

Diagnostic numérique du territoire

Rapport final du projet

Projet d'études N° 38



Noms des élèves :

Louis GUILLET
Maxime RANGER
Raphaël MOUNET
Juting HUANG
Mfedal MZOURI

Commanditaire :

Mireille CLAPOT

Tuteurs scientifiques :

Daniel MULLER
René CHALON

Conseiller en communication :

Baptiste CELLE

Conseiller en gestion de projet :

Emmanuel BOUTLEUX

Conseillère en Design Thinking :

Marie GOYON

Département d'accueil :

Mathématiques-Informatique (MI)

Date de remise du rapport :

09/06/2017

Résumé

Version en français

L'usage du numérique fait à présent partie intégrante de notre vie quotidienne, que ce soit pour un usage privé ou professionnel. Ceci nécessite d'avoir des infrastructures développées, permettant entre autres de bénéficier d'une connexion Internet en quasi-permanence et qui plus est de plus en plus performante. Dès lors, on peut penser à la technologie de la fibre optique, qui se démocratise peu à peu. Et c'est notamment le choix qui a été fait par ARCHE AGGLO, une communauté d'agglomération construite autour de Tain-l'Hermitage et Tournon-sur-Rhône et créée en janvier 2017 après la fusion de trois communautés de communes drômoises et ardéchoises. La fibre y sera déployée entièrement en 2025 ; d'ici là, il peut être bénéfique pour les acteurs locaux de réfléchir à leur usage actuel du numérique ainsi qu'à leurs besoins, et voir comment les satisfaire au maximum.

Ce projet a donc consisté à réaliser un diagnostic numérique du territoire, qui s'est déroulé en trois phases : une première qui correspond à un état des lieux de la communauté d'agglomération, afin d'avoir une vision actuelle d'ensemble, et qui a été réalisée en envoyant des questionnaires aux différents acteurs du territoire. Quelques remarques ont permis de mettre en lumière des points spécifiques mais malheureusement, le faible taux de réponses global a nuit à la représentativité des résultats. De plus, la nouvelle donne administrative a grandement ralenti et complexifié le projet. La deuxième avait pour objectif d'observer d'autres territoires et de les comparer avec ARCHE AGGLO, en trouvant si possible des idées innovantes et possiblement réalisables ; cette étape a dû être raccourcie à cause de la longueur de l'état des lieux, et n'a pas pu être exploitée entièrement. Enfin, la troisième phase se focalisait sur la communication des résultats, qui passait par la mise en forme de ces derniers à l'aide d'une carte interactive intégrée dans un site Internet, mais également par un retour direct aux acteurs qui est actuellement en cours.

Cette étude, bien que limitée dans la portée de ses résultats, a permis de mettre mieux connaître le ressenti des acteurs locaux, et de mettre en évidence quelques-uns de leurs besoins. Elle pourra sans aucun doute servir de base pour de futurs projets, puisqu'elle a permis de faire ressortir des pistes intéressantes et motivantes pour les sondeurs et les sondés.

Version en anglais

Using digital technologies is now entirely part of daily life, whether it is for a private or a public use. This requires well-developed facilities, which enable to benefit from an Internet connexion at almost any given time. This connexion is becoming more and more efficient. Consequently, it makes sense to look into optic fibre, as its use is progressively generalizing. It is the choice made by ARCHE AGGLO, an urban community established around Tain-l'Hermitage and Tournon-sur-Rhône and created in January 2017 after three associations of municipalities from Ardèche and Drôme had merged. Optic fibre will be entirely spread out by 2025; by then, it could be beneficial for local stakeholders to think about their current use of digital technologies and their needs, and see how to fulfil them as much as possible.

Thus, this project aimed at making a digital diagnosis of the territory, which took place in three steps. The first one corresponded to an analysis of the current situation in order to have a general outlook. It was made by sending surveys to the different stakeholders of the territory studied. Some

remarks highlighted specific points, but unfortunately, the low rate of answers damaged the representativeness of the results. Moreover, the new deal about administration stifled the project and made it more complex. The purpose of the second step was to look at other territories and compare them with ARCHE AGGLO in order to find possible innovating ideas which are feasible there. This stage had to be shortened because of the long duration of the analysis of the current situation, and as such hasn't been exploited totally. Finally, the third step focused on the results' communication, which went through the shaping of the results thanks to an interactive map implemented on a website, but also a direct feedback to the local protagonists which is in progress.

Although this study was limited in the scope of the results, it emphasized the feeling of involved stakeholders and some of their needs. It could undeniably be used in the future for other projects as a base of work, since it put in light some interesting and motivating leads for both pollsters and respondents.

Remerciements

Nous tenons à remercier chaleureusement notre commanditaire, Mme Mireille Clapot, pour son aide tout au long du projet ainsi que son investissement auprès des autorités locales, et sans qui ce projet n'aurait pas vu le jour.

Nous remercions également nos tuteurs scientifiques, M. René Chalon et M. Daniel Muller, pour leur point de vue toujours éclairant, leurs remarques pertinentes quant à notre démarche et leurs nombreux conseils pour l'utilisation des différents outils informatiques.

Nous sommes aussi très reconnaissants envers les 59 sondés qui ont pris le temps de répondre à nos sondages et ainsi grandement contribué à notre travail.

Nous souhaitons aussi adresser nos remerciements à plusieurs acteurs qui sont intervenus à différents moments dans ce projet.

A M. Angeli, pour l'intérêt porté à notre étude ainsi que sa collaboration quant au partage d'informations sur ARCHE AGGLO.

A M. Deat, pour ses précieux renseignements sur les projets menés à Castelnaudary.

A Mme Rozat, pour nous avoir renseigné sur les projets en cours dans l'ARCHE AGGLO. En particulier, nous la remercions pour sa disponibilité et son implication.

A Mme Buffat-Garcia, qui a pris le temps d'étudier notre projet malgré de nombreuses sollicitations inhérentes à la création d'ARCHE AGGLO.

A M. Boutleux pour ces précieux conseils en gestion de projet, qui ont pris tout leur sens lors de nos démarches.

A M. Celle, pour les TD de communications toujours vivants et pour son travail sur la préparation de la soutenance finale.

A Mme. Goyon, pour son regard pertinent sur la contextualisation de notre étude.

A M. Blanc, pour toutes les AG de préparations aux différents livrables, mais aussi pour ses efforts de début d'année afin de former le groupe pour ce projet.

Sommaire

Table des matières

RESUME	2
VERSION EN FRANÇAIS.....	2
VERSION EN ANGLAIS	2
REMERCIEMENTS.....	4
SOMMAIRE	5
TABLE DES MATIERES.....	5
TABLES DES FIGURES	6
TABLE DES TABLEAUX	7
GLOSSAIRE.....	8
INTRODUCTION	11
I. PRESENTATION DU PROJET	12
I.1. CONTEXTE ET PROBLEMATIQUE	12
I.2. CAHIER DES CHARGES	13
I.3. LIMITES DE L'ETUDE	14
I.4. METHODOLOGIE / DEMARCHE	14
I.5. QUESTIONS BUDGETAIRES	15
I.6. ETAT DE L'ART / BILAN DES CONNAISSANCES	16
II. DESCRIPTION DE L'EXISTANT ET ETUDE DU BESOIN	18
II.1. CARNET DE CONTACT.....	18
II.2. QUESTIONNAIRES	18
II.3. ANALYSE STATISTIQUE DES REPONSES AUX QUESTIONNAIRES	20
1) <i>Les mairies</i>	20
2) <i>Les associations</i>	22
3) <i>Entreprises</i>	24
Résultats statistiques	24
Comparaison avec les chiffres nationaux	27
II.4. INITIATIVES D'ARCHE AGGLO.....	29
1) <i>Un grand projet : le déploiement de la fibre optique pour les foyers</i>	29
2) <i>Autres initiatives</i>	29
III. BENCHMARKING.....	31
III.1. CRITERES RETENUS.....	31
III.2. CARNET DE CONTACTS	31
III.3. BILAN.....	32
V. COMMUNICATION SUR LES RESULTATS	33
IV.1. STRUCTURE DU SITE	33
IV.2. CARTE INTERACTIVE	35

IV.3. MATRICE SWOT	36
IV.4. DIALOGUE AVEC LES DECIDEURS POLITIQUES ET D'AUTRES ACTEURS	36
V. PERSPECTIVES.....	38
CONCLUSION GENERALE	39
BIBLIOGRAPHIE.....	40
ANNEXE 1 : LIVRABLES DE LA GESTION DE PROJET.....	42
DIAGRAMME DE GANTT* DU PROJET D'ETUDES	42
TABLEAU DE BORD.....	43
ANNEXE 2 : SPECIFICITES D'ETUDE	45
ANNEXE 3 : CARNETS DE CONTACT	47
• MAIRIES	47
• ASSOCIATIONS	48
• ENTREPRISES	55
• AUTRES ORGANISMES PRIVES ET SERVICES PUBLICS	55
ANNEXE 4 : CHECK-LIST DE RAPPORT DE PROJET D'ETUDES.....	57

Tables des figures

FIGURE 1 : FORMAT STANDARD D'UNE MATRICE SWOT.....	9
FIGURE 2 : LOGO D'ARCHE AGGLO	12
FIGURE 3 : LOCALISATION ET DELIMITATION GEOGRAPHIQUE D'ARCHE AGGLO	12
FIGURE 4 : MAIRIE - TYPE DE CONNEXION.....	20
FIGURE 5 : MAIRIES - MOYENS DE CONTACT	21
FIGURE 6 : MAIRIES - ACCES PUBLIC A INTERNET, DANS LA COMMUNE ET EN MAIRIE	21
FIGURE 7 : SATISFACTION DES MAIRIES VIS-A-VIS DE L'EQUIPEMENT NUMERIQUE COMMUNAL	21
FIGURE 8 : MAIRIES - AISANCE AVEC LE NUMERIQUE	22
FIGURE 9 : ASSOCIATIONS - TYPE DE CONNEXION.....	23
FIGURE 10 : ASSOCIATIONS - AISANCE AVEC LE NUMERIQUE	23
FIGURE 11 : ENTREPRISES - MATERIEL INFORMATIQUE	24
FIGURE 12 : ENTREPRISES - MODE DE CONNEXION.....	25
FIGURE 13 : ENTREPRISES - NOMS DE DOMAINES	25
FIGURE 14 : ENTREPRISES - TYPE DE DONNEES NUMERISEES.....	26
FIGURE 15 : ENTREPRISES - AISANCE AVEC LE NUMERIQUE.....	27
FIGURE 16 : ENTREPRISES - INTERET POUR LE SUJET DU NUMERIQUE.....	27
FIGURE 17 : STATISTIQUES NATIONALES SUR L'UTILISATION DES MEDIAS SOCIAUX, SUIVANT LE SECTEUR D'ACTIVITE	28
FIGURE 18 : LA FIBRE OPTIQUE, UNE REVOLUTION TECHNOLOGIQUE DES SYSTEMES DE TELECOMMUNICATIONS	29
FIGURE 19 : CHARTE GRAPHIQUE DU SITE INTERNET	33
FIGURE 20 : DANS L'HERMITAGE-TOURNOIS, DES LIENS TRES ETROITS ONT ETE NOUES ENTRE LES DEUX RIVES DU RHONE	34
FIGURE 21 : VISUEL DE LA PAGE D'ACCUEIL DU SITE INTERNET	34
FIGURE 22 : VISUEL DE LA CARTE INTERACTIVE.....	36
FIGURE 23 : DIAGRAMME DE GANTT COMPLET DU PROJET.....	42

Table des tableaux

TABEAU 1 : TABLEAU TEMPS-ENCADRANTS.....	16
TABEAU 2 : TABLEAU DE PILOTAGE DU PROJET	44
TABEAU 3 : CHOIX DES THEMES ABORDES (PRODUCTEURS).....	45
TABEAU 4 : CHOIX DES THEMES ABORDES (CONSOMMATEURS)	46
TABEAU 5 : CARNET DE CONTACT DE TOUTES LES MAIRIES D'ARCHE AGGLO.....	47
TABEAU 6 : CARNET DE CONTACT DES ASSOCIATIONS D'ARCHE AGGLO SOLLICITEES POUR NOTRE ENQUETE	48
TABEAU 7 : CARNET DE CONTACT D'AUTRES ORGANISMES ET SERVICES PUBLICS CONTACTES DANS LE CADRE DE NOTRE ETUDE.....	55

Glossaire

Dans le corps du texte, les mots et sigles, relevant d'un vocabulaire technique, assortis d'une astérisque, sont définis dans le glossaire ci-dessous. Pour des raisons évidentes de confort de lecture, l'exception est faite pour les expressions "ARCHE AGGLO" et "Benchmarking", qui sont répétés de nombreuses fois dans le document.*

3G, 4G : Désigne la troisième et la quatrième génération du réseau de téléphonie mobile qui a succédé au réseaux GSM.

ADN (*Syndicat mixte Ardèche Drôme Numérique*) : Organisme en charge de l'aménagement numérique en haut et en très haut débit des territoires de l'Ardèche et de la Drôme.

ADSL (*pour Asymmetric Digital Subscriber Line, ou en français Ligne d'Abonné Numérique Asymétrique*) : Technologie d'accès à internet sur ligne téléphonique.

ARCHE AGGLO : Nouvelle communauté d'agglomération qui existe autour de l'Hermitage-Tournonais depuis janvier 2017. Elle résulte de la fusion des communautés de communes de l'Hermitage Tournonais, Pays de l'Herbasse et Pays de Saint-Félicien. Elle constitue notre nouveau cadre d'étude depuis sa création.

Benchmarking : Démarche marketing consistant à analyser les modes de gestion, d'organisation des autres entreprises pour s'en inspirer.

Dans le cadre de notre projet il s'agit de comparer notre étude à d'autres études similaires ayant été réalisées à l'échelle communale ou intercommunale.

CSS : Langage informatique utilisé sur internet pour mettre en forme les fichiers HTML. Les fichiers CSS gèrent ainsi le design d'une page HTML.

EHT (*Entreprise de l'Hermitage Tournonais*) : Association d'entreprises qui regroupe des entreprises de l'Hermitage et de Tournons dans le but d'améliorer le réseau entre les entreprises de la région.

ENT (*Espace Numérique de Travail*) : l'ENT est un portail internet permettant à chaque membre de la communauté éducative d'un établissement d'accéder à des services numériques en relation avec ses activités.

ETI : Entreprises de Taille Intermédiaire, qui comptent de 250 à 4999 salariés.

FTTH (*de l'anglais 'Fiber to the Home', traduit par 'la fibre optique jusqu'au domicile*) : un réseau FTTH est un réseau de télécommunication basé sur la technologie de la fibre optique, pour raccorder le domicile d'un abonné à un accès Internet, avec un très haut débit (1 Go/s en réception et en émission). Ce sont les zones urbanisées qui sont prioritaires dans le déploiement public national, les coûts étant bien inférieurs à ceux nécessaires pour la couverture des zones présentant une faible densité de population.

GANTT : Un diagramme de GANTT est un outil couramment utilisé en gestion de projet qui est des plus efficaces pour représenter visuellement l'état d'avancement des différentes tâches. Chaque tâche est matérialisée par une barre horizontale dont la longueur représente la durée et la position représente la date de début et de fin. Il tient son nom de son inventeur Henry GANTT.

GED : Gestion électronique des documents, un procédé informatisé (à l'aide de logiciels) visant à organiser et gérer des informations et des documents électroniques au sein d'une organisation.

GitHub : Service web d'hébergement et de gestion de développement de logiciels, utilisant le logiciel de version Git.

HTCC (*Hermitage-Tournonais Communauté de Communes*) : Ancienne communauté de communes contenant les villes de Tain l'Hermitage et Tournon-sur-Rhône. Elle a fusionné en janvier 2017 pour former l'ARCHE AGGLO.

HTML (*pour HyperText Markup Language, en français Langage de Balisage d'Hypertexte*) : Langage informatique utilisé pour créer et structurer des pages web.

Matrice SWOT (*SWOT pour Strength Weakness Opportunity Threat, ou en français Force, Faiblesse, Opportunité, Menace*) : Outil permettant de confronter l'analyse externe de l'environnement et l'analyse interne des ressources de l'objet d'étude. La méthode consiste à synthétiser dans une matrice 4x4 (cf. **Figure 1**) les forces et faiblesses liées à l'objet d'étude, ainsi que les menaces et les opportunités liées à des facteurs externes. Dans le cadre de notre projet, l'objet d'étude en question est l'ARCHE AGGLO.



Figure 1 : Format standard d'une matrice SWOT

Média social : Ce terme regroupe quatre types d'applications WEB : les réseaux sociaux (comme Facebook, LinkedIn, Viadeo, Google+, pour les plus connus), les blogs d'entreprises, ou microblogs (sur Twitter par exemple), les sites web de partage de contenus multimédia (comme YouTube, Flickr, Picasa, etc.) et les autres outils de partages de connaissances, comme les wikis (Wikipédia notamment)

PME : Petites et Moyennes Entreprises, qui comptent de 10 à 249 salariés.

PSN : Pôle de Services Numériques

RVP (*Rendez-Vous de Pilotage*) : Il s'agit d'une présentation où l'équipe du projet d'étude expose le travail réalisé au commanditaire, aux tuteurs et aux conseillers du projet. A la suite de quoi un échange se fait entre l'équipe qui suit le projet et les élèves pour corriger certaines erreurs, parler d'éventuelles difficultés et voir le développement du projet.

