



Pratique entre professionnels – Groupe d'échange de pratique

Comment mobiliser ?

Pistes d'action et outils pour encourager la participation des partenaires locaux et des publics éloignés des processus de concertation

Participants :

Animation : *Hélène Cauchoix, Emilie Meunier, Aurélie Chamaret, Aymeric Champagnon*

L'objet du GEP, qui s'est déroulé le 17 mars 2014 à Fontaine était de **partager des expériences pratiques** afin que chacun puisse proposer des pistes d'action et des outils visant à impliquer plus largement les **partenaires locaux et les publics éloignés** dans les processus de concertation.

Afin d'aborder ce sujet, les échanges se sont organisés sous la forme de quatre ateliers de discussion :

1. Les publics précaires/éloignés
2. Les jeunes
3. Les entreprises
4. Les associations

Les échanges des sous-groupes, ne sont pas retranscrits intégralement dans ce compte-rendu, mais ont donné lieu à des pistes de réflexion et d'actions qui sont présentées dans ce document.

1. Mobiliser les publics précaires ou éloignés

- **Contenu et discussions lors de l'atelier**

En introduction

- Tour de table de présentation
- Règle de fonctionnement de l'atelier (découpage du temps, rôles de l'animateur/personne ressource, outils employés,...)
- Proposition de définir avec le groupe ce que l'on entend par « publics précaires / éloignés » dans le cadre de la mise en place de travaux de concertation : difficulté de statuer sur ce que l'on entend par « précaires », sur quels critères se positionner : niveau de revenus ?, niveau de diplôme ?, secteur géographique d'habitation ?, de prendre la parole dans un groupe ?

Témoignages

Carole travaille pour la web-radio « La voix des gens », association Dyade Art & Développement. La ville de Fontaine et l'association Dyade Art & Développement collaborent autour du projet « mise en mémoire à Bastille », un quartier de Fontaine en renouvellement urbain.

Cette action est basée sur un collectage de « paroles », à partir d'interview radiophonique : principe d'arpentage dans la rue, de rencontres des habitants sur des temps forts du quartier. Ce collectage d'interview fait ensuite l'objet de la réalisation de CD, d'une mise en ligne sur le net,...

L'équipe de la web-radio s'entoure des acteurs/relais du territoire, participe aux temps du quartier (fête de quartier, pause-café dans les centres sociaux...) et surtout maintient une présence régulière sur le quartier pour être identifiée par les habitants.

A travers cette action, l'équipe de la web-radio va à la rencontre de publics très divers.

Carole met en avant l'importance de la relation de confiance entre la personne qui réalise l'interview et la personne interviewée.

David est coordinateur pour l'association planning (dans la continuité de l'alliance citoyenne) s'investissant dans un atelier d'urbanisme sur le quartier de la Villeneuve ayant pour objectif un projet alternatif au projet de rénovation urbaine en cours.

L'atelier d'urbanisme est composé d'un collectif inter-associatif, d'un collectif anti-démolition et de l'association Planning. Partant du principe que les dispositifs mis en place par les institutions enferment le « pouvoir d'agir » des habitants, c'est aux gens eux-mêmes de faire valoir leurs revendications, de se constituer en collectif pour créer un rapport de force et ensuite arriver à une phase de négociation avec les pouvoirs publics.

Pour David, il est important de :

- Développer une approche relationnelle de personne à personne pour ensuite créer une communauté : le principe de « **Relation Building** ».
- Utiliser une série d'outils de « pédagogie publique ». Ex : récits de vie à un récit collectif.

Anna travaille dans une structure de santé, sa structure avait pour objectif d'interroger les bénéficiaires de leurs soins, des personnes déficientes mentales, sur leurs besoins.

Un questionnaire a été réalisé et diffusé par une équipe de stagiaires, des binômes de personnes déficientes mentales et parents ont permis de remplir ce questionnaire. De nombreuses demandes sont remontées et notamment le besoin réel d'une nouvelle

structure adaptée.

Cette structure a été créée, cependant les budgets annoncés par les financeurs pour la réalisation du projet n'ont pas été à la hauteur de l'enveloppe réelle et le bâtiment a été revu à la baisse en terme d'équipement.

Anna ressort de cette expérience avec une réelle interrogation sur comment rendre compte concrètement sur les suites d'une implication des participants. Elle pense que c'est bien de mobiliser mais quoi en faire après ? « Pour que le soufflet ne retombe pas ! »

- **Questions issues de la réflexion de ce groupe**

- Des thématiques descendantes : parfois pas évidentes, trop techniques
- Des thèmes choisis où les gens ne se sentent pas concernés / ne veulent pas se prononcer / ne pensent pas qu'ils pourraient donner un avis
- La concertation institutionnelle est-elle éloignée de la vie des gens ?
- Des dispositifs multiples sur nos territoires
- La place des élus dans les dispositifs : prise de parole

