

Understanding the Digital World

IDATE
Consulting



Evaluation ex ante pour la définition d'une politique publique d'intelligence territoriale

Synthèse des actions pilotes

Communauté de Communes Vallée de l'Hérault

LMI60084 – Juin 2017 - GIGNAC

Sommaire

Synthèse des actions pilotes

Préambule		p. 03
10 Actions pilotes		p. 09
Accélérer la transformation digitale des services de la CCVH	p. 10	
S’engager dans l’ère de la communication digitale	p. 12	
Renforcer la localisation de l’activité grâce au numérique	p. 15	
Accompagner la filière viti-vinicole par le numérique	p. 19	
Appuyer la stratégie digitale du tourisme et de la culture	p. 21	
Développer les usages du numérique pour tous	p. 2	
Sources de financement repérées		p. 26

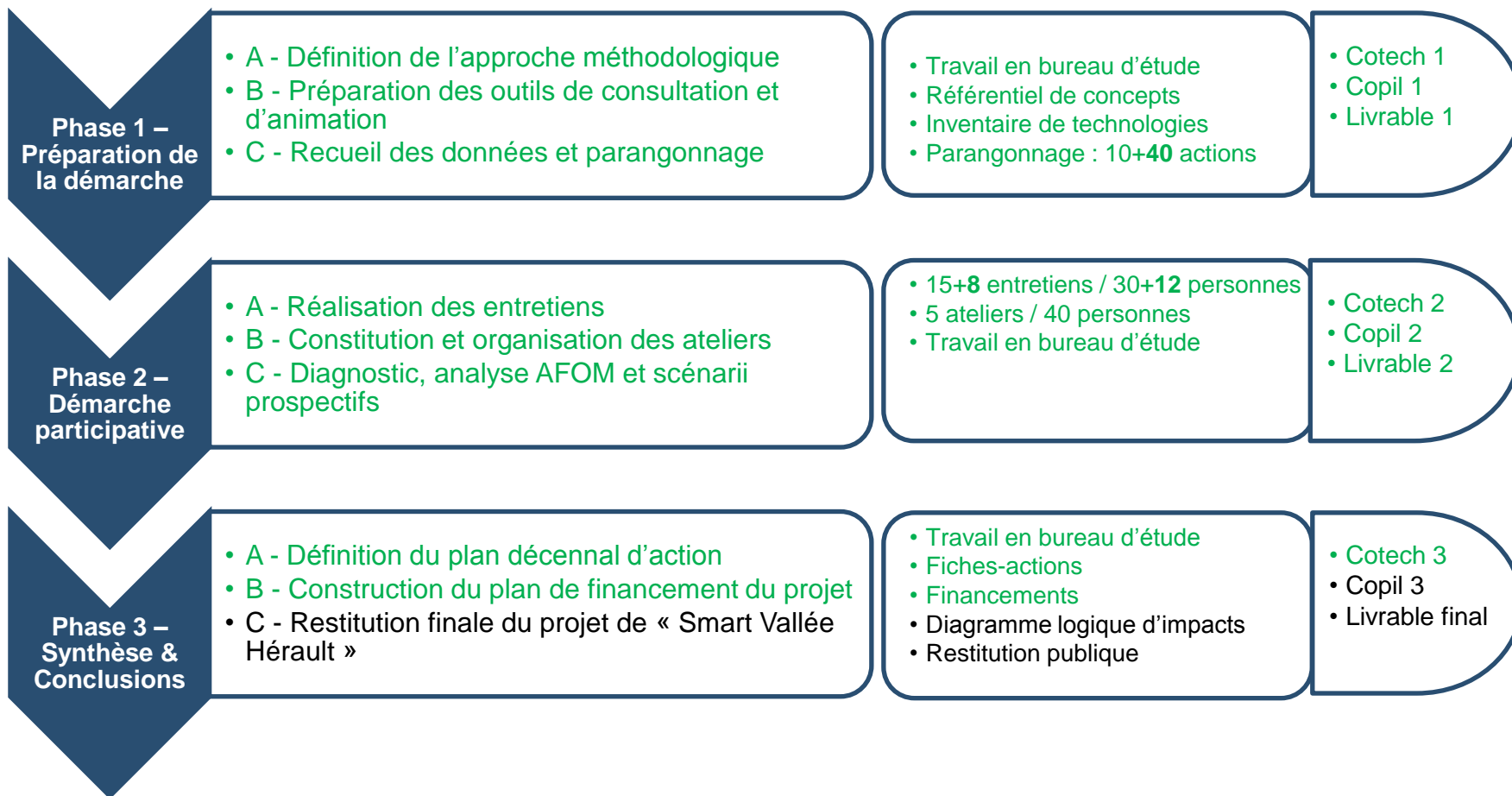
●●● Evaluation ex ante

Préambule



Evaluation ex ante

Etat d'avancement de la mission





Evaluation ex ante

Rappel de la méthodologie générale de la mission

Dans le but d'élaborer un plan d'action composé de 10 actions pilotes et plus d'une vingtaine d'actions secondaires, le consortium IDATE – AMNYOS a recouru à 3 outils méthodologiques : une analyse comparative (benchmark), une série d'entretiens et des ateliers participatifs.

Le benchmark

- L'intérêt du benchmark:
 - Repérer des initiatives originales susceptibles d'être transposées et redimensionnées pour le territoire de la CCVH,
 - Inspirer la réflexion du commanditaire pour la conception du plan d'action et la mise en œuvre des actions. Par exemple le projet de gestion des déchets de bout-en-bout repéré sur le territoire du Grand Besançon permet d'améliorer le projet de la CCVH.
- L'usage du benchmark post mission :
 - Il doit être considéré comme une source d'inspiration pour les projets futurs de l'équipe de la CCVH.
 - Il pourrait être mis à jour régulièrement par l'équipe de la CCVH pour maintenir la veille et la réflexion de la collectivité.

Les entretiens

- Une très large consultation
 - 23 rendez-vous sur deux jours, 42 personnes ont été rencontrées.
 - Elles représentaient : les communes de la CCVH, les services de la CCVH, les entreprises, les structures de formation, les structures d'accompagnement, les collectivités territoriales.
- Objectifs : réaliser un diagnostic, faire remonter les besoins, communiquer
 - Une analyse AFOM réalisée,
 - Près de 35 actions identifiées, conformes à l'état de l'Art observé par IDATE-AMNYOS sur d'autres territoires,
 - ... et qui se rassemblent dans 6 orientations qui sont 6 axes de développement pour la stratégie de la CCVH dans le numérique.



Rappel de la méthodologie générale de la mission

Les ateliers

- 6 ateliers thématiques organisés, 36 personnes invitées à y prendre part (au moins 30 personnes présentes). Les ateliers portaient sur 5 des 6 orientations identifiées lors des entretiens. La sixième orientation (Accélérer la transformation digitale des services de la CCVH) a été traitée en interne.
 1. Développer les usages du numérique pour tous
 2. S'engager dans l'ère de la communication digitale
 3. Renforcer la localisation de l'activité grâce au numérique
 4. Accompagner la filière viti-vinicole par le numérique
 5. Appuyer la stratégie digitale du tourisme et de la culture
- Une approche participative
 - Chaque groupe en atelier avait pour objectif de discuter des actions remontées des phases précédentes et d'en sélectionner une, de l'analyser et d'en faire une action pilote pour la Communauté de Communes.
 - Sur cette base les consultants ont rédigé 6 fiches actions détaillées présentées plus bas.

10 actions pilotes

- Le consortium a compléter les 6 actions pilotes émanant des ateliers, par 4 actions pilotes supplémentaires, issues de sa réflexion et de son diagnostic du territoire.
- Au-delà, la CCVH doit poursuivre son investissement, plus de 20 actions peuvent être encore exploitées.
- Cet ensemble constitue une base d'actions pertinentes par rapport aux prérogatives de la CCVH et cohérentes par rapport aux moyens mobilisables pour les mettre en œuvre.
- Chaque action est illustrée par des projets existants sur d'autres territoires, et de préférence sur des territoires comparables.



Rappel de la méthodologie générale de la mission

Des éléments et principes à garder en tête

- Les problèmes de couverture numérique du territoire restent critiques.
- Le plan d'action est fondé sur une volonté d'inclusion sociale par le numérique.
- Le plan d'action s'inscrit également dans une stratégie de développement économique qui vise à renforcer les atouts du territoire.
- Il déploie une approche qui introduit les applications mobiles comme outil de communication de la collectivité et comme outil citoyen.
 - Il entend faire passer le territoire dans l'ère des usages mobiles,
 - Il entend créer les conditions d'échanges avec des publics peu mobilisés jusque-là dans la vie de la collectivité,
 - Il ne doit pas exclure les modes de communication traditionnelle.
- L'approche adoptée par le consortium pour composer le plan d'actions pilotes est participative et mériterait sans aucun doute d'être poursuivie après que la mission des consultants ait pris fin.
- Les actions pilotes détaillées plus loin adoptent, autant que faire se peut, un principe de mutualisation des éventuels coûts d'exploitation
 - La CCVH intervient pour réaliser les investissements liés aux actions pilotes.
 - Les éventuelles charges d'exploitation induites pourraient être assumées par les communes de la CCVH.
- Au final, le plan d'action positionne la CCVH comme :
 - Un investisseur dans le numérique, pionnier sur des actions très ciblées,
 - Un acteur du développement économique numérique,
 - Un terrain d'expérimentation de projets innovants.

