

Phase 1 :
Préparation
de la démarche

Phase 2 :
Vision

Phase 3 :
Diagnostic ciblé

Phase 4 :
Orientations
stratégiques

Phase 5 :
Plan d'actions,
modalités d'engagement
et de suivi

Nouvelles économies opportunités & leviers d'actions pour le bien-être en Bretagne



Phase 1 : Préparation de la démarche



Objectif de la phase 1

Cette phase est essentielle pour bien démarrer la démarche Néolab² et **assurer sa réussite**. Il s'agit d'appréhender au mieux les thèmes qui seront traités dans la démarche, en fonction du contexte local et des leviers à disposition pour mobiliser les acteurs.

Cette phase permet de **vérifier que les conditions sont réunies pour mener à bien la démarche** (motivation politique, opportunité du calendrier local, capacité à piloter une démarche ambitieuse inscrite dans le temps, habitudes de travail avec les acteurs économiques, appui possible sur une entreprise éclairée) et de **caler la méthode** (pilotage, principales étapes, calendrier, mobilisation des acteurs, communication).

Elle permet enfin de **mobiliser les forces internes à la collectivité** porteuse de la démarche, mais également de **repérer et d'impliquer les acteurs locaux** qui pourront constituer des ressources et relais.

Cette phase se déroule en plusieurs étapes :

- 1.1 Sensibilisation et mobilisation des élus
- 1.2 Définition des attentes, calage de la méthode et du calendrier au regard du contexte local
- 1.3 Mobilisation des acteurs du territoire
- 1.4 Mise en place d'un dispositif de pilotage





Étape 1.1 – Sensibilisation et mobilisation des élus

La démarche Néolab² vise à travailler et renforcer les liens entre les notions d'économie territoriale durable et de bien-être territorial. La compréhension et le partage de ces notions est une étape primordiale de la première phase de la démarche.

Repères sur l'économie territoriale durable

Une économie territoriale dépendante de filières mondialisées et soumise à la concurrence entre territoires engendre une instabilité destructrice, une fragilité des tissus économiques, un épuisement des ressources naturelles, une vulnérabilité des mono-activités, des inégalités croissantes entre les populations...

Il s'agit donc de rechercher une re-territorialisation de l'économie. Il n'est pas seulement question de développer les secteurs de l'économie sociale et solidaire (ESS) ou de l'économie circulaire, mais de favoriser la transition de l'ensemble du système économique et territorial vers des pratiques respectueuses de l'environnement et sobres en énergie, qui permettent de générer une valeur-ajoutée maximale pour les territoires, des emplois durables et un accès pérenne à ces emplois. Les Objectifs de Développement Durable de l'ONU (2015) et leur déclinaison pour les entreprises en lien avec le Global Compact notamment peuvent également donner des pistes pour une prise en compte globale de l'ensemble des enjeux associés.

Toutes ces réponses raisonnent avec les objectifs possibles d'une politique de développement durable territorial. Une telle stratégie se construit sur une connaissance des atouts et faiblesses du territoire. Ceci sert de base à la création d'une vision renouvelée des potentiels économiques, écologiques et sociaux.





Étape 1.1 – Sensibilisation et mobilisation des élus (suite)

Repères sur le bien-être de la population

Le bien-être intègre des éléments objectifs tels que l'accès à la santé, à l'éducation ou à l'emploi mais aussi des éléments subjectifs relatifs à l'histoire, aux aspirations, aux besoins, aux valeurs et même au bonheur de chacun. Cette notion qui parle à tous permet d'intégrer plus facilement dans la démarche l'ensemble des acteurs concernés. Le bien-être ressenti résulte d'un rapport de l'individu à lui-même et à son territoire. À l'échelle des territoires, on peut analyser la dimension de bien-être à partir du prisme de l'identité, qui regroupe, entre autres, les éléments qui participent à créer un sentiment d'appartenance chez les habitants d'un territoire. Il pourra également être intéressant d'étudier la notion d'épanouissement, qui tout en s'approchant de celle de bien-être, correspond davantage à un processus et est ainsi plus tournée vers l'avenir.

