FICHE EXPERIENCE : Une stratégie inclusive de marketing territorial pour valoriser les actions et les habitants

La démarche d'attractivité territoriale de la Communauté de Communes du Pays Noyonnais

✓ Plus-value et spécificités de la démarche

La stratégie d'attractivité territoriale définie par la Communauté de Communes du Pays Noyonnais (CCPN) s'articule sur une démarche de **marketing territorial** et de **projets innovants** reposant sur :

- l'élaboration d'une feuille de route numérique ;
- la création d'un espace innovant : le Tiers Lieux numérique ;
- l'organisation d'un événement innovant : les Inovia Days « Make & Fly ».

La démarche a pour spécificité de s'adresser **à l'ensemble des habitants** du territoire y compris des QPV et de s'élaborer en **mode projet et transverse**. L'objectif prioritaire est de recenser et mettre en cohérence des actions déjà déployées sur le territoire en créant un « fil rouge ».

« Comment le marketing territorial avec sa composante événementielle permet à un territoire de 35 000 habitants de gagner en visibilité et trouver sa place en intégrant l'ensemble des citoyens y compris les habitants des quartiers prioritaires ? »

Sarah LOUVET, responsable attractivité - Communauté de Communes du Pays Noyonnais

Mots clés

#marketingterritorial#numérique#innovant#devéco #tierslieux#quartier#territoire#modeprojet

DIAGNOSTIC — CONTEXTE

- **Le territoire du Noyonnais** :
- 42 communes essentiellement rurales
- 267 km²
- deux QPV et un quartier de veille active
- 33 313 habitants dont 2 874 en QPV (données INSEE issues du recensement de 2013)
- revenu médian : 17 663€

- **Le premier projet de territoire en 1995** a pour objectif de positionner économiquement le Pays Noyonnais dans la géographie régionale et notamment vis-à-vis du Compiègnois et du Saint-Quentinois. Les disparités sociales et économiques subsistant, une politique désireuse de conforter l'émergence du territoire et la consolidation d'une idendité propre est réaffirmée à partir de **2008**.
  Le but est de créer de nouvelles solidarités entre la ville-centre (Noyon), les pôles-relais et les communes rurales.
  En 2010 la femeture d'un site de défense militaire situé à Noyon entraîne le départ de 1500 individus, ce qui, à l'échelle de la ville n'est pas sans effet.
  Le Pays Noyonnais engage alors une démarche de redynamisation du territoire notamment avec l'aménagement de l'ancien site militaire qui devient le campus INOVIA : sur 47 hectares, la moitié des 30 bâtiments est réhabilitée, accueillant une soixantaine d'entreprises. Le campus comprend désormais une pépinière éco-industrielle de 4000m² aménagée en cinq ateliers, un showroom et un amphithéâtre.

CONCEPTION DU PROJET

La démarche d'attractivité territoriale s'inscrit dans le **projet de territoire** actuellement en cours d'élaboration.

- Un premier **diagnostic**, réalisé en interne sur la base du bilan des politiques publiques mises en œuvre depuis 2008, est présenté aux élus en mai 2016. Il délimite les premiers enjeux du futur projet de territoire.
- Le 30 mars 2017 le **contrat de ruralité** est signé, basé sur six piliers : accès aux services et aux soins, redynamisation des bourgs centres, développement de l'attractivité, transition écologique, mobilités, cohésion sociale.
- Couplé à la démarche d'élaboration du projet de territoire, le bilan du **SCoT** (schéma de cohérence territoriale) vient d'être lancé, pour une mission de 6 mois.
  Ce Scot définit trois grands axes prioritaires (développement économique du territoire, développement de l'attractivité du territoire, renforcement de la cohésion sociale) déclinés en un **plan d'actions**, pivot de la stratégie d'attractivité.

METHODE

Dès 2017, la stratégie d'attractivité territoriale est mise en œuvre, articulée autour de **quatre actions phares**.

