

L'appropriation des espaces du web par les collectivités territoriales : dispositifs de médiation en faveur de la participation citoyenne

Cette communication a pour but d'interroger le jeu des usages dont la dimension technologique des projets territoriaux de développement durable fait l'objet. Ici, nous considérons l'objet technique comme la concrétisation objective d'efforts humains d'invention et de construction et analysons donc la modernisation des administrations publiques au prisme du passage de l'informatique au numérique par les évolutions issues du web 2.0. Nous plaçons la focale sur l'ensemble des collectivités territoriales de la région PACA, avec laquelle nous sommes en contrat doctoral, engagées dans un Agenda 21 local (A21L), Plan Climat-Energie Territorial (PCET) et programme Action Globale Innovante pour la Région (AGIR). En effet, pour piloter l'information au sein de ces projets territoriaux, le nouvel ordre discursif introduit par l'usage du numérique (Doueïhi, 2011) nous permet d'approcher l'espace du web dans une dimension de partage, sens premier de la notion de participation (Monseigne, 2009) au cœur des programmes de développement durable.

En 1995, Pierre Lévy décrivait une administration qui « *ne se sert généralement de l'informatique que dans le but de rationaliser et d'accélérer le fonctionnement bureaucratique* ». Son mode de gestion, lent et rigide, se réalise principalement par l'écrit statique et, rarement, l'administration expérimente des formes d'organisation ou de traitement de l'information innovantes, plus souples et interactives (Lévy, 1995, p. 68). Aujourd'hui l'usage du site Internet est généralisé à l'ensemble des collectivités territoriales et la modernisation des administrations publiques au travers de modèles gestionnaires propres au « *New Public Management* » (Bartoli, 2009) ; (Osborne & Gaebler, 1992) cherche plutôt à satisfaire une prestation de service de qualité à destination des usagers mais pas du citoyen. Or, ce statut de citoyen introduit une dimension collective dans la définition de ce qu'est un service public de qualité (Roux, 2010) qui ne doit pas seulement être bénéfique dans la vie personnelle de l'individu mais également dans sa vie collective. Il convient donc de penser une mission de service public qui ne soit pas seulement « informative », au sens des fonctionnalités offertes aux usagers pour leur éviter certains déplacements et lever des contraintes géographiques et temporelles (*ibid*). Il s'agira également de penser l'utilisation des TIC au profit d'une modernisation de l'action publique non plus dans un paradigme modelé sur des applications émanant de la calculabilité (statistique) mais dans un ordre discursif caractéristique de l'évolution du web dit « social » ou « 2.0 » (Doueïhi, 2011).

Le but de notre recherche consiste à analyser l'objet technique, ou plutôt objet-frontière au sens de Flichy, (2001), au sein d'un contexte qui lui donnera du sens, et non pas faire de la technique le créateur du projet (Jauréguiberry & Proulx, 2002). Dès lors, notre contribution, d'ordre pragmatique, porte sur l'ensemble des collectivités territoriales de la région PACA engagées dans un projet politique de développement durable qui, respectivement, concerne une mesure internationale, nationale et régionale (A21L, PCET, label AGIR). La recherche doctorale que nous menons fait l'objet depuis octobre 2012 d'un contrat de partenariat scientifique entre la région PACA, le laboratoire I3M de L'Université de Toulon, et la mairie de Vitrolles au sein de laquelle nous sommes en cours de réalisation d'une recherche-action et dont les résultats ont alimenté notre réflexion élargie au niveau régional.

La première partie s'attachera à décrire le contexte politique d'émergence de cette question nouvelle du développement durable en région PACA et l'enjeu info-communicationnel qu'elle représente au travers de la dimension participative des projets territoriaux recensés. Puis, dans un second temps, sera présentée notre grille d'analyse des outils du web au travers de laquelle nous avons réalisé une veille sur l'ensemble des sites Internet de notre échantillon de collectivités. Enfin, les résultats de notre veille seront complétés par une enquête par questionnaire auprès des *webmasters* interrogés pour évaluer la popularité des outils web utilisés.

Le développement durable : un levier pour la communication territoriale ?