Associer la notion de bien-être dans les démarches de développement durable présente beaucoup de sens puisqu'un système durable, c'est nécessairement un système où l'on se sent épanoui.

Actuellement, l'économie prend une large part dans la définition de nos modes de vie mais elle peut être génératrice de mal-être. L'humain y est moins considéré comme une ressource que comme une charge, dans un fonctionnement dématérialisé et internationalisé. Intégrer la dimension de bien-être dans l'économie, c'est lutter contre cette réduction de l'être humain à ses fonctions de producteur et de consommateur. C'est aussi reconnaître que l'épanouissement de l'homme ne dépend pas que de ses revenus, ou du PIB/tête.

On conçoit également qu'un concept aussi complexe que le bien-être - qui intègre des dimensions objectives et subjectives, personnelles et collectives - présente un caractère différencié en fonction des territoires. Chacun voit ses préférences influencées par l'environnement dans lequel il grandit et vit.





Étape 1.1 – Sensibilisation et mobilisation des élus (suite)

La démarche Néolab² : 4 ambitions pour une économie favorable au territoire et au bien-être de la population

- L'ancrage territorial
- L'engagement du tissu économique dans la transition écologique
- Un monde du travail respectueux du bien-être des individus
- Des formes d'échanges et des modes de consommation responsables

Ces 4 ambitions, qui émanent des expérimentations menées dans 3 premiers territoires, constituent des repères pour mener à bien la démarche. Elles doivent notamment être prises en compte lors de la phase 4 relative à la définition des orientations stratégiques.





Étape 1.1 – Sensibilisation et mobilisation des élus (suite)

Le portage politique de la démarche est essentiel à sa réussite. Il convient donc, dès son lancement, de sensibiliser les élus de la collectivité et de désigner un élu, ou un groupe d'élus référent-s, afin de donner l'impulsion au sein de la collectivité, de relayer l'importance de la démarche auprès des acteurs locaux, et de soutenir les actions qui seront identifiées en activant les réseaux et carnets d'adresses de chacun.

L'initiative de l'engagement d'une démarche de type Néolab² relève parfois d'un seul élu particulièrement volontaire. Aussi, il peut être utile voire nécessaire, pour favoriser un portage politique large de la démarche, de sensibiliser l'ensemble des élus de la collectivité.

Cette étape de sensibilisation et de mobilisation des élus peut être l'occasion d'organiser un atelier interne à la collectivité en direction des élus et techniciens pour entrer progressivement dans la démarche.

Principes de l'atelier de sensibilisation de la collectivité : cet atelier pourrait coupler un temps d'information, de témoignages d'expériences ou de projection d'une vidéo avec l'expression d'une première vision sur l'économie durable et le bien-être territorial. On peut également envisager d'organiser des visites d'entreprises locales déjà engagées sur le développement durable pour mieux connaître les forces vives du territoire.

Le portage technique de la démarche doit quant à lui être assuré par une équipe projet, composée dans l'idéal du chargé de mission développement économique et du chargé de mission développement durable, pour une bonne articulation des cultures professionnelles.





Étape 1.2 – Définition des attentes, calage de la méthode et du calendrier

Les deux thèmes au cœur de la démarche Néolab² (économie locale durable et bien-être territorial) peuvent faire écho à différentes priorités pour la collectivité ou à différents problèmes de développement rencontrés dans les territoires. De plus, la démarche Néolab² peut s'articuler avec des projets existants, ou à venir, tels qu'un document d'urbanisme, un agenda 21 ou l'élaboration d'un projet de territoire.

L'ensemble de ces éléments de contexte doit contribuer à définir les attentes vis-à-vis de la démarche Néolab² : viendra-t-elle préciser le volet économique d'un agenda 21 ? Sera-t-elle la première étape de la définition d'un projet de territoire global ? Aura-t-elle vocation à développer la participation des acteurs locaux, en particulier des agents économiques ?

