

ELABORATION DU SCHEMA DIRECTEUR DES USAGES ET SERVICES NUMERIQUES (SDUS) DU TERRITOIRE DE LA COMMUNAUTE DE COMMUNES DU PAYS DE MORMAL



Rapport final

Rédacteur : Christophe Pannetier – Fondateur – Taran Consulting SAS
06 24 88 15 03 - cpannetier@taranconsulting.co – www.taranconsulting.co

23 janvier 2019

Sommaire

Introduction.....	3
1. La méthode utilisée.....	7
2. Quel diagnostic du territoire du Pays de Mormal sur le numérique ?	8
3. Les axes de la stratégie numérique	16
4. Les actions et projets de la stratégie numérique du Pays de Mormal	21
5. 5 projets cœur de la stratégie numérique du Pays de Mormal	47
6. Les conditions de réussite de la stratégie numérique du Pays de Mormal.....	80
7. Synthèse financière.....	82
8. Calendrier des actions	83

INTRODUCTION

La Communauté de Communes du Pays de Mormal : un territoire aux multiples richesses

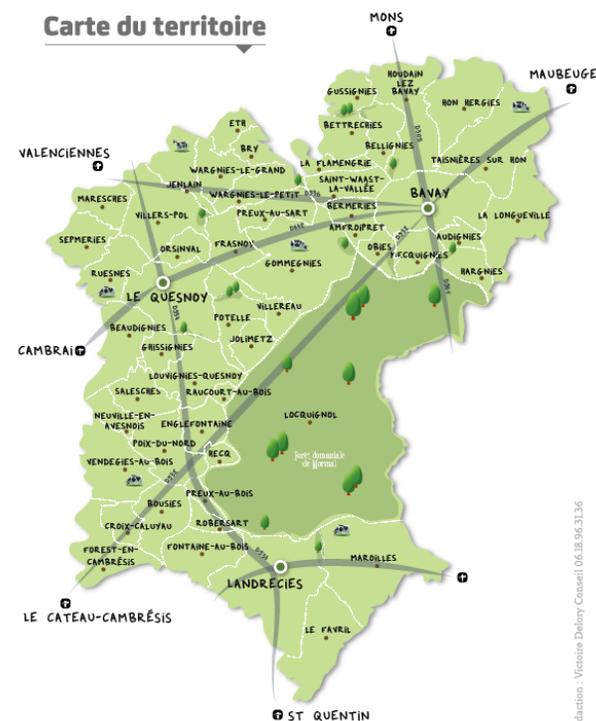
La Communauté de Communes du Pays de Mormal (CCPM) est née en janvier 2014 de la fusion de trois communautés de communes (Communauté de Communes du Pays de Mormal et Maroilles, Communauté de Communes du Quercitain et Communauté de Communes du Bavais).

Forte de 53 communes regroupant plus de 48 000 habitants, la CCPM est un territoire rural, vert et enclavé en termes d'accès par des infrastructures routières, dont plus de 75% des communes ont moins de 1000 habitants. Il est très étendu et écartelé entre trois centres-bourgs – Bavay, Le Quesnoy et Landrecies), l'étendue du territoire posant la question de sa cohésion, de la diffusion de l'information sur le territoire et de l'accès aux services.

Mais le territoire se caractérise par son dynamisme et par une volonté forte de mettre en avant ses atouts : des espaces boisés (forêt de Mormal notamment) et paysagers de grande qualité, un patrimoine touristique (moulins, châteaux, fortifications,...), et gastronomique de première importance, une agriculture créatrice de produits de qualité, des entreprises reconnues par leur savoir-faire bien au-delà des limites du territoire,...

En 2016, la collectivité s'est dotée d'un projet de territoire mettant l'accent, en sus des compétences déjà exercées par la collectivité, sur :

- La protection et la valorisation de l'environnement qui constitue l'une des richesses majeures du territoire ;
- La jeunesse ;
- Le tourisme, la valorisation du patrimoine et la culture ;
- L'action sociale : inclusion des personnes les plus en difficultés, accompagnement des aînés,...



Cette richesse qui fait l'identité du territoire, la CCPM souhaite la mettre en avant à travers son projet de Schéma de Développement des Usages et Services Numériques (SDUS).

Une stratégie numérique déjà amorcée

En janvier 2018, la CCPM a souhaité procéder à la réalisation de sa stratégie numérique. Pour ce faire, elle s'est entourée des compétences de l'agence d'innovation Taran Consulting spécialisée dans les transformations territoriales. La collectivité avait déjà amorcé un travail de réflexion en 2017 sur ce que pourrait être cette stratégie. Cette réflexion était dictée par la nécessité de :

- Se doter d'une vision partagée entre les acteurs du territoire sur le numérique afin d'en saisir les potentialités et de faire du numérique un levier de développement pour les actions du projet de territoire, en pleine cohérence avec celui-ci ;
- Réaliser des projets concrets et accompagner les projets des acteurs en émergence ;
- Permettre aux acteurs du territoire de se faire financer leurs projets dans le cadre du FEDER, la Région Hauts-de-France imposant une conditionnalité de financement des projets numériques à la mise en œuvre de SDUS dans les territoires.

La CCPM avait identifié dans ce cadre cinq axes d'un futur SDUS :

- #1 : Le numérique au service du développement des systèmes d'information et de communication des communes de la CCPM ;
- #2 : Le numérique au service de l'innovation du développement économique ;
- #3 : Le numérique au service du développement culturel et touristique ;
- #4 : E-démocratie : intégration des citoyens ;
- #5 : Le numérique pour tous.

Ces axes épousaient les contenus du projet de territoire adopté en 2016 qu'ils couvraient bien.

Ils étaient déclinés en un certain nombre de projets susceptibles d'apporter une réelle valeur ajoutée au territoire : accès au Wi-Fi sur tout le territoire, création d'un tiers-lieu, développement de l'innovation dans le secteur agricole, création d'un site Internet touristique intégrant les offres et infrastructures communales, intercommunales et privées (hébergement), développement d'une application mobile permettant d'accéder aux services publics disponibles sur le territoire,...

Le travail réalisé en 2017 a donc été repris à compter de mai 2018, date de lancement des nouveaux travaux sur la conception du SDUS.

Pourquoi une stratégie numérique pour le territoire du Pays de Mormal ?

Comme tous les territoires, le territoire de la CCPM se trouve face à un mouvement puissant et radicalement transformateur du numérique qui bouleverse les modes de travail, de déplacement, de conception, de production, les pratiques sociales, éducatives et culturelles, le rapport au territoire et entre les élus et les citoyens,... Le développement du numérique revêt, en outre, une acuité plus forte sur un territoire rural comme celui de la CCPM, car il peut être un vecteur d'aggravation de l'isolement des populations générateur de fractures économiques et sociales supplémentaires si le numérique n'est pas suffisamment pris en compte comme, à l'inverse, un facteur d'inclusion territoriale en permettant d'accéder à de nouveaux services numériques palliant la disparition de certains services physiques en secteur rural.

Si cette vague massificatrice dont on mesure encore mal les contours et les limites tant elle est polymorphe, est, en effet, souvent vécue comme une menace anxiogène, elle est également génératrice de nombreuses opportunités pour les hommes, les activités et les territoires. Quoi qu'il en soit, elle ne peut plus être réduite à l'état d'outils secondaires, ayant peu d'impacts et uniquement utilisés pour répondre à un impératif de modernité ou seulement de communication. En s'insérant et en s'imposant aux organisations humaines, le numérique a drastiquement fait bouger les lignes et modifié en profondeur des chaînes de valeur, y compris à l'échelle hyper-locale. A titre d'exemple, les grandes plates-formes internationales de distribution comme Amazon deviennent des concurrents des commerces locaux en organisant, grâce aux facilités de commande et de livraison qu'elles offrent, l'évasion de la valeur économique du territoire dont ne peuvent profiter les commerces locaux.

Dès lors, la question de se saisir du numérique se pose à un territoire comme celui du Pays de Mormal en offrant aux habitants et aux professionnels des outils leur permettant de continuer à vivre et à se développer sur ce territoire caractérisé par la proximité de ses relations sociales et sa qualité de vie. **L'ambition de la CCPM est, par conséquent, de se doter d'une vision partagée avec les acteurs du territoire et d'actions opérationnelles pour favoriser la transition du territoire et des collectivités qui le composent vers le monde digital, et préciser leurs conditions de mise en œuvre pour les 3-5 prochaines années.** Plutôt que de résister en vain à des transformations numériques qui, de toute façon, s'imposent de fait, l'objectif est de dédramatiser, d'accompagner et de saisir les opportunités nouvelles du digital pour l'ensemble de la population et des professionnels du territoire.

Ce cadre stratégique n'est pas figé : il doit être suffisamment souple pour permettre d'intégrer des opportunités qui naîtront durant les prochaines années. Il ne porte pas que sur des outils technologiques, mais englobe toutes les facettes du développement du territoire : les mobilités, le développement économique, la culture, l'éducation, le développement social,... Il constitue un ensemble d'axes de progrès répondant aux spécificités et à l'identité du territoire, permettant d'accompagner le territoire et les collectivités qui le composent vers un monde de plus en plus marqué par le digital.

L'horizon de 3 à 5 ans apparaît réaliste à condition de procéder à une actualisation régulière de la stratégie. Les conditions de mise en œuvre sont importantes pour assurer le succès de la stratégie, en termes de ressources humaines et financières. A cet égard, le projet numérique global qui ne doit pas reposer que sur la seule maîtrise d'ouvrage de la CCPM, mais associer l'ensemble des acteurs publics et privés du territoire, doit être réaliste et atteignable compte tenu du capacitatif du territoire et de la réduction de ses marges de manœuvre financière.

Les **objectifs de la stratégie numérique du territoire** sont ainsi de :

- Adapter le territoire aux enjeux d'aujourd'hui et de demain : il s'agit d'accompagner le territoire dans la maîtrise du numérique et dans sa préparation aux mutations provoquées par le numérique au regard des enjeux auxquels il doit faire face dans les prochaines années, en particulier le vieillissement croissant et le risque de « *décrochage* » par rapport aux métropoles ;
- Afficher une vision partagée des solutions à apporter pour que le territoire acquiert cette maîtrise ;
- Rendre l'action publique sur le rôle du numérique lisible pour les acteurs extérieurs au territoire et du territoire : produire des points de repère, identifier le champ des possibles de manière réaliste en cohérence avec le projet de territoire ;
- Mobiliser les acteurs autour de la stratégie pour produire des projets et des actions collectives profitables à tous. Cette mobilisation a été opérée dès le démarrage du projet¹ ;
- Explorer de nouvelles opportunités, endogènes et exogènes, pour le territoire ;
- Développer la visibilité et la différenciation du territoire grâce au numérique en faisant notamment des points faibles apparents du territoire (ex : l'isolement géographique) de véritables lignes de force (ex : territoire « *au vert* », résidentiel et touristique) ;
- Enfin, constituer un cadre permettant le financement des actions, notamment par le FEDER.

Sur le **plan opérationnel**, le SDUS se traduit par :

- Des axes directeurs qui incarnent les ambitions du territoire ;
- Des projets structurants par axe pour créer un effet de levier puissant sur le territoire, plutôt qu'une myriade de petits projets ayant peu d'impacts sur le territoire et entraînant un saupoudrage de financements ;
- Des mesures d'accompagnement qui constituent le socle technique ou permettent la mise en œuvre des projets.

¹ Voir ci-après la méthode adoptée.

1. LA METHODE UTILISEE

Le parti pris adopté pour l'élaboration du SDUS du Pays de Mormal a été celui dès le départ de la **construction collective** à travers un programme d'ateliers organisés en mai et juin 2018. Cette co-construction a répondu à plusieurs objectifs :

- Associer l'ensemble des acteurs publics et privés à la réflexion dans un souci de démocratie participative ;
- Expliquer et faire comprendre les enjeux du numérique et ses impacts potentiels pour le territoire ;
- Susciter l'adhésion en créant une véritable appropriation du projet stratégique pour développer une vision partagée du numérique sur le territoire et favoriser l'émergence d'une communauté de pratiques autour du numérique ;
- Pérenniser la stratégie au-delà d'un simple document de travail pour qu'elle se traduise en projets et qu'elle constitue une matière vivante en développement dans les années qui viennent.



Atelier sur le développement culturel et touristique - Landrecies - 28 mai 2018



Atelier de synthèse - Le Quesnoy - 20 juin 2018

Le programme d'ateliers a permis de réunir près de 110 participants en plusieurs endroits du territoire sur cinq thèmes :

- #1 : Le développement économique du territoire (23 mai 2018 - Maroilles) ;
- #2 : Le développement culturel et touristique (28 mai 2018 - Landrecies) ;
- #3 : L'accès aux services, la médiation et la maîtrise du numérique par les citoyens (30 mai 2018 - Bavay) ;
- #4 : L'organisation territoriale et les enjeux de mutualisation (6 juin 2018 - Le Quesnoy) ;
- #5 : Atelier de synthèse (20 juin 2018 - Le Quesnoy).

Ces ateliers ont permis de faire émerger des interrogations, des craintes, des espérances, une vision et des pistes de projet. Ils ont contribué à nourrir l'ensemble de la démarche. L'atelier de synthèse a constitué le point d'orgue de l'élaboration de la stratégie en permettant aux acteurs ayant participé pour une bonne partie d'entre eux aux quatre ateliers précédents de commenter, corriger et enrichir le projet stratégique. **Le SDUS est ainsi le résultat d'une production collective des acteurs du territoire du Pays de Mormal.**

2. QUEL DIAGNOSTIC DU TERRITOIRE DE LA CCPM SUR LE NUMERIQUE ?

Le diagnostic du territoire n'a pas consisté en une simple identification des projets et des services numériques, mais s'est traduit par un regard porté par les acteurs eux-mêmes lors des ateliers sur les réalités du territoire en relation avec le numérique, regard indispensable pour proposer des axes de travail et des solutions réellement adaptées au développement futur du territoire.

Pour élaborer ce diagnostic, nous avons adopté une matrice AFOM – Atouts, Faiblesses et Difficultés, Opportunités et Menaces. Nous en restituons les résultats d'un point de vue général, pour chacune des thématiques, et en ce qui concerne le développement du numérique sur le territoire.

Les éléments qui suivent résument cette matrice.

2.1 LES ATOUS DU TERRITOIRE

Sur le plan général, le territoire de la CCPM est considéré comme un beau territoire, attractif par ses paysages, son patrimoine, sa gastronomie (musées, châteaux, fortifications, moulins,...) ainsi que la solidarité et la proximité entre les habitants et la qualité de vie et des relations sociales. Cette force est un atout très important à valoriser en termes de marketing territorial face à des territoires urbains dégradés et socialement fracturés.

En ce qui concerne le développement économique, le territoire dispose de nombreux atouts :

- La présence d'unions commerciales actives ;
- Un foncier moins cher et une pression foncière moins importante que dans les plus grandes agglomérations ;
- Des produits régionaux typiques à valoriser ;
- Le tourisme vert ;
- L'artisanat, les métiers d'art, le commerce ;
- Un patrimoine, des bâtiments anciens à rénover et à préserver (dans l'optique d'y accueillir des activités nouvelles comme le télétravail).

En ce qui concerne le tourisme et la culture, le territoire de la CCPM est également doté de nombreux atouts :

- Les paysages : la forêt de Mormal, le canal de la Sambre, le bocage, les espèces végétales, les vergers,... ;
- Les produits locaux, les marchés bio ;
- Le patrimoine et l'histoire locale : musées, fortifications, châteaux, moulins, patrimoine bâti,... ;

- Les associations historiques, sur le patrimoine, les randonnées qui sont de véritables ambassadeurs du territoire.

Dans le domaine social, le territoire de la CCPM peut se prévaloir surtout d'une vie associative bien développée dans les bourgs-centres, d'une politique active en faveur des aînés à travers la Communauté Amie des Aînés (CADA) et d'une bonne organisation en matière sociale (assistantes sociales,...).

En matière de services publics, le territoire peut revendiquer un accès facile aux services publics des collectivités (proximité, disponibilité), une proximité forte entre les mairies et les citoyens due à la petite taille des communes et à la disponibilité des élus et une organisation financière bien adaptée (délais de paiement rapides,...).

Enfin, en ce qui concerne le numérique, le territoire du Pays de Mormal n'est pas sans atouts. Tout d'abord, il existe une volonté politique des élus de la CCPM de développer le numérique sur le territoire. Ensuite, Un certain nombre d'actions ont, en effet, été déjà déployées :

- En premier lieu la fibre en cours de déploiement à l'initiative du syndicat mixte « La Fibre Numérique 59/62 » et très fortement attendue par les collectivités et les entreprises. Ce point a été fortement souligné lors des ateliers de construction du SDUS ;
- Des actions en matière d'acculturation et de formation au numérique pour les professionnels et les particuliers : le cyber-centre de Bavay qui est fortement sollicité sur l'accompagnement aux usages et sur le dépannage des outils numériques, les communes, Familles Rurales, la Ville du Quesnoy à travers la mise à disposition d'un animateur et l'utilisation d'une classe pupitre pour accueillir les formations, la Ville de Landrecies et son centre social, la CCI du Grand Hainaut, la Chambre des Métiers et de l'Artisanat,... ;
- L'existence de pages Facebook et Internet présentant et valorisant le territoire (moulins de l'Avesnois, villages de l'Avesnois,...) ;
- La mise en place de portails famille dans les communes les plus importantes (Le Quesnoy, Bavay) ;
- Un service des déchetteries numérisé à l'échelle de la CCPM ;
- Des premières opérations de mutualisation faites par la CCPM, mais qui restent timides (ex : documents d'urbanisme).

Ces atouts révèlent un potentiel important du territoire sur lequel il est possible de construire une stratégie numérique solide.

2.2 LES FAIBLESSES ET DIFFICULTÉS RENCONTRÉES PAR LE TERRITOIRE

Sur le plan général, le territoire du Pays de Mormal est marqué par des faiblesses et des difficultés structurelles :

- Géographiques et administratives : le territoire connaît un problème important d'accessibilité en matière d'infrastructures physiques (route, rail) qui pénalise les entreprises et affaiblit son attractivité. Les transports collectifs sont insuffisamment développés, ce qui pose de nombreux problèmes aux habitants sans véhicule pour se déplacer d'un point à un autre du territoire. Les récentes fusions

- administratives n'ont pas permis d'accroître la lisibilité du territoire, rendent le maillage du territoire plus complexe et donnent le sentiment à de nombreux citoyens d'une perte de proximité, en particulier avec les services publics dont un certain nombre ont disparu ;
- Démographiques : la population du territoire est vieillissante. A ce jour, 25% de la population est composée de seniors ; ils seront plus d'un tiers en 2040, ce qui rend nécessaire la mise en place de services facilitant le bien-vivre des personnes âgées sur le territoire ;
 - Economiques : on enregistre une désertification médicale et une désertification croissante des centres-bourgs, à l'exemple de Landrecies ;
 - Sociales : on constate une situation de grande difficulté économique et sociale pour de nombreux foyers, en particulier dans les centres-bourgs. A Landrecies, par exemple, 75 % des foyers ne sont pas imposés. L'illettrisme de nombreux jeunes rend difficile l'accès à l'emploi et à des services de plus en plus dématérialisés.

En ce qui concerne le développement économique, on note un exode d'entreprises en raison des difficultés d'accès aux infrastructures physiques et immatérielles. Il existe également une « *évasion commerciale* » vers les grandes plates-formes de commerce électronique (Amazon en particulier) qui captent les achats au détriment du territoire.