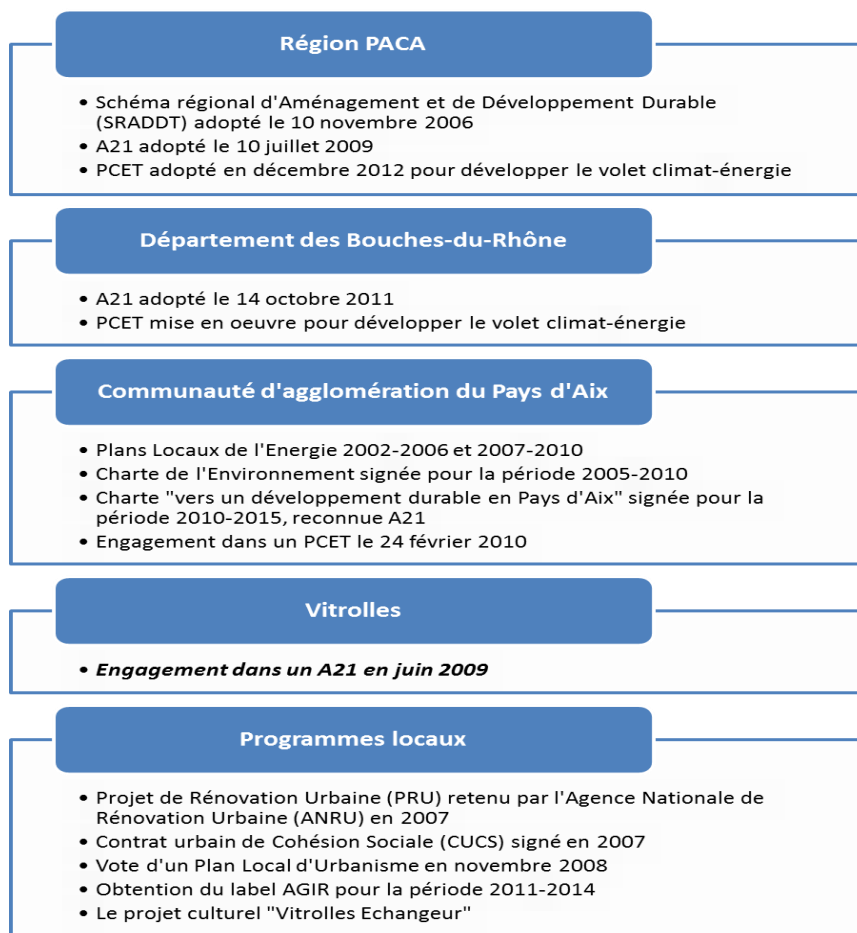


Figure 1 : Documents de planification supra-communaux et programmes locaux de développement durable articulés avec la démarche A21 à Vitrolles

La réflexion de Watzlawick, reprise par Alex Mucchielli (2001, p. 93), rappelle qu'« *on ne peut expliquer ce qui se produit dans un contexte par des mécanismes empruntés à un niveau hiérarchiquement inférieur* ». Ainsi, bien que ma posture de chercheur se soit trouvée plongée dans une relation interactive avec les services municipaux de la ville de Vitrolles et les problèmes qu'y rencontrent les acteurs concernés, elle a également puisé dans l'environnement¹ des éléments pertinents pour définir la situation-problème et le contexte de notre objet de recherche afin d'approcher ce méta contexte (l'organisation interne à la collectivité territoriale). Ainsi, la figure 1 ci-dessus permet de comprendre l'articulation des

¹ Configuration comprenant des éléments matériels et des éléments humains comportant un rôle culturel prescrit (Mucchielli, 2001)

documents de planification territoriale du développement durable pour chacun desquels la notion de participation fait figure de principe fondamental et qui illustrent la prise en compte récente de cette question dans le contexte actuel.

Comme le rappelle le préambule du rapport annuel régional sur le développement durable : « *Plus qu'un listing d'actions, la mise en œuvre du développement durable repose également sur une dynamique autour de l'organisation du projet, de la participation des acteurs et citoyens* » (Région PACA, 2013, p.5). Dans ce contexte, la communication territoriale, rouage essentiel dans l'élaboration collective d'un projet de territoire et son ancrage durable comme référentiel identitaire et d'action (Gardère, 2007), doit venir constituer « *une médiation entre les collectifs activement engagés dans l'élaboration du projet et les absents, contribuant à faire circuler l'information et à créer de l'identité* » (Maurel, 2012, p. 34). Nous analyserons donc le territoire numérique des collectivités engagées dans un projet de développement durable par une approche des technologies de l'information et de la communication (TIC) au profit d'une modernisation de l'action publique non plus dans un paradigme modelé sur des applications informatiques, au sens du calcul statistique, mais dans un ordre discursif caractéristique de l'évolution du web dit « social » ou « 2.0 », de cette nouvelle « ère numérique » (Doueïhi, 2011), appliqué au projet territorial.