Le calendrier pourra également être impacté par ces attentes et par le contexte local : la démarche sera-t-elle contrainte par des délais réglementaires ? Le contexte local est-il favorable au lancement de la démarche ou est-il préférable de la décaler de quelques mois ?

Calendrier : si la phase 1 est bien préparée, la mise en œuvre opérationnelle d'une démarche Néolab² (à partir de la phase 2) peut se dérouler sur une période de 4 à 6 mois.





Étape 1.2 – Définition des attentes, calage de la méthode et du calendrier (suite)

Une fois les attentes, la méthode et le calendrier définis, il convient d'anticiper sur les éléments de communication qui seront déployés. **La communication sur la démarche est en effet indispensable** pour :

- assurer une visibilité de la démarche, la faire connaître et la faire comprendre,
- initier la mobilisation,
- mobiliser les acteurs dans leur diversité,
- entretenir la dynamique.

Un plan de communication pourra être défini afin de préciser quand communiquer, avec quels objectifs de mobilisation, quels messages et quels supports. L'identification d'acteurs-relais (associations, acteurs économiques intéressés par l'esprit de la démarche) à même de porter les messages auprès des cibles sera recherchée.

Il s'agit notamment de mettre en avant les avantages qu'il y a pour les entreprises du territoire à mettre l'économie au service du bien-être de la population : gains pour chaque entreprise (plus grande implication des salariés dans le travail, fidélisation, meilleur ancrage territorial, activation des ressources locales, image, innovation, développement de nouveaux marchés, amélioration de la performance environnementale et sociale...) ainsi que les gains collectifs (contribution à l'amélioration du cadre de vie et in fine à l'attractivité du territoire, dynamisation du tissu économique local via le rassemblement d'acteurs économiques autour d'actions de développement du territoire, nouveaux produits et/ou services croisant plusieurs offres d'acteurs économiques...).





Étape 1.2 – Définition des attentes, calage de la méthode et du calendrier (suite)

Exemples d'outils de communication :

- conférence de presse de lancement avec la présence d'élus pour crédibiliser la démarche, accompagnée d'un dossier de presse. Un style clair et pédagogique facilitera la reprise de messages-clés par la presse locale,
- communiqués de presse aux moments forts du calendrier de la concertation pour annoncer les ateliers,
- page d'information sur le site Internet de la collectivité présentant la démarche et renvoyant vers la plateforme collaborative Néolab²,
- newsletter avec des informations sur l'avancement de la démarche et des partages de retours d'expériences,
- articles à insérer dans les bulletins d'information et sites Internet de la collectivité (et/ou des communes de l'intercommunalité le cas échéant),
- courriers à destination d'acteurs-relais (ex. associations locales sollicitant ses membres, des écoles, etc.) et/ou des acteurs incontournables que l'on souhaite mobiliser (pour qu'ils se sentent nommément concernés),
- dépliant d'information pédagogique synthétique de présentation de la démarche et des modalités de participation,
- exposition sur la démarche Néolab² et le partage d'expériences (par exemple dans le hall de la mairie ou autre espace public : maison des associations, salle municipale...),
- conférences-débats,
- films, vidéos,
- ...





Étape 1.3 – Mobilisation des acteurs du territoire et identification des personnes-ressources

Identifier et cibler les acteurs à associer dans le cadre de la démarche, et en particulier dans le cadre des ateliers, constitue une étape incontournable. Il s'agit de **viser la mobilisation d'acteurs issus d'horizons diversifiés** (économiques au premier chef, monde associatifs, institutionnels...) et des citoyens. Le rôle des élus est primordial car ceux-ci peuvent activer leur réseau et ainsi mobiliser des acteurs-clés du territoire.

