



STRATEGIE DIGITALE

VERSION 2.0

Une ambition commune visant à accentuer la transition numérique du territoire en développant un écosystème numérique local basé sur les usages, respectueux de l'Homme, de l'environnement et de l'intérêt général.

SOMMAIRE

PARTIE 1 | UNE AMBITION POUR LA TRANSITION NUMERIQUE DU TERRITOIRE

Représentations et orientations stratégiques	Page 2
Conditions de réussite	Pages 3
Un plan d'actions pour accompagner cette transition	Pages 4 à 6

PARTIE 2 | FICHES ACTIONS CLASSEES PAR ENJEUX ET OBJECTIFS

Actions 1 à 6 Enjeu 1 Développer l'attachement et l'envie d'appartenance au territoire Objectif 1 Animer un écosystème numérique durable	Pages 8 à 13
Actions 7 à 9 Enjeu 1 Développer l'attachement et l'envie d'appartenance au territoire Objectif 2 Faciliter la connaissance du territoire	Pages 14 à 16
Actions 10 à 15 Enjeu 2 Favoriser l'implication citoyenne Objectif 1 Intégrer la maîtrise d'usage dans tous les projets des collectivités	Pages 17 à 22
Actions 16 à 19 Enjeux transversaux	Pages 23 à 26

PARTIE 3 | ANNEXES

Annexe 1 : Verbatim des observations et entretiens préalables	Page 28
Annexe 2 : Etat des lieux de la stratégie Version 1.0	Pages 29 à 30
Annexe 3 : Méthodologie de travail	Page 31 à 32



UNE AMBITION POUR LA TRANSITION NUMERIQUE DU TERRITOIRE

Après quatre ans de déploiement, il est apparu pertinent de réinterroger la stratégie digitale à la lumière des évolutions législatives, technologiques et d'usage liées au numérique, mais aussi des évolutions de notre organisation interne et des attentes de la population. Il ne s'agit pas de la déclarer obsolète mais d'en vérifier son adaptabilité aux usages et sa cohérence pour l'avenir.

Afin d'évaluer à la fois l'opportunité et les conditions de sa redéfinition, la direction de la Prospective territoriale a organisé des ateliers d'intelligence collective favorisant la créativité, en vue de faire émerger des solutions innovantes. Ceux-ci ont eu lieu tant au niveau opérationnel (techniciens de la collectivité) que décisionnaire (Comité de pilotage).

Les propositions contenues dans ce document sont le fruit de ces travaux collectifs.

> QUELLES REPRESENTATIONS DU NUMERIQUE POUR LE TERRITOIRE ?

Le numérique a spontanément été associé à **l'inconnu** tout en soulignant le fait qu'il soit désormais **incontournable**. Ainsi la notion de **défi** s'est imposée, accentuée par l'ambivalence de son caractère à la fois **complexe** et **facilitant**.

Ces représentations ont mis en exergue la **réactivité**, la **variété** et le caractère **communiquant** des outils qui lui sont attachés sans occulter le **danger** qu'ils peuvent parfois représenter (données personnelles, fractures numériques...)

> ENJEUX, OBJECTIFS

Deux enjeux stratégiques ont été identifiés pour notre territoire aboutissant à la définition d'un plan d'actions organisées autour de **trois objectifs**.

Deux enjeux dans la continuité de la première stratégie :

- Développer l'attachement et l'envie d'appartenance au territoire
- Favoriser l'implication citoyenne

Trois objectifs complémentaires :

- Animer un écosystème numérique durable
- Faciliter la connaissance du territoire
- Développer la maîtrise d'usage dans tous les projets de nos collectivités

> CONDITIONS DE REUSSITE

Un écosystème numérique local

Dans un premier temps, il est apparu nécessaire de **donner du sens** aux actions liées au projet, notamment en facilitant l'affirmation d'une **identité du territoire intercommunal**.

A cet effet, le développement d'un **écosystème numérique local durable au service de tous les publics** est préconisé. La notion de service public territorial du numérique a également été évoquée. Une préoccupation qui fait écho aux valeurs affirmées dans le **projet de territoire** de notre agglomération.

Afin de répondre au mieux aux attentes, il est proposé de s'appuyer sur un **diagnostic territorial des usages, des besoins et des publics**. Compte tenu de la rapidité des évolutions des technologies et des usages, l'enquête l'@venir en 2.0, réalisée en août 2012, sera actualisée et enrichie.

Des valeurs pour animer la démarche

La démarche vise à placer l'humain au cœur de ce qu'il convient d'appeler la **transition numérique** de nos collectivités : « **Dématérialiser, oui, mais sans déshumaniser** ».

Les échanges ont également souligné que le numérique réinterrogeait, voire réinventait, à la fois :

- L'exercice de la démocratie locale
- L'exercice du service public local
- Notre façon de communiquer et d'interagir
- La notion d'appartenance au territoire

Cet écosystème sera ainsi animé par deux grandes valeurs : **neutralité et sincérité** dans un esprit de **co-construction** avec les publics, en **développant la maîtrise d'usage** dans les projets de la collectivité.

Le numérique interroge la notion d'intérêt général

Le rôle de cet écosystème est appréhendé comme **garant de** :

- L'accès à la technologie
- L'accès à de l'information et à des données fiables
- L'accès décentralisé aux services
- L'application et le rappel des règles.

L'affirmation de ces garanties fait, là aussi, écho aux préoccupations des élus soulevées dans le cadre de l'élaboration du **projet de territoire**.

Il a toutefois été souligné que si l'intégration du numérique dans nos collectivités est **irréversible**, y avoir recours ne doit, à ce jour, **pas être systématique, ni exclusif**, au risque d'accroître les fractures déjà existantes.

Des préoccupations transversales constantes

Parallèlement aux actions ciblées, le recours continu à l'**expérimentation**, la poursuite du travail de **veille** et d'**analyse des tendances** sont décisifs. S'il s'agit de conforter le travail d'accompagnement et d'acculturation des acteurs en interne, il s'agit également d'**adapter les usages et les outils aux publics**.

Dans cet état d'esprit, l'importance de **l'accompagnement et de la formation aux usages** tout au long du projet est mise en avant afin de ne pas créer de décalage avec la mise en œuvre des actions.

Enfin, il est relevé la nécessité de communiquer différemment en amplifiant les **échanges de proximité** et l'**interactivité** que le numérique accentue, notamment via les médias sociaux.

> UN PLAN D' ACTIONS AU PROFIT DE LA TRANSITION NUMERIQUE DU TERRITOIRE

19 actions (détail dans tableau ci-après) organisées autour de **préalables** (déploiement des infrastructures...), de la **poursuite d'actions engagées** (carte Grand Pass...), **d'actions structurantes** (réflexions croisées avec les schémas existants) et **d'idées nouvelles** impactant l'organisation (Open Data...) Notons ici que ces actions ne concernant pas spécifiquement le tourisme. Un axe fort lié au numérique est en effet déjà inclus dans la stratégie Grands Sites, en totale complémentarité avec la présente stratégie.