En ce qui concerne le tourisme et la culture, le territoire souffre d'une visibilité insuffisante qui se traduit par la méconnaissance de ses atouts, y compris de la part des habitants du territoire (patrimoine, richesses paysagères, savoir-faire, voies douces,...). Le territoire connaît un déficit d'hébergement, y compris pour les groupes. Les acteurs du tourisme et de la culture (professionnels et bénévoles) ne disposent pas de lieux leur permettant d'échanger et de travailler ensemble (« *fabrication de projets* »).

Dans le domaine social, on note une forte proportion de personnes souffrant d'illettrisme sur le territoire (évaluée à environ 10%). Cet illettrisme est évidemment un problème en ce qui concerne la maîtrise des outils numériques. Le développement accéléré des services dématérialisés (Pôle Emploi, CAF,...) accroît encore davantage la distance avec une partie de la population qui, sachant mal se servir du numérique, éprouve de nombreuses difficultés à accéder à ces services. Par ailleurs, le bénévolat connaît une perte de vitesse en ce qui concerne les responsabilités associatives alors que le tissu associatif reste malgré tout actif.

Enfin, en ce qui concerne le numérique, de nombreuses difficultés se posent au territoire :

- En termes d'accessibilité :
 - Aux infrastructures numériques :
 - La desserte en fibre optique n'est pas encore totalement assurée sur le territoire, ce qui handicape fortement les entreprises sur le plan économique (perte de temps, surcoûts,...). Elle le sera en 2021-22.

- Les infrastructures mobiles (4G) sont insuffisantes dans de nombreux endroits du territoire, notamment en cœur et au sud du territoire, en particulier la forêt de Mormal ainsi que le montrent les cartes de couverture du territoire par les 4 opérateurs de services mobiles (Free, Orange, Bouygues Télécom, SFR).

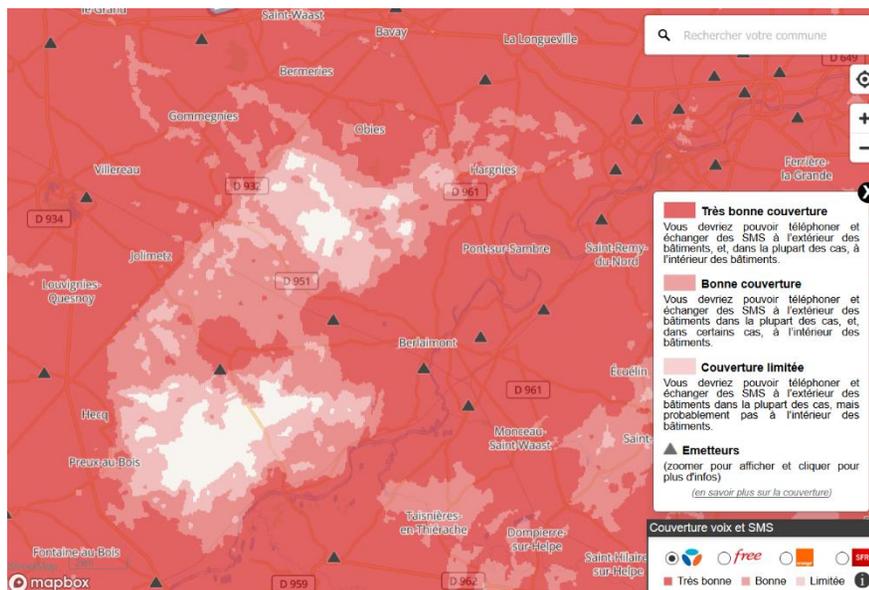


Figure 1 - Carte de la couverture mobile par Bouygues Télécom

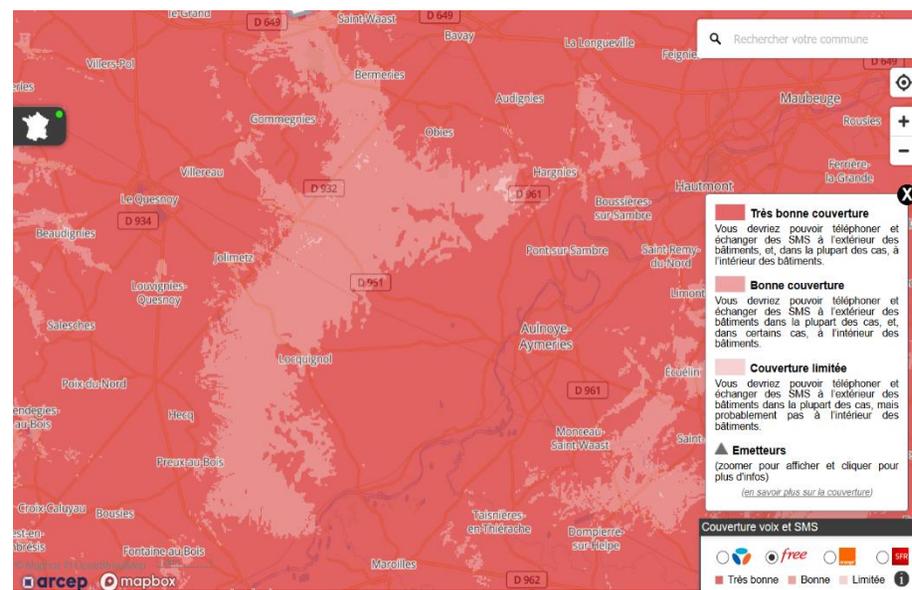


Figure 2 - Carte de la couverture mobile par Free

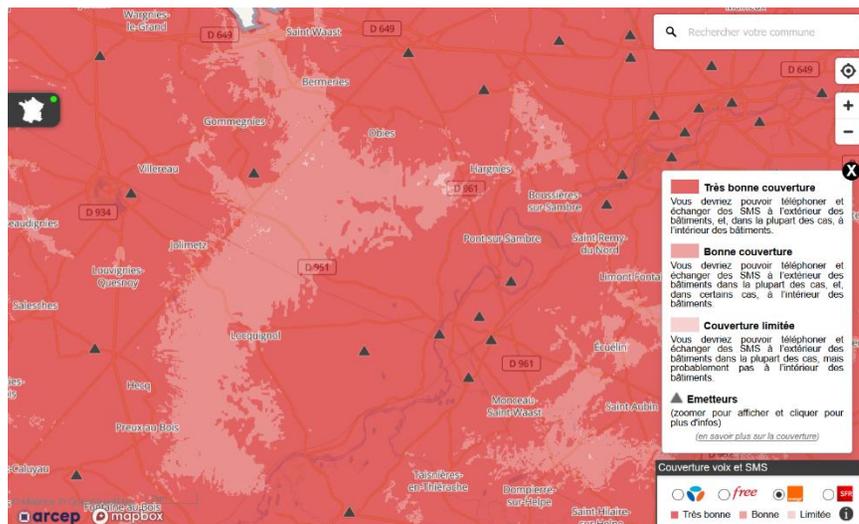


Figure 3 - Carte de la couverture mobile par Orange

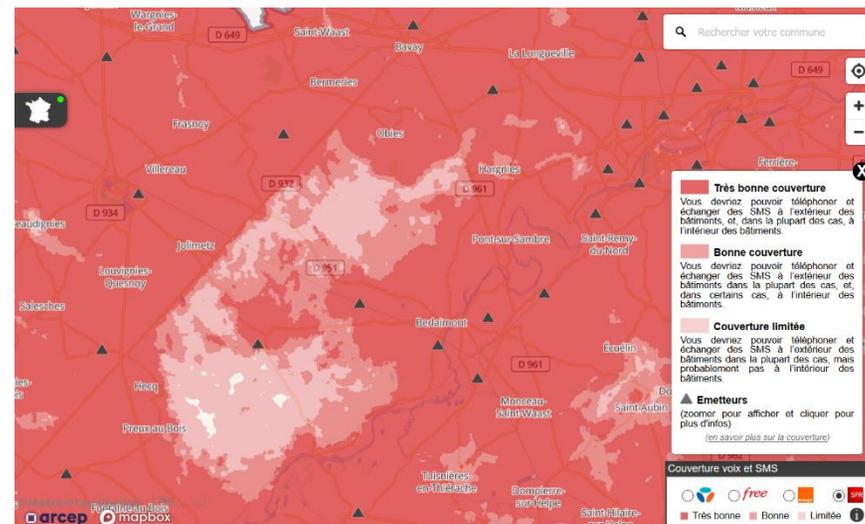


Figure 4 - Carte de la couverture mobile par SFR

- Il n'y a pas de bornes Wi-Fi dans les lieux publics et dans les espaces publics.
 - Aux services numériques. Le coût pour s'équiper pour les collectivités, les associations, les familles (matériels, logiciels,...) est souvent un frein. Les entreprises ont également des difficultés pour accéder aux marchés publics en raison de la dématérialisation croissante. Enfin, les outils numériques ne sont pas toujours adaptés aux besoins des entreprises.
- En termes d'équipements et de services numériques :
 - Peu de communes sont dotées de sites Internet. Lorsqu'ils existent, ces sites sont des sites vitrines qui offrent très peu de services transactionnels (à l'exception de la CCPM et des Villes de Bavay et du Quesnoy en ce qui concerne leurs portails famille) (réservation, paiement). Ces sites sont peu connus et souffrent d'un déficit de communication. Ils n'ont pas de version anglaise. L'information est diluée et peu accessible, les données touristiques et culturelles sont insuffisamment valorisées.
 - Il existe peu de lieux dédiés à la formation et à l'acculturation aux usages numériques, à l'exception du centre social de Landrecies et du cyber-centre de Bavay. Un seul tiers-lieu (espace de coworking) existe au Quesnoy (La Verrière).

- En termes d'actions de sensibilisation :
 - Quelques actions sont mises en œuvre en direction des professionnels et des particuliers par les communes (Le Quesnoy), la CCIGH et la CMA sur la dématérialisation.
 - Aucune initiative n'a encore été prise par les communes sur l'ouverture des données. Seules trois communes sont concernées : Landrecies, Bavay et Le Quesnoy.
 - Jusqu'alors aucune action n'avait été entreprise sur la mise en conformité au Règlement Général de Protection des Données (RGPD) applicable depuis le 25 mai 2018. Cependant, Cre@tic accompagne depuis peu la CCPM et les communes dans cette mise en œuvre.
- En termes d'appropriation du numérique par les acteurs et la population :
 - Les fractures d'usage sont importantes entre les plus grosses communes et les plus petites, entre les différentes catégories de la population (jeunes/seniors, actifs/non actifs,...), entre les entreprises les plus importantes et les TPE.

Au total, l'ensemble de ces difficultés, importantes, soulèvent des enjeux majeurs :

- D'accessibilité : aux infrastructures, aux équipements, aux services, physiques comme immatériels ;
- De réduction des fractures économiques et sociales ;
- D'adaptation des services aux transformations qui s'imposent au territoire : dématérialisation croissante, cohésion et identité du territoire, vieillissement de la population, usage des services, mobilités,... ;
- D'attractivité territoriale et de différenciation par rapport aux territoires environnants (Avesnois, Valenciennois, Sambre).

Face à ces difficultés, le numérique peut jouer, selon les usages, un rôle de réduction ou d'amplification positif ou négatif des fractures territoriales et sociales.

2.3 LES OPPORTUNITÉS QUI S'OFFRENT AU TERRITOIRE

D'un point de vue général, les acteurs du territoire ont mis en évidence quatre opportunités majeures :

- Le potentiel de développement économique, touristique important du territoire ;
- La politique forte et partagée mise en œuvre par la CCPM pour améliorer la qualité de vie des seniors (Communauté d'Amis des Aînés – CADA) ;
- La proximité et la continuité des services publics des communes ;

- La mutualisation comme moyen de réduction des coûts de déploiement d'équipements et de services, non seulement entre les collectivités, mais aussi l'ensemble des acteurs du territoire.

En ce qui concerne le numérique, trois opportunités importantes pour le territoire peuvent être soulignées :

- Le déploiement de la fibre optique qui va couvrir progressivement le territoire et faciliter grandement le travail des entreprises et des collectivités ;
- L'existence de la plate-forme www.mescommercantsdugrandhainaut.com proposée par la CCI du Grand Hainaut aux commerçants pour qu'ils puissent présenter et vendre leurs produits. Cette plate-forme est, à l'heure actuelle, déployée dans le Valenciennois et dans le Cambrésis. Les Unions Commerciales du territoire sont intéressées pour qu'elle soit mise en place sur le territoire du Pays de Mormal en évitant d'investir trop fortement pour développer une plate-forme similaire ;
- Les financements importants de la Région Hauts-de-France (FEDER, financements régionaux du programme Tiers-Lieux), mais qui risquent de s'amenuiser rapidement au fur et à mesure de l'avancement de la programmation (2014-2021).

Les acteurs du territoire ont, par ailleurs, une conscience aigüe des apports du numérique et des opportunités qu'il représente pour le territoire : en matière de développement économique (conception et production, télétravail, travail collaboratif, nouveaux métiers, nouveaux emplois,...), d'accès à la connaissance et à la culture, à la formation, de lutte contre la désertification médicale, de mobilité, de mutualisation, de maîtrise énergétique, de communication (exemple de la visioconférence),...

2.4 LES MENACES PESANT SUR LE TERRITOIRE

En ce qui concerne le numérique, les risques sont de plusieurs natures :

- L'absence de choix : le numérique est parfois vécu comme un ensemble de contraintes auxquelles il est impossible d'échapper : par exemple, les nouvelles obligations, complexes, sur la sécurité des données personnelles résultant de la mise en application obligatoire du RGPD et les sanctions financières potentiellement lourdes qui en découlent en cas d'erreur ou d'oubli, la dématérialisation des services publics qui s'imposent sans alternative aux collectivités et aux populations, les prescriptions imposées aux professionnels comme par exemple l'obligation croissante de recourir au BIM (Building Information Modeling) dans les marchés publics ;
- Les responsabilités qu'entraîne l'usage de nouvelles technologies qui se diversifient et se complexifient (ex : certains logiciels, la robotique) ;
- Les coûts représentés par le numérique en ce qui concerne l'équipement des ménages, des collectivités, des associations, des petites entreprises,..., qui peuvent être en difficulté économique ;
- La perte économique que peut engendrer le recours massif au numérique, par exemple à travers l'utilisation croissante des grandes plates-formes de commerce électronique qui contribue à l'évasion de valeur économique hors du territoire. Cet impact constitue une menace forte pour les petites entreprises, les artisans et les commerçants qui ne prennent pas la voie de la digitalisation de leurs activités ;
- L'insécurité en ce qui concerne les données personnelles, et les données des collectivités et des entreprises : risque de piratage, phishing, ransomware, cyber-harcèlement,... ;
- Enfin, le numérique est perçu comme un risque d'accroissement de l'isolement, d'encouragement au repli sur soi et de perte de relations sociales par la dépendance à l'Internet et aux réseaux sociaux. Le numérique est aussi parfois considéré comme invasif, ce qui justifie un « *droit à la déconnexion*² ». Ce risque pèse aussi bien sur les relations individuelles que sur les relations avec les entreprises et avec les services publics, entre les entreprises, entre les services publics. Il existe un risque de « *décrochage* » de la majorité des communes du territoire de la CCPM qui sont petites, et de leur population, si elles ne sont pas accompagnées dans le développement du numérique. Ce sentiment est d'autant plus partagé dans un territoire rural où la proximité, les relations sociales et les solidarités sont vécues comme essentielles. Pour les acteurs du territoire, le numérique n'est qu'un ensemble d'outils qui doivent être maîtrisés.

² Droit reconnu par la loi pour la République Numérique du 7 octobre 2016.

3. LES AXES DE LA STRATEGIE

Avant d'être un ensemble de mesures articulées entre elles de manière cohérente répondant à des priorités du territoire, **une stratégie territoriale vers le numérique est d'abord un projet de territoire, un projet de transformation de ce territoire, inspiré par le sens donné à l'action** par les acteurs du territoire, par les caractéristiques, l'histoire, l'identité du territoire et la façon dont il envisage son futur collectivement. De ce point de vue, le projet numérique ne doit pas être une marche forcée imposée par une vision technologiste et moderniste qui pourrait laisser croire que la technologie va absorber l'ensemble des difficultés du territoire et l'engager vers un avenir radieux.

3.1 DES PARTIS PRIS FORTS

Lors des ateliers préparatoires à l'élaboration du SDUS, les acteurs du Pays de Mormal ont clairement exprimé le sens qu'ils souhaitent donner à la stratégie territoriale vers le numérique en exprimant trois partis pris fondateurs qui inspirent toute la démarche du SDUS et doivent en être la toile de fond. Ces partis pris donnent une place prépondérante au facteur humain comme élément central de l'appropriation et de l'accompagnement du territoire sur le numérique.

L'approche du numérique ne doit pas être technologique au détriment des contacts humains, mais privilégier les usages.

La stratégie numérique du territoire est bien une stratégie destinée à développer, promouvoir et accompagner les usages.

La qualité du lien social est essentielle sur le territoire.
Le physique et le digital doivent se mêler.

La stratégie numérique du territoire ne doit pas être une stratégie du « *tout dématérialisé* » au risque de détruire le lien social et les rapports de proximité qui font toute la richesse du Pays de Mormal.

La dématérialisation des services publics et le développement du numérique sur le territoire sont des choix politiques du territoire. Ils doivent être maîtrisés en fonction de l'intérêt du territoire afin d'éviter que le numérique n'accroisse irrémédiablement des fractures qui existent déjà ou s'amorcent.

La stratégie numérique doit être pilotée et maîtrisée pour que les usages et les services développés profitent au territoire, à ses habitants et à ses professionnels en leur apportant un réel bénéfice en termes de qualité de vie, de développement de projets, de développement des compétences.

3.2 DES MOTS QUI FONT SENS...

7 mots clefs résument le sens donné à la stratégie du Pays de Mormal vers le numérique :



L'acculturation, c'est-à-dire la maîtrise non seulement des outils, mais des cultures numériques, est indispensable pour favoriser l'appropriation des outils numériques par les citoyens et les professionnels et leur permettre d'utiliser avec aisance les services dématérialisés qu'ils soient publics ou privés, en sachant protéger leurs données personnelles et se prémunir des risques liés aux usages numériques.

L'accessibilité est une condition sine qua non de l'usage des outils et services numériques. Cette accessibilité suppose la disponibilité des infrastructures en fibre optique et en réseaux mobiles (WiFi, 4G, demain 5G), de systèmes d'informations, de logiciels et d'applications de qualité

et d'équipements qui peuvent être des conditions de succès des services numériques (ex : existence d'aires de covoiturage visibles et bien placées lorsqu'un service de covoiturage est offert).

L'inclusion de l'ensemble des populations et des acteurs du territoire est une condition de succès de la stratégie et des services mis en œuvre, en particulier pour les personnes âgées, isolées, déficientes, en situation économique et sociale difficile. La stratégie du territoire vers le numérique ne saurait s'adresser qu'à une minorité de la population et d'acteurs qui seraient les plus à l'aise avec le numérique. Ceci suppose de mettre en place une action forte d'accompagnement et de médiation numérique vis-à-vis des personnes les plus fragiles.

Les contenus et les services sont au cœur de la stratégie numérique du territoire. Une stratégie numérique est sans effet si elle ne se traduit pas par une offre de services. Priorité doit être donnée à la qualité des services.

