

La communication numérique en 2015

1. Sites Internet

- a. Site institutionnel
 - i. Statistiques de fréquentation
 - ii. Profil des internautes
- b. Sites des débats
 - i. Statistiques de fréquentation
 - ii. Participation du public

2. Réseaux sociaux

- a. Stratégie numérique
- b. Statistiques de fréquentation
- c. Nouveaux abonnés 2015 : personnalités
- d. Focus sur le débat planétaire

3. Newsletter

4. À la rencontre du réseau

- a. Cycle « Concertation et numérique »
- b. Les Assises de la démocratie participative

5. Ambitions 2016

- a. Un site web qui repense la communication numérique
- b. Réseaux sociaux : la Commission plus proche du terrain
- c. Newsletter : nouvelle maquette, nouveaux abonnés

6. Annexes

..*

Sites Internet

Site institutionnel

Statistiques de fréquentation

Durant l'année 2015, le site Internet de la CNDP a été visité plus de 100 000 fois par près de 80 000 visiteurs uniques, générant plus de 200 000 pages vues (PV). C'est légèrement supérieur à l'année 2014 en termes de pages vues (581 par jour contre 545, soit +7 %) et nettement supérieur pour le nombre de visiteurs (218 par jour contre 126 l'année précédente, soit une augmentation de 73 %).

La fréquentation du site [cf. Annexes : 1] est relativement marquée par l'influence des débats publics qui se sont tenus entre le 2 avril et le 30 septembre. Les six premiers mois de 2015 ont généré un plus grand nombre moyen de pages vues mensuelles : plus de 20 000 contre près de 15 000 pour le second semestre. Exception notable venant du mois d'octobre, dont les performances, quasiment 20 000 PV, bénéficient de l'engouement suscité par le « barcamp » du 17 octobre. A noter qu'au long de l'année, près de 8 visiteurs sur 10 sont des « nouveaux visiteurs », c'est-à-dire qu'ils visitent debatpublic.fr pour la première fois, signe d'une audience plutôt volatile à la recherche d'une information à un moment donné, peu encline à revenir d'elle-même vers le site.

Près des trois quarts des visiteurs parviennent sur le site de la CNDP [cf. Annexes : 2] via des recherches sur Google et autres moteurs. De fait, la porte d'entrée du site de la Commission n'est pas sa page d'accueil, qui réalise moins d'un quart de la fréquentation globale annuelle, mais plutôt l'ensemble des pages des projets qui sont particulièrement bien référencées sur Google. Les internautes visitent donc majoritairement la plate-forme en recherchant des occurrences liées aux débats publics, comme l'autoroute A31 bis dont la page du projet a été parcourue par 5 % des visiteurs totaux sur l'année.

Environ un quart du trafic du site est généré par des liens de partenaires institutionnels comme « Vie Publique », des parties prenantes des débats et concertations, comme « Franche-Comté.fr » ou « IleDeFrance.fr », des sites des débats proprement dit, des newsletters de la CNDP, d'articles de presse ou de Wikipedia.

Malgré une progression significative de l'audience sur les réseaux sociaux gérés par la CNDP (cf infra), ceux-ci n'ont apporté que 2% des visites annuelles au site de la Commission.

En 2015, la CNDP a poursuivi sur les réseaux sociaux deux stratégies éditoriales (cf. infra : « Réseaux sociaux ») qui expliquent le faible drainage de trafic de Facebook et Twitter vers le site institutionnel. D'abord, un **rythme de publication relativement faible**, en lien avec la volonté de rester neutre et modeste dans sa communication : on ne cherche pas à « matraquer » d'informations, au risque de dévaluer celle-ci, ni de rentrer dans la conversation permanente avec les acteurs de l'écosystème, ce qui nécessite des moyens importants dont la Commission ne dispose pas. Ensuite, c'est l'information globale autour du débat public, de la concertation et de la démocratie participative qui est privilégiée, en mentionnant ou renvoyant vers **des liens externes à la CNDP** et non systématiquement vers le site web de la Commission : ainsi, on vise la capture d'une audience qualifiée qui reconnaîtra les qualités de « curateur » et de référent de l'institution.

Profil des internautes

Les visiteurs du site debatpublic.fr se répartissent de façon assez paritaire, avec une légère avance toutefois pour les hommes (53 %). La tranche d'âge la plus représentée est 25-34 ans (28 %), suivie par 35-44 ans (20 %). Les jeunes de 18 à 24 ans rassemblent 13 % du trafic global sur 2015 tandis que les plus de 65 ans participent pour juste moins de 10 %.

