

L'offre de services des maisons de la Région



Rédaction :

Frédérique SONNET et Nicolas TRILLAUD

Soutien, relecture et correction :

Laure BAGNERIS

Avec la participation des ambassadeurs :

Elsa BOYER-CROQUETTE, Cédric CORDIER, Emmeline FLORENTIN, Sophie DUMAS
Séverine JOURNET, Patrice LALLEMENT, Thomas LAVAUR, Luca BAILLEUL,
Thierry LAVIALE, Stéphane LEROY-THERVILLE, Nicolas LEYMARIE, Amandine LONG,
Guillaume MARTI, Camille MASSOL, Christophe PERROTEZ, Didier SALABERT,
Blandine SALTO, Anne-Violaine SIBAUD, Candice SOUBEYRAND, Marie TERRIER,
Sylvie VEILLET, Véronique ACERBIS et Claire VERDELHAN.

Édition et mise en page :

Lucas LINARES - www.étrangeOrdinaire.fr

Illustration :

Emma Livet - www.bobine.co



**Bloomberg
Philanthropies**

L'avenir des maisons de Région, cas n°2 pour la TRANSFO

De septembre 2017 à janvier 2018, le programme Transfo Occitanie s'est saisi du sujet "maisons de la Région". Après un premier cas d'étude tourné vers l'interne traitant des "espaces partagés de travail et de convivialité au sein de la Région", ce deuxième cas a eu pour enjeu d'explorer la dimension territoriale de l'action régionale, en particulier dans sa relation avec l'utilisateur/habitant, mais aussi dans l'exploration des relations entre le siège et les maisons de la Région sur les territoires.

Les enjeux de formation

Plusieurs objectifs de formation ont préfiguré le traitement du cas des maisons de la Région : il s'agissait d'une part de produire une problématisation du sujet en reformulant la demande initiale et d'autre part de développer en autonomie des outils intuitifs et collaboratifs pour mener une immersion de terrain. Ainsi les ambassadeurs ont pu approfondir les techniques et outils de l'enquête de terrain à visée créative. La dernière phase du projet de formation a consisté à articuler les analyses de terrain avec un temps créatif permettant de proposer des solutions.

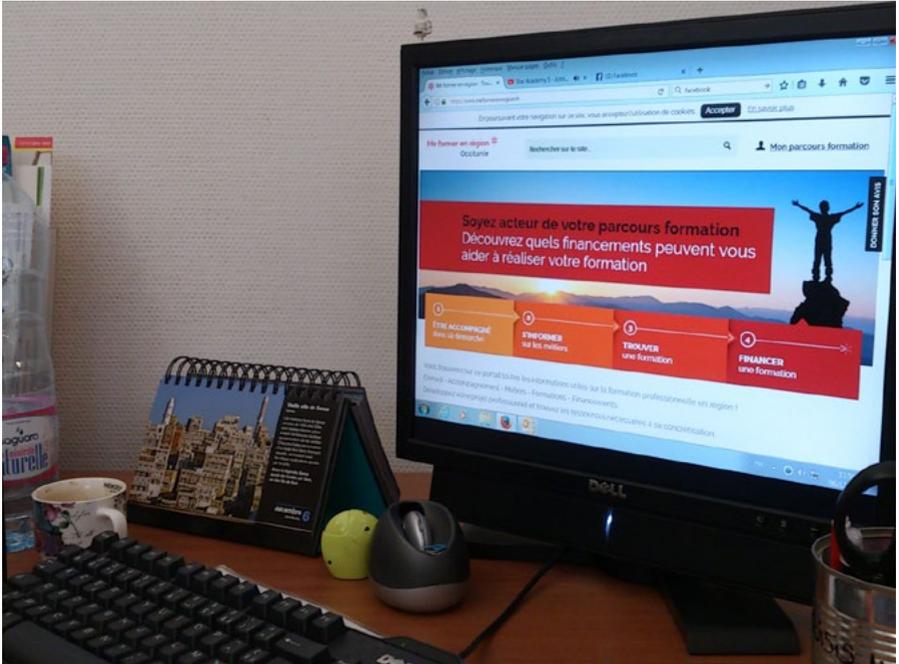
Une enquête en immersion à la rencontre d'un écosystème d'acteurs

Le travail d'enquête en immersion s'est déployé dans un premier temps depuis les Hôtels de Région de Toulouse et Montpellier, où l'équipe a interviewé des décideurs et des agents du siège sur la circulation de l'information avec les maisons de la Région. Dans un second temps, les ambassadeurs sont allés à la rencontre des habitants dans les rues de Carcassonne, Foix, Limoux et Perpignan. Les différentes équipes sur le terrain ont également été accueillies par des partenaires pour échanger sur les conditions de partenariats locaux, et bien sûr par les agents des maisons de la Région existantes et de bureaux territoriaux sur le point de devenir des maisons de la Région.

