

CONSEIL DE
DEVELOPPEMENT
GRAND POITIERS

GRAND POITIERS
Communauté urbaine

Avis sur le projet de territoire

Défis et enjeux du territoire Conseil de développement

Avril 2018



Avis du conseil de développement

Projet de territoire

PREALABLE

Dès la mise en place en 2017 de la nouvelle intercommunalité Communauté urbaine Grand Poitiers, le conseil communautaire a souhaité engager une **large consultation sur le projet de territoire**.

Le conseil de développement mis en place en novembre 2017 a engagé le nouveau mandat de ses membres en répondant à la saisine des élus sur le projet de territoire. En effet, la mission essentielle dévolue aux Conseils de développement par le législateur est de participer à l'élaboration et au suivi de ce dernier.

Fort de leur expertise d'usage et de leur connaissance du territoire, les membres du conseil ont établi cet avis en **3 étapes** :



Repérage des besoins non satisfaits des usagers et l'offre des services attendue sur le territoire

Etape 1
2 décembre 2017



Enjeux des 10 défis du projet de territoire

Etape 2
27 février 2018



amendements au plan détaillé du projet de territoire

Etape 3 :
10 avril 2018

L'avis du conseil se construit autour des **10 défis du projet de territoire**. Il met en perspective pour chacun d'eux les enjeux à relever et les actions majeures attendues exprimés par les membres du Conseil.

MOTS CLES ATTENDUS DANS LE PROJET DE TERRITOIRE



LES SLOGANS ASSOCIES AU PROJET DE TERRITOIRE

- Des humains, des communs, des communes
- Un territoire bienveillant, solidaire et équitable
- Grand Poitiers, une communauté lumineuse
- Construire ensemble pour et avec les habitants de Grand Poitiers
- Des racines et des jeunes

DEFI DE L'IMAGE ET DE LA NOTORIETE

3 orientations stratégiques

- 1- Affirmer le territoire de Grand Poitiers pièce maitresse de la Nouvelle-Aquitaine
- 2- Moderniser, dynamiser et rajeunir l'image du territoire
- 3- Se différencier, révéler le Poitiers « caché »

LES ENJEUX A RELEVER

Ce que le conseil partage dans le projet de territoire sur le défi de l'image est l'importance pour Grand Poitiers de **se positionner comme une capitale de la connaissance, des EdTech et du e.sport**. Il lui reviendra ainsi à l'avenir de fédérer et de coordonner les acteurs du territoire vers les objectifs du projet de territoire.

Le conseil de développement préconise de communiquer autour de **3 axes majeurs pour le territoire** :

- l'Université/ le potentiel de Recherche y compris INRA
- Futuroscope (parc + technopole)/ SPN/ Gamers Assembly/ French tech ...
- Patrimoine

Il importera en particulier de créer le lien et l'articulation avec le Futuroscope.

De ces trois axes peuvent naître de nouveaux événements comme un festival de musique avec des groupes de jeunes étudiants (événement parrainé par Radio Pulsar par exemple). Cet évènement fédérateur permettrait de mettre en valeur les étudiants et de répandre la culture sur le territoire. En s'inspirant de la Gamers Assembly, il aurait vocation à toucher l'ensemble du territoire avec des animations pour tous les publics.

Pour promouvoir le patrimoine, le géocaching est un bon moyen de moderniser son approche.

Il est essentiel d'attirer tous les créateurs d'entreprises en vantant le territoire qui dispose de moyens fonciers et intellectuels pour permettre leur développement.

LES ACTIONS MAJEURES PRECONISEES

Faire savoir / valoriser

- Promouvoir l'agglomération à l'échelle régionale par une campagne de communication
- Rassembler et mettre à disposition les données disponibles sur le territoire notamment en déployant l'open-data : économie, culture, tourisme, foncier...
- Partager des argumentaires qui valorisent les atouts du territoire qui intéressent particulièrement les cibles (qualité de vie, alimentaire, offre culturelle, patrimoine, valeurs, accès aux soins, recherche...)
- Assurer une promotion coordonnée du territoire (cf. tourisme) : campagne internationale, nationale, régionale
- Communiquer sur les grands projets du territoire pour faire savoir le dynamisme
- Valoriser les filières économiques existantes