En préalable, nous avons donc recensé l'ensemble des collectivités territoriales de la région PACA engagées dans un Agenda 21 (A21), Plan Climat-Energie Territorial (PCET) et/ou programme Action Globale Innovante pour la Région (AGIR). Les données recueillies font état de 116 collectivités territoriales engagées depuis avril 2012² dans au moins un des trois projets de développement durable. 31 PCET ont été mis en œuvre dont 16 communes et 15 intercommunalités. Concernant les A21L, nous en avons relevé 45 au niveau communal et 6 à l'échelon intercommunal. Enfin, le label AGIR a été octroyé à 67 communes. Par ailleurs, nous avons vérifié l'existence d'un site officiel dédié pour chacune des collectivités territoriales recensée. Pour cela, nous avons choisi le moteur de recherche Google puisqu'il constitue l'outil communément utilisé dans la recherche d'information des internautes³. Nous avons arrêté notre recueil d'information aux 10 premiers résultats donnés par Google à l'écriture, dans la barre de recherche, du nom de la collectivité suivi ou non du vocable « mairie ». Notre recherche s'est limitée à l'existence d'un site dédié en fonction de l'indexation et classement des résultats donnés par Google. Ainsi, lorsque le site n'apparaît pas sur la première page de résultats nous considérons qu'il n'est que trop peu visible ou non référencé et ne peut donc être validé. Suite à cette veille sur Internet, nous constatons que la grande majorité des collectivités territoriales étudiées disposent d'un site Internet officiel. En effet, nous relevons que 93,1% des communes et 100% des intercommunalités font appel à cet outil pour dispenser de l'information. Au total, cela représente 108 collectivités territoriales disposant d'un site web officiel. Dès lors, nous pouvons affirmer que l'usage de cette technologie est généralisé à l'ensemble des collectivités territoriales.

L'espace du web : un territoire composite, riche en ressources communicationnelles

Dans son ouvrage paru en 2009 et intitulé « *De la démocratie numérique* », Nicolas Vanbremeersch (Vanbremeersch, 2009) élabore une typologie des espaces numériques présents sur le web et prend en considération les évolutions du web 2.0 (Sajus, 2009). L'auteur catégorise ainsi le web en trois sphères selon une approche interactive, le mode

² Date de démarrage de notre veille en région PACA

³ En effet, il est désormais acquis que la majeure partie des internautes (90% en France) obtient le site voulu en passant par le principal moteur de recherche, Google (Bodier & Kauffmann, 2011)

d'expression utilisé, la pérennité des contenus échangés ou mis à disposition ainsi qu'une logique de publication fondée sur l'immédiateté et l'archivage. Il cartographie donc trois territoires distincts : le web social, le web de l'information et le web documentaire. Nous ajouterons à cette représentation un quatrième espace, le web sémantique, qui vise à faciliter la recherche d'informations par les humains (Collet, 2011).

Le web documentaire

Dans le « *déluge informationnel* », la captation de l'attention passe par des artifices interactifs maintenant l'internaute en immersion dans des univers contraints et addictifs. Dès lors, le web documentaire apparaît comme le symbole d'un renouveau de la production créative où informer c'est construire une forme qui prend en compte les caractéristiques communicationnelles du web tout en poursuivant des objectifs d'intérêt général (Broudoux, 2011). Ainsi, tout comme les technologies médiatiques, ce web bénéficie des pratiques de computation, de traitement de l'information, qui médiatisent le message somatique « original »⁴, au sein d'un processus de création dans lequel la scénarisation occupe une place importante. Cependant, l'approche de communication et de publication est la même que celle qui se pratiquait hors ligne : on se contente de mettre à disposition une information descendante et l'interaction n'est pas présente. Ici, le web sert uniquement de lieu d'archivage de contenus numérisés en suivant une logique médiatique où le site Internet est seulement utilisé comme moyen de diffusion. Il existe une réelle publication mais les contenus ne bénéficient d'aucune publicité. Or, ce qui donne vie à ces contenus ce sont les autres espaces du web : le web de l'information, le web social, le web sémantique. Pour Bruno Bachimont (2011), « *le web 1.0 est le web dit documentaire, où les ressources sont publiées sans autre traitement que leur mise en forme et sans autre interactivité que l'activation des liens hypertextuels* » (Bachimont *et al.*, 2011).