Un travail d'identification approfondi est nécessaire pour élargir au maximum les publics-cibles et toucher les acteurs économiques. À ce titre, il paraît opportun d'établir une cartographie, un recensement des entreprises / entrepreneurs / exploitants agricoles présents sur le territoire. Les Chambres de Commerce et de l'Industrie et Chambres d'Agriculture peuvent être sollicitées pour ce faire.

Des échanges directs (appels téléphoniques, rendez-vous de visu) semblent préférables pour nouer un premier contact et intéresser le public visé.

Pour mobiliser certains publics-cibles, il est pertinent de **réfléchir aux acteurs pouvant être des relais** (exemple d'une association, de certains réseaux professionnels ou clubs d'entreprises, des établissements scolaires, d'instances de concertation existantes telles que les Conseils Citoyens...).

Concernant les citoyens, il convient de cibler la diversité des tranches d'âge et situations socio-professionnelles. Certains habitants se trouvent éloignés des formes classiques de concertation (de type réunions publiques). Il est donc essentiel de jouer sur différents leviers pour les mobiliser (format de la rencontre, durée, horaires... proposition d'un service de garde des enfants pour faciliter la participation des parents).





Étape 1.3 – Mobilisation des acteurs du territoire et identification des personnes-ressources (suite)

Cette phase de mobilisation des acteurs du territoire sera également l'occasion de repérer les personnes-ressources qui pourront être mobilisées ponctuellement pour la phase de diagnostic, du fait de leurs compétences et expertises spécifiques (phase 3).

Exemples d'acteurs à mobiliser :

- entrepreneurs
- chefs d'entreprises et salariés (TPE, PME, grandes entreprises...)
- directeurs et salariés de grandes et moyennes surfaces
- habitants
- agriculteurs
- commerçants
- artisans
- consulaires
- professionnels de l'hôtellerie-restauration
- professionnels de santé / du secteur médico-social
- professionnels de l'éducation / enseignement
- professionnels du logement / aménagement / transport
- universitaires (sociologues, géographes, économistes, historiens..)
- associations
- élus
- agents des collectivités et services de l'État
- ...





Étape 1.4 – Mise en place d'un dispositif de pilotage

Il est souhaitable que le dispositif de pilotage de la démarche repose sur :

- une équipe projet telle qu'évoquée précédemment (élus et techniciens),
- une instance de co-décision composée de l'équipe projet et d'acteurs du territoire qui s'engagent sur la durée et jouent le rôle de relais (têtes de réseaux, clubs d'entreprises, gérants de zones d'activité, associations, professionnels du développement durable, conseils de quartier et/ou de développement, syndicats, médecins etc.),
- de personnes-ressources en matière de durabilité, d'économie, des questions sociales... qui soient mobilisables en tant que de besoin.

Si l'équipe projet issue de la collectivité à l'initiative de l'expérimentation est garante de la méthode et de son bon déroulement, **Néolab² est sur une démarche collaborative plus large, mobilisant les acteurs du territoire ; elle se base ainsi sur les principes de co-responsabilité et de co-décision aux étapes-clés de la réflexion pour aller vers l'action.**





Bilan de la phase 1 : étapes et éléments à produire

À l'issue de cette première phase, la collectivité pourra apprécier si les conditions sont bien réunies pour initier la démarche Néolab² (motivation politique, utilité pour le territoire, opportunité du calendrier local et connexions possibles aux documents cadres à portée réglementaire, capacité à piloter une démarche ambitieuse, acteurs économiques locaux intéressés susceptibles de relayer l'approche). Elle aura constitué l'instance de co-décision en charge de son suivi et commencé à mobiliser les personnes-ressources et les acteurs-relais.

Elle disposera également de la feuille de route pour sa mise en œuvre, reprenant et actant :

- les objectifs de la démarche, sa méthode, son calendrier, son mode de pilotage,
- la composition et le rôle de l'équipe projet, et des élus référents,
- la composition et le rôle de l'instance de co-décision,
- le plan de communication,
- le public-cible,
- les réseaux / acteurs à mobiliser,
- les personnes-ressources.