Faire découvrir

- Proposer des outils numériques ou virtuels qui permettent de découvrir le territoire : géocaching, plateforme
- Formaliser un parcours de découverte : Package de communication avec le Futuroscope

DÉFI DE L'ACCUEIL ET DE LIENS

3 orientations stratégiques

- 1- Mieux accueillir les entreprises, les actifs, les chercheurs, les étudiants...
- 2- Faciliter les connexions et la mobilité vers le territoire
- 3- Créer et maintenir les liens

LES ENJEUX A RELEVÉ

Le conseil de développement partage pleinement ce défi de l'accueil et les propositions des élus. A l'avenir, Grand Poitiers aura en particulier à identifier les cibles attendues et leurs besoins associés (étudiants, actifs, seniors...). Un effort de communication devra être soutenu pour capitaliser et coordonner l'information pour une diffusion efficace et large.

La notion d'accueil et d'intégration doit bénéficier aussi bien aux nouveaux arrivants qu'aux personnes déjà résidentes.

Le Conseil de développement préconise néanmoins de :

1. **mettre en évidence les possibilités de recherche autour du CHU** pour attirer les étudiants et chercheurs
2. **mettre en place un guichet unique ou une Maison de l'information de Grand Poitiers** pour faciliter l'accès et la diffusion de l'information au sein de Grand Poitiers grâce à un recensement de toutes les offres de Grand Poitiers. En lien avec cette maison de l'information, il pourrait être développé un **réseau d'information entre les mairies des communes**. L'essentiel est d'assurer une circulation dans les deux sens et de proposer une application numérique pratique de type guide d'accueil.
Le regroupement dans un lieu unique avec la maison du tourisme et cette future maison de l'information (loisirs, spectacles, nouvelle installation d'habitants, nouvel entrepreneur...) faciliterait l'entrée sur le territoire.
3. **développer les transports d'une commune à l'autre** au sein de la Communauté urbaine et permettre ainsi à des personnes de **sortir de l'isolement**, par exemple par : **un blabla Car Grand Poitiers** à l'aide d'une plateforme, créée et gérée un partenariat privé/public pour éviter tout aspect commercial
4. **Instaurer un système de visites des personnes âgées isolées**
5. **Soutenir et développer les actions qui relèvent de la société du Partage** pour encourager le lien social (échange de services, échanges collaboratifs, dons...)
6. **Développer et favoriser du lien entre les habitants dans l'espace public** en préconisant une série de mesures telles que :
 - Limiter la hauteur des murs de clôture, encourager les haies qui sont plus perméables
 - Mettre plus de mobilier urbain pour s'asseoir et discuter sur l'espace public (bancs et tables) à l'image du mobilier situés devant la mairie

LES ACTIONS MAJEURES PRECONISEES

Développer la visibilité de la dynamique de l'emploi et du territoire :

- Mettre en valeur les talents locaux et les compétences présentes sur le territoire
- développer un réseau d'information entre les mairies des communes.

Accompagner la recherche d'emploi du conjoint :

- Dispositifs publics et privés à mettre en avant
- Capitaliser sur le réseau pour partager les CV des conjoints

Simplifier les démarches pour les nouveaux arrivants

- Proposer une cellule/dispositif d'accueil unique : web = conseils et informations personnalisés en fonction du profil/attentes
- Créer un pack d'accueil nouveau arrivant
- Aider à simplifier les démarches administratives : inscription enfants...

DÉFI DE LA CRÉATION D'ACTIVITÉS NOUVELLES, GÉNÉRATRICES D'EMPLOIS

3 orientations stratégiques

1. Capitaliser sur nos forces pour nous positionner sur des marchés d'avenir, porteurs d'image
2. Attirer, maintenir et accompagner les talents sur le territoire
3. Construire des actions de prospection ciblées sur des secteurs d'activités porteurs de Grand Poitiers
4. Renforcer le tissu d'entreprises et utiliser le potentiel d'une main d'œuvre locale qualifiée

LES ENJEUX A RELEVER

Dans ce projet de territoire, le conseil de développement partage les actions concourant à :

- développer la prospection sur les filières et ou éco-système à fort potentiel...
- positionner Grand Poitiers en leader sur le secteur de la formation
- valoriser toutes les créations d'activités.

