

BAROMÈTRE DE L'ACTION PUBLIQUE **HAUTES-PYRÉNÉES**

**Retour sur la consultation France Services
Mai 2021**





Plan de ce document

- 1** — Rappel du dispositif
- 2** — Principaux enseignements
- 3** — Propositions principales

1

RAPPEL DU **DISPOSITIF**

Une démarche d'immersion complémentaire à la consultation en ligne

11

communes

Bagnères-de-Bigorre
Arreau
Saint Lary Soulan
Tarbes-Laubadère
Vic-en-Bigorre
Luz-Saint-Sauveur
Maubourguet
Lourdes
Trie-sur-Baïse
Rabastens-de-Bigorre
Sarp



+100
habitants
rencontrés



Déroulé de l'immersion

lundi 3 mai

- France Services Bagnères-de-Bigorre : échange avec conseillères et usagers
- France Services Arreau : échange avec habitants et agent du bureau de Poste accueillant la FS
- France Services Saint Lary : échange avec équipe de conseillers, usagers et habitants
- France Services Tarbes-Laubadère : échange avec la conseillère et usagers
- France Services Vic en Bigorre : échange avec équipe de conseillers, usagers et habitants
- Antenne FS Maubourguet : échange avec équipe de conseillers, usagers et habitants

mardi 4 mai

- France Services Trie-sur-Baïse : échange avec équipe de conseillers, usagers et habitants
- France Services Lourdes : échange avec équipe de conseillers, usagers et habitants
- France Services Rabastens
- France Services SARP

2

PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS



Grandes thématiques retenues

Un consensus global sur l'utilité du dispositif

Des espaces générateurs de lien social

Un déficit de notoriété de la part du grand public

Un positionnement à clarifier par rapport aux autres acteurs

Une perception de l'État dans les territoires à valoriser

Un consensus global sur l'utilité du dispositif

+ **Besoin d'être rassuré par un expert (pas nécessairement identifié comme agent public)**

"Ce qui est plaisant c'est d'avoir quelqu'un en face qui est compétent" *"J'ai toujours peur de me planter, d'oublier une case, de mal remplir un chiffre"* *"Certains sont très à l'aise avec le numérique, mais ils viennent car ils ont peur de mal remplir leurs dossiers."* *"Beaucoup ont peur de l'impact d'une erreur sur leurs allocations par exemple"*

+ **Besoin d'accéder à des outils informatiques**

"Je n'utilise que le téléphone et j'ai parfois besoin d'un espace pour utiliser un PC et débloquer certaines situations" *"Je sais utiliser internet mais ça me fait perdre beaucoup de temps"* *"Le point numérique est bien identifié, certains viennent juste pour prendre un billet de train!"*

+ **Besoin d'une information personnalisée et adaptée à sa situation**

"Je fais toutes mes démarches en même temps, c'est pratique, je ne perds pas de temps." *"Sur internet il n'y a jamais les réponses à mes interrogations"* *"Mes proches n'ont pas toujours le temps et la patience"*

+ **Besoin d'accéder à de l'aide près de chez soi**

"C'est surtout utile dans les zones rurales pour éviter de se déplacer" *"La proximité... si on nous enlève tout ça, qu'est ce qui va rester ?"*

= **Même si l'entraide est très développée sur le territoire**

"Je trouve comment faire des démarches ou à quoi j'ai le droit en discutant avec les uns et les autres" *"Ma fille fait toutes les démarches pour nous, je n'en n'ai pas besoin"*

Un espace générateur de lien social

Un dispositif qui repose beaucoup sur les relations humaines

"Certains usagers viennent tous les jours pour peu de démarches, ils sont à la recherche de lien social"

" Il est très connu dans le village, il dépanne tout le monde dès que l'on a un problème avec nos outils informatiques. Ici beaucoup de gens connaissent la FS parce qu'il travaille là."

Des animations utiles mais à développer (contenu et communication)

"Je viens surtout quand il y a des animations numériques. Je connais bien l'animateur, il fait des animations en fonction de nos problèmes. "

"C'est difficile de faire venir les ruraux à des dates précises pour les ateliers."

