualité : montrer comment se joue sur Internet ce lissage méthodique de la partie politique de l'action municipale.

Ces sites peuvent d'abord revendiquer politiquement leur contenu. Et ce d'au moins deux façons : indiquer leur appartenance partisane et/ou laisser l'opposition s'exprimer électroniquement. Dans un cas comme dans l'autre on reconnaît la part d'arbitraire, de parti pris, dans la hiérarchie, l'exposition, le traitement des problèmes communs. Or, dans un spectre de l'échelle politique comme dans l'autre cette démarche ne fait pas l'unanimité, loin de là. Combien de réponses apparaissent pour « Parti socialiste » dans le moteur de recherche d'une grande ville gouvernée à droite ? Zéro [*Marseille.fr*]. Et dans le sens inverse ? Zéro également [*Lyon.fr*]. C'est le premier constat à établir : des différences moins fortes qu'un semblable manque d'ouverture à l'expression extérieure

Il en est de même pour l'expression laissée à l'opposition *via* les forums, compte-tenu du faible nombre de ces forums. Lieu d'expression, mais inévitablement aussi de confrontations, les forums ne paient-ils pas entre autres le fait de trop politiser les sujets ? Au point que ce n'est pas sur cet instrument spécifique au web que les municipalités cherchent à se différencier. On y retrouve cette difficulté, quasi-atavique, du personnel politique en situation de gouvernance (locale) à s'accommoder facilement de contre-pouvoirs. On vérifie une nouvelle fois que l'idée d'extension de la démocratie est un long cheminement.

Conclusion : la primauté du territoire

À quelles logiques sous-jacentes l'Internet municipal répond-il ? Quels résultats apportent finalement la confrontation de toutes les lectures possibles d'un site municipal ?

De cette confrontation des logiques explicatives envisageables^{xii}, un constat ressort clairement : la variable territoriale ville/campagne, et secondairement grande ville/village, l'emporte sur la distinction politique (UMP/PS, etc.). Autrement dit, la stratégie d'un site municipal découle d'abord de contraintes territoriales. Le contenu des rubriques choisies dépend des atouts d'une ville dans la concurrence entre cités, des difficultés sociales contre lesquelles les municipalités veulent agir (anonymat urbain, faible identification au territoire, désert rural). Beaucoup de ces contraintes extra-médiatiques (géographiques, politiques, territoriales, sociologiques), sont à l'origine des différences constatées. Du même coup,

aucune problématique politique ne fournit l'éclairage le plus performant sur le terrain municipal.

ⁱ Natacha Ordioni (2000) « Internet et la politique de communication des communes : un outil au service du marketing territorial », in *Terminal*, n°82, p. 21

ⁱⁱ *Ibid.*, p. 20-35.

ⁱⁱⁱ Daniel Noin (2003), *Le nouvel espace français*, Paris, A. Colin, p. 58-81.

^{iv} Vedel Thierry (2003), « L'idée de démocratie électronique », dans Perrineau Pascal (dir.), *Le désenchantement démocratique*, Paris, La Tour d'Aigues, p. 243-250.

^v Gérard Loiseau (2003), « L'assujettissement des sites Internet municipaux aux logiques sociétales », in *Sciences de la société*, n°60, p. 83-91.

^{vi} Daniel Noin (2003), *Le nouvel espace français*, Paris, A. Colin, p. 58-81.

^{vii} Natacha Ordioni (2000), *op. cit.*, p. 30.

^{viii} Lionel Prouteau et François-Charles Wolff (2002), « La participation associative au regard des temps sociaux », in *Économie et statistique*, n°352, p. 55-79.

^{ix} Ulrich, Beck, *La société du risque*, Paris, Flammarion, 2003 (1986), 521 p.

^x Jean-Claude Kaufmann, *La femme seule et le prince charmant. Enquête sur la vie en solo*, Paris, Nathan, 1999, 208 p.

^{xi} Pas de colonne pour les 5 sites sans-étiquettes.

^{xii} Sébastien Rouquette, *L'analyse des sites Internet*, 2008 (à paraître), 250 p.

rouquette