Notamment à l'avenir, Grand Poitiers devra porter une attention particulière à **l'organisation des filières de la formation** et au renforcement de la qualité des aménagements des sites économiques.

1- Création d'entreprises :

La création d'entreprises peut-être de 2 ordres mais ont des logiques différentes :

- la reprise d'activité existante sur le territoire en identifiant les activités à reprendre
- la création d'activités nouvelles par des habitants du territoire ou en attirant de nouveaux venus créateurs de ces activités

Si Grand Poitiers souhaite impulser la création/reprise d'activité et d'entreprise, cela implique de **faire mieux connaître les structures d'appui et dispositifs existants**. Il est important de **définir un parcours de la création d'entreprise ou de la reprise d'entreprise** afin d'éviter que chaque nouvel entrepreneur reparte de zéro. **Un parcours simple et identifié** (à travers par exemple un guichet unique, des contacts clairement identifiés) est en cela nécessaire pour permettre à tous entrepreneurs la reprise ou la création d'une entreprise.

Concernant la création d'entreprise, le conseil a relevé deux points importants. Il lui semble nécessaire de **susciter des vocations de créateurs d'entreprises** et cette démarche doit, mais de façon non exclusive reposer sur les richesses existantes sur notre territoire comme les chercheurs, entrepreneurs ou encore les étudiants présents sur le territoire. En ce qui concerne ces derniers, il faut pouvoir susciter des vocations de créateurs d'entreprises au-delà de ce qui se fait déjà notamment à l'Université ou au CHU. L'entrepreneuriat ne relevant pas uniquement des chercheurs ou des étudiants, le conseil a étendu sa réflexion à tous les porteurs de projet présent sur le territoire de Grand Poitiers. Le conseil encourage que **tout porteur de projet (qu'il soit mineur ou majeur) puisse trouver soutien et information** pour l'accompagner dans sa démarche de création d'entreprise.

En parallèle, la création d'entreprises repose également sur la **capacité de Grand Poitiers à attirer les créateurs d'entreprises** (nouvelles ou division d'entreprises d'ores et déjà existantes). Le groupe de travail a identifié les champs thématiques forts que la communauté urbaine doit valoriser :

○ **Numérique**, avec notamment :

- l'Edutainment,
 - la filière image numérique et notamment les jeux vidéo symbolisés par la Gamers assembly
 - la Edtech (éducation et formation)
 - la mise en valeur du patrimoine culturel grâce au numérique (réalité augmentée par exemple)
 - l'alliance du culturel et des nouvelles technologies aurait pour effet de stimuler l'offre locale en valorisant le patrimoine
 - Palais de justice un showroom des entreprises locales sur mise en valeur du patrimoine à travers les technologies innovantes
- globalement le développement de ces différentes filières liées au numérique entraînerait un flux touristique supplémentaire (affaires, événements) et une hausse de l'activité pour les agences de communication centrées sur l'événementiel

○ **Agriculture** :

- travailler sur les nouvelles pratiques agricoles respectueuses du développement durable
- Structurer le réseau du bio dans le territoire

○ **Aéronautique & nouveaux matériaux**

○ **Transports /énergie**

○ **Santé et Bien-être**

○ **Développement durable et la chimie verte** (bioéconomie)

Ces points forts identifiés doivent être valorisés à travers les acteurs et réseaux d'ores et déjà présents sur le territoire (CHU, Université, ENSMA, Safran, Saft, Itron, BBraun, Aeroteam, WTC....). Le conseil a émis un commentaire sur l'agriculture portant sur la nécessité d'accompagner le développement de l'agriculture biologique et la réduction de l'agriculture intensive (génératrice de pollution des sols, rivières et nappes phréatiques) sur le territoire. Il est en ce sens nécessaire de fédérer l'ensemble des acteurs de cette filière afin de leur donner une plus grande visibilité et lui permettre de répondre aux appels d'offres notamment des collectivités dans une logique de développement durable portée notamment par la CU de Grand Poitiers.

Afin de promouvoir l'innovation sur le territoire, le groupe de travail a formulé le souhait de renforcer les tiers-lieux présents sur le territoire de Grand Poitiers et plus globalement de développer un réseau des acteurs de l'innovation. En lien avec cette proposition, il apparaît nécessaire de mettre en réseau, en cohérence et en synergie ces espaces et ceux qui y travaillent (entreprises, entrepreneurs, chercheurs et étudiants) afin de stimuler l'innovation et faire émerger des projets, mais également répondre aux besoins en R&D des entreprises, notamment des plus petites.