SMART (*pour Spécifique, Mesurable, Acceptable, Réaliste, et Temporellement défini*) : Moyen mnémotechnique permettant de décrire les objectifs que l'on veut exprimer de la façon la plus claire, la plus

simple à comprendre et pour lesquels les résultats sont réalisables. Les objectifs et indicateurs SMART sont utilisés dans différents domaines dont le marketing, le management ou bien la gestion de projet.

Stocker de log : dispositif permettant de centraliser les notifications d'événements sur un système informatique, afin par exemple de comprendre une erreur ou de suivre l'activité d'un utilisateur.

TIC : Technologies de l'information et de la communication. Cette appellation regroupe les techniques de l'audiovisuel, du multimédia, de l'informatique, d'Internet et des télécommunications.

TPE : Très Petites Entreprises, sociétés de moins de 10 salariés.

Umap : Service en ligne qui permet de créer des cartes personnalisées et interactives sur des fonds OpenStreetMap.

Wifi : Le Wifi désigne une connexion sans fil entre un ordinateur et un routeur.

Introduction

A l'époque où le numérique s'impose comme un outil presque incontournable dans la vie quotidienne, il devient crucial d'en comprendre les enjeux à toutes les échelles.

La communauté d'agglomération ARCHE AGGLO, située de part et d'autre du Rhône et à cheval entre l'Ardèche et la Drôme est au cœur de cette évolution, puisqu'un important projet de déploiement de la fibre optique y est en cours.

Ce projet de diagnostic numérique du territoire est né de l'interrogation de Mme Clapot, de par son ressenti et son dialogue avec des acteurs locaux, à propos l'utilisation du numérique dans ce territoire qu'elle connaît bien. De plus, il n'existe visiblement pas de document public contenant des informations facilement compréhensibles par tous et rendant compte de la situation d'ARCHE AGGLO.

L'objectif de ce projet est donc double : d'une part, il doit permettre de récolter des informations au sujet de l'utilisation du numérique dans la communauté d'agglomération et d'autre part, il doit également comporter une phase d'analyse de ces résultats et de communication.

Les diagnostics numériques ont déjà été utilisés ailleurs en France. Ce sont des outils permettant de synthétiser la situation d'un territoire donné et en tirer des conclusions afin de proposer d'éventuels aménagements, que ce soit pour du matériel ou pour de l'accompagnement.

Afin d'adapter l'étude aux besoins et intérêts de chacun, différentes catégories d'acteurs vont être établies : les services publics, les infrastructures publiques, les entreprises, les associations et le grand public. De la même manière, le diagnostic sera scindé en différents domaines comme les infrastructures de télécommunication, les services, l'accès à Internet et les données numérisées. Enfin, une distinction sera faite dans la mesure du possible entre les acteurs plutôt producteurs et ceux plutôt consommateurs des domaines cités précédemment.

Pour être en adéquation avec ces objectifs, le projet comporte donc deux phases : la première, qui s'apparente à un état des lieux, doit permettre de collecter des données auprès des acteurs locaux en les interrogeant grâce à des questionnaires personnalisés et à un dialogue avec les décideurs politiques et institutionnels. La deuxième consiste à examiner ces résultats suivant une démarche SWOT* (Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces). Pour cela, on se basera sur un benchmarking découlant de l'analyse du besoin effectué en même temps que l'état des lieux. Pour conclure, tous les résultats obtenus seront diffusés grâce à un site Internet contenant notamment une carte interactive qui devra être la plus accessible et claire possible.

Dans ce rapport, on tâchera de rendre compte de cette démarche. On commencera par une contextualisation du projet et la présentation du cahier des charges. La seconde partie concernera l'étape de description de l'existant et d'étude du besoin puis, dans un troisième temps, nous développerons le concept de benchmarking et son déroulement dans le cas de notre projet. Enfin, le rapport présentera les différents moyens mis en œuvre pour la communication des résultats, et se conclura par les perspectives et suites possibles de ce projet d'étude.

I. Présentation du projet

I.1. Contexte et problématique

L'Hermitage Tournonais Communauté de Communes (HTCC*), communauté de communes construite autour des deux villes de Tain-l'Hermitage et Tournon-sur-Rhône, se situe à environ 100 km au sud de Lyon, de part et d'autre du Rhône, à la jonction de deux départements différents : Tain-l'Hermitage se trouve dans la Drôme et Tournon-sur-Rhône est en Ardèche (cf. **Figure 3**). Cette communauté de communes est composée de 26 municipalités réparties entre les deux départements. Elle comporte 42 874 habitants pour une superficie de près de 280 km². Il y a en moyenne une densité de 154 habitants au km² et 15 communes ont moins de 1 000 habitants.

Récemment, en janvier 2017, la HTCC a fusionné avec plusieurs autres communautés de communes pour former la communauté d'agglomération de Tain l'Hermitage - Tournon - Herbasse - Pays de Saint-Félicien, dit ARCHE AGGLO (cf. **Figure 2**). Cette nouvelle entité contient 41 municipalités partagées entre l'Ardèche et la Drôme pour un total de 56 000 habitants. Ce territoire est principalement rural, très réputé pour ses vignobles et un secteur touristique en pleine expansion.



Figure 2 : Logo d'ARCHE AGGLO



Figure 3 : Localisation et délimitation géographique d'ARCHE AGGLO

Le projet fait suite à une interrogation de Mme Clapot, notre commanditaire, concernant l'utilisation du numérique dans la HTCC. Elle souhaiterait qu'un diagnostic soit réalisé, afin d'objectiver la situation, d'autant plus qu'il n'existe a priori pas de document public de ce type à l'heure actuelle. Ce diagnostic devait initialement être effectué sur le territoire de la HTCC, mais étant donné le nouveau découpage administratif, il portera sur l'ensemble d'ARCHE AGGLO.

D'autre part, ce territoire est actuellement en pleine mutation avec l'installation progressive de la fibre optique ; la couverture totale d'ARCHE AGGLO devrait être effective d'ici 2025. Ce changement profond pourrait à terme bouleverser totalement les pratiques numériques des différents acteurs de ce territoire, du grand public aux entreprises, en passant par les associations, les écoles, les mairies...

I.2. Cahier des charges

Le premier objectif majeur de ce projet est de réaliser un état des lieux, en matière de numérique, sur la communauté d'agglomération d'ARCHE AGGLO, afin d'en avoir une vision actuelle et globale.

Afin de cibler au mieux l'étude, de respecter les contraintes inhérentes au projet d'étude (notamment de temps) et de se baser sur des critères pertinents, il a été décidé de diviser les domaines de l'étude en quatre :

- Les infrastructures de télécommunication
- Les services proposés et utilisés
- L'accès à Internet
- Les données numérisées

En plus de cette division, il faudra tenir compte de la fonction des acteurs : en effet, ceux-ci sont tantôt producteurs (de ressources, de connexions, de matériel), tantôt consommateurs.

De la même façon, les acteurs de l'étude seront divisés en cinq groupes, car chacun possède ses propres caractéristiques en termes d'utilisation du numérique :

- Les entreprises
- Les services publics
- Les équipements communautaires
- Les associations
- Le grand public

Pour chaque triplet acteur/domaine/fonction, plusieurs spécificités d'études ont été listées dans des tableaux. Ceux-ci sont disponibles en **Annexe 2**.

Le second objectif vise à proposer des recommandations aux instances publiques afin de profiter au mieux des possibilités qu'offre le numérique, tout en restant informatif et positif vis-à-vis de la situation d'ARCHE AGGLO.

Ces préconisations porteront sur plusieurs triplets acteur/domaine/fonction, et seront hiérarchisées selon leur nécessité par rapport au besoin des acteurs et selon leur faisabilité, que ce soit financière ou matérielle. Elles devront comprendre plusieurs points essentiels :

- Un fondement, un constat issu principalement de l'état des lieux

- La description précise de l'état des lieux : qui est ciblé, avec quels moyens, dans quel but, et en adoptant une démarche SMART*
- Les retombées envisageables en s'appuyant sur des réalités observées ailleurs
- Les risques possibles après sa mise en place
- Une évaluation des coûts financiers, humains, et des délais.

Enfin, les conclusions de cette étude devront répondre à certains critères :

- Elles devront rester impartiales
- Elles envisageront plusieurs échelles de temps : à court terme (6 mois), à moyen terme (2 ans) et à long terme (mandat politique)
- Elles devront en priorité s'adresser aux acteurs les plus réceptifs et demandeurs
- Les informations qu'elles véhiculent devront être accessibles et intelligibles par tous.

I.3. Limites de l'étude

Un diagnostic numérique complet, tel qu'il en existe déjà pour d'autres territoires, nécessiterait une équipe de travail dédiée à temps complet pour balayer l'ensemble des possibilités qu'offre le numérique. Ainsi ce projet présentera certains choix, restrictifs certes, mais nécessaires pour aboutir à des conclusions.

D'autre part, l'étude se base essentiellement sur les réponses aux sondages des différents acteurs et sur les échanges avec les décideurs locaux. Si le nombre de réponses est insuffisant, ou si les réponses ne sont pas représentatives de la totalité du territoire d'ARCHE AGGLO, il sera compliqué de tirer des conclusions. De la même façon, il est important de garder à l'esprit que les élus locaux ont d'autres priorités que ce diagnostic, surtout en cette année électorale. Le temps est aussi une limite de ce projet ; il faut penser à de possibles relances pour les sondages, qui peuvent modifier la planification du projet mais qui sont indispensables pour la suite.

Enfin, les informations divulguées par certains organismes, comme les entreprises, pourront être sujettes à la confidentialité. Il faudra donc adapter la diffusion des résultats au respect de cette clause.

I.4. Méthodologie / démarche

Le diagramme de GANTT du projet est donné en **Annexe 1**, suivi du tableau de bord.*

La première étape d'un diagnostic, quel que soit son domaine d'application, consiste à recueillir des informations afin de les analyser par la suite. Il s'agit donc de réaliser un état des lieux en matière de numérique sur la communauté de commune d'ARCHE AGGLO pour avoir une vision actuelle et globale de la situation.

Une fois l'analyse effectuée, il s'agira de proposer des préconisations afin de profiter au mieux du numérique. Une des contraintes sera de rester informatif et positif : ce projet ne se veut pas être un rapport d'experts sur la question du numérique dans la communauté de communes, il est donc essentiel de garder le recul nécessaire sur la légitimité et l'influence de ces recommandations.

Dans le même temps, il paraît judicieux d'avoir un point de vue interne sur la question et de connaître les ressentis et surtout les besoins des utilisateurs dans les différents domaines cités précédemment.

Concernant la réalisation de ce travail, il s'agira en premier lieu de réaliser un carnet de contact des acteurs avec lesquels dialoguer. Ensuite, une approche concentrique est prévue, en partant des décideurs pour aller jusqu'aux consommateurs. Enfin, l'enquête sera menée grâce à un questionnaire dédié à chaque acteur. Cependant, l'une des études paraît difficile à réaliser dans le cadre de ce projet : celle qui porte sur le grand public. En effet, diffuser un questionnaire à l'ensemble des habitants d'ARCHE AGGLO et récupérer un nombre suffisant de réponses pour pouvoir les exploiter semblent des tâches ardues et relativement risquées, puisqu'elles engageraient de nombreux efforts sans assurance de résultats probants.

Une fois les résultats récoltés, il faudra les analyser et être capable d'évaluer la situation d'ARCHE AGGLO. Pour cela, une démarche de benchmarking va être adoptée. Elle consistera à faire le choix de plusieurs triplets acteur/domaine/fonction, et de faire une étude comparative relativement à des communes récemment équipées de la fibre (notamment pour voir les perspectives possibles), ou à des communes pilotes dans l'utilisation du numérique en France (pour retenir des initiatives possiblement reproductibles au sein d'ARCHE AGGLO) tout en maintenant une comparaison faisable, que ce soit en termes de nombre d'habitants ou de situation géographique.

Il est également nécessaire de prévoir la communication de ces résultats, puisqu'ils sont avant tout destinés aux acteurs d'ARCHE AGGLO ; ils se devront d'être accessibles et compréhensibles pour tous. Pour ce faire, une carte interactive à l'échelle de la communauté d'agglomération sera créée, et servira à présenter les principaux résultats avec une priorité donnée à ceux qui concernent les sujets évoqués lors de l'étude du besoin. En complément, un site Internet contiendra d'autres informations relatives au projet.

Enfin, pour dresser un bilan du projet, une matrice SWOT sera réalisée. L'analyse des forces et faiblesses sera basée sur l'état des lieux et le benchmarking ; celle des opportunités et menaces pourra s'appuyer sur le contexte global et le dialogue avec les acteurs locaux.

I.5. Questions budgétaires

A l'heure actuelle, aucune dépense n'a été engagée pour le déroulement du projet.

D'une part, le contact par e-mail et par téléphone avec les interlocuteurs a été privilégié, ainsi nous n'avons pas eu de frais de transport pour les rencontrer physiquement. D'autre part, l'hébergement du site internet est entièrement gratuit.

Le tableau suivant (*Tableau 1*) répertorie les heures de présence aux réunions de tous les encadrants du projet, jusqu'à ce jour.

Temps consacré au projet										
Date	Type	Durée (h)	M. Clapot	D. Muller	R. Chalon	E. Boutleux	M. Goyon	B. Celle	Autres	Total heures
28/09/2016	Réunion	1	1	1						2
05/10/2016	TD DT	2					1		1	4
05/10/2016	Réunion	1	1							1
19/10/2016	TD Gdp	2				1				2
26/10/2016	Réunion	1,5	1	1	1					4,5
09/11/2016	TD Gdp	2				1				2
16/11/2016	Réunion	1	1	1	1					3
07/12/2016	Pitch	0,5					1		1	1
14/12/2016	RVP1	1	1	1	1	1		1		5
11/01/2017	TD Com	2						1		2
25/02/2017	Réunion	1	1		1					
08/02/2017	TD Gdp	1							1	1
15/02/2017	Réunion	0,75		1	1					1,5
08/03/2017	TD Com	2						1		2
05/04/2017	RVP2	1	1	1	1	1				4
05/04/2017	TD Com	2						1		2
Total		18,75	6	5	5	3	2	3	3	37

Tableau 1 : Tableau temps-encadrants

I.6. Etat de l'art / bilan des connaissances

Comme cela a été rappelé précédemment, une des motivations de ce projet est de réaliser un diagnostic numérique à l'échelle de la communauté d'agglomération, puisqu'il n'existe *a priori* pas de document public de ce type à ce jour.

Cependant, des études poussées ont été menées à l'échelle interdépartementale, et ont abouti à la rédaction d'un Schéma Directeur Territorial d'Aménagement Numérique (SDTAN) en 2013. Ce travail, orchestré par ADN* et le Pôle numérique et soutenu par les départements de l'Ardèche et de la Drôme ainsi que la région Rhône-Alpes, est séparé en deux volets : l'un concernant les infrastructures numériques (ADN) et l'autre traitant des services et usages numériques (Pôle Numérique). [2][3]

Ces documents, au niveau d'analyse bien plus avancé que ce projet d'études, présentent les grandes orientations des deux départements en matière de numérique. Il faut à cela ajouter des rappels sur les tendances à l'échelle nationale, des planifications de performances à atteindre, mais également des bilans à propos de toutes les structures déjà mises en place.

Les SDTAN sont très complets et de grande qualité ; leurs seuls défauts seraient peut-être la longueur, qui peut freiner à leur consultation, et leur mise à jour puisqu'ils datent de presque quatre ans. [4] Ce projet d'étude souhaiterait proposer un complément, à savoir un contenu moins dense mais qui prend en compte les grandes lignes actuelles et surtout qui s'attache à les rendre rapidement compréhensibles et accessibles pour tous.

D'autre part, pour ce qui est de la forme d'un diagnostic numérique, plusieurs exemples réalisés notamment en Aquitaine peuvent être une source d'inspiration, que ce soit pour la méthodologie, les questions soulevées ou encore la présentation des résultats finaux. Cependant il faut souligner

que ces diagnostics, même s'ils sont réalisés à une échelle intercommunale, sont le plus souvent orientés vers un secteur d'activité particulier, comme par exemple le tourisme. En revanche, les études grand public ne sont généralement pas effectuées. [5]

Enfin, à un niveau plus élevé on trouve quelques statistiques nationales, notamment de l'INSEE, sont disponibles en ligne. Elles pourront permettre de situer ARCHE AGGLO par rapport au niveau français. [6]

II. Description de l'existant et étude du besoin

II.1. Carnet de contact

Avant d'entamer toute démarche de sondage à proprement parler, il est nécessaire de cibler les contacts. Il faut en plus de cela tenir à jour une liste des réponses pour être en mesure de relancer les sondés au bon moment en cas de non-réponse, et également de décider de l'arrêt du sondage si le nombre de réponses est suffisant.

Ce travail est relativement évident pour les mairies, puisqu'il est possible et souhaitable de toutes les contacter. De plus, leurs coordonnées sont relativement faciles à obtenir, puisqu'elles sont référencées par les services publics nationaux. [7]

En ce qui concerne les associations et les entreprises, la tâche est un peu plus compliquée et se décompose en deux étapes : d'abord obtenir une liste de tous les organismes existants, puis ensuite retenir ceux qui peuvent être contactés.