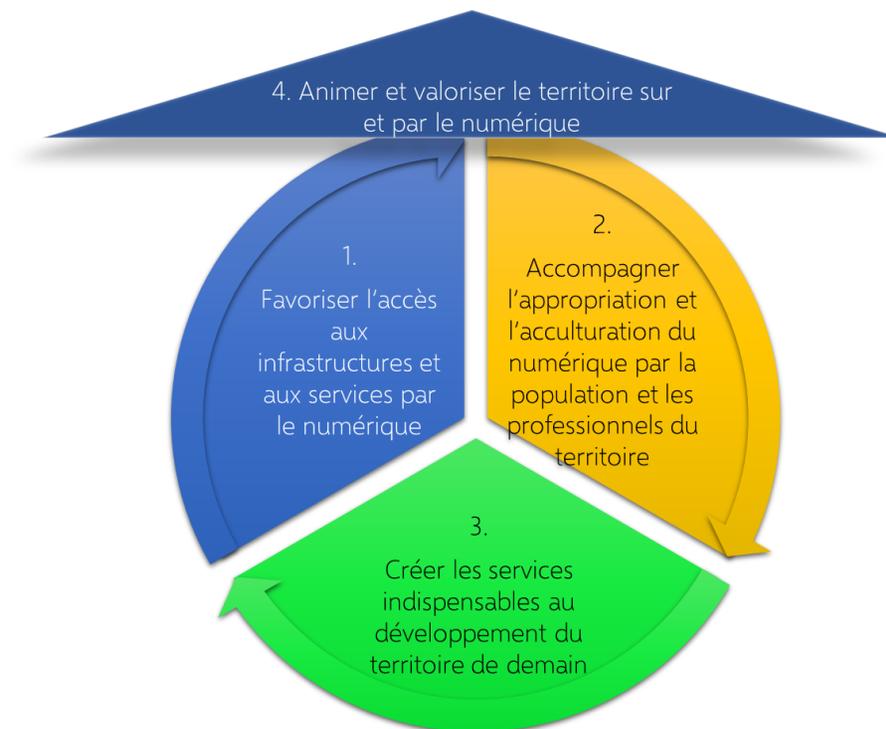
Le numérique doit contribuer à **l'excellence** du territoire et de ses activités humaines en les mettant en valeur : paysages, patrimoine, histoire, gastronomie, savoir-faire des entreprises,..., qui sont autant d'emblèmes du Pays de Mormal et des ferments de son attractivité.

La valorisation du territoire est l'un des objectifs de la stratégie territoriale vers le numérique : valorisation des activités du territoire, des projets et des réalisations des acteurs, valorisation de l'excellence du territoire, création de valeur économique, sociale et environnementale pour le Pays de Mormal.

Enfin, **l'animation** est aussi une condition majeure de succès de la stratégie territoriale vers le numérique : information, accompagnement sur l'appropriation du numérique, événements, accompagnement et expertise pour les acteurs sur leurs projets, communication de ce qui se fait sur le territoire en direction du territoire (communication endogène) et des acteurs extérieurs au territoire (communication exogène). Sans cette animation, la stratégie numérique demeurera lettre morte, un document sans vie et sans effet.

3.3 4 AXES POUR UNE STRATÉGIE OFFENSIVE

Conformément aux partis pris et aux valeurs exprimés plus haut, 4 axes ont été retenus pour développer le numérique sur le territoire du Pays de Mormal.



Ces 4 axes sont complémentaires :

- L'accès aux infrastructures et aux services numériques (axe 1) et l'accompagnement sur l'appropriation et l'acculturation au numérique (axe 2) sont des conditions de la création des services indispensables au territoire de demain (axe 3).
- Le développement des services ne peut se réaliser correctement sans une amélioration de l'accès aux infrastructures. Les services ne seront utilisés et ne se développeront que si les citoyens et les professionnels du territoire savent suffisamment se servir des outils numériques et en ont acquis la maîtrise.
- L'animation et la valorisation (axe 4) viennent en soutien des actions menées dans le cadre des 3 autres axes qu'elles servent.

Cette stratégie est en phase avec le projet de territoire adopté par la CCPM fin 2016. Comme le montre le schéma ci-après, tous les axes du projet de territoire trouvent une correspondance avec ceux de la stratégie numérique.



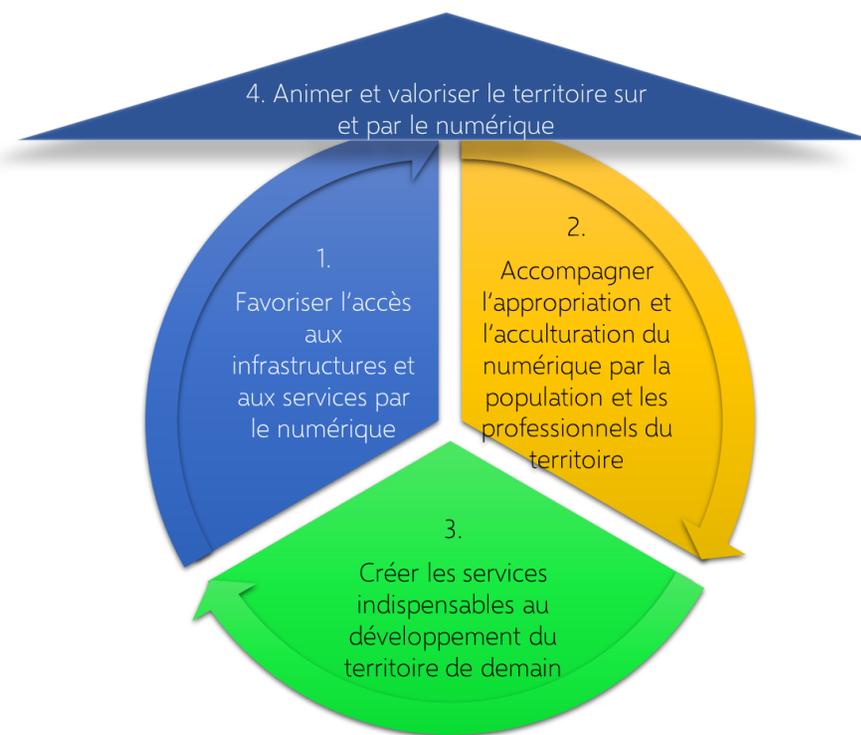
4. LES ACTIONS ET PROJETS DE LA STRATEGIE NUMERIQUE DU PAYS DE MORMAL

Dans ce chapitre, nous présentons et explicitons les différents projets par axes de la stratégie numérique. Pour chaque projet, nous présentons les objectifs, les contenus et les partenaires possibles.

4.1 AXE #1 – FAVORISER L'ACCÈS AUX INFRASTRUCTURES ET AUX SERVICES PAR LE NUMÉRIQUE

1

- Déploiement de la fibre optique
- Accès aux réseaux 4G/5G
- Points d'accès Wi-Fi
- Développement des points d'accès aux services numériques (mairies, béguinage, associations,...)
- Mise en place d'aires de covoiturage



1.1 – Déploiement de la fibre optique	
Motivations	<p>Le déploiement de la fibre optique est aujourd’hui une condition sine qua non du développement de services numériques, en particulier ceux qui utilisent une large bande passante (services vidéo, réalité virtuelle, simulation numérique, plans numériques, information géographique, BIM, design numérique,...).</p> <p>Ce déploiement est très attendu par les acteurs du Pays de Mormal, en premier lieu les entreprises.</p>
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> • Apporter une connectivité de qualité aux entreprises et leur permettre de se développer à l’ère numérique en utilisant davantage les solutions numériques. • Favoriser le développement des usages et des services numériques sur le territoire.
Contenus	<ul style="list-style-type: none"> • Couvrir l’intégralité du territoire du Pays de Mormal selon les engagements du Syndicat Mixte La Fibre 59/62 et de l’opérateur à l’horizon de 2022. <div style="text-align: right;">  <p><i>Arrivée de la fibre optique à Bousies (juillet 2018)</i></p> </div>
Partenaires	<ul style="list-style-type: none"> • Syndicat Mixte La Fibre 59/62. • Axione
Rôle de la CCPM	<ul style="list-style-type: none"> • Cofinancier de l’opération de déploiement sur le territoire
Conditions de succès	<ul style="list-style-type: none"> • Respects des engagements du Syndicat Mixte La Fibre 59/62 et de l’opérateur • Evolution croissante des abonnements à la fibre • Développement de nouveaux usages numériques par les utilisateurs
Actions à mettre en place par la CCPM	<ul style="list-style-type: none"> • Faire connaître la couverture et la disponibilité de la fibre optique auprès de la population et des entreprises.
Calendrier	<ul style="list-style-type: none"> • Jusqu’en 2022

1.2 – Accès aux réseaux 4G/5G	
Motivations	<p>A l’instar de la fibre optique, la couverture mobile continue sur l’ensemble du territoire par la 4G et demain la 5G dont la puissance sera cent fois plus importante que celle de la 4G, est indispensable au développement des nouveaux usages numériques, compte tenu de la pénétration du mobile dans les organisations et dans les foyers. L’usage croissant de la vidéo, de la réalité augmentée, de services de plus en plus gourmands en bande passante pour les résidents comme pour les touristes commande une couverture plus importante du territoire.</p> <p>Or le territoire du Pays de Mormal connaît encore de nombreux « trous » qui créent des ruptures de connectivité³. Pour le territoire, cette connectivité est d’autant plus importante en termes d’attractivité économique et touristique alors qu’une partie non négligeable des activités du territoire sont touristiques et que le Pays de Mormal mise sur le développement du tourisme pour les prochaines années, objectif clairement affirmé dans son projet de territoire et dans la présente stratégie numérique.</p> <p>En janvier 2018, l’ARCEP et la Direction Générale des Entreprises du Ministère de l’Economie et des Finances ont élaboré un document décrivant les « engagements des opérateurs sur la généralisation d’une couverture mobile de qualité pour l’ensemble des Français ». Ce document qui vise à étendre la couverture mobile dans les zones denses et moins denses (création de 5000 nouvelles zones) trace un cadre de concertation avec les opérateurs. La CCPM pourra s’appuyer utilement sur ce cadre et sur l’ARCEP en établissant des souhaits de couverture complémentaires.</p>
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> • Apporter une connectivité mobile de qualité et sans rupture aux résidents (entreprises, collectivités, particuliers) et aux touristes visitant le territoire. • Favoriser le développement des usages et des services numériques sur le territoire.
Contenus	<ul style="list-style-type: none"> • Couvrir à terme l’intégralité du territoire du Pays de Mormal par la 4G, demain la 5G
Partenaires	<ul style="list-style-type: none"> • Opérateurs mobiles : Orange, SFR, Bouygues Télécom, Free • Département du Nord • ARCEP • Direction Générale des Entreprises du Ministère de l’Economie et des Finances
Rôle de la CCPM	<ul style="list-style-type: none"> • Accompagnateur de la démarche de couverture mobile

³ Voir sur ce point les cartes de couverture du territoire par les 4 opérateurs, « Les faiblesses et les difficultés du territoire », supra pp.11-12.

Conditions de succès	<ul style="list-style-type: none"> • Expression des besoins de la CCPM sur les zones à couvrir • Engagement des opérateurs sur une meilleure couverture mobile du territoire • Développement de nouveaux usages numériques par les utilisateurs (résidents et visiteurs)
Actions à mettre en place par la CCPM	<ul style="list-style-type: none"> • Expression des besoins de la CCPM sur les zones à couvrir • Rencontres avec l'ARCEP, les opérateurs et le Département du Nord sur les conditions d'amélioration de la couverture mobile • Proposition d'un plan de déploiement progressif
Calendrier	<ul style="list-style-type: none"> • 2019-2021

1.3 – Points d'accès Wi-Fi	
Motivations	<p>Comme il est exprimé plus haut, la couverture mobile du territoire est insuffisante alors que les enjeux de développement du territoire, notamment en matière de tourisme, sont importants.</p> <p>Ainsi, la couverture en 3G/4G et demain 5G devrait être complétée par une couverture WiFi dans les lieux où la densité de fréquentation est la plus importante : lieux touristiques, communes fortement fréquentées, zones d'activités,...</p> <p>La Commission Européenne a lancé l'initiative WiFi4EU sous la forme d'un appel à projets (https://www.wifi4eu.eu/#/home) afin de faciliter l'accès aux services mobiles dans les territoires les plus fragiles et/ou les plus éloignés. En France, le CGET relaie l'initiative. WiFi4EU représente une dotation de 120 M€ et permettra de couvrir 6 à 8000 communes européennes. Les candidats doivent être des communes ou des intercommunalités (https://www.cget.gouv.fr/dossiers/appel-projets-wifi4eu). Une première vague de candidatures a été reçue en novembre 2018. 4 vagues sont prévues jusqu'en 2020. La CCPM devrait se rapprocher du CGET afin d'instruire un dossier de candidature.</p> <p>Les aides de la Commission Européenne sont de 100 % des coûts d'équipement, dans la limite de 15 000 euros par commune. Chaque maître d'ouvrage public devra assurer les charges récurrentes sur trois ans (fonctionnement des serveurs, gestion et stockage des identifiants et des échanges effectués par chacun des usagers sur le réseau Wi-Fi). L'Etat pourra accorder un financement aux projets soutenus ou non par la Commission Européenne à travers la Dotation de soutien à l'investissement local. Les demandes doivent être adressées aux préfectures de Région ou de Département.</p>
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> • Apporter une connectivité mobile de qualité dans les zones du territoire les plus fréquentées • Favoriser le développement des usages et des services numériques sur le territoire.
Contenus	<ul style="list-style-type: none"> • Compléter la couverture mobile en 3G/4G du territoire sur les sites les plus denses, en particulier ceux qui sont les plus fréquentés sur le plan touristique et économique.
Partenaires	<ul style="list-style-type: none"> • CGET • Préfecture de Région ou de Département • Commission Européenne • Prestataires de services Wi-Fi
Rôle de la CCPM	<ul style="list-style-type: none"> • Maître d'ouvrage, porteur de la candidature
Conditions de succès	<ul style="list-style-type: none"> • Dotation de la Commission Européenne ou de l'Etat

	<ul style="list-style-type: none">• Développement de nouveaux usages numériques par les utilisateurs
Actions à mettre en place par la CCPM	<ul style="list-style-type: none">• Identification des zones prioritaires à couvrir en fonction de la fréquentation des zones cibles• Rencontre avec la Préfecture de Région et le CGET• Elaboration et dépôt d'un dossier de candidature.
Calendrier	<ul style="list-style-type: none">• 2019-2020

1.4 – Développement de points d'accès aux services numériques

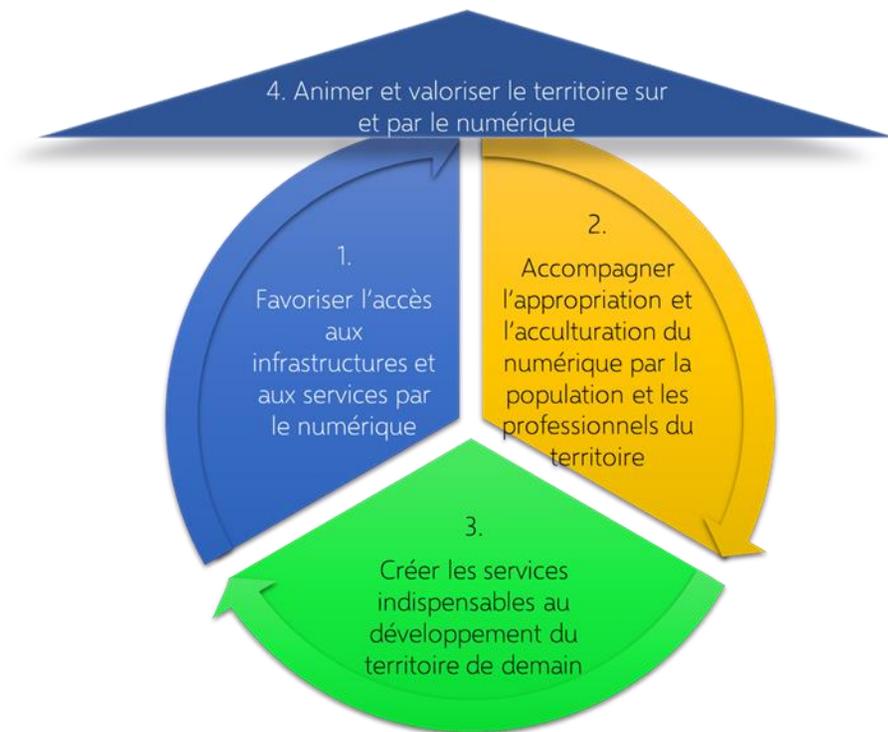
Motivations	<p>L'accessibilité aux services numériques n'est pas uniquement garantie par la disponibilité des réseaux électroniques. Par ailleurs, tous les foyers du territoire ne disposent pas d'équipements informatiques pour réaliser les démarches du quotidien.</p> <p>Les mairies constituent les lieux de proximité auxquels s'adressent facilement les citoyens. Afin de réaliser les démarches administratives et de rendre de plus en plus autonomes les citoyens sur le numérique, il serait utile de mettre en place dans les mairies des points d'accès à l'Internet.</p>
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> • Favoriser l'accès aux services publics dématérialisés et leur appropriation par les citoyens.
Contenus	<ul style="list-style-type: none"> • Mettre en place dans les mairies qui le souhaitent un ordinateur ou une tablette et un accès à Internet permettant la réalisation des démarches par les usagers. Cet équipement peut être déjà celui du point d'accueil de la mairie afin d'éviter des investissements supplémentaires. • Faire de la personne à l'accueil en mairie un médiateur expliquant comment réaliser les démarches administratives sur Internet. Ceci suppose que cette personne sache bien maîtriser le numérique et les services publics dématérialisés. La formation des agents pourra s'effectuer dans le cadre de l'action 2.2 de la stratégie numérique sur la formation et l'acculturation au numérique. • D'autres acteurs peuvent accueillir ces points d'accès aux services numériques : béguinages et maisons de retraite, centres sociaux, maisons des associations, maisons des services publics (ex : Landrecies),... • Le point d'accès peut être aussi libre pour les personnes qui savent déjà se servir d'Internet. • Chaque situation dans chaque commune doit être analysée en fonction des besoins des habitants, du contexte local et de la connaissance qu'a le maire ou l'acteur local des pratiques des habitants.
Partenaires	<ul style="list-style-type: none"> • Communes du territoire • Autres acteurs : béguinages et maisons de retraite, centres sociaux, maisons des associations, maisons des services publics,...
Rôle de la CCPM	<ul style="list-style-type: none"> • Accompagnateur des communes et des autres acteurs locaux
Conditions de succès	<ul style="list-style-type: none"> • Volonté des communes et des acteurs locaux • Formation des agents des communes et d'autres acteurs locaux à l'usage des services dématérialisés
Actions à mettre en place par la CCPM	<ul style="list-style-type: none"> • Identification des communes et des acteurs volontaires • Estimation financière du projet • Elaboration d'un calendrier de déploiement

	<ul style="list-style-type: none">• Elaboration d'un programme de formation (action 2.2 de la stratégie numérique)
Calendrier	<ul style="list-style-type: none">• 2020