Par ailleurs, il paraît important de **favoriser la création de lieux multiservices de proximité** dans les secteurs ruraux éloignés de la ville centre et d'accompagner leur fonctionnement pour les pérenniser et ceci afin de maintenir l'activité économique dans ces secteurs.

Enfin, le conseil exprime la nécessité, pour **attirer de nouveaux entrants** sur le territoire, de favoriser l'accueil et l'installation du conjoint et de la famille en général par l'intermédiaire

d'un "guichet" dédié et bien identifié en amont par toute personne se renseignant sur les perspectives de venir vivre et travailler au sein du territoire de la Communauté urbaine.

2- Attractivité

L'attractivité d'un territoire comme celui de Grand Poitiers doit d'abord se focaliser sur les champs thématiques précités (notamment dans le cadre d'une spécialisation intelligente du territoire), elle doit toutefois être la plus large et ouverte possible et ceci afin de développer ou d'attirer des compétences et champs d'activités non présents sur le territoire (entreprises en lien avec l'Intelligence artificiel par exemple) ou non encore identifiés.

Grand Poitiers a besoin d'une image forte (marketing territorial ciblé et cohérent sur les atouts du territoire) qui pourrait reposer par exemple sur un **événement/site emblématique** comme la « Gamers assembly ». Il serait par exemple possible de développer cet événement en d'appuyant sur les réseaux existants de professionnels impliqués dans cette filière.

Plus globalement, le conseil propose de **s'appuyer sur les réseaux professionnels existants dans chaque secteur d'activité** pour, à travers eux, valoriser le territoire et attirer de nouveaux entrepreneurs. L'appel à des chargés d'affaires qui connaissent le territoire et les entreprises et qui pourraient notamment prospecter sur des salons nationaux et internationaux (CES de Las Vegas par ex.) serait potentiellement nécessaires. Par extension, Grand Poitiers pourrait également avoir une action au niveau de la structuration de réseaux émergents ou non encore existants dans certains secteurs d'activités et ceci dans l'objectif de leurs donner une visibilité.

De plus, la valorisation des labels comme la French tech, technopole et l'encouragement/l'incitation des structures à être labélisées (instituts Carnot et autres) seraient d'autres pistes d'actions pour mieux faire connaître et reconnaître le territoire et les activités dynamiques existantes au niveau national et international. Sur ce dernier point, toute action favorisant l'image de grand Poitiers à l'international doit être promue et valorisée.

Par ailleurs, une autre piste possible serait d'attirer une « locomotive » dans un secteur particulier qui pourrait être par exemple une start-up/entreprise installée en France ou à l'international mais qui aurait besoin de locaux, de foncier, d'une main d'œuvre qualifiée pour se développer ou pour passer à une phase de mise en production (R&D, industrialisation) devra être promu.

Le levier fiscal, **l'investissement dans les infrastructures liées à la mobilité** notamment ou encore à la **connectivité des réseaux** (fibre optique) seraient également des moyens au service du développement de l'attractivité du territoire. Le développement du numérique sur le territoire doit se faire de pair et en cohérence avec le développement des infrastructures (développement du très haut débit).

La **formation professionnelle** quel que soit le secteur d'activité doit également être portée et structurée au niveau du territoire. Les **besoins en emploi actuellement non pourvus** par exemple dans le secteur de l'aide à domicile ou d'autres métiers « manuels » où la main d'œuvre manque doit faire l'objet d'un travail plus approfondi. Dès lors, Grand Poitiers pourrait là encore accompagner ces secteurs en tension en faisant se rapprocher les lieux de formation comme les lycées professionnels, CFA, IUT afin de répondre aux besoins sur son territoire. Il en est de même pour les emplois qualifiés et non pourvus sur le territoire (manque d'ingénieur en informatique, Data manager...).

DÉFI DE LA CRÉATIVITÉ ET DE LA CULTURE

3 orientations stratégiques

- 1- Etre un territoire d'accueil des artistes et des créateurs
- 2- Faciliter les rencontres et le croisement des publics
- 3- Etre un territoire d'expérimentation

LES ENJEUX A RELEVER

Le Conseil de développement est en accord les 3 grandes orientations stratégiques. Il soulève néanmoins la nécessité de faciliter la diffusion culturelle notamment en développant les lieux culturels notamment dans les communes qui en sont dépourvues et en tendant vers l'harmonisation et la mutualisation des moyens dédiés à la culture.