La France est évidemment le premier pourvoyeur de trafic avec 86 % des internautes. Toutefois, une très forte disproportion géographique est visible parmi les visiteurs du site, puisque 43 % habitent en Ile-de-France (région qui représente 19 % de la population française, données INSEE 2015), loin devant Rhône-Alpes, le Nord-Pas-de-Calais et la Lorraine (7 %). Comparativement à la population globale, seuls les débats du projet autoroutier A31 bis – et dans une moindre mesure celui du Réseau Express Grand Lille – ont drainé du trafic vers le site institutionnel de manière significative.

Les internautes de la CNDP utilisent majoritairement les 4 navigateurs les plus répandus dans l'ordre suivant : Chrome (36 %), Firefox (30 %), Internet Explorer (16 %) et Safari (13 %). Pour 68 % ce sont des utilisateurs de Windows, puis d'ordinateurs Apple (14 %). Les systèmes d'exploitation dédiés aux terminaux mobiles (tablettes, téléphones intelligents) ont rassemblé en 2015 près de 16 % des connexions au site, répartis comme suit : environ 40 % pour les iPhone et iPad d'Apple, et plus de 55 % pour Android – Windows RT représentant moins de 5 %.

Selon l'institut Mediamétrie, la part du trafic web des smartphones et tablettes en France en 2015 s'est hissée à 44 % du trafic global, et augmente rapidement. Si les usagers du site de la CNDP sont donc largement en-deça de cette tendance globale, il est toutefois important de prendre en considération ce nouvel usage fort et **penser « mobile »** lors de la mise en place de dispositifs de participation du public aux débats.

Sites des débats

Statistiques de fréquentation

L'année 2015 a été l'occasion de tester la robustesse de la « plateforme CNDP » puisque six débats se sont plus ou moins déroulés simultanément. Les six débats, ensemble, ont rassemblé [cf. Annexes : 3] près de 100 000 internautes uniques pour plus de 400 000 pages vues (soit en six mois le double des pages vues sur le site de la CNDP en une année) et ils ont cumulé 2 200 abonnés sur Facebook et 1 500 sur Twitter.

Participation du public

Les six sites des débats ont généré 2 776 expressions en ligne [cf. Annexes : 4] réparties en trois catégories : les forums, où les internautes peuvent donner leur avis sur un point du projet ; les espaces de questions et réponses, où les citoyens peuvent directement interroger la CPDP ou le maître d'ouvrage sur des détails du projet ; des points de vue, où des avis plus étoffés, rédigés suivant une charte précise, sont publiés et ouverts à commentaires.

En termes de participation en ligne, deux topologies de contributions du public se sont distinguées : les débats « expressifs » et les débats « questionnants ». La première catégorie, où se classent les débats des projets de l'autoroute A31 bis, du Réseau Express Grand Lille (REGL) et du parc éolien en mer entre Dieppe et Le Tréport (PDLT), a recueilli une majorité d'expressions sur le forum : les internautes viennent sur le site pour donner leur avis et commenter ceux des autres. La seconde catégorie, où se situent les débats des projets des Center Parcs et du parc éolien en mer entre les îles d'Yeu et de Noirmoutier, a plutôt été le lieu de questions posées par le public au maître d'ouvrage et/ou à la commission particulière afin de recueillir des informations et des détails sur les projets.

On remarquera que l'acquisition payante d'audience sur les réseaux sociaux semble avoir une incidence notoirement négative sur le niveau de participation du public sur les sites des débats : en effet, les débats publics « PDLT » et « REGL » ont acheté des espaces de

promotion de leurs flux sur Twitter et Facebook et possèdent ainsi un ratio « abonnés sur visiteurs » quatre à cinq fois plus élevé que les autres débats (4,3 % et 5,3% contre 0,43 % à 1,11 %) tandis que leur volume de pages vues par visiteur (ppv) est le plus faible des six sites avec 3,8 et 4,1 pages par visiteur contre 6,3 ppv pour le site du débat Center Parcs de Saône-et-Loire.

Réseaux sociaux

Stratégie numérique

Après avoir pris connaissance des recommandations formulées par le cabinet Spintank en 2014 et effectué un audit des moyens de la CNDP en début 2015, une stratégie numérique a été mise en place pour répondre à la mission d'information et de promotion du débat public de l'institution. Différents éléments tactiques ont été utilisés afin de faire progresser l'audience des comptes Facebook et Twitter de la Commission.

- Une fréquence de publication mesurée : la CNDP publie rarement et sûrement, et envoie des signaux forts, en s'assurant de préserver une indispensable neutralité à son champ d'expression. L'objectif est de renforcer la culture du débat public, de devenir une référence pour les acteurs et un centre de ressources, en se calant sur les « 21 chantiers » de la Commission.
- Des liens vers le monde extérieur : la CNDP ne se contente pas de faire la promotion de sa propre activité [cf. Annexes : 5] mais elle veille également à partager du contenu externe [cf. Annexes : 6] qui permet d'approfondir la compréhension des enjeux ainsi que la connaissance de l'actualité de l'écosystème du débat public, de la concertation, de la démocratie participative ou encore du dialogue environnemental. L'objectif est de devenir un centre de ressources sur ces domaines à l'échelle de Twitter et Facebook et de susciter l'intérêt des médias et des professionnels mentionnés par les différentes publications.