1.5 – Mise en place d’aires de covoiturage

Motivations	<p>L’axe 3 de la présente stratégie sur les services indispensables au territoire de demain prévoit la mise en place d’un projet de covoiturage destiné à faciliter la mobilité sur le territoire, en particulier pour les personnes les plus isolées et celles qui ne disposent pas d’un véhicule automobile.</p> <p>Cependant, l’une des clefs de succès de ce service réside dans l’installation d’aires de covoiturage adaptées aux besoins, visibles, aménagées et éclairées.</p> <p>Le projet de mise en place d’aires de covoiturage dépend, par conséquent, de la réalisation ou non du projet de service de covoiturage.</p>
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> • Contribuer au développement du covoiturage.
Contenus	<ul style="list-style-type: none"> • Mettre en place des aires de covoiturage aménagées, visibles, éclairées bien réparties sur le territoire.
Partenaires	<ul style="list-style-type: none"> • Communes du territoire • Acteur exploitant du service de covoiturage • Département du Nord (aménagement de voiries départementales)
Rôle de la CCPM	<ul style="list-style-type: none"> • Initiateur du projet de covoiturage • Les limites d’intervention de la CCPM devront être précisées en fonction de la propriété des voiries (communales, intercommunales, départementales).
Conditions de succès	<ul style="list-style-type: none"> • Réalisation du service de covoiturage • Montée en puissance du service de covoiturage
Actions à mettre en place par la CCPM	<ul style="list-style-type: none"> • Identification des besoins en matière de covoiturage (co-construction du projet de services avec des usagers) • Elaboration d’un projet de service de covoiturage.
Calendrier	<ul style="list-style-type: none"> • 2021

4.2 AXE #2 - ACCOMPAGNER L'APPROPRIATION ET L'ACCULTURATION DU NUMÉRIQUE PAR LA POPULATION ET LES PROFESSIONNELS DU TERRITOIRE

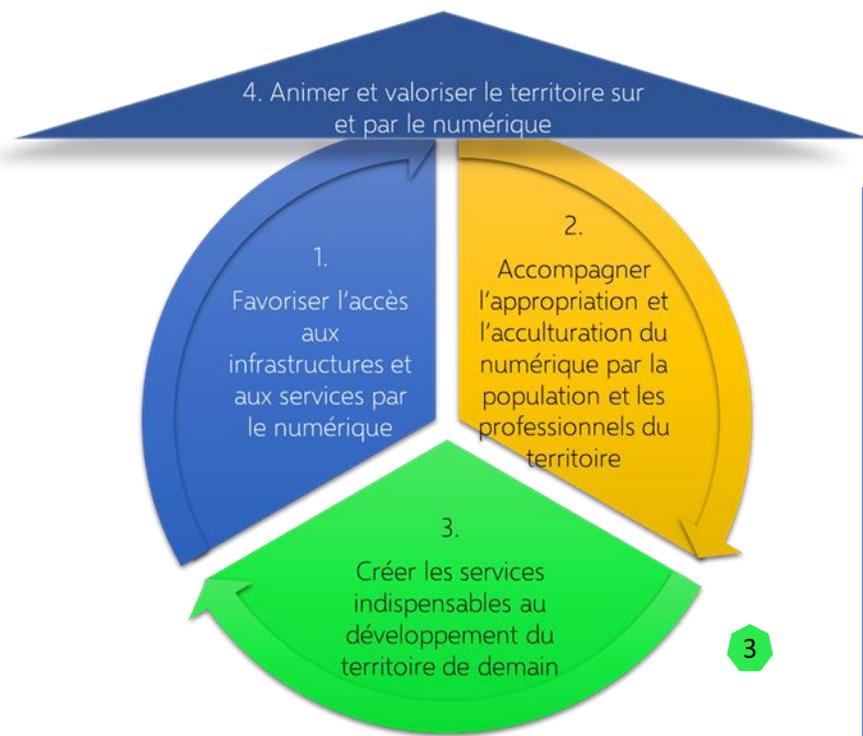


- Tiers-lieux et réseaux de tiers-lieux : lieux de formation, de fabrication, de télétravail, résidentiels ciblant une clientèle touristique et/ou d'affaires
- Formation et acculturation au numérique : seniors, personnes en difficultés sociales, jeunes, professionnels,...
- Médiation services et accès aux droits

2

Les trois actions contenues dans ce 2^{ème} axe de la stratégie numérique constituent des projets prioritaires au cœur du projet stratégique de la CCPM. Elles font l'objet d'un descriptif plus important à travers des fiches actions figurant dans le chapitre 5 du présent document.

4.3 AXE #3 – CRÉER LES SERVICES INDISPENSABLES AU DÉVELOPPEMENT DU TERRITOIRE DE DEMAIN



- **Economie** : Plate-forme des commerces et artisans en ligne du territoire avec système de livraison
- **Tourisme & Culture** : Plate-forme et application tourisme et culture, « Famille virtuelle », Pass Culture, Réseau des bibliothèques du territoire
- **Santé** : Développement de la télésanté
- **Education** : Développement des usages numériques dans les écoles
- **Mobilités** : Covoiturage
- **Services publics** : Portail CCPM-communes mutualisé et SI, dématérialisation des services de la CCPM et des communes, SIG, mise en conformité RGPD, ouverture des données publiques, optimisation de la consommation énergétique des bâtiments publics, service de gestion de proximité (alerte incidents,...)

Les actions 3.1 sur la plate-forme des commerçants et artisans en ligne du territoire et 3.7 sur le système d'informations et la dématérialisation des services des collectivités constituent 2 des 5 actions considérées comme prioritaires par la CCPM. Elles font l'objet de fiches spécifiques figurant dans le chapitre 5 du présent document.

3.2 – Plate-forme tourisme et culture	
Motivations	<p>Le territoire du Pays de Mormal regorge de nombreux atouts culturels, touristiques et patrimoniaux : châteaux, espaces bocagers et forestiers, moulins, fortifications, chemins de randonnée... Le PNR Avesnois qui regroupe 5 intercommunalités, parmi lesquelles le Pays de Mormal, a engagé une politique de promotion et de valorisation touristique pour renforcer l'attractivité du territoire, « Destination Avesnois ».</p> <p>Cette politique nécessite d'être renforcée sur la base de deux partis pris :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mettre l'utilisateur du territoire (touriste, résident) au centre de la démarche de promotion ; • Susciter une expérience inédite qui contribuera à la fidélisation de l'utilisateur-client par rapport au territoire. <p>Le développement touristique est d'autant plus important pour le territoire que le tourisme est l'une de ses activités économiques majeures.</p>
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> • Développer l'attractivité du territoire. • Développer l'économie touristique.
Contenus	<ul style="list-style-type: none"> • Développer une plate-forme de services à l'échelle de l'Avesnois en partenariat avec les autres intercommunalités concernées dans le cadre du PNR permettant de créer une expérience unique pour le visiteur en l'aidant à préparer son déplacement, en lui offrant différents services et packs de services sur place et en lui permettant d'enrichir la plate-forme après son passage sur le territoire (publications de photos et vidéos, avis,...) : informations géolocalisées (points d'intérêt, hébergements, restaurants, offres de loisirs,...), packs de services hébergement + loisirs, liens avec la plate-forme des e-commerçants, parcours de visites et de randonnées,... Cette plate-forme mise aux normes de l'accessibilité, serait bien entendu, déclinée en version mobile responsive design. • Créer un agent conversationnel (chatbot) symbolique du territoire (« <i>famille virtuelle</i> ») qui permette d'accueillir le visiteur et de lui recommander par exemple des points d'intérêt en fonction de sa localisation et de ses centres d'intérêt (qu'il aura préalablement renseignés).
Partenaires	<ul style="list-style-type: none"> • PNR • Office de Tourisme

	<ul style="list-style-type: none"> • Communes • Acteurs du tourisme (hôtels, campings, restaurants, associations,...) • Acteurs de la culture (musées, châteaux, lieux de visites, associations,...)
Rôle de la CCPM	<ul style="list-style-type: none"> • Partenaire et impulseur de la démarche avec son Office de Tourisme
Conditions de succès	<ul style="list-style-type: none"> • Volonté et participation des acteurs • Co-production de contenus par les acteurs
Actions à mettre en place par la CCPM	<ul style="list-style-type: none"> • Concertation avec le PNR, les OT et les principaux acteurs de la culture • Participation à l'élaboration du projet de plate-forme
Calendrier	<ul style="list-style-type: none"> • 2020 (démarrage)

3.3 – Pass Culture – Réseau des bibliothèques et médiathèques du territoire	
Motivations	<p>A ce jour, les accès à l’offre culturelle du territoire sont hétérogènes et cette offre culturelle n’est pas suffisamment connue des habitants.</p> <p>De même, les collections des bibliothèques et médiathèques du territoire ne sont pas connues d’un bout à l’autre du territoire : il n’est pas possible à ce jour de réserver un ouvrage à la bibliothèque municipale de Bavay lorsqu’on réside à Landrecies.</p>
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> • Développer l’offre culturelle du territoire et la rendre plus accessible aux habitants.
Contenus	<ul style="list-style-type: none"> • Développer un Pass Culture qui permette de mieux connaître l’offre culturelle du territoire pour les habitants. Le Ministère de la Culture a lancé en 2018 un Pass Culture sous la forme d’une application mobile qui est aujourd’hui en expérimentation dans cinq départements français : Seine-Saint-Denis, Guyane, Hérault, Bas-Rhin et Finistère. Si cette expérimentation est concluante et est diffusée sur le département du Nord, il serait intéressant que le Pays de Mormal puisse en bénéficier. • Etudier les conditions de mise en œuvre d’un réseau des bibliothèques et médiathèques du territoire : quelle forme ? Quels contenus ? Quelles modalités de coopération ? Quel calendrier de mise en œuvre ? Quelles formations des agents ?
Partenaires	<ul style="list-style-type: none"> • Ministère de la Culture et DRAC Nord – Pas de Calais • Acteurs de la culture du territoire • Communes du territoire
Rôle de la CCPM	<ul style="list-style-type: none"> • Impulseur du projet avec les communes.
Conditions de succès	<ul style="list-style-type: none"> • Extension du projet Pass Culture au Département du Nord • Accord des communes concernées sur la réalisation du projet • Analyse de faisabilité du projet
Actions à mettre en place par la CCPM	<ul style="list-style-type: none"> • Rencontre de la DRAC sur le Pass Culture • Concertation avec les communes et les responsables des bibliothèques et médiathèques du territoire de la CCPM • Lancement d’une étude de faisabilité sur le projet de réseau des bibliothèques et médiathèques
Calendrier	<ul style="list-style-type: none"> • 2020 (démarrage)

3.4 – Développement de la télésanté	
Motivations	<p>Un certain nombre d'habitants du territoire du Pays de Mormal ont aujourd'hui des difficultés d'accès aux soins en raison des distances parfois importantes à parcourir pour se rendre chez le médecin et dans les établissements de santé. Ceci est particulièrement valable pour les personnes âgées et déficientes et pour celles ne disposant pas de moyens de déplacement.</p> <p>Cette situation induit à terme des risques de fractures importantes au sein du territoire et de la population.</p> <p>Se pose par conséquent la question de l'usage des outils numériques pour permettre une continuité dans l'accès aux soins.</p>
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> • Favoriser l'accès aux soins pour les habitants du territoire.
Contenus	<ul style="list-style-type: none"> • Engager une concertation avec l'ARS et les acteurs de la santé du territoire (médecins, infirmiers, maisons de santé, maisons de retraite et EHPAD, laboratoires d'analyse médicale, structures médico-sociales, associations de patients) pour identifier les besoins en matière de télésanté et d'usages du numérique dans la santé pour améliorer l'accès aux soins et la qualité des soins. • Analyser les conditions de faisabilité d'un ou de plusieurs projets de télésanté.
Partenaires	<ul style="list-style-type: none"> • Agence Régionale de Santé • Centre Hospitalier du Quesnoy • Centre Hospitalier de Valenciennes • Médecins • Infirmiers • Maisons de santé • Associations de patients • Maisons de retraite et EHPAD • Laboratoire d'analyse médicale.
Rôle de la CCPM	<ul style="list-style-type: none"> • Impulseur du projet
Conditions de succès	<ul style="list-style-type: none"> • Volonté et implication des acteurs du secteur sanitaire et social du territoire
Actions à mettre en place par la CCPM	<ul style="list-style-type: none"> • Rencontre avec l'ARS • Rencontre avec les acteurs du secteur sanitaire et social du territoire
Calendrier	<ul style="list-style-type: none"> • 2020 (démarrage)

3.5 – Education : développement des usages numériques dans les écoles	
Motivations	<p>L'apprentissage des outils et des cultures numériques est aujourd'hui indispensable pour découvrir le monde contemporain, accéder à la culture et disposer de compétences permettant d'exercer de nouveaux métiers et des métiers plus « traditionnels » aujourd'hui largement pénétrés par le numérique.</p> <p>Le territoire du Pays de Mormal doit s'approprier ce sujet en relation étroite avec les communes, l'Education Nationale et les associations œuvrant dans le secteur périscolaire, de manière à préparer les jeunes au monde de demain. Cette action est d'autant plus importante que l'accès à l'éducation numérique doit être égale pour l'ensemble des enfants des écoles du territoire, en particulier pour ceux qui ne disposent pas chez eux des équipements numériques nécessaires.</p>
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> • Favoriser l'apprentissage des cultures et des outils numériques, encourager en particulier un usage critique et maîtrisé des outils numériques. • Préparer les enfants au monde de demain. • Favoriser l'accès à la culture et aux informations.
Contenus	<ul style="list-style-type: none"> • Etablir un diagnostic de l'équipement et des pratiques d'apprentissage numériques des écoles en partenariat avec l'Inspection d'Académie et les communes. • Identifier les points de blocage au développement du numérique dans les écoles. • Accompagner les communes volontaires du territoire dans le lancement d'un appel à projets visant à équiper les écoles sous condition de la réalisation de projets pédagogiques utilisant le numérique. • Accompagner les communes dans leurs choix d'équipements.
Partenaires	<ul style="list-style-type: none"> • Inspection d'Académie • Communes
Rôle de la CCPM	<ul style="list-style-type: none"> • Impulseur du projet avec l'Inspection d'Académie
Conditions de succès	<ul style="list-style-type: none"> • Volonté et intérêt des communes • Financement des équipements
Actions à mettre en place par la CCPM	<ul style="list-style-type: none"> • Réalisation d'un diagnostic de l'équipement et des pratiques d'apprentissage numériques des écoles en partenariat avec l'Inspection d'Académie et les communes. • Accompagnement des communes en termes d'ingénierie de projet.
Calendrier	<ul style="list-style-type: none"> • 2021

3.6 – Mobilités : développement du covoiturage

<p>Motivations</p>	<p>Une partie de la population, en particulier de nombreux jeunes, seniors, personnes en difficulté sociale et économique, personnes déficientes, rencontre des problèmes de mobilité faute de véhicules disponibles. Ces difficultés constituent aujourd’hui un frein à la mobilité, à l’accès à l’emploi, à l’accès à des services qui sont physiquement de moins en moins présents sur le territoire et de plus en plus dématérialisés, et aux démarches de la vie quotidienne.</p> <p>Il existe aujourd’hui de multiples solutions de mobilité utilisant ou non le numérique. Si certaines sont coûteuses comme le transport à la demande ou la mise en place de navettes autonomes encore soumises à des contraintes réglementaires fortes, ou difficilement accessibles comme l’autopartage, d’autres comme le covoiturage de courte distance s’avèrent plus adaptés à un territoire comme le Pays de Mormal. Cependant, le succès d’une telle solution ne peut être au rendez-vous que si :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Des aménagements spécifiques de voirie ont été opérés (aires de covoiturage visibles, aménagées et éclairées⁴ ; • La solution est ergonomiquement simple ; • Des systèmes d’entraide territoriaux existent déjà pour accueillir, voire porter cette solution ; • Il existe un potentiel d’usagers suffisants. <p>Cette initiative devra tenir compte des résultats d’une étude de faisabilité du développement de l’offre de transport adapté prévue dans le plan d’actions de la Communauté Amie des Aînés (Action M2.1).</p>
<p>Objectifs</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Favoriser la mobilité des habitants du territoire. • Faciliter ainsi l’accès aux démarches de la vie quotidienne et aux services.
<p>Contenus</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lancer des ateliers de réflexion et de co-construction de projet dans au moins 3-4 endroits du territoire avec les habitants. • Bâti des scénarii d’usage. • Identifier les outils correspondant le mieux à ces scénarii, les conditions de portage et le (ou les) porteur(s) potentiel(s). • Réaliser un test de covoiturage de proximité sur le secteur du territoire le plus en demande. • Déployer par la suite le service de covoiturage.

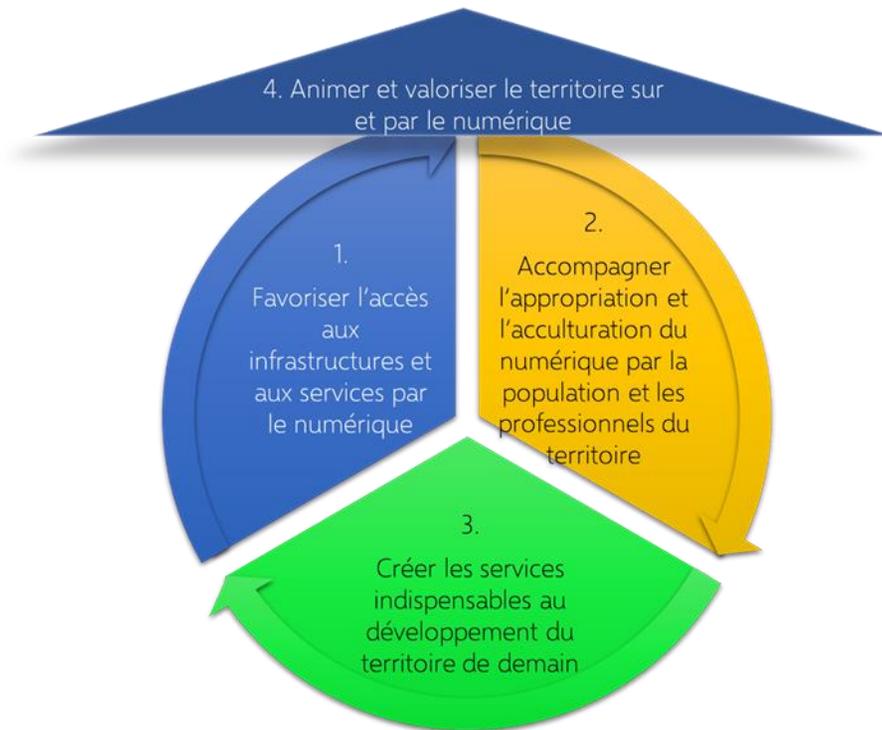
⁴ Cf Axe 1 – Action 1.5 « Mise en place d’aires de covoiturage ».