Des espaces pouvant être plus conviviaux et des espaces de confidentialité à repenser / développer

"Le lieu pourrait être mieux aménagé." "Tout le monde t'entend quand tu viens."



PISTES D'ACTION

- Proposer des animations / une offre au delà des services (ex : ateliers thématiques...)
- Faciliter l'organisation / animation des ateliers en proposant des outils aux FS
- Proposer des espaces de convivialité
- Partager les bonnes pratiques des meilleures Maisons France Services

Un déficit de notoriété de la part du grand public

⊞ Le bouche à oreille, canal le plus efficace pour faire connaître les MFS

"J'en ai entendu parler par des proches" "Je connais parce que mes parents y vont"

⊞ Une offre méconnue et une communication encore insuffisante

"Parfois des usagers viennent à la mairie pour un problème administratif, je les envoie vers la FS, mais je suis incapable d'expliquer ce qu'ils font concrètement." "Je ne savais pas que ça existait, c'est génial !" "Les gens sont souvent surpris pas la quantité des démarches proposées et par le fait qu'elles sont gratuites"

⊞ Une appellation pas toujours parlante

"Je connais le nom mais je ne sais pas ce qu'il y a derrière" "On connaît le GIPE mais pas France Services (nom de la structure historique avant labellisation)" "L'ancrage local ne ressort pas assez dans l'appellation "France Services""

⊞ Une visibilité dans l'espace public inégale selon les communes

"J'ai découvert la MFS en passant devant car c'est proche de chez moi" "Le problème c'est qu'on ne les voit pas, il manque peut-être de signalétique" "La MFS est visible car elle est située place du marché et le bâtiment "Maison du pays" est connu"



PISTES D'ACTION

Structurer une campagne de communication

Contenu

- Faire connaître les démarches que l'on peut réaliser en FS et les activités proposées
- Mettre en avant l'aspect "humain" / "convivial" de l'accompagnement et l'efficacité et rapidité de la réponse apportée (obtenir des rendez-vous plus vite, etc.)

Canaux

- Site internet / page dédiée par FS
- Supports de com papier
- Signalétique claire et inclusive
- FS hors les murs avec des temps de présentation par ex à la mairie
- Canaux utilisés par les habitants : RS, panneaux, lumineux dans la ville, presse locale

Relais Acteurs locaux, associations, commerçants, La Poste

Un positionnement à clarifier par rapport aux autres acteurs



Des partenariats avec des acteurs locaux existants...

"Nous avons fait un partenariat avec les auto-écoles du coin depuis on accompagne essentiellement ce type de démarche."

"La mairie envoie des gens vers nous et inversement"

... mais à multiplier

« Les conseillers de l'antenne CAF ne m'ont jamais dit qu'il existait ce genre de service près de chez moi ! »

*"Si je n'étais pas secrétaire de mairie je ne saurais pas que ça existe"
"L'information ne passe pas bien"*



Une coopération entre France Services qui reste informelle

"Notre FS est reconnue comme experte sur les cartes grises, on est souvent contactés par d'autres MFS qui ont des questions."



PISTES D'ACTION

Structurer les partenariats FS pour élargir l'offre de services en utilisant le levier numérique

- Clarifier le socle de services et garantir une égalité de partenariats entre FS et les 9 opérateurs en s'assurant qu'ils sont tous bien présents dans chaque espace (ex : CAF)
- Mettre en place des démarches accessibles en visio
- Renforcer les partenariats avec les acteurs locaux
- Renforcer les liens et contacts entre Maisons France Services et offrir une plateforme (ou des événements) pour permettre aux MFS de se rencontrer / de partager des infos ou bonnes pratiques.
- Formaliser la liste des référents partenaires des opérateurs dans le département et identifier des lignes de contact d'urgence ("lignes rouges") pour établir des liens directs avec les opérateurs dans le cadre de procédures qui bloquent.
- Mettre en place une plateforme commune pour la prise de rendez-vous avec des partenaires à distance ou en visio

Une perception de l'État dans les territoires à valoriser

— Un sentiment de disparition du service public sur le territoire

"Il faut que ça reste, et ne pas faire comme la Poste qui a été recentrée à Lannemezan"

"Beaucoup de nos usagers déplorent l'absence de Pôle Emploi"

"C'est très bien, j'espère que vous n'allez pas nous l'enlever !"