- **La création d'un poste, au sein de la CCPN, dévolu à l'attractivité territoriale.**

> *« Se doter d'un poste de responsable attractivité, c'est un pari pour une petite collectivité. »*
>
> **Sarah LOUVET**, responsable attractivité - Communauté de Communes du Pays Noyonnais

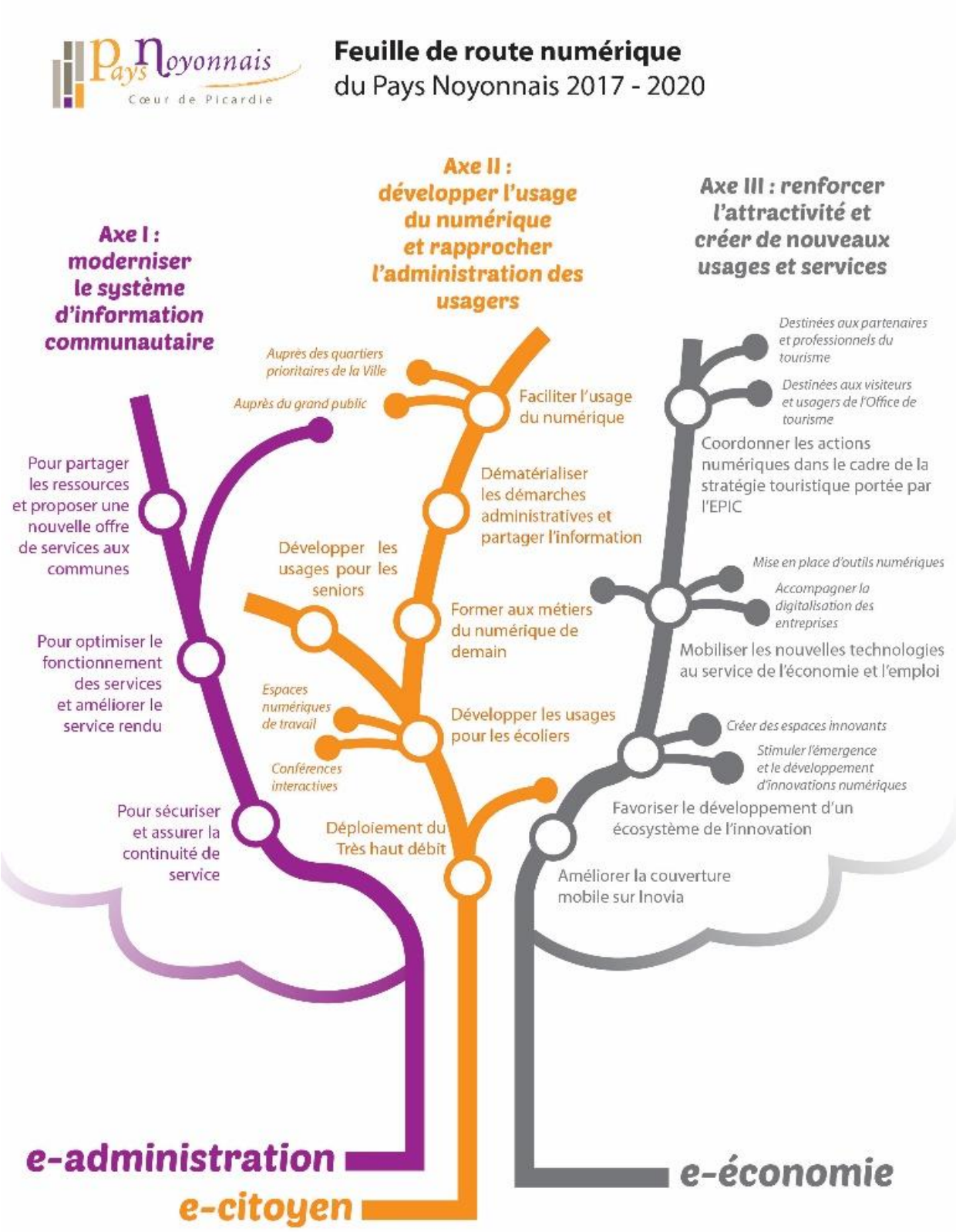
- **L'élaboration d'une feuille de route numérique** qui consiste à traduire la stratégie de développement du territoire noyonnais en matière de numérique et s'appuie sur une démarche transversale. Les différentes directions de la Communauté de Communes (emploi, insertion, politique de la ville…) sont mobilisées dans le but de recenser les projets dans le domaine du numérique (initiatives publiques et privées) déjà en cours sur le territoire et particulièrement dans les quartiers prioritaires. L'objectif est de « relier » des actions déjà existantes pour gagner en pertinence sur la stratégie numérique et éviter de démultiplier les dispositifs.

> *« La feuille de route permet de mutualiser les financements et les moyens humains. Nous avons pu ainsi relier avec un fil rouge tout ce qui se faisait déjà sur le territoire dans le registre du numérique. Le mode projet et transverse permet de prioriser et mettre en cohérence nos actions. »*
>
> **Sarah LOUVET**, responsable attractivité - Communauté de Communes du Pays Noyonnais

- **La création d'un espace innovant : le Tiers Lieux numérique.**
  Ce Tiers Lieux doit permettre de :
  - faire émerger la création de nouveaux services et usages ;
  - accompagner le développement d'un écosystème de l'innovation à travers la fourniture d'outils et de moyens techniques.