Statistiques

En janvier 2015, la page Facebook¹ de la CNDP possédait 244 abonnés et en comptabilisait 648 au 31 décembre, soit une augmentation de 166 % durant l'année 2015. Au cours de la même période, le compte Twitter² de la Commission nationale du débat public a progressé de 66 % en passant de 966 « followers » à 1604 abonnés [cf. Annexes : 7].

¹ <https://www.facebook.com/debatpublic/>

² <https://twitter.com/CNDPDebatPublic>

Bénéficiant d'un large report des photos des six débats publics qui se sont déroulés dans l'année, le compte Flickr³ de la CNDP a fortement progressé pour atteindre presque 4 000 clichés, dont plus de 2 700 constitués uniquement de photos des débats publics 2015. Le compte Dailymotion⁴, profitant de la même dynamique, hébergeait 434 vidéos au 31 décembre, tandis que le compte Soundcloud⁵ héberge pour sa part 158 pistes audio ; ces deux dernières plates-formes stockent principalement la mémoire des réunions publiques organisées par les commissions particulières des débats.

Nouveaux abonnés 2015 : personnalités

En 2015, un certain nombre de « personnalités » ont décidé de suivre le compte Twitter de la CNDP, validant la stratégie globale de « curateur » du débat public et de la concertation. Parmi ces nouveaux abonnés, on notera en particulier (listes non-exhaustives) :

Politique, institutionnel, associatif

Agir pour l'Environnement, ARENE Ile-de-France, BAPE Québec, Jean-Louis Bianco, CESER Ile-de-France, Commissariat général à l'égalité des territoires, Conseil national du numérique, CNRS, Ronan Dantec, Département de Saône-et-Loire, DILA, Etalab, Fabrique Spinoza, France Nature Environnement, Futurs Publics, Laurent Grave-Raulin, Haute Autorité pour la transparence de la vie publique, Institut du Nouveau Monde, Alain Juppé, Marylise Lebranchu, Ministère de la Ville, Office de consultation publique de Montréal, Akim Oural, Parlement européen, Préfecture de Saône-et-Loire, Préfecture de Savoie, Région Ile-de-France, Rennes Ville et Métropole, Transparency International France, UNFCCC, Pauline Véron.

Médias

Denis Desbleds (Courrier Picard), Entreprendre, France 3 Lorraine, Arnaud Garrigues (La Gazette des Communes), Chloé Moitié (Contexte), Ouest-France, Marjorie Paillon (France 24, France Culture), Edwy Plenel (Mediapart), Le Téléphone Sonne (France Inter), Ville Rail Transports.

Professionnels & recherche

Agrobiosciences, Aire Publique, Lucie Anizon (Institut de la concertation), Marie Bernard (Res publica), Carticipe, Concertation LNPN, DébatLab, Florence Durand-Tornare, FING, GIS Démocratie & Participation, Thierry Herrant (Publicis), Institut des Hautes Etudes pour

³ <https://www.flickr.com/photos/cndpdebatpublic/>

⁴ <http://www.dailymotion.com/debatpublic>

⁵ <https://soundcloud.com/cndpdebatpublic/>

la Science et la Technologie, Institut du Monde et du Développement, Master2 Aménagement Urbanisme Diagnostic et Intervention sur les Territoires de Rennes-2, Master Ingénierie de la Concertation de la Sorbonne Paris-1, Missions Publiques, Didier Pansu (Carrefour des Possibles), ParisUrba, Gilles-Laurent Rayssac (Res publica), La Suite dans les Idées.

Maîtres d'ouvrage

Aéroport Grand Ouest, Matthieu Béjot (SNCF Réseau), Guillaume Bouvier (SNCF Réseau), Nicolas Durame (Bouygues), ENGIE, EPA Plaine de France, France Energie Eolienne, Grand Paris Express, Grand Stade de Rugby, Haropa Ports, Annick Labat (SNCF Réseau), LGV POCL, SNCF Réseau, Syndicat des Energies Renouvelables.

Focus sur le débat planétaire

A l'occasion du « World Wide Views », le débat citoyen planétaire qui s'est déroulé le 6 juin 2015 et dont la CNDP a été l'un des co-initiateurs en l'accompagnant jusqu'à la COP 21 en décembre à Paris, un compte Twitter⁶ et une page Facebook⁷ ont été spécialement créés.

En sept mois, ce sont près de 550 utilisateurs particulièrement engagés qui se sont abonnés à ces flux. Sur Facebook, la majorité des abonnés avaient entre 25 et 34 ans et provenaient d'abord du Maroc (hôte de la COP 22) avant de venir de France.

