



# RÉSULTATS DU BAROMÈTRE INFODÉCIDEURS



L'étude dédiée aux pratiques d'information professionnelle des décideurs français

## SPÉCIAL - DÉCIDEURS DES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES

en partenariat avec NOVA VEOLIA

Créé par Abiléo, agence-conseil spécialiste du Marketing B2B, le Baromètre InfoDécideurs décrypte les pratiques de veille et d'information professionnelle des décideurs français. Pour sa 2<sup>ème</sup> édition, réalisée en partenariat avec NovaVeolia, InfoDécideurs fait le point sur les attentes et comportements des décideurs publics des collectivités territoriales.

### Une transformation profonde des pratiques de veille



# 75%

des décideurs des collectivités ont fait évoluer leurs pratiques de veille durant les 5 dernières années

C'est un constat sans appel : **75%** des décideurs publics des collectivités territoriales ont fait évoluer leurs pratiques de veille durant les 5 dernières années. Avec un besoin accru de réactivité et d'immédiateté dans le traitement de l'information, les décideurs des collectivités sont désormais une majorité à utiliser régulièrement Internet.



# 51%

des décideurs des collectivités consacrent plus de 2 heures par semaine à la veille et à la recherche d'informations

### Une activité à part entière dans le quotidien des décideurs des collectivités territoriales

Déjà **21%** des décideurs des collectivités consacrent plus de 4 heures par semaine à la veille et **51%** y passent plus de 2 heures par semaine.

Ce temps fait principalement partie des heures de travail des décideurs, mais les frontières entre temps professionnel et personnel tendent à s'abolir. **32%** des décideurs des collectivités territoriales déclarent faire de la veille en dehors des heures de travail.

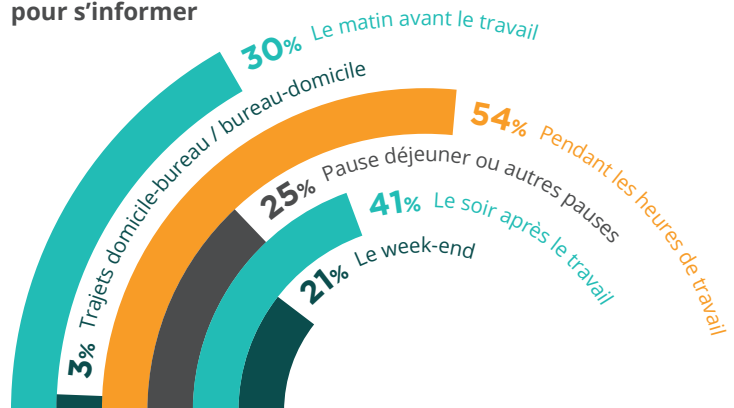


# 32%

des décideurs font leur veille en dehors des heures de travail

Si la veille fait pleinement partie du quotidien des décideurs publics des collectivités territoriales, la veille se joue également en équipe. **38%** des décideurs déclarent ainsi confier régulièrement leurs recherches à leurs collaborateurs. **54%** déclarent également s'adresser à des référents, experts sur un sujet donné, au sein de leur cercle proche.

### Les moments privilégiés pour s'informer



# 90%

préfèrent des **retours d'expériences et bonnes pratiques** plus que des données et des études

### A la recherche d'une information concrète et exploitable rapidement

Une très large majorité des décideurs (90%) privilégie les retours d'expériences et le partage de bonnes pratiques, pour les nourrir dans leurs processus de décision.



# 63%

valorisent une **information synthétique** plus que des analyses approfondies

Avec un temps compté pour la veille et un large flux d'informations à traiter, une information synthétique est attendue dans la majorité des cas.