- **Pistes de réflexion et d'actions retenues**

- La communication grand public, ça ne suffit pas ! Importance d'une relation de personne à personne « one to one »
- Passer du « One to One » au collectif
- Mettre en parallèle des thèmes choisis par les gens eux même et des propositions descendantes
- On peut concerter sur tout ! (il faut avoir les bons outils, être attentif au langage utilisé,...)
- Qui est éloignés ? Les publics des institutions et/ou les institutions des publics ?
- Une nouvelle façon de penser le diagnostic : l'immersion
- Le cadre (ex : une charte) permet de pas frustrer les participants
- Construire des objectifs atteignables en ne limitant pas sur le champ des possibles
- Importance de relais territoriaux (centres sociaux, bailleurs, éducateurs, associations, réseaux communautaires, « personnalités » du territoire, ...)
- Formaliser les productions des habitants
- Les dispositifs de concertation enferment-ils les gens dans leur « pouvoir d'agir » ?

2. Les jeunes : Mobilisation et Jeunesse

Des constats partagés à quelques idées clés :

- Travailler avec les jeunes c'est prévoir de **déconstruire des préjugés** : ceux des partenaires mais surtout les siens. Il faut leur faire confiance et se laisser surprendre par leurs intérêts et leurs idées ! C'est ne pas chercher à les engager pour ce qu'il serait bien pour eux (ex : faire un projet vacances, musique...), ce qui reviendrait à leur demander de faire ce qu'on trouve bien pour eux.
- Rentrer en dialogue c'est aussi les écouter et **être en capacité de répondre ou de négocier** avec leurs attentes et leurs besoins. Comme le fameux "local" qui est une nécessité pour les jeunes et qui ne peut pas s'évacuer sous prétexte de construire un projet vacances.
- Avec les jeunes, il est important de **construire une symétrie intervenant/jeune**. Attention aux relations pédagogiques qui ne permet pas au jeune de se sentir égal et donc de s'engager pour des ses propres idées. C'est aussi une **symétrie dans le cadre** : allez vers eux, dans leurs lieux...
- **Définir un lieu et/ou un lien ensemble** afin d'être ensemble dans le même monde le temps d'une démarche alors que par ailleurs l'on vit dans des mondes, des temporalités et des attentes différentes.
- Ce qui revient à faire en tant qu'intervenant, au préalable, **agir/réfléchir sur les contraintes du dispositif** pour une réelle accessibilité pour les jeunes. C'est construire un calendrier/planning perceptible dans le temps des réalités de chacun.
- Se donner un **principe de rétroaction/négociation du dispositif** dans le dispositif cadre de départ.
- Ce n'est plus chercher la confiance mais construire une **démarche qui inspire confiance** pour garantir des possibles.
- Pour cela, il faut s'outiller d'approches innovantes et permettre des **petites victoires rapides** pour faire durer et accrocher les jeunes mais aussi les commanditaires.

3. Mobiliser les entreprises

Les échanges du groupe ont permis de retenir quelques points qui ont semblé plus particulièrement importants pour les participants :

- **Deux typologies de processus de concertation** ont émergé dans les discussions :
 - Les processus de concertation avec les entreprises peuvent être de trois ordres :
 - L'entreprise est demandeuse
 - La collectivité est demandeuse (Création de pôles d'activité, Plans climats, etc.)
 - Pôle intermédiaire : Les entreprises sont demandeuses par rapport à leur personnel
 - Une concertation avec les entreprises peut revêtir **trois formes différentes**, qui ne sont toutefois pas exclusives.
 - Donner de l'information afin de créer des connaissances communes et mettre en réseau
 - Approche « cœur de métier » : entrée précise sur une thématique (par ex. répondre aux besoins en matière de santé)
 - Approches par le détour : jeux de rôle, question autre

Chacune de ces approches doit impliquer un choix d'outils différents et adaptés. Le praticien doit se questionner en amont pour identifier le(s) type(s) d'approche pour adapter son processus.

- Il faut **partir des besoins sociaux du territoire** afin de venir auprès des entreprises avec des propositions concrètes. Il est important de bien communiquer sur ces propositions pour qu'elles soient facilement compréhensibles.
- Il est important de **créer des dispositifs de connaissance(s) mutuelle(s) / mise en présence / réseau**. Une problématique forte pour la participation des entreprises aux processus de concertation est le manque de connaissance entre les différents mondes (notamment public / privé) et de fait, le manque de langage / culture communs. Les pouvoirs publics sont souvent perçus comme une contrainte. Il est donc essentiel de créer des passerelles afin de faciliter la discussion entre les acteurs pour sortir d'une démarche avant tout utilitariste de la concertation (« *je viens défendre mon projet*») et se diriger vers une démarche collective (« *je participe pour un projet commun*»).
- Il est important de faire comprendre aux entreprises qu'un processus de concertation doit être construit **chemin faisant** et non pas de façon linéaire : on ne connaît pas le résultat avant de commencer, il se révèle au fur et à mesure de la démarche. Cela répond à une culture nouvelle qui n'est pas celle de l'ingénieur et peut dérouter certains acteurs économiques.
- Afin d'inciter les entreprises à se mobiliser, il est important de **valoriser leur participation**. L'image compte pour les entreprises et le fait de prendre part à des projets collectifs peut être un facteur de bonne image. Cela peut prendre la forme de communications diverses. L'exemple de la signature d'une Charte de la Diversité

est cité : beaucoup d'entreprises l'ont adoptée mais la mise en œuvre est plus difficile à appréhender.

