



UNE PREMIÈRE JOURNÉE POUR PENSER LA GESTION DES COMMUNAUTÉS EN LIGNE

Mardi 16 avril 2024, la Haute École de gestion Arc a accueilli plus de 60 participants sur le campus de Neuchâtel à l'occasion de la première *Journée de la recherche en community management*. L'événement a réuni des chercheurs et des professionnels de la communication numérique autour de la thématique de la gestion des communautés en ligne pour les collectivités publiques et le secteur touristique.

Cette journée proposait tant des résultats de recherches actuelles que des ateliers présentant les dernières tendances en matière d'animation de communautés en ligne. L'événement était une première en Suisse romande. De l'avis des participants, elle a permis de nombreux échanges et partages d'expériences entre des personnes qui exercent le même métier de *community manager* mais qui n'ont que peu l'habitude de se côtoyer.

L'EXEMPLE DES COLLECTIVITÉS PUBLIQUES

La matinée comportait des présentations de trois chercheurs romands, qui ont expliqué la manière dont la construction, l'engagement et la gestion des communautés en ligne peuvent se penser dans le cas des collectivités publiques.

Ces orateurs (Thomas Jammet, Michael Perret et Raphaël Zumofen) ont souligné les nombreuses pistes de réflexion qui ont émergé des échanges. Ils ont notamment constaté que le recours croissant à des influenceurs peut être considéré comme une forme de désaveu de la tendance à l'internalisation progressive des compétences dans les organisations depuis l'émergence du métier de *community manager*.

Raphaël Zumofen, chercheur à la HES-SO Valais-Wallis et à l'Université de Lausanne, a exhorté les communications de collectivités publiques et du secteur touristique à engager leurs employeurs dans une «adoption active» des réseaux sociaux, basée sur la régularité, la diversification des canaux de communication employés et la large portée potentielle des publications.



Magali Bigey, de l'Université de Franche-Comté

COMMUNICATION DE CRISE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Puis, l'après-midi offrait l'occasion aux participants d'échanger lors de quatre ateliers thématiques, allant des règles de base de la communication de marque à l'utilisation de l'intelligence artificielle dans le *community management*, en passant par la communication de crise sur les réseaux sociaux pour les collectivités publiques, et la collaboration des villes et territoires avec les influenceurs.

Dans ces ateliers, les animateurs ont insisté sur la possibilité offerte aux collectivités publiques et destinations touristiques de pouvoir compter sur des créateurs de contenu, que Myriam Pichard, animatrice d'un atelier, nomme les «talents locaux». La journée s'est terminée par le retour d'expérience de deux villes de Suisse romande. La cheffe du Service de la communication de la Ville de Neuchâtel, Françoise Kuenzi, est revenue sur les raisons du succès populaire des comptes médias sociaux de la ville depuis leur création dès 2016.

Les objectifs visés consistent à informer, certes, mais surtout «à créer des communautés de personnes attachées à la ville et au-delà, à donner envie et à permettre l'échange», explique Françoise Kuenzi. Si cette présence sur les réseaux sociaux offre des avantages, l'oratrice indique qu'elle amène également son lot de déconvenues, comme le fait qu'un compte sur un réseau social est une portée d'entrée aux internautes venus pour se plaindre.

Le second retour d'expérience portait sur une campagne d'image menée par la Ville de Bienne. Son vice-chancelier, Julien Steiner, a présenté les raisons qui ont mené à cette campagne. Celle-ci avait pour but de changer l'image de Bienne, afin que cité seelandaise soit reconnue comme la «ville des possibles». La campagne a débuté en 2018 et met en relation via un site web des personnes intéressées à s'établir à Bienne avec des «amies et des amis biennois», soit des per-

sonnes vivant dans la localité. La campagne se décline aussi bien sur le web que par l'entremise des comptes réseaux sociaux de la municipalité.

L'événement pouvait enfin compter sur la présence de la maître de conférences Magali Bigey, de l'Université de Franche-Comté (IUT Besançon-Vesoul 3), modératrice lors des présentations du matin très active dans la synthèse des réflexions et des échanges de fin de journée.

MICHAEL PERRET ▶ Haute École de gestion Arc

DU PROJET DE RECHERCHE À L'ÉVÉNEMENT

L'événement fait suite à un projet de recherche mené par une équipe de chercheuses et de chercheurs de la HEG Arc, issue notamment de l'Institut de la communication et du marketing expérientiel (ICME). Le projet initial, financé par le domaine Économie et services de la HES-SO, portait sur le travail de l'image de marque des villes de Suisse romande via leurs réseaux sociaux.

La manifestation a été organisée par Thomas Jammet (Haute École de travail social Fribourg), Natalie Sarrasin (HES-SO Valais-Wallis), Arnaud Dufour (HEIG-VD) et Michael Perret (Haute École de gestion Arc). La journée a attiré un public de professionnels de Berne à Genève, en passant par le Valais et Fribourg. L'initiative a été saluée par Florian Evéquoz, responsable du domaine Économie et services de la Haute École spécialisée de Suisse occidentale (HES-SO), qui a ouvert la journée avec un mot d'introduction. Une seconde édition pourrait être organisée en 2025.