●●● Evaluation ex ante

Les 10 actions pilotes

Le consortium propose de mettre en œuvre 10 actions pilotes. Le présent document se concentre sur ces 10 actions priorisées par les acteurs de terrain et le consortium.

Le commanditaire pourra poursuivre un travail d'analyse et de faisabilité appliqué aux 25 actions restantes présentées au comité de pilotage 2 (1^{er} février 2017).

Action	Libellé de l'action	Orientation
1	Mettre en place un système de gestion connectée de bout-en-bout des déchets (collecte, transport, exploitation)	Accélérer la transformation digitale des services de la CCVH
2	Créer et publier une application mobile CCVH permettant au citoyen de « pousser » de l'information en direction de la collectivité (prérogatives de l'intercommunalité et des communes)	S'engager dans l'ère de la communication digitale
3	Concevoir un portail petite enfance afin d'accompagner les parents dans leurs recherches de mode d'accueil pour leurs jeunes enfants (outil du guichet unique)	
4	Créer un tiers-lieu d'accueil et de représentation du numérique sur le territoire pour le grand public – La Galerie Digitale	Renforcer la localisation de l'activité grâce au numérique
5	Proposer une aides intercommunales aux espaces de travail collaboratif	
6	Porter un projet de déploiement et d'exploitation de capteurs Beacons dans une zone d'activité économique	
7	Accompagner les acteurs de la filière vitivinicole dans la transition numérique	Accompagner la filière viti-vinicole par le numérique
8	Développer un parcours d'expériences en réalité augmentée sur des sites remarquables du territoire	Appuyer la stratégie digitale du tourisme et de la culture
9	Former les citoyens aux usages du numérique	Développer les usages du numérique pour tous
10	Editer une boîte à idée numérique, citoyenne et collaborative	

●●● Evaluation ex ante

10 actions pilotes

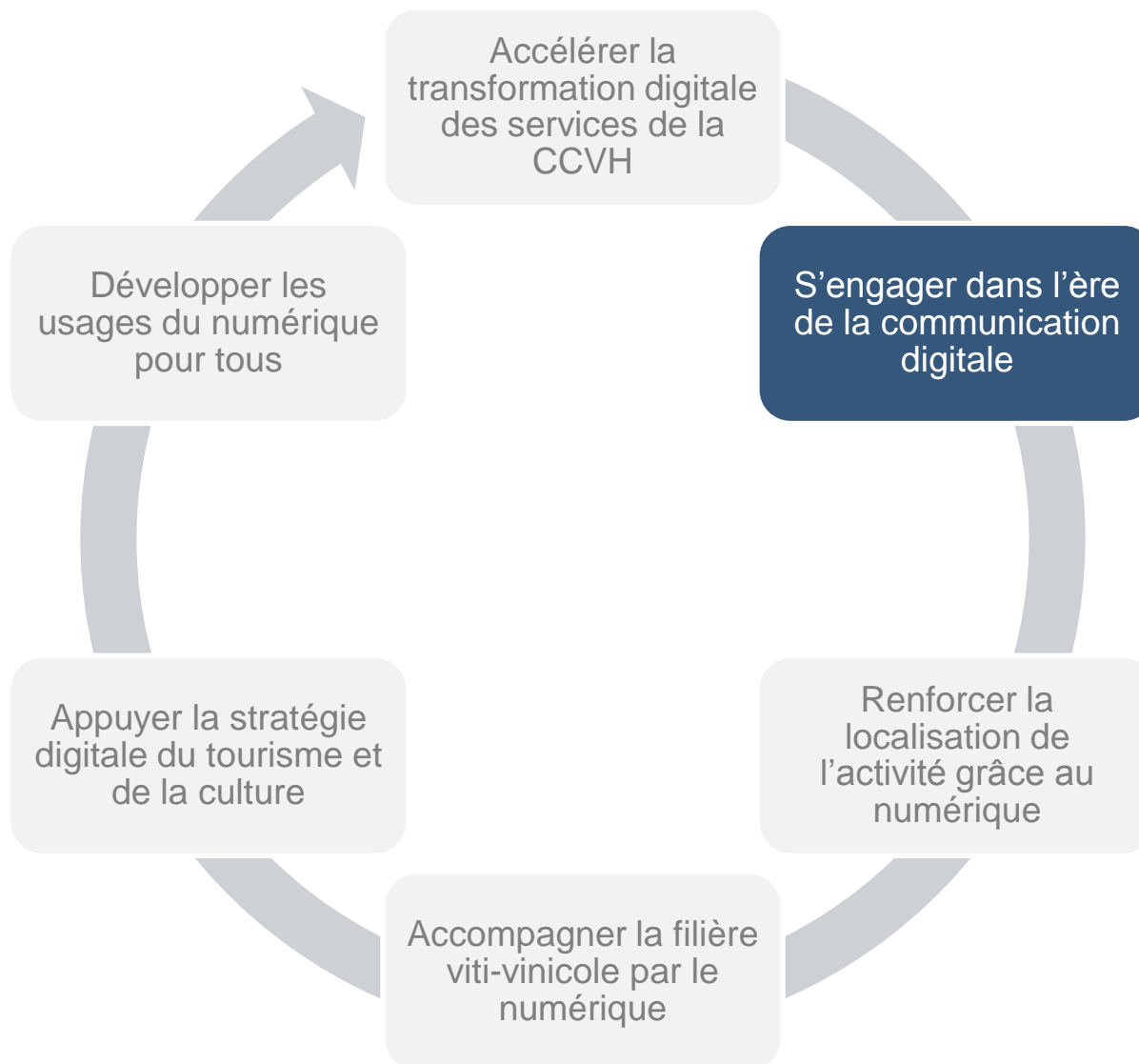
●●● Evaluation ex ante – Actions pilotes : *Accélérer la transformation digitale des services de la CCVH*



●●● Evaluation ex ante – Actions pilotes : *Accélérer la transformation digitale des services de la CCVH*

Action 1	Mettre en place un système de gestion connectée de bout-en-bout des déchets (collecte, transport, exploitation)
Objectifs de l'action	<p>La gestion des déchets est une illustration remarquable des services que rendent le numérique à la collectivité. L'idée est ici de numériser la chaîne de l'information relative à la collecte et au transport des déchets.</p> <ul style="list-style-type: none"> - On collecte et on stocke les données relatives à la production de déchets de chaque foyer. Cela permet de facturer le service de collecte en fonction du poids de déchet produits. - On optimise également la collecte en enregistrant le poids des déchets chargés dans le camion de ramassage, qui une fois rempli, va vider son chargement sur le lieu de traitement. Pas de trajet inutile, le camion ne va décharger qu'une fois qu'il est effectivement plein. <p>L'objectif est d'encourager les foyers à réduire leur production de déchets dans le but de réduire leur facture de collecte et celle de la collectivité.</p>
Cibles de l'action	<p>Les citoyens : le système mis en place lui permet de connaître le volume de production de déchets de son foyer. L'objectif pour lui sera de réduire ce volume contre la réduction des taxes s'y référant</p> <p>Le service de collecte des déchets : en optimisant ses trajets, ils réalisent des économies d'exploitation.</p> <p>Le service de traitement des déchets : le service de traitement connaît pas avance le poids des déchets qui devront être traités.</p>
Valeur ajoutée de l'action	<p>La valeur ajoutée d'un tel service réside dans une taxe incitative pour les citoyens et des économies de gestion de collecte pour la collectivité. La CCVH travaille à la mise en œuvre d'un projet d'optimisation de collecte des déchets mais la mise en place d'une taxe incitative n'est pas encore programmée.</p>
Porteur de l'action	<p>La CCVH assume la collecte et le transport des déchets. Le Syndicat Centre Hérault gère le traitement et la valorisation des déchets. Les deux entités pourraient partager le portage de cette action.</p>
Partenaires de l'action	<p>Le syndicat Centre Hérault.</p>
Calendrier / phasage de l'action	<p>Un calendrier de 24 à 30 mois apparaît raisonnable pour mener à bien cette opération.</p> <p>0/ Accord de partenariat avec le syndicat Centre Hérault 1/ Identification et validation des fonctionnalités du service à mettre en place. 2/ Identification des solutions techniques disponibles sur le marché. 3/ Calibrage et préféabilité du service à mettre en place sur le territoire de la CCVH. 4/ Passation d'un marché.</p>
Prérequis de l'action	<p>Pour cette action, il semble au prestataire important d'appuyer la mise en place d'un système incitatif. La question est de savoir à ce stade si la collectivité peut intégrer cet aspect alors que le projet est en cours de programmation.</p>
Modalités de mise en œuvre	<p>Le choix du prestataire technique est un point critique du fait des enjeux liés à la remontée, au traitement et l'exploitation des données collectées dans le cadre de ce service. http://www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/tarification-incitative_argumentaire_010223.pdf</p>
Sources possibles de financement et première enveloppe budgétaire	<p>Modèle économique : investissement + redevance incitative</p> <p>Partenaires financiers : Communes, CCVH, Syndicat, Région/UE (FEDER)</p> <p>Enveloppe budgétaire : [100 - 150 K EUR]</p>
Lien avec une autre action	<p>Liens avec la Galerie Digitale</p>