Pour les entreprises, le listing a pu être établi grâce au programme Orbis disponible à la Bibliothèque Michel Serres. Ensuite, toutes celles possédant une adresse mail ont été retenues pour être contactées ultérieurement ; elles ont également été regroupées par secteur d'activité, afin de pouvoir moyenner les résultats et respecter la confidentialité des résultats (ce point sera précisé par la suite).

Enfin du côté des associations, le listing en lui-même n'est pas chose aisée. En effet peu de communes proposent sur leur site Internet, quand il existe, un guide des associations existantes avec des coordonnées à jour. Il a donc fallu examiner chaque municipalité individuellement et retenir les associations avec une adresse mail ; les domaines sont très divers mais tous intéressants, car ils permettent d'avoir des points de vue très différents sur le numérique comme les conclusions le montreront.

Cependant, il est malheureusement inévitable que certaines aient été omises dans ce carnet de contact, de par la difficulté à obtenir une liste exhaustive.

Les carnets de contact utilisés sont disponibles en **Annexe 3**.

II.2. Questionnaires

Une fois cette phase de ciblage effectué, il a fallu se pencher sur le cœur du diagnostic. Comme il a été dit précédemment, la démarche initiale consistait à prendre d'abord contact avec les structures ayant le plus fort pouvoir décisionnel ou le plus grand réseau, que ce soit la communauté d'agglomération, ADN, le Pôle Numérique ou le club des entreprises EHT* enfin de bénéficier de leur soutien, de leur connaissance du terrain et de leur crédibilité. Malheureusement, cette phase du projet s'est déroulée au même moment que la création et les débuts d'ARCHE AGGLO : ces acteurs étaient donc focalisés sur ce profond changement d'organisation. Comme nous l'a confié Mme Aurélie BUFFAT-GARCIA, animatrice au club EHT, les entreprises étaient préoccupées par des questions d'organisation interne, et devaient déjà répondre à de nombreux sondages à ce sujet. Le Pôle Numérique quant à lui, a été placé en liquidation judiciaire fin janvier. Enfin, concernant ARCHE AGGLO, il a été difficile d'établir un contact dès l'annonce de la fusion : un délai était requis pour gérer les modalités administratives, notamment la nomination du vice-président en charge du numérique.

Cependant, il n'était pas possible repousser indéfiniment le lancement de l'étape de sondage, sous peine de mettre en danger l'essence du projet en lui-même. Il a donc fallu réfléchir à une autre stratégie de sondage.

Une des clés de ce sondage est d'atteindre un maximum d'acteurs en un minimum de temps et avec un minimum de moyens. Il a donc été décidé de réaliser des sondages numériques en utilisant des formulaires Google Forms personnalisé pour chaque acteur, qui seront envoyés par mail en utilisant les carnets de contacts. Il est évident que ceci ferme la porte à tous les acteurs qui n'ont pas d'adresse mail, mais ce choix a été motivé par le souhait que les sondés aient un minimum d'expérience en matière de numérique. Cela semblait être la meilleure solution compte tenu du contexte du projet.

Les questionnaires en eux-mêmes, comme nous l'avons dit précédemment, étaient adaptés à chaque acteur. Bien évidemment, certaines questions étaient communes à tous, comme par exemple le niveau d'aisance avec le numérique, la satisfaction d'utilisation ou des questions plus matérielles concernant l'équipement, la connexion ou le débit. À côté de cela, chacun tentait de se rapprocher des enjeux de ses destinataires [8] :

- Pour les mairies, les questions se tournaient vers les services numériques proposés aux habitants, mais également au matériel et connexions disponibles dans les infrastructures municipales publiques
- Pour les associations, on s'intéressait notamment à la communication avec les adhérents et la visibilité
- Pour les entreprises, le questionnaire insistait sur l'usage du numérique du point de vue de la gestion des données et de leur sécurisation

Pour choisir les questions qui seraient pertinentes à poser, nous nous sommes inspirés de questionnaires envoyés dans d'autres territoires ou à d'autres échelles. En particulier, le questionnaire adressé aux professionnels du tourisme par l'organisation Ardèche Plein Cœur, dans le cadre d'un diagnostic numérique du territoire (centre de l'Ardèche), nous a été d'une précieuse aide. [9]

Ces questionnaires sont téléchargeables aux liens suivants (format PDF) :

- Questionnaire adressé aux mairies :
<https://diagnosticnumerique.github.io/ressources/Questionnaire_Mairies.pdf>
- Questionnaire adressé aux associations :
<https://diagnosticnumerique.github.io/ressources/Questionnaire_Associations.pdf>
- Questionnaire adressé aux entreprises :
<https://diagnosticnumerique.github.io/ressources/Questionnaire_Entreprises.pdf>

Pour l'envoi, les versions PDF de ces questionnaires étaient en pièce jointe d'un mail contenant une petite introduction au projet, une présentation des enjeux spécifiques aux acteurs et le lien vers le questionnaire. En effet, un premier retour de testeurs nous a fait remarquer qu'il n'était pas possible de parcourir tout le questionnaire et revenir sur des questions à la fin (par exemple rechercher des données chiffrées ou demander l'avis d'une autre personne), d'où l'ajout de la version PDF en pièce jointe pour consultation.

II.3. Analyse statistique des réponses aux questionnaires

Avant de s'intéresser aux résultats, il convient de faire un bilan sur le taux de réponse des questionnaires.

Le questionnaire "mairies" a été complété par 18 communes sur 41, soit un taux de réponse très satisfaisant de 44%. Ceci s'explique notamment par le travail et les connaissances de notre commanditaire sur place pour appuyer nos démarches.

Ce n'est malheureusement pas la même tendance pour les associations et les entreprises.

Pour le questionnaire "associations", il a été complété par 23 associations sur les 150 contactées, soit un taux de réponse d'environ 15%. Ce dernier est assez faible, et ne permet donc pas une représentativité générale de toutes les associations de la communauté d'agglomération. Néanmoins, les résultats permettront de donner une idée, aussi limitée soit-elle, de la situation numérique des associations.

Pour le questionnaire "entreprises", parmi les 300 entreprises contactées, 18 ont répondu à notre questionnaire (6%). Malgré ce faible taux de réponse, le panel des entreprises est relativement varié, en termes de secteurs d'activité, de localisation géographique et d'effectif des employés.

1) Les mairies

En premier lieu, les mairies ont été sondées sur le matériel qu'elles possèdent. Toutes ont à disposition des ordinateurs fixes, la majorité utilisent également des ordinateurs portables (50 % en possèdent entre 2 et 5). En revanche, les tablettes et smartphones ne sont généralement pas présents : une seule mairie est équipée d'une tablette, et trois de smartphones.

Pour ce qui est de la connexion à Internet, 89% des mairies profitent de l'ADSL* ; la fibre fait également son apparition dans deux communes (Tournon-sur-Rhône et Glun). En revanche, le constat n'est pas le même sur les territoires communaux. En effet, l'ADSL n'est accessible que dans 78% des communes, et plusieurs soulignent un débit trop faible et inférieur à 1 Mo/s.

Quel type de connexion utilisez-vous actuellement en mairie ? (18 réponses)



Figure 4 : Mairie - type de connexion

Ensuite, on note que quasiment toutes les communes possèdent un site Internet disponible seulement en français. Un quart des communes propose en plus une version mobile. Les fréquences de mise à jour sont assez variables, allant d'une fois par jour à moins d'une fois par mois ; les personnes en charge de le faire sont le plus souvent des élus (50 %) ou employés municipaux (63 %). On trouve globalement beaucoup d'informations telles que la liste des associations, les actualités, les comptes rendus des conseils municipaux ou l'agenda, mais peu de services : moins de la moitié des mairies

proposent d'obtenir des formulaires administratifs ou d'éditer un extrait d'acte de naissance en ligne. De plus, aucune ne possède d'intranet et seulement 2 utilisent un espace de travail partagé.

Concernant les réseaux sociaux, la majorité ne les utilise pas, principalement par manque de temps et de nécessité : deux mairies utilisent Facebook, et deux autres YouTube. Lorsqu'elles le font, c'est la plupart du temps pour relayer des événements et toucher un plus grand nombre ou pour communiquer des flash-infos.

Au niveau du contact, 3 moyens ressortent majoritairement : le mail, le téléphone et le déplacement en mairie.

Pour les équipements sur le territoire communal, très peu sont équipés pour permettre l'utilisation d'internet (connexion et ordinateur) : 1 stade sur 9, 4 salles de spectacles sur 14 et 0 gymnases sur 5 possèdent par exemple une connexion Internet. De plus, peu de communes proposent des accès Internet publics en mairie ainsi que des zones WiFi*.

Vous êtes majoritairement contactés par : (18 réponses)

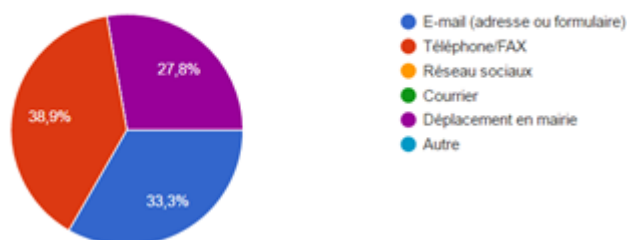
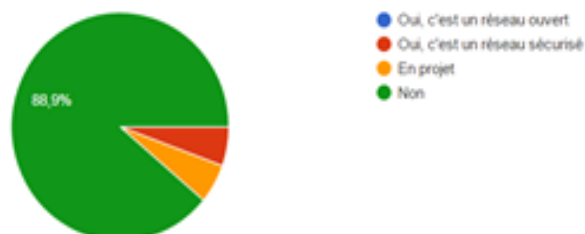


Figure 5 : Mairies - Moyens de contact

La commune propose-t-elle des zones WIFI gratuites sur votre commune ? (18 réponses)



Proposez-vous un accès Internet public en mairie ? (18 réponses)

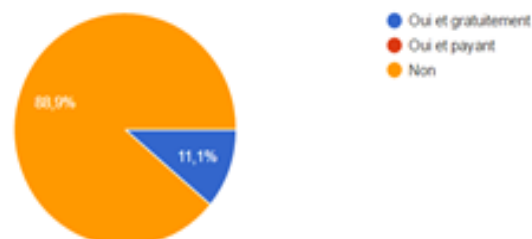


Figure 6 : Mairies - Accès public à Internet, dans la commune et en mairie

Education

Toutes les écoles ne sont pas reliées à Internet. 62% possèdent des ordinateurs à disposition des élèves et des enseignants. Pour environ 90% des communes sondées, on ne peut pas s'inscrire ni payer la cantine en ligne ni s'inscrire à la garderie et aux activités périscolaires.

Culture

Sur 13 communes possédant une bibliothèque, seule une propose de consulter la liste des ouvrages en ligne ainsi que des ressources numériques (en l'occurrence VOD).

Vous considérez l'équipement numérique communal comme : (17 réponses)



Figure 7 : Satisfaction des mairies vis-à-vis de l'équipement numérique communal

Bilan

On constate que les mairies sont relativement à l'aise avec le numérique et considèrent leur équipement comme suffisant à leurs besoins. Cependant, un tiers d'entre elles soulignent des manques d'équipement et de connexion, qui peuvent à terme nuire au développement économique de la commune.

Le personnel de la mairie est-il globalement à l'aise avec le numérique
(18 réponses)

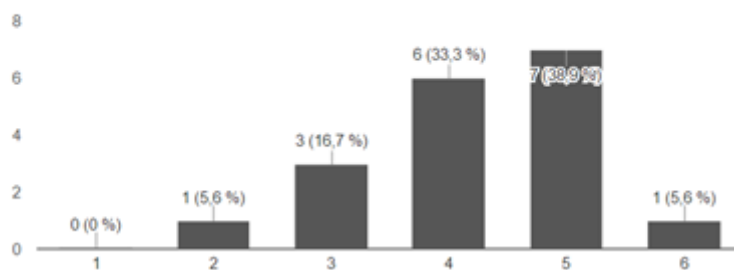


Figure 8 : Mairies - Aisance avec le numérique

Pour près de 90% des mairies, le numérique est un moyen d'améliorer la vie quotidienne de la commune, que ce soit pour les habitants ou pour la gestion administrative. 40% considèrent qu'il peut améliorer la visibilité de la commune au niveau de la communauté d'agglomération. Enfin, seulement 24% espèrent une meilleure visibilité à plus grande échelle.

2) Les associations

Tout d'abord, il est à noter que les associations ayant répondu au questionnaire sont assez variées. En tout, les réponses viennent d'associations de 6 communes différentes (la commune la plus présente étant Tournon sur Rhône avec 39% du total des réponses), dont les domaines sont multiples (sport, culture et arts, scolaire, santé, humanitaire) ainsi que de tailles variables, comptant entre 15 et 550 adhérents. Les résultats proviennent donc d'associations diversifiées.

Les premières questions, portant sur les équipements des locaux associatifs, montrent que sur les 23, 5 associations ont une salle polyvalente équipée de connexion et d'ordinateurs, 3 associations n'ont que de la connexion (sans matériel informatique). Une seule association possède un gymnase équipé de connexion. Le reste, à savoir 14 associations, n'a pas d'équipement numérique dans son local. De plus, la plupart des ordinateurs disponibles datent de plus de 3 ans, ou alors d'entre 1 et 3 ans. Une seule association possède un ordinateur datant de moins d'un an. Concernant le type de connexion, l'ADSL haut débit est de loin le plus utilisé. On note que 2 associations ne connaissent pas leur type de connexion et que 39% des associations n'ont pas de connexion du tout (cf. **Figure 9**). Quant au débit de connexion, 2 associations seulement ont répondu au questionnaire, les autres ne connaissant pas leur débit. Si plusieurs d'entre elles n'ont pas de connexion, ce n'est, pour la plupart, pas par manque d'intérêt. En effet, 64% des associations n'ayant pas de connexion estiment en avoir besoin pour leurs activités.

De quel type de connexion disposez-vous dans vos locaux ?

23 réponses

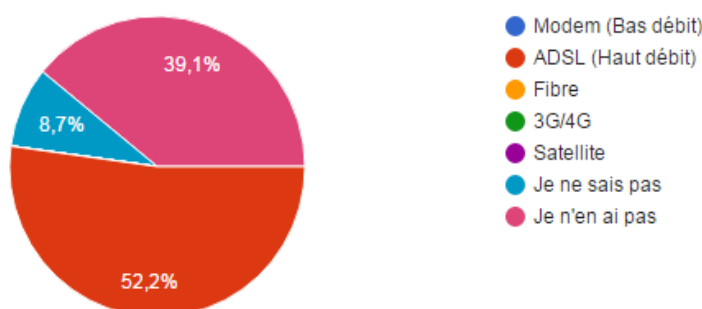


Figure 9 : Associations - Type de connexion

La deuxième partie du questionnaire traite de la communication au sein de l'association et ses différents outils. 87% des sondées ont une adresse mail propre à leur association, et 75% consultent la boîte de réception chaque jour, les autres la consultant quelques fois par semaine. 16 sur les 23 associations ont un site internet, en général réalisé par elles-mêmes mais certains font appel à des agences professionnelles. La plupart des associations gère néanmoins son site elle-même. De manière globale, les sites sont décemment fournis en contenu (présentation de l'association, formulaire de contact, programme associatif, actualités, galerie...) mais proposent rarement des services comme l'adhésion ou le paiement. Une association seulement propose un espace intranet à ses adhérents. La majorité des sites sont mis à jour quelques fois par mois, voire moins fréquemment, et 4 associations mettent leur site à jour chaque semaine.

Le mail reste le moyen privilégié pour la communication interne (entre membres), c'est d'ailleurs aussi le moyen le plus utilisé par les non adhérents pour contacter ces associations, suivi par le téléphone. En ce qui concerne les réseaux sociaux, 13 associations sur les 23 sont présentes sur Facebook, une seule est présente sur Google+, alors que le reste n'utilise aucun réseau social. Malgré tout, c'est plus à travers les connaissances qu'à travers la publicité (réelle ou virtuelle) et la présence virtuelle que les gens connaissent ces associations.

Bilan

Au sein de votre association, vous sentez-vous à l'aise avec le numérique ?

23 réponses

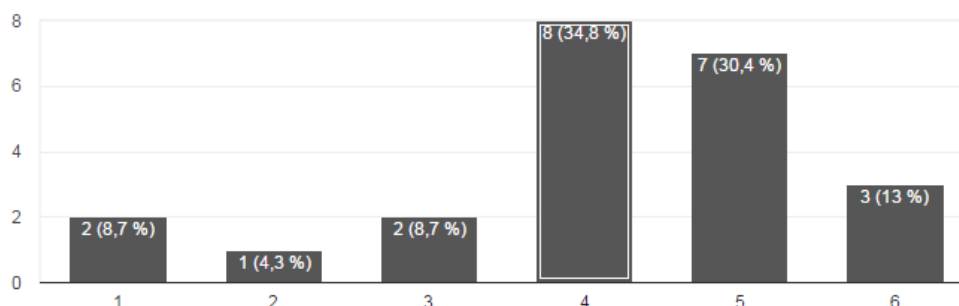


Figure 10 : Associations - Aisance avec le numérique

Globalement, les associations ayant répondu au questionnaire se sentent à l'aise avec l'utilisation des outils numériques, sur une échelle de 1 à 6 (6 étant parfaitement à l'aise), 18 se sont donnés

une note supérieure à 4 (cf. **Figure 10**). Mais, la moitié seulement est satisfaite de l'utilisation qu'elle fait du numérique, l'autre moitié jugeant qu'elle pourrait en faire un usage plus pratique.