Pour le conseil de développement, le projet de territoire doit être l'occasion de fixer 3 principaux résultats à atteindre :

- l'identification des différents sites patrimoniaux des 40 communes de l'intercommunalité,
- la mise en valeur de l'ensemble du patrimoine historique de Grand Poitiers,
- le soutien au développement d'actions connues mais parfois menacées (ex: Rur'art à Venours)

Les actions existantes sur le territoire qu'il convient de maintenir sont :

- la création d'un lieu culturel sur l'emplacement du Palais des Ducs d'Aquitaine, et plus généralement autour du centre historique de Poitiers,
- les actions culturelles et accueil d'artistes en milieu rural : RURART par exemple sur Rouillé (centre d'arts contemporains qui a un rayonnement régional voir national)

LES ACTIONS MAJEURES PRECONISEES

Créer un outil de recensement et de communication des actions ou manifestations locales bien identifié,

Mettre en place des focus sur certaines manifestations sur le Grand Poitiers,

Organiser un scénario tournant d'animations sur les communes de Grand Poitiers :

- focus sur les lieux et les créations en elles-mêmes,
- calendrier détaillé longtemps à l'avance,
- non spécifique d'une thématique particulière (comme l'était "les Nuits Romanes"),
- en lien avec une plateforme numérique dédiée et valorisant tous types de réseaux.

DÉFI DE L'ÉMERGENCE D'UNE DESTINATION TOURISTIQUE

4 orientations stratégiques

- 1- Devenir une destination de séjour et non de passage
- 2- Structurer la filière du tourisme d'affaires
- 3- Adapter l'offre et la communication à la clientèle actuelle
- 4- Améliorer la synergie entre les structures et le lien entre les acteurs du tourisme

LES ENJEUX A RELEVER

Le conseil de développement est en accord avec les deux enjeux que sont :

- améliorer la synergie entre les structures et le lien entre les acteurs du tourisme
- créer des liens entre Poitiers et le Futuroscope (pas uniquement sur les animations et le transport, proposer aussi des offres packagées, promotion intersites...)

Pour cela, il encourage les élus à mettre en adéquation les moyens et l'ambition politique affichée (budget dédié, soutien à l'investissement et à la promotion) ainsi que d'identifier les clientèles qui viennent déjà pour déployer une offre adaptée. Les habitants comme les professionnels doivent devenir de véritables ambassadeurs du territoire.

Les échanges du Conseil de développement ont permis de poser une **ambivalence comme point de départ de sa réflexion** : Poitiers est essentiellement connu, à l'échelle nationale voire internationale, grâce au Parc du Futuroscope.

Faut-il essayer de se détacher de cette image et favoriser ainsi une identité touristique propre à Grand Poitiers, autour de l'art et de la culture par exemple ?

Ou au contraire ne vaudrait-il mieux pas capitaliser sur le Futuroscope, qui accueille chaque année environ 2 millions de visiteurs, et faire en sorte « d'irriguer » davantage cette manne de touristes vers la capitale de la Vienne et ses alentours ?

A l'image du Département, via son agence touristique, qui a choisi comme identité « Pays du Futuroscope », Grand Poitiers aurait certainement à gagner à se rapprocher davantage de son site phare, locomotive à l'échelle même de la Nouvelle-Aquitaine.

Le projet de territoire doit être l'occasion de **fixer un objectif clair** : recevoir **davantage de clientèle touristique sur Grand Poitiers**, qui séjourne un peu plus longtemps en ne se contentant pas de « passer par » le Futuroscope mais en restant 2-3 jours dans la Vienne.