●●● Evaluation ex ante – Actions pilotes : *S'engager dans l'ère de la communication digitale*



●●● Evaluation ex ante – Actions pilotes : *S'engager dans l'ère de la communication digitale*

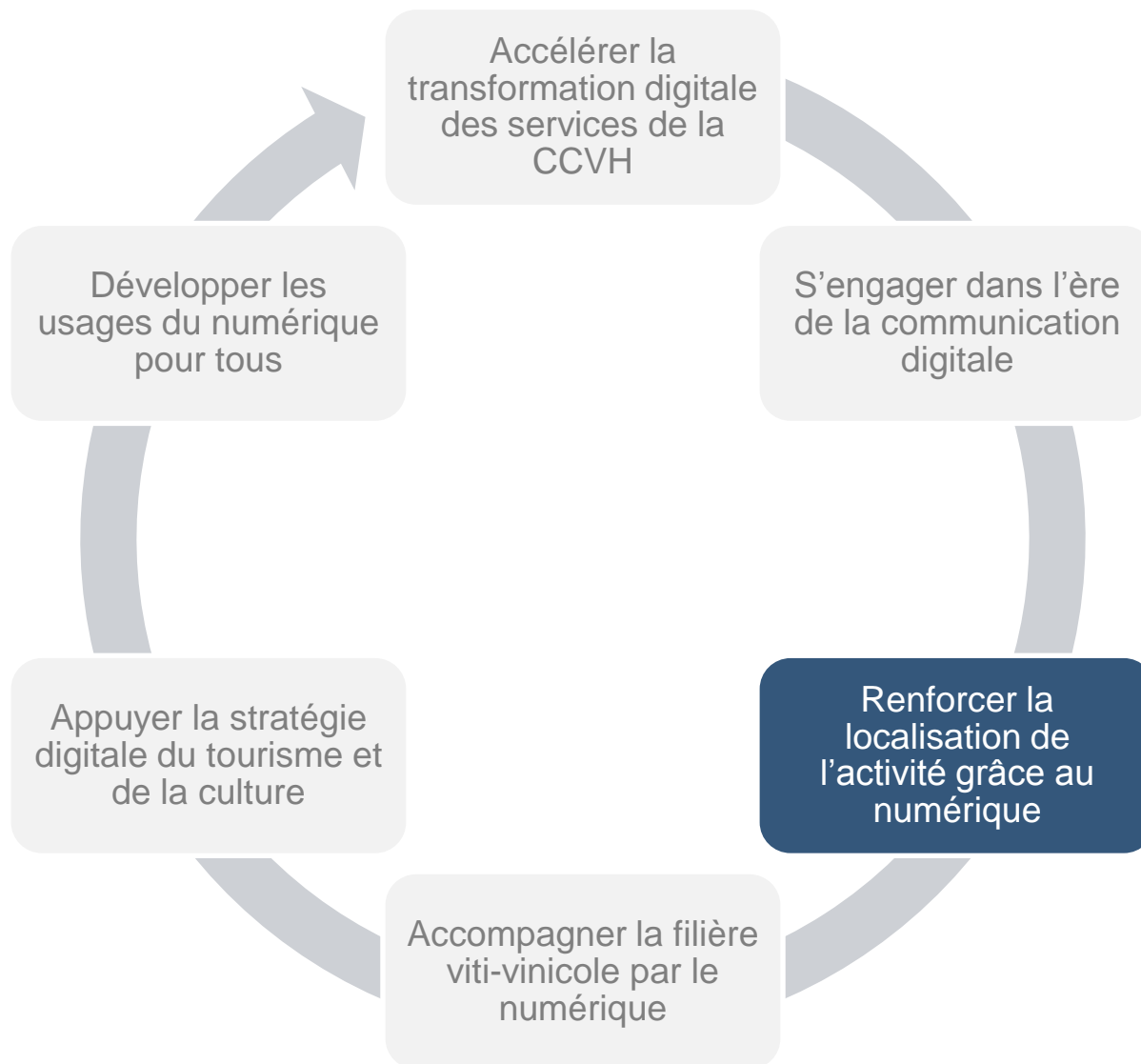
Action 2	Créer et publier une application mobile CCVH permettant au citoyen de « pousser » de l'information en direction de la collectivité (prérogatives de l'intercommunalité et des communes)
Objectifs de l'action	Améliorer le processus déclaratif des problèmes techniques grâce à un repérage par les citoyens (principe dit de « crowdsourcing ») et à leur témoignage instantané via une application mobile. Créer les conditions d'un dialogue responsable et responsabilisant en permettant au citoyen de participer à la vie de la collectivité dans un cadre applicatif simple et intuitif.
Cibles de l'action	Les citoyens qui « poussent » l'information vers les services de la collectivité au niveau communautaire ou local. Les services de la collectivité qui vont traiter l'information après qu'un modérateur ait compilé et filtré les informations.
Valeur ajoutée de l'action	Révéler et remonter plus rapidement des problèmes se produisant sur le territoire au niveau local ou intercommunal. Sérier plus efficacement les problèmes grâce notamment au volume d'alertes déclaré pour un même incident et optimiser l'intervention des services techniques. Restituer une information, quoi qu'il advienne, à l'émetteur. Utiliser le smartphone et son appareil photo pour illustrer la nature des incidents et les géo localiser pour un traitement plus efficace et rapide.
Porteur de l'action	CCVH
Partenaires de l'action	Les services techniques des collectivités, les services concernés de l'intercommunalité
Calendrier / phasage de l'action	Un calendrier de 6 à 8 mois pourrait être nécessaire pour réaliser cette action 0/ Créer un groupe de travail composé de représentants des services concernés y compris la communication/ 1/ Identifier les atouts, faiblesses, opportunités et risques liés à la création d'une application citoyenne de ce type 2/ Réaliser un diagnostic des besoins des services techniques 3/ Concevoir les principales fonctionnalités de l'application et son champ d'action thématique et clarifier les conditions de sa mise en œuvre 4/ Rédiger un cahier des charges 5/ Lancer un appel d'offre et sélectionner un prestataire de développement 6/ Tester l'application sur un domaine spécifique (mobilier urbain, voirie, aménagement d'espace, loisirs et culture) 7/ Définir la stratégie de communication pour diffuser l'application
Prérequis de l'action	Segmenter efficacement et rigoureusement le cadre des éléments à signaler pour éviter les abus d'usages. S'assurer de ne pas créer une surcharge de travail des services techniques des communes ou de la collectivité au-delà du traitement des données brutes recueillies par un animateur / modérateur.
Modalités de mise en œuvre	Aucun anonymat ne doit être intégré à l'application afin d'éviter les abus et contournements d'usage. Le citoyen doit être tenu informé de l'issue immédiate de sa déclaration, et aussi donnée à plus long terme. Les déclarations des citoyens pourront porter sur les thèmes suivants : - Aménagement de l'espace communautaire - Développement économique - Transition énergétique et gestion des ressources naturelles - Mobilité des citoyens - Développement du tourisme sur le territoire - Accès aux services culturels et aux activités sportives et de loisirs
Sources possibles de financement et première enveloppe budgétaire	Modèle économique : Mutualisation du coût de développement et de gestion Partenaires financiers : CCVH, communes, Région/UE (FEDER) Enveloppe budgétaire : [35 - 45 K EUR] comprenant le développement de l'application, sa publication et sa maintenance
Lien avec une autre action	L'application pourrait être l'objet d'une promotion à la Galerie Digitale

●●● Evaluation ex ante – Actions pilotes : *S'engager dans l'ère de la communication digitale*