Remarque

Les adhérents de certaines associations sont souvent âgés et n'utilisent pas les outils numériques.

3) Entreprises

Résultats statistiques

Nous avons classé les entreprises en deux catégories : les TPE* (Très Petites Entreprises) et les PME* et ETI* (Petites et Moyennes Entreprises et Entreprises de Taille Intermédiaire). La première catégorie regroupe 10 entreprises, la deuxième en rassemble 8.

Le premier constat que l'on fait est que les PME et ETI possèdent en général assez peu de matériel informatique (cf. **Figure 11**). La plupart du matériel est à la charge des employés. Les ordinateurs des PME et TPE ont été achetés plus récemment (âge moyen : 2,2 ans) que ceux des TPE (âge moyen : 3,2 ans). Toutes catégories confondues, l'âge moyen des principaux ordinateurs est de 2 ans et 8 mois.

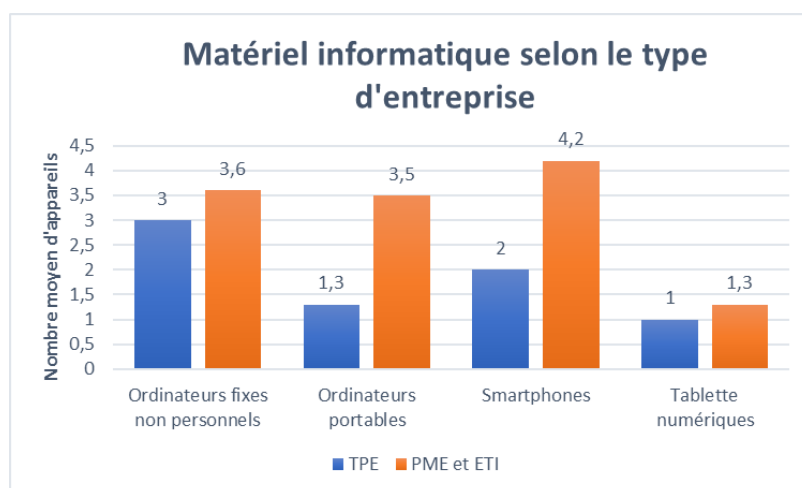


Figure 11 : Entreprises - Matériel informatique

L'ADSL est le mode de connexion à Internet le plus utilisé par les entreprises, suivi de la 3G/4G* (cf. **Figure 11**). Le principal fournisseur d'accès est Orange (50%), le second est un fournisseur régional, Rhoval C'PRO Telecom (11%). Un nombre important d'entreprises n'a pas raccordé sa connexion à un système externe sécurisé. Enfin, 24% des entreprises n'ont pas encore mis en place d'accès Wifi dans leur établissement.

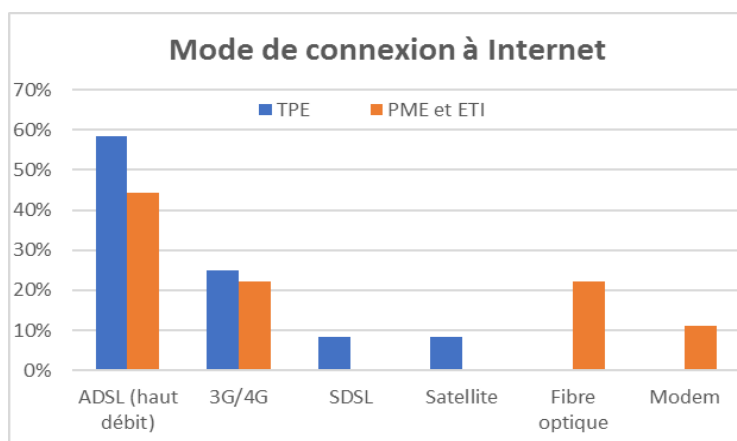


Figure 12 : Entreprises - Mode de connexion

Nous avons réussi à avoir une estimation du débit moyen disponible par entreprise (en réception de données): il est d'environ 11.2 Mb/s (12 Mb/s pour les TPE* et 10.1 Mb/s pour les PME* et ETI*). Une entreprise nous a précisé que le débit est trop faible. Nous n'avons pas d'information sur le débit montant (envoi de données), à l'exception d'une entreprise qui indique 0.8 Mb/s. 44% des entreprises fournissent une adresse e-mail spécifique à tous leurs salariés, et 39% uniquement aux membres de la Direction. Pour 78% des structures, cette adresse e-mail est personnalisée au nom de la structure (i.e. au format 'contact@monentreprise.fr'). L'e-mail est très largement utilisé pour la communication avec les clients (94% des entreprises) et pour contacter les fournisseurs, la banque et les collaborateurs (83%). L'e-mail est un mode privilégié de communication interne pour 56% des entreprises, mais il est assez peu utilisé pour le démarchage commercial (39%). Quasi-toutes (89 %) nous précisent que leurs salariés consultent leur boîte mail une à plusieurs fois par jour.

78% des entreprises disposent d'un site internet consacré à leur activité, et pour 11% le site est en cours de réalisation ou de réflexion. La version actuelle de ce site date en moyenne de 1 an et 9 mois. La plupart des sociétés ont fait appel à un prestataire de services personnalisés pour la réalisation du site. Cependant, pour un nombre non négligeable (27%), c'est un salarié qui l'a réalisé, avec des outils gratuits de création de site. Concernant les noms de domaine, beaucoup en ont acheté un ou plusieurs (cf. **Figure 13**).

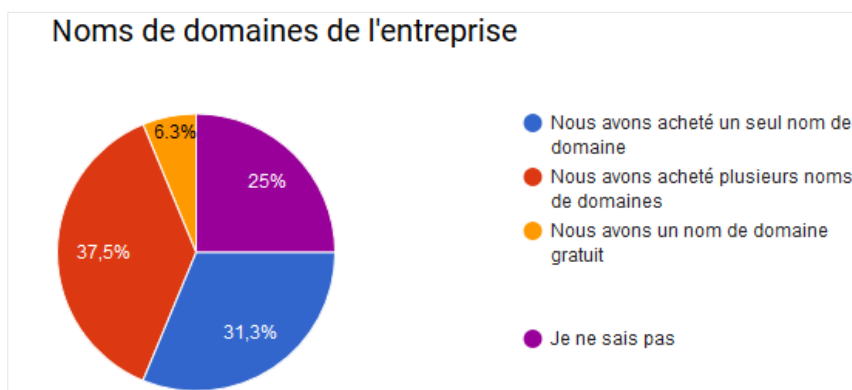


Figure 13 : Entreprises - Noms de domaines

50% des entreprises mettent à jour leur site une à quelques fois par an, et 25% le font une à quelques fois par mois. Ces mises à jour sont saisies et réalisées par les employés dans 75% des cas. La grande majorité des entreprises (88%) n'a pas traduit son site en langue étrangère. Pour analyser la fréquentation de leur site, les entreprises ont recourt à divers outils : compteur de visites affiché sur le site, Google Analytics, ou encore un système de gestion de contenu CMS¹. D'autres (13%) font appel au prestataire de services qui met à jour régulièrement leur site. 18,8% n'analysent pas ces informations. Les éléments qui apparaissent le plus souvent sur le site sont :

- Les coordonnées complètes de l'établissement ($\approx 100\%$), avec une carte de géolocalisation ou un plan d'accès aux bâtiments.
- Un formulaire de contact (94%)
- Un bouton de partage social (Twitter, Facebook, ou autre) (44%)

En revanche, les instructions détaillées d'accès selon le mode de transport n'apparaissent quasiment jamais. Peu d'entreprises (12%) offrent la possibilité de s'abonner à une lettre d'information (newsletter) sur le site. Parmi celles qui sont concernées par la vente, 1/3 proposent une boutique ou un catalogue en ligne, et un formulaire de commande (ou de réservation) en ligne. La moitié dispose d'une plateforme de paiement en ligne. 17% donnent la possibilité à leurs clients de laisser un avis ou un témoignage. Rares sont les sociétés qui se servent de flux RSS, mais la moitié affiche ses actualités et événements sur son site.

73% des entreprises ont une page ou un profil Facebook. Google Plus et LinkedIn sont aussi très utilisés (respectivement 55% et 36%). De manière générale, les médias sociaux* sont utilisés pour la promotion de l'activité de l'entreprise. Très peu d'établissements (22%) incitent leurs clients à laisser leur avis sur Internet. En général, ils n'effectuent pas de veille régulière sur les sites d'avis. 56% des entreprises ont développé une version mobile de leur site internet, mais aucune n'a créé d'application mobile. 17% disposent d'un intranet et 30% utilisent un outil externe et gratuit de Cloud. Beaucoup numérisent les informations de leurs clients et de leur fournisseurs (cf. **Figure 14**).

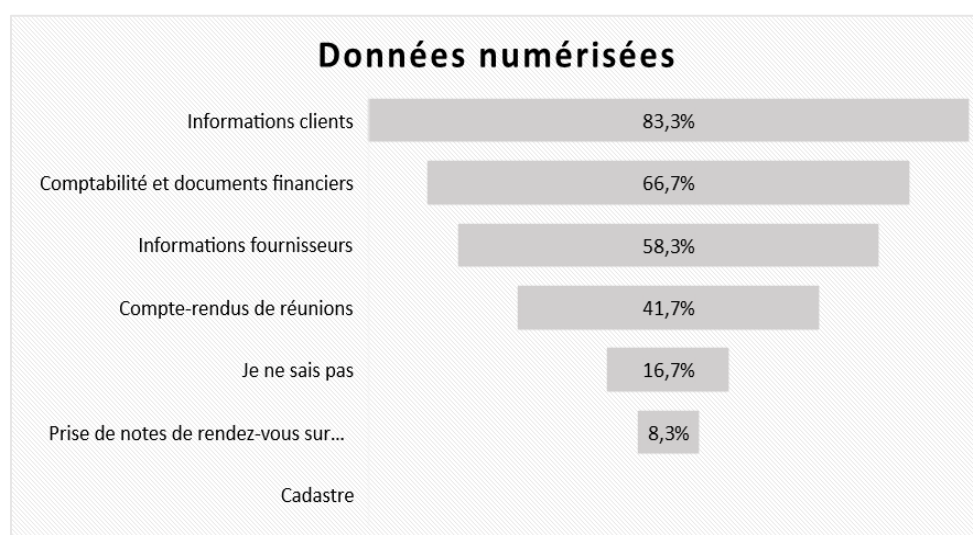


Figure 14 : Entreprises - Type de données numérisées

¹ Content Management System : famille d'applications qui ont pour but de créer et de mettre à jour facilement un site web dynamique

Sur une échelle de 1 à 6, si vous deviez évaluer de manière générale la maîtrise des outils web et numérique parmi les employés de l'entreprise, comment la situeriez-vous ?
(18 réponses)

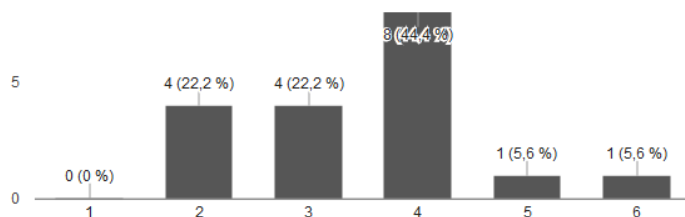


Figure 15 : Entreprises - Aisance avec le numérique

83% des entreprises indiquent que leurs employés ne suivent pas de formations/ateliers liés au numérique (en interne). Les autres indiquent avoir participé à des formations sur « Le numérique en entreprise », proposées par la société CYBER ARDECHE, et à des formations sur la GED*.

Les points sur lesquels les entreprises aimeraient le plus être accompagnées sont, par ordre d'importance décroissante :

- L'amélioration du référencement de leur site internet
- La sécurisation de leurs données
- L'utilisation des outils Google
- L'évaluation de leur impact numérique
- La surveillance et l'optimisation de leur réputation sur les sites d'avis clients

Une entreprise nous précise qu'elle a besoin « d'utiliser intelligemment les outils numériques sans excès ». Pour conclure, nous avons demandé aux entreprises d'évaluer leur niveau de maîtrise du numérique (cf. **Figure 15**), ainsi que l'intérêt qu'elles ont pour ce sujet (cf. **Figure 16**).

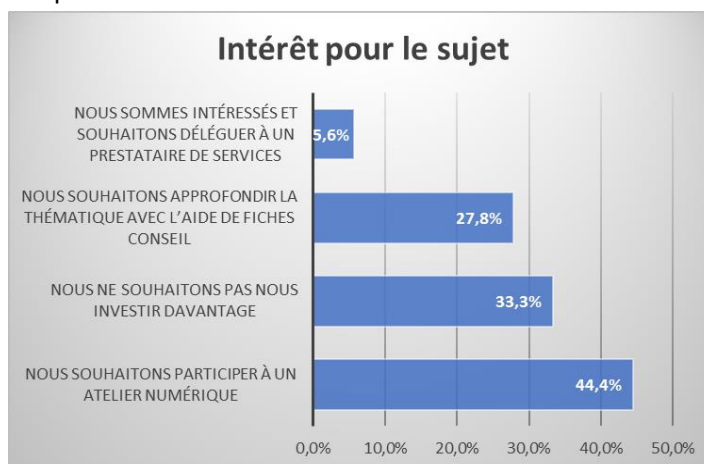


Figure 16 : Entreprises - Intérêt pour le sujet du numérique

Comparaison avec les chiffres nationaux

Ces données sont à mettre en parallèle avec les statistiques nationales de l'INSEE, obtenues à partir des données d'une enquête réalisée en France en 2015 [6].

67% des entreprises employant au moins 10 personnes possède un site internet, ou au moins une page d'accueil. Plus précisément, pour les sociétés de 10 à 49 salariés, ce chiffre est de 63%.

16% des entreprises d'au moins 10 employés implantées en France emploient du personnel spécialisé dans les TIC*, dont la principale activité est le développement et la maintenance de systèmes d'information ou d'applications informatiques. Dans le secteur du tourisme (hébergement et restauration), seules 4% des petites entreprises emploient de tels spécialistes.

Les sociétés ont l'habitude de sous-traiter des opérations liées aux TIC*. Ainsi, en 2014, 62% des structures de 10 personnes ou plus ont fait appel à un prestataire externe pour la maintenance des infrastructures informatiques et de télécommunication, et 45% pour le développement de solutions WEB

(sites internet, e-commerce, etc.). Ces pourcentages sont encore plus grands lorsqu'on se limite aux PME*.

Concernant les médias sociaux*, 31% des sociétés de 10 personnes ou plus disposent d'un profil ou d'un compte pour accéder à un ou plusieurs médias sociaux. La tendance est à la hausse : ce chiffre est supérieur de 11 points à celui de 2013. Pour ce qui est des réseaux sociaux à proprement parler, 29% des sociétés employant au moins 10 personnes les utilisaient en 2015 (18% en 2013), contre 9% pour les blogs, et 9% pour les sites web de partage de ressources multimédia. Les secteurs de l'information, de la communication et de la réparation d'ordinateurs sont ceux qui utilisent le plus les médias sociaux (74% en 2015). L'usage est aussi répandu dans le tourisme (51%). Les transports et le secteur de la construction sont en retrait (moins de 20%) (cf. **Figure 17**).

A propos de la question du débit internet moyen en France, il était évalué à 10,0 Mbit/s à la fin de l'année 2016, selon une étude d'Akamai² [10].

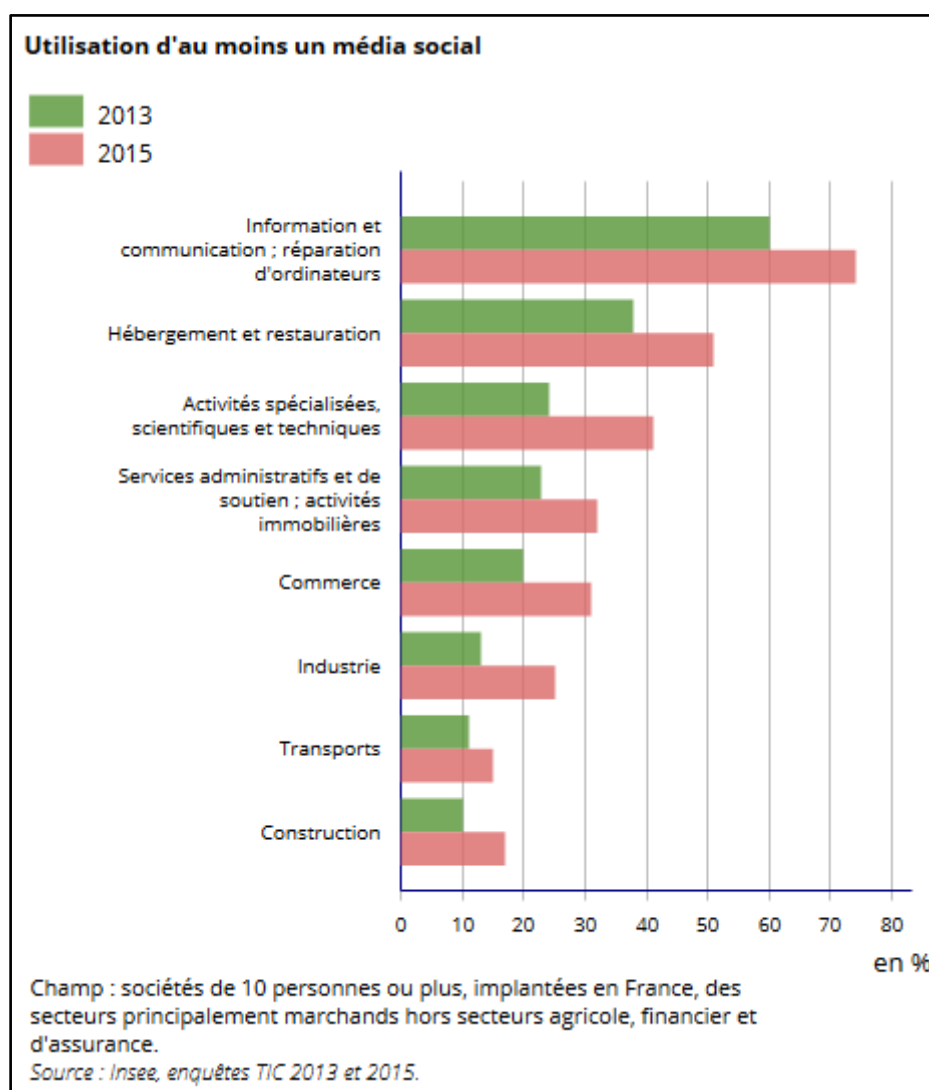


Figure 17 : Statistiques nationales sur l'utilisation des médias sociaux, suivant le secteur d'activité

² Akamai est une société américaine spécialisée dans la mise à disposition de serveurs de cache pour les entreprises. Elle possède une filiale française dont le siège est à Paris.