Le débat citoyen planétaire a également agrémenté le compte Flickr de la CNDP d'une centaine de photos : celles du 6 juin, celles de la présentation du dispositif à l'ONU en septembre, celles de sa présentation à la COP en décembre.

Une dizaine d'infographies⁸ spécialement créées pour l'occasion, affichant les principaux résultats du débat planétaire, a été diffusée sur les réseaux sociaux.

Newsletter

Statistiques globales

Durant l'année 2015, la base d'abonnés de la CNDP à sa lettre d'information mensuelle a augmenté de près d'un tiers, passant de 7 261 abonnés en janvier à 10 815 en décembre. Cette progression a été influencée par plusieurs marqueurs notables, comme la récupération

⁶ https://twitter.com/dcp_2015

⁷ <https://www.facebook.com/D%C3%A9bat-Citoyen-Plan%C3%A9taire-2015-1008605402497952/>

⁸ <https://www.flickr.com/photos/cndpdebatpublic/albums/72157654225757929>

systematique de la base d'abonnés aux newsletters publiées par les commissions particulières des débats publics et des campagnes efficaces de recrutement via les réseaux sociaux à l'occasion du « barcamp » et de la présence du débat citoyen planétaire à la COP 21 en fin d'année.

En termes d'efficacité, la CNDP voit la moyenne de son taux d'ouverture annuel atteindre les 24 %, sur une amplitude allant de 20 % (février) à 27 % (barcamp en octobre). Cela signifie qu'un abonné sur quatre, en moyenne, prend connaissance de la newsletter qu'il reçoit chaque mois dans sa boîte de réception. Globalement ce taux d'ouverture progresse au cours de l'année et il est satisfaisant si on le compare aux moyennes observées sur le marché des lettres d'information – autour de 20 %.

À la rencontre du réseau

Cycle « Concertation et numérique »

Les 8 juillet et 10 novembre 2015 se sont tenues deux séances d'un cycle initié par l'Institut de la Concertation et le Groupement d'intérêt scientifique « Démocratie & Participation », intitulé « Concertation et numérique ».

La première séance était consacrée aux enjeux du design des dispositifs numériques, c'est-à-dire à la compréhension des enjeux symboliques et politiques des choix techniques rendant possible la participation dans un environnement numérique. La construction des dispositifs représente la « première brique » pour favoriser l'expression de certains publics et proposer un modèle de participation.

La seconde séance s'est interrogée sur la mise en place de consultations mobilisant des outils numériques et de l'enjeu majeur que revêtent la mobilisation de publics et l'animation de la participation sur la plateforme, du rôle majeur du web pour faire connaître la concertation, diffuser de l'information sur les projets débattus et permettre aux différents publics concernés de venir s'exprimer.

La CNDP s'est associée en amont à ce cycle en participant aux travaux et aux ateliers : elle y a notamment dirigé un groupe d'étude autour du cas du débat public « PSMO », qui s'est déroulé fin 2014, et a soumis le projet à une grille d'analyse proposée par le GIS D&P permettant de discuter des critères qui guident l'analyse des sites web participatifs.

Les Assises de la démocratie participative

Le 14 octobre 2015, la Commission nationale du débat public a été invitée à intervenir dans le cadre des premières Assises de la démocratie participative, organisées par la mairie de Hazebrouck (Nord). Cette intervention s'est déroulée sous le format d'une table ronde ayant pour sujet « e-démocratie, d'aujourd'hui à demain » et comme sous-titre « Potentialités offertes par les outils numériques en lien avec la démocratie participative ».

Les différents points abordés par la CNDP durant cette table ronde étaient articulés comme suit :

- Internet est un support, un outil, un **canal d'expression citoyenne** ; c'est un **moyen** et non une fin.
- Les **avantages** du numérique pour le citoyen :
 - la puissance de calcul potentielle (l'open data, l'efficience de l'Etat ; l'analyse lexicale / sémantique de la parole publique),
 - la puissance du réseau (la mobilisation sociale ; la liberté d'expression),
 - la puissance de l'offre (au-delà du vote, la co-décision, la co-construction...),
 - l'anticipation de la demande (support dématérialisé à la pratique de la démocratie participative).
- Les **inconvenients** du numérique pour le citoyen :
 - la question de la neutralité du Net (qui maîtrise ce qui passe par les tuyaux ?),
 - la fracture numérique (qui n'a pas les moyens de ces nouvelles pratiques démocratiques ?),
 - la fracture « culturelle » (comment convaincre les technophobes qu'internet n'est pas qu'un lieu de divertissement ou de commerce ou les « égoûts de la démocratie » ?),
 - la sécurité / intégrité des données qui circulent.