Action 3	Concevoir un portail petite enfance afin d'accompagner les parents dans leurs recherches de mode d'accueil pour leurs jeunes enfants (outil du guichet unique)
Objectifs de l'action	Permettre aux parents d'accéder à un service de mise en relation direct avec les multi accueil, les micro crèches, les assistants maternels au travers d'un portail web responsive et d'une application mobile, tout en sécurisant leur relation grâce à l'appui du RAM et de la direction du service petite enfance.
Cibles de l'action	Les parents d'enfant(s) en bas âge qui recherchent un mode d'accueil, qu'il soit collectif ou individuel. Les assistants maternels qui souhaitent développer / optimiser leur activité. Les agents du RAM qui sécurisent la relation entre les parents et les assistants maternels.
Valeur ajoutée de l'action	Pour les parents : accélérer et faciliter l'identification et la prise de contact avec les multi accueils et AM disponibles, et leur permettre de mieux appréhender les différents modes d'accueils existants. Pour les AM : leur permettre de gérer leur profil et d'afficher leur disponibilités en temps réel. Pour la CCVH / Service de la Petite Enfance / RAM : améliorer l'efficacité et la fluidité du service en place, réaliser des gains de productivité ré affectable. Pour la CAF : optimiser l'activité des AM, et des multi-accueils, voire proposer l'expérimentation d'un dispositif qui pourrait être généralisé au Département. Pour la PMI : améliorer l'encadrement et l'accompagnement des AM.
Porteur de l'action	CCVH / Service de la petite enfance / RAM
Partenaires de l'action	CAF / DPMIS
Calendrier / phasage de l'action	14 à 20 mois pourraient être nécessaire (concertation incluse) pour mettre en place cette action. 0/ Poursuite du groupe de travail dès à présent 1/ Rendez-vous avec les acteurs institutionnels (CAF) RV du 07-06-2017 2/ Dimensionnement du produit et Réflexion à la nouvelle organisation au sein des services (automne 2017) 3/ Réalisation du cahier des charges de l'application / fonctionnalités de l'application et validation par le service des marchés (hiver 2017-18) 4/ Lancement de la consultation et Sélection du candidat (printemps 2018) 5/ Développement de l'application et tests avec des AM (été 2018) 6/ Test grandeur nature et Lancement de l'application (automne 2018)
Prérequis de l'action	<ul style="list-style-type: none"> - S'assurer que cette initiative est conforme à la réglementation et en phase avec les objectifs de la CAF et de la DPMIS. - Identifier les sources de financement. - Réaliser un inventaire des applications existantes et des prestataires de développement potentiels. - Former les AM de même que les impliquer dans la phase de conception / tests. -Maintenir, sinon renforcer, la présence du RAM dans le processus de mise en relation et notamment la signature du contrat entre les parents et l'AM -S'assurer de la mise en place possible d'un portail commun RAM/Multi-accueils, afin d'avoir une visibilité en temps réel des places disponibles
Modalités de mise en œuvre	Une application sur mobile reste une priorité mais elle doit également pouvoir être accessible via un ordinateur personnel. Les messages de mise en relation doivent être gérer de plusieurs façons afin de se rendre accessibles du plus grand nombre : email, texto. L'application doit préserver l'équité d'information prônée par le RAM et la CAF (transmission des coordonnées de toutes les AM du territoire) 1 interlocuteur unique pour les familles, les structures et les partenaires institutionnels = 1 agent
Sources possibles de financement et première enveloppe budgétaire	Modèle économique : Mutualisation des coûts de développement et de gestion. Partenaires financiers : CCVH, CAF, Département. Enveloppe budgétaire : [35 – 45 K EUR] comprenant le développement de l'application, sa publication et sa maintenance.
Lien avec une autre action	L'application pourrait être l'objet d'une promotion à la Galerie Digitale



Evaluation ex ante – Actions pilotes : *Renforcer la localisation de l'activité grâce au numérique*





Evaluation ex ante – Actions pilotes : *Renforcer la localisation de l'activité grâce au numérique*

Action 4	Créer un tiers-lieu d'accueil et de représentation du numérique sur le territoire pour le grand public – La Galerie Digitale
Objectifs de l'action	<p>Cette action s'inscrit dans un contexte où l'agence de développement économique du Pays développe le projet de la Maison des entreprises en adossant à la pépinière d'entreprises, un espace de mutualisation de matériel technologique et un espace de coworking. De plus, d'autres espaces dédiés aux indépendants, aux télétravailleurs et aux professionnels existent (le « Plan B » à Montpeyroux) ou sont en projet (espace de télétravail à Gignac). Dans ce contexte, la CCVH a deux objectifs : 1/ mettre en réseau l'offre de lieux d'accueil existante 2/ compléter l'offre avec par la création d'un lieu tiers dédié aux citoyens et aux professionnels</p> <p>Ce lieu doit être un espace multifonctions, ouvert, dédié au numérique dans ses dimensions technologique, artistique, d'usages et de services aux citoyens. Il doit informer les citoyens et les professionnels, les orienter en fonction de leurs besoins ou envie à l'égard des technologies et des services rendus par le numérique.</p>
Cibles de l'action	Les citoyens et les professionnels
Valeur ajoutée de l'action	<p>Cet espace connecté porte plusieurs fonctions :</p> <ul style="list-style-type: none">• Lieu de médiation• Hébergement d'un Fab. Lab. (fabrication à partir des outils numériques, notamment imprimante 3D)• Hébergement d'un Living Lab. (gestion de l'énergie, services aux citoyens, vitiviniculture)• Résidence d'artistes et lieux d'expositions artistiques, une galerie• Lieu d'exposition et de démonstration des technologies du moment (VR, AR, MR, hologramme)• Lieux d'information sur les formations au numérique et les initiatives dans le domaine sur le territoire• Lieu de formation rapide aux premiers usages numériques (la prise en main du smartphone, du PC) en mode Apple Store, MOOC• Lieu de conférences et de workshop dédiés au grand public• Lieu de rencontre convivial pour réseauter, boire un café• Studio d'enregistrement sonore et audiovisuel, salle verte• Lieu de présentation des services numériques de la CCVH (présentation du service gestion des déchets par le numérique, du service de gestion de l'eau par le numérique, service de mise en relation des parents avec les assistantes maternelles, l'application participative citoyenne...)• Une itinérance peut également être envisagée.
Porteur de l'action	CCVH
Partenaires de l'action	Commune de Gignac, Pays, Région Occitanie
Calendrier / phasage de l'action	2018-2019 1/ Calibrer le projet 2/ Evaluer le niveau d'investissement 3/ Evaluer les modes de financement 4/ Valider l'investissement 5/ Trouver un lieu emblématique 6/ Travailler à la faisabilité technique des services 7/ Préparer une feuille de route de déploiement 8/ Déployer
Prérequis de l'action	Valider l'intégration possible du « Techlab » qui cherche à se localiser sur le territoire. Valider la volonté politique de déployer un tiers-lieu à la dimension de la CCVH dont le modèle économique demeure à réfléchir. Identifier un lieu fréquenté par le public ou qui sera amené à l'être : Cosmo est mentionné comme un lieu idéal pour cet espace d'un nouveau genre.
Modalités de mise en œuvre	Pour chaque service porté par le tiers-lieu et listé ci-dessus, identifier un partenaire en mesure de l'opérer. La collectivité doit pour autant mobiliser des ressources pour animer cet espace. Il s'agit clairement d'affecter ou de réaffecter 1-2 équivalent temps plein à cet espace.
Sources possibles de financement et première enveloppe budgétaire	Modèle économique : Co-financement et intégration du projet dans le projet de réseau de tiers lieux. Partenaires financiers : CCVH, Région (AMI Tiers Lieux, AAP Fab Lab), Région/UE (FEDER), CDC, Pays (LEADER). Enveloppe budgétaire : [45 K EUR] pour un ETP + [50 – 60 K EUR] de loyer + [10 K EUR] coûts de fonctionnement et d'animation + [30 – 50 K EUR] d'investissement en équipements. Aménagement des locaux non estimé à ce stade.
Lien avec une autre action	Les autres actions et orientations devront être l'objet d'une information au sein même de ce tiers-lieu



Evaluation ex ante – Actions pilotes : *Renforcer la localisation de l'activité grâce au numérique*