II.4. Initiatives d'ARCHE AGGLO

1) Un grand projet : le déploiement de la fibre optique pour les foyers

En mai 2017, une convention a été signée entre ADN et ARCHE AGGLO. Elle fixe les modalités et conditions de déploiement du réseau public de fibre optique. Dans le premier semestre de l'année 2017, une phase d'étude a été initiée pour l'installation 4500 prises³ FTTH* dans les communes de Lempdes, Saint-Jean-de-Muzols, Tournon-sur-Rhône, La Roche-de-Glun et Mercurol-Veaunes. Le second semestre de 2017 verra le lancement d'un projet d'installation de 3100 prises supplémentaires, sur deux périmètres d'étude qui balayent neuf communes d'ARCHE AGGLO (Arlebosc, Boucieu-le-Roi, Bozas, Bren, Chavannes, Colombier-le-Jeune, Colombier-le-Vieux et Marsaz).

Ainsi, environ 28 000 prises seront déployées d'ici 2025 sur le territoire de la communauté d'agglomération, pour un coût total de 42 millions d'euros. Le projet est financé par le Conseil général de la Drôme, le Conseil général d'Ardèche, la région Auvergne-Rhône-Alpes, l'Etat (plan national "France Très Haut Débit"), et ARCHE AGGLO. Pour cette dernière, le budget alloué à l'opération s'élève à 8,4 millions d'euros, ce qui correspond à un investissement de 300€ par prise. ADN s'occupe de toute la partie technique du projet, tandis qu'ARCHE AGGLO (qui siège à la gouvernance d'ADN) est notamment chargée du suivi.

Il faut compter environ deux ans pour le déploiement de la fibre sur un périmètre donné, depuis le lancement d'une phase d'étude jusqu'à la fin des travaux et les premières offres des fournisseurs d'accès à Internet. Cette amélioration de connexion va donner accès aux foyers qui seront équipés de ces prises à un débit de l'ordre de grandeur du gigabit par seconde (Gbit/s), ce qui correspond à cent fois le débit moyen français. [11]



Figure 18 : La fibre optique, une révolution technologique des systèmes de télécommunications

2) Autres initiatives

Le centre multimédia intercommunal "Les Vignes"

Cette structure a été créée à l'initiative de l'ancienne communauté de communes HTCC. Implanté à Saint-Jean-de-Muzols, il propose un service payant d'accompagnement et de formation à l'utilisation des outils numériques et d'Internet. Il met à disposition une salle informatique avec huit ordinateurs PC connectés à Internet et équipés de plusieurs logiciels, ainsi qu'un tableau blanc interactif et un vidéoprojecteur, à utiliser en libre-service ou avec l'aide d'un professionnel de l'informatique. Ce centre est en plus équipé du Wifi. L'offre s'adresse aux particuliers, associations et professionnels, qu'ils soient débutants dans ce domaine ou simplement motivés pour enrichir leurs compétences. Il est aussi possible d'y faire des numérisations ou impressions A4, et d'y suivre une initiation ou des cours spécifiques. Enfin, les demandeurs d'emploi peuvent y effectuer gratuitement le travail lié à la recherche d'emploi. [12]

³ Une prise permet de relier un foyer au réseau

Le centre multimédia de Saint-Félicien

Ce centre a ouvert en 1999. Il est géré par la Communauté de Communes du Pays de Saint-Félicien, depuis Juillet 2004. Il met à la disposition des particuliers une salle informatique, dotée de six ordinateurs équipés d'une connexion Internet haut-débit, une tablette graphique, des photocopieurs... Les prestations sont très similaires sont à celles du centre "Les Vignes", avec notamment la possibilité de s'inscrire à des cours d'informatique. [13]

Le Pôle de Services Numériques (PSN*)

Le PSN a été mis en place au début de l'année 2013 dans la HTCC, et désormais dans l'ARCHE AGGLO. Il s'agit d'une pépinière d'entreprises, un espace de travail qui est loué à des salariés télétravailleurs, TPE* et PME*, structure d'accompagnement ou indépendant. Les entreprises peuvent y élire domicile et y exercer leur activité. Ces bureaux de 180 m², entièrement aménagés, possèdent un équipement numérique très performant qui permet de faciliter le travail de ceux qui les louent. La durée de location peut aller de la demi-journée au mois. [14][15]

Un projet de bornes Wifi en ville

Un projet d'ARCHE AGGLO d'installation de bornes WIFI dans les sites touristiques est en cours. Il s'agit d'une initiative ponctuelle, qui n'a pour le moment pas eu de réelles retombées.

III. Benchmarking

Pour pouvoir analyser nos résultats et donner de la légitimité à nos conclusions, nous avons effectué comme il est dit dans le cahier des charges une démarche qui s'appuie sur la technique du benchmarking. Cette technique à la base utilisée en marketing peut s'adapter à d'autres domaines comme c'est le cas ici. En effet, c'est une étude comparative qui prend comme référence l'organisme (entreprise dans le cas du marketing, dans notre cas commune, association...) le plus performant dans le domaine voulu, dans une optique d'amélioration en s'inspirant de ses stratégies et techniques [17]. Pour que la comparaison soit légitime, il faut que la référence ait à peu près les mêmes conditions que l'objet de notre étude, ce qui dans notre cas se reflète par des communes de même taille à peu près, avec les mêmes populations et conditions géographiques dans une certaine mesure. Il est évident que la comparaison ne peut se faire que sur un nombre de critères limité, c'est pourquoi l'étude a été ciblée sur les points qui sont le plus ressortis durant l'étude du besoin.

III.1. Critères retenus

Conformément à la méthodologie choisie, le benchmarking se base sur l'étude de triplets acteur/domaine/fonction dans d'autres territoires que ARCHE AGGLO. Ainsi, le travail a été focalisé sur plusieurs points ressortant de l'état des lieux. Les thèmes suivants ont été retenus :

- L'usage des réseaux sociaux par les mairies
- L'usage des réseaux sociaux par les associations
- L'équipement numérique proposé aux utilisateurs des infrastructures publiques

Il est clair que cela peut paraître restreint par rapport à l'étendue couverte par l'état des lieux. Cependant, compte tenu du retard pris dans le projet, il était nécessaire de raccourcir le benchmarking et limiter les prises de contact car comme nous l'avons expérimenté précédemment, celles-ci peuvent parfois prendre beaucoup plus de temps que prévu.

III.2. Carnet de contacts

De la même manière que pour le diagnostic, un carnet de contact est d'abord constitué afin de cibler le contact.

Pour ce qui est des mairies, le choix s'est basé sur des communes ayant été récemment labellisées « Villes Internet » par l'organisme du même nom. Ce label consiste à récompenser des mairies qui ont réalisé des projets innovants dans le domaine du numérique (voir encart ci-dessous). De plus, comme le cahier des charges le stipule et le justifie, il faut prendre des villes de taille comparable à celles d'ARCHE AGGLO. Une liste de cinq villes a donc été établie, en précisant les projets jugés intéressants et possiblement reproductibles à ARCHE AGGLO.

Parmi les idées retenues, on peut notamment citer [16] :

- La couverture WiFi des installations publiques à Castelnau-d'Aud (11)
- Une web cantine et une enquête sur les usages numériques des habitants à Sainte-Marie-la-Mer (66)
- La mise en place de bornes WiFi dans les lieux publics et la création d'un service civique numérique à Bassens (33)

- L'utilisation de nombreux réseaux sociaux et la mise en place d'un ENT* pour les associations à Fleury-sur-Orne (14)

III.3. Bilan

Une fois ce carnet de contact établi, les figurants ont été contactés par mail qui les invitait à apporter quelques précisions sur les projets que nous avons retenus.

Comme lors de la phase d'état des lieux malheureusement, il a été difficile d'établir le contact avec ces interlocuteurs. Seule la mairie de Castelnaudary a répondu à nos questions, ce qui a néanmoins permis d'avoir quelques éclaircissements concernant leurs projets.

La couverture Wifi de la commune est un aménagement souhaité par la municipalité et non soutenu par la communauté de communes. Sept installations ont été concernées : deux gymnases, deux salles de spectacles, l'hôtel de ville, la maison des associations et le camping municipal ; le centre-ville est en projet. Le meilleur retour vient des associations sportives, qui peuvent grâce au Wifi se connecter aux plateformes fédérales directement après les rencontres pour saisir les résultats. Enfin, pour ce qui est de la technologie à proprement parler, il s'agit d'utiliser des bornes Wifi associées à des stockers de logs* qui utilisent la connexion Internet de la mairie. Il faut également prendre en compte le fait que toutes les infrastructures concernées sont connectées entre elles par de la fibre optique. Le coût matériel s'élève à environ 1500€ pour chaque ensemble borne - stocker de log, le paramétrage étant réalisé par les services municipaux.

#MoiCitoyenNumerique

L'association d'élus 'Ville Internet', dédiée à l'Internet citoyen et soutenue par plusieurs ministères, réalise des diagnostics de l'usage du numérique par le grand public. L'étude se fait à deux échelles : nationale et locale.

Cette opération est dénommée **#MoiCitoyenNumerique**. Toutes les communes françaises peuvent s'y impliquer, en soutenant la promotion du projet. Un kit de communication leur est fourni gratuitement par e-mail, après qu'elles se soient inscrites sur le site Internet.

En échange, les communes participantes obtiennent gratuitement une synthèse nationale de l'étude. Elles peuvent aussi demander à recevoir une analyse des usages numériques dans leur ville ou leur collectivité d'appartenance.

Plus d'informations à l'adresse : <http://www.villes-inter-net.net/articles/57b4711bf4e8773a15b7638a>

V. Communication sur les résultats

Une des exigences de ce projet était de veiller à l'intelligibilité et l'accessibilité des résultats de l'étude. Dès les débuts du projet notre commanditaire a insisté sur le fait que nos conclusions seraient sans doute utilisées plus tard à des fins politiques, statistiques, voire économiques.

Il nous a naturellement paru nécessaire de créer un site internet, qui serait un support pour nos communications avec les acteurs. Il fallait qu'il soit facilement accessible à toute personne intéressée par le projet, avec l'obligation de fournir des informations objectives, de qualité et sans biais. Pour rendre les résultats intelligibles, et les présenter de manière très visuelle, nous avons créé une carte interactive, qui est hébergée sur le site internet. Les acteurs ayant répondu à nos sondages y sont localisés géographiquement.

Pour synthétiser les conclusions de notre étude, nous avons réalisé une matrice SWOT*, un outil très utile pour définir une stratégie de développement. Elle permet de comprendre rapidement les spécificités du territoire vis-à-vis du déploiement du numérique et en dégager des perspectives.

Ce projet se veut destiné à servir à l'ensemble d'ARCHE AGGLO et à ses acteurs économiques, quels qu'ils soient. Après avoir dressé une liste des différents décideurs politiques, nous avons entamé une prise de contact puis un dialogue et enfin des échanges d'informations avec ceux-ci. En dialoguant avec les associations, entreprises et mairies qui étaient motivées par le projet, nous nous sommes attachés à cerner les besoins de la population et comprendre les enjeux actuels pour le numérique.

IV.1. Structure du site

Le site est hébergé par GitHub*, à l'adresse <https://diagnosticnumerique.github.io>. Il a été codé en langage HTML*, sous la forme de pages statiques. En effet, le site devait pouvoir perdurer après la fin du projet. Les possibilités d'hébergement offertes par le service GitHub, que nous ont fait connaître nos tuteurs scientifiques, se sont révélées très convaincantes, le service étant gratuit et très souple d'utilisation pour réaliser des mises à jour du site.

Une feuille de style CSS* est associée aux pages web pour un obtenir un rendu esthétique et une interface conviviale. Nous avons utilisé un modèle libre de droit pour le graphisme, récupéré sur le site Free HTML Templates, et que nous avons adapté pour mieux correspondre à nos besoins de communication. Nous avons élaboré une charte graphique (cf. **Figure 19**), en choisissant notamment des couleurs sobres qui rappellent le territoire d'ARCHE AGGLO. Du marron et vert clair pour évoquer les secteurs de l'agriculture et du tourisme, très développés dans la communauté d'agglomération. Du beige clair pour faire ressortir la modernité du projet. Du doré, une couleur utilisée sur fond sombre en filigrane, pouvant faire penser à l'éclat de lumière dans une fibre optique. Enfin, un bleu-vert, utilisé comme arrière-plan du site et qui n'est pas sans rappeler le Rhône, ce fleuve qui est un axe majeur du territoire (cf. **Figure 20**).

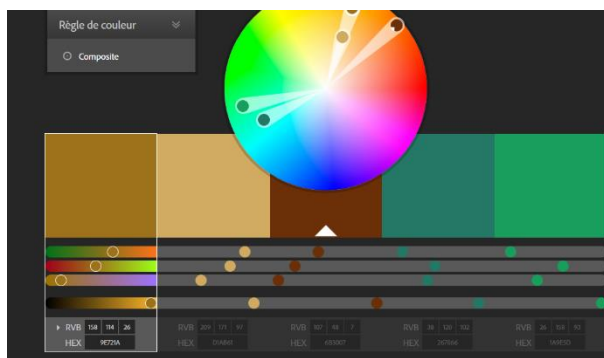


Figure 19 : Charte graphique du site Internet



Figure 20 : Dans l'Hermitage-Tournonais, des liens très étroits ont été noués entre les deux rives du Rhône

L'architecture du site a été pensée de façon à ce qu'il soit très simple de contacter l'équipe du projet. Les coordonnées (numéro de téléphone et adresse e-mail) de Raphaël Mounet, membre de l'équipe responsable de la communication, sont accessibles dans un bordereau au bas de chaque page.

Le site est divisé en quatre sections, accessibles grâce à une barre de navigation, sous l'image d'entête.

La première section sert de page d'accueil, elle permet d'introduire le projet de donner le contenu du site internet. Une version au format PDF du présent rapport final de projet y est directement téléchargeable. Enfin, des liens cliquables pointants vers les sites internet des partenaires du projet sont disposés sur un bordereau gauche.

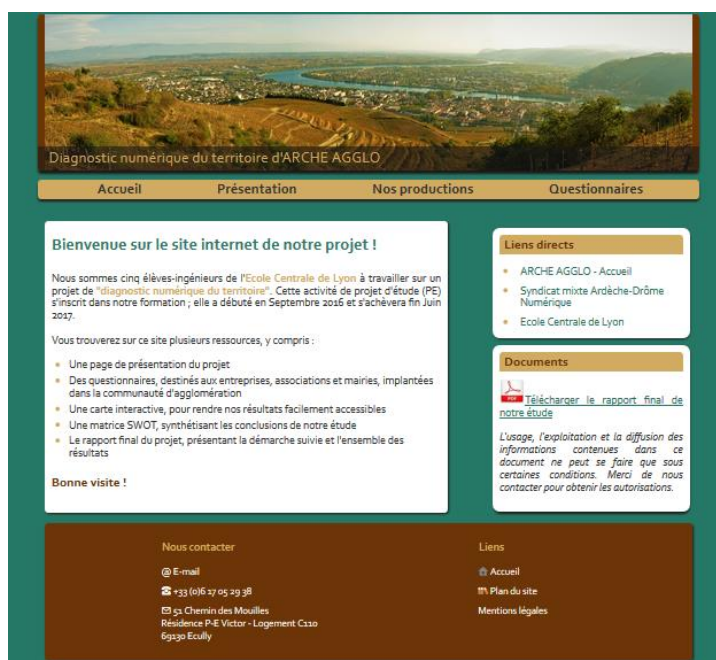


Figure 21 : Visuel de la page d'accueil du site Internet

La deuxième page du site permet de présenter succinctement le projet. On peut y voir une partie de contextualisation du projet, suivie du cahier des charges fonctionnel et enfin une présentation de la démarche suivie au long du projet.