# Le digital prend désormais sa place

Les collectivités territoriales ont pleinement fait entrer le digital dans leurs méthodes de veille professionnelle : **63% du temps dédié à la recherche d'information professionnelle passe désormais par le digital.**



des décideurs des collectivités utilisent couramment les moteurs de recherche



des décideurs des collectivités utilisent des blogs pour s'informer à des fins professionnelles

## Blogs et moteurs de recherche sont au cœur de la veille digitale

La recherche sur Internet via les moteurs de recherche est le premier moyen utilisé dans la recherche d'informations, avec **76%** des décideurs qui citent les moteurs de recherche parmi leurs trois principales pratiques de veille.

Les blogs sont également à l'honneur et font figure de référence pour les décideurs publics des collectivités territoriales. Ils s'orientent vers des blogs spécialisés, susceptibles de leur apporter une information technique et des solutions opérationnelles.

## Quels réseaux sociaux utilisez-vous pour votre veille professionnelle ?



37%



33%



17%



11%

## L'utilisation des réseaux sociaux commence à se développer

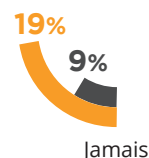
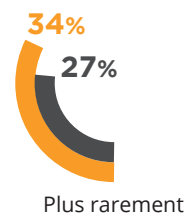
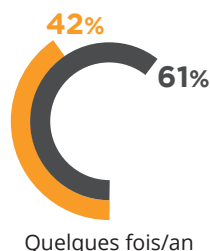
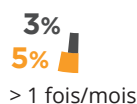
L'adoption des réseaux sociaux dans un contexte professionnel se développe progressivement avec une utilisation plus marquée de LinkedIn et Facebook. Plus d'**un décideur sur 3** est désormais utilisateur d'au moins un réseau.

# Les rencontres restent ancrées dans les habitudes des décideurs des collectivités

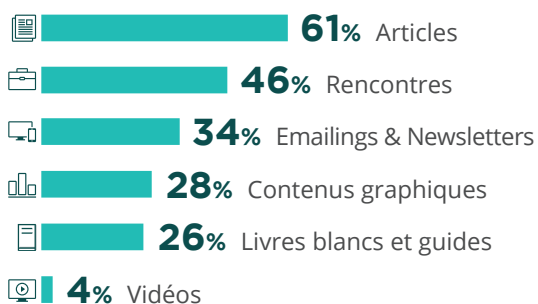
Les événements, salons ou conférences, restent une source d'information largement utilisée. **47% des décideurs interrogés assistent à plusieurs salons dans l'année et 64% à plusieurs conférences.**

## Fréquence de participation aux rencontres

- Salons & conventions
- Conférences & colloques



## Les formats préférés des décideurs



Les rencontres sont d'ailleurs le 2<sup>ème</sup> format préféré des décideurs pour s'informer, derrière les articles.

Les préférences varient cependant selon les fonctions interrogées, les directeurs généraux et les directeurs généraux des services sont notamment plus sensibles aux articles, là où les Maires et Présidents d'EPCI (Etablissement Public de Coopération Intercommunale) et communautés de communes développent une appétence plus forte pour les rencontres.

