

La police nationale a décidé "d'aller chercher les internautes là où ils se trouvent". Pour cela, elle vient de faire son entrée sur les réseaux sociaux. Ce mardi 11 décembre, la direction générale de la police nationale (DGPN) a observé lors d'une conférence de presse qu'elle ne "disposait pas" jusqu'à présent "d'un espace et d'une visibilité qui correspondent à ce qu'elle est réellement" et qu'elle souhaite changer la donne.

Objectif de la démarche : "toucher [les internautes] par l'intermédiaire de leurs contacts et de leurs centres d'intérêt" et de "créer un lien de confiance avec les internautes et de développer toutes les opportunités offertes par internet".

La DGPN a donc lancé sa page Facebook qui permet par exemple de déposer une pré-plainte en ligne "directement".

Elle affirme qu'elle sera présente sur Twitter "pour faire la promotion d'informations et actualités liées à l'institution". Elle crée encore une webtv sur Dailymotion et un compte d'images libre d'accès sur le site de partage de photos Flickr.

"Cette nouvelle forme de communication vise à mieux faire connaître la diversité (de ses métiers)", selon la DGPN, "son humanité et surtout son adéquation avec son époque"

[Retrouvez cet article sur Le Nouvel Observateur](#) [La police débarque sur les réseaux sociaux](#)

[Lire la suite \(Source\) >>](#)

[Joomla SEO powered by JoomSEF](#)