Partenaires	<ul style="list-style-type: none"> • Réseaux d'entraide • Acteur du covoiturage • Habitants • Communes (relais du projet vers les habitants)
Rôle de la CCPM	<ul style="list-style-type: none"> • Impulseur et animateur du projet. • Cofinanceur éventuel du projet.
Conditions de succès	<ul style="list-style-type: none"> • Existence d'une demande réelle des usagers. • Participation des habitants à la co-construction du projet (comme moyen de vérification de la demande réelle des usagers) • Identification d'une solution adaptée aux besoins du territoire.
Actions à mettre en place par la CCPM	<ul style="list-style-type: none"> • Animation d'ateliers de réflexion et de co-construction du projet. • Identification et mobilisation de réseaux d'entraide et de partenaires. • Réalisation d'une étude de faisabilité du projet de covoiturage.
Calendrier	<ul style="list-style-type: none"> • 2021

3.8 – Transition énergétique : optimisation de la consommation énergétique des bâtiments publics	
Motivations	<p>Le bâtiment est l'une des sources principales de consommation et de déperdition de l'énergie carbonée.</p> <p>La CCPM et les communes disposent d'un parc immobilier dont la majeure partie est constituée par de l'immobilier ancien souvent énergivore.</p> <p>Une étude de la consommation énergétique de ces bâtiments en lien avec les travaux du PNR de l'Avesnois sur la transition énergétique pourrait être conduite afin d'identifier des solutions éventuellement mutualisables d'économie d'énergie, voire d'autoconsommation.</p>
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> • Réduire l'empreinte carbone des bâtiments publics du territoire. • Diminuer les dépenses énergétiques.
Contenus	<ul style="list-style-type: none"> • Lancer une étude de la consommation énergétique des bâtiments des communes et de la CCPM. • Identifier des solutions de réduction de la consommation et des dépenses énergétiques. <p>Cette initiative pourrait être réalisée en lien avec le projet MACAUTO qui a proposé au PNR un partenariat portant sur la captation et le stockage d'énergies éolienne et solaire.</p>
Partenaires	<ul style="list-style-type: none"> • Communes • PNR Avesnois.
Rôle de la CCPM	<ul style="list-style-type: none"> • A définir en fonction du projet à mener.
Conditions de succès	<ul style="list-style-type: none"> • Intérêt et volonté des communes. • Disponibilité de solutions techniques adaptées aux besoins des bâtiments de la CCPM et des communes, à coût accessible.
Actions à mettre en place par la CCPM	<ul style="list-style-type: none"> • Réflexion à engager avec le PNR Avesnois. • Concertation avec les communes.
Calendrier	<ul style="list-style-type: none"> • 2022

3.9 – Service de gestion de proximité (alerte incidents,...)	
Motivations	<p>De nombreux événements surviennent chaque jour sur un territoire qui nuisent à la vie quotidienne des habitants : dépôts sauvages, formation de trous sur voirie, incidents de voirie,...</p> <p>Les services des collectivités ne peuvent pas connaître tous ces incidents et intervenir rapidement. Pour pallier cette difficulté, il existe aujourd’hui des solutions numériques de gestion de proximité qui permettent aux habitants de remonter ces incidents à la collectivité et de déclencher l’intervention de ses services (Docapost, Tell My City,...).</p> <p>Il pourrait être utile de déployer un tel service sur un territoire vaste comme la CCPM, qui pourrait être mutualisé entre la CCPM et les communes.</p>
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> • Améliorer la qualité de vie et de service aux habitants. • Renforcer la proximité avec les habitants.
Contenus	<ul style="list-style-type: none"> • Identifier les besoins des communes. • Tester une proposition de service auprès d’un panel de citoyens du territoire. • Repérer les conditions de lancement d’un projet de gestion de proximité. • Identifier les solutions correspondant le mieux aux besoins du territoire.
Partenaires	<ul style="list-style-type: none"> • Communes • Habitants
Rôle de la CCPM	<ul style="list-style-type: none"> • Impulseur de la démarche. • Cofinanceur avec les communes
Conditions de succès	<ul style="list-style-type: none"> • Intérêt des communes • Intérêt des habitants • Coût d’exploitation de la solution en regard des besoins exprimés (bilan coût/avantages).
Actions à mettre en place par la CCPM	<ul style="list-style-type: none"> • Mise en place d’une concertation avec les communes et avec des citoyens volontaires. • Recherche de solutions numériques adaptées aux besoins du territoire. • Lancement d’une phase de test avant déploiement.
Calendrier	<ul style="list-style-type: none"> • 2022

4.4 AXE #4 – ANIMER ET VALORISER LE TERRITOIRE SUR ET PAR LE NUMÉRIQUE



4

- Animation du territoire sur le numérique (communauté numérique, événementiels,...)
- Agenda partagé des événements du territoire
- Promotion des activités économiques et touristiques du territoire au travers d'une marque territoriale – Réseau des ambassadeurs du territoire
- Information et communication de la CCPM sur ses interventions, ses projets, ses réalisations

L'action 4.1 relative à l'animation du territoire sur le numérique est l'une des 5 actions considérées comme prioritaire par la CCPM. Elle fait l'objet d'une fiche spécifique figurant dans le chapitre 5 du présent document.

4.2 Agenda partagé des événements du territoire	
Motivations	Les habitants du territoire considèrent qu'ils ne sont pas suffisamment informés des événements qui se déroulent sur le territoire. La fusion des communautés de communes a accru le sentiment de distance et les événements qui se déroulent à Bavay ne sont pas suffisamment connus des habitants de Landrecies par exemple. Or le territoire est très dynamique en initiatives culturelles et associatives qu'il est important de valoriser pour forger l'identité de territoire et favoriser les échanges entre les habitants.
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> Faire davantage connaître les événements qui se déroulent sur le territoire et les promouvoir.
Contenus	<ul style="list-style-type: none"> Créer un agenda partagé qui permette avec un système de modération, aux associations, aux acteurs culturels et touristiques, aux entreprises, aux collectivités de faire connaître leurs événements en les publiant sur une plateforme dédiée. Développé sous licence libre, l'outil Open Agenda (https://openagenda.com/) qui regroupe aujourd'hui plus de 16 000 agendas, permet aux acteurs d'un territoire de diffuser leur propre information et peut être agrégé à d'autres agendas. Les événements peuvent être rediffusés sur d'autres plates-formes médias. Ils sont également intégrables aux sites Internet, par exemple de la CCPM et des communes. Très facile d'utilisation et ergonomique, l'outil est peu coûteux : 3000 € pour 2000 événements par an, 5000 € pour 5000 événements par an.



	D'autres solutions existent, mais elles sont moins ergonomiques et plus coûteuses. La publication des événements sur le site Internet de la CCPM serait bien évidemment possible, mais l'impact en termes de promotion ne serait sans doute pas le même.
Partenaires	<ul style="list-style-type: none"> • Communes du territoire • Acteurs culturels • Associations • Acteurs du tourisme • Entreprises • Tout habitant du territoire souhaitant proposer un événement.
Rôle de la CCPM	<ul style="list-style-type: none"> • Maître d'ouvrage, financeur de l'abonnement
Conditions de succès	<ul style="list-style-type: none"> • Appropriation de la plate-forme par les acteurs et promotion de leurs événements.
Actions à mettre en place par la CCPM	<ul style="list-style-type: none"> • Souscription d'un abonnement auprès d'Open Agenda
Calendrier	<ul style="list-style-type: none"> • 2020

4.3 Promotion des activités économiques et touristiques du territoire – Réseau des ambassadeurs du territoire	
Motivations	<p>Le territoire du Pays de Mormal ne constitue pas à ce jour un territoire homogène. Il ne dispose pas d'une identité forte qui reste à construire. Cependant, les habitants et les acteurs sont très attachés au territoire. Le territoire de l'Avesnois, proche, se caractérise, quant à lui, par une identité forte et commune avec le territoire du Pays de Mormal. Une marque touristique promue par le Parc Naturel Régional de l'Avesnois, « <i>Destination Avesnois</i> », qui a fait l'objet d'une convention entre le PNR et 4 intercommunalités au premier rang desquelles figure la CC du Pays de Mormal, commence à connaître une certaine notoriété.</p> <p>Pour renforcer cette marque, il serait nécessaire de la doter d'outils marketing et d'un réseau d'ambassadeurs du territoire à l'échelle du PNR.</p>
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> • Promouvoir l'image du territoire et l'amplifier. • Développer l'attractivité du territoire. • Faire venir sur le territoire des personnes extérieures, touristes en premier lieu.
Contenus	<ul style="list-style-type: none"> • Doter la marque « <i>Destination Avesnois</i> » d'outils marketing : charte, conditions d'usage de la marque, goodies, relais de la marque, outils numériques de promotion,... • Constituer un réseau des ambassadeurs, y compris extérieurs, constitué d'acteurs très attachés au territoire, qui souhaitent le promouvoir, sur le mode : « <i>les ambassadeurs promeuvent la marque, la marque promeut ses ambassadeurs</i> »
Partenaires	<ul style="list-style-type: none"> • PNR Avesnois • Intercommunalités membres du PNR • Entreprises • Acteurs du tourisme • Acteurs culturels • Plus largement acteurs et habitants du territoire et extérieurs au territoire, qui souhaitent le promouvoir.
Rôle de la CCPM	<ul style="list-style-type: none"> • Partenaire • Porteur : PNR Avesnois
Conditions de succès	<ul style="list-style-type: none"> • Portage par le PNR • Appropriation par les acteurs et les habitants de la marque • Adhésion des acteurs et des habitants au réseau des ambassadeurs

Actions à mettre en place par la CCPM	<ul style="list-style-type: none">• Mobilisation et relais en direction des acteurs du Pays de Mormal
Calendrier	<ul style="list-style-type: none">• 2021

4.4 Information et communication de la CCPM sur ses interventions, ses projets, ses réalisations	
Motivations	Les acteurs du territoire ont fait part, lors des ateliers de co-construction de la stratégie numérique, de la nécessité pour la CCPM de faire mieux connaître ses projets et ses réalisations.
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> • Promouvoir l'action et les projets de la CCPM. • Renforcer l'image de la CCPM.
Contenus	<ul style="list-style-type: none"> • Utiliser les différents supports de communication de la CCPM pour diffuser l'information : bulletin, site Internet, réseaux sociaux,... • Utiliser des supports illustratifs de l'action de la CCPM sous une forme simple et rapide. Ex : vidéos sur YouTube.
Partenaires	
Rôle de la CCPM	<ul style="list-style-type: none"> • Maître d'ouvrage
Conditions de succès	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilité suffisante du service Communication de la CCPM. • Mobilisation des services de la CCPM pour fournir l'information.
Actions à mettre en place par la CCPM	<ul style="list-style-type: none"> • Identification des sujets • Identification et mobilisation des outils ad hoc.
Calendrier	<ul style="list-style-type: none"> • 2019

5. 5 PROJETS CŒUR DE LA STRATEGIE NUMERIQUE DU PAYS DE MORMAL

5 projets forment les actions prioritaires de la stratégie numérique du Pays de Mormal pour les 2 prochaines années :

- Action 2.1 : Réseaux et réseaux de tiers-lieux ;
- Actions 2.2 et 2.3 : Formation et acculturation au numérique - Médiation services et accès aux droits ;
- Action 3.1 : Plate-forme des commerçants et artisans en ligne ;
- Action 3.7 : Système d'informations et dématérialisation des services publics ;
- Action 4.1 : Animation du territoire sur le numérique.

2.1 Tiers-lieu et réseau de tiers-lieux

Référence axe du SDUS

Axe 2 - Accompagner l'acculturation et l'appropriation du numérique par la population et les professionnels du territoire

Objectifs

- Contribuer au développement économique du territoire et de son attractivité :
 - Offrir aux entreprises, en premier lieu aux TPE et indépendants, des lieux d'accueil et d'hébergement stimulants ;
 - Favoriser la collaboration entre les entreprises ;
 - Encourager le développement de nouveaux projets et de nouvelles opportunités de marché pour les entreprises ;
- Permettre aux habitants du territoire de continuer à y travailler en profitant d'un cadre de vie agréable :
 - Offrir aux salariés des possibilités d'accueil en télétravail ;
 - Permettre à des demandeurs d'emploi de créer leur entreprise en leur offrant un cadre enrichissant ;
- Susciter le développement de l'innovation sur le territoire ;
 - Accueillir le grand public et les associations en leur offrant l'accès à des équipements et des services inédits sur le territoire ;
- Contribuer au développement du tourisme d'affaires.

Descriptif de l'action

Le projet vise à déployer sur le territoire du Pays de Mormal une offre de tiers-lieux adaptés aux besoins du territoire (accueil d'entreprises, télétravail, accueil d'activités innovantes,...).

Ces tiers-lieux offriront selon les besoins différents types de services :

- Coworking et hébergement d'entreprises (à l'heure, à la demi-journée, à la journée, à la semaine, au mois) : open spaces et bureaux individuels ;
- Accueil de salariés en télétravail : open spaces et bureaux individuels ;
- Événementiels : conférences, meet-ups (ex : création d'entreprises, communication digitale, recrutement sur Internet, développement de partenariats, présence sur les réseaux sociaux,...) ;
- Accueil de séminaires et de manifestations (ex : compétitions de e-sport locales, hackathons,...) ;
- Accueil de formations ;
- Espace de créativité pour le développement de projets collaboratifs ;
- Fabrication numérique : aide à la prise en main des machines, offre machines (imprimante 3D, machine à découpe laser, brodeuse numérique, fraiseuse numérique,...), accompagnement au développement de projets, conception 3D, ateliers drones,... ;
- Accueil de classes vertes numériques ;
- Offre de moyens de communication (visioconférence) ;
- Service traiteur (cuisine) ;
- Hébergement individuel et de groupes : accueil d'entrepreneurs souhaitant « se mettre au vert ».

Le projet pourrait prendre différentes formes :

- Développement de tiers-lieux dans les plus communes les plus importantes : Le Quesnoy, Bavay, Landrethies. La Ville de Le Quesnoy a, en particulier, fait réaliser une étude d'opportunité et de faisabilité d'un tiers-lieu dans l'enceinte du Château Marguerite de Bourgogne qui pourrait constituer un cadre attractif unique et une offre intéressante en termes de séminaires et d'offre résidentielle temporaire (pour des personnes souhaitant travailler « au vert ») ;
- Développement de petits tiers-lieux dans des petites communes (ex : quelques postes de coworking) en sus du développement de tiers-lieux dans les communes les plus importantes ;

- Outils mobiles sous la forme d'animations pouvant se dérouler dans les communes (ex : ateliers enfants, parents-enfants ou seniors sur la fabrication numérique).

Les tiers-lieux devraient, quelle que soit leur taille, se situer dans des espaces de forte fréquentation (par exemple à proximité des gares, de médiathèques, de centres sociaux, de mairies,...), pour leur assurer une visibilité optimale.

Le projet pourrait réellement se différencier des autres tiers-lieux d'autres territoires en offrant une infrastructure d'accueil alliant travail et tourisme (offre d'hébergement) pour permettre à des entrepreneurs lillois, valenciennois, belges, parisiens,..., de passer quelques jours sur le territoire en alliant travail, détente et visites touristiques et patrimoniales (ce que l'on appelle aujourd'hui « workation »). Ce type de lieu existe encore peu et répond à une véritable attente d'entrepreneurs à titre individuel ou collectif (séminaires d'entreprises). Il n'existe pas encore dans la région Hauts-de-France.

Le projet se double d'une plate-forme de services sur Internet permettant d'informer et de valoriser l'offre. Il pourra aussi accueillir une matériauthèque, une boutique de vente de composants électroniques,...

Pour développer ce projet, la Communauté de Communes du Pays de Mormal affiche clairement trois partis pris :

- Le projet de tiers-lieu et de réseau de tiers-lieux ne verra le jour et n'aura de succès que s'il est porté par une communauté d'acteurs sur le territoire, convaincue de son bien-fondé. Dans cette perspective, elle lancera un Appel à Manifestation d'Intérêts (AMI) auprès des acteurs du territoire du Pays de Mormal pour identifier les appétences des acteurs pour ce projet. Cet AMI pourrait être lancé début 2019 et serait ouvert sur une durée de 3 mois. Il sera relayé sur les sites Internet de la CCPM et des communes, sur les réseaux sociaux, par voie de presse,...) ;
- Si elle accompagnera financièrement le projet, la CCPM ne portera pas le projet sur le plan juridique et financier ;
- Le projet se réalisera de manière souple en fonction des besoins et souhaits des acteurs et en termes de développement géographique, sans attendre un projet territorial totalement finalisé. Néanmoins, les acteurs devront être conscients que les fonds FEDER ne seront encore disponibles qu'en 2019. Par ailleurs, les coûts devront être

réduits en utilisant des locaux rapidement disponibles sans pour autant renoncer à un confort indispensable pour les utilisateurs.

En fonction de l'appétence des acteurs, la CCPM accompagnera la réalisation des projets par la mise à disposition d'une ingénierie de projet (animateur de la CCPM en charge du développement numérique du territoire. Un nouvel AMI pourra être éventuellement lancé au cours du 2^{ème} semestre 2019.

Usagers-cibles

- Entreprises déjà créées ou en création (TPE, indépendants) ;
- Entrepreneurs extérieurs au territoire (tourisme d'affaires) ;
- Salariés en télétravail ;
- Demandeurs d'emploi ;
- Associations ;
- Grand public (jeunes, adultes, seniors) ;
- Public scolaire.

Valeur ajoutée apportée par le projet pour le territoire et contribution à la différenciation du territoire

- Développement de la valeur économique pour le territoire : création d'emplois, création d'entreprises, création de projets économiques ;
- Développement de la valeur sociale : bien-être des personnes travaillant dans un cadre agréable ;
- Développement de la valeur culturelle : apprentissage du « learning by doing », échanges avec d'autres personnes,... ;
- Développement de l'attractivité du territoire par une offre de type « workation ».

Moyens RH et techniques nécessaires

- 0,5 ETP les deux premières années pour lancer le projet et l'animer ;
- Création d'un collectif de portage du projet ;
- Rénovation éventuelle de locaux ;
- Mobilier ;
- Equipement technologique : imprimantes, visioconférence, TBI ou mur tactile, tablettes, imprimantes 3D, fraiseuse numérique, machine à découpe laser,..., selon les besoins.

Partenaires potentiels

- Villes de Le Quesnoy, de Landrecies, de Bavay ;
- Autres communes du territoire (qui pourraient accueillir des petits tiers-lieux) ;
- Région Hauts-de-France (programme Tiers-Lieux) ;
- Entreprises, y compris acteurs de l'économie sociale et solidaire ;

	<ul style="list-style-type: none"> • Acteurs associatifs ; • Inspection Académique (fabrication numérique).
<i>Interrelations avec d'autres projets</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Formation et acculturation au numérique (Action 2.2 de l'Axe 2) • Médiation services (Action 2.3 de l'Axe 2) • Animation du territoire sur le numérique (Action 4.1 de l'Axe 4)
<i>Niveau de priorité du projet</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Priorité 1 (démarrage début 2019) : ce projet fait partie du cœur des premiers projets du SDUS à lancer.
<i>Rôle de la CCPM</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Impulseur du projet et catalyseur : fédérer les acteurs, lancer l'AMI, apporter une ingénierie de projets sur les deux premières années.
<i>Facteurs-clefs de succès et risques</i>	<p>Facteurs-clefs de succès :</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Implication des acteurs du territoire et création d'une communauté autour du projet ; ○ Animation du projet ; ○ Adéquation réelle aux besoins du territoire ; ○ Montée en puissance progressive du projet (maîtrise financière du projet) ; ○ Qualité des services et des espaces. <p>Risques :</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Une faible mobilisation des acteurs ; ○ Une difficulté du projet à monter en puissance sur le moyen terme ; ○ Des moyens financiers trop faibles pour répondre aux besoins du territoire ; ○ Une difficulté des acteurs à prendre le relais au-delà des deux premières années ; ○ Des services de qualité faible ne répondant pas aux besoins des acteurs.
<i>Conditions de pérennisation du projet et éventuellement de « passage à l'échelle »</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Création d'un collectif de portage du projet ; • Montée en puissance de ressources financières privées qui viennent prendre le relais des subventions des collectivités (sponsoring, mécénat, vente de services comme l'hébergement, la location des espaces,...), existence d'un modèle économique pérenne ; • Qualité de l'offre de services.
<i>Indicateurs d'évaluation</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de personnes composant la communauté développant les tiers-lieux ;

- Nombre de personnes fréquentant le (les) tiers-lieu(x) (par tiers-lieu et consolidé) et évolution ;
- Typologie des personnes fréquentant le(s) tiers-lieu(x) ;
- Nombre de personnes en télétravail ;
- Nombre de personnes venant d'autres territoires (indicateur d'attractivité) ;
- Nombre de projets individuels et collectifs créés dans le cadre ou avec l'aide du tiers-lieu ;
- Types de projets créés ;
- Nombre d'emplois créés dans le cadre ou avec l'aide du tiers-lieu ;
- Répartition géographique des projets sur le territoire ;
- Développement d'activités générées directement ou indirectement par le(s) tiers-lieu(x) : activités issues du (des) tiers-lieu(x), création d'autres activités de manière induite (ex : commerces locaux).