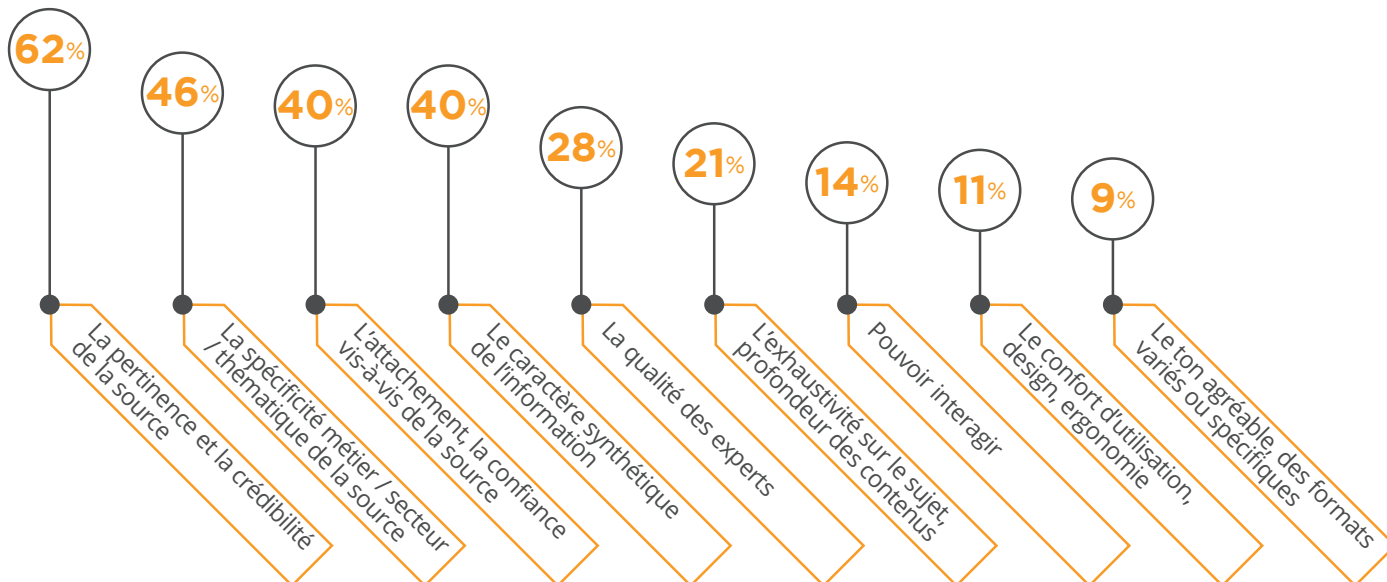
En tant qu'organisateur et plus généralement comme sources d'information, les clubs ou associations jouent alors un rôle pivot : **64% des décideurs appartiennent à au moins un club ou association.**

# Au cœur de la veille : la crédibilité des sources et la recherche d'expertise

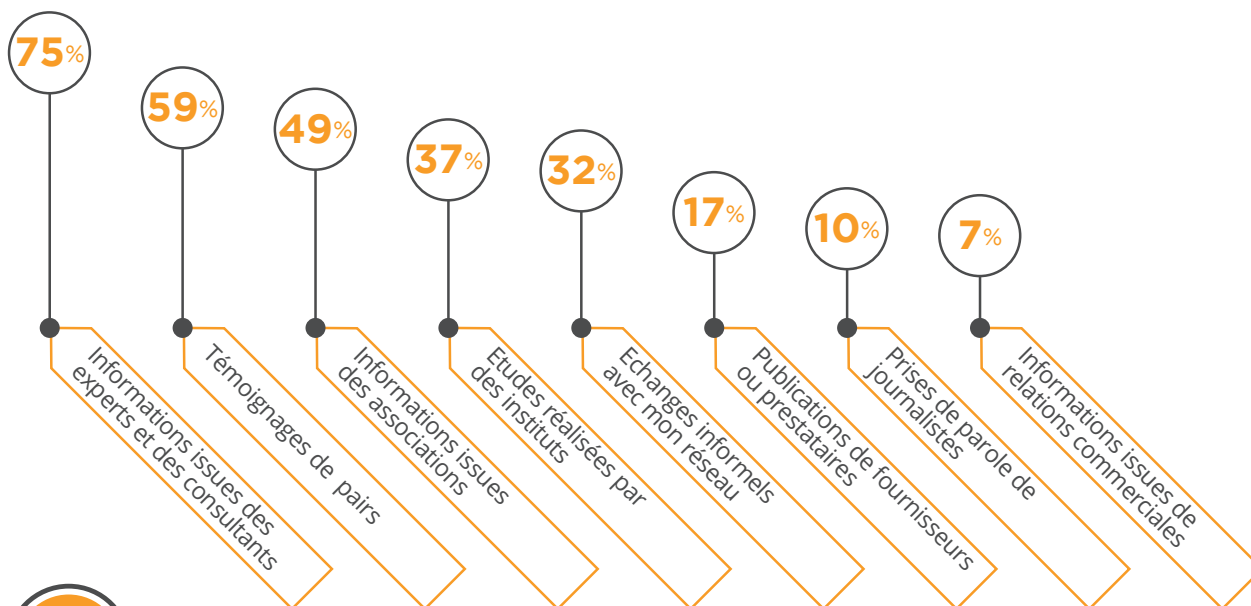
Plus encore que les décideurs en entreprises, **les décideurs publics des collectivités territoriales portent une attention constante à l'expertise et à la crédibilité de leurs sources.**

Les experts sont très fortement valorisés, tout comme les apports d'expérience de leurs pairs et les informations fournies par les associations et clubs spécialisés.