Action 5	Proposer une aide intercommunale aux espaces de travail collaboratif
Objectifs de l'action	<p>L'économie collaborative se développe dans tous les secteurs d'activité :</p> <p>1/ Logement : location entre particuliers, colocation, échange d'appartement, habitat participatif 2/ Transport : location de véhicules entre particuliers, échange ou revente de billets de transport, covoiturage, livraison collaborative, voiture de tourisme avec chauffeur (VTC) 3/ Alimentation : groupements de consommateurs, associations pour le maintien d'une agriculture paysanne (AMAP), co-restauration 4/ Équipement divers : vente ou achat de matériel d'occasion, don, prêt, échange ou location de matériel ou appareil 5/ Habillement : location, don, troc, revente/achat de vêtements 6/ Services d'aide entre particuliers : courses, bricolage, gardiennage, soins aux animaux 7/ Culture, enseignement : cours en ligne, soutien scolaire, etc.</p> <p>Au-delà d'une duplication des services (entre le service physique et le service désintermédié et dématérialisé), le travail et plus exactement l'espace de travail, ne fait pas exception. Les espaces de coworking connaissent un engouement sans précédent. Début 2016, la France en comptait 250 à 360 dont sans doute une bonne moitié en Ile-de-France.</p> <p>Dans une zone rurale, les espaces de coworking sont une réponse à un besoin logistique, technique et social. Le but de cette action serait d'encourager la création d'espaces sur le territoire et d'encourager leur maillage dans le but de créer un réseau d'espaces.</p> <p>Plusieurs lieux de coworking existent sur le territoire de la CCVH ou du Pays. Il seraient la base de ce maillage. L'aide va consister à soutenir les communes de la CCVH qui souhaitent créer un espace collectif de ce type.</p> <p>https://start.lesechos.fr/actu-entreprises/services/etat-des-lieux-du-coworking-en-france-en-13-graphs-6190.php</p>
Cibles de l'action	<p>Les travailleurs indépendants sont les premiers visés par cette action. Les métiers du graphisme et de l'illustration, du design, du conseil, de la programmation informatique ou de la communication sont en premier lieu concernés par cette actions. Il peut d'ailleurs se dégager des spécialités sur le territoire.</p>
Valeur ajoutée de l'action	<p>Les lieux de coworking, mettent au cœur de leurs principes de fonctionnement, la collaboration, la participation, l'échange. A cet égard, il est important de proposer dans ces lieux, des espaces partagés, des espaces privatifs ouverts et fermés pour répondre à tous les besoins. Il n'est pas rare de voir les lieux de coworking investir des lofts et être aménagés uniquement avec des parois de verre, plus conviviales.</p> <p>Au-delà d'offrir un poste de travail connecté (loué au jour, à la semaine ou au mois), ces lieux permettent aussi de partager des équipements (imprimantes, imprimantes 3D, salle de visio-conférence, studio ...) et des services à mutualiser à l'échelle de la CCVH (prise de rendez-vous, standard téléphonique, facturation...).</p> <p>La valeur ajoutée des espaces de coworking réside dans la possibilité des coworkers à faire naître des collaborations et des nouveaux projets.</p>
Porteur de l'action	CCVH
Partenaires de l'action	Clusters locaux
Calendrier / phasage de l'action	Une opération de ce type peut être lancée à très court terme, dès la fin de 2017. Des espace pourraient ouvrir dès le second semestre 2018 si des locaux sont d'ores et déjà disponibles dans les communes candidates.
Prérequis de l'action	Une communication efficace sur le projet dans les communes et auprès des professionnels. Un besoin exprimé par les professionnels et quantifiable .
Modalités de mise en œuvre	0/ Mettre en place un label d'espaces de coworking sur le territoire (une identité visuelle et une gamme de services) 1/ Lancer un appel à manifestation dans les communes de la CCVH auprès des travailleurs indépendants relayé par la CCVH 2/ Inventorier les communes intéressées 3/ Aider les communes à évaluer la faisabilité de créer un espace avec les candidats au coworking 4/ Dimensionner l'espace et les services 5/ Prendre une décision (Go / No Go).
Sources possibles de financement et première enveloppe budgétaire	Modèle économique : location des espaces au jour, à la semaine et au mois et selon accès souhaité aux services additionnels. Partenaires financiers : CCVH, communes Enveloppe budgétaire : pour 1 EUR injecté dans le projet par une commune, la CCVH peut injecter 1 EUR. Budget intercommunale de 18 – 20 K EUR.
Lien avec une autre action	Lien avec la Galerie Digitale qui pourrait / devrait accueillir un espace de coworking.

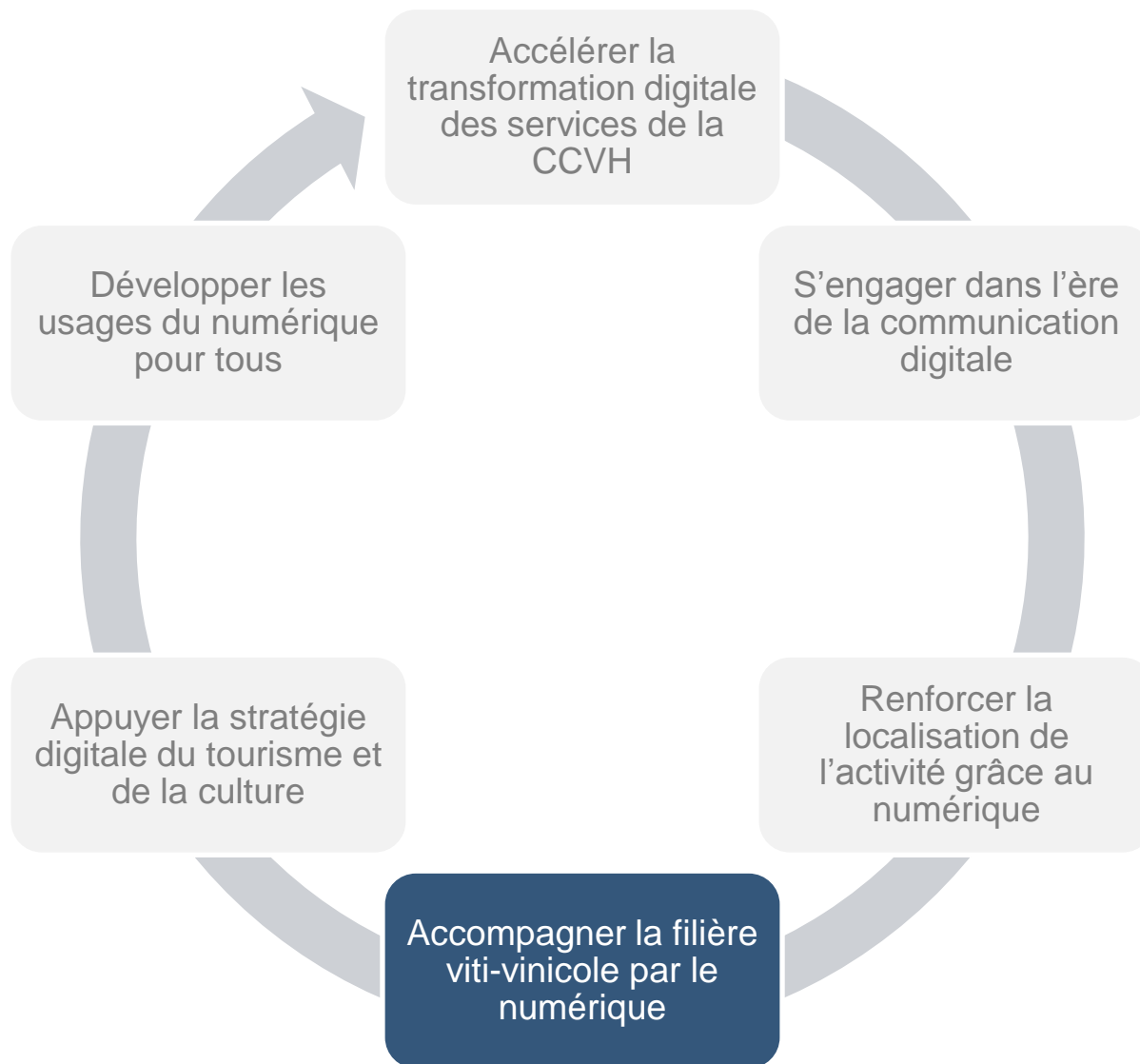


Evaluation ex ante – Actions pilotes : *Renforcer la localisation de l'activité grâce au numérique*