*Volumétrie financière
(investissement et
fonctionnement)*

Cette estimation est une première évaluation qui devra être affinée par la suite et dépend de l'importance et des activités des tiers-lieux à développer.

Estimation hors location, rénovation ou construction de bâtiments sur 2 ans (pour 3 tiers-lieux) :

- Fonctionnement : 145 K€, soit :
 - Animation (0,5 ETP chargé) : 52 K€ (sur 2 ans)
 - Prestations externes ponctuelles : 20 K€
 - Composants : 3 K€
 - Communication : 20 K€
 - Prestation de service : 10 K€
 - Frais de structure (énergie, fluides, fournitures, télécoms/Internet, nettoyage, assurances, services bancaires,...) : 25 K€
 - Site Internet + Intranet + hébergement : 15 K€
- Investissement : 88 K€, soit :
 - Mobilier : 30 K€
 - Matériaux : 3 K€
 - Equipements numériques (vidéoprojecteurs, visioconférence,...) : 15 K€
 - Equipements fabrication numérique : 40 K€

*Modalités de
financement*

- Financement possible par le programme « Tiers-lieux » de la Région Hauts-de-France à hauteur de 50%.

- Budget hors location, rénovation ou construction de bâtiments
- Répartition des financements possibles :
 - Fonctionnement :
 - Région Hauts-de-France (hors prise en charge des frais de structure) : 60 K€ (41,4%)
 - CCPM : 60 K€ (41,4%)
 - Acteurs privés (dons, fondations, crowdfunding) : 25 K€ (17,2%)
 - Investissement :
 - Région Hauts-de-France : 44 K€ (50%)
 - CCPM : 35 K€ (39,8%)
 - Acteurs privés (dons, fondations, crowdfunding) : 9 K€ (10,2%)

Calendrier de déploiement

- Rédaction de l'AMI : janvier 2019
- Lancement de l'AMI : février 2019
- Discussion avec des acteurs du territoire souhaitant répondre : février > avril 2019
- Analyse des candidatures de l'AMI : mai 2019
- Constitution de la communauté et élaboration d'un projet de développement : juin > décembre 2019
- Ouverture du 1^{er} tiers-lieu : février - mars 2020
- Lancement éventuel d'un 2^{ème} AMI : mai 2019
- Analyse des candidatures du 2^{ème} AMI : septembre 2019.

Expériences de référence réalisées dans d'autres territoires susceptibles d'éclairer la mise en opérationnalité du projet

- La Coopérative des Tiers-Lieux en Nouvelle Aquitaine : <https://coop.tierslieux.net/>
- La Station à Saint-Omer : <https://www.la-station.co/fr/>
- Sur les « workations », l'expérience de Swenson House à Audierne (Finistère) : <https://swenson.global/fr/>

2.2 et 2.3 Médiation, acculturation et formation au numérique

<i>Référence axe du SDUS</i>	Axe 2 - Accompagner l'acculturation et l'appropriation du numérique par la population et les professionnels du territoire
<i>Objectifs</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Favoriser la maîtrise des outils et des cultures numériques par les habitants et les professionnels du territoire du Pays de Mormal pour améliorer la qualité de vie des habitants et développer l'attractivité, la visibilité et la compétitivité des entreprises ; • Faciliter l'accès aux services publics et privés de plus en plus dématérialisés par les personnes les plus en difficultés.
<i>Descriptif de l'action</i>	<p>La médiation numérique est aujourd'hui un vecteur essentiel d'inclusion, d'accès aux droits, de montée en compétences et d'amélioration de la compétitivité des habitants et des acteurs d'un territoire. Elle est au cœur de la transformation des territoires.</p> <p>Un rapport de France Stratégie publié en septembre 2018 sur « <i>Les bénéfices d'une meilleure autonomie numérique</i> » montre qu'un plan de formation au numérique réaliste pour un tiers des 14 millions de Français (soit 4,7 millions) qui ne sont pas utilisateurs d'Internet, générerait un gain financier de 1,6 Mds €⁵ pour la collectivité nationale. Ce rapport montre combien la médiation et l'acculturation au numérique, loin d'être anecdotiques, sont importantes pour les territoires et sont susceptibles de générer un « retour sur investissement » et un impact économique et en termes de bien-être social pour les populations.</p> <p>Pour un territoire rural comme celui du Pays de Mormal, la maîtrise des outils et des cultures numériques par les habitants et les professionnels constitue un élément d'autant plus essentiel de son développement futur et un garant de l'accès aux services que :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Une partie de la population, notamment dans les centre-bourgs est en difficulté économique et sociale⁶ ; • La population des seniors s'accroît : elle représente 25% du territoire en 2018, elle sera de plus d'un tiers en 2040. Or, une grande partie de cette population maîtrise mal le

⁵ Voir l'infographie résumant les données du rapport en annexe (<http://www.strategie.gouv.fr/infographies/benefices-dune-meilleure-autonomie-numerique> - http://www.strategie.gouv.fr/sites/strategie.gouv.fr/files/atoms/files/fs-rapport-benefices_autonomie_numerique-12072018_0.pdf)

⁶ Par exemple, 75% des foyers de la commune de Landrecies ne sont pas imposables.

numérique et va connaître des difficultés croissantes d'accès aux services, difficultés rendues encore plus importante en cas d'isolement géographique ;

- De nombreuses entreprises, en particulier les TPE, les commerçants et les artisans, ne sont pas présents sur Internet et utilisent peu ou mal les outils numériques ;
- Il existe très peu d'actions conduites en matière de médiation et d'acculturation au numérique sur le territoire à l'exception de celles développées par la Médiathèque de Landrecies et la Ville du Quesnoy.

Conscient de l'importance que revêt la médiation numérique pour le devenir du territoire, la CCPM a choisi d'en faire un de ses principaux projets structurants de son SDUS. Ce projet consiste à :

- Elaborer un programme de médiation et d'animation renouvelé annuellement croisant les cibles prioritaires (professionnels, personnes âgées, déficientes et isolées, demandeurs d'emploi, personnes en difficultés sociales et économiques, jeunes) et actions de médiation et d'animation à mettre en œuvre. Ces actions peuvent être des conférences d'information et de sensibilisation, des ateliers collectifs (ex : ateliers intergénérationnels sur la fabrication numérique, ateliers adolescents sur la conception numérique, ateliers sur la maîtrise de l'Internet pour les seniors, ateliers sur la maîtrise des logiciels bureautiques, la e-réputation ou l'usage des réseaux sociaux pour les professionnels...), des sessions individuelles d'encadrement pour expliquer l'accès à certains services dématérialisés (ex : Emploi Store, CAF, MSA,...). Ces actions devront être organisées en parcours d'usage, rythmées dans le temps et diffusées sur le plan géographique sur tout le territoire de façon à permettre la plus grande accessibilité à ce programme. Le programme de médiation tiendra compte des retours d'expérience d'actions de médiation déjà menées sur le territoire (ex : actions de sensibilisation réalisées par la mairie du Quesnoy ou la Médiathèque de Landrecies), ainsi que de l'étude conduite à l'automne 2018 par le Centre d'Etudes et d'Action Sociale de Sambre-Avesnois sur les difficultés d'accès au numérique par les populations défavorisées du territoire (échantillon d'une centaine de personnes consultées dans le cadre de cette étude).
- Préciser les conditions (moyens, outils) de mise en œuvre du programme de médiation. Des partenariats devront être tissés avec des acteurs spécialisés dans la médiation et l'accompagnement des personnes (ex : Centre d'Etudes et d'Action Sociale de Sambre-Avesnois, centres sociaux et Emmaüs Connect pour ce qui concerne

l'accompagnement des personnes en difficulté sociale, Chambre des Métiers et de l'Artisanat, CCI Grand Hainaut et Facebook pour la sensibilisation des commerçants et artisans, la Poste et la CADA pour l'accompagnement des seniors, les centres sociaux et les médiathèques sur les usages quotidiens et la découverte des outils numériques, les centres sociaux, les médiathèques, les écoles, collèges et lycées, Trésorium sur les actions de sensibilisation à la fabrication numérique en direction du public jeune,...). La CCPM pourra également s'appuyer sur un certain nombre de ressources mises en œuvre dans le cadre de la MedNum (Réseau National de la Médiation Numérique) à l'échelle nationale (www.mediation-numerique.fr) et sur les animateurs des pôles interrégionaux de la médiation numérique (ANIS pour ce qui concerne les Hauts-de-France). Le projet de médiation pourra sans doute bénéficier du programme de formation au numérique en cours de préparation au niveau national par le Secrétariat d'Etat au Numérique. Les lieux de médiation devront être clairement identifiés en tenant compte de la fréquentation de ces lieux par le public : tiers-lieux, mairies, centres sociaux,... Un animateur sera recruté pour assurer la mise en place, le suivi et la cohérence du programme de médiation.

- Former les acteurs en charge de la médiation et de l'accompagnement des personnes dans un objectif de démultiplication des actions de médiation : formation des secrétaires de mairie des petites communes, des agents d'accueil dans les mairies plus importantes,...

Usagers-cibles

- PME, TPE, commerçants, artisans, indépendants ;
- Demandeurs d'emploi ;
- Personnes en difficultés sociales et économiques ;
- Personnes isolées et déficientes ;
- Seniors ;
- Jeunes.

Valeur ajoutée apportée par le projet pour le territoire et contribution à la différenciation du territoire

- Amélioration des compétences des entrepreneurs et des habitants sur le numérique et de la maîtrise des outils et des cultures numériques, amélioration de l'employabilité des personnes ;
- Développement de l'accès aux services et aux droits ;
- Développement de projets pour les entrepreneurs et les habitants ;
- Rupture de l'isolement des personnes.

<p><i>Moyens RH et techniques nécessaires</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • 1 ETP pour animer et développer le programme de médiation sur l'ensemble du territoire ; • Equipement technologique : tablettes, smartphones, petites imprimantes 3D,...
<p><i>Partenaires potentiels</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • De multiples partenaires pour contribuer à la diffusion des actions (relais) ou les produire / coproduire : mairies, centres sociaux, association La Verrière, Centre d'Etudes et d'Action Sociale de Sambre-Avesnois, Pôle Emploi, CAF, Inspection Académique, La Poste, Emmaüs Connect, Chambre des Métiers et de l'Artisanat, Facebook, CCI Grand Hainaut, Trézorium, CADA, EHPAD,... • Mise en place d'un Comité de Suivi Opérationnel réunissant les partenaires impliqués dans le développement du programme de médiation, piloté par l'animateur en charge du programme.
<p><i>Interrelations avec d'autres projets</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tiers-lieu et réseau de tiers-lieux (Action 2.1 de l'Axe 2) • Animation du territoire sur le numérique (Action 4.1 de l'Axe 4)
<p><i>Niveau de priorité du projet</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Priorité 1 (démarrage début 2019) : ce projet fait partie du cœur des premiers projets du SDUS à lancer.
<p><i>Rôle de la CCPM</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Impulseur, initiateur et maître d'ouvrage du projet.
<p><i>Facteurs-clefs de succès et risques</i></p>	<p>Facteurs-clefs de succès :</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Qualité de l'animation ; ○ Attractivité des actions menées ; ○ Pédagogie des actions ; ○ Accessibilité (lieux, compréhension) par les usagers ; ○ Equilibre territorial dans les actions menées ; ○ Adéquation aux besoins. <p>Risques :</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Déséquilibre territorial dans les actions menées ; ○ Difficulté à mobiliser les partenaires (Pôle Emploi, mairies, CAF,...) ; ○ Inadéquation par rapport aux besoins ; ○ Volume de public insuffisant.

Conditions de pérennisation du projet et éventuellement de « passage à l'échelle »

- Sans objet : en principe, l'action n'a pas vocation à être pérennisée au-delà de 2-3 ans.
- A la fin du programme, ses résultats seront examinés par la CCPM et ses partenaires pour identifier les mesures les plus appropriées à déployer en fonction des besoins des habitants et des professionnels, et des objectifs atteints.

Indicateurs d'évaluation

- Nombre d'utilisateurs ayant suivi le programme de médiation et évolution dans le temps ;
- Nombre d'utilisateurs par catégories d'utilisateurs ayant suivi le programme de médiation (seniors, jeunes, commerçants, personnes en difficultés,...) ;
- Nombre et qualité des projets issus du programme de médiation (projets individuels, projets collectifs,...) ;
- Cartographies des lieux de médiation utilisés, fréquentation globale et par catégories d'utilisateurs de chaque lieu de médiation.

Les indicateurs seront nourris par des enquêtes de satisfaction auprès des utilisateurs. Un rapport d'activités annuel sera produit et servira de base à une réorientation éventuelle du programme.

Volumétrie financière (investissement et fonctionnement)

- Fonctionnement : 135 K€ :
 - 1 ETP chargé : 50 K€/an, soit 100 K€ sur 2 ans ;
 - Communication : 15 K€ sur 2 ans ;
 - Rémunération de prestataires et intervenants extérieurs : 20 K€ sur 2 ans.
- Investissement : 25 K€
 - Equipements numériques (smartphones, tablettes, ordinateurs portables, petites imprimantes 3D) : 25 K€.

Modalités de financement

- Budget pris en charge par le FEDER à hauteur de 60%.
- Des financements de l'Etat dédiés à la médiation numérique selon les annonces faites par le Secrétaire d'Etat au Numérique en septembre 2018, sont peut-être possibles.
- Répartition des financements possibles :
 - Fonctionnement :
 - FEDER : 81 K€
 - CCPM : 54 K€
 - Investissement :
 - FEDER : 15 K€
 - CCPM : 10 K€

*Calendrier de
déploiement*

- Recrutement de l'animateur : mars 2019 ;
- Définition du programme de médiation et confrontation aux besoins des usagers : avril-mai 2019 ;
- Montage des partenariats : mai-juin 2019 ;
- Lancement des premières actions de médiation : juin 2019.

*Expériences de
référence réalisées dans
d'autres territoires
susceptibles d'éclairer la
mise en opérationnalité
du projet*

- Voir sur ce point les ressources du Réseau National de la Médiation Numérique : www.mediation-numerique.fr

3.1 Plate-forme numérique des commerçants et artisans du territoire du Pays de Mormal www.mescommercantsdupaysdemormal.com

<i>Référence axe du SDUS</i>	Axe 3 - Créer les services indispensables au développement du territoire de demain
<i>Objectifs</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Favoriser l'appropriation du numérique par les commerçants et les artisans du territoire et leur maîtrise des outils numériques ; • Permettre aux commerçants et artisans du territoire de vendre davantage sur le territoire en renforçant leur attractivité ; • Conserver la chalandise sur le territoire et limiter l'évasion du volume d'achats vers des plates-formes extérieures au territoire ; • Favoriser la production locale et de qualité en circuit court ; • Contribuer ainsi à la dynamisation des centre-bourgs.
<i>Descriptif de l'action</i>	<p>Directement impacté par le numérique, le commerce connaît aujourd'hui une transformation sans précédent :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Par les différents canaux que lui offre le numérique, le client peut acheter à tout moment ce qu'il veut et en tout lieu dans le monde : l'achat n'est plus local, il est devenu entièrement mondialisé comme le montrent Amazon et les plates-formes digitales des grands acteurs du commerce ; • Le commerçant est ainsi directement confronté à une concurrence qui n'est plus purement locale ; • Le client est devenu par essence infidèle et l'enjeu pour le commerce est de développer la fidélisation du client permettant de déclencher l'acte d'achat de manière récurrente et de lui procurer une expérience unique, facteur de fidélisation ; • Face à cette digitalisation du commerce, le commerce local comme la distribution traditionnelle, y compris la grande distribution, est directement menacé. <p>Les territoires sont affectés par ces transformations sans que des solutions alternatives ne parviennent à s'imposer réellement. Deux chiffres produits par la CCI Grand Hainaut montrent le fort impact du numérique sur le territoire de la CCPM :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le commerce de proximité perd des parts de marché et ne représenterait plus que 14% des dépenses des habitants contre 27% en moyenne en France ;

- 11% des dépenses non alimentaires des habitants de la CCPM se font sur Internet et représentent 14 M€ d'évasion commerciale au profit d'autres territoires en France et dans le monde.

Par ailleurs, de nombreux habitants du territoire faiblement mobiles, isolés, en difficultés sociales et économiques, connaissent de plus en plus de problèmes pour accéder à une offre commerciale traditionnelle, soit parce que ces commerces disparaissent, soit parce qu'ils sont de plus en plus éloignés de leur domicile.

Pourtant le numérique offre de réelles opportunités aux commerçants et artisans :

- En leur permettant d'offrir un nouveau canal d'achat de plus en plus approprié par les clients, en premier lieu les jeunes, et d'élargir ainsi leur zone de chalandise ;
- En développant une relation quasi personnalisée avec leurs clients ;
- En créant des possibilités souples d'offres spécifiques (ristournes, bons cadeaux, points fidélité,...) ;
- En suscitant la création de communautés de clients fidèles ;
- En favorisant le développement du chiffre d'affaires.

Certes, la présence sur le Web et sur les réseaux sociaux constitue un projet assez difficile à mettre en œuvre et coûteux sur le plan financier pour les commerçants et artisans agissant isolément. La difficulté de maîtriser les outils numériques combinée à l'investissement financier et en temps ainsi que la faiblesse, voire l'absence d'accompagnement, est un frein majeur pour de nombreux commerçants et artisans dans l'adoption et la généralisation du numérique.

Ces constats militent en faveur de la mise en œuvre de solutions plus collectives qui permettent aux commerçants et artisans d'être moins isolés dans le développement de leurs projets numériques, d'échanger avec leurs pairs et d'être accompagnés au plus près de leurs besoins sans nécessiter des investissements trop lourds.

Face à la désertification économique des centre-bourgs, la CCI Grand Hainaut a décidé en 2016 de lancer une action collective qui se traduit par la mise en place d'une plate-forme digitale valorisant les commerçants et les artisans des territoires de son ressort et leur permettant de disposer d'une vitrine sur Internet et d'y vendre leurs produits et services : www.mescommercantsdugrandhainaut.com.

Lancée il y a plus d'un an en co-construction avec un groupe de commerçants, cette plateforme a pour objectif d'accroître la visibilité des commerçants sur Internet, de faire revenir le chaland local vers le commerce local et de développer ainsi les flux de vente au profit du territoire que la plateforme dessert.

La plateforme est en croissance régulière. Elle offre aujourd'hui plus de 4 500 références. Elle réunit une centaine de commerçants et attire plus de 190 visiteurs/jour. Un seul commerçant du territoire du Pays de Mormal est adhérent de la plateforme et ses ventes ont augmenté grâce à elle.

La CCI GH estime que les deux objectifs fixés initialement sont aujourd'hui atteints, de l'avis même des commerçants : le retour en boutique, l'émergence d'une nouvelle clientèle.

La plateforme est exploitée par la société TNT installée au Puy-en-Velay (Haute-Loire) sous la marque « Achetezà », qui est propriétaire de la plateforme. Elle utilise l'une des plateformes de e-commerce les plus déployées en Europe : la solution Prestashop, développée en open source.

L'investissement de la CCI Grand Hainaut est de 150 K€ (2016-2018). Un animateur est mis à disposition par la CCI GH pour aider au déploiement de la plateforme dans les territoires, accompagner les commerçants et les former.

La plateforme est aujourd'hui implantée sur le territoire de Valenciennes Métropole avec un partenariat fort avec Valenciennes Métropole et sur le Cambrésis. Elle a été également déployée en Auvergne (Montluçon, Le Puy-en-Velay, Millau,...).