Ambitions 2016

Un site web qui repense la communication numérique

L'un des chantiers majeurs de la CNDP étant de replacer l'institution au centre de l'écosystème du débat public, il convient d'accompagner cette ambition enclenchée dès 2014 des moyens nécessaires à son accomplissement, y compris – voire surtout – sur le volet du numérique. En effet, la place du numérique dans le paysage de la concertation auprès du public ne cesse de grandir : en 2015, le gouvernement a ainsi mis en place plusieurs dispositifs notables qui vont dans le sens d'une « ambition numérique » promue en plus haut lieu⁹.

Dans cette optique, il semble important que la CNDP profite du moment pour repenser sa relation sur Internet avec le public en dépassant la vision d'un site institutionnel comme « alibi » dématérialisé de sa mission. Plutôt, elle pourrait ouvrir un espace référent sur le web sur lequel le public pourrait échanger de la connaissance et de l'expression en ligne sur les projets d'intérêt national pour lesquels la Commission du débat public est saisie.

Parmi les chantiers envisagés en 2016, celui d'un espace numérique public rassemblant les meilleures pratiques de concertation, un annuaire des professionnels de l'écosystème de la démocratie participative, d'un tiers-lieu dématérialisé accueillant des débats de société, voire des dispositifs mobiles permettant de conjuguer débats en présentiel avec la technologie habituellement dédiée à l'expression distancielle du public.

Réseaux sociaux : la Commission plus proche du terrain

Afin de mieux rendre compte de l'activité des membres de la CNDP, et notamment de son président et de ses vice-présidents, la Commission veut renforcer sa présence sur les réseaux durant les différents événements dans lesquels elle est impliquée en publiant plus régulièrement des comptes-rendus en direct, soit sous forme de reportages-photos sur Facebook, soit de « live tweets » sur Twitter.

⁹ On notera par exemple la consultation « Ambition Numérique » sur <https://contribuez.cnnumerique.fr/> ou le projet de loi « République Numérique » sur <https://www.republique-numerique.fr/>.

Newsletter : nouvelle maquette, nouveaux abonnés

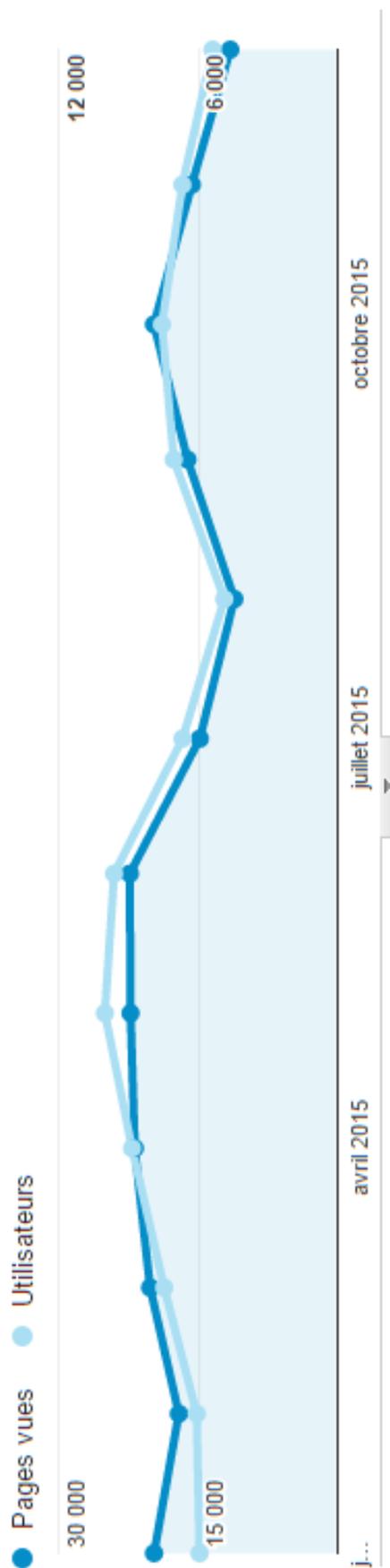
Malgré des statistiques encourageantes, et anticipant une nouvelle maquette pour le site Internet de la CNDP, il a été convenu en 2016 de travailler sur deux axes importants de la lettre d'information.

D'abord, sur le nettoyage de la base d'abonnés afin d'en éliminer les éléments s'étant manifestement désintéressés de la newsletter (pas d'ouverture dans les six derniers mois) ou n'étant plus en poste, comme ce peut être le cas dans l'administration. L'objectif ici est de réduire drastiquement le nombre d'abonnés afin d'augmenter significativement le taux d'ouverture et s'assurer de s'adresser à des personnes réellement motivées et potentiellement prescriptrices.