Action 6	Porter un projet de déploiement et d'exploitation de capteurs Beacons dans une zone d'activité économique
Objectifs de l'action	<p>Le Beacon est un petit boîtier basé sur la technologie Bluetooth Low Energy, qui permet la géolocalisation indoor et outdoor. Des balises émettent à intervalle régulier un message interprété par un terminal récepteur (tablette, smartphone, ordinateur) et permettant de définir une distance. Cette action pilote consiste à déployer un réseau de capteurs Beacons sur la zone d'activité Cosmo de Gignac. La collectivité devra assumer l'investissement dans le réseau et pourra déléguer son exploitation à un tiers. Celui-ci devra démarcher les commerçants de Cosmo pour les encourager à faire développer une application à l'image de leur enseigne. Cette application permettra d'adresser des promotions aux chaland qui évoluent dans la zone d'activité dans le but de les faire entrer dans leur magasin. De plus, ces capteurs sont des outils marketing. Ils permettent de gérer les cartes de fidélité, de solliciter un vendeur dans un grand magasin... Ils permettent de suivre l'évolution d'un client dans les linéaires d'un magasin et informent donc sur leur comportement face aux produits et face au parcours dessiné dans le magasin.</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=p7XuAMLQLKg https://fr.slideshare.net/Bealder/bealder-workshop? https://fr.slideshare.net/Digitas_fr/marketing-instore-via-la-microlocalisation-focus-sur-le-phnomne-beacon</p>
Cibles de l'action	<p>La cible finale est le client des commerces de la zone d'activité Cosmo. Il est entendu que les fonctionnalités de l'application des enseignes de la zone seront fonction de la nature du commerce. A cet égard, la cible pourra être très variée.</p>
Valeur ajoutée de l'action	<p>Les Beacons visent principalement des clients potentiels localisés à proximité de l'enseigne commerciale. Ils créent une opportunité commerciale en envoyant un message contextualisé et ciblé (souvent une promotion) à un chaland. Ils peuvent également créer une interactivité, qui peut être utilisée de façon ludique par les commerçants. (jeux concours). Il conviendra d'être vigilant sur le caractère intrusif que peuvent revêtir les capteurs pour les consommateurs. Le commerçant devra être informé et conscient de ces risques et veiller à adapter à sa clientèle les fonctionnalités de l'application qui lui sera proposée par le délégataire ou le partenaire de ce dernier.</p>
Porteur de l'action	<p>La CCVH prend en charge le déploiement du réseau et confie son exploitation à un délégataire. Celui-ci devra assumer l'exploitation du réseau et prendre en charge les relations avec les commerçants et assumer également l'exploitation de la plate-forme logicielle.</p>
Partenaires de l'action	<p>CCI</p>
Calendrier / phasage de l'action	<p>Il faut prévoir un planning autour de 18 mois entre l'étude de faisabilité et le démarrage de l'exploitation.</p>
Prérequis de l'action	<p>Atteindre la taille critique en nombre de commerçants intéressés par cette opération.</p>
Modalités de mise en œuvre	<ol style="list-style-type: none"> 0/ Réaliser une pré étude de faisabilité technique chiffrée pour la mise en place du réseau et son exploitation. 1/ Mesurer l'intérêt des commerçants pour ce projet et les engager avec les partenaires pressentis dans l'opération. 2/ Passation du marché pour la délégation d'exploitation du réseau. 3/ Déploiement du réseau. 4/ Développement des applications.
Sources possibles de financement et première enveloppe budgétaire	<p>Modèle économique : DSP Partenaires financiers : CCI, CCVH, Communes. Enveloppe budgétaire : Coût de déploiement NC, coût d'exploitation NC, entre 15 et 50 EUR par Beacon pour une portée de 30 à 100 mètres. Le coût du réseau dépendra de la surface de la zone à couvrir. Budget de 30 – 35 K EUR.</p>
Lien avec une autre action	<p>Lien avec la Galerie Digitale qui pourrait être localisée dans la zone Cosmo.</p>



Evaluation ex ante – Actions pilotes : *Accompagner la filière viti-vinicole par le numérique*



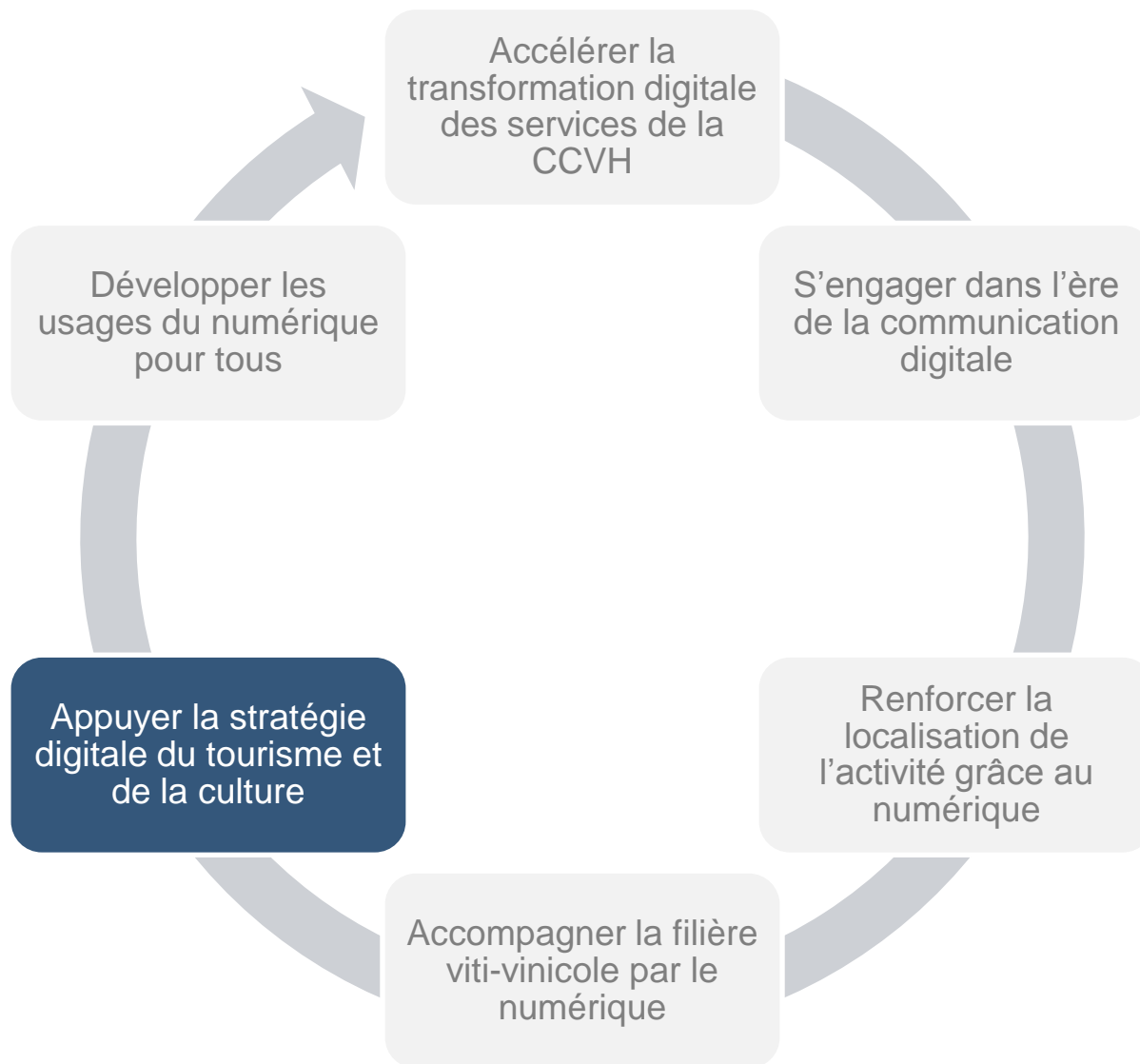


Evaluation ex ante – Actions pilotes : *Accompagner la filière viti-vinicole par le numérique*

Action 7	Accompagner les acteurs de la filière vitivinicole dans la transition numérique
Objectifs de l'action	Former les acteurs professionnels de la filière aux usages numériques, particulièrement sur - de l'initiation à l'usage des outils numériques (smartphone, PC, outils de communication, réseaux sociaux...) - du perfectionnement et notamment dans la stratégie de communication et marketing des acteurs de la filière.
Cibles de l'action	Les professionnels peu sensibilisés aux outils numériques et qui manifestent un besoin en la matière. Les professionnels pro actifs qui souhaite davantage investir dans la stratégie de communication et de marketing numérique.
Valeur ajoutée de l'action	Permettre aux professionnels volontaires d'être accompagnés dans la transition numérique de leurs métiers. Accompagner les plus actifs et intéressés vers l'oenotourisme qui s'appuie sur une communication principalement fondée sur le web marketing.
Porteur de l'action	CCVH
Partenaires de l'action	Chambre d'Agriculture, Vinseo, le Pays Cœur d'Hérault, l'ADT, l'OT...
Calendrier / phasage de l'action	Au moins 16 mois sont nécessaires pour déployer cette action. 1/ Identifier et quantifier les besoins en matière d'initiation et de perfectionnement des professionnels. 2/ Identifier des partenaires de formation et de financement. 3/ Analyser les modalités de financement du programme de formation. 4/ Monter un programme de formation d'initiation avec le soutien de professionnels de la formation. 5/ Monter un programme d'expertise de la stratégie de communication et marketing. 6/ Monter un programme de formation au perfectionnement des outils numériques pour la communication et le marketing. 7/ Faire la promotion de l'opération courant 2018.
Prérequis de l'action	Le diagnostic des besoins avec le concours de la filière.
Modalités de mise en œuvre	Les acteurs les plus avancés dans leur usages des outils numériques pourront adopter un cahier des charges (qualitatif) les positionnant comme acteurs prenant part au programme d'oenotourisme.
Sources possibles de financement et première enveloppe budgétaire	Modèle économique : Co-financement avec les organismes paritaires de formation professionnelles Partenaires financiers : MSA, VIVEA, Chambre d'Agriculture, Région/UE (FEDER-FSE-FEADER), Pays (LEADER) Enveloppe budgétaire : [30 K EUR - 40 K EUR] en fonction du nombre de participants (hypothèse de 30 professionnels dont 10 appuis individuels)
Lien avec une autre action	Cette formation pourrait être l'objet d'une promotion à la Galerie Digitale. La professionnalisation de la filière par le numérique peut conduire ses ressortissants à élargir le champ de leurs compétences en direction de l'oenotourisme avec le concours du Pays et de la marque Vignobles et Découvertes. Une étude sur l'identité du terroir viticole a été commanditée par le Pays et pourra donner lieu à un cahier des charges à partager dans la filière pour homogénéiser des éléments de communication.