Le web social

Aujourd'hui, l'utilisateur d'Internet n'est plus seulement consommateur de données mais désormais au centre de leurs productions et c'est bien cette dimension sociale des applications web 2.0 qui a donné naissance au terme « web social » (Sajus, 2009) dit aussi « web participatif » (Faure, Glassey, Leresche, 2010). Pour notre part, nous pourrions définir le web social comme un « *espace proclamé participatif et interactif, autorisant les interactions au niveau mondial et local, sous forme synchrone ou asynchrone, et caractérisé comme un lieu d'échanges inter et intracommunautaire* ». Ainsi, la première fonction retenue et reconnue comme appartenant à l'espace du web social est l'onglet contact au travers du courriel ou formulaire de contact en ligne. En effet, nous relèverons la présence de cette fonctionnalité comme possibilité pour l'utilisateur d'entrer en relation avec un interlocuteur au sein de la collectivité. Le choix de retenir cet outil se situe dans l'approche interactive et la logique relationnelle propre aux caractéristiques du web social. Enfin, au sein de cet espace numérique, nous avons souhaité étudier les fonctionnalités ouvertes par les réseaux sociaux et leur utilisation par les collectivités territoriales. Nous retiendrons pour notre étude les réseaux Facebook et Tweeter et il s'agira de relever le nombre de sites offrant ces fonctionnalités.

Le web de l'information

Le web de l'information partage avec le web documentaire cette approche non interactive, mais se situe dans l'actualité et l'immédiateté, que l'internaute puisse être informé en temps réel des nouveaux contenus mis en ligne, des informations nouvelles. Nous retenons la

⁴ Un message somatique est par essence plurimodale car les signes qu'il génère peuvent aussi bien provenir de la parole, de la danse, du chant ou de musique instrumentale. Le dénominateur commun à cette production étant la présence effective, l'engagement, l'énergie et la sensibilité de corps (Lévy, 1995)

newsletter et les flux *RSS* comme les outils représentatifs de cette logique et précisons que le suivi du compte tweeter d'un site ou sa page Facebook représente également une alternative pour recevoir les nouveautés d'un site Internet. Cependant, en tant que réseaux sociaux, nous avons préféré étudier ces fonctionnalités dans le cadre du web dit « social » dont les caractéristiques d'échange, partage de contenu et relations entre pairs nous semblent plus représentatives de cet espace numérique.

