



École Nationale Supérieure de Sécurité Sociale (EN3S)

Auteurs : Sébastien Grippi (Int.)
Aurélie Kerguelen (Ext.) Chef de projet
Maïdou Marceau (Ext.)
Damien Régnier (Int.)

Blogs, réseaux sociaux et organismes de Sécurité sociale Simple effet de mode ou véritable innovation relationnelle ?

Directeur de recherche : Jean-Louis Haurie, Directeur de la Caf de Paris

Mots clefs : Web 2.0, internet, blogs, réseaux sociaux, tchat, forum, outils collaboratifs, netiquette, organismes de Sécurité sociale, protection sociale, Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo, Google, communication, innovation, mobilité, mutabilité.

Résumé : Bien que la plupart des organismes de Sécurité sociale ait désormais créé ses sites internet, intranet ou extranet, force est de constater que les OSS sont actuellement très peu présents sur le web 2.0 collaboratif, contributif, interactif et communautaire.

A fin 2011, moins d'une dizaine de blogs, à peine une vingtaine de pages Facebook et quelques présences ponctuelles sur des sites de partage DailyMotion ou YouTube étaient attribuables à des organismes de Sécurité sociale. Dans le même temps, d'autres services publics (La Poste, L'Armée de l'Air, la RATP par exemple) ou d'autres acteurs de la Protection sociale (GMF, Mutuelle de France, MMA entre autres) investissent massivement le web 2.0, qui apparaît de plus en plus clairement comme un mouvement en croissance permanente dont il devient difficile d'ignorer l'impact sur les individus, les communautés et la société.

Il y a donc lieu de se questionner sur l'intérêt pour les OSS à se positionner sur un champ jusque là largement ignoré, voire décrié, en analysant si cette démarche fait véritablement sens. En effet, la présence des OSS a pu être découragée par des craintes en terme d'image ou de confidentialité des données, mais aussi par des expériences négatives dans quelques organismes. Pour dépasser cette approche subjective et parfois émotionnelle de la question, la présente recherche-action vise à documenter et à objectiver le phénomène pour en tirer des préconisations de positionnement utiles à tout OSS s'interrogeant sur le bien-fondé de sa présence sur le web 2.0.

En conséquence, notre réflexion s'est globalement organisée autour de trois hypothèses principales :

- Pour rester des opérateurs de référence de la protection sociale, les organismes de sécurité sociale se doivent d'être présents et actifs sur le web 2.0 (question de l'opportunité).
- Pour être efficiente, la présence des organismes de sécurité sociale sur le web 2.0 doit être pilotée au plan national et non seulement au niveau local (question de la volonté).
- Pour être visible, la présence des organismes de sécurité sociale sur le web 2.0 nécessite un effort important en termes de ressources et de compétences (question de la faisabilité).



Nous avons ensuite mené des entretiens qualitatifs auprès de 20 personnes ressources et deux enquêtes quantitatives menée d'une part auprès de 395 directeurs et agents d'OSS et d'autre part auprès de 3 025 assurés de la Cnam de la Loire :

- Les entretiens qualitatifs menés auprès d'acteurs de la Sécurité sociale ayant une activité sur le web 2.0 nous ont généralement confortés dans l'idée que les blogs et les profils sur les réseaux sociaux tenus par ces OSS apportent de la valeur et du service à la relation qu'ils entretiennent à travers ces médias avec leurs clients. Les témoignages de ces « pionniers » nous ont également permis de relativiser fortement les craintes portant sur les risques encourus et sur les coûts induits.
- L'enquête qualitative administrée auprès des directeurs et agents par le biais d'un questionnaire en ligne publié par la newsletter Annuaire-sécu de Gérard Bieth a éclairé notre étude en dressant le portrait d'une population institutionnelle peu présente sur le web 2.0 et assez rétive à s'y installer. La faible fréquentation par ces personnes elles-mêmes – pourtant abonnées à une newsletter – des blogs et des réseaux sociaux peut aussi expliquer ce retrait et les craintes déjà évoquées.
- L'enquête qualitative conduite auprès des assurés de la Cnam de la Loire montre que sous une opinion générale massivement hostile à la présence des OSS sur le web 2.0 se cachent des positions très contrastées : les assurés les plus éloignés du web 2.0 sont les plus nombreux et les plus opposés à la présence des OSS sur ce champ, alors que les clients déjà présents et actifs sont majoritairement favorables à cette implantation.

