

ÉTUDE DE CAS

Comment la Gazette des Communes accompagne Orange pour renforcer son positionnement d'expert auprès des collectivités locales ?





Résumé

En 2019, pour la 2^e année consécutive, Orange a collaboré avec la Gazette des Communes dans le cadre de la réalisation d'une étude sur les usages du numérique en France. Le support, basé sur une enquête menée auprès de 331 répondants élus et agents du secteur public, a permis de confirmer les enjeux du déploiement du numérique sur le territoire et la stratégie d'accompagnement des collectivités mise en place par Orange dans le cadre des municipales 2020.

Secteur

Telecom

Solution Gazette

Étude éditoriale

Orange et la Gazette des Communes

Orange et la Gazette des Communes : un baromètre sur le déploiement du numérique au sein des collectivités locales

Contexte

Acteur majeur de l'aménagement numérique des territoires, Orange travaille en proximité avec les collectivités locales grâce notamment à son réseau de délégués régionaux. Par ailleurs, afin de rendre accessible les usages du numérique à tous, Orange a pour triple mission de poursuivre le déploiement du très haut débit fixe et mobile, de proposer des offres adaptées aux besoins spécifiques de chacun et de développer des actions autour de la Responsabilité Sociale d'Entreprise et de l'inclusion numérique.

La révolution numérique doit être une formidable opportunité pour tous et pour les collectivités locales, les enjeux sont majeurs et font apparaître trois priorités : le fonctionnement de la collectivité, la relation citoyenne et l'attractivité des territoires. C'est dans un contexte d'accompagnement des candidats aux élections municipales 2020 qu'Orange a produit un support consacré aux usages du numérique « Municipales 2020, Et si nous parlions d'usages numériques ».

Après une première collaboration avec la Gazette des Communes et la parution des résultats d'une étude sur le déploiement du numérique au sein des collectivités locales en 2018, Orange crée le rendez-vous annuel en 2019 avec le renouvellement de l'enquête dans le cadre de la parution d'un baromètre. Pour sa deuxième édition, les questions ont été repensées pour favoriser la mise en perspective et la profondeur des contenus. Ce travail, mené en étroite collaboration avec les chargés d'études de la Gazette des Communes, a permis de faire écho aux actions d'Orange dans le cadre de l'appréhension du numérique dans les territoires.

Solution

L'étude mise en place a consisté en un questionnaire auto-administré en ligne à une cible d'élus et d'agents de collectivités entre le 05 août au 15 septembre 2019.

Dans un second temps les résultats ont été publiés dans la Gazette des Communes, juste avant le Salon des Maires et des Collectivités Locales.

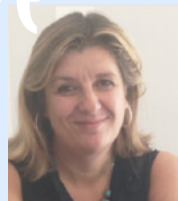


Résultats

L'enquête a permis de recueillir les retours d'un échantillon de 331 répondants soient 217 agents et 114 élus. Elle aura permis la consolidation de briques de contenus et d'arguments pour l'action d'Orange au quotidien et de fournir un éclairage sur le déploiement du numérique dans les collectivités.

Les résultats de l'étude ont également confirmé la convergence avec les priorités identifiées sur le Kit Municipales 2020, mis à disposition par Orange aux élus et candidats aux élections, à savoir le fonctionnement de la collectivité, la relation citoyenne et l'attractivité des territoires.

Enfin, cette étude met en exergue les enjeux de lutte contre la fracture numérique d'où la nécessité d'accompagner les citoyens dans l'accès au numérique. L'inclusion numérique est une priorité pour les collectivités locales.



Laure RAGUENEAU,
Directrice Communication
Institutionnelle Territoriale

Cette étude nous permet de voir de quelles façons les enjeux du numérique se traduisent au sein des collectivités locales, elle nous conforte sur les bénéfices du déploiement pour ces collectivités et surtout elle met en visibilité les enjeux de l'inclusion numérique et la volonté d'agir pour rendre le numérique accessible à tous.



Nadia PATEL,
Directrice,
Infopro Digital Etudes

L'offre étude présente trois grands avantages. L'implication de la Gazette fait figure d'autorité et permet de gagner en crédibilité sur les sujets abordés dans les études. Par ailleurs, l'audience de la Gazette fournit un panel conséquent de répondants qualifiés du secteur public. Enfin, solliciter les répondants permet d'amorcer un premier contact avec la marque dans le cadre de futurs développements commerciaux.