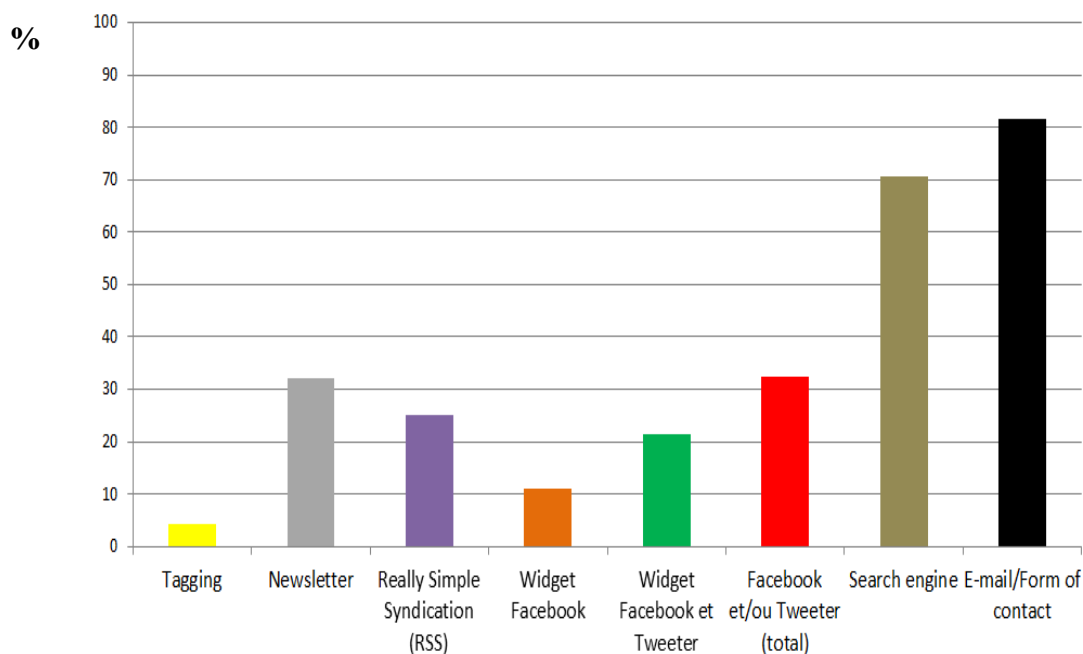
Le web sémantique

Le web sémantique constitue, avec les flux *RSS*, une autre voie dans les stratégies de personnalisation des interfaces d'accès à l'information et de navigation des internautes. Le choix de retenir la pratique du *tagging* pour notre recherche découle de cette réflexion qui consiste à se demander si les nuages de mots-clés ne semblent pas mieux adaptés pour la recherche ou découverte d'informations sur le web que des classifications taxinomiques basées sur des ontologies, parfois décrites comme rigides et empreintes d'un certain déterminisme (Crepel, 2008). Par ailleurs, nous retiendrons également le moteur de recherche comme outil représentatif du web sémantique, « dont un des objectifs est de permettre l'interrogation des moteurs de recherche en langage naturel » (Collet, 2011, p.83).

Les espaces du web	Fonctionnalités représentatives
Web documentaire	Site informationnel
Web sémantique	Moteur de recherche et <i>tagging</i>
Web de l'information	Newsletter et flux <i>RSS</i>
Web social	Facebook, Tweeter, courriel et formulaire de contact (= site interactif)

Tableau 1 : Préparation de la veille Internet : outils représentatifs des espaces du web

De l'usage du web au dynamisme de l'information : la prégnance du web documentaire



Graphique 1 : Pourcentage de site Internet en fonction des outils représentatifs du web

Avec près de 34,6% de ces collectivités impliquées dans un des projets de notre étude, le département des Bouches-du-Rhône arrive en première position en terme d'engagement en matière de développement durable. Vient ensuite les Alpes Maritimes (16,8%) suivi du Var (14,4%), du Vaucluse (12,5%), des Alpes-de-Haute Provence (10,6%) et, en dernière place, le département des Hautes-Alpes (9,2%). Le graphique n°1 révèle que 70,6% des collectivités territoriales de la région disposant d'un site web officiel proposent un moteur de recherche et 81,5% d'entre elles offrent la possibilité à l'utilisateur d'entrer en contact avec un interlocuteur. Cependant, nous relevons une présence beaucoup plus faible de cet outil pour les départements des Alpes-de-Haute-Provence et Hautes-Alpes puisqu'environ 30% des sites web de leurs collectivités ont intégré cette fonctionnalité.

Nous constatons également que cinq outils analysés présentent comme point commun une faible utilisation par les sites web des collectivités, voir une absence totale d'utilisation. Ainsi, la pratique du *tagging*, étudiée sous l'angle des nuages de mots-clés ou d'étiquettes et adaptées aux sites dits « institutionnels », ne sont utilisées que pour 4,2% des sites de notre échantillonnage avec des départements dont les collectivités n'utilisent pas cet outil (Alpes de haute Provence, Hautes Alpes, Var et Vaucluse). En ce qui concerne les réseaux sociaux, la moyenne régionale présente un taux de rebond peu élevé vers Facebook et/ou Tweeter, à hauteur de 32,4% sur l'ensemble des sites de notre échantillonnage. Par ailleurs, les réseaux sociaux sont principalement mobilisés au travers de Facebook puisque nous relevons que le réseau Tweeter, seul, n'est pas utilisé en comparaison à la seule utilisation de Facebook (11%). Nous constatons que le réseau Facebook semble entraîner avec lui l'outil Tweeter puisque 21,4% des sites proposent une ouverture vers ces deux réseaux. Là encore de nombreuses disparités entre territoires locaux sont à souligner avec les deux départements intérieurs, Alpes-de-Haute-Provence et des Hautes-Alpes, dont la majorité des collectivités ne semblent pas « ouvertes » aux réseaux sociaux. En effet, de manière respective, seules 15,4% et 6,25% des sites recensés rebondissent vers Facebook et Tweeter alors que des départements, comme le Var et le Vaucluse, atteignent des taux à hauteur de 42,8%. Cependant, il convient de relativiser face à une moyenne régionale peu élevée avec un taux de rebond à hauteur de 32,4% sur l'ensemble des sites de notre échantillonnage. Ce constat se pose comme un contre argument à une ouverture aux dynamiques sociales du web 2.0 qui offre la possibilité à chaque article de se voir publier sur le réseau social auquel l'utilisateur est affilié, rendant le contenu visible et démultipliant les liens vers le site internet. D'ailleurs, comme l'explique François Perea (2010), « *même mises en ligne, les pages peu ou pas liées, à défaut d'être « buzées », ne sont pas exposées compte tenu des modes de navigation reposant sur la popularité* ». Enfin, avec des taux respectifs atteignant 32% et 25,2%, nous soulignons également une faible moyenne régionale dans l'utilisation des newsletters, et offre d'abonnement à un flux RSS. Nous prolongeons cette analyse, dans nos travaux actuels, par un volet qualitatif nous permettant d'interroger ces différents outils afin d'en tester l'utilisabilité

