

La cité 100% flashcode**Le contexte de l'innovation**

Les citoyens sont demandeurs d'informations institutionnelles de qualité au moindre coût. Avec la crise économique, ce phénomène s'accroît, et les élus doivent justifier une gestion réfléchie des deniers publics. Parallèlement, la fibre environnementale des administrés oblige les collectivités à communiquer de façon responsable, sans gaspillage.

Internet est un moyen efficace de communiquer sans émission de papier. L'émergence de l'Internet mobile permet aux institutions de communiquer directement au citoyen et de diminuer la production de supports papier. Les perspectives de croissance de ces outils permettent de viser un objectif de réduction de 50% notre production de papier d'ici 2014.

L'idée innovante

La ville a opté pour la technologie des flashcodes pour dématérialiser sa communication institutionnelle et touristique. Le Flashcode ou QR-Code est un code barre 2D intelligent. Une fois l'application téléchargée sur son téléphone portable, il suffit de prendre en photo le flashcode et tout un tas de contenus multimédias apparaissent.

L'objectif recherché

L'objectif recherché par la municipalité est triple : mieux informer, tout en respectant l'environnement et en réduisant l'impact financier de la communication.

En tant que station balnéaire, la ville de Leucate organise un grand nombre d'animations de la fin juin au début du mois de septembre. La population étant difficilement captive et se renouvelant chaque semaine, la simple édition de documents papier ne peut parvenir à informer tous les touristes et propriétaires de maisons secondaires. De plus ce support est polluant, chronophage pour les équipes municipales et très onéreux (réalisation, impression et diffusion). La technologie des flashcodes permet de répondre à la demande d'information des touristes et d'être très réactif lors d'intempéries ou de modifications des événements.

La municipalité et l'office municipal de tourisme espèrent ainsi diviser par deux l'émission de papier et réduire de 20% les coûts des documents d'édition d'ici 2014.

La démarche mise en œuvre

Avant l'arrivée de Microsoft sur ce marché en juin 2010, deux structures se partageaient le marché des flashcodes en France : Mobiletag et le groupe Orange. La première entreprise commercialise des QR Codes à l'unité alors que la seconde commercialise des packs de plusieurs centaines de codes. La démarche de la municipalité étant de généraliser les flashcodes sur tous supports, le choix a été porté sur l'offre du groupe Orange au détriment de Mobiletag. L'ambition de la ville et la présentation à Orange des objectifs ambitieux que la collectivité s'est fixés ont généré un partenariat presse entre Orange et Leucate. Orange a mis au service de la ville de Leucate une aide logistique et rédactionnelle pour gérer les relations presse sur ce sujet. De ce fait, le bilan des retombées presse est satisfaisant pour la ville qui s'est vu attribuée le titre de « cité du flashcode » par la presse régionale.

Le contenu de la réalisation

La spécificité de notre commune réside dans l'application à 360° de cet outil. Désormais, le flashcode permet de lier une interview filmée au bulletin municipal. Lié aux horaires de Ma Navette, le service de transport en commun de la ville, il permet à l'utilisateur de télécharger les horaires et à la municipalité d'informer d'une éventuelle modification du service. Lors

d'événements culturels et sportifs, le flashcode apporte un complément d'information avant, pendant et après la manifestation. Cela passe par l'affichage des résultats en temps réel, la programmation d'un festival ou une cartographie des animations sur un site donné. L'Office municipal de tourisme dématérialise progressivement ses cartes d'hôtes, imprimées à 30 000 exemplaires chaque été pour un coût de 1 600 €. Les services TIC et environnement travaillent sur le balisage d'un sentier de randonnée où les flashcodes apporteront aux randonneurs des informations sur la faune et la flore d'une zone protégée. Et bien d'autres projets sont en cours...

Une fois téléchargée, l'adresse internet spécifique et son contenu sont mémorisés sur le téléphone portable de l'utilisateur et peuvent être consultés à tout moment. De plus, les informations sont actualisées automatiquement à chaque connexion de l'utilisateur. Finalement, les modules de sondages apportent un outil de communication participative de proximité aux citoyens. Chaque utilisateur peut ainsi donner son avis sur une politique de la ville.

Les moyens humains et financiers

Trois personnes ont été formées en interne pour la rédaction du contenu : 2 agents de la Mairie et un agent de l'office municipal de tourisme. La direction de la communication supervise le contenu.

Le « pack flashcode » comprend la réalisation d'un maximum de 10 000 flashcodes, la mise en ligne de 30 vidéos (ne pouvant excéder 2 minutes) et un back office multisessions pour un coût global de 6000 €. Cette somme est prise en charge à 50 % par l'office municipal de tourisme et à 50 % par la Mairie de Leucate.

Le bilan de la réalisation (évaluation, suivi, projet d'évolution)

Les flashcodes sont utilisés par la ville de Leucate depuis le lancement de la communication du Mondial du vent, en février 2010. Ce premier code a généré 500 visites uniques, dont 300 durant l'événement.

Cet été, le « flashcode animation » du Petit Cap Leucate a été visionné 6 000 fois avec une fréquence moyenne de 100 connexions uniques/jour.

La politique de la ville est de continuer l'implantation de flashcodes sur les documents d'édition, mais également à l'entrée des bâtiments administratifs (pour créer des fiches contacts) et sur du mobilier urbain en zone protégée ou sensible (le PNR de la Narbonnaise, la zone Natura 2000, les plages et les sentiers de randonnée).