## Principales raisons de préférer une source



## Les sources citées comme les plus crédibles selon les décideurs



**75%**

des décideurs interrogés jugent pertinente l'information mise à leur disposition par les prestataires

Bien que les décideurs des collectivités territoriales conservent par principe une certaine « distance », ils sont néanmoins très satisfaits de la pertinence de l'information mise à disposition.

### Rappel de la méthodologie :

Le Baromètre InfoDécideurs est une étude réalisée par Abiléo, agence conseil spécialiste du Marketing B2B, dédiée à l'analyse des pratiques de veille et d'information professionnelle des décideurs français. Pour cette édition, 102 décideurs français des collectivités territoriales (mairies, EPCI, communautés de communes, bailleurs sociaux) ont répondu en mai 2016 à 30 questions en ligne, permettant d'analyser en profondeur les pratiques et attentes actuelles en matière d'information professionnelle de chaque typologie de décideurs. Les décideurs interrogés sont des maires ou assurent la direction générale, direction générale des services ou présidence de leurs collectivités.

## 5 bonnes pratiques pour préparer sa stratégie de contenus à destination des décideurs des collectivités territoriales

- 1 Privilégiez une **information ciblée, synthétique et pragmatique**. Investissez dans la création de cas pratiques, benchmarks et autres retours d'expérience.
- 2 Développez des **dispositifs multicanaux**, intégrant à la fois des rencontres et des supports digitaux favorisant l'accessibilité de l'information au fil de l'eau.
- 3 Soyez au cœur de l'information **avec un blog valorisant la parole de vos experts**. Définissez précisément la proposition de valeur de ce blog, véritable offre de services d'information.
- 4 **Adressez-vous à l'équipe des collectivités et aux influenceurs** tout autant qu'aux décideurs, notamment via les actions digitales (blogs, référencement, réseaux sociaux, publicité...).
- 5 **Personnalisez votre expertise en mettant en valeur vos experts**, avec un double rôle : source de contenus et ambassadeurs digitaux promoteurs de la valeur ajoutée de l'entreprise.

### DÉCOUVRIR ABILÉO

Agence conseil spécialiste du marketing B2B, **ABILÉO** accompagne les entreprises de la stratégie à la mise en œuvre de leurs actions de Business Development : stratégie de différenciation, professionnalisation marketing et commerciale, lead generation et promotion.

Grâce à son expertise du Content Marketing B2B, **Abiléo** répond aux nouvelles contraintes des décideurs : des communications traditionnelles qui ne suffisent plus, pléthore de contenus qui ne peuvent recueillir l'attention, des interactions commerciales à réinventer.

**Abiléo** est également l'un des précurseurs de l'externalisation marketing.

[www.abileo.com](http://www.abileo.com)

Tél. : 01 78 09 49 00

Email : [contact@abileo.com](mailto:contact@abileo.com)

Twitter : @AbileoTeam

### DÉCOUVRIR NOVAVEOLIA

**NOVAVEOLIA** est un incubateur ayant pour vocation de développer et d'accompagner vers de nouveaux marchés, extérieurs au secteur de l'eau, des entités bâties sur certaines expertises historiques de Veolia Eau France.

Les services proposés par NovaVeolia aux collectivités et aux entreprises reposent sur l'innovation, le digital et les nouveaux usages.

[www.novaveolia.com](http://www.novaveolia.com)

Twitter : @NovaVeolia



en partenariat avec **NOVA**  **VEOLIA**