La veille réalisée au niveau régional (macro) sur l'ensemble des collectivités engagées dans un projet politique de développement durable et leur utilisation du numérique, a été complétée par un questionnaire envoyé aux webmasters de 53 collectivités territoriales de notre échantillon (N=116), entre le mois d'octobre 2013 et janvier 2014, afin d'évaluer l'usage des outils du web pour la diffusion d'information et leur popularité. Ici, il s'agit d'une analyse de ce « *vaste et profond mouvement des techniques vers la « finesse* » » (Lévy, 1995, p. 51) pour comprendre la portée des dispositifs socio-technique dans leur appropriation par les « destinataires ». Pour cela, nous avons interrogés les webmasters en charge notamment du site Internet de la collectivité territoriale pour relever plusieurs données :

- Nombre de personnes inscrites à la newsletter du site institutionnel ;
- Nombre de requêtes reçues par courriel ou formulaire en ligne ;
- Fréquentation du site et de la rubrique dédiée au développement durable ;
- Nombre de *followers* Facebook.

Ville	Pop en 2010	Nombre d'inscrits à la newsletter	Nombre de requêtes reçues par courriel ou formulaire en ligne en 2013	Moyenne d'audience du site/jour et taux de fréquentation de la rubrique dédiée au développement durable (en %)	Nombre de <i>followers</i> Facebook en janvier 2014
Six fours les plages	34 897	1433	300	- 313 - 0,3%	498
Gardanne	20 474	Pas de newsletter	7200	- 1000 - 0,26%	331
Apt	11 755	1293	1067	- 350 - 0,4%	Pas de compte
Bouc Bel Air	13 679	1470	120	- 260 - 2,3%	Pas de compte
Brignoles	16 368	1200	70	- 500 - N/A	400
CA Fréjus St Raphael (devenu CA Var Estérel Méditerranée)	85 442	Pas de newsletter	N/A	- 600 - N/A	Pas de compte
Grasse	51 036	700	1000	- 1125 - 0,68%	500
Hyères	54 600	887	739	- 1333 - 0,09%	5625
Les Pennes Mirabeau	19 482	12 010	N/A	- 333 - 1%	403
CA Ventoux-Comtat Venaissin	68 362	Pas de newsletter	458	- 172 - 1%	Pas de compte
Cannes	73 234	6452	N/A	- 3000 - N/A	27903
Sanary sur mer	16 429	2800	3000	- 2166 - 0,38%	801
Sorgues	18 046	Pas de newsletter	156	- 266 - N/A	Pas de compte
SA Nouvel Ouest Provence	97 489	Pas de newsletter	N/A	- N/A - N/A	Pas de compte
Aubagne	46 423	2881	27	- 233 - N/A	Pas de compte
Fréjus	51 839	Pas de newsletter	1560	- 613 - 0,1%	Pas de compte
Vitrolles	35 021	Pas de newsletter	N/A	- 550 - 0,3%	606

Tableau 2 : Evaluation de la popularité de plusieurs outils du web : résultats des questionnaires transmis aux webmasters