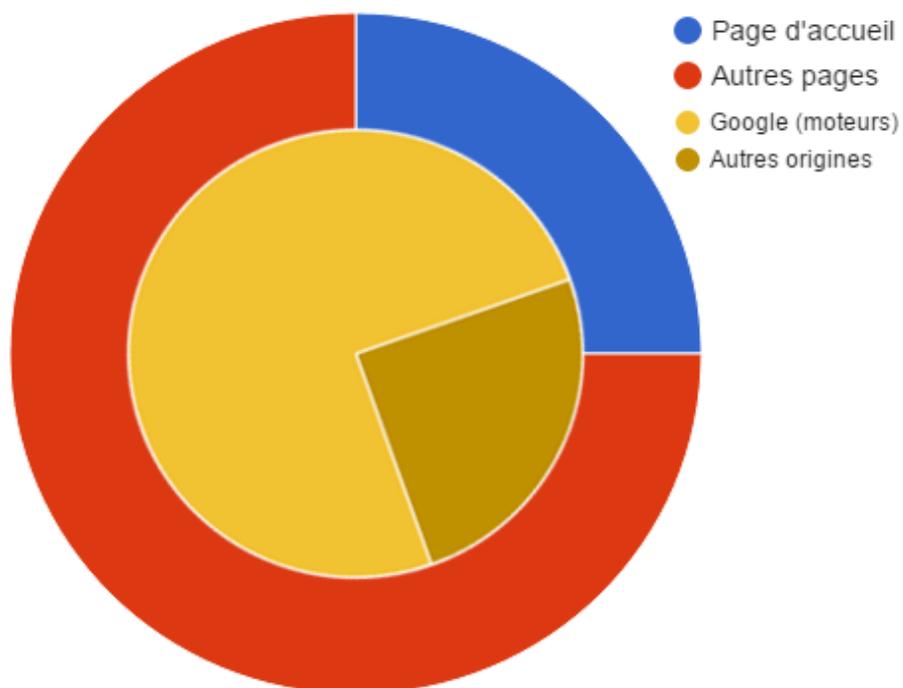
Ensuite, en offrant à la newsletter du débat public une cure de « rajeunissement » de sa maquette et de sa stratégie éditoriale : des photos plus attractives, du texte plus court et plus percutant, un titre plus informatif, des sujets moins nombreux et plus ciblés.

Annexes

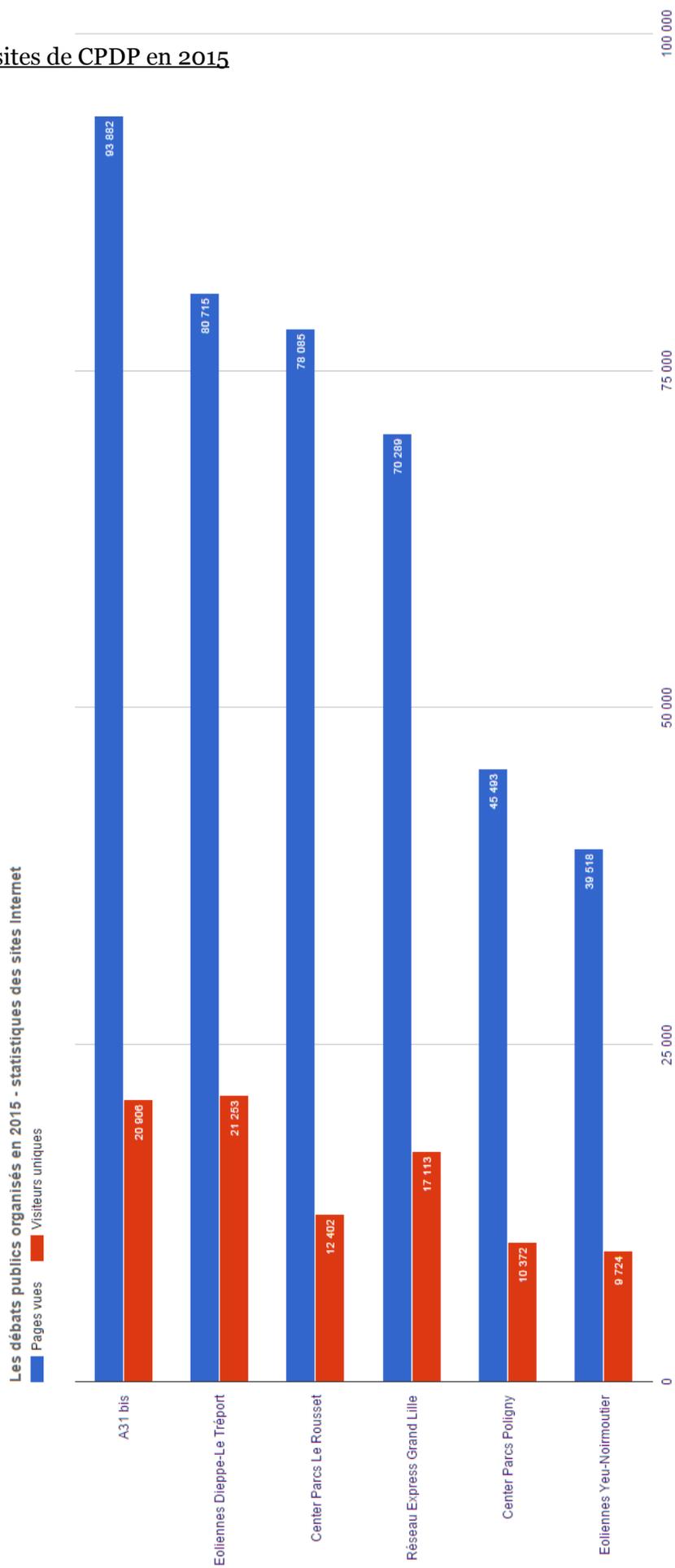
[1] Fréquentation du site de la CNDP en 2015