Evaluation ex ante – Actions pilotes : *Appuyer la stratégie digitale du tourisme et de la culture*

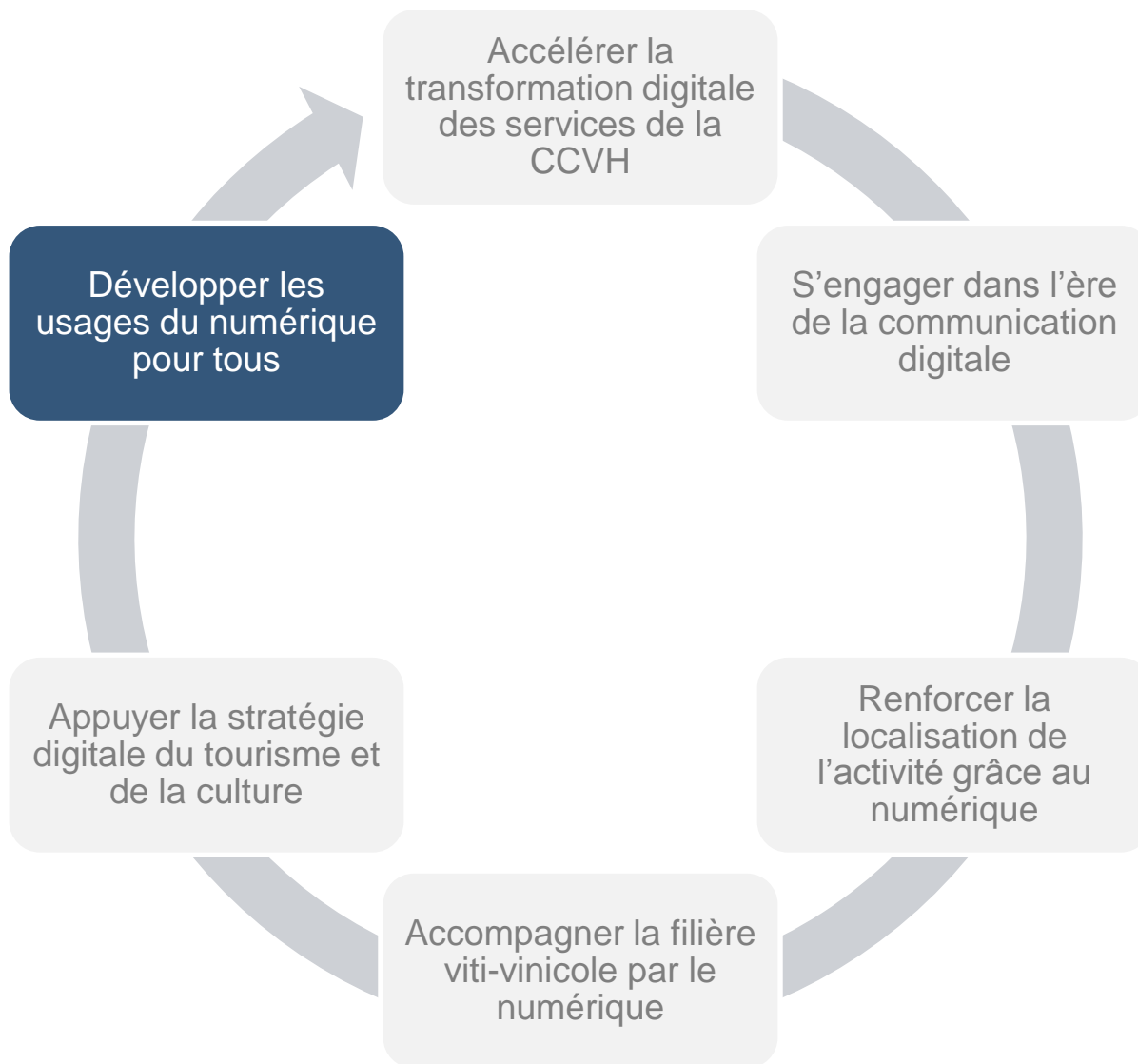




Evaluation ex ante – Actions pilotes : *Appuyer la stratégie digitale du tourisme et de la culture*

Action 8	Développer un parcours d'expériences en réalité augmentée sur des sites remarquables du territoire
Objectifs de l'action	Valoriser le patrimoine touristique remarquable du territoire en utilisant les technologies numériques de traitement d'images (réalité augmentée, réalité virtuelle, mapping, vidéo 360°, projection holographiques...). Créer des attractions autour des lieux patrimoniaux pour en accroître l'attrait culturel et la fréquentation. De façon opérationnelle, il s'agit de créer un parcours d'attractions à base de réalité augmentée dans un premier temps, sur le territoire de la CCVH. La première attraction doit être considérée comme une expérimentation susceptible de se déployer sur les autres sites patrimoniaux et touristiques de la CCVH et également du pays.
Cibles de l'action	Les touristes résidents Les touristes en transit Les citoyens
Valeur ajoutée de l'action	Travailler l'identité numérique du territoire pour lui donner une dimension innovante. Développer l'attractivité du territoire en vue d'accroître sa fréquentation touristique. Utiliser des technologies encore peu exploitées aujourd'hui dans une perspective touristique. Créer un parcours sur le territoire exploitant les technologies de traitement de l'image numérique et principalement l'AR; avec sur chaque site, une expérience immersive qui peut être proposée (RA, VR, Vidéo 360°, technologie holographique, mapping...). Utiliser le smartphone comme support.
Porteur de l'action	CCVH, qui investit dans les équipements et confie la gestion à l'OT et/ou au service culturel. La CCVH peut expérimenter une première action de parcours qui peut être adoptée par les autres intercommunalités du Pays.
Partenaires de l'action	Communes, ADT (ingénierie), CRT, le Pays (financement leader), Département
Calendrier / phasage de l'action	Une action de ce type implique 12 à 15 mois (discussions sur le choix des sites à sélectionner comprises) 0/ Choisir un lieu test (Le Pont du Diable par exemple) et une technologie peu coûteuse (RA) pour une expérience d'une 10aine de minutes au plus. 1/ Concevoir les principales fonctionnalités de l'application et son champ d'actions thématique 2/ Rédiger un cahier des charges 3/ Lancer un AO et sélectionner un prestataire de développement 4/ Tester l'application 5/ Définir la stratégie de communication pour diffuser l'application 6/ Déploiement de l'application été 2018 si l'expérience développée n'excède pas 10 mn 7/ Mesurer l'impact en terme d'audience
Prérequis de l'action	Garantir la couverture par le réseau mobile du lieux remarquable et éventuellement faire coïncider cette action avec celle qui consiste à mailler le territoire avec des bornes Wi-Fi.
Modalités de mise en œuvre	Cette action porte sur le premier site objet d'une attraction en réalité augmentée. Il conviendra de définir un parcours sur le territoire et éventuellement hors de la CCVH et d'identifier quelle technologie est la plus adaptée pour valoriser le site patrimonial et optimiser l'expérience utilisateur. L'échelle du Pays est importante dans la perspective de concevoir un parcours. La réalité virtuelle peut-être parfois justifiée dans certaines circonstance (évolution d'un bâtiment au fil du temps, pouvoir narratif d'un site...) comme la projection d'images de synthèse sur une façade.
Sources possibles de financement et première enveloppe budgétaire	Modèle économique : Engagement de dépenses de la part de la CCVH pour une première expérimentation. Partenaires financiers : CCVH, Communes, Pays (LEADER), Région/UE (FEDER), Région (AAP « Readynov-Tourisme ») Enveloppe budgétaire : [15 K EUR – 20 K EUR] comprenant le développement de l'application, sa publication et sa maintenance.
Lien avec une autre action	Ce parcours pourrait être l'objet d'une promotion à la Galerie Digitale comme dans les OT du Pays