Les actions liées aux infrastructures et d'accompagnement s'imposent comme des priorités et des actions continues à mener en parallèle de celles liées aux usages. Les autres actions positionnent le numérique comme devant faire **partie intégrante des pratiques de nos collectivités** : schémas directeurs (Enseignement supérieur, recherche, innovation et vie étudiante, développement économique...), inclusion dans les services, maîtrise d'usage. Toutes accentuent la transformation du service rendu au public, de la relation à l'usager mais aussi celle de notre organisation ou encore de notre offre de formation. Plus largement, elles participent ainsi à la transformation de notre territoire dans le même esprit que les valeurs définies lors de la construction du projet de territoire : identité, attractivité, proximité, gouvernance nouvelle, efficacité et efficience des services.

Pour les actions identifiées comme moyennement, voire peu importantes ou peu urgentes, il est intéressant de noter qu'**aucune d'entre elles n'était inscrite dans la première version** de la stratégie digitale. Elles n'ont donc, à ce jour, pas bénéficié d'actions d'acculturation ou d'accompagnement spécifique.

Dans le contexte actuel de contraintes budgétaires, ces actions nouvelles peuvent paraître accessoires. Toutefois, **elles interrogent notre institution** sur sa capacité à se projeter sur de nouveaux champs liés au numérique et plus largement sur le champ de l'innovation. Un questionnement à trancher de manière plus globale, l'innovation pouvant être appréciée, en fonction des approches, comme un facteur d'évolution des ressources de nos collectivités.

Enjeux stratégiques	Objectifs opérationnels	Usages	Actions
Développer l'attachement et l'envie d'appartenance au territoire	Animer un écosystème numérique durable	Entreprendre, travailler, réseauter	Impulser la création de tiers lieux en harmonie avec les infrastructures existantes en périphérie et les spécificités territoriales
			Créer ou intégrer des outils collaboratifs (sites, guichet unique, médias sociaux...) pour valoriser l'action économique locale et faciliter la création, transmission, reprise d'entreprise
		Réaliser des démarches administratives	Dématérialiser la carte Grand Pass sur Internet et sur mobile afin qu'elle devienne l'identifiant unique au portail citoyen numérique du territoire regroupant les services, démarches administratives et données personnelles de façon sécurisée
		Payer, acheter	Etudier l'opportunité d'intégrer une solution de paiement ou de stockage billettique à la carte Grand Pass
			Développer une plateforme locale de e-commerce valorisant l'activité des commerçants, artisans, producteurs et services du territoire
	Consulter à distance	Intégrer cet usage dans les projets liés à la santé et à l'accès aux services publics de proximité : pôle santé, MSAP...	
	Faciliter la connaissance du territoire	Découvrir	Développer une carte Grand Pass « visiteur » afin de commercialiser des packs d'offres de découvertes du territoire (Culture, patrimoine, visites, sports, gastronomie, eau...)
		Informer, dialoguer	Développer une marque de territoire permettant de valoriser le territoire tel qu'il se vit, au-delà de la communication institutionnelle, en optimisant la présence de cette identité sur Internet quels que soient les outils.
		Jouer	Développer un (des) jeu(x), utilisant la réalité augmentée et la géolocalisation, grâce à un appel à projet basé sur les données libérées de nos collectivités (hackaton), dont le lauréat sera choisi par les habitants
	Favoriser l'implication citoyenne	Intégrer la maîtrise d'usage* dans tous les projets des collectivités	Apprendre, participer
Innover, étudier			Mettre en place un protocole et une organisation interne pour libérer les données publiques de façon pérenne
			Intégrer le numérique dans les formations du Schéma local d'enseignement supérieur
(se) Localiser			Créer et/ou abonder de façon collaborative des cartes interactives de localisation des équipements et services publics (conteneurs, équipements sportifs...)
Participer			Expérimenter la prise en compte de l'avis des citoyens dans les grands projets impactant le cadre de vie afin de favoriser l'adhésion à ces derniers, ce dès leur conception : choix du nom d'un équipement, de rues, de promenades...
	Mettre en place et animer des boîtes à idées numériques		

Enjeux stratégiques transversaux	Objectifs opérationnels	Usages	Actions
Réduire la fracture numérique liée aux usages	Accompagner les publics au maniement des outils	(Se) former	Accentuer la mise en place d'ateliers d'initiation en direction du grand public et de démonstrations lors de manifestations annuelles (Semaine de la mobilité, Lot of Saveurs, Fête d'Internet...)
			Inviter les agents à se former en valorisant régulièrement l'offre de formations du Cnfpt liée au numérique auprès des agents des collectivités. Inscrire ce domaine comme prioritaire dans le plan de formation des collectivités. Animer des séances d'acculturation et de partages d'expériences auprès des agents de nos collectivités.
Déployer les infrastructures nécessaires à l'évolution des usages	Assurer un accès pour tous au haut débit et aux réseaux mobiles	Accéder	Affirmer le positionnement politique de la collectivité et mettre en œuvre les moyens nécessaires afin d'influer auprès du Conseil départemental, en charge du schéma d'aménagement, et des opérateurs, en charge du déploiement des réseaux.
	Favoriser le stockage des données	Dématérialiser le stockage des données	Etudier l'opportunité d'accueillir un data center, respectueux de l'environnement, sur le territoire

**La maîtrise d'usage est un concept complémentaire aux notions de maîtrise d'ouvrage et de maîtrise d'œuvre visant à reconnaître l'expertise des habitants par les experts techniques. Apparu avec le développement du numérique et de l'Internet, elle met l'accent sur l'importance de la prise en compte des besoins comme des pratiques de l'utilisateur final. Ses principaux effets sont l'appropriation des projets par leurs usagers, la maîtrise du coût global par une meilleure définition des attentes et le rapprochement des habitants de la politique.*



FICHES

ACTIONS

NB : afin de définir des priorités aux actions ayant émergé des séances de créativité, le Comité de pilotage a travaillé non seulement sur la temporalité mais aussi sur le degré d'importance des actions proposées au regard des spécificités locales et des contraintes de nos collectivités.

Actions décisives à traiter le plus vite possible :

- Actions très importantes et très urgentes
- Actions très importantes et urgentes
- Actions importantes et très urgentes
- Actions importantes et urgentes

Actions réclamant de se révéler avec le temps, compte tenu de leur caractère innovant, ou inappropriées

- Actions moyennement importantes et moyennement urgentes
- Actions moyennement importantes et peu urgentes
- Actions peu importantes et moyennement urgentes
- Actions peu importantes et peu urgentes, voire inappropriées

ENJEU STRATEGIQUE 1 | DEVELOPPER L'ATTACHEMENT ET L'ENVIE D'APPARTENANCE AU TERRITOIRE**Objectif 1 | Animer un écosystème numérique durable**

Le déploiement de lieux susceptibles d'accueillir des télétravailleurs sur un territoire est facteur d'attractivité et participe à la résolution des problématiques de mobilité liés à l'emploi du conjoint.

Action 1 | Impulser la création de tiers lieux en harmonie avec les infrastructures existantes en périphérie et les spécificités territoriales.**Contexte**

Une commission télétravail régionale attachée à la Mêlée numérique travaille au recensement et à la mise en réseau des tiers lieux en Occitanie. Le Conseil départemental du Lot travaille à l'élaboration d'un maillage départemental des tiers-lieux. La thématique du télétravail est inscrite dans la V1 de la stratégie digitale et fait l'objet d'une fiche action dans l'Agenda 21.