"C'est impossible de contacter directement la Préfecture"

— L'offre de France Services pas identifiée comme un service de l'Etat

"Pour certains, la FS est un service de la mairie."

"Les gens identifient ce qu'ils peuvent faire mais pas France Services"

"Ce n'est pas plus mal que les gens n'identifient pas tout de suite que c'est un label du service public. De manière générale les services publics ont plutôt une mauvaise image."



PISTES D'ACTION

Faire des FS de véritables "têtes de pont" du service public

- Faire venir les services de l'Etat pour présenter des dispositifs de politique publique
- Encourager la mise en place d'animation thématiques pour faire vivre les France Services (ex : journée citoyennes, dispositifs jeunesse, 1000 1er jours de l'enfant, autres grandes réformes).

3

PROPOSITIONS **PRINCIPALES**

3 pistes d'action à mettre en oeuvre

1

Structurer un plan de communication pour améliorer la communication sur le dispositif auprès du grand public, ce qu'il recouvre et comment sont réparties les FS sur le territoire.

Contenu

Insister sur les démarches que l'on peut réaliser dans une FS (carte grise, permis de conduire, déclaration d'impôt, CAF, Sécu, etc.)

Faire connaître les activités ponctuelles proposées

Mettre en avant l'aspect "humain" / "convivial" de l'accompagnement et l'efficacité et rapidité de la réponse apportée (obtenir des rendez-vous plus vite, etc.)

Canaux

Supports de com papier / flyers à distribuer dans les boîtes aux lettres des habitants

Site ou page internet dédié pour chaque FS

Signalétique claire, affiches à poser dans les bas d'immeubles dans le QPV

FS hors les murs avec des temps de présentation de l'offre par exemple à la mairie, "porte-à-porte" de l'agent FS, stand sur les marchés, etc

Canaux utilisés par les habitants : RS, panneaux lumineux, presse locale

Lieux où se rendent les usagers pour être accompagnés dans leurs démarches (exemple: mairies, médiathèque, associations de médiation numérique, CCAS, travailleurs sociaux, etc.)

Relais Acteurs locaux, associations, commerçants, La Poste

Idées d'incitation

Concours en ligne, événement départemental, récompense financière en lien avec la mission France Services de la CDC pour la campagne la plus originale.

Point d'attention : Coordonner la communication sur les FS avec les autres communications de la Préfecture notamment sur le site & RS de la préfecture. Exemple : Peu de visibilité de l'offre FS sur le site de la préfecture aujourd'hui. Annonce de la fermeture de l'espace numérique de la préfecture sur FB sans parler de l'alternative FS.

3 pistes d'action à mettre en oeuvre

2

Renforcer les liens entre acteurs :

Opérateurs Clarifier le socle de services et garantir une égalité de partenariats entre FS et les 9 opérateurs en s'assurant qu'ils sont tous bien présents dans chaque espace (ex : CAF)

Espaces France Services Renforcer les liens et contacts entre espaces France Services (via une plateforme ou des événements) pour permettre aux FS de se rencontrer / partager infos ou bonnes pratiques.

Acteurs locaux Renforcer les liens entre FS et autres acteurs locaux qui pourraient être des relais de communication sur le dispositif.

3

Soutenir l'animation des FS et en faire de véritables "têtes de pont" du service public.

Par exemple en faisant venir les services de l'Etat pour présenter des dispositifs de politique publique, en encourager la mise en place d'animation thématiques pour faire vivre les France Services (ex : journée citoyennes, dispositifs jeunesses, 1000 1er jours de l'enfant, autres grandes réformes).

CONTACT



Baptiste N'tsama

baptiste.ntsama@liberte.paris



Yasmine Berrada

yasmine.berrada@liberte.paris



Audrey Belliot

audrey.belliot@liberte.paris