●●● Evaluation ex ante – Actions pilotes : *Développer les usages du numérique pour tous*



●●● Evaluation ex ante – Actions pilotes : *Développer les usages du numérique pour tous*

Action 9	Former les citoyens aux usages du numérique
Objectifs de l'action	Concilier 3 priorités qui poursuivent l'objectif de rendre accessible le numérique au plus grand nombre : - Former les agents et professionnels des services publics aux usages des outils numériques (relation aux usagers, communication...) - Former les citoyens aux usages du numérique sur les terminaux fixes et mobiles (lieux fixes et itinérance) - Constituer et animer un réseau de lieux de proximité équipés en numérique (bibliothèques...) ouverts à tous les citoyens
Cibles de l'action	Les citoyens victimes de la fracture numérique Les professionnels des services publics de la CCH intéressés par les usages des outils numériques Les bénévoles des services ouverts aux publics sur le territoire
Valeur ajoutée de l'action	Mailler le territoire avec des lieux d'accueil de formation, et qui sont également des lieux de vie et d'échanges : bibliothèques / médiathèques, Lycée agricole, foyers ruraux, associations, mairies, ADMR...
Porteur de l'action	CCVH
Partenaires de l'action	Le Lycée Agricole qui est candidat à l'organisation de formations dans son établissement Autres réseaux de proximité sur le territoire
Calendrier / phasage de l'action	12 à 15 mois devraient suffire pour monter cette opération. 0/ Rechercher des opportunités de financement 1/ Réaliser un diagnostic du maillage de lieux sachant que chaque commune du territoire doit pouvoir être représentée 2/ Réaliser un diagnostic des équipements numériques existants dans ces lieux, pour estimer le coût éventuel de mise à niveau 3/ Réaliser un diagnostic des besoins de formation et d'information des professionnels et bénévoles dans ces lieux 4/ Définir un programme de formations pour la population et les professionnels/bénévoles 5/ Recruter un animateur numérique / formateur 6/ Réaliser les investissements en équipement 7/ Lancer le programme de formation 8/ Intégrer la réflexion liée à l'itinérance 9/ Travailler l'identité de ce réseau
Prérequis de l'action	Il y a des enjeux économiques importants dans cette action qui impliquent une décision politique initiale.
Modalités de mise en œuvre	Maintenir le groupe de travail qui s'est constitué pour l'occasion des ateliers et éventuellement l'ouvrir à d'autres partenaires potentiels.
Sources possibles de financement et première enveloppe budgétaire	Modèle économique : La mixité des publics concernés peut permettre d'élargir les sources de financement et d'imaginer des subventions croisées. Partenaires financiers : CCVH, Région/UE (FEDER-FSE), CDC, Académie, Ministère de l'Agriculture, Département (Médiathèque départementale), CAF, CNFPT, OPCA (selon les branches des entreprises)... Enveloppe budgétaire : [10 K EUR - 20 K EUR] de coûts pédagogiques + [15 K EUR - 25 K EUR] d'équipements informatiques + [15 EUR - 20 K EUR] d'animation et de communication dont ¼ ETP
Lien avec une autre action	La formation pourrait être l'objet d'une promotion à la Galerie Digitale

●●● Evaluation ex ante – Actions pilotes : *Développer les usages du numérique pour tous*

Action 10	Editer une boîte à idée numérique, citoyenne et collaborative
Objectifs de l'action	<p>La CCVH pourrait créer un boîte à idée digitale accessible sur un site web indépendant (du site de la CCVH) ou une application indépendante disponible sur ordinateur, smartphone ou tablette et sur les terminaux positionnés à proximité des accès WI-FI gratuits. Cette initiative a vocation à recueillir les bonnes idées des habitants en matière d'animation culturelle, sociale.</p> <p>Il s'agirait de s'adresser à un public plutôt jeune qui aujourd'hui est assez peu enclin à prendre part à la vie de la collectivité. Cette initiative associerait également les citoyens qui ont pris la mesure des outils numériques par ailleurs et qui s'approprieraient celui-ci pour contribuer davantage à la vie de la collectivité.</p> <p>Dans sa version mobile, cette action devrait prendre la forme d'une application la plus simple possible pour permettre aux personnes non initiées ou peu initiées de poster ou publier une idée.</p> <p>La ligne éditoriale demeure à réfléchir. Plusieurs options complémentaires au simple envoi d'idée pourraient compléter l'action : on pourrait publier les idées (sous modération), faire voter les citoyens en ligne pour élire la meilleure idée... de même, on peut ajouter une option pétition, plus revendicative ou envisager une approche plus interactive en permettant le débat.</p> <p>Cette action à une dimension locale puisqu'on s'attend à ce que les citoyens postent des idées qui concernent leur commune d'habitation. L'investissement et les coûts d'exploitation inhérents à la mise en œuvre de cette action impose une mutualisation au niveau de l'intercommunalité. Au-delà des aspects économiques, l'intérêt de la mutualisation est d'agrèger des idées au niveau de l'intercommunalité et de faire « redescendre » au niveau communale celles qui pourraient être concrétisées.</p>
Cibles de l'action	<p>Cette action cible les citoyens à un niveau local. Elle s'adresse à la fois aux citoyens actifs et non actifs dans la vie de la commune. Le numérique est ici un medium au service de l'expression revendicative ou des besoins des citoyens.</p>
Valeur ajoutée de l'action	<p>La valeur ajoutée de la boîte à idées repose sur sa capacité à fédérer les citoyens autour de sujets inclusifs. Elle porte in fine sur sa volonté de faire participer à la vie collective :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les publics déjà impliqués via les supports physiques traditionnels (affichage public, PQR) mais peut enclins à utiliser la voie électronique, - Les publics déjà impliqués via les support traditionnels et les supports électroniques, - Les publics peu ou pas impliqués via les supports traditionnels mais susceptible de plus s'impliquer grâce au support électronique,
Porteur de l'action	CCVH
Partenaires de l'action	Communes de la CCVH
Calendrier / phasage de l'action	<p>Un objectif calendaire à 12 mois est raisonnable pour mettre en place cette action.</p> <p>Une fois la décision prise, le phasage va consister en 0/ Rédiger le cahier des charges 1/ Publier l'AO et retenir un prestataire 2/ Implémenter la solution 3/ Lancer une campagne de communication intercommunale 4/ Lancer officiellement l'opération.</p>
Prérequis de l'action	L'adhésion des communes de la CCVH
Modalités de mise en œuvre	<p>Une initiative de ce type doit s'appuyer sur une communication importante sur le territoire. Une campagne d'affichage semble pertinente le moment venu en même temps que recourir aux outils électroniques de communication.</p>
Sources possibles de financement et première enveloppe budgétaire	<p>Modèle économique : l'investissement est consenti par la CCVH, les coûts d'exploitation sont assumés commune par commune.</p> <p>Partenaires financiers : Aucun a priori</p> <p>Enveloppe budgétaire : 25 – 30 K EUR. pour une application élaborée.</p>
Lien avec une autre action	En lien avec la Galerie Digitale

●●● Evaluation ex ante

Sources de financement repérées

●●● Evaluation ex ante

Estimation budget

Le consortium propose une première approche budgétaire qui fait apparaître une borne inférieure totale de 468 000 EUR comprenant le coût en investissement et en fonctionnement (dans la plupart des actions). Le budget reste à affiner.

Action	Libellé de l'action	Fourchette budgétaire
1	Mettre en place un système de gestion connectée de bout-en-bout des déchets (collecte, transport, exploitation)	100 – 150 K EUR
2	Créer et publier une application mobile CCVH permettant au citoyen de « pousser » de l'information en direction de la collectivité (prérogatives de l'intercommunalité et des communes)	35 – 45 K EUR
3	Concevoir un portail petite enfance afin d'accompagner les parents dans leurs recherches de mode d'accueil pour leurs jeunes enfants (outil du guichet unique)	35 – 45 K EUR
4	Créer un tiers-lieu d'accueil et de représentation du numérique sur le territoire pour le grand public – La Galerie Digitale	135 – 165 K EUR
5	Proposer une aides intercommunales aux espaces de travail collaboratif	18 – 20 K EUR
6	Porter un projet de déploiement et d'exploitation de capteurs Beacons dans une zone d'activité économique	35 – 45 K EUR
7	Accompagner les acteurs de la filière vitivinicole dans la transition numérique	30 – 40 K EUR
8	Développer un parcours d'expériences en réalité augmentée sur des sites remarquables du territoire	15 – 20 K EUR
9	Former les citoyens aux usages du numérique	40 – 65 K EUR
10	Editer une boîte à idée numérique, citoyenne et collaborative	25 – 30 K EUR
TOTAL		468 – 625 K EUR

Evaluation ex ante – Sources de financements repérées

Vue d'ensemble