En 2017, le Grand Cahors a par ailleurs mené une étude d'opportunité sur le sujet dans le cadre de l'élaboration de son Schéma de développement économique et touristique. Axée sur les usages et besoins, ses conclusions ont permis, à ce jour, d'affiner le positionnement de la collectivité qui s'axera, pour la durée du schéma, sur l'accompagnement des projets individuels et collectifs liés à cette thématique.

Usages associés

- Entreprendre
- Travailler
- Réseauter

Descriptif de l'action

Participer aux travaux du réseau régional et départemental

Réaliser une étude d'opportunité et de faisabilité sur le territoire intercommunal

Accompagner le déploiement et l'animation de tiers lieux, situés et dimensionnés en fonction des préconisations de l'étude d'opportunité, du maillage départemental et régional.

Maître d'ouvrage	Partenaires
Grand Cahors	Département du Lot Région Occitanie Association la Mêlée Numérique Communes du Grand Cahors Porteurs de projet
Coût – moyens financiers à mobiliser	Phasage – priorisation <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
A déterminer	

ENJEU STRATEGIQUE 1 | DEVELOPPER L'ATTACHEMENT ET L'ENVIE D'APPARTENANCE AU TERRITOIRE**Objectif 1 | Animer un écosystème numérique durable**

La mise en réseau des acteurs économiques du territoire est un facteur du dynamisme économique local. Sa transposition sur Internet via des outils collaboratifs renforce ce dynamisme et apporte une dimension complémentaire d'attractivité.

Action 2 | Inciter le tissu économique local à utiliser des outils collaboratifs.**Contexte**

Médias sociaux, guichets uniques, sites Internet mutualisés thématiques... se développent tant en direction des particuliers que des entreprises. Deux des objectifs de l'action 18 du projet de territoire sont de « faire émerger une culture entrepreneuriale par des dynamiques interentreprises et collaboratives (cluster...) » et « Renforcer les liens entre les entreprises et la collectivité ». Les outils cités précédemment peuvent compléter cette démarche. Dans cet esprit de réseau, l'élaboration multi-partenariale du schéma local de développement économique est actuellement à l'œuvre.

Usages associés

- Entreprendre
- Travailler
- Réseauter

Descriptif de l'action

Créer ou intégrer des outils collaboratifs existants (Médias sociaux, guichets uniques, sites Internet mutualisés thématiques) visant à valoriser l'action économique locale et faciliter la création, transmission, reprise d'entreprises et s'intégrant dans la dynamique du Schéma de développement économique.

Maître d'ouvrage	Partenaires
Grand Cahors	Cahors Sud Entreprises du territoire Consulaires
Coût – moyens financiers à mobiliser	Phasage - priorisation <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Temps agents Financement ponctuel d'investissement en fonction des outils choisis	

ENJEU STRATEGIQUE 1 | DEVELOPPER L'ATTACHEMENT ET L'ENVIE D'APPARTENANCE AU TERRITOIRE**Objectif 1 | Animer un écosystème numérique durable**

En axant la conception de ses outils numériques autour des besoins et des situations des usagers, quel que soit le canal (Internet, Smartphone, guichet, téléphonie...), la stratégie commune de la ville et de l'agglomération vise à offrir une image cohérente de l'administration et à ne pas faire subir à l'utilisateur la complexité de son organisation. La carte Grand Pass participe à cet effort de simplification et d'image. Intégrant des données personnelles et disposant d'un mécanisme d'identification des usagers, la collectivité est par ailleurs garante de la sécurité et de la circulation des données qu'elle récolte sous le contrôle de l'utilisateur.

Action 3 | Poursuivre et sécuriser l'évolution de la Carte Grand Pass**Contexte**

« Optimiser l'offre de services à travers la carte Grand Pass » est l'action 20 inscrite au projet de territoire 2015-2020. Dans le cadre de la V1 de la stratégie digitale, les objectifs de cette carte ont été redéfinis, le déploiement de services complémentaires impulsés et l'action a été labellisé Territoire Innovant au niveau national.

Lors de l'enquête sociologique menée en 2015, dans le cadre de l'élaboration du projet de territoire, 1 habitant sur 5 reconnaît cette carte comme vecteur de l'identité du Grand Cahors.

Usages associés

- Réaliser des démarches administratives

Descriptif de l'action

Simplifier les démarches administratives en faisant de la carte Grand Pass l'identifiant unique au portail citoyen numérique du territoire

Dématérialiser la carte Grand Pass sur Internet et sur mobile

Regrouper les services, démarches administratives et données personnelles des usagers de façon sécurisée.

Maître d'ouvrage	Partenaires
Grand Cahors	Réseau national des territoires innovants SGMAP
Coût – moyens financiers à mobiliser	Phasage – priorisation <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Marché en cours de renégociation	

ENJEU STRATEGIQUE 1 | DEVELOPPER L'ATTACHEMENT ET L'ENVIE D'APPARTENANCE AU TERRITOIRE**Objectif 1 | Animer un écosystème numérique durable**

Les cartes de stockage d'abonnements ou de tickets liées à l'exercice de service (transport...) ou d'activités (culturelles...) se développent. Elles visent à simplifier l'accès à ces derniers en stockant les données personnelles de l'utilisateur et les titres associés au service ou à l'activité.

Action 4 | Etudier l'opportunité d'intégrer une solution de paiement ou de stockage billettique à la carte Grand Pass**Contexte**

« Optimiser l'offre de services à travers la carte Grand Pass » est l'action 20 inscrite au projet de territoire 2015-2020. Dans le cadre de la V1 de la stratégie digitale, les objectifs de cette carte ont été redéfinis, le déploiement de services complémentaires impulsés et l'action a été labellisée Territoire Innovant au niveau national.

Lors de l'enquête sociologique menée en 2015, dans le cadre de l'élaboration du projet de territoire, 1 habitant sur 5 reconnaît cette carte comme vecteur de l'identité du Grand Cahors.

La carte Grand Pass permet aujourd'hui d'être reconnu comme habitant du territoire, et d'accéder à certains équipements (piscines, médiathèque...). Le paiement en ligne, voire dématérialisé, s'est par ailleurs démocratisé (utilisé par 78 % des personnes interrogées dans le cadre de l'enquête sur les usages et besoins liés au numérique réalisée en 2012).

Usages associés

- Payer
- Acheter
- Stocker

Descriptif de l'action

- Faire un choix entre une solution de paiement ou de stockage billettique intégré à la carte Grand Pass
- Dématérialiser les tickets d'accès ou abonnements aux services (transports, docks, théâtre...)
- Regrouper les services, démarches administratives et données personnelles des usagers de façon sécurisée.