Les résultats (cf. tableau 2), bien qu'établis sur un nombre limité de 16 questionnaires retournés complétés sur les 53 envoyés, font état d'une moyenne d'audience du site Internet parfois inférieure au nombre de *followers* sur le compte Facebook de la collectivité, ce qui confirme le potentiel de ce réseau social en terme de publicisation des contenus. Par ailleurs, le nombre d'inscrits à la *newsletter*, lorsque le site dispose de cette fonctionnalité, atteste d'une bonne utilisation de cet outil, tout comme le courriel ou formulaire en ligne pour la majorité des sites dont nous obtenons les données. Nous pouvons donc affirmer qu'une collectivité territoriale a non seulement intérêt à se positionner sur ces types d'outils mais doit aussi être efficace face aux requêtes soumises par les utilisateurs afin de rendre le site réellement interactif. En effet, cette interactivité ne peut être effective qu'à la condition de pouvoir engager une forme de dialogue. Or, si aucune réponse n'est apportée à l'envoi du courriel ou formulaire en ligne, le site ne peut être qualifié d'« *interactif* » (Ghernaoui-Hélie & Dufour, 2012, p. 64) Nos travaux de recherche actuels ont notamment pour objet d'évaluer cette réactivité des sites Internet.

A l'inverse, nous relevons un taux de fréquentation de la rubrique dédiée au développement durable extrêmement faible en rapport au total des visites journalières sur le site Internet institutionnel. De plus, la taille de la population des collectivités ne semblent pas être déterminante, ni dans l'usage des TIC, ni dans la moyenne d'audience du site. En effet, nous pouvons prendre, comme exemple (cf. Tableau 2), la Communauté d'Agglomération de Fréjus Saint-Raphaël dont le site ne possède pas de newsletter, n'est pas ouvert aux réseaux sociaux et ne contient pas de rubrique dédiée au développement durable ou à son projet (PCET obligatoire pour les collectivités de 50 000 habitants et plus). Rappelons que l'ensemble des données obtenues nous ont été fournies par les webmasters à l'aide de *Google Analytics*, service d'analyse d'audience d'un site Web proposé par Google depuis 2005. L'ensemble de ces résultats nous permettent de confirmer le manque de visibilité de la rubrique dédiée au projet de développement durable, lorsqu'elle existe, et pose un contre-argument au concept de l'« *information dynamique* » proposé par Habib. A. et Baltz. C. (2008) dans leur article « *Quelle information pour piloter le développement durable ?* ». Pour rappel, ces auteurs proposent de concevoir une information dynamique qui s'appuie sur « *toutes les ressources communicationnelles des technologies de l'information et de la communication* » (*Ibid*) afin de promouvoir les valeurs indispensables pour porter le développement durable : transparence, dialogue, participation, sensibilisation, égalité, démocratie, ouverture, etc. Ces auteurs évoquent ainsi l'utilisation de la puissance des médias de masse et d'Internet pour sensibiliser et former le public. Or, nos résultats confirment la prédominance d'un web documentaire qui instaure une logique à contre-courant du dynamisme de l'information. En effet, le taux de fréquentation des rubriques dédiées au développement durable, lorsqu'elles existent, est extrêmement faible en rapport au total de visites journalières sur les sites institutionnels. Ainsi, par exemple, nous pouvons citer la ville de Grasse (cf. Tableau 2) avec un taux de 0,68% ou encore Hyères avec un taux de 0,09%.

Conclusion

Les résultats présentés dans cet article sont complétés au sein de notre recherche doctorale par une analyse tridimensionnelle menée au niveau macro (région), méso (Vitrolles) et micro (les services municipaux vitrollais). Cependant, l'approche pragmatique de notre présente contribution permet de mettre en évidence les difficultés d'appropriation, par les collectivités territoriales, des potentialités offertes par les évolutions du web 2.0. De nombreux outils web ne sont pas utilisés ou mal appropriés par les services internes aux communes et intercommunalités étudiées et posent la question des savoirs et savoir-faire professionnels, du développement des compétences à mobiliser pour maîtriser les usages des Tics. Il s'agit bien là de corroborer l'hypothétique contre-argument aux discours sur « *l'évidence* » et la

« simplicité » de « l'appropriation spontanée » des technologies, bien avant qu'elles soient intégrées dans les usages » (Akrich, Callon, & Latour, 1988 dans Agostinelli, 2001). Pour conclure, nos résultats confirment la persistance d'un contexte où les citoyens et la municipalité n'entretiennent pas le même rapport aux Tics, ce qui est préjudiciable à l'établissement d'un dialogue démocratique (Herbaux & Bertacchini, 2005) et compromet l'appropriation d'un projet de développement durable engagé par les collectivités mais non partagé avec les acteurs locaux.

