

## Les réseaux sociaux : enjeux et opportunités pour la puissance publique

### Description

*Quand PÃle emploi collabore avec Kelly Cruz, jeune carreuse dans le BTP et influenceuse au 1,5 million d'abonnÃs sur TikTok*

En 2022, selon une Ãtude citÃe par le Conseil d'Ãtat, 60 % de la population mondiale, soit 4,2 milliards de personnes passent en moyenne 145 minutes par jour sur des rÃseaux sociaux, essentiellement amÃricains ou chinois. Tout en mesurant la retenue dont la puissance publique doit faire preuve dans Ã un ÃcosystÃme essentiellement privÃÃ, mais dont les enjeux de souverainetÃ sont flagrants, le Conseil d'Ãtat propose une analyse des problÃmatiques et des opportunitÃs des rÃseaux sociaux Ã son endroit. Un rÃseau social est Ã une plateforme permettant aux utilisateurs finaux de se connecter, de partager, de dÃcouvrir et de communiquer entre eux sur plusieurs appareils notamment via des chats, des publications, des vidÃos et des recommandations. C'est la dÃfinition utilisÃe par le rÃglement europÃen Digital Markets Act (DMA) du 14 septembre 2022 (publiÃ au Journal officiel de l'Union europÃenne le 12 octobre 2022, avec entrÃe en vigueur le 1er novembre 2022, mais dont les mesures ne seront applicables que six mois plus tard, soit le 2 mai 2023) qui vise Ã encadrer les gÃants du web pour prÃvenir leurs Ãventuels abus de position dominante sur le marchÃ europÃen. Avec le Digital Services Act du 19 octobre 2022 (publiÃ au JOUE le 27 octobre 2022, avec entrÃe en vigueur le 16 novembre 2022, mais dont la plupart des rÃgles seront applicables le 17 fÃvrier 2024), ces deux rÃglements europÃens fixent un cadre gÃnÃral de rÃgulation des marchÃs et des services des plateformes numÃriques en Europe ([voir La rem nÃ 61-62, p.100](#)).

La deuxiÃme partie du rapport s'attache Ã identifier les enjeux, notamment ceux liÃs Ã l'Ãautonomie et la prÃservation de la dÃmocratie, aux transformations de l'espace public, tout en explorant la maniÃre dont ils pourraient servir l'action publique. Le rapport se clÃt sur une sÃrie de recommandations Ã destination de la puissance publique, organisÃes autour de trois axes visant Ã rÃquilibrer les forces au profit de l'utilisateur et du citoyen, Ã armer la puissance publique pour rÃguler et optimiser l'usage des rÃseaux sociaux, appelant ainsi Ã l'Ãlaboration d'une charte des droits fondamentaux Ã l'Ãre du numÃrique, Ã l'Ãchelle europÃenne.

Les rÃseaux sociaux ont un impact sur tout et tout le monde. Pour Didier-Roland Tabuteau, vice-prÃsident du Conseil d'Ãtat, Ã en bouleversant nos maniÃres de communiquer, ces lieux de rencontre et de dialogue numÃriques multiformes, qui ne cessent de se transformer, ont profondÃment remis en cause les cadres traditionnels de la vie en collectivitÃ. Aucun domaine ni aucune institution ne semble ainsi ÃpargnÃ par l'Ãmergence de ces outils, essentiellement privÃs, indiffÃrents aux frontiÃres nationales et qui reposent tous sur un modÃle de relations horizontales et

---

*multicentriques, d'ONU d'â€™autorité unique* ».

Le rapport s'attache notamment à analyser la manière dont certaines administrations se sont emparées des réseaux sociaux, pour diffuser des informations, assurer la promotion d'actions d'intérêt public ou encore pour améliorer leurs propres performances. Des administrations utilisent les réseaux sociaux pour se rapprocher des publics les plus jeunes, des collectivités territoriales et engagent même des gestionnaires de communautés (*community managers*) pour suivre en temps réel les interactions qui en découlent et développer ainsi une communication adaptée à ces nouveaux canaux. Les ministères, le Service d'information du Gouvernement (SIG), le Conseil d'État sont quelques-unes de ces administrations publiques actives sur ces réseaux sociaux. La Police nationale y est présente depuis 2012, à travers des comptes Facebook et Twitter, avec pour objectif de promouvoir « le rapprochement entre la police et la population, et, en particulier, les publics juveniles ; la valorisation de la police et de son action ; le recrutement ; la diffusion de campagnes de prévention ; et, de plus en plus, l'information du public dans les situations de crise » à la fin du rapport.

Certaines administrations voient également dans l'usage des réseaux sociaux l'opportunité de promouvoir des politiques publiques, parce qu'ils permettent « l'intérêt de rassembler de nombreuses personnes et de faciliter des actions de consultation, autrefois lourdes et complexes ». Pour l'emploi, l'établissement public à caractère administratif en charge de l'emploi en France, s'est aperçu en 2019 que « 75 % des demandeurs d'emploi inscrits étaient actifs sur les réseaux sociaux notamment pour y rechercher un travail ». Après avoir formé ses agents en interne, notamment aux obligations de réserve et de neutralité dont doit faire preuve l'administration publique, ainsi que sur le volet de la vie privée, l'emploi a développé, selon chaque réseau social, une ligne éditoriale afin de diffuser des informations de proximité sur le marché de l'emploi. En 2022, la page Facebook de l'emploi compte 150 000 abonnés et s'appuie sur un réseau de 1 500 collaborateurs, appelés « ambassadeurs », qui « valorisent l'action de l'emploi et font connaître ses services ». L'administration va même jusqu'à collaborer avec certains influenceurs, comme Kelly Cruz, une jeune carreuse suivie par 1,5 million de personnes sur le réseau social TikTok, et dont la communication visait à dépasser certaines fausses idées sur les recrutements dans le secteur de la construction et du bâtiment et travaux publics.

**Les réseaux sociaux : enjeux et opportunités pour la puissance publique**, Conseil d'État, Étude annuelle, 13 juillet 2022.

## Catégorie

1. A lire en ligne

**date création**

28 février 2023

**Auteur**

---

jacquesandrefines