Maître d'ouvrage	Partenaires
Grand Cahors & Ville de Cahors	Délégués de services publics
Coût – moyens financiers à mobiliser	Phasage – priorisation <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Marché en cours d'élaboration	

ENJEU STRATEGIQUE 1 | DEVELOPPER L'ATTACHEMENT ET L'ENVIE D'APPARTENANCE AU TERRITOIRE**Objectif 1 | Animer un écosystème numérique durable**

Les pratiques commerciales des leaders de la vente en ligne peuvent, localement, accentuer l'évasion commerciale. En forte croissance, l'e-commerce est aussi une opportunité à saisir pour le tissu économique local.

Action 5 | Faire du e-commerce une chance pour le tissu économique local**Contexte**

La création d'un Office de commerce, support d'une plateforme e-commerce, est inscrite au projet de territoire (action 4). Les plateformes multi-partenariales de services sont inscrites dans la V1 de la stratégie digitale commune de la Ville de Cahors et du Grand Cahors.

Par ailleurs, une étude commerciale est lancée en 2017 avec pour objectif de :

- réaliser un état des lieux du commerce en centre-ville de Cahors,
- créer un observatoire du commerce,
- anticiper et s'adapter aux nouvelles modalités du commerce local.

Usages associés

- Payer
- Acheter

Descriptif de l'action

Développer une plateforme locale de e-commerce valorisant l'activité des commerçants, artisans, producteurs et services du territoire.

Maître d'ouvrage	Partenaires
Office de Commerce	Collectivités, Chambres consulaires, associations de commerçants FISAC
Coût – moyens financiers à mobiliser	Phasage - priorisation <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
130 000 €	

ENJEU STRATEGIQUE 1 | DEVELOPPER L'ATTACHEMENT ET L'ENVIE D'APPARTENANCE AU TERRITOIRE**Objectif 1 | Animer un écosystème numérique durable**

En zone rurale l'accessibilité des services publics peut être renforcée grâce au numérique (rendez-vous à distance, formulaires en ligne...) voire pallier l'absence de services spécifiques liés à la désertification médicale (Consultations médicales à distance...) Il est toutefois important de noter, qu'au risque de renforcer la fracture numérique liée aux usages voire de dégrader le service rendu, ces outils ne doivent pas être envisagés comme des substituts.

Action 6 | Développer les consultations à distances**Contexte**

L'agglomération du Grand Cahors participe au schéma départemental d'accessibilité des services publics visant à l'implantation de MSAP. La collectivité étudie également l'opportunité de l'implantation d'un pôle santé urbain en cœur d'agglomération et la question de la mise en place d'un Contrat local de Santé se pose.

Usages associés

- Consulter à distance

Descriptif de l'action

Intégration, progressive et respectueuse des capacités individuelles, de l'usage « Consulter à distance » dans les projets liés à la santé et à l'accès aux services publics de proximité.

Maître d'ouvrage	Partenaires
Grand Cahors et/ou partenaires	Conseil départemental Agence régionale de santé
Coût – moyens financiers à mobiliser	Phasage – priorisation <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Temps agent hors infrastructures techniques	

ENJEU STRATEGIQUE 1 | DEVELOPPER L'ATTACHEMENT ET L'ENVIE D'APPARTENANCE AU TERRITOIRE**Objectif 2 | Faciliter la connaissance du territoire**

En France, de nombreux territoires développent des Pass tourisme. Ceux-ci permettent, la plupart du temps, de bénéficier de packs d'offres thématiques associés à des tarifs d'accès temporaires avantageux à des équipements. Ces Pass peuvent également inclure des titres de transport afin de faciliter les déplacements sur le territoire des visiteurs. Ils prennent, le plus souvent, la forme d'une carte de stockage billettique dématérialisée.

Action 7 | Etudier la mise en place d'une carte Grand Pass « Visiteur »**Contexte**

L'un des objectifs de la carte Grand Pass est de développer le sentiment d'appartenance au territoire. Au-delà des habitants permanents du territoire, cet objectif peut aussi être poursuivi en direction des habitants de passage.

Usages associés

- Découvrir

Descriptif de l'action

Etudier la mise en place d'une carte Grand Pass « visiteur » contenant des packs d'offre de découverte du territoire thématiques : culture, patrimoine, sports, gastronomie, eau, vin... Cette carte serait nominative et valable sur un temps limité (24h, 48h ou 72h par exemple).

Maître d'ouvrage	Partenaires
Grand Cahors (Etude) Office de tourisme (développement)	Prestataires touristiques, culturels, sportifs...
Coût – moyens financiers à mobiliser	Phasage - priorisation <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
A définir	

ENJEU STRATEGIQUE 1 | DEVELOPPER L'ATTACHEMENT ET L'ENVIE D'APPARTENANCE AU TERRITOIRE
Objectif 2 | Faciliter la connaissance du territoire

Face à la complexité des organisations, le lien avec les usagers se modifie profondément. Une approche par Mission, services rendus, au-delà de la structure porteuse est à privilégier afin de ne pas faire subir à l'utilisateur cette complexité. En termes d'informations, l'attente du citoyen est sur le service rendu au-delà de l'organisation.

Action 8 | Affirmer et développer une identité de territoire désinstitutionnalisée

Contexte

Depuis 2012, la ligne éditoriale commune poursuivie sur les médias sociaux par la Ville de Cahors et le Grand Cahors est axée sur le dialogue et l'information quelle que soit la collectivité compétente. Un écosystème d'outils (page Facebook, compte Twitter, fils Instagram, Snapchat...) a ainsi été créé autour d'une identité commune, validée par le Comité de pilotage du projet digital : Cahors Agglo. En termes d'organisation interne, la direction de la communication a été mutualisée, un site Internet commun est en cours de réalisation et une Direction de l'attractivité a été créée.

Usages associés

- Informer, dialoguer

Descriptif de l'action

Valoriser le territoire tel qu'il se vit, au-delà de la communication institutionnelle, en optimisant la présence d'une identité fédératrice sur Internet quel que soit l'outil : site, médias sociaux...

Maître d'ouvrage	Partenaires
Grand Cahors, Ville de Cahors	
Coût – moyens financiers à mobiliser	Phasage – priorisation <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
A définir	

ENJEU STRATEGIQUE 1 | DEVELOPPER L'ATTACHEMENT ET L'ENVIE D'APPARTENANCE AU TERRITOIRE**Objectif 2 | Faciliter la connaissance du territoire**

Le Serious Game se définit comme une « application informatique, dont l'objectif est de combiner à la fois des aspects sérieux (Serious) tels, de manière non exhaustive, l'enseignement, l'apprentissage, la communication, ou encore l'information, avec des ressorts ludiques issus du jeu-vidéo (Game). Une telle association a donc pour but de s'écarter du simple divertissement. »

Action 9 | Développer le Serious Game du Grand Cahors**Contexte**

Le Serious Game constitue une véritable boîte à outils pour les collectivités. De l'information à la médiation, en passant par la formation, la communication et le marketing, il offre de nombreuses possibilités pour mener à bien diverses missions liées à la découverte et à l'attractivité d'un territoire. A Cahors, un BTS « design graphique et médias numériques » réunit plus d'une vingtaine d'étudiants. Enfin, une étude de marché du secteur multimédia et de l'industrie créative était inscrite dans le schéma local de l'enseignement supérieur 2012-2015. Non réalisée, sa reconduction, est actuellement à l'étude dans le cadre de l'actualisation de cette stratégie.