Une autre section héberge les productions numériques que nous avons réalisées : la carte interactive et la matrice SWOT*. Cette carte a été créée avec l'application WEB Umap*. Nous pouvons

voir sur cette carte tout d'abord les délimitations géographiques d'ARCHE AGGLO, puis grâce à différents calques, les emplacements des mairies et des associations qui ont répondu aux questionnaires, triées en fonction de leurs réponses. Cette carte, ainsi que la matrice SWOT*, seront présentées plus en détails dans les deux sous-parties suivantes.

La dernière page du site contient une version PDF des trois questionnaires adressés aux mairies, aux associations et aux entreprises pour permettre aux visiteurs du site de comprendre précisément le cadre de notre étude.

IV.2. Carte interactive

La carte interactive a été développée à l'aide de l'application web Umap, avec un fond de carte OpenStreetMap. Elle est accessible à partir du site internet, dans l'onglet qui lui est consacré. Un iframe est utilisé pour intégrer directement la carte sur une des pages HTML.

La navigation sur la carte interactive est relativement intuitive, mais les possibilités d'affichage des données sont très vastes, ce qui peut nécessiter un aiguillage de l'utilisateur. Un court tutoriel de présentation du fonctionnement a donc été rédigé ; il est affiché sous la carte sur le site.

Les données sont regroupées en plusieurs couches. L'une d'elle est la délimitation géographique d'ARCHE AGGLO au 1^{er} Janvier 2017. Il est en effet essentiel de connaître les limites géographiques de l'étude pour bien la comprendre. Toutes les autres couches ont été construites à partir des réponses aux questionnaires, en distinguant les mairies et les associations. Il faut noter que les réponses des entreprises ne font pas partie des données visibles sur la carte. Nous avons en effet été confrontés à un problème de confidentialité. Un bon nombre de structures ont demandé à signer une clause de confidentialité avec nous. Cet accord mutuel nous oblige à taire certaines informations, en particulier le nom des entreprises. Il n'était donc pas acceptable de localiser géographiquement les participants sur une carte, à moins de perdre en précision en regroupant les données de plusieurs structures voisines. Cette solution aurait nécessité de réaliser un découpage du territoire, et trouver un compromis difficile entre précision et respect de la confidentialité. Nous ne l'avons pas mise en œuvre, par manque de temps et aussi à cause du faible taux de réponse. Ainsi, seul un traitement statistique des données globales a été possible pour les entreprises ayant collaboré avec nous.

Certaines couches de données sont classées suivant le niveau de maîtrise et d'expertise de l'utilisation du numérique dans la structure. Pour obtenir cette donnée, nous avons demandé aux acteurs d'auto-évaluer leur niveau de compétences sur une échelle allant de 1 à 6. L'échelle présente un nombre pair de valeurs pour éviter la tendance naturelle à se positionner en une position milieu. La valeur zéro est par ailleurs écartée, ayant peu de sens et étant trop pessimiste.

Au clic gauche sur un marqueur, un panneau latéral apparaît sur la gauche de la carte, avec les informations sur la structure associée. Tous les thèmes abordés dans les questionnaires y sont traités : le matériel informatique, le site internet, la communication, l'éducation, l'équipement communal, les services proposés, etc...

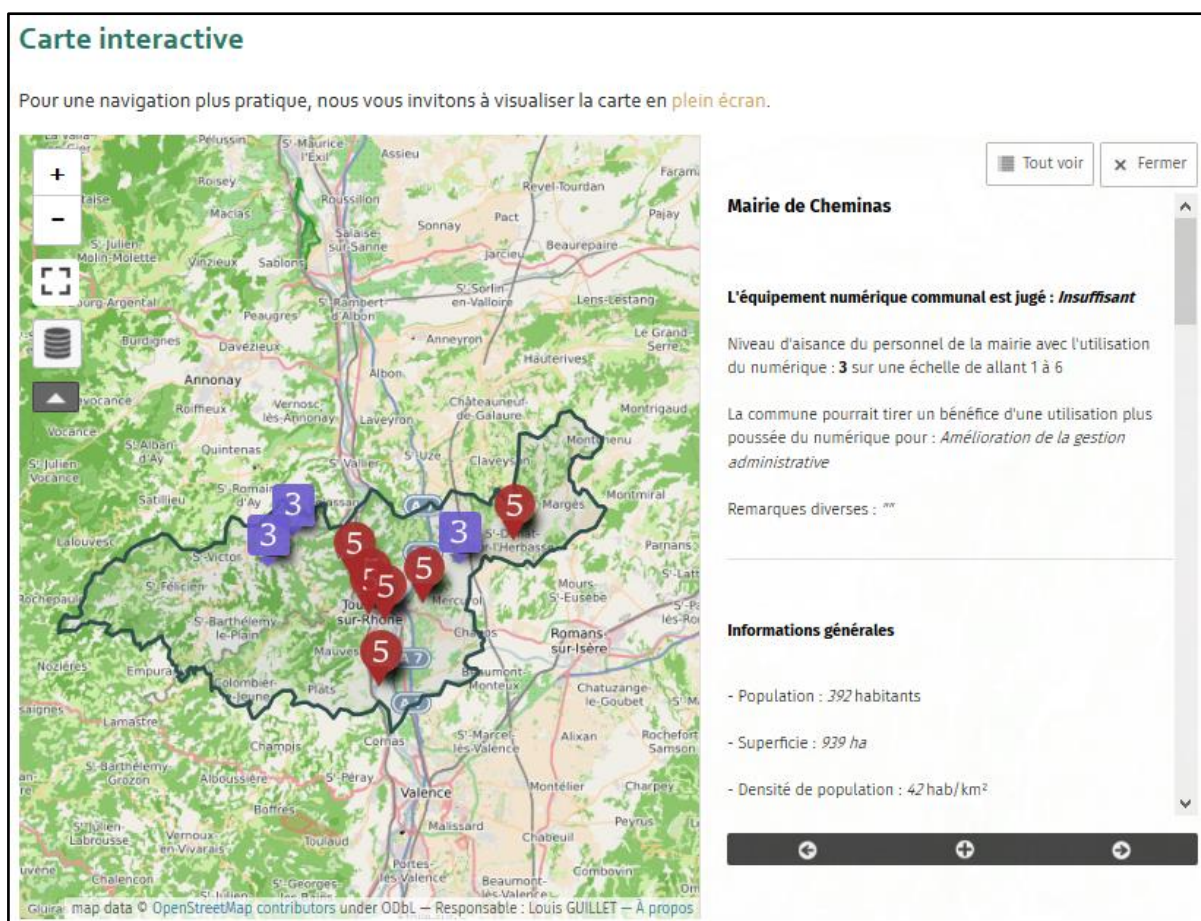


Figure 22 : Visuel de la carte interactive

IV.3. Matrice SWOT

Le dialogue avec les acteurs va encore se poursuivre dans la semaine qui suit la remise de ce rapport. Des informations utiles pour prendre du recul sur le projet vont nous mettre communiquées. Pour cette raison, dès qu'il sera finalisé, ce livrable sera disponible en consultation et en téléchargement sur le site internet à l'adresse suivante : <https://diagnosticnumerique.github.io/swot.html>. Cette ressource sera mise en ligne au plus tard le 14 Juin 2017.

IV.4. Dialogue avec les décideurs politiques et d'autres acteurs

Le projet ne consistait pas seulement à récolter des informations auprès des protagonistes de l'ARCHE AGGLO. Il voulait également que cette étude puisse leur apporter quelques éléments d'informations, en insistant notamment sur les tendances globales dans la communauté d'agglomération, mais également les informer de projets menés dans d'autres territoires qui pourraient s'avérer utiles pour leur activité.

Le feedback n'a pas encore été finalisé ; il va continuer courant juin avec la poursuite du dialogue avec les élus d'ARCHE AGGLO, et en particulier M. Angeli et Mme. Rozat. Ces derniers ont déjà accès à plusieurs ressources, par l'intermédiaire du site Internet, et en particulier ils peuvent se servir de la carte interactive. Un retour plus formel sera fait aux élus, sous la forme d'une synthèse écrite relativement proche de celle effectuée dans ce rapport. Comme pour les questionnaires, un bilan par acteur y sera réalisé. Les participants aux sondages recevront également par e-mail le bilan leur correspondant, et le lien du site internet leur sera communiqué.

Enfin, un représentant d'ARCHE AGGLO viendra très probablement assister à la soutenance finale, qui se tiendra le jeudi 29 Juin 2017 à 14h à l'École Centrale de Lyon (Salle 11 – Bâtiment W1bis).

Lors de la phase de définition du projet, il avait été souhaité qu'un dialogue avec les acteurs intéressés soit mis en place après l'état des lieux. Il aurait commencé par ce retour, et se serait poursuivi en évoquant notamment des idées innovantes pouvant être instaurées. Mais le retard pris dans le projet a assombri cette possibilité, au moins pour cette année. Il serait cependant très intéressant de pouvoir faire ce dialogue à l'avenir, si le projet venait à être reconduit dans les années futures. Sans doute qu'une visite sur place faciliterait ces échanges, en se rendant dans le territoire d'étude pour y rencontrer des représentants d'associations, d'entreprises ou de clubs d'entreprises, et des conseillers municipaux.

V. Perspectives

De toute évidence, la fusion entre communautés de communes au mois de janvier n'a pas facilité la réalisation de ce projet, car elle a entraîné des complications pour contacter les acteurs concernés mais a également augmenté le nombre de contacts global à établir. D'un autre côté, cette nouvelle structure administrative et ce territoire élargi peuvent être un excellent support à une étude plus poussée et surtout encore plus ciblée que celle-ci.

Une partie importante des sondés ont déclaré qu'ils étaient intéressés pour poursuivre l'étude, que ce soit pour le retour des résultats ou un accompagnement plus personnalisé. De plus, nous avons tout de même obtenu des résultats et commencé un dialogue avec les élus locaux. Ces résultats, ainsi que tous les carnets de contact déjà établis, pourraient servir de base et faciliter la réalisation d'une prochaine étude, en prenant en compte et en anticipant toutes les difficultés rencontrées cette année.

Les pistes les plus intéressantes qui ressortent de ce projet se tournent du côté des mairies et des associations. En effet certaines mairies, généralement des communes de petites tailles, s'inquiètent du manque de haut-débit sur leur territoire comme les questionnaires l'ont révélé. Ces municipalités pourraient donc être sensibles à des perspectives que la fibre optique offre. D'autre part, plusieurs associations ont fait ressortir le manque de matériel numérique au sein des équipements qu'elles utilisent. Une analyse plus approfondie du besoin serait certainement bénéfique et constructive.

Un autre aspect qui mériterait sans doute d'être davantage développé est celui du benchmarking. En effet, à cause du retard pris dans la phase de diagnostic, l'étape de benchmarking a été considérablement raccourcie. Ceci nous a malheureusement empêché d'étudier plus en profondeur des projets mis en place dans d'autres communes voire communauté de communes ou d'agglomération.

Ce territoire en plein changement, tant sur le plan administratif que sur le plan du numérique, est sans nul doute rempli d'opportunités à étudier afin de tirer le meilleur profit possible de la fibre optique, qui sera disponible d'ici quelques années.

Conclusion générale

Ce projet d'études avait pour ambition d'accomplir un diagnostic numérique du territoire de la communauté d'agglomération ARCHE AGGLO. Le premier objectif résidait dans la réalisation d'un état des lieux de ce territoire selon des critères définis dans le cahier des charges. Le second devait s'appuyer sur cette première phase et proposer une analyse des résultats, en se basant sur la comparaison avec d'autres territoires français porteurs d'innovations en matière de numérique. La finalité était donc d'aboutir à des préconisations à proposer aux décideurs locaux, mais également de communiquer de façon intelligible les résultats.

Dès la phase d'état des lieux, plusieurs imprévus ont fortement freiné le projet. La fusion entre communautés de communes a non-seulement bouleversé le contexte de l'étude, mais elle a surtout énormément occupé l'ensemble des acteurs locaux lors de la phase de transition. Il a donc été compliqué de solliciter les décideurs sur notre projet pour adopter l'approche concentrique prévue initialement. Indépendamment de cette difficulté, le taux de réponse global a été faible (y compris pour les associations, la catégorie sans doute la moins concernée par la mutation administrative). Ainsi, outre des remarques propres à chaque sondé, il a été difficile d'établir des statistiques quantifiables sur l'ensemble d'ARCHE AGGLO. Le retard pris dans cette phase s'est ensuite largement répercuté sur le benchmarking et l'élaboration des préconisations, puisque nous manquions cruellement d'informations et de recul pour pouvoir proposer des recommandations adaptées.

La communication est sans doute le point le plus satisfaisant du projet. Tout d'abord, la carte interactive a bien vu le jour et compile les données récoltées. Elle est intégrée dans un site Internet présentant le contexte de l'étude, les conclusions (SWOT*) ainsi que les questionnaires.

D'un point de vue technologique, le travail mené a mis en lumière certaines disparités qui existent au sein d'une même unité administrative et qui peuvent, à terme, venir menacer l'équilibre économique de certaines communes selon leurs propres dires. La fibre optique disponible dans les années à venir va sans doute être une formidable opportunité pour chaque acteur de développer des projets visant à améliorer le fonctionnement de son organisme, si on s'appuie sur ce qu'on peut observer dans d'autres territoires.

Cette étude a permis de constater la difficulté à réaliser un sondage de grande envergure. Plusieurs paramètres sont à prendre en compte : l'influence du sondeur, l'intérêt du sondé et le temps qu'il peut y consacrer. Il faut également penser au délai de réponse et des nombreuses relances nécessaires pour obtenir des résultats. Ce travail dans son ensemble, y compris avec les imprévus, fut très formateur au niveau de la gestion de projet : il a fallu sans cesse réajuster les planifications, rechercher de nouvelles solutions et mobiliser de nouveaux moyens et interlocuteurs. Même si l'avancement final n'est pas aussi satisfaisant qu'on l'aurait souhaité au départ du projet, le travail réalisé n'est certainement pas vain et l'expérience accumulée pourrait tout à fait permettre de reprendre le diagnostic et de le mener entièrement à bien.

Bibliographie

- [1] Décret n°2008-1354 du 18 décembre 2008, relatif aux critères permettant de déterminer la catégorie d'appartenance d'une entreprise pour les besoins de l'analyse statistique et économique. [En ligne] Disponible sur : < <https://www.legifrance.gouv.fr/af-fichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000019961059> >
- [2] Ardèche Drôme Numérique. SDTAN Ardèche Drôme – Volet infrastructures numériques [En ligne]. Disponible sur : < http://www.ardechedromenumerie.fr/IMG/pdf/ADN_SDTAN_Infras_vf_leger.pdf > (consulté le 10.10.2016).
- [3] Pôle numérique. SDTAN Ardèche Drôme – Volet services et usages numériques [En ligne]. Disponible sur : < <http://fr.calameo.com/read/00029297084cedca11260> > (consulté le 07.06.2017)
- [4] Analyse du SDTAN : Ardèche-Drôme numérique. [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.ffdn.org/fr/etude/2014-07-01/analyse-de-sdtan-ardeche-drome-numerique> > (consulté le 29.03.2017)
- [5] Office de Tourisme de l'Entre-deux-Mers. Diagnostic numérique de l'Entre-deux-Mers [En ligne]. Disponible sur : < http://data.over-blog-kiwi.com/0/46/15/66/201305/ob_2af322_diagnostic-de-territoire-entre-deux-mers-version-.pdf > (consulté le 10.10.2016)
- [6] “Sécurité numérique et médias sociaux dans les entreprises en 2015”. Elvire Demoly, Thomas Vacher, division Enquêtes thématiques et études transversales, Insee, 10/05/2016 [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2121545> > (consulté le 08.06.2017)
- [7] Annuaire du Service Public [En ligne]. Disponible sur : < <https://lannuaire.service-public.fr/> > (consulté le 08.02.2017)
- [8] Comment réaliser une enquête par questionnaire ? [En ligne] Disponible sur : < <http://www.surveystore.info/NSarticle/enquete-par-questionnaire.asp> > (consulté le 01.02.2017)
- [9] Diagnostic Numérique du Territoire Ardèche Plein Cœur. Ardèche Plein Cœur. Questionnaire adressé aux prestataires touristiques de ce territoire [En ligne]. Disponible sur : <<http://www.ardechepleincœur.com/espace-pro/animation-numerique-de-territoire/6252,diagnostic-numerique-du-territoire-ardeche-plein-cœur.html>>
- [10] “La France déclassée en 52ème position mondiale des débits Internet moyens !”. Article [En ligne] Disponible sur : <<https://www.degrouppnews.com/internet/france-52eme-mondiale-debits-internet> > (consulté le 07.05.2017)
- [11] “La fibre optique à la maison”. Pierre Crétier. Le Dauphiné Libéré, édition du 06/05/2017
- [12] Plaquette de présentation du centre multimédia intercommunal “Les Vignes” à Saint-Jean-de-Muzols
- [13] Page web du centre multimédia de Saint-Félicien. [En ligne] Disponible sur : <<http://perso.info-routes.fr/st-fe00/index.htm>>

[14] “Acteurs ECO - Le Pôle Tournonais affiche complet”. Frédéric Rolland. L’ECHO Drôme-Ardèche, 11/02/2017 [En ligne]. Disponible sur : < <http://www.agence-radium.fr/blog/9> >

[15] Brochure de présentation du PSN de Tournon-sur-Rhône. [En ligne] Disponible sur : <<http://www.hermitage-tournonais.fr/economie/pole-de-services-numeriques.html>>