LES ACTIONS MAJEURES PRECONISEES

- **réaliser un état des lieux** des sites culturels et touristiques, notamment des sites patrimoniaux dont Poitiers « ville aux 100 clochers » est particulièrement riche
- **mener un travail avec les acteurs** : sites de visites, office de tourisme communautaire et ses BIT, Agence touristique de la Vienne, hébergeurs, ...
- **cibler les types de clientèles** (familles, tourisme d'affaires, seniors, ...) afin ensuite de concevoir des offres qui leur sont destinées
- **concevoir un pôle patrimonial**, avec mise en réseau des différents sites à valoriser, en lien avec d'autres communes à fort potentiel patrimonial, et en utilisant les technologies actuelles pour faire revivre le passé : réalité virtuelle, réalité augmentée, ...
- **créer par exemple des parcours scénarisés avec des personnages historiques ou fictifs**, permettant une immersion dans le passé sur plusieurs sites emblématiques : Lusignan avec Mélusine, Château de Chauvigny, Palais de Justice de Poitiers avec Aliénor d'Aquitaine...
- **avoir un événement reconnu sur Poitiers**, attractif et populaire, à l'image du festival de la BD à Angoulême, ou des Francofolies de La Rochelle. La Gamers Assembly, qui monte en puissance chaque année, peut-elle jouer ce rôle ? est-elle suffisamment grand public ?
- **avoir des offres packagées** (Promotion-marketing), destinées aux types de clientèles ciblées, et les faire connaître de ces clientèles, incluant l'ensemble de la chaîne de valeur (de la prise de renseignement à la réservation, déplacements, hébergements, sites – activités, avis post visites, ...)
- **se rapprocher du Futuroscope** dans un objectif de partenariat gagnant-gagnant, même s'il semble déséquilibré au départ, le Futuroscope ayant probablement moins à gagner hormis des durées de séjour plus longues
- **associer les entreprises et les structures locales à la promotion de l'offre touristique**, car elles peuvent en être de bon relais auprès de leurs partenaires / prestataires / clients
- **associer également les habitants pour qu'ils soient davantage ambassadeurs de leur territoire** => meilleure image véhiculée, et surtout importance du tourisme « dans la famille » : dans les Deux-Sèvres par exemple, une étude INSEE parue en 2013 concernant l'origine des publics touristiques a montré que 80% des touristes venant dans

le département se faisait héberger chez des amis ou dans la famille ! (moyenne nationale : 65%) ce qui souligne l'importance de faire des habitants les premiers relais d'informations touristiques. Les Deux-Sèvres ont ainsi mis en place un système de carte d'ambassadeur avec des offres préférentielles.

- **Accompagner la formation des professionnels du tourisme** (hôteliers notamment), sur la promotion des autres sites/ activités et les accompagner vers la transition numérique

DÉFI DE LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE

3 orientations stratégiques :

- 1- Combattre la précarité énergétique
- 2- Réduire les consommations d'énergie sur le territoire
- 3- Accroître la part d'énergies renouvelables dans la production globale

LES ENJEUX A RELEVER

Le conseil de développement mesure l'importance de poursuivre une politique active et volontariste concourant à réduire la consommation d'énergie sur le territoire par la mise en œuvre d'une schéma directeur des énergies renouvelables, le soutien à l'isolation et à la lutte contre la précarité énergétique ainsi qu'en poursuivant une politique de mobilité et d'urbanisation adéquates.

Le conseil préconise en préalable un état des productions et consommations sur l'ensemble du territoire et par zone territoriale. Et, il encourage Grand Poitiers à concrétiser le concept de territoire à énergie positive

3 grandes mesures déjà en place nécessitent d'être maintenues voir déployées :

- Renforcer et étendre le rôle des ambassadeurs de l'énergie, actuellement présents dans les espaces info énergie,
- Développer les possibilités de financement participatif des projets de production d'énergie,
- Développer le photovoltaïque sur toiture, mais pas au sol.

LES ACTIONS MAJEURES PRECONISEES

- réaliser systématiquement, pour chaque bâtiment public, un état des lieux énergétique et définir un programme d'incitation à l'isolation,
- cartographier les lieux de production d'énergies renouvelables (effectifs et potentiels) : Photovoltaïque – éolien – Méthanisation- Biomasse-bois,
- informer et conseiller les particuliers sur les possibilités de production d'EnR,
- pour tout permis de construire, bâtiment public ou privé, suggérer et inciter l'installation de photovoltaïque,
- adapter la réglementation encourageant les nouvelles formes d'habitat : habitat groupé.

