

La Ville de Paris reçoit 3 prix Territoria qui saluent l'innovation de son service public

L'Observatoire National de l'Innovation Publique a remis mercredi trois prix Territoria à la Ville de Paris, qui saluent ses innovations de terrain, dans des domaines aussi variés que le suivi phytosanitaire des arbres, l'accueil des usagers des services sociaux et la gestion marketing de ses marques.

Territoria d'Or pour son suivi des arbres parisiens au moyen de tablettes tactiles

Le Service de l'Arbre et des Bois a en charge la surveillance et l'entretien d'environ 200.000 arbres dans Paris intramuros. Ces arbres sont inspectés chaque année, 20% d'entre eux faisant l'objet d'un relevé phytosanitaire détaillé par des agents de maîtrise sylvicoles. Depuis mars 2014, ce suivi se fait par une application développée par les services de la Ville et utilisable sur une tablette tactile grand public.

Territoria d'Argent pour l'accueil des usagers des services sociaux.

Les services sociaux de la Ville de Paris accueillent chaque jour 1.500 personnes. De nombreux usagers ne parlent pas ou parlent peu la langue française. Les travailleurs sociaux de différents services se sont réunis et ont concerté des groupes d'usagers pour identifier les difficultés dans l'accueil des populations étrangères et les thèmes les plus récurrents rencontrés par ces publics. Des supports de communication innovants ont été développés cette année pour répondre à ces besoins : affiches sur les économies d'énergie, les violences conjugales, la traduction en anglais des mots les plus utilisés dans le domaine social, etc.

Territoria de Bronze pour son action en matière de marketing opérationnel

La Ville de Paris possède plus de 300 marques, déposées afin de prévenir des utilisations abusives. Ce véritable trésor restait toutefois inexploité. Pour soutenir son image à l'international et générer de nouvelles recettes, la Ville de Paris a mis en place en 2014 une stratégie commerciale offensive, en devenant la première collectivité à mettre en place une démarche de « licencing ». Elle confie à des entreprises spécialisées la licence de ses marques, qui assument les risques financiers liés à la production et à la diffusion des produits. En contrepartie, la Ville perçoit des « royalties » et contrôle le processus de fabrication des produits.

Depuis 2001, la Ville de Paris totalise ainsi 18 prix Territoria. Des chiffres qui démontrent la capacité de l'administration parisienne à améliorer quotidiennement la vie des Parisiennes et des Parisiens, en innovant dans des secteurs comme la démocratie locale, l'aménagement de l'espace public ou encore le développement durable. Ils témoignent enfin et surtout de sa capacité à améliorer quotidiennement la vie des Parisiennes et des Parisiens.