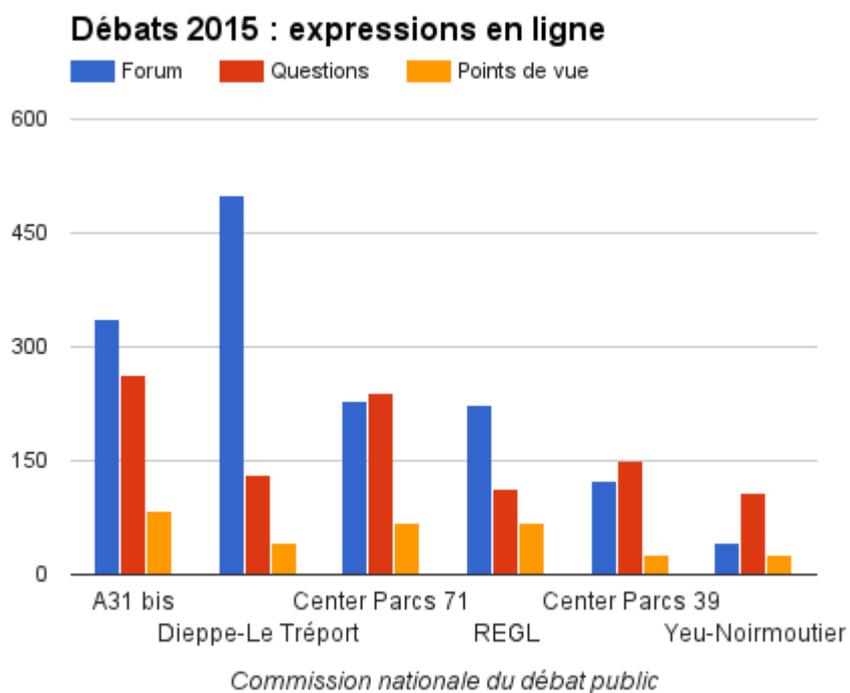
[2] Origine du trafic du site de la CNDP en 2015



[3] Trafic des sites de CPDP en 2015



[4] Participation en ligne du public aux débats en 2015



[5] La CNDP sur Facebook : promotion de son activité

Infos sur la publication Les statistiques rapportées peuvent présenter un décalage par rapport à ce qui est affiché sur les publications X

Commission nationale du débat public - CNDP
Publié par Jorge Luis Birgisson [?] · 21 octobre 2015 ·

Bienvenue à Ilaria Casillo, nouvelle vice-présidente de la CNDP.
Née en 1977, Ilaria est Docteure en géographie urbaine, maîtresse de conférences à l'Université Paris-Est Marne-la-Vallée (UPEM) et chercheuse au sein du laboratoire Lab'Urba. Elle est membre nommé de l'Autorité de garantie et promotion de la participation citoyenne et du débat public de la Région Toscane en Italie. Ses activités de recherche portent sur la soutenabilité sociale des transformations urbaines, sur la participation citoyenne, sur l'urbanisme et l'aménagement participatifs, sur les conflits autour des grands projets.



2071 personnes atteintes Mettre en avant

29 J'aime 5 commentaires 5 partages CNDP

J'aime Commenter Partager

2071 Personnes atteintes

178 Mentions J'aime, commentaires et partages

129 Mentions J'aime	29 Sur la publication	100 Sur les partages
40 Commentaires	5 Sur la publication	35 Sur les partages
9 Partages	5 Sur la publication	4 Sur les partages

234 Clics sur la publication

41 Affichages de photos	0 Clics sur des liens	193 Autres clics <small>(i)</small>
-----------------------------------	---------------------------------	---

COMMENTAIRES NÉGATIFS

1 Masquer la publication	0 Masquer toutes les publications
0 Signaler comme indésirable	0 Je n'aime plus la Page

Infos sur la publication Les statistiques rapportées peuvent présenter un décalage par rapport à ce qui est affiché sur les publications X