DÉFI DE L'ACCÈS AUX SERVICES

3 orientations stratégiques

- 1- Simplifier l'accès des usagers aux services de la collectivité en offrant un service de proximité équitable et de qualité sur tout le territoire
- 2- Construire un maillage cohérent des équipements et des services
- 3- Donner accès au numérique et offrir un bouquet de services en ligne aux usagers

LES ENJEUX A RELEVER

Sur le défi de l'accès aux services, le conseil partage l'ambition des élus de développer les lieux multiservices, et de réinventer les modèles de service. L'adaptation des services numériques aux bassins de vie et la formation des usagers aux services numériques constitue des enjeux primordiaux pour l'avenir.

Plusieurs principes pourraient prévaloir à la formalisation éventuelle d'un schéma des services locaux :

- proposer une approche globale des situations des personnes,
- déployer d'espaces de multi-services : maison de services publics,
- maintenir les mairies comme portes d'accueil et d'information des services communautaires,
- assurer une information équitable des usagers,
- favoriser la mutualisation des services : regroupement de la garde d'enfants/ offre de garde,
- promouvoir des services innovants: flexibilité horaire, services mobiles...

LES ACTIONS MAJEURES PRECONISEES

Le conseil de développement préconise de mettre en œuvre des mesures répondant à deux principaux objectifs :

1) Assurer une meilleure équité dans la répartition géographique des services en :

- mettant en place, en zone rurale des maisons de santé avec des praticiens pluri disciplinaires (médecin, dentiste, kiné...),
- déployant des maisons de santé pluridisciplinaires en complément de la création des maisons médicales,
- assurant une bonne répartition des équipements sportifs et culturels sur tout le Grand Poitiers,
- garantissant une répartition équilibrée aussi des commerces de proximité,
- assurant un accès au numérique partout, y compris en zone rurale,
- apportant des réponses à la numérisation.

2/ Répondre à la numérisation en :

- déployant une couverture en THD de l'ensemble de Grand Poitiers
- créant des maisons de service public avec des administrations mais aussi des établissements privés ayant une mission de service public (La poste, CAF, CRAM...) à l'instar de celles de Lusignan, Couhé, Moncontour, Availles-Limouzine ou Monts sur Guesnes, pour s'y informer mais aussi accéder aux nouvelles technologies,
- facilitant l'accès au numérique, par une aide à la saisie en Mairie, maisons de retraite mais aussi en proposant des formations de proximité,
- proposant un service d'assistance polyvalente numérique,
- mettant en place d'un deskpoint numérique dans les mairies (ordi, wifi, scanners...),
- assurant une présence de médiateurs numériques.

DÉFI DE LA MOBILITÉ

- 1- Développer l'intermodalité et les mobilités douces
- 2 -Fluidifier les accès aux pôles d'emploi et d'activités majeurs
- 3 -Adapter l'information sur la mobilité aux nouveaux besoins des usagers

LES ENJEUX A RELEVER

Sur le défi de la mobilité, le conseil de développement recommande 3 principaux enjeux :

1-Développer l'offre de transports au sein de Grand Poitiers en désenclavant en particulier les communes isolées :

- confortant le réseau Lignes en Vienne (partenariat avec la Région) avec un ou deux trajets en journée avec des petits bus avec des horaires formalisés, et adaptés aux personnes à mobilité réduite, avec la possibilité de faire un aller-retour dans la journée entre Poitiers et une commune de la Communauté urbaine),
- mettant en place des petites navettes au sein de Grand Poitiers qui permettent de relier les communes non desservies par Vitalis et Poitiers,
- maintenant les petits bus électriques à Poitiers.

2-Développer les voies cyclables sur Grand Poitiers, avec un réseau en site propre en :

- développant la place donnée aux déplacements doux sur les axes majeurs d'accès au centre-ville de Poitiers,
- mettant en place des itinéraires « malins » et des continuités entre les pistes cyclables.

3-Proposer une offre partagée de transports à l'ensemble des citoyens, qui regroupe plusieurs services : voiture (bla-bla Car Grand Poitiers), prêt ou location de vélos entre particulier, partage ou location de véhicules électriques....