Usages associés

- Découvrir
- Jouer

Descriptif de l'action

Développer un (des) jeu(x) utilisant la réalité augmentée et la géolocalisation, grâce à un appel à projet basé sur les données libérées de nos collectivités (hackaton) et dont le lauréat et le nom seraient choisis par les habitants.

Maître d'ouvrage	Partenaires
Grand Cahors & partenaires	OpenData Lab Organismes de formation Universités
Coût – moyens financiers à mobiliser	Phasage - priorisation <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
A définir	

ENJEU STRATEGIQUE 2 | FAVORISER L'IMPLICATION CITOYENNE**Objectif 1 | Intégrer la maîtrise d'usage dans tous les projets des collectivités**

Sur Internet, l'e-reputation, est la réputation, l'opinion commune d'une entité ou d'une personne. Elle est composée des informations véhiculées par cette entité ou personne (basées sur la communication) à laquelle doivent être associés les contenus, informations, avis, échanges, commentaires (...) que les internautes en font (basés sur la communauté). Pour un territoire, elle relève, à ce titre, d'un enjeu fort d'attractivité mais aussi d'identification à celui-ci.

Action 10 | Coproduire des contenus visant à améliorer la e-reputation de nos collectivités**Contexte**

Les plateformes collaboratives visent à créer du bien commun sous forme numérique. Les citoyens contribuent à ce bien commun de façon volontaire et contribuent ainsi à l'animer et le faire connaître. Différents lieux d'intérêts, personnages historiques, organismes... sont présents sur les plateformes et valorisent le territoire. Les informations présentées sont toutefois parfois partielles, absentes, voire erronées.

Usages associés

- Apprendre
- Participer

Descriptif de l'action

Initier la constitution de groupes de la société civile composés d'usagers et de personnes détenant un savoir local pour abonder les plateformes collaboratives spécialisés sur le web (Wiki notamment)

Maître d'ouvrage	Partenaires
Grand Cahors	Médiathèque Grand public Animateur numérique du territoire
Coût – moyens financiers à mobiliser	Phasage - priorisation <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Sur projet	

ENJEU STRATEGIQUE 2 | FAVORISER L'IMPLICATION CITOYENNE**Objectif 1 | Intégrer la maîtrise d'usage dans tous les projets des collectivités**

L'open data consiste à mettre à disposition de tous les citoyens sur Internet les données publiques brutes ayant vocation à être librement accessibles et gratuitement réutilisables. Apparue dans les pays anglo-saxons dans les années 2000, le développement de l'ouverture des données s'inscrit depuis 2008 dans le mouvement plus large de l'OpenGov, ou « démocratie ouverte », qui s'appuie sur trois piliers : la transparence, la participation et la collaboration.

Action 11 | Intégrer de façon pérenne l'Open Data dans les pratiques de nos collectivités**Contexte**

La question de l'open data fait partie intégrante de la stratégie digitale de nos collectivités depuis son origine. L'agglomération du Grand Cahors a ainsi intégré en 2016 l'expérimentation Open Data Lab en partenariat avec le SGAR Occitanie. Cette expérimentation vise à tester et capitaliser des outils et méthodes permettant aux collectivités d'ouvrir leurs premières données. La loi pour une république numérique rend l'ouverture des données publiques obligatoire pour les collectivités de plus de 3 500 habitants. Sur le territoire, le Grand Cahors, les communes de Cahors et de Pradines sont donc concernées.

Usages associés

- Innover
- Etudier

Descriptif de l'action

2 phases :

- Mener à son terme l'expérimentation OpenData Lab et en tirer les enseignements
- Mettre en place un protocole et une organisation interne permettant d'intégrer l'open data dans les pratiques internes de la collectivité

Maître d'ouvrage	Partenaires
Grand Cahors	SGAR Occitanie Communes du territoire concernées
Coût – moyens financiers à mobiliser	Phasage - priorisation <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Redéploiement interne ou recrutement à envisager	

ENJEU STRATEGIQUE 2 | FAVORISER L'IMPLICATION CITOYENNE**Objectif 1 | Intégrer la maîtrise d'usage dans tous les projets des collectivités**

Sur 149 nouveaux métiers apparus depuis 2010, tels qu'ils sont recensés par le référentiel ROME de Pôle emploi, 105 appartiennent au domaine du numérique. Sont concernés, par exemple, les métiers liés aux données (data scientist, data analyst...), aux médias sociaux (community manager...), aux applications mobiles (développeur...) à l'Internet en général...

Par ailleurs, d'autres métiers sont amenés à se créer dans les toutes prochaines années autour de l'impression 3D, de l'utilisation des drones etc.

Action 12 | Intégrer le numérique dans les formations du Schéma local de développement de l'enseignement supérieur, de la recherche, de l'innovation et de la vie étudiante.**Contexte**

La Ville de Cahors et le Grand Cahors ont développé entre 2012 et 2015 une première stratégie de développement de l'enseignement supérieur et de recherche sur le Grand Cahors. Fort des résultats positifs de cette première expérience, l'objectif de dépasser les 1 000 étudiants ayant été atteint, une nouvelle réflexion est engagée pour élaborer un nouveau programme jusqu'en 2022. Celui-ci sera retranscrit dans le Schéma local de développement de l'enseignement supérieur, de la recherche, de l'innovation et de la vie étudiante.

Par ailleurs, dès la rentrée 2017 le Grand Cahors accueille, près du centre universitaire, la première antenne lotoise de l'Ecole régionale du numérique où seront formés des développeurs web.

Usages associés

- Innover
- Etudier

Descriptif de l'action

- Veille partagée sur l'évolution des métiers liés au numérique
- Prendre en compte le numérique dans le déploiement de l'offre de formation locale
- Etudier l'opportunité d'intégrer le label national Grande Ecole du Numérique

Maître d'ouvrage	Partenaires
Grand Cahors	Universités Chambres consulaires Région Education nationale
Coût – moyens financiers à mobiliser	Phasage – priorisation <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Temps agents	

ENJEU STRATEGIQUE 2 | FAVORISER L'IMPLICATION CITOYENNE**Objectif 1 | Intégrer la maîtrise d'usage dans tous les projets des collectivités**

Des outils gratuits (Google maps, plan...) faisant appel à la géolocalisation permettent de localiser les services et/ou équipement sur des cartes interactives. Ils permettent au grand public de mieux être orienté vers ces équipements voire d'en connaître les modalités d'ouverture

Action 13 | Localiser les équipements et services du Grand Cahors**Contexte**

Dans un contexte de mutualisation des services et des équipements, les usagers peinent à identifier ces derniers. Plutôt que valoriser le détenteur du service, la communication externe s'adapte progressivement à valoriser les services de façon désinstitutionnalisée. Les cartographies interactives permettent de renforcer cette communication, ce de manière collaborative.

Usages associés

- Localiser
- Communiquer

Descriptif de l'action

Créer et/ou abonder de façon collaborative des cartes interactives de localisation des équipements et services publics (conteneurs, équipements culturels et sportifs...)