L'adoption de cette plateforme sur le territoire du Pays de Mormal présenterait plusieurs avantages :

- Une accélération de la présence des commerçants locaux sur Internet et une opportunité réelle pour eux d'accroître leurs ventes ;
- Un rapatriement de valeur économique vers le territoire en provoquant une relocalisation des flux d'achats vers le territoire ;

- Une possibilité de livraison multi-canal : retrait en magasin, livraison en point-relais, livraison à domicile. Cette variété des moyens de livraison est extrêmement importante pour le territoire, en particulier la livraison à domicile pour les personnes les plus isolées ;
- Une pratique déjà éprouvée et une réussite de la plate-forme en termes de résultats ;
- Un coût peu élevé au regard de l'impact potentiel du projet sur le territoire et de la difficulté en même temps que du niveau d'investissement que représenterait la création d'une plate-forme par la CCPM elle-même (soit entre 150 et 200 K€ hors animation, communication, formation des commerçants,...) ;
- Une rapidité de mise en place puisque la plate-forme existe.

Le soutien de la CCPM en faveur de la création d'une telle plate-forme :

- Aurait un effet démultiplicateur sur la croissance du projet : adhésion d'un plus grand nombre de commerçants, volumes plus importants et augmentation plus rapide des achats, mise en place d'un service de livraison à domicile et en point-relais ;
- Montrerait la préoccupation de la collectivité à l'égard du commerce des centres-bourgs ;
- Répondrait à une préoccupation politique d'améliorer la qualité des services sur tout le territoire, y compris auprès des personnes les plus isolées ;
- Concrétiserait rapidement le SDUS en étant l'un des tout premiers projets.

Par ailleurs, on constate un besoin de plus en plus fort des citoyens d'utiliser des produits de qualité, biologiquement sains et produits à proximité. Les réseaux de circuits courts répondent à cette exigence croissante. En Métropole Lilloise, une initiative se développe fortement qui permet la rencontre entre producteurs et consommateurs de produits de qualité en circuit court avec des possibilités de retrait dans des lieux prédéfinis : <https://lecourtccircuit.fr/index.php>. Un projet identique pourrait être impulsé sur le territoire du Pays de Mormal qui serait complémentaire du projet réalisé avec la CCI Grand Hainaut.

Usagers-cibles

- Commerçants et artisans du territoire.
- Producteurs locaux.
- Consommateurs.

Valeur ajoutée apportée par le projet au territoire et contribution à la différenciation du territoire

- Développement des compétences numériques des commerçants et artisans du territoire ;
- Renforcement de la visibilité du territoire et contribution au développement de son attractivité ;
- Développement de la production en circuit court ;
- Maintien de la valeur économique et financière du commerce et de l'artisanat locaux sur le territoire.

Moyens RH et techniques nécessaires

- 1 ETP dédié à l'accompagnement et au suivi des commerçants et artisans de la CCPM, et à la livraison des colis.
- Equipe de la CCIGH mise à disposition pour accompagner le projet : un chef de projet, 1 responsable commerce & tourisme, 3 conseillers commerce & tourisme, 1 assistante.
- Un véhicule frigorifique pour la livraison des produits frais.
- Mise à disposition de locaux par la CCPM, les communes ou les Unions Commerciales :
 - Salles pour les réunions collectives avec les commerçants à Bavay, Landrecies et Le Quesnoy.
 - Salles équipées d'ordinateurs et d'accès Internet pour les sessions collectives de formation des commerçants et artisans.
 - Locaux pour le retrait des colis.
- Adhésion de la CCPM à l'association « Mes Commerçants du Grand Hainaut » (MCGH) dont le rôle est de favoriser le développement et la modernisation des activités commerciales de proximité, de centre-ville et de centre-bourg et de développer la dynamique globale du projet. L'association comporte un collège des entreprises et un collège des collectivités.

Partenaires potentiels

- CCI Grand Hainaut, exploitante de la plate-forme numérique « Achetezà».
- Commerçants et artisans du territoire du Pays de Mormal.
- Unions commerciales du territoire du Pays de Mormal.
- Plate-forme LeCourtCircuit.

Interrelations avec d'autres projets

- Animation du territoire sur le numérique (Action 4.1 de l'Axe 4)
- Formation et acculturation au numérique (Action 2.2 de l'Axe 2)

Niveau de priorité du projet

- Priorité 1 (démarrage début 2019) : ce projet fait partie du cœur des premiers projets du SDUS à lancer.

Rôle de la CCPM

- Impulseur du projet sur le territoire et co-maître d'ouvrage en partenariat avec la CCI Grand Hainaut.

Facteurs-clefs de succès et risques

Facteurs-clefs de succès :

- Le nombre de commerçants et artisans présents sur la plate-forme et l'utilisant et son évolution ;
- Le volume des ventes générés grâce à la plate-forme ;
- L'incitation des commerçants et artisans déjà sur la plate-forme en direction d'autres commerçants et artisans (mode pair-à-pair) ;
- L'implication de producteurs locaux ;
- La qualité de l'animation et l'efficacité du système de livraison.

Risques :

- Un nombre faible de commerçants présents sur la plate-forme et l'utilisant, et des départs de la plate-forme menaçant sa pérennité ;
- Des difficultés à sensibiliser les commerçants et artisans qui les empêchent de passer à l'action (peu de participations aux sessions d'information,...) ;
- Le désintérêt des producteurs locaux.

Conditions de pérennisation du projet et éventuellement de « passage à l'échelle »

- Un accroissement net et régulier de l'utilisation de la plate-forme par les commerçants et artisans et de la plate-forme de circuit court ;
- Un chiffre d'affaires des commerçants, artisans et producteurs locaux en hausse grâce à la plate-forme qui incitent d'autres commerçants et artisans à en devenir utilisateurs.

Indicateurs d'évaluation

- Nombre de commerçants et artisans présents aux sessions de formation et évolution ;
- Nombre de commerçants, artisans présents et producteurs locaux sur les plates-formes et évolution ;
- Volume de ventes généré grâce aux plates-formes et leur évolution ;
- CA généré par les commerçants, artisans et producteurs locaux grâce aux plates-formes.

Ces indicateurs quantitatifs seront nourris par des enquêtes de satisfaction auprès des commerçants, artisans et producteurs locaux et des clients. Un rapport d'activités annuel sera produit et servira de base à une réorientation éventuelle du programme.

*Volumétrie financière
(investissement et
fonctionnement)*

Budget sur 2 ans :

- Fonctionnement : 145 K€ :
 - 1 ETP pour l'accompagnement, le suivi des adhérents et la livraison des colis (chargé) : 50 K€/an soit 100 K€ sur 2 ans
 - Communication : 30 K€
 - Contribution à l'évolution de la plate-forme (opérations spéciales, chèques cadeaux, licence informatique évolutive, points relais,...) : 15 K€
- Investissement : 35 K€
 - Equipements numériques (ordinateurs) : 15 K€.
 - Véhicule frigorifique (occasion) : 20 K€

A ce stade, nous n'avons pas chiffré le coût de l'adhésion à la plate-forme LeCourtCircuit, les discussions n'ayant pu être engagées avec ses responsables.

*Modalités de
financement*

- Budget pris en charge par le FEDER à hauteur de 60% (sur 2 ans)
- Répartition des financements possibles (en sus de la contribution de la CCIGH non comprise dans le budget) :
 - Fonctionnement : 145 K€
 - FEDER : 87 K€
 - CCPM : 58 K€
 - Investissement : 35 K€
 - FEDER : 21 K€
 - CCPM : 14 K€

*Calendrier de
déploiement*

- Janvier-février 2019 : lancement du projet et de la campagne d'information auprès des commerçants et artisans, rencontres avec les unions commerciales et les artisans et commerçants sur le territoire ;
- Mars 2019 : Initialisation des discussions avec LeCourtCircuit ;
- Mars-mai 2019 : lancement du recrutement des commerçants et artisans, organisation de sessions de formation au back-office de la plate-forme, remise des kits de communication, lancement des accompagnements à la mise en place de la plate-forme ;
- Juin 2019 : lancement officiel de la plate-forme, campagne de communication ;
- Novembre 2019 : analyse des premiers retours d'expérience (données quantitatives et qualitatives) ; lancement de la plate-forme LeCourtCircuit locale.

*Expériences de
référence réalisées dans
d'autres territoires
susceptibles d'éclairer la
mise en opérationnalité
du projet*

- www.achetezakupuy.com, www.achetezamillau.com, www.achetezumontlucon.com

3.7 Services publics : SI et dématérialisation des services publics

Référence axe du SDUS

Axe 3 - Créer les services indispensables au territoire de demain

Objectifs

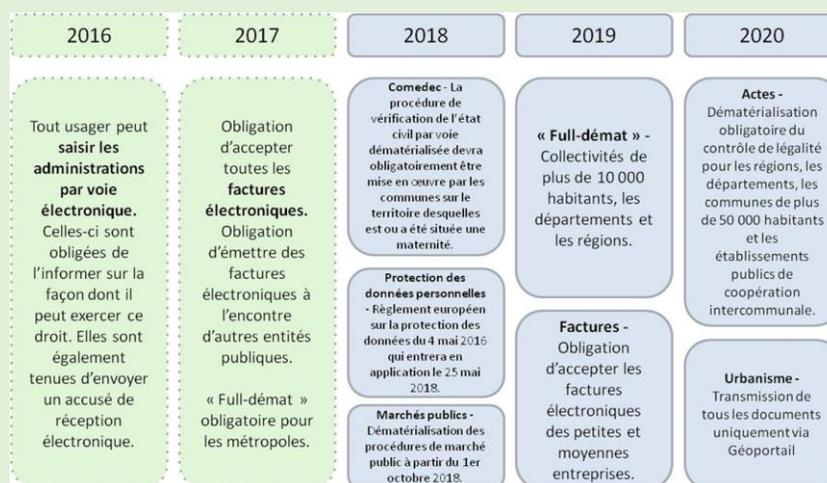
- Doter les collectivités d'une infrastructure de système d'informations leur permettant de délivrer des services dématérialisés de qualité ;
- Réduire les coûts d'acquisition, de déploiement et d'exploitation de cette infrastructure et des services par une mutualisation pleinement assumée par la CCPM et des communes ;
- Faciliter l'accès aux services publics pour les habitants du territoire ;
- Faciliter la circulation de l'information entre les élus et entre les élus et les agents territoriaux ;
- Garantir le respect de la vie privée et la protection des données des citoyens du territoire en se conformant au Règlement Général de Protection des Données (RGPD) ;
- Favoriser l'accès à l'information sur le territoire en ouvrant progressivement les données essentielles détenues par les collectivités.

Descriptif de l'action

La CCPM comme la très grande majorité des communes ne disposent pas de services dématérialisés permettant aux citoyens du territoire de déposer leurs demandes administratives, de faire traiter leurs demandes électroniquement, de payer en ligne les prestations proposées. Parmi les communes du territoire, la Ville de Bavay a mis en place un portail famille accessible depuis août 2018. La CCPM a déployé un système de carte électronique permettant une meilleure utilisation des déchetteries.

Or, l'accès aux services publics en ligne constitue une offre précieuse tant pour les particuliers que pour les professionnels dans les communes rurales où la distance pour se rendre au bourg centre peut être importante, où toutes les personnes n'ont pas de véhicule de transport et où les horaires d'ouverture des mairies peuvent être restreintes. Il s'agit avant tout de répondre à des demandes simples, mais fréquentes qui évitent au maximum les déplacements et facilitent la vie des citoyens, telles que la demande de fiche d'état-civil, la réservation et le paiement de la cantine scolaire, dans les centres de loisirs, la demande de réservation de salles pour les particuliers ou les associations, la consultation du cadastre, le dépôt de demande de permis de construire,...

Par ailleurs, les petites communes de la CCPM, largement majoritaires en nombre, ne sont pas en mesure d'offrir ces services à leurs habitants au regard de l'investissement, des exigences techniques et des coûts engendrés par l'exploitation de leurs sites Internet, alors que l'Etat a annoncé un objectif de dématérialisation complet de ses procédures pour 2022 et que des obligations réglementaires pèsent sur les communes (loi NOTRe, loi pour la République Numérique,...). Parmi les dernières obligations s'imposant aux collectivités figurent récemment la dématérialisation des factures et celle des marchés publics. Le schéma ci-après indique le processus de dématérialisation résultant des obligations fixées par l'Etat depuis 2016 :



Enfin, la circulation de l'information entre les élus, entre les élus et les agents territoriaux et avec les autres administrations est un facteur de l'amélioration de la qualité des services. L'amélioration de la performance des services par la digitalisation des process internes a, en effet, un impact sur le service rendu à l'utilisateur final.

La mise en place de services dématérialisés emporte plusieurs conséquences pour les collectivités :

- La première exige la mise en place d'une organisation interne fluide se traduisant par une bonne circulation de l'information entre les élus et entre les élus et les agents territoriaux et par la mise en place de process dématérialisés internes et avec les autres administrations. Un certain nombre d'élus de la CCPM estiment que l'information n'est

pas suffisamment partagée et que des améliorations pourraient être apportées en ce qui concerne l'agenda des réunions, les invitations aux réunions, l'accès aux comptes rendus de réunions, les informations sur les projets et la possibilité pour les élus de poser des questions et de leur répondre.

- La seconde conséquence suppose que le territoire dans son ensemble se dote d'un système d'informations suffisamment robuste pour permettre une offre de services dématérialisée qui soit évolutive dans le temps. Ce système d'informations devrait être mutualisé à l'échelle du territoire de la CCPM en n'étant pas uniquement le SI de la CCPM ou d'une commune en particulier. Le SI doit comporter une couche infrastructure technique, une couche logicielle, des applications notamment métiers, des Web services et / ou des APIs permettant de gérer l'interopérabilité des services et les flux de données ;
- La troisième conséquence implique que ce SI supporte également des données géographiques en établissant un lien avec les données géographiques du territoire gérées par l'Agence de Développement et d'Urbanisme de la Sambre (ADUS) et en les rendant accessibles au grand public ;
- La quatrième conséquence du développement des services numériques est la multiplication des données : données des collectivités et données confiées par les citoyens. La croissance des données et des flux de données (échanges entre administrations, échanges entre administrations et citoyens) exige que des infrastructures de sécurité soient mis en œuvre à la fois pour prévenir les tentatives de piratage, de phishing ou de rançonnage et pour garantir aux citoyens que leurs données sont effectivement bien protégées. Le territoire pourrait profiter de cette exigence de sécurité pour :
 - Mettre en œuvre un système d'identifiant numérique unique en s'appuyant sur le programme de l'Etat « *Dites-le nous une fois* » ;
 - Développer des actions d'accompagnement et de médiation auprès des agents des mairies et du grand public sur la nécessité d'adopter des mesures préventives de sécurité concernant les usages de l'Internet et la protection des données personnelles ;
 - Mettre en place une charte des usages de l'Internet diffusable dans les mairies et auprès du grand public en lien avec les actions de médiation qui pourront être mises en place (Axe 2 du SDUS - Accompagner l'acculturation et l'appropriation du numérique par la population et les professionnels du

- territoire - 2.2 Formation et acculturation au numérique et 2.3 Médiation services) ;
- o Stocker les données dans un site sécurisé offrant toutes les garanties de confidentialité et de sécurité pour les collectivités comme pour leurs usagers (datacenter) ;
 - o Concevoir un Plan de Reprise et de Continuité d'Activités (PCRA) pour anticiper les risques de destruction de données. Le piratage permet aujourd'hui, en effet, de détruire ou de voler des quantités de données et de neutraliser l'ensemble d'un système d'informations d'une organisation avec toutes les conséquences que de tels actes entraînent : pertes financières lourdes et souvent irréparables, plaintes d'usagers ou de clients contre l'organisation attaquée qui n'aura pas su anticiper ces risques, destruction de documents qui n'auraient pas été dupliqués,...

Par ailleurs, la CCPM a mis en place une action de conformité aux exigences du Règlement Général de Protection des Données (RGPD) en vigueur depuis mai 2018 en s'appuyant sur les ressources proposées par Cre@tic (CDG59) à travers les conseils de son Délégué à la Protection des Données (DPD).

Enfin, depuis octobre 2018, les collectivités de plus de 3000 habitants sont tenues d'ouvrir leurs données en application de la loi NOTRe et de la loi pour la République Numérique. Trois communes sont concernées sur le territoire de la CCPM : la Ville de Le Quesnoy, la Ville de Bavay et la Ville de Landrecies. L'objectif n'est bien entendu pas d'ouvrir toutes les données détenues par les villes, mais de :

- Profiter de cette mise en conformité réglementaire pour engager un travail d'analyse et d'optimisation des données existantes notamment en les numérisant ;
- Identifier les données qu'il est utile et nécessaire d'ouvrir pour les collectivités, les professionnels et les particuliers, comme par exemple les données de mobilité, les données géographiques, des données de projets, les données budgétaires,..., qui sont souvent les plus consultées ;
- Engager une politique d'ouverture des données progressive dans le temps.

L'objectif du chantier de dématérialisation n'est pas de faire porter les efforts techniques et financiers de la dématérialisation par la seule CCPM, mais de déployer une infrastructure, des

outils et des services conçus et portés collectivement par la CCPM et les communes dans un objectif de réduction des coûts face à des impératifs qui s'imposent à toutes les collectivités.

Pour mettre en chantier cette politique de dématérialisation, la CCPM devra pour 2019-2020 :

- En ce qui concerne l'information des élus et des agents territoriaux, différents outils existent aujourd'hui sous la forme de plates-formes collaboratives comme Jalios ou de chatbots comme La Petite Marianne qui permettent de diffuser l'information interne, d'échanger et d'améliorer ainsi le travail des élus et des agents. Un projet pourrait être engagé dès le début de 2019 pour être opérationnel au cours du printemps. La mise en place de ces outils nécessite néanmoins une animation continue même s'ils reposent sur une automatisation des process et sur l'utilisation croissante de l'intelligence artificielle ;

- En ce qui concerne le système d'informations territorial :
 - Réaliser un diagnostic du SI et des applications déployées à l'heure actuelle en interne et par les communes et en ce qui concerne les relations avec les autres administrations ;
 - Dessiner une architecture fonctionnelle capable de supporter les futures applications et services ;
 - Analyser les évolutions possibles des applications existantes en fonction notamment des obligations contractuelles avec les éditeurs ;
 - Dresser une feuille de route stratégique assorties de priorités et de coûts, en particulier en fonction des obligations réglementaires, et tenant compte des ressources existantes (ressources offertes par la Direction Interministérielle du Numérique et des Systèmes d'Information (DINSIC) de l'Etat, ressources de Cre@tic). Cette feuille de route devra intégrer les trois facettes de la dématérialisation : les échanges inter-administrations, les procédures internes et les relations avec les citoyens ;
 - Engager prioritairement la dématérialisation des procédures exigées sur le plan réglementaire et des services qui correspondent à des besoins prioritaires des citoyens et des professionnels ;
 - Mettre en place un chantier sur l'identifiant unique pour les citoyens ;

- Concevoir un Plan de Reprise et de Continuité d'Activités (PRCA) pour maintenir la continuité du futur SI et des services numériques en cas de piratage ;
- Engager une réflexion sur l'archivage électronique et sa numérisation ;
- Assurer une ingénierie auprès des communes pour les aider dans la dématérialisation de leurs services.
- En ce qui concerne les données et leur protection :
 - Initier un travail de recensement des données et des formats de données au sein de la CCPM ;
 - Analyser les conditions de leur ouverture ;
 - Poursuivre l'action conduite avec Cre@tic sur la mise en conformité avec le RGPD ;
- En ce qui concerne la mutualisation entre la CCPM et les communes :
 - Identifier un périmètre de mutualisation acceptable pour les parties prenantes et en fonction de leurs besoins prioritaires : infrastructure technique ? logiciels métiers ? APIs et Web services ? groupement de commandes informatiques ? accompagnement des agents en termes de formation et d'acculturation ? Cette analyse doit être effectuée dans le cadre de la conception du futur SI territorial ;
- En ce qui concerne l'accompagnement à la mise en place du projet de dématérialisation :
 - Mettre en place une charte des usages de l'Internet pour la CCPM et les communes ;
 - Accompagner les élus et les agents sur la dématérialisation des services et les enjeux et usages en matière de sécurité ;
 - Accompagner les citoyens et les professionnels du territoire dans le cadre de la politique de médiation mise en place sur l'accessibilité aux outils, cultures et services numériques.

