

# Sommaire

Préface.....	p.7
--------------	-----

## *Partie 1: Des blogs personnels au blog territorial*

---

I ■ Blogs et blogosphère .....	p.11
A - Qu'est-ce qu'un blog?.....	p. 11
1. Les commentaires .....	p. 12
2. La publication et l'archivage .....	p. 12
3. La publication multimédia par excellence .....	p. 12
4. Des fonctionnalités avancées .....	p. 13
B - Un blog, pour quoi faire? .....	p. 13
1. Le blog, journal intime.....	p. 13
2. Le blog politique .....	p. 14
3. Le blog citoyen.....	p. 17
4. Le blog de parti ou « militant » .....	p. 22
5. Le blog d'entreprise.....	p. 23
6. Le blog territorial .....	p. 24
C - Les Français « en tête » ? .....	p. 27
II ■ De l'usage du blog par les collectivités .....	p. 29
A - Des atouts techniques.....	p. 32
1. La rapidité de publication .....	p. 32
2. Feedback et communication de crise .....	p. 32
3. La création de réseaux.....	p. 33
B - ... et stratégiques.....	p. 33
1. Inventer la communication interactive publique .....	p. 33
2. Un traitement éditorial plus fin.....	p. 34
3. Favoriser les conditions du débat local.....	p. 34
4. Informer sur les décisions du politique en abordant des thématiques sociétales .....	p. 34
5. Redessiner le visage des territoires.....	p. 34
C - Formes et finalités .....	p. 37
1. Un blog généraliste.....	p. 37
2. Des blogs thématiques .....	p. 38
3. Des blogs par cibles .....	p. 42
4. Les déclinaisons satellitaires .....	p. 45
III ■ État des blogs territoriaux .....	p. 49
A - Une lente gestation .....	p. 49
B - Effet de mode ou support phare?.....	p. 50
C - Chronique d'un succès annoncé .....	p. 51

## Partie 2: Méthodologie du blog territorial

---

I ■ Réflexions préalables à la création d'un blog .....	p. 55
A - Les choix stratégiques .....	p. 56
1. Volonté de l' élu et portée du support .....	p. 56
2. Identifier le porteur du projet .....	p. 57
3. Combattre les idées reçues .....	p. 57
4. Jouer la complémentarité avec les supports existants .....	p. 59
5. Une limite à la liberté d'expression sur les blogs? .....	p. 61
B - Les choix méthodologiques .....	p. 64
1. Le rôle de l'administrateur .....	p. 64
2. Communication interne .....	p. 64
3. Blog collaboratif ou pas? .....	p. 65
4. Externaliser ou pas? .....	p. 65
C - Les choix éditoriaux .....	p. 66
1. Périodicité .....	p. 66
2. Ligne éditoriale et rubriquage .....	p. 67
3. Charte rédactionnelle .....	p. 67
4. Existe-t-il une écriture spécifique pour le web? .....	p. 68
D - Les choix graphiques .....	p. 68
1. La charte graphique .....	p. 68
2. La feuille de style (CSS) .....	p. 69
3. L' iconographie .....	p. 69
4. Structure graphique du blog .....	p. 69
5. Conseils graphiques .....	p. 70
6. Publicité ou pas? .....	p. 71
E - Les choix technologiques .....	p. 73
1. Nom de domaine et descriptions annexes .....	p. 73
2. Plate-forme en ligne ou à héberger soi-même? .....	p. 73
3. Faire son choix entre les différentes plates-formes en ligne .....	p. 77
4. Faire son choix entre les différentes plates-formes à héberger .....	p. 80
5. Les écueils à éviter .....	p. 81
6. Les fonctions et modules essentiels .....	p. 83
7. L'accessibilité .....	p. 86
8. La sécurité .....	p. 87
II ■ Faire vivre le blog territorial au quotidien .....	p. 88
A - Les exigences organisationnelles .....	p. 88
1. Référencer son blog dans les moteurs et annuaires .....	p. 88
2. Faire connaître l'existence du blog aux administrés .....	p. 89
3. Mettre fréquemment le support à jour .....	p. 89
4. Administrer le support au quotidien .....	p. 89
5. Modérer les commentaires .....	p. 89
6. Gérer les trackbacks .....	p. 90
7. Animer la communauté du blog .....	p. 90
8. Analyser les statistiques .....	p. 90
9. Effectuer un travail de veille .....	p. 91

B - Les clefs du succès .....	p. 91
1. Optimisez votre classement dans les moteurs de recherche .....	p. 92
2. Ne négligez pas la newsletter .....	p. 93
3. Soyez actif au sein de la blogosphère .....	p. 94
4. Utilisez les outils et services pour blogs .....	p. 94
5. Ouvrez au débat sans tricher .....	p. 97
6. Maniez tous types de fichiers multimédias .....	p. 97
7. Innovez techniquement .....	p. 98
8. Apprenez à connaître vos visiteurs .....	p. 99
9. Créez un « buzz » sur Internet .....	p. 99
10. Passez de la veille à l'intelligence territoriale .....	p. 100
III ■ Les principales règles juridiques .....	p. 101
A - Règles générales applicables au blog territorial .....	p. 101
1. La communication au public par voie électronique .....	p. 101
2. Les contraintes du support .....	p. 101
3. Le rôle du directeur de publication .....	p. 103
4. Les formalités légales à accomplir .....	p. 103
B - Règles spécifiques au blog territorial .....	p. 104
1. Dispositions relatives aux réseaux et services locaux de télécommunications .....	p. 104
2. L'espace réservé à l'opposition .....	p. 105
3. L'application du Code électoral .....	p. 105
4. Un environnement juridique en pleine mutation .....	p. 106
IV ■ En guise de conclusion .....	p. 107



Les notes :

Les références aux appels de notes numérotés se trouvent en fin d'ouvrage, sur page couleur.