Il y a donc une stratégie de niche possible pour les OSS qui souhaitent prendre pied sur le web 2.0 ou ils seront bien accueillis par les assurés qui y sont aussi tout en restant invisibles aux yeux de ceux qui n'y sont pas présents.

Concernant le choix du réseau social à investir, Facebook s'impose logiquement.

Ces investigations, et les regards croisés ainsi portés sur notre problématique nous ont donc permis de dresser un état des lieux et de se forger un point de vue prospectif sur la présence des OSS sur le web 2.0.

En conclusion, il convient d'apporter, en réponse à notre première hypothèse (question de l'opportunité) des préconisations distinctes selon que l'on se place du point de vue interne (utilisation du web 2.0 par les OSS comme outil de management interne) ou externe (utilisation du web 2.0 par les OSS comme outil de relation et de communication avec leurs publics).

Le recours au web 2.0 dans une optique de management interne ne nous paraît pas opérationnel pour trois grands types d'arguments culturels, techniques et de benchmarking défavorables :

- l'institution est culturellement très éloignée des pratiques collaboratives en interne qu'impliquent les outils disponibles. Le système hiérarchique majoritairement « top-down », les circuits de décision complexes, et la faible pratique maîtrisée par les salariés du web 2.0 ne nous semblent pas permettre ni faciliter une adoption rapide et généralisée de ces outils.
- la mise en œuvre de fonctionnalités internes basées sur le web 2.0 implique un coût budgétaire et humain conséquent associés à des contraintes techniques fortes (difficultés de compatibilité de ces nouveaux outils avec le système d'information préexistant).



- en marge de nos recherches, des contacts avec des grandes entreprises privées comme Orange ou General Electric ayant mis en œuvre des réseaux sociaux d'entreprise ont mis en avant la saturation et la redondance d'informations que ce type d'outils entraîne, avec pour résultante un faible taux d'adoption et d'utilisation par les salariés de ces grands groupes.

En revanche nous pensons que les OSS ont intérêt et avantage à être présents sur le web 2.0 pour au moins trois raisons principales :

- en application du principe de mutabilité, les OSS devraient avoir comme objectif de s'adapter aux évolutions comportementales et sociétales de leurs publics, dont l'utilisation du web 2.0 est croissante et ne semble pas en voie d'essoufflement. Le développement de hardware et de software intuitifs, souples et mobiles dont la population française est de mieux en mieux équipée devrait amener les OSS à mieux prendre en considération ces phénomènes.

- dans le cadre de leurs stratégies de communication multicanal en direction de leurs publics, le web 2.0 offre un créneau interactif qui n'est pas encore suffisamment couvert par les OSS et dans lequel des innovations porteuses de sens et de valeur pourraient être imaginées et développées, même à une échelle locale.

- la présence des OSS sur le web 2.0, timide pour le moment, est cependant attendue par les publics qui s'y trouvent déjà et qui n'ont pas, contrairement à une idée reçue très largement partagée, autant de crainte et de méfiance à entretenir des relations avec des tiers institutionnels comme les OSS qu'on ne le croit.

Il convient toutefois, pour les OSS qui souhaitent prendre place sur le web 2.0, de s'entourer de quelques précautions :

- respecter les règles d'usage et de précaution spécifiques au web 2.0 d'immédiateté du net en actualisant très fréquemment les contenus proposés ;

- assurer une veille attentive et continue afin de modérer les échanges et bloquer les intentions malveillantes ;

- prévoir les mentions légales indispensables ne donnant qu'un caractère de simple information sous réserve d'examen complet du dossier aux données qui transiteraient par le web 2.0 afin d'éviter toute opposabilité.

Concernant notre deuxième hypothèse (question de la volonté), notre étude tend à démontrer que – si elle est souhaitable – la capacité des caisses nationales à piloter et à coordonner la présence des OSS sur le web 2.0 n'est absolument pas affirmée, laissant ainsi le champ libre à des projets locaux de qualité et d'ambition très hétérogènes.

Notre troisième hypothèse (question de la faisabilité) peut être quasiment écartée tant les ressources matérielles et humaines nécessaires à la présence d'un OSS – même de taille modeste – sur le web 2.0 sont peu coûteuses voire à coût nul.