Pour mettre en place cette politique de dématérialisation, la CCPM peut s'appuyer sur des ressources existantes :

- Celles offertes par www.servicepublic.fr ;
- Celles de Cre@tic en ce qui concerne le RGPD et un certain nombre d'outils concernant :

- o Les échanges entre administrations : télétransmission des actes au contrôle de légalité, télétransmission des flux comptables ;
- o Les procédures internes : parapheur électronique, signature électronique, convocation électronique,... ;
- Celles de la DINSIC. L'Etat met, en effet, gratuitement à disposition des collectivités locales un grand nombre de procédures à travers son initiative www.demarches-simplifiees.fr permettant de créer facilement des formulaires en ligne et d'instruire des demandes des usagers.

La mise en place de l'ensemble du projet de dématérialisation nécessitera l'instauration d'une gouvernance politique (Comité de Pilotage des élus de la CCPM et des communes) et d'une gouvernance technique et opérationnelle (Comité Technique CCPM/communes).

Usagers-cibles

- CCPM (élus et agents) ;
- Communes (élus et agents) ;
- Autres administrations ;
- Citoyens ;
- Professionnels.

Valeur ajoutée apportée par le projet au territoire et contribution à la différenciation du territoire

- Amélioration de la qualité des services ;
- Développement de nouveaux services aux usagers, aux professionnels et aux collectivités ;
- Amélioration du fonctionnement des services internes des collectivités et des échanges entre les collectivités du territoire et les autres administrations ;
- Amélioration de la relation avec les citoyens et les professionnels du territoire.

Moyens RH et techniques nécessaires

- 1/2 ETP déjà prévu pour l'animation du programme numérique du territoire, partagé avec l'animation des projets de tiers-lieux et de réseau de tiers-lieux (cf fiche action 4.1 – Animation numérique du territoire du Pays de Mormal).
- Hébergement des données et des applications en datacenter sécurisé.
- Priorité donnée à l'usage de logiciels libres permettant une évolution facile et en indépendance vis-à-vis des éditeurs. Ce choix permettra de réduire les coûts d'acquisition et de renouvellement de licences.

Partenaires potentiels

- Communes ;
- Cre@tic (sur les projets de dématérialisation de la CCPM) ;
- Etat - DINSIC (www.demarches-simplifiees.fr) ;
- Autres administrations : Préfecture du Nord, DGFIP,...

Interrelations avec d'autres projets

- Axe 2 : Accompagner l'acculturation et l'appropriation du numérique par la population et les professionnels du territoire - Actions 2.2 Formation et acculturation au numérique et 2.3 Médiation services
- Axe 4 : Animer et valoriser le territoire sur et par le numérique – Action 4.1 : Animation du territoire sur le numérique

Niveau de priorité du projet

- Priorité 1 (démarrage début 2019) : ce projet fait partie du cœur des premiers projets du SDUS à lancer.

Rôle de la CCPM

- Maître d'ouvrage du projet en relation étroite avec les communes et l'Etat.

Facteurs-clefs de succès et risques

Facteurs-clefs de succès :

- L'adhésion des communes à la mutualisation et au projet de SI territorial ;
- L'utilisation par les élus des outils d'information mis à leur disposition ;
- La montée en puissance progressive du projet en fonction des besoins des collectivités ;
- Un socle SI puissant et stabilisé.

Risques :

- Une faible adhésion des communes au projet ;
- Une faible utilisation des outils mis à la disposition des élus.

Conditions de pérennisation du projet et éventuellement de « passage à l'échelle »
Indicateurs d'évaluation

- Une montée en puissance des services numériques ;
 - Un budget annuel consacré à la dématérialisation des services.
-
- Nombre de services numériques interactifs en ligne et évolution dans le temps ;
 - Nombre de communes impliquées dans le projet de dématérialisation et évolution dans le temps ;

*Volumétrie financière
(investissement et
fonctionnement)*

- Croissance d'utilisation des services en ligne mis à disposition par la CCPM et les communes (par type de téléprocédure).

Budget sur 2 ans (hors ½ ETP partagé avec les actions d'animation numérique du territoire) :

- Fonctionnement : 200 K€ :
 - Etudes d'ingénierie : 60 K€ (en année 1 principalement)
 - Prestations diverses (hébergement, Cre@tic,...) : 110 K€
 - Acquisition logiciels : 30 K€
- Investissement : 50 K€
 - Acquisition matériels : 50 K€ (en année 2 surtout).

Attention : ces coûts ne constituent qu'une première approche et devront être affinés à travers les études d'ingénierie.

*Modalités de
financement*

- Budget pris en charge par le FEDER à hauteur de 40% (sur 2 ans)
- Répartition des financements possibles :
 - Fonctionnement : 200 K€
 - FEDER : 80 K€
 - CCPM : 70 K€
 - Communes : 50 K€
 - Investissement : 50 K€
 - FEDER : 20 K€
 - CCPM : 18 K€
 - Communes : 12 K€

*Calendrier de
déploiement*

- Janvier 2019 : rédaction du cahier des charges des études d'ingénierie et du cahier des charges de l'outil d'informations pour les élus ;
- Janvier 2019 : engagement des travaux sur la mise en conformité avec la réglementation sur la dématérialisation de certaines procédures (facturation électronique, marchés publics,...) ;
- Mars 2019 : lancement de l'appel d'offres sur les études d'ingénierie et sélection de l'outil d'informations pour les élus ;
- Mai 2019 : Lancement du service d'informations pour les élus ;
- Septembre 2019 : fin des études d'ingénierie ;
- Fin 2019 : lancement du projet de SI et des premières opérations de dématérialisation.

4.1 Animation numérique du territoire du Pays de Mormal

<i>Référence axe du SDUS</i>	Axe 4 – Animer et valoriser le territoire sur et par le numérique
<i>Objectifs</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Développer et accompagner la dynamique sur le numérique sur le territoire ; • Accompagner les acteurs publics et privés dans le développement de leurs projets numériques ; • Assurer le suivi des projets numériques de la CC du Pays de Mormal.
<i>Descriptif de l'action</i>	<p>L'observation du développement numérique dans les territoires montre que l'animation est un facteur clef de succès de l'appropriation du numérique par les acteurs publics et privés du territoire. L'absence d'animation territoriale rend très difficile le développement des projets et la mise en application des politiques numériques en raison du déficit d'ingénierie et de compétences sur le numérique au sein des territoires.</p> <p>De nombreux acteurs, y compris la CCPM, auront besoin d'être accompagnés dans le développement de leurs projets numériques dans le cadre de la mise en application du SDUS, sur les plans méthodologique, technologique, organisationnel, de l'appropriation et de l'intégration du numérique dans leurs pratiques.</p> <p>Cette animation se traduit par :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Une coordination et une mise en cohérence de la politique numérique du territoire ; • La mise en place d'événements en lien avec l'action sur la médiation, la formation et l'acculturation au numérique (axe 2 du SDUS « Accompagner l'acculturation et l'appropriation du numérique par la population et les professionnels du territoire » - Action 2 – « Acculturation et formation au numérique » ; • L'accompagnement à la conception, au développement et à la mise en œuvre de projets numériques par les acteurs privés et publics ; • L'accompagnement des différents pôles de la CCPM dans le développement des projets de services numériques, en premier lieu le système d'informations, l'information géographique et la mise en place des services dématérialisés en application de la réglementation (marchés publics, facturation électronique,...) ;

	<ul style="list-style-type: none"> • Le suivi et l'actualisation du SDUS (rapports d'activités, adaptation de la politique numérique au fil du temps, application de mesures correctives, nouvelles orientations, nouveaux projets,...) ; • Le développement et l'animation de la communauté des acteurs du territoire sur le numérique (réunions de projets, utilisation des réseaux sociaux,...).
<i>Usagers-cibles</i>	<ul style="list-style-type: none"> • CCPM ; • Communes ; • Acteurs privés du territoire.
<i>Valeur ajoutée apportée par le projet au territoire et contribution à la différenciation du territoire</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Développement de nouveaux projets pour le territoire et création de valeur économique, sociale et sociétale. • Sécurisation des projets des acteurs. • Création d'une dynamique locale sur le numérique au sein du territoire.
<i>Moyens RH et techniques nécessaires</i>	<ul style="list-style-type: none"> • 1/2 ETP dédié partagé avec l'animation des projets de tiers-lieux et de réseau de tiers-lieux.
<i>Partenaires potentiels</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Communes ; • Professionnels du territoire ; • Associations ; • Cre@tic (sur les projets de dématérialisation de la CCPM) ; • Etat - DINSIC (www.demarches-simplifiees.fr) (sur la mise en place de services dématérialisés).
<i>Interrelations avec d'autres projets</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ensemble des axes du SDUS, cet axe venant en soutien de l'ensemble des actions sur le numérique du territoire.
<i>Niveau de priorité du projet</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Priorité 1 (démarrage début 2019) : ce projet fait partie du cœur des premiers projets du SDUS à lancer.
<i>Rôle de la CCPM</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Maître d'ouvrage et fédérateur des acteurs du territoire.
<i>Facteurs-clefs de succès et risques</i>	<p>Facteurs-clefs de succès :</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Le nombre et la diversité des projets numériques sur le territoire ;

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Le développement d'une communauté d'acteurs autour du numérique sur le territoire ; ○ Des communes et une CCPM qui se digitalisent progressivement en proposant de plus en plus de services numériques. <p>Risques :</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Une faible appétence des acteurs du territoire pour les projets numériques se traduisant par un volume faible de projets.
<p><i>Conditions de pérennisation du projet et éventuellement de « passage à l'échelle »</i></p> <p><i>Indicateurs d'évaluation</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Un volume de projets suffisant créant de la valeur économique, sociale et sociétale pour le territoire. <ul style="list-style-type: none"> ● Nombre, évolution et qualité des projets numériques développés ; ● Nombre, évolution et qualité des services numériques mis en œuvre ; ● Volume de la communauté numérique du territoire (réunions, membres des groupes dédiés sur les réseaux sociaux,...).
<p><i>Volumétrie financière (investissement et fonctionnement)</i></p>	<p>Budget sur 2 ans :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Fonctionnement : 54 K€ : <ul style="list-style-type: none"> ○ 1/2 ETP animateur du territoire : 50 K€ sur 2 ans ; ● Investissement : 2 K€ <ul style="list-style-type: none"> ○ Equipements numériques (ordinateur, smartphone,...) : 2 K€.
<p><i>Modalités de financement</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Budget pris en charge par le FEDER à hauteur de 60% (sur 2 ans) ● Répartition des financements possibles : <ul style="list-style-type: none"> ○ Fonctionnement : 54 K€ <ul style="list-style-type: none"> ▪ FEDER : 32,4 K€ ▪ CCPM : 21,6 K€ ○ Investissement : 2 K€ <ul style="list-style-type: none"> ▪ FEDER : 1,2 K€ ▪ CCPM : 0,8 K€
<p><i>Calendrier de déploiement</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Janvier 2019 : lancement du recrutement de l'animateur ; ● Avril 2019 : lancement de l'animation territoriale sur le numérique.

6. LES CONDITIONS DE REUSSITE DE LA STRATEGIE NUMERIQUE DU PAYS DE MORMAL

6 conditions sont nécessaires pour que la stratégie numérique du Pays de Mormal soit une réussite :



1. L'effectivité des cofinancements (FEDER, Région Hauts-de-France)

Elle est aujourd'hui la condition la plus importante. Sans cette garantie de financements, le territoire du Pays de Mormal ne pourra pas s'engager dans les 5 projets prioritaires en supportant à lui seul le poids financier de toutes les actions. A défaut de ces financements, le territoire devrait faire un ou deux choix parmi les cinq projets prioritaires.

A partir de 2021, le territoire devra trouver les moyens financiers de la pérennisation de certains projets, en particulier ceux sur les tiers-lieux, la médiation et les plates-formes destinés aux commerçants, artisans et producteurs locaux, en faisant appel notamment au financement privé (investissement, mécénat, crowdfunding,...).

2. L'engagement de tous les partenaires dans les projets

L'engagement de tous les partenaires pressentis dans les projets est également une condition indispensable de succès de projets. La CCPM ne peut pas, en effet, porter l'intégralité des projets. Les partenaires doivent jouer un rôle de relais, de coproduction, de diffusion, de développement, de

portage (ou de coportage) indispensables à la pérennisation des projets. Dès lors qu'un partenaire stratégique sera manquant, il conviendra de s'interroger sur le remplacement de ce partenaire, voire sur la mise en œuvre effective du projet.

3. La qualité de l'animation et du suivi

La stratégie numérique du territoire ne portera ses fruits que si l'animation existe et est suffisamment puissante en termes de rythme et d'accompagnement des partenaires. L'expérience montre, en effet, que les stratégies numériques de territoires ne se traduisent dans les faits par des actions opérationnelles que si cette animation existe. Cependant, celle-ci ne sera réellement efficace que si le territoire est en capacité de susciter un engagement des partenaires et des usagers autour de communautés de pratiques qui porteront les projets.

C'est la raison pour laquelle la CCPM devra porter son attention sur le recrutement de l'animateur numérique du territoire.

4. L'implication des usagers et le développement croissant des usages

La participation des usagers aux projets constitue la meilleure garantie de leur appropriation et de la pérennité des projets. L'animation doit avoir ainsi pour objectif d'activer les usagers, de les accompagner et de les fédérer en communautés de pratiques autour des projets en leur donnant envie et en travaillant avec eux en mode « *co-développement territorial* ».

La mise en place d'indicateurs qualitatifs et quantitatifs permettra un suivi régulier de l'appropriation des projets et de leur montée en puissance. L'animateur du territoire sur le numérique aura pour tâche de les consolider.

5. L'équilibre territorial dans les actions menées

Le Pays de Mormal est un territoire très étendu. La relation entre les centres-bourgs et les petites communes y est sensible. Il est, par conséquent, essentiel de garantir l'équilibre territorial en ce qui concerne le déploiement des projets afin que tous les territoires de la CCPM ressentent le bénéfice de la stratégie numérique. Ceci est particulièrement notable pour les tiers-lieux et le réseau de tiers-lieux qui doivent être bien répartis sur le territoire.

Cependant, cet équilibre territorial ne pourra être respecté que si des acteurs et des usagers du territoire s'impliquent dans les projets, voire les portent. Le rôle de diffusion et de relais des communes auprès des acteurs est essentiel pour que ceux-ci participent aux projets. Il est clair que si, par exemple, aucun acteur ne se manifeste dans une partie du territoire pour créer un tiers-lieu, celui-ci n'existera pas et ne survivra pas sur la seule volonté de la commune.

6. Une gouvernance efficace de la stratégie numérique

L'animation est une condition essentielle, mais non suffisante pour opérer efficacement le déploiement de la stratégie numérique. Une gouvernance spécifique doit être mise en place. Nous suggérons ainsi trois niveaux de gouvernance :

- Une **gouvernance stratégique et politique** sous la forme d'un Comité de Pilotage animé par les élus se déroulant deux fois par an. L'objectif est de suivre le développement de la stratégie numérique et de prendre les décisions nécessaires en termes d'orientations ou de réorientations stratégiques sur le numérique. Les décisions doivent être prises sur la base de rapports de bilan présentés par l'animateur numérique du territoire.
- Une **gouvernance avec les acteurs du territoire** impliqués dans les projets, sous la forme d'un Conseil Local du Numérique se réunissant trois fois par an. L'objectif est d'échanger avec les acteurs sur la stratégie numérique, son actualisation et sur l'avancement des projets. Ce Conseil Local est animé par la CCPM avec l'appui de l'animateur numérique du territoire. Ce Conseil Local n'a qu'une voix consultative et n'a pas pour charge de décider des orientations politiques et stratégiques du territoire.
- Une **gouvernance technique et opérationnelle** réunissant une fois par mois l'animateur numérique du territoire, l'équipe de direction de la CCPM, les techniciens relais sur le numérique dans les communes et éventuellement des porteurs de projets. L'objectif est de suivre l'état d'avancement des projets et de faire remonter au Conseil Local du Numérique et à la CCPM de nouvelles propositions et d'éventuelles difficultés dans le développement des projets.

7. SYNTHÈSE FINANCIÈRE

La synthèse financière qui suit, concerne les 5 projets prioritaires de la stratégie numérique du Pays de Mormal.

Projets	Investissement						Fonctionnement					
	FEDER	Région HdF	CCPM	Communes	Privé	Total investissement	FEDER	Région HdF	CCPM	Communes	Privé	Total fonctionnement
Tiers-lieux et réseau de tiers-lieux		44	35		9	88		60	60		25	145
Médiation, formation et acculturation au numérique	15		10			25	81		54			135
Plate-forme numérique des commerçants et artisans	21		14			35	87		58			145
Dématérialisation des services publics	20		18	12		50	80		70	50		200
Animation numérique du territoire	1,2		0,8			2	32,4		21,6			54
Total	57,2	44	77,8	12	9	200	280,4	60	263,6	50	25	679
Taux d'intervention	28,60%	22,00%	38,90%	6,00%	4,50%		41,30%	8,84%	39%	7,36%	3,68%	
Total Investissement + Fonctionnement												879

8. CALENDRIER DES ACTIONS

Le calendrier qui suit, reprend l'ensemble des actions du SDUS du Pays de Mormal, à une échelle semestrielle.

		2019		2020		2021		2022	
		S1	S2	S1	S2	S1	S2	S1	S2
Axes	Actions								
1. Favoriser l'accès aux infrastructures et aux services par le numérique									
	1.1 Déploiement de la fibre optique								
	1.2 Accès aux réseaux 4G/5G								
	1.3 Points d'accès Wi-Fi								
	1.4 Développement des points d'accès aux services numériques								
	1.5 Mise en place d'aires de covoiturage								
2. Accompagner l'acculturation et l'appropriation du numérique par la population et les professionnels du territoire									
	2.1 Tiers-lieu et réseau de tiers-lieux								
	2.2 Formation et acculturation au numérique								
	2.3 Médiation services								
3. Créer les services indispensables au territoire de demain									
	3.1 Economie : Plate-forme des commerces et artisans en ligne du territoire								
	3.2 Plate-forme Tourisme & Culture								
	3.3 Pass Culture - Réseau des bibliothèques et médiathèques du territoire								
	3.4 Développement de la télésanté								
	3.5 Développement des usages numériques dans les écoles								
	3.6 Développement du covoiturage								
	3.7 Système d'informations et dématérialisation des services publics								
	3.8 Optimisation de la consommation énergétique des bâtiments publics								*
	3.9 Service de gestion de proximité (alerte incidents,...)								
4. Animer et valoriser le territoire sur et par le numérique									
	4.1 Animation du territoire sur le numérique								
	4.2 Agenda partagé des événements du territoire								
	4.3 Promotion des activités économiques et touristiques du territoire								
	4.4 Valorisation des actions de la CCPM								