  Les impacts attendus : lutte contre l'isolement, cohésion sociale, développement de l'entrepreneuriat local, montée des compétences, entraide, ainsi que des impacts indirects environnementaux (économies d'énergie grâce à la mutualisation des espaces et des équipements).
  Le Tiers Lieux doit offrir une visibilité renouvelée au territoire.

- **La tenue d'un événementiel innovant**
  Cet événement est un des vecteurs du marketing territorial. Il se veut l'écho de ce qui existe sur le terrain.
  Les objectifs visés sont :
  - le renforcement les liens du territoire avec l'enseignement supérieur, les formations et la recherche ;
  - l'augmentation de la visibilité du Pays Noyonnais et de son ancrage dans les thématiques de l'innovation, de la créativité et du numérique ;
  - l'impulsion d'une image positive au territoire et aux habitants : ces derniers en reconstruisant une vision positive de leur territoire peuvent devenir des « brand ambassadors » ;
  - la création de liens entre les publics: demandeurs d'emplois, entrepreneurs, étudiants, artisans, retraités ….


Pays Noyonnais
Cœur de Picardie
Feuille de route numérique
du Pays Noyonnais 2017 - 2020
Axe I : moderniser le système d'information communautaire
Axe II : développer l'usage du numérique et rapprocher l'administration des usagers
Axe III : renforcer l'attractivité et créer de nouveaux usages et services
Pour partager les ressources et proposer une nouvelle offre de services aux communes
Pour optimiser le fonctionnement des services et améliorer le service rendu
Pour sécuriser et assurer la continuité de service
Auprès des quartiers prioritaires de la Ville
Auprès du grand public
Faciliter l'usage du numérique
Dématérialiser les démarches administratives et partager l'information
Développer les usages pour les seniors
Former aux métiers du numérique de demain
Espaces numériques de travail
Conférences interactives
Développer les usages pour les écoliers
Déploiement du Très haut débit
Destinées aux partenaires et professionnels du tourisme
Destinées aux visiteurs et usagers de l'Office de tourisme
Coordonner les actions numériques dans le cadre de la stratégie touristique portée par l'EPIC
Mise en place d'outils numériques
Accompagner la digitalisation des entreprises
Mobiliser les nouvelles technologies au service de l'économie et l'emploi
Créer des espaces innovants
Stimuler l'émergence et le développement d'innovations numériques
Favoriser le développement d'un écosystème de l'innovation
Améliorer la couverture mobile sur Inovia
e-administration
e-citoyen
e-économie

MISE EN ŒUVRE

- **Feuille de route numérique**

La feuille de route numérique est délibérée en conseil communautaire le 12 octobre 2017. Elle donne lieu à la production de fiches action relatives aux usages numériques avec l'équipe Politique de la ville de la CCPN mais également à un groupe de travail avec les partenaires de l'emploi et de l'insertion. C'est l'occasion de constater que dans le numérique des projets sont déjà en cours notamment dans les quartiers prioritaires.

L'objectif opérationnel attendu de cette feuille de route : **stimuler l'émergence et le développement d'innovations numériques et sociales.**

Sa mise en oeuvre passe notamment par le déploiement de sessions de l'**E2N** : formation labellisée Grande Ecole du Numérique (https://www.grandeecolenumerique.fr/).

Ce format d'apprentissage court aux métiers du développement numérique s'adresse à un public éloigné de l'emploi ou en décrochage scolaire ayant une appétence pour le numérique et le gôut du travail en groupe (aucun niveau scolaire n'est prérequis). Un titre de formation équivalent à un niveau bac+2 est délivré à l'issu de la session. Dans le cadre des fiches action Politique de la ville un animateur a été recruté et les apprenants de l'E2N animent eux-mêmes des ateliers afin de témoigner de leur parcours auprès des habitants des quartiers. La troisième session démarre au mois de septembre.

> *« L'essaimage par les apprenants de l'E2N auprès des habitants des QPV dans une logique de give back (« rendre ce que l'on a appris ») est un cercle vertueux numérique-contrat de ville. »*
>
> **Sarah LOUVET**, responsable attractivité - Communauté de Communes du Pays Noyonnais

- **Tiers Lieux numérique**

Situé dans la pépinière éco-industrielle du campus Inovia, le Tiers Lieux numérique comprend :

- un Maker space, soit un FabLab de 400m² incluant des ateliers métaux, bois, textile, imprimantes 3D et dont l'ouverture est prévu pour janvier 2018 ;
- un espace de co-working ;
- les bureaux du service développement économique de la CCPN.