[16] Villes internet. Partage des connaissances [En ligne]. Disponible sur : < http://www.villes-internet.net/pages/thematique_partage_des_connaissances > (consulté le 10.10.2016)

[17] Benchmark : Définition et applications du benchmarking [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.marketing-etudiant.fr/benchmarking.html> > (consulté le 29.10.2016)

Annexe 1 : Livrables de la gestion de projet

Diagramme de GANTT* du projet d'études

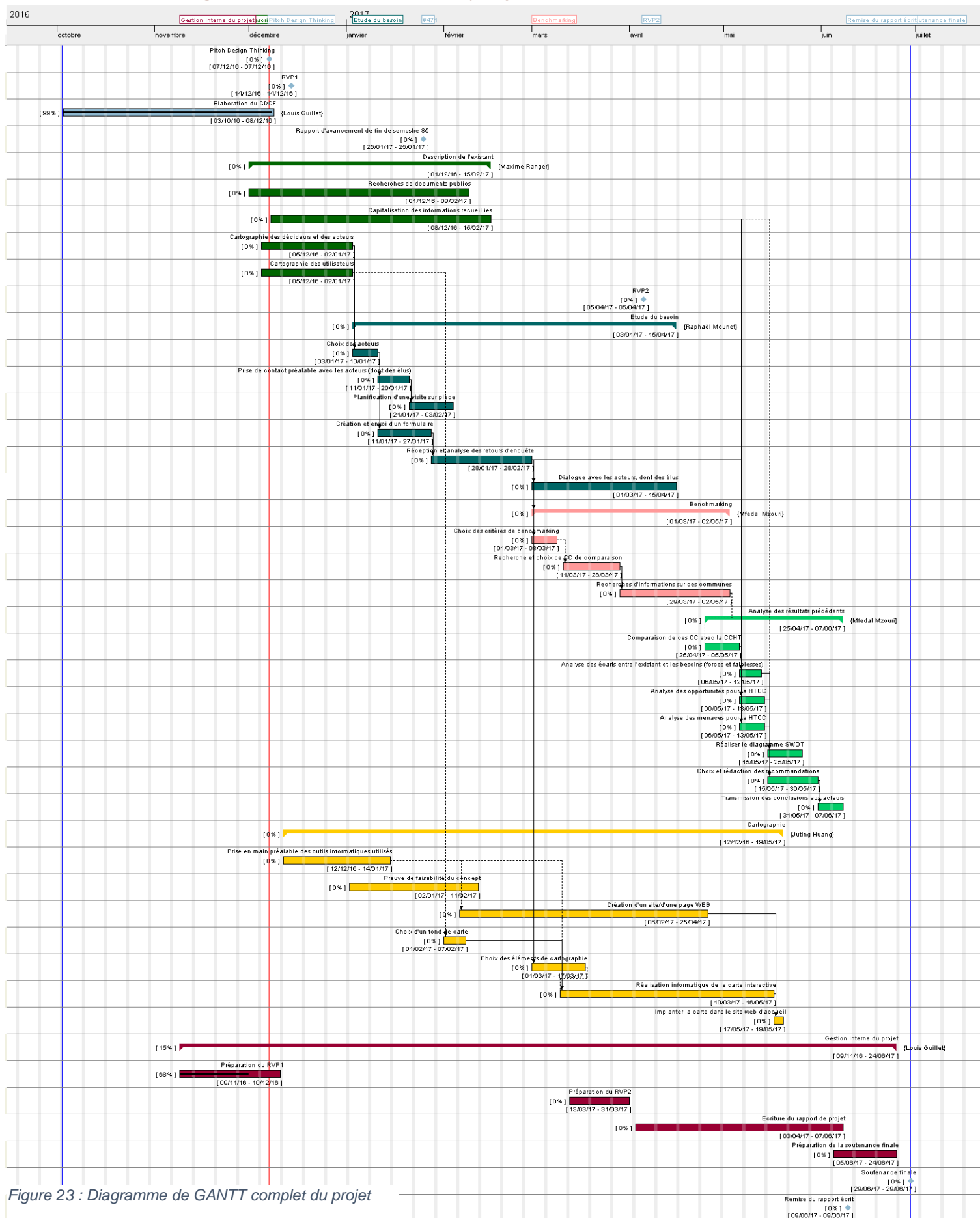


Figure 23 : Diagramme de GANTT complet du projet

Tableau de bord

Structure du projet	Responsable de la tâche	Sous-tâche	Date de début	Date de fin	Livrable
T1 – Elaboration du CDCF	Louis Guillet	T1 – Elaboration du CDCF	03/10/16	08/12/16	CDCF
T2 – Description de l'existant	Maxime Ranger	T2.1 – Recherche de documents publics	01/12/16	08/02/17	Bibliographie
		T2.2 – Capitalisation des informations recueillies	08/12/16	15/02/17	Synthèse des informations
		T2.3 – Cartographie des décideurs et des acteurs	05/12/16	02/01/17	Carnet de contacts
		T2.4 – Cartographie des utilisateurs	05/12/16	02/01/17	Carnet de contacts
T3 – Etude du besoin	Raphaël Mounet	T3.1 – Choix des acteurs	03/01/17	10/01/17	Catalogue des acteurs choisis
		T3.2 – Prise de contact préalable avec les acteurs (dont des élus)	11/01/17	20/01/17	Synthèse des réponses
		T3.3 – Planification d'une visite sur place	21/01/17	03/02/17	Planning de visite
		T3.4 – Création et envoi d'un formulaire	11/01/17	27/01/17	Formulaire
		T3.5 – Réception et analyse des retours d'enquête	28/01/17	28/02/17	Synthèse des retours d'enquête
		T3.6 – Dialogue avec les acteurs, dont des élus	01/03/17	15/04/17	Compte-rendu de l'échange
T4 – Benchmarking	Mfedal Mzouri	T4.1 – Choix des critères de benchmarking	01/03/17	08/03/17	Liste des critères retenus
		T4.2 – Recherche et choix de CC de comparaison	11/03/17	28/03/17	Liste des CC retenues
		T4.3 – Recherches d'informations sur ces communes	29/03/17	02/05/17	Synthèse des informations
T5 – Analyse des résultats précédents	Mfedal Mzouri	T5.1 – Comparaison de ces CC avec la CCHT	25/04/17	05/05/17	Tableau comparatif
		T5.2 – Analyse des écarts entre l'existant et les besoins (forces et faiblesses)	06/05/17	12/05/17	Synthèse des écarts
		T5.3 – Analyse des opportunités pour la HTCC	06/05/17	13/05/17	Synthèse des opportunités
		T5.4 – Analyse des menaces pour la HTCC	06/05/17	13/05/17	Synthèse des menaces
		T5.5 – Réaliser le diagramme SWOT	15/05/17	25/05/17	SWOT
		T5.6 – Choix et rédaction des recommandations	15/05/17	30/05/17	Recommandations
		T5.7 – Transmission des conclusions aux acteurs	31/05/17	07/06/17	Envoi d'un courrier
		T6.1 – Prise en main préalable des outils informatiques utilisés	12/12/16	14/01/17	Liste des compétences acquises
		T6.2 – Preuve de faisabilité du concept	02/01/17	11/02/17	Site WEB de test

T6 – Cartographie	Juting Huang	T6.3 – Création d'un site/d'une page WEB	06/02/17	25/04/17	Site/page WEB
		T6.4 – Choix d'un fond de carte	01/02/17	07/02/17	Fond de carte
		T6.5 – Choix des éléments de cartographie	01/03/17	17/03/17	Catalogue des éléments de cartographie
		T6.7 – Réalisation informatique de la carte interactive	10/03/17	16/05/17	Carte interactive
		T6.8 – Implanter la carte dans le site web d'accueil	17/05/17	19/05/17	Site WEB hébergeant la carte
T7 – Gestion interne du projet	Louis Guillet	T7.1 – Préparation du RVP1	09/11/16	10/12/16	Slide et documents annexes
		T7.2 – Préparation du RVP2	13/03/17	31/03/17	Slide et documents annexes
		T7.3 – Ecriture du rapport de projet	03/04/17	07/06/17	Rapport
		T7.4 – Préparation de la soutenance finale	05/06/17	24/06/17	Slide et documents annexes

Tableau 2 : Tableau de pilotage du projet

Annexe 2 : Spécificités d'étude

Ceci est une annexe du cahier des charges fonctionnel.

Les spécificités d'étude pour chaque acteur sont précisées dans les deux tableaux ci-dessous, classées par triplet 'acteur, domaine, fonction'.

- Les cases remplies et grisées (**gris clair**) correspondent à des études qui seraient pertinentes, mais que nous n'effectuerons pas dans ce projet par manque de temps et de moyens.
- Les cases non remplies et grisées ne seront pas traitées non plus. Elles correspondent soit à des domaines qui semblent non pertinents, soit à une impossibilité d'être exhaustif.

Les différents acteurs peuvent être vus comme des *producteurs* :

Propo- sés par :	Entreprises	Services publics	Équipements communau- taires	Asso- ciations	Grand public
<i>Services</i>	- Site Internet (et aussi réservation, contact, paiement...) - Newsletter	- Sites Internet (mairies, CC, éducation, office tourisme) - Services en ligne (demandes administratives, paiement cantine, inscriptions, covoiturage) - Points Wifi	- Wifi - Réservation	- Sites Internet et intranet - News- letter	- Covoiturage - Service à la personne
<i>Infra- structures de télécommu- -nication</i>		- Points multimédia (école, bibliothèque)			
<i>Données numé- risées</i>	- Cartographie parcelles - Archives	- Bibliothèque - Données géographiques : rivières, routes, cadastre, météo, arbres - Archives → Gratuit et libre de droits	- Disponibilités - Planning	- Adhérents - Vie de l'association	- Webcam - Météo - Cartes - Avis / commentaire s

Tableau 3 : Choix des thèmes abordés (producteurs)

Mais, dans le même temps, ces acteurs sont aussi des consommateurs :

Consommés par :	Entreprises	Services publics	Équipements communautaires	Associations	Grand public
<i>Services</i>	- Messagerie - Cloud	- Messagerie - Cloud		- Accès aux plate-formes fédérales / comités régionaux...	
<i>Infrastructures de télécommunication</i>	- Matériel informatique - Fournisseurs d'accès et opérateurs	- Matériel informatique - Fournisseurs d'accès (Amplia), raccordement des écoles, collèges, lycées à Internet	- Matériel info - Fournisseurs d'accès et opérateurs - Raccordement Internet (gymnase, salle communale, équipements culturels, dont bibliothèque)	- Fournisseurs d'accès (Illyse) et opérateurs (locaux ?)	- Fournisseurs d'accès disponibles et opérateurs
<i>Accès Internet</i>	- Débit - Couverture (fibre...)				
<i>Données numérisées</i>					

Tableau 4 : Choix des thèmes abordés (consommateurs)

Annexe 3 : Carnets de contact

Ci-dessous sont listées les structures avec lesquelles nous sommes entrées en contact dans le cadre du projet, que ce soit pour les inviter à répondre à notre sondage ou pour ouvrir un dialogue.

● Mairies

Tableau 5 : Carnet de contact de toutes les mairies d'ARCHE AGGLO

Commune	Mail	Réponse
Arlebosc	mairie.arlebosc@orange.fr	NON
Arthemonay	mairie-darthemonay@orange.fr	NON
Bathernay	mairie-de-bathernay@orange.fr	OUI
Beaumont-Monteux	beaumont-monteux@orange.fr	NON
Boucieu-le-Roi	ma-bouci@inforoutes-ardeche.fr	NON
Bozas	mairie.bozas@inforoutes-ardeche.fr	NON
Bren	mairiedebren@wanadoo.fr	OUI
Chanos-Curson	secretariat.mairiechanoscurson@orange.fr	OUI
Chantemerle-les-Blés	mairie.chantemerle.les.bles@wanadoo.fr	NON
Charmes sur Herbasse	mairie.de.charmes@orange.fr	OUI
Chavannes	mairie.chavannes@wanadoo.fr	OUI
Cheminas	mairie.cheminas@wanadoo.fr	OUI
Colombier-le-Jeune	ma-colom@inforoutes-ardeche.fr	NON
Colombier-le-Vieux	ma-colvx@inforoutes.fr	NON
Crozes-Hermitage	mairie.crozes@wanadoo.fr	OUI
Erôme	mairie.erome@laposte.net	NON
Etables	commune.etables@inforoutes.fr	OUI
Gervans	mairie-gervans@orange.fr	OUI
Glun	mairie@glun.fr	OUI
La Roche de Glun	mairie@larochedeglun.fr	OUI
Larnage	mairie@larnage.fr	NON
Lemps	mairie.lemps@inforoutes.fr	NON
Mauves	mairie@ville-mauves.com	NON
Margès	mairie.marges@wanadoo.fr	OUI
Marsaz	mairiemarsaz@wanadoo.fr	NON
Mercurol-Veunes	mairie@mercurol-veunes.fr	NON
Montchenu	mairie-montchenu@orange.fr	NON
Pailharès	mairie.pailhares@inforoutes-ardeche.fr	NON

Plats	mairie@plats.fr	NON
Pont de l'Isère	mairie-de-pont-de-lisere@mairiedepontdelisere.fr	OUI
Saint-Barthélemy-le-Plain	ma-stblp@inforoutes.fr	NON
Saint Donas sur l'Herbasse	usagers@ville-st-donat.fr	NON
Saint-Félicien	mairie.st.felicien@inforoutes-ardeche.fr	OUI
Saint-Jean-de-Muzols	mairie@saint-jean-de-muzols.fr	NON
Saint-Victor	mairie@saint-victor-ardeche.fr	NON
Sécheras	mairie.secheras@inforoutes-ardeche.fr	NON
Serves-sur-Rhône	mairiedeservessurrhone@wanadoo.fr	NON
Tain l'Hermitage	mairie@ville-tain.com	OUI
Tournon-sur-Rhône	maire@ville-tournon.com	OUI
Vaudevant	mairie@vaudevant.fr	OUI
Vion	mairie@vion.fr	OUI
Total des participants		18

● Associations

Tableau 6 : Carnet de contact des associations d'ARCHE AGGLO sollicitées pour notre enquête

Association	Commune	Mail	Réponse
Bibliothèque pour tous de Tain	Tain l'Hermitage	cbpt.tain26@orange.fr	OUI
VOCHORA	Tain l'Hermitage	gerard.lacombe2@wanadoo.fr	OUI
Club de plongée – Club subaquatique Tain Tournon	Tain l'Hermitage	plongeetaintournon@gmail.com	OUI
Ecole Fasilasol	Tain l'Hermitage	ecolefasilasol@gmail.com	OUI
Collectif Artistique KITEUS	Tain l'Hermitage	contact@kiteus.fr	OUI
CABARET DE SEPTEMBRE (Tournon)	Tain l'Hermitage	contact@festivaldeshumoristes.com	OUI
CLUB ESCRIME TAIN TOURNON	Tain l'Hermitage	clubescrimetaintournon@yahoo.fr	OUI
ADAPEI DE LA DROME	Tain l'Hermitage	contact@adapei26.org	NON
A.F.D. DIABETE 26-07 (Tain)	Tain l'Hermitage	regine.cremillieux@laposte.net	NON
AMICALE DES ANCIENS DE L'ECHO DE L'HERMITAGE	Tain l'Hermitage	michel.maisonnewe26@gmail.com	NON

CROIX-ROUGE DELEGATION LOCALE DROME SEPTENTRIONALE	Tain l'Hermitage	dl.drome-septente@croix-rouge.fr	NON
ENTENTE RHODANIE TENNIS DE TABLE	Tain l'Hermitage	ertt.president@gmail.com	NON
JUDO CLUB TAIN TOURNON	Tain l'Hermitage	judoclubtainournon@gmail.com	NON
PLEIN LES YEUX	Tain l'Hermitage	pleinlesyeux26@hotmail.fr	NON
RACING CLUB TAIN TOURNON	Tain l'Hermitage	rctt@orange.fr	NON
VTT CLUB TAIN TOURNON	Tain l'Hermitage	cyclesbrunel@orange.fr	NON
ENTENTE ATHLETIQUE TAIN TOURNON	Tain l'Hermitage	eatt@earv.fr	NON
AASAD Aide et Services à Domicile	Tain l'Hermitage	asadt@orange.fr	NON
ASSOCIATION DU SALON DES VINS DE TAIN- L'HERMITAGE	Tain l'Hermitage	contact@salondesvinsdetain.fr	OUI
CHOEUR POLYPHONIA	Tain l'Hermitage	annierufin@orange.fr	NON
COMITE DES FETES DE TAIN	Tain l'Hermitage	comitedesfetestain@gmail.com	NON
SKI ALPIN TAIN TOURNON	Tain l'Hermitage	skialpintaintournon2@wanadoo.fr	NON
KUNG-FU - SHAOLIN TOURNON TAIN	Tain l'Hermitage	kungfushaolin.taintour- non@gmail.com	NON
UNION CYCLISTE TAIN TOURNON	Tain l'Hermitage	uctaintournon@gmail.com	NON
AIKIKAI TAIN TOURNON	Tain l'Hermitage	serge.roig@orange.fr	NON
CANOE-KAYAK TAIN TOURNON	Tain l'Hermitage	contact@cktt.fr	NON
FLASHBACK - DANSE STREET'JAZZ	Tain l'Hermitage	flashback.lilou@gmail.com	NON
FNACA TAIN	Tain l'Hermitage	bernardi.danielle@orange.fr	NON
AIRSOFT NORD ARDECHE	Tain l'Hermitage	airsoft-nord-ardecche@yahoo.fr	NON
SPORTS NAUTIQUES TAIN TOURNON	Tain l'Hermitage	contact@avirontaintournon.fr	OUI
FNATH - Association des accidentés de la vie	Tain l'Hermitage	fran.guy@orange.fr	NON