- Le monde de l'entreprise est pluriel : taille, secteur, localisation des entreprises sont autant de paramètres qui influenceront sur l'implication des entreprises sur leur territoire et les outils à utiliser pour les mobiliser. Par exemple, la grande entreprise peut fonctionner sur le même pas de temps que les collectivités, ce qui n'est pas le cas des artisans ou des commerçants.

Pistes de réflexion et d'actions retenues

Deux pistes ont également émergé afin d'inciter la participation :

- Il s'agit d'un côté de *faire envie* en insistant sur les bénéfices que peuvent retirer les entreprises de la concertation : mise en réseau, meilleure connaissance du territoire, communication, etc.
- D'un autre côté, et de façon plus anecdotique quand « *faire envie* » ne suffit pas, il est envisageable de « *faire peur* ». Cette piste a émergé à la suite du témoignage d'un participant qui, pour pallier au manque de mobilisation des commerçants aux différentes sollicitations de sa collectivité, en est arrivé à monter une réunion sur une fausse information : la fermeture de places de parking. Au final, les commerçants sont venus et étaient contents d'avoir participé à la réunion et échangé.

En termes d'outils, les petits déjeuners, expérimentés par plusieurs des participants, rencontrent du succès. Ils s'adressent plus particulièrement aux responsables d'entreprise (vs les employés).

4. Concertation et Associations

Synthèse des conclusions du groupe :

La mobilisation des associations peut être motivée afin d'accéder à des groupes d'individus qui ne participent pas aux réunions de concertation,

Les associations, quel que soit leur champ d'action, représentent une opportunité pour les décideurs locaux souhaitant davantage de participation sur leur territoire car elles rassemblent de nombreux individus relativement éloignés des instances de concertation classique. La difficulté consiste alors à s'adresser à l'ensemble des adhérents et non uniquement aux membres du conseil d'administration. Pour cela, il est préconisé de **participer personnellement aux évènements organisés par les associations** et d'y repérer les personnes ressources.

Pour les associations porteuses d'enjeux sociétaux globaux, la difficulté de mobiliser se fait parfois ressentir. Il est préconisé de **développer l'interconnexion entre les réseaux** pour faciliter cette mobilisation. Ainsi, l'AHGGLO (Les Associations d'Habitants Grand Grenoble) qui porte par exemple un débat sur la pollution de l'air pourrait s'appuyer sur la mobilisation des habitants populaires orchestrés par l'Alliance Citoyenne sur des conflits sociaux très localisés.

Un enjeu important semble aussi d'accorder une place particulière qu'elles méritent aux associations engagées sur le territoire. En effet, il semble important de reconnaître que l'engagement associatif constitue la première marche entre l'individu et la citoyenneté. Lors des réunions regroupant des représentants associatifs, il paraît plus facile de dépasser les intérêts particuliers. A ce titre, les différents dispositifs de concertation qui chercheraient à contourner les associations au profit de l'habitant lambda peuvent inquiéter (voir à ce sujet l'article de l'AHGGLO: <https://sites.google.com/site/lahgglo/democratie-locale-et-participation>). A l'inverse, il paraît pertinent de **les mobiliser pour relayer l'action publique** (ex: SCOT participatif avec l'AHGGLO). Ces dispositifs devraient rechercher à associer le plus grand nombre d'habitants tout en écoutant activement les associations qui réfléchissent à certains problèmes depuis longtemps.

Il est parfois nécessaire de réunir les associations afin de les faire travailler sur des thématiques. Afin de faciliter leur venue, il est préconisé de faciliter la mise en réseau en contrepartie de leur participation. Concrètement, cela peut se manifester par **un rituel d'échanges en tout début de réunion** (cf. le 12/14 de l'AHGGLO), **la réorganisation des forums des associations afin de favoriser les rencontres inter-associatives** et **la mise en place de plateforme d'échange** (cf. plateforme de la Région Rhône-Alpes ou Rhône-Alpes Solidaire).

Au-delà des associations, certaines bonnes pratiques favorisant la mobilisation ont été présentées : **périodicité des réunions, contrat d'engagement** de 6 journées de participation sur 1 an (Agenda 21 du Pays Voironnais).

Enfin, les **dispositifs d'évaluation de la participation** semblent très utiles pour arriver à créer une culture de la participation au sein des collectivités.

Pour plus d'information sur d'autres GEP consultez : institutdelaconcertation.org