Maître d'ouvrage	Partenaires
Grand Cahors	Communes du territoire
Coût – moyens financiers à mobiliser	Phasage - priorisation <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Temps agent	

ENJEU STRATEGIQUE 2 | FAVORISER L'IMPLICATION CITOYENNE**Objectif 1 | Intégrer la maîtrise d'usage dans tous les projets des collectivités**

Avec le web 2.0, les internautes se sont organisés pour instaurer de l'interaction entre eux notamment via les médias sociaux, blogs... Ces échanges font désormais partie intégrante de la e-reputation d'une organisation ou d'un individu.

Parallèlement à cet engouement, l'implication citoyenne décline, notamment lors des scrutins organisés à l'occasion d'élections représentatives.

En utilisant le numérique comme vecteur de participation, les collectivités locales peuvent accentuer leur écoute vis-à-vis des citoyens, participer aux dialogues ou initier des collaborations.

Action 14 | Utiliser le numérique comme vecteur d'implication et d'adhésion**Contexte**

- Dans la stratégie digitale initiale l'application mobile TellMyCity a été mise en place. Elle favorise la remontée d'informations liées à des incidents ou des événements dans l'espace public. En moyenne, une quarantaine de signalements sont envoyés au service par ce biais tous les mois. L'information du suivi est adressée à l'utilisateur en temps réel et une cartographie publique des signalements est à sa disposition.
- L'intégration de nouveaux modes de financement participatif est par ailleurs à l'étude dans le cadre de la stratégie de partenariats privés (mécénat, sponsoring).

Usages associés

- Participer

Descriptif de l'action

- Accentuer la prise en compte de l'avis des citoyens dans les grands projets impactant le cadre de vie afin de favoriser l'adhésion à ces derniers, ce dès leur conception : choix du nom d'un équipement, de rues, de promenades...
- Intégrer les plateformes de crowdfunding sur Internet dans le cadre de projets emblématiques menées par les collectivités.

Maître d'ouvrage	Partenaires
Grand Cahors & Ville de Cahors	
Coût – moyens financiers à mobiliser	Phasage - priorisation <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Temps agents en fonction des projets	

ENJEU STRATEGIQUE 2 | FAVORISER L'IMPLICATION CITOYENNE**Objectif 1 | Intégrer la maîtrise d'usage dans tous les projets des collectivités**

Mettre en place une boîte à idées favorise l'implication des citoyens. Pour la collectivité, ce peut aussi être un bon moyen de coller aux véritables préoccupations des concitoyens grâce à des idées simples ou à des innovations spectaculaires. L'innovation participative constitue un bon moyen de motiver et de fédérer les acteurs du territoire.

Action 15 | Améliorer les boîtes à idées existantes grâce au numérique**Contexte**

La Ville de Cahors et le Grand Cahors disposent de boîtes à idées installées aux principaux accueils des services. Celles-ci nécessitent le déplacement des personnes pour recueillir leurs idées. Le numérique et les fonctionnalités du web 2.0 peuvent enrichir ces boîtes. Ils permettent en effet d'élargir le public potentiel, d'être accessible 24h/24, de rendre visibles les suggestions et d'inviter le public à se prononcer sur la faisabilité des idées.

Usages associés

- Participer

Descriptif de l'action

- Mettre en place et animer des boîtes à idées numériques

Maître d'ouvrage	Partenaires
Grand Cahors & Ville de Cahors	Communes du territoire
Coût – moyens financiers à mobiliser	Phasage - priorisation <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Temps agents + solution technique	

ENJEU STRATEGIQUE TRANSVERSAL 1 | REDUIRE LA FRACTURE NUMERIQUE LIEE AUX USAGES**Objectif 1 | Accompagner les publics au maniement des outils**

L'évolution des usages, portée notamment par la génération « digital natives » qui a grandi dans un monde où le numérique est partout, rend nécessaire l'appropriation des usages par tous les publics.
L'éducation au numérique est l'affaire de tous : individus, Etat, entreprises, collectivités, associations.
Il est important d'avoir des citoyens et des organisations qui utilisent et maîtrisent le numérique afin d'en limiter les risques et d'en faire un outil et un levier de développement des services publics et du vivre ensemble.

Action 16 | Répondre au besoin d'accompagnement des habitants**Contexte**

Dans l'enquête de 2012 l'@venir en 2.0, les personnes interrogées ont fait part de leur besoin en termes d'accompagnement aux usages des outils numériques. En développant ses outils, nos collectivités doivent s'assurer que les publics destinataires sont en capacités de se les approprier, ce afin de ne pas accentuer la fracture numérique liée aux usages et de provoquer une inégalité d'accès aux services publics contraire à ses principes fondamentaux

Usages associés

- (se) former

Descriptif de l'action

- Actualiser l'enquête l'@venir en 2.0
- Accentuer la mise en place d'ateliers d'initiation en direction du grand public et de démonstrations lors de manifestations annuelles (Semaine de la mobilité, Lot of Saveurs, Fête d'Internet...)

Maître d'ouvrage	Partenaires
Grand Cahors & Ville de Cahors	Animateur numérique du territoire
Coût – moyens financiers à mobiliser	Phasage - priorisation <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Temps agents	

ENJEU STRATEGIQUE TRANSVERSAL 1 | REDUIRE LA FRACTURE NUMERIQUE LIEE AUX USAGES**Objectif 1 | Accompagner les publics au manienent des outils**

Le numérique constitue une réelle opportunité de transformation du service public, sous l'impulsion des citoyens qui font un usage quotidien des outils et services numériques pour gérer leur vie, et des collectivités pour lesquelles le numérique est un levier majeur de simplification. Il représente un levier de modernisation de l'action publique locale et d'aménagement du territoire mais aussi une opportunité d'acquisition de nouvelles compétences pour les agents.

Action 17 | Répondre aux besoins de formation et d'accompagnement des agents de la collectivité**Contexte**

L'administration électronique ne cesse de se développer tant au niveau de l'Etat que des collectivités territoriales. Dans le prolongement de la loi NOTRe et de la loi pour une République numérique, de nombreux chantiers sont à venir : simplification des échanges administratifs, dématérialisation totale des procédures de passation des marchés publics, développement de l'Open data, archivage électronique, dématérialisation du contrôle de légalité, système d'identification et d'authentification en ligne, etc.

Par ailleurs, les logiciels mis à disposition des agents de nos collectivités sont en permanente évolution : messagerie, intranet, extranet, logiciel métiers...

Parallèlement, nos collectivités ont mis en place un certain nombre d'outils renforçant le dialogue et l'exercice du service public dont les agents peuvent être les ambassadeurs. Enfin, les médias sociaux professionnels se développent favorisant la transversalité, le partage d'expériences, le travail en réseau voire la mobilité professionnelle.