LES ACTIONS MAJEURES PRECONISEES

- Développer une offre de voiture par service (auto-partage)
- Développer la smart-city – covoiturage par abonnement, appli pour utilisation des transports publics...)
- Lignes de rabattement vers les transports publics existants (vers les gares...)
- stations de vélos électriques
- Développement de voitures partagées
- Schéma directeur des mobilités douces

DÉFI DE LA COMPLÉMENTARITÉ URBAIN –RURAL

- 1- Préserver l'environnement et les paysages
- 2- soutenir la production alimentaire locale, renforcer les échanges villes/campagnes
- 3- Développer une offre touristique et de loisirs nature
- 4- Développer et valoriser les pôles intermédiaires et centres bourgs, dans un souci d'équilibre et de cohérence du territoire

LES ENJEUX A RELEVER

Le conseil de développement partage les orientations stratégiques des élus. Il appelle néanmoins à ce que soit considéré et valorisé l'ensemble des ressources du territoire : les cours d'eau existants (Vienne, Miosson, Clain, Boivre...), le potentiel forestier (Forêt de Moulière, de Saint-Sauvant...). Il encourage à tendre vers la connectivité des circuits pédestres, cyclo-pédestre... à thème entre toutes les communes.

Pour le conseil de développement, le projet de territoire doit être l'occasion de fixer 2 principaux résultats à atteindre sur le défi de la complémentarité urbain –rural :

1. couvrir les besoins alimentaires a minima des collectivités de type scolaires ou personnes âgées et plus largement vers tout particulier qui souhaite consommer plus local et contribuer à limiter l'usage des pesticides
2. capitaliser sur les circuits touristiques existants, pédestres et cyclistes.

Une attention particulière est attendue sur le maintien d'actions telles que :

1. la limitation du grignotage de l'espace agricole et naturel par l'habitat privé, dans le cadre des PLU communaux
2. l'élargissement de l'offre de jardins partagés sur l'exemple de St Cyr/Beaumont

LES ACTIONS MAJEURES PRECONISEES

au niveau Alimentation:

- soutenir l'étude, l'organisation et le fonctionnement d'un réseau collectif entre les producteurs et les consommateurs, particulièrement sur le plan de la logistique : collecte, transformation et distribution (projet à l'étude sur l'exploitation du lycée agricole de Venours avec le pays des 6 vallées)
- travailler l'offre locale par une politique incitative auprès des agriculteurs de l'intercommunalité et auprès des jeunes en phase d'installation
- mettre à disposition du territoire un point mettant l'accent sur des produits de qualité avec une agriculture respectueuse de l'environnement : Bio, agro écologie...
- promouvoir les jardins communautaires

au niveau Tourisme: travailler sur une interconnexion à l'échelle des 40 communes des itinéraires cyclables et pédestres, et la rendre visible (y compris sur le plan numérique).

au niveau Biodiversité :

- Recensement et valorisation des lieux d'intérêt historique, géologique et botanique
- Cohérence et lisibilité des voies vertes

DÉFI DES SOLIDARITÉS

- 1- Rendre plus cohérentes et complémentaires les politiques sociales
- 2- Développer la solidarité territoriale dans l'aménagement et la politique de l'habitat
- 3- Rompre l'isolement et renforcer la solidarité envers les plus démunis
- 4- Faire des actions menées en faveur des enfants et des jeunes un atout majeur pour l'attractivité
- 5- Maintenir le dynamisme et la richesse de la vie associative du territoire

LES ENJEUX A RELEVER

Le conseil de développement est en accord avec les actions du projet de territoire soutenant à :

- définir la compétence jeunesse et à l'assurer,
- tendre vers un territoire zéro-chômeurs,
- accompagner les jeunes dans leurs projets (junior entreprises, soutiens aux projets...).

Une vigilance accrue est attendue dans la prise en compte des besoins des femmes (discrimination, inégalités, mode de garde, emploi...) et des familles monoparentales. Les réflexions entourant la création d'un centre intercommunal d'action sociale mériteraient d'être portées pour concourir à l'harmonisation des pratiques sociales sur le territoire.

LES ACTIONS MAJEURES PRECONISEES

Soutien associatif

- réaliser un référencement des associations et des missions associées
- créer un pôle « vie associative » à Grand Poitiers
- Action d'encouragement au bénévolat

Valorisation de la jeunesse

- Aide au co-voiturage des parents,
- Soutien aux projets des jeunes : recherche de stage,
- Proposer des événements dédiés aux jeunes ,
- Animer l'espace public : laisser la jeunesse s'en emparer, proposer des animations...
-