Grâce à ce travail multi-sites, il a été possible de découvrir les agents de maison de Région dans leur environnement professionnel au quotidien et d'avoir une meilleure perception de la diversité des situations qu'ils rencontrent.

1. INTRODUCTION

CONTEXTUALISER LA RÉFLEXION



Les maisons de la Région ont vocation à se développer sur l'ensemble du territoire et à faire évoluer leur offre de service (transports scolaires, économie, emploi formation). L'ouverture très large au public laisse entrevoir de nouvelles évolutions à venir.

Les ambassadeurs se sont donc interrogés sur les missions actuelles et futures de ces maisons de la Région en suivant différents questionnements :

- Quelles sont les relations existantes entre les usagers et la maison de Région ?
- Qui investit ou investira les lieux ?
- Qu'est-ce qui pourrait se passer au sein des maisons de Région ?
- Comment articuler l'existant avec le futur projet ?

2. LES INFORMATIONS RECHERCHÉES LORS DE L'IMMERSION

Des observations participantes dans les maisons de la Région et des entretiens semi-directifs avec les agents ont permis de mieux comprendre les actions menées actuellement ainsi que les relations avec les usagers.

Pour sonder les représentations des usages actuels et futurs, nous avons imaginé un outil appelé **“Imagine ta maison de Région”**. Celui-ci est composé de cartes par domaine de missions : formation, économie et transport + une carte joker. Il est demandé à la personne interrogée de choisir les cartes qui représentent le mieux, selon elle, les missions actuelles dans un premier temps, et futures, dans un deuxième temps, des maisons de Région. Les cartes jokers servent à inscrire leurs propositions librement. Cet outil a été utilisé avec plusieurs interlocuteurs : aussi bien des agents du siège à Toulouse, que des usagers à Carcassonne, Foix, Perpignan ou Limoux.



3. LES POINTS MARQUANTS DE L'ANALYSE

POINT MARQUANT 1

Quel public pour les maisons de Région ?



On observe que les publics non concernés par une compétence régionale n'attendent pas de service particulier de la part des maisons de Région. "La Maison de Région ? je n'en attends rien." (Un retraité rencontré à Perpignan). Au contraire, les jeunes sont davantage sensibles au rôle que la Région pourrait jouer pour eux. "La Région, oui je connais, c'est là que j'ai eu mon ordi." nous a confié un jeune rencontré à Carcassonne, pour qui la Région peut être un appui "pour démarrer dans la vie". Quel équilibre trouver entre un accueil complètement ouvert ou davantage focalisé vers les publics spécifiques de la Région ?

POINT MARQUANT 2

Comment aller chercher quelque chose dont on ne connaît pas l'existence ?



Le constat est fait d'un manque de lisibilité de l'offre de service des maisons de Région pour les usagers, qui peuvent en avoir une vision partielle, voire erronée. Au-delà de la définition de cette offre de service, cela pose la question de la stratégie de communication choisie pour mettre en lumière les maisons de Région auprès de publics cibles.

“Une Maison de Région, c’est quoi ? Une sorte d’office du tourisme avec des produits régionaux.”

Un jeune en recherche d'emploi rencontré à Foix.

Quel outillage pour un accueil de qualité ?



Les usagers émettent le souhait d'être accueillis de façon humaine et empathique. Ils ne veulent pas d'une administration froide et difficile d'accès derrière ses process. Ils attendent une plus-value concrète. Cependant, il leur est difficile de préciser eux-mêmes concrètement ces attentes, dans la mesure où ils ne connaissent pas l'étendue de l'offre de service régionale. L'enjeu est donc de préciser cette offre de service et de la rendre lisible.

POINT MARQUANT 4

Quels locaux pour quels usages dans un contexte contraint ?



Dans les services souhaitables recensés, une pluralité de services renvoient à autant de types d'espaces susceptibles d'être proposés : bornes numériques, espaces de coworking, salles de réunion, salles de convivialité, visioconférences, etc. Ces attentes se heurtent à des contraintes matérielles liées à la réalité des locaux de chaque Maison de Région. Elles soulèvent également la question du rôle d'animation des lieux et d'accompagnement des usagers.

Les agents de maison de Région auront-ils pour mission d'accueillir, d'informer, d'orienter mais aussi d'animer de tels espaces ?