Usages associés

- (se) former

Descriptif de l'action

- Inviter les agents à se former en valorisant régulièrement l'offre de formations du Cnfpt liée au numérique auprès des agents des collectivités. Inscrire ce domaine comme prioritaire dans le plan de formation des collectivités.
- Animer des séances d'acculturation et de partages d'expérience auprès des agents de la Ville et du Grand Cahors

Maître d'ouvrage	Partenaires
Grand Cahors & Ville de Cahors	Cnfpt
Coût – moyens financiers à mobiliser	Phasage - priorisation <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Temps agents	

ENJEU STRATEGIQUE TRANSVERSAL 2 | DEPLOYER LES INFRASTRUCTURES NECESSAIRES A L'EVOLUTION DES USAGES**Objectif 1 | Assurer un accès pour tous au haut débit et aux réseaux mobiles**

L'utilisation des technologies numériques se développe de façon très rapide et exponentielle. Parallèlement l'usage des Technologies de l'information et de la communication (TIC) est devenu fondamental dans nos modes de vie, notamment grâce à l'interactivité générée. Nos collectivités encouragent par ailleurs le développement des usages et modernisent leurs services grâce à ces outils.

Action 18 | Poursuivre l'investissement politique sur les questions liées aux déploiements des réseaux**Contexte**

Le développement des usages crée un besoin de réseaux performants. Les outils qui en permettent l'accès sont passés en quelques années du statut de « produits de luxe » à celui de « produits de première nécessité » comme l'affirme la loi pour une République Numérique.

Situé en zone Amii, notre territoire bénéficie d'un plan de déploiement du très haut débit. La qualité disparate des réseaux sur le territoire reste toutefois un frein à l'implantation d'entreprise ou de nouveaux habitants, et des communes restent écartées du dispositif Amii.

Usages associés

- Accéder

Descriptif de l'action

- Affirmer le positionnement politique de la collectivité auprès des instances en charge des schémas d'aménagements, et des opérateurs, en charge du déploiement des réseaux
- Mettre en œuvre les moyens nécessaires permettant d'avoir une visibilité globale et en temps réel du déploiement des réseaux

Maître d'ouvrage	Partenaires
Grand Cahors & Ville de Cahors	Communes du territoire
Coût – moyens financiers à mobiliser	Phasage - priorisation <input checked="" type="checkbox"/>
Temps agents	

ENJEU STRATEGIQUE TRANSVERSAL 2 | DEPLOYER LES INFRASTRUCTURES NECESSAIRES A L'EVOLUTION DES USAGES**Objectif 2 | Favoriser le stockage des données**

L'utilisation des technologies numériques se développe de façon très rapide et exponentielle. Parallèlement l'usage des Technologies de l'information et de la communication est devenu fondamental dans nos modes de vie, notamment grâce à l'interactivité générée. Nos collectivités encouragent par ailleurs le développement des usages et modernisent leurs services grâce à ces outils.

Action 19 | Etudier l'opportunité d'accueillir un Data Center sur le territoire**Contexte**

Le développement des usages crée un besoin de solutions de stockage adaptées et le développement des objets connectés va accentuer ce besoin dans les années à venir. Cet essor va de pair avec l'accroissement des contraintes liées à la sécurité. Face à ces problématiques, les organisations publiques ou privées ont recours à des data centers propriétaires ou loués. Tout comme les particuliers, elles font aussi appel au stockage dématérialisé (Cloud). Dans tous les cas, ces solutions supposent des espaces physiques où ces données sont stockées et sécurisées. Cloud et datacenters peuvent donc constituer des solutions pour le développement de notre territoire. Toutefois, quel dimensionnement envisager, quel coût et financement prévoir, quels impacts sur l'environnement et quels gains d'attractivité est-il envisageable d'obtenir par la présence de ces infrastructures numériques ?

Usages associés

- Dématérialiser

Descriptif de l'action

- Lancer une étude d'opportunité visant à vérifier l'opportunité d'accueillir un data center sur le territoire, respectueux de l'environnement et des paysages.

Maître d'ouvrage	Partenaires
Grand Cahors & Ville de Cahors	Communes du territoire Conseil départemental
Coût – moyens financiers à mobiliser	Phasage – priorisation <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
A définir	



ANNEXES

ANNEXE 1 | VERBATIM DES OBSERVATIONS ET ENTRETIENS PREALABLES

« Nos collectivités ont un temps d'avance sur le sujet qu'il convient de conserver » (élu)

« Les enjeux économiques et de développement durable ne transparaissent peut-être pas assez dans cette stratégie » (cadre dirigeant)

« La redéfinition de la stratégie doit prendre en compte l'existant. Il ne s'agit pas de tout réinventer » (élu)

« En fonction des enjeux, la veille stratégique peut ponctuellement s'accompagner d'une analyse d'impact » (cadre dirigeant)

« La technologie ou les outils ne sont pas une fin en soi. Ils doivent s'adapter aux usages. L'un ne va pas sans l'autre. » (cadre dirigeant)

« L'objectif de démocratie participative a progressivement glissé sur un objectif d'implication citoyenne » (chef de projet)

« La newsletter permet d'être informé en temps réel et de mettre à jour mes connaissances »
(cadre de service)

« Je suis enfermé dans ma technicité et l'accompagnement me permet de mieux m'adapter aux usages et besoins des citoyens » (cadre de service)

« Le numérique favorise la résilience de la collectivité » (élu)

Il est nécessaire pour le territoire de faciliter l'« Accès aux données publiques pour tous », l'« Accompagnement aux usages numériques », le « Développement d'accès libres à Internet » et le « Développement d'e-services » (élus dans le cadre des travaux sur les enjeux du projet de territoire)

« La vision globale du projet, transmise pendant l'accompagnement, permet de prendre du recul sur mes pratiques » (cadre de service)

« L'ouverture de nos données doit s'accompagner de leur animation afin d'en maximiser les effets »
(cadre de service)

ANNEXE 2 | ETAT DES LIEUX DE LA STRATEGIE VERSION 1.0*1.1 LES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS ORIGINELS*

Objectifs généraux	Objectifs spécifiques
Accentuer la proximité avec les publics	> Favoriser la démocratie participative > Fédérer les acteurs locaux autour de projets innovants
Participer à l'attractivité du territoire	> Asseoir la e-reputation de nos collectivités

1.3 UNE CONDUITE DE PROJET SPÉCIFIQUE

Pour définir, impulser et mettre en œuvre cette stratégie, une conduite de projet favorisant l'échange et la transversalité a été mise en place en 2012.

- Au niveau décisionnaire, un comité de pilotage, commun à l'Agglomération et à la Ville centre, mêlant élus et techniciens, a été installé. Réunis deux fois par an, ses membres valident les orientations stratégiques, proposent les moyens et les ressources et établissent les priorités.
- Au niveau méthodologique, un chef de projet a été nommé auprès du Directeur général des services. Désormais rattaché à la direction de la Prospective territoriale, sa mission est de favoriser l'acculturation au numérique à tous les niveaux décisionnaires des deux collectivités et d'accompagner les services dans le déploiement des actions afin qu'ils acquièrent l'autonomie nécessaire à leur mise en œuvre. Garant de la mise en œuvre de la stratégie, il anime les comités de pilotage, impulse et coordonne les actions, conseille les services, émet des avis, réalise et partage une veille thématique.
- Au niveau opérationnel, des groupes de travail fédérant les compétences internes sont constitués en fonction des actions. Ils assurent la mise en œuvre progressive des actions liées au projet.