Bibliographie

- Agostinelli, S., (2001). Voies de recherche en science de l'information et de la communication : le rôle des artefacts et des organisations sociales dans la communication des connaissances, Note de synthèse pour l'habilitation à diriger des recherches en sciences de l'information et de la communication, Institut universitaire de la formation des maîtres de l'Académie d'Aix-Marseille.
- Bachimont B et al. (2011), « Enjeux et technologies : des données au sens », *Documentaliste-Sciences de l'information*, Vol 48, p.24-41.
- Bartoli A. (2009), *Management dans les organisations publiques*, Paris, Dunod, 3^{ème} éditions, 424 p.
- Bodier S et Kauffmann J., 2011, « Le web marketing » ; Chapitre III ; *Un préalable capital : référencer le site de sa marque* (Contribution d'ouvrage).
- Broudoux E. (2011), « Le documentaire élargi au web » in « Le(s) Multi-média(s) », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, déc. 2011
- Collet L. (2011), « La presse écrite sur le web et ses lecteurs comme limites aux techniques de personnalisation de l'information », *Document numérique*, Vol. 14, p. 81-102.
- Crepel M. (2008), « Les Folksonomies comme support émergent de la navigation sociale et de structuration de l'information sur le web », *Réseaux*, n°52, p. 169-204.
- Doueïhi M. (2011). *Pour un humanisme numérique*, Paris, Seuil, La Librairie du XXI^e siècle, 192 p.
- Faure A et al. (2010), « Démocratie participative et Démocratie différentielle », *Pôle Sud*, n°32, p. 11-23
- Gardère, J.-P., 2007, « Démocratie participative en aménagement urbain. Vers la micro-représentativité », *International Journal of Information Sciences for Decision Making*, n°31, 10 p.
- Ghernaoui-Hélie S & Dufour A., 2012, « Internet », Chapitre 1 « Des origines aux réalités de l'Internet », *Que sais-je ?*, P.U.F
- Guchet X. (2010). *Pour un humanisme technologique. Culture, technique et société dans la philosophie de Gilbert Simondon*. Paris, PUF, Collection Pratiques théoriques, p. 89.
- Habib A. & Baltz C. (2008), « Quelle information pour piloter le développement durable ? », *Documentaliste-Sciences de l'information*, Vol 45, p. 4-13
- Herbaux, P. & Bertacchini Y. (2005), « Les TIC, leviers de gouvernance territoriale », *International Journal of Information Sciences for Decision Making*, n°21, 15 p.
- Jauréguiberry F & Proulx S. (2003), *Internet, nouvel espace citoyen ?*, Harmattan, Collection Logiques Sociales, 250p.
- Lévy P. (1995), *L'intelligence collective : Pour une anthropologie du cyberspace*, Paris, La Découverte, 243 p.
- Maurel P & Bertacchini Y (dir). (2012), « Signes, données et représentations spatiales : des éléments de sens dans l'élaboration d'un projet de territoire intercommunal. Application au

territoire de Thau », Thèse doctorale pour obtenir le grade de docteur en science de l'information et de la communication, soutenue le 26 juin 2012 à l'université du Sud Toulon Var.

Monseigne A, 2009, «Participation, communication : un bain sémantique partagé», *Communication & organisation*, 35, p. 30-46

Mucchielli, A., 2001, *Les sciences de l'information et de la communication*, Paris, Hachette supérieur, 3ème éditions, 158 p.

Osborne D. & Gaebler T. (1992) *Reinventing Government. How the Entrepreneurial Spirit is Transforming the Public Sector*, Reading, MA : Addison-Wesley

Pascal C. (2013), « L'âge de l'humanisme numérique, sa culture, sa ritualité, ses mythes fondateurs Du super héros augmenté à l'Homme hybride et civilisé », *Les Cahiers du numérique*, Vol. 9, 2013/3, p. 271-291.

Perea F. (2010), « L'identité numérique : de la cité à l'écran. Quelques aspects de la représentation de soi dans l'espace numérique », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, Vol 2010, p. 144-159

Roux L. (2010), « L'administration électronique : un vecteur de qualité de service pour les usagers ? », *Information sociales*, 2(158) : 20-29, avril 26, 2011

Sajus B, (2009), « Est-ce que j'ai une tête de deux point zéro ? », *Documentaliste-Sciences de l'information*, Vol 46, p. 30-31

Vanbremeersch N. (2009), *De la démocratie numérique*, Paris, Le Seuil, Collection médithèque, 106 p.

Région PACA (2013), *Rapport annuel « Développement Durable »*, 52 p. (Consultable <http://www.regionpaca.fr/developpement-durable/agenda-21-regional.html>)