Commission nationale du débat public - CNDP
Publié par Jorge Luis Birgisson [?] · 30 janvier 2015 ·

"Le RER Lille - Hénin : une arme anti-bouchons à deux milliards d'euros", à lire sur La Voix du Nord.
=> <http://www.lavoixdunord.fr/.../le-rer-lille-henin-une-arme-an...>
En savoir plus sur le projet : <http://www.debatpublic.fr/projet-lien-rapide-ferroviaire-me...>



1161 personnes atteintes Mettre en avant

9 J'aime 1 commentaire 3 partages CNDP

J'aime Commenter Partager

1161 Personnes atteintes

51 Mentions J'aime, commentaires et partages

30 Mentions J'aime	9 Sur la publication	21 Sur les partages
14 Commentaires	1 Sur la publication	13 Sur les partages
7 Partages	3 Sur la publication	4 Sur les partages

163 Clics sur la publication

42 Affichages de photos	21 Clics sur des liens	100 Autres clics <small>(i)</small>
-----------------------------------	----------------------------------	---

COMMENTAIRES NÉGATIFS

3 Masquer la publication	0 Masquer toutes les publications
0 Signaler comme indésirable	0 Je n'aime plus la Page

[6] La CNDP sur Facebook : promotion externe

Infos sur la publication Les statistiques rapportées peuvent présenter un décalage par rapport à ce qui est affiché sur les publications

Commission nationale du débat public - CNDP a partagé un lien.

Publié par Jorge Luis Birgisson · 16 septembre 2015 ·



EXCLUSIF: 74% des Français pensent que les idées doivent venir des citoyens plutôt que des élus

Selon un sondage exclusif d'OpinionWay pour « 20 Minutes », 24% des personnes interrogées pensent l'inverse...

20MINUTES.FR

2531 personnes atteintes Mettre en avant

4 J'aime 1 commentaire 25 partages

J'aime Commenter Partager

2531 Personnes atteintes		
156 Mentions J'aime, commentaires et partages		
110 Mentions J'aime	4 Sur la publication	106 Sur les partages
21 Commentaires	1 Sur la publication	20 Sur les partages
25 Partages	25 Sur la publication	0 Sur les partages
200 Clics sur la publication		
0 Affichages de photos	43 Clics sur des liens	157 Autres clics
COMMENTAIRES NÉGATIFS		
1 Masquer la publication	0 Masquer toutes les publications	
0 Signaler comme indésirable	0 Je n'aime plus la Page	

Infos sur la publication Les

Commission nationale du débat public - CNDP

Publié par Jorge Luis Birgisson · 3 juillet 2015 ·

Vidéo pédagogique du Conseil National du Numérique pour expliquer "l'ambition numérique" affichée dans leur rapport post-consultation publique. Bravo !



Le numérique nous concerne tous ! Les grands enjeux de demain sont dans le rapport...

À partir des nombreuses contributions issues de la concertation nationale sur le numérique, les membres du Conseil National du numérique proposent des a...

DAILYMOTION.COM | PAR CONSEIL NATIONAL DU NUMERIQUE (CNUM)

1474 personnes atteintes Mettre en avant

2 J'aime 18 partages

J'aime Commenter Partager

1474 Personnes atteintes		
18 Mentions J'aime, commentaires et partages		
13 Mentions J'aime	10 Sur la publication	3 Sur les partages
0 Commentaires	0 Sur la publication	0 Sur les partages
5 Partages	2 Sur la publication	3 Sur les partages
61 Clics sur la publication		
0 Affichages de photos	32 Clics sur des liens	29 Autres clics
COMMENTAIRES NÉGATIFS		
0 Masquer la publication	0 Masquer toutes les publications	
0 Signaler comme indésirable	0 Je n'aime plus la Page	



EXCLUSIF - Avant la COP21, ce que les citoyens du monde pensent du changement climatique

COP21 - A six mois de la prochaine conférence climat qui se réunira en décembre à Paris, et alors que le G7 parle climat ce lundi, 10.000 citoyens du monde ont...

HUFFINGTONPOST.FR

782 personnes atteintes Mettre en avant

10 J'aime 2 partages

J'aime Commenter Partager

782 Personnes atteintes		
18 Mentions J'aime, commentaires et partages		
13 Mentions J'aime	10 Sur la publication	3 Sur les partages
0 Commentaires	0 Sur la publication	0 Sur les partages
5 Partages	2 Sur la publication	3 Sur les partages
61 Clics sur la publication		
0 Affichages de photos	32 Clics sur des liens	29 Autres clics
COMMENTAIRES NÉGATIFS		
0 Masquer la publication	0 Masquer toutes les publications	
0 Signaler comme indésirable	0 Je n'aime plus la Page	

[7] Statistiques 2015 des réseaux sociaux