*1.4 LES OUTILS DÉPLOYÉS***Veille thématique**

Depuis septembre 2012, une veille thématique est réalisée et diffusée chaque semaine. Elle permet aux destinataires de rester informés sur les évolutions liées au numérique et leurs impacts dans les organisations publiques. En fonction de l'importance des enjeux, certains sujets font l'objet de notes internes spécifiques.

Médias sociaux

Délibération pour la création d'un poste de community manager en décembre 2012

Prise de poste à la direction de la Communication en décembre 2013

Définition collective d'une stratégie sociale (social media management), éditorialisation et création d'une identité commune : CahorsAgglo

Intégration progressive de médias sociaux favorisant le dialogue avec les publics et la e-reputation :

- Facebook depuis 2012 : 6 359 fans sur la page officielle Cahors Agglo + des pages thématiques dédiées à des communautés ou événementiels spécifiques : Lot of Saveurs (4 451 fans), Vie Etudiante (971 fans), Urban park (298 fans), Les Docks (2 181 fans)

- Twitter depuis 2012 : 1 233 abonnés sur la page officielle Cahors Agglo minute
- Instagram depuis 2014 : 603 abonnés sur le compte officiel @CahorsAgglo et création du hashtag #CahorsAgglo
- Snapchat : expérimenté en juin 2016 et conforté depuis. 87 abonnés
- LinkedIn et Viadéo : pages officielles « entreprises » créées en avril 2016 sur versions les gratuites. Respectivement 128 et 33 abonnés pour le Grand Cahors, 43 et 21 abonnés pour la Ville de Cahors.

Applications mobiles

Service proximité : accompagnement à la mise en œuvre d'une application mobile permettant d'étendre les possibilités de signalement d'incidents. Lancement de l'application mobile TellMyCity en janvier 2016. 40 signalements en moyenne par mois.

Service Transports : accompagnement au déploiement d'outils favorisant l'information en temps réel des usagers du réseau de transport urbain. Lancement de l'application mobile Evidence en février 2016 complétée par l'installation de bornes d'information aux voyageurs aux arrêts de La Navette en septembre 2016. 1 640 téléchargements de l'application.

Ces outils sont déployés en complémentarité de ceux mis en place par le délégataire : alerte SMS, fil d'information voyageur sur Twitter, page Facebook, site Internet. Un écosystème numérique global dédié aux transports est ainsi à l'œuvre en direction de tous les publics.

Carte Grand Pass

Accompagnement à la redéfinition des objectifs en 2012 afin d'intégrer la notion de carte d'identité du territoire en plus des fonctionnalités liées à l'accès et à la tarification de services et événements locaux. Obtention du label Territoire Innovant en 2013. A l'avenir, les identifiants de la carte devraient donner accès au portail citoyen à l'étude dans le cadre de la mutualisation du site Internet.

Open Data

Intégration, en qualité de collectivité pilote, du dispositif régional expérimental OpenData Lab en 2016, validée par délibération du Conseil communautaire de juin 2016. Les objectifs sont de créer, partager des outils et méthodes permettant de mettre à disposition les premières données du Grand Cahors, d'évaluer les conditions nécessaires au déploiement d'une stratégie Open Data pérenne et de capitaliser cette expérience afin qu'elle puisse bénéficier à d'autres territoires.

Nouvelles formes de travail

Accompagnement des services de la Ville et de l'Agglomération à l'intégration du télétravail en interne. Accompagnement du Grand Cahors dans sa réflexion sur la mise en place de tiers lieux sur le territoire intercommunal en lien avec le maillage départemental et régional. Accompagnement du Grand Cahors dans sa réflexion sur la mise en œuvre d'un dispositif autour de la notion de Fab Lab.

Internet

Préconisations liées aux usages et besoins des publics, à l'intégration d'un compte citoyen, à l'Open Data dans le cadre de la création du site Internet mutualisé.

Valorisation de l'expérience

Travail de réseaux visant à ce que les enjeux et dynamiques liés au numérique n'échappent pas aux collectivités de taille moyenne. Positionnement de la collectivité comme exemplaire dans sa mobilisation dans le domaine. Interventions de l'élu et/ou du chef de projet lors de conférences locales, nationales et internationales afin de témoigner de l'expérience vécue.

ANNEXE 3 | METHODOLOGIE DE TRAVAIL

« La créativité, c'est l'intelligence qui s'amuse »²

Afin d'évaluer à la fois l'opportunité, les conditions et le contenu de la deuxième version de la stratégie digitale, la Direction de la prospective territoriale a choisi d'utiliser une méthode innovante. Celle-ci visait à stimuler la créativité des participants via des ateliers d'intelligence collective, en vue de :

- Générer des axes d'amélioration dans un service, une organisation, un projet
- Faire émerger des solutions innovantes dans la résolution de problématiques parfois complexes
- Développer une dynamique d'équipe motivante et fédératrice

Cette méthode de créativité s'est construite en deux temps :

- Un temps dit « de divergence » : grâce à différentes techniques d'animations, il s'agit de stimuler le cerveau droit des participants, siège de la créativité, afin de favoriser l'émergence et la profusion d'idées
- Un temps dit « de convergence » : les techniques d'animation visent ici à stimuler le cerveau gauche, siège de la rationalité, afin de trier les idées, construire et organiser les solutions

Ces techniques, parfois déroutantes, font appel à un investissement important des participants. Des règles visant à sécuriser ces rencontres sont donc systématiquement rappelées au groupe qui en est le garant autant que l'animateur. Les échanges restent ainsi confidentiels et seuls les résultats ont vocation à être communiqués.

Quatre ateliers de créativité ont été organisés réunissant 8 agents de différents services tant au niveau opérationnel que décisionnaire. Leur participation active a été décisive. Qu'ils en soient ici remerciés ainsi que leurs chefs de services.

La rédaction des conclusions de ces travaux a été réalisée par le chargé de mission Numérique sous l'autorité de la directrice de la Prospective et soumis à l'avis de chaque participant. Les membres du Comité de pilotage ont validé les orientations et priorisé les actions. L'ensemble de ces travaux a été réalisé selon le calendrier ci-dessous :

- .7 juin 2016** : Atelier créativité 1 | Représentations du numérique et définition des problématiques
- .20 juin 2016** : Atelier créativité 2 | Orientations et conditions de réussite
- .21 juillet 2016** : Atelier créativité 3 | Enjeux et objectifs
- .13 septembre 2016** : Atelier créativité 4 | Plan d'actions
- .4 octobre 2016** : Comité de pilotage | Validation des orientations stratégiques
- .9 février 2017** : Comité de pilotage | Validation et priorisation des actions
- .mars à juin 2017** : circuit interne de validation, rédaction
- .30 juin 2017** : Bureau communautaire | Présentation des orientations stratégiques
- .29 septembre 2017** : Bureau communautaire | Présentation du projet de délibération
- .6 novembre 2017** : Conférence des Maires | Présentation du projet de délibération
- .7 novembre 2017** : Conseil municipal de Cahors | Délibération
- .9 novembre 2017** : Conseil communautaire du Grand Cahors | Délibération