L'inauguration du maker space aura lieu le 17 novembre 2017. Il s'adresse aux entreprises déjà existantes mais aussi aux porteurs de projets. Il cible également des usagers variés par le biais d'ateliers spécifiques : habitants des QPV, étudiants, retraités.

Le principe étant de faire de cet espace un outil au service du territoire, la CCPN en assume la gestion.

> *« Le principe n'était pas de créer un Tiers Lieux dans les quartiers, mais bien de favoriser la mobilité des habitants du quartier vers le Tiers Lieux.»*
>
> **Sarah LOUVET**, responsable attractivité - Communauté de Communes du Pays Noyonnais

- **Evénementiel innovant : Inovia Days « Make & Fly »**

Il s'agit d'un événement labellisé « rencontres de la Recherche et de l'Innovation Hauts-de-France » programmé du 17 au 24 novembre 2017. L'objectif est de permettre au grand public une immersion dans l'univers des drones et du Tiers Lieux numérique grâce à différentes animations

(ateliers, Créathon, courses de drones, inauguration du Maker space…). L'événementiel suppose la mise en œuvre d'une campagne de communication adaptée. La réalisation du décor et la prestation d'accueil le temps de l'événement font l'objet d'un chantier d'insertion confié à La Recyclerie.

> *« La stratégie de marketing territorial se nourrit de ce qui existe déjà sur le territoire sinon on raconte une histoire qui n'existe pas. »*
>
> **Sarah LOUVET**, responsable attractivité - Communauté de Communes du Pays Noyonnais

RESULTATS

Le Pays Noyonnais est, à ce stade, le premier territoire en ex-Picardie à s'être doté d'une feuille de route numérique.

Concernant l'E2N : sur la première session, la moitié des apprenants étaient issus des QPV, âgés de 17 à 54 ans et de niveau brevet des collèges à bac+2. Le taux de réussite à l'issue de la formation est de 75% (raccrochage scolaire, stages rémunérés débouchant sur un CDI, obtention de CDI). L'objectif global est que 40% des apprenants soient issus des QPV.
Dans **le cadre du contrat de ville, une évaluation** qualitative et quantitative des fiches actions est planifiée afin de vérifier que les publics touchés sont bien ceux pressentis et que les dispositifs ne se superposent pas.

A ce stade de la démarche, il est trop tôt pour évaluer le Maker space et les impacts de l'événementiel Inovia Days. Toutefois, l'organisation de ce dernier a été l'occasion de:

- démultiplier les contacts et accroître la mise en réseau ;
- gagner en visibilité : le Noyonnais attirant désormais l'attention notamment sur le thème du numérique comme accélérateur de croissance dans l'environnement rural.

POINTS DE VIGILANCE

- L'organisation d'un événementiel nécessite de pouvoir s'appuyer en interne sur le service support *adhoc* ou bien de disposer d'un financement pour prester certaines tâches (notamment la communication).
- Un groupe de travail constitué en amont de l'élaboration de la feuille de route numérique peut être un plus notamment pour favoriser le mode projet et transverse.
- Il faut considérer que l'événementiel n'est pas une fin en soi mais bien le point de départ d'une dynamique pérenne.
- Le travail de communication autour de l'événementiel est le prétexte pour établir des partenariats durables.

> *« Pour ne pas se perdre en route et tenir l'objectif de la démarche, il ne faut surtout pas se cantonner à l'événementiel, mais préparer les lendemains de la manifestation. »*
>
> **Sarah LOUVET**, responsable attractivité - Communauté de Communes du Pays Noyonnais

PARTENAIRES ET FINANCEMENTS

Financements :

- Communauté de Communes du Pays Noyonnais
- Région Hauts de France
- ARDI (Agence Régionale du Développement et de l'Innovation)

Partenaires

- Région Hauts-de-France
- ARDI
- Drone d'école
- La Manu
- E2N
- TYMATE
- Initiative Oise Est
- Option service
- UTC
- La Recyclerie

Contact - informations

Sarah LOUVET Responsable attractivité territoriale et projets innovants
Communauté de communes du Pays noyonnais
03 64 60 69 65 | sarah.louvet@paysnoyonnais.fr

https://paysnoyonnais.com/