4. LES IDÉES DU THÈME

Occi'borne

→ **Objectif** : Donner en temps réel l'information recherchée et les supports correspondants, autonomiser les usagers sans déshumaniser le contact avec la maison de Région.

→ **Public cible**: Usagers de maison de Région

→ **Description**: Occi'borne est une borne interactive et intelligente qui oriente un utilisateur vers des sites ressources en fonction de son profil et de thèmes recherchés et fournit des contacts et suggestions avec possibilité d'impression.

→ **Par exemple** : je suis un jeune entrepreneur et je recherche des aides. La borne va m'orienter vers le futur site du Hub entreprises, et me proposer des contacts, des formulaires types, etc. Je repars satisfait avec des informations concrètes que j'ai pu imprimer.

→ **Mots clés**: interactivité, accessibilité, adaptation au demandeur

Les maisons de Région innovent

→ **Objectif**: Présenter et expérimenter des innovations au sein des maisons de Région, proposer un lieu pour expérimenter, partager et créer au sein de la maison de Région, mettre en avant des compétences locales.

→ **Public cible**: Tout public

→ **Description**: Une fois par semaine, une nouvelle innovation est mise en avant, par exemple en invitant une start-up locale à exposer ses produits ou services pendant la semaine ou en lui proposant une rencontre avec les habitants sous un format convivial. De nouvelles technologies peuvent être proposées à l'expérimentation et pourquoi pas des Fa-Lab éphémères avec outils et accompagnement adaptés.

→ **Mots clés**: innovation, mouvement, dynamisant, attractive, présentation innovante.

maison de Région dans les lycées

→ **Objectif:** Créer un espace dédié maison de Région au sein des lycées qui en ont la capacité afin d'offrir les services de la Région au plus près des publics prioritaires.

→ **Public cible:** Lycéens, apprentis, tous publics

→ **Description:** Ce projet invite à imaginer la création d'annexes des maisons de Région dans les lycées. Celles-ci utiliseraient les espaces dédiés à la Région préexistants au sein des lycées permettant ainsi une amélioration de la visibilité sans augmenter sensiblement les dépenses liées au foncier et à la logistique. Il s'agirait de faire vivre cette annexe en assurant la permanence d'un agent à fréquence régulière.

→ **Mots clés :** visibilité, proximité, économies

maison de Région vitrine des lycées

→ **Objectif:** Faire connaître les offres de formation techniques, technologiques et agricoles des lycées, ainsi que les initiatives et les projets.

→ **Public cible:** Parents, élèves et futurs élèves, tout habitant du territoire, associations

→ **Description:** La maison de Région devient un point d'entrée unique pour trouver des informations sur les lycées : accès aux sites internet, documents papiers, plateforme numérique alimentée par des lycées. On imagine l'organisation de "salons" avec démonstrations et offres de prestations (en soir et week-end) par territoires scolaires.

→ **Mots clés:** services, formations, informations, centralisation des données, lycées, expositions, échanges

Coding goûter

- **Objectif:** Faire des maisons de Région des lieux de participation et d'animation
- **Public cible:** Enfants, adolescents, lycéens et parents
- **Description:** Les coding goûters sont des ateliers permettant d'apprendre le codage informatique. L'idée est de co-organiser un atelier par trimestre avec la maison de Région, la DEJ ou la DSI en proposant des partenariats avec des acteurs associatifs locaux. Les jeunes sont invités par le biais de partenariats avec des établissements scolaires.
- **Mots clés:** Geek, petit citoyen, ludique, codage, numérique.

maison de Région ouvertes

- **Objectif:** Atteindre et rencontrer le public actif et scolarisé.
- **Public cible:** Actifs, porteurs de projet, lycéens, scolaires, étudiants, agent.
- **Description:** La maison de Région devient un lieu plus ouvert en capacité d'accueillir les habitants et usagers sur des plages horaires plus larges par exemple entre 12h et 14h. En fonction de son contexte d'implantation, une mutualisation des fonctions accueil/entrée peut être imaginée avec les partenaires qui partagent le même site. Il s'agit de repenser les horaires d'accueil pour être en mesure d'accueillir une grande diversité d'usagers.
- **Mots clés:** Amplitude horaire, public, vie publique, binôme volant, santé, attractivité, bien être, projet, culture, heure, DRH, souplesse, ouverture, emploi, événement.

Les maisons de Région et le
siège travaillent ensemble

L'offre de service des maisons de la Région

L'avenir des maisons de la Région
cas d'étude n°2 - TRANSFO Occitanie