DONNEURS DE SANG BENEVOLES HTCC	Tain l'Hermitage	gerard.jourdan454@orange.fr	NON
LE GRAIN DROME ARDECHE	Tain l'Hermitage	legraindromeardecche@yahoo.fr	NON
LA GRIMPE	Tain l'Hermitage	sebjourdan26@yahoo.fr	NON
AGTT GYMNASIQUE	Tain l'Hermitage	agtt.gym@free.fr	NON
APAJH	Tain l'Hermitage	apajh.section.local.tour-non@gmail.com	NON
BADMINTON CLUB DE L'HERMITAGE ET DU TOURNONNAIS	Tain l'Hermitage	contact@bcht.fr	OUI
Amicale Plein Air TT - APATT	Tain l'Hermitage	robert.lubac@live.fr	NON
HERMITAGE TOURNONNAIS TRIATHLON	Tain l'Hermitage	joel.durieux@wanadoo.fr	NON
LEGIO VII IULIA version 1.2	Tain l'Hermitage	president@leg7.fr	NON
MANDALA	Tain l'Hermitage	asso.mandala@gmail.com	OUI
VELO CLUB VALRHONA Tain Tournon	Tain l'Hermitage	veloclubvalrhona@orange.fr	NON
DANSE DE SOCIETE Tain Tournon	Tain l'Hermitage	adstta0726[at]gmail.com	NON
UNRPA TAIN TOURNON	Tain l'Hermitage	unrpa.tournon-tain@laposte.net	NON
COMPAGNIE EVIDENCE LES AGITES	Tain l'Hermitage	klesia.mariusse@yahoo.fr	NON
A.C.J Belle Route	Tain l'Hermitage	huguettenicole.gori@wanadoo.fr	NON
Association Choeur Polyphonia	Tain l'Hermitage	asso.choeurpolyphonia@outlook.fr	NON
CEVEN 26	Tain l'Hermitage	ceven@free.fr	NON
Chorale Bohème	Tain l'Hermitage	choraleboheme@gmail.com	NON
Collectif Musique Amplifiées	Tain l'Hermitage	les-epicuriens@orange.fr	NON
Ensemble Instrumental Tournon Tain	Tain l'Hermitage	mireille.weishaupt@gmail.com	NON
A.D.A.C.A. - Archipel Théâtre	Tain l'Hermitage	contact@archipel-theatre.com	NON
Le Théâtre de la Sardine	Tain l'Hermitage	theatredelasardine@gmail.com	NON
Sculptur'Art	Tain l'Hermitage	champdecouleurs@hotmail.fr	NON

Compagnie des Soli Danse Contemporaine	Tain l'Hermitage	compagnie.soli@yahoo.fr	NON
Danses des mille et une nuits	Tain l'Hermitage	dansesml@hotmail.fr	NON
Act Huit Ohm	Tain l'Hermitage	acthuitohm@gmail.com	NON
Club Photo Tain Tournon	Tain l'Hermitage	clubphototournontain@gmail.com	NON
Rhône communications	Tain l'Hermitage	annick.fanget-bourgoin@wanadoo.fr	NON
Les Cadets de Bacchus Chant choral Prestations	Tain l'Hermitage	roger.valla0192@orange.fr	NON
Atelier Gentiletti	Tain l'Hermitage	Atelier.gentiletti@laposte.net	NON
L'EXCUSE – Club de Tarnot	Tain l'Hermitage	gisele.cyp@orange.fr	NON
BOZ'ARTS TAIN TOURNON	Tain l'Hermitage	bozartstt@gmail.com	NON
ASSOCIATION DU SALON DES VINS DE TAIN-L'HERMITAGE	Tain l'Hermitage	contact@tainsalondesvins.com	NON
HERMITAGE TOURNONNAIS TOURISME	Tain l'Hermitage	info@ht-tourisme.com	NON
F.C.T.T. / Rugby	Tain l'Hermitage	rugbytournon.tain@wanadoo.fr	NON
R.C.T.T. / Football	Tain l'Hermitage	rctt@orange.fr	NON
Union des Pêcheurs à la Ligne	Tain l'Hermitage	upl.tournon@sfr.fr	NON
Badminton Club Tain Tournon Mauves Saint Jean de Muzols	Tain l'Hermitage	contact@bcht.fr	NON
A.G.T.T.B.C. / Avant-Garde Tain Tournon Basket	Tain l'Hermitage	brandt.jennyfer@gmail.com	NON
Hand-Ball Tain Vion Tournon	Tain l'Hermitage	remyapteff@hotmail.com	NON
Gym Loisir Santé	Tain l'Hermitage	gymloisirsante@gmail.com	NON
Sports Nautiques Tain Tournon / S.N.T.T.	Tain l'Hermitage	contact@avirontaintournon.fr	NON
NEMO neuf mois et plus	Tain l'Hermitage	marie.bonnetsf@orange.fr	NON
Les Dauphins Tournonnais	Tain l'Hermitage	contact@dauphins-tournontain.fr	NON
Club de plongée – Club subaquatique	Tain l'Hermitage	plongeetaintournon@gmail.com	NON
S.A.T.T. / Ski Alpin Tain Tournon	Tain l'Hermitage	skialpintaintournon2@wanadoo.fr	NON

Aïkikai Club Tain Tournon (A.C.T.T.) – Aïkido	Tain l'Hermitage	serge.roig@orange.fr	NON
Judo Club Tain Tournon (J.C.T.T.)	Tain l'Hermitage	judoclub_taintournon@orange.fr	NON
HERMITAGE TOURNONNAIS TRIATHLON	Tain l'Hermitage	contact@hermitage-tournonnais-triathlon.com	NON
Tournon Tain Yamato-kan Karaté Do Shotokai	Tain l'Hermitage	gilserre@orange.fr	NON
Moto Club des Genoux Râpés	Tain l'Hermitage	engelvin.luc@neuf.fr	NON
A.G.T.T.G. / Avant-garde Tain Tournon Gym	Tain l'Hermitage	agtt.gym@free.fr	NON
Les Deux Rives en Balade – randonnée	Tain l'Hermitage	ertt.president@gmail.com	NON
ENTENTE RHODANIENNE TENNIS DE TABLE	Tain l'Hermitage	rctt@orange.fr	NON
RACING CLUB TAIN TOURNON	Tain l'Hermitage	renoo007@orange.fr	NON
Boxing Club Tain Tournon	Tain l'Hermitage	gerard-vergne07@orange.fr	NON
Hermitage & Tournonnais Cyclisme Organisation	Tain l'Hermitage	ht.cyclisme.organisation@gmail.com	NON
Tennis club Tournon Tain	Tain l'Hermitage	vincenot.frederic@wanadoo.fr	NON
Crèche « Planète Môme »	Tain l'Hermitage	dlpgreg@yahoo.fr	OUI
Arbre de Vie Centre Hospitalier de Tournon	Tain l'Hermitage	s.chatagnon@ch-tournon.fr	NON
Age tendre	Tain l'Hermitage	jo.grany@orange.fr	NON
ADAIR (association 26/07 des insuffisants rénaux)	Tain l'Hermitage	adair.asso@free.fr	OUI
Artisans du Monde	Tain l'Hermitage	artisansdumondetournon@laposte.net	NON
COLLECTIF TEMPS POUR TEMPS	Tain l'Hermitage	tempspourtemps@gmail.com	NON
Associations des Paralysés de France	Tain l'Hermitage	dd.07@apf.asso.fr	NON
Croix Rouge Française de Tournon	Tain l'Hermitage	robert.rabeyrin26@orange.fr	NON
De Fringues en Fringues	Tain l'Hermitage	severinebultel@hotmail.fr	NON
Ligue contre le cancer	Tain l'Hermitage	cd07@ligue-cancer.net	NON

Réseau Education Sans Frontière / R.E.S.F.	Tain l'Hermitage	resftournon@gmail.com	NON
Secours Populaire Français de Tournon	Tain l'Hermitage	comitespftournon@yahoo.fr	NON
ADAPEI DE LA DROME	Tain l'Hermitage	contact@adapei26.org	NON
A.F.D. DIABETE 26-07	Tain l'Hermitage	regine.cremillieux@laposte.net	NON
ENTRAIDE ET ABRI TOURNON TAIN	Tain l'Hermitage	chrstournon@entraideabri.fr	NON
Sou des Ecoles Laïques de Tournon	Tain l'Hermitage	soudesecoleslaiques@hotmail.fr	NON
Sou des Ecoles Laïques de Tain	Tain l'Hermitage	soudesecolestain@laposte.net	NON
UNIVERSITE POPULAIRE VIVARAIS-HERMITAGE	Tain l'Hermitage	contact@upvh.fr	OUI
Sauver l'environnement méditerranéen	Tain l'Hermitage	m.elkhal@free.fr	NON
AMICALE CYCLOTOURISTE Pont de l'Isère	Pont de l'Isère	annie.digonnet10@gmail.com	NON
Bibliothèque de l'Isère	Pont de l'Isère	pdi26@orange.fr	NON
Sports loisirs culture	La Roche de Glun	aurore.blache@orange.fr	NON
Basket club rochelain	La Roche de Glun	xavier.guibert401@orange.fr	NON
Jetski club rochelain (Bernard BROTTES)	La Roche de Glun	jetskiclubbrochedeglun@live.fr	NON
Union sportive Pont La Roche	La Roche de Glun	yvescaso@hotmail.fr	NON
Comité des fêtes	La Roche de Glun	jcf.magnard@orange.fr	OUI
Théâtre Les Cent Logis	La Roche de Glun	gunblade999@msn.com	OUI
Friol Club Tain Tournon	Tain l'Hermitage	maryline-delhomme@hotmail.fr	OUI
Amicale Sportive Donatienne	St-Donat sur l'Herbasse	amicalesportivedonatienne@gmail.com	NON
Arts & Sculpture en Liberté	St-Donat sur l'Herbasse	jlambrosiani@yahoo.fr	NON
Bach en Drome des Colines	St-Donat sur l'Herbasse	marie.cassany@orange.fr	NON
Badminton Club Donatien	St-Donat sur l'Herbasse	bcd26@free.fr	NON
Centre de création artistique	St-Donat sur l'Herbasse	ccastdonat@gmail.com	NON
Centre musical Bach	St-Donat sur l'Herbasse	contact@cmi-bach.com	NON

Croix Rouge Pays de l'Herbasse	St-Donat sur l'Herbasse	dl.herbasse@croix-rouge.fr	NON
Cyclo Club Donatien	St-Donat sur l'Herbasse	ccdonatien@gmail.com	NON
Groupeement des artisans, commerçants et industriels	St-Donat sur l'Herbasse	contact@commerçants-stdonat.fr	OUI
Handball Club Donatien	St-Donat sur l'Herbasse	pachot.corinne@neuf.fr	NON
Jazzez Funk	St-Donat sur l'Herbasse	jazzezfunk@jazzezfunk.fr	NON
Judo	St-Donat sur l'Herbasse	dojodescollines@numericable.fr	NON
Les amis de Maurice Cohen	St-Donat sur l'Herbasse	lalexia@wanadoo.fr	NON
L'entrée des artistes	St-Donat sur l'Herbasse	info@lentrete-des-artistes.com	NON
La maison du jeu	St-Donat sur l'Herbasse	la-maison-du-jeu@wanadoo	NON
KML France	St-Donat sur l'Herbasse	presidente@kmlfrance.fr	NON
MJC	St-Donat sur l'Herbasse	mjc.stdonat@free.fr	NON
Office du tourisme	St-Donat sur l'Herbasse	otsaintdonat@wanadoo	NON
Prélude	St-Donat sur l'Herbasse	marielle.ducgiraud@orange.fr	NON
Rugby Club Donatien	St-Donat sur l'Herbasse	michel.billon-26@wanadoo.fr	NON
Sport Loisirs et Culture des Foyers Donatien	St-Donat sur l'Herbasse	foyer-sagittaire@esat-stdonat.com	NON
TC Champos	St-Donat sur l'Herbasse	tclacdechampos@gmail.com	OUI
Amis de la Tour de Mercurol	Mercurol	amtmercuro@free.fr	NON
Farandole (Sou des écoles)	Mercurol	farandole.mercuro@yahoofr	OUI
Foyer Rural	Mercurol	frm.mercuro@gmail.com	OUI
Mercuro-Veunes Animations	Mercuro	contact@mercuro-veunes-animations.fr	NON
Arc-en-ciel	Mercuro	claudine.aurand@gmail.com	OUI
Sport Santé Equilibre	Mauves	laurent.dubois7@wanadoo.fr	NON
Comité Cycliste de l'Ar-dèche	Mauves	bmxclubmauves@orange.fr	NON

Racing Auto Moto Passion	Mauves	thierry.nogier@wanadoo.fr	NON
Sculptur'Club	Mauves	gaspi26@hotmail.fr	NON
La boule du St-Joseph	Mauves	bergeronchristian@orange.fr	NON
TC Malvinois	Mauves	jppassemard@free.fr	NON
RC Malvinois	Mauves	girodon.ph@wanadoo.fr	NON
Au Plaisir de Lire	Mauves	dany.clot@orange.fr	NON
Les amis du St-Joseph	Mauves	froissard.jacques@orange.fr	NON
Comité des fêtes	Mauves	chseignovert@laposte.net	OUI
FC Larnage	Larnage	fclarnageserves@free.fr	NON
Larnage loisirs	Larnage	jean-paul.chazallet@orange.fr	NON
Total des participants			23

● Entreprises

Pour des raisons de protection des données et de confidentialité, certaines entreprises ayant répondu à notre enquête nous ont fait part de leur volonté de rester dans l'anonymat. Nous avons signé une clause de confidentialité avec quelques-unes d'entre elles.

Nous avons donc pris l'engagement vis-à-vis de tous les participants entrant dans la catégorie "entreprises" de ne pas divulguer leur identité.

● Autres organismes privés et services publics

Tableau 7 : Carnet de contact d'autres organismes et services publics contactés dans le cadre de notre étude

Nom de la structure	Coordonnées	Contact	Coordonnées du contact
ARCHE AGGLO	3 Rue des Condamines 07 300 Mauves Tél : 04 75 07 01 80 www.hermitage-tournonais.fr	Frédéric SAUSSET, Président d'ARCHE AGGLO	accueil@ccht.fr
		Xavier ANGELI, 1 ^{er} vice-président en charge des projets de territoire	angeli.xavier@neuf.fr
		Manon Rozat, directrice de l'aménagement	m.rozat@archeagglo.fr Tél : 04 26 78 78 78 Ligne directe : 04 26 78 57 51

		Mme MORERA	04 75 07 84 35
Syndicat mixte Ar-dèche Drôme Numérique (ADN)	42 avenue des Langories - Bâtiment B - Parc de Lautagne 26000 Valence www.ardechedromenumerique.fr	Accueil	04 82 30 40 00 contact@sm-adn.fr
ADTiM (Délégataire de service public d'ADN)	www.adtim.fr	Julien GARNIER, Responsable commercial	06 99 06 19 21
e-Tribune.fr (Presse sur Internet)	http://www.e-tribune.fr/index.php/jtt/edition-jtt	Pierre Strappazon	06 80 11 86 22 04 75 08 40 42 pierre.strappazon@lejtt.fr
Cybarèche (accompagnement des entreprises concernant les TIC)	www.cybardeche.fr	Frédéric SIMONNET, Directeur	04 75 20 28 57
Pôle numérique	www.pole-numerique.fr	04 75 83 50 58	contact@pole-numerique.fr
Drôme Ecobiz – Numérique informatique		Veronique Bresson 04 75 75 87 16	numerique@drome-ecobiz.biz
CCI de la Drôme (Chambre de Commerce et d'Industrie de la Drôme)	52-74 rue Barthélemy de Laffemas 26010 VALENCE cedex Tél: 04 75 75 70 00 ccidirect@drome.cci.fr	Laurent Clerel	l.clerel@drome.cci.fr
EHT (club d'entreprise)	Entreprises en Hermitage et Tournonais Parc d'activité les Fleurons 30, allée du Millésime 26600 MERCUROL 04 26 78 57 42	Aurélié Buffat Gracia	contact@club-eht.fr

Annexe 4 : Check-list de rapport de Projet d'Etudes

**A remplir par les rédacteurs (élèves)
et à insérer en dernière page du rapport**

Renseigner la case par le nom du responsable, ou la date ou une simple croix lorsque la vérification a été faite.

Vérification présence	Vérification qualité
-----------------------	----------------------

Contenu

Résumé en français	OUI	OUI
Résumé en anglais	OUI	OUI
Table des matières	OUI	OUI
Table des figures	OUI	OUI
Introduction	OUI	OUI
Conclusion générale	OUI	OUI
Bibliographie	OUI	OUI
Citation des références dans le texte	OUI	OUI

Forme

Vérification orthographe	OUI	OUI
Pagination	OUI	OUI
Homogénéité de la mise en page	OUI	OUI
Lisibilité des figures	OUI	OUI