

class=" green-theme-structs" >



[Tribune] Municipales 2026 : le numérique, levier politique, contractuel et démocratique pour les élus locaux. Rôle et responsabilité de l'acheteur public.

 24/04/2025  Sébastien Taupiac

Le marché global des logiciels et applications pour collectivités est estimé en France à plus de 500 millions d'euros par an, avec une croissance annuelle d'environ 8 à 12 %. Dans ce marché à caractère exponentiel, "le rôle de l'acheteur public devient stratégique" considère Sébastien Taupiac (expert en achat public, Administrateur de l'Apasp et Fondateur de ST Agency). "Le recours aux marchés innovants, aux procédures allégées (MAPA) permet, dans bien des cas, de contractualiser des solutions à forte valeur ajoutée sans lourdeur excessive".



Alors que les élections municipales de 2026 approchent, un basculement silencieux mais décisif est en train de s'opérer. Le numérique n'est plus une option, encore moins un gadget. Il devient un enjeu politique majeur, un marqueur de crédibilité pour les élus et un vecteur de confiance démocratique. À l'heure où les citoyens attendent des services publics qu'ils soient accessibles, efficaces, intuitifs et proches, les collectivités doivent sortir d'une vision techniciste pour adopter une stratégie numérique cohérente, maîtrisée et souveraine.

La crise sanitaire a agi comme révélateur. Depuis, les attentes n'ont cessé de croître, en particulier chez les jeunes générations. Ces dernières sont désormais massivement connectées, mobiles, exigeantes. Elles jugent la qualité des services publics à l'aune de leur expérience utilisateur, et non plus seulement sur leur existence. C'est dans ce contexte que le numérique devient un outil politique, structurant la relation citoyenne, l'attractivité

territoriale et la performance des services.

Un marché en forte croissance, en transition vers les standards des plateformes mobiles

Le marché des applications mobiles municipales est en pleine croissance. Le marché global des logiciels et applications pour collectivités est estimé en France à plus de 500 millions d'euros par an, avec une croissance annuelle d'environ 8 à 12 %. D'ici 2027, une commune sur deux sera dotée de sa propre application mobile. Pourtant, seules 25 % le sont aujourd'hui. Le potentiel est donc considérable, notamment dans les villes moyennes et petites communes encore sous-équipées.

Historiquement porté par des éditeurs spécialisés dans le secteur public – Intramuros, Neocity, MGDIS, MyMairie, PanneauPocket, Votre appli.fr, Centocity ou Ma Commune Connectée (liste non exhaustive), le marché est en pleine mutation. Ces solutions ont structuré l'offre existante en répondant aux besoins classiques : signalements, démarches en ligne, alertes, communication locale.

Mais une nouvelle génération de besoins émerge, portée par des usages plus fluides, interactifs, collaboratifs. Les citoyens veulent des outils qui ressemblent aux applications qu'ils utilisent au quotidien.

Et c'est précisément ici que le marché évolue en profondeur : des agences de développement issues du BtoC entrent dans le jeu. Elles maîtrisent les standards du mobile grand public (ergonomie, design, rapidité, gamification, réseaux sociaux intégrés) et les adaptent au secteur public, avec une compréhension de plus en plus fine des contraintes juridiques, réglementaires et politiques propres aux collectivités. Appstronauta, mais aussi 6tematik ou Imagina, incarnent cette nouvelle génération d'acteurs hybrides.

De la simple application à l'outil de gouvernance territoriale

Il faut en finir avec l'idée qu'une application municipale serait une simple déclinaison mobile du site internet de la collectivité. Le site internet est un outil d'information institutionnelle. L'application mobile est un canal personnel, interactif, en temps réel. Elle permet de construire une relation directe avec l'utilisateur, de capter des signaux faibles, de stimuler la participation, de proposer des services géolocalisés ou des interactions ciblées.

En 2025, une application mobile performante doit répondre aux standards suivants :

- Notifications push et fil d'actualité personnalisé ;
- Interface fluide, pensée "mobile first", compatible iOS, Android, WebApp ;
- Modules d'engagement (forums, votes, budgets participatifs) ;
- Services numériques : prise de rendez-vous, documents, cartographie ;
- Contenus contextualisés : emploi local, mobilités, événements ;
- Gamification, chat intégré, fonctionnalités sociales.

Ce sont ces standards que maîtrisent les développeurs BtoC. Et ce sont ces attentes qu'expriment les citoyens. Le fossé entre l'offre publique classique et les pratiques numériques des usagers est aujourd'hui la principale limite à l'adoption des outils proposés par les collectivités. C'est pourquoi les acteurs capables de marier les exigences du code de la commande publique et les codes du numérique moderne sont appelés à prendre une place centrale dans les projets à venir.

L'acheteur public, chef d'orchestre de la transition numérique territoriale

Dans cette recomposition du marché, le rôle de l'acheteur public devient stratégique. Il est celui qui articule la vision politique de l'élu, les besoins métiers exprimés par les services, et les offres du marché. Il ne s'agit plus seulement de conduire une procédure, mais de sécuriser juridiquement des choix technologiques complexes, en intégrant des exigences fortes :

- conformité RGPD dès la conception,
- hébergement souverain (France, Union européenne),
- interopérabilité avec les systèmes existants,
- accessibilité numérique,
- référentiels de sécurité (SecNumCloud, ANSSI)

Le recours aux marchés innovants, aux procédures allégées (MAPA) ou à des prestations sous le seuil de 40 000 € HT permet, dans bien des cas, de contractualiser des solutions à forte valeur ajoutée sans lourdeur excessive. C'est précisément l'approche retenue par Appstronaut, qui structure actuellement une offre inédite à la fois standardisée et évolutive avec une tarification maîtrisée, rendant le projet à la fois politiquement porteur et juridiquement simple à mettre en œuvre.

La première déclinaison de cette nouvelle génération d'application pour collectivités sera présentée très prochainement dans le cadre d'une réalisation opérée avec une commune de 12 500 habitants. À suivre...

Une génération à reconnecter, un enjeu démocratique et politique

La jeunesse demeure le grand-angle mort de la démocratie locale. Seuls 42 % des 18–24 ans ont voté lors des dernières municipales. Pourtant, ils représentent parfois 20 % de la population d'une commune. L'enjeu est double : les mobiliser dans la vie publique et les accompagner dans leur quotidien (emploi, mobilité, logement, santé...).

Des solutions comme celles proposées par certains acteurs et notamment les agences de développement issues du BtoB et du BtoC, démontrent que l'application mobile peut être un outil puissant pour restaurer ce lien. Encore faut-il que la collectivité accepte de sortir des formats figés pour adopter des codes plus dynamiques, inspirés du numérique grand public. C'est tout l'enjeu des prochaines années : transformer la communication institutionnelle en expérience citoyenne, conçue pour des publics connectés, mobiles et exigeants.

Conclusion : entre anticipation stratégique et transformation culturelle

Les élections municipales de 2026 seront aussi une élection de la maturité numérique des territoires. Les équipes municipales qui auront anticipé cette transformation, activé les bons leviers juridiques, contractualisé les bons partenaires et su intégrer les attentes des citoyens dans leurs outils numériques bénéficieront d'un avantage évident, tant en matière de gouvernance que d'image.

Le numérique n'est plus un projet technique. C'est un levier d'action publique. C'est aussi un acte politique.

Et l'acheteur public, bien conseillé, en devient le bras armé, discret mais déterminant.

à propos de l'auteur



Sébastien Taupiac

Directeur de la communication et des relations publiques e-Attestations