

Groupe d'échange de pratiques
organisé par l'Institut de la concertation en partenariat avec la DIFED

Rendre la concertation appétente *Montpellier, 15 mai 2014*

Participants : Julie Aillaud, Sofia Aliamet, Lucie Anizon, Jean-Marc Barbier, Karim Berthomé, Roberto Cittadini, Géraldine Cuilleret, Alain Dessagne, Bruno Franc, Kévin Galvany, Cécile Geay, Clément Geney, Nicolas Ghassibi, Bénédicte Gravel Leblanc, Nathalie Grosmaître, Pierre-Yves Guihéneuf, Aude Lavigne, Anne Le Guillou, Clara Ménard, Frédérique Metivier-Lopez, Marta Stalla, Cathy Vignon.

Animation : Pierre-Yves Guihéneuf, Bruno Franc.

Rédaction du compte-rendu : Lucie Anizon, Clara Ménard, Géraldine Cuilleret, Kévin Galvany.

Mobiliser les habitants et maintenir leur participation peuvent passer par des approches visant à donner envie, éviter la lassitude, stimuler l'intérêt ou éviter les débats trop techniques. Les outils mobilisés ne doivent pas pour autant sacrifier la qualité de l'information, éluder la complexité ou minimiser la gravité des enjeux. Est-il possible de rendre la concertation ludique, innovante, créative ou artistique, tout en donnant un contenu solide aux échanges ? Peut-on être sérieux tout en séduisant ?

Afin d'aborder ce sujet, les échanges se sont organisés sous la forme suivante :

- Introduction de Pierre-Yves Guihéneuf présentant le sujet du groupe d'échange, ainsi que quelques exemples de méthodes qui ont pu marcher ; tour de table de présentation rapide.
- Pierre-Yves propose ensuite d'adopter la méthode des ambassadeurs : former des petits groupes de discussion, au bout d'une heure, désigner un ou plusieurs ambassadeurs qui se chargeront d'aller présenter dans les autres groupes ce qui a été dit.
- Retour ensuite en plénière afin de résumer et de discuter des pistes de réflexion, questionnements...

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.

Réflexions sur le processus de concertation

Il faut poser la question du sens de la recherche d'appétence. Rechercher à rendre la concertation appétente ne doit pas cacher un manque de contenu ou de marge de manœuvre.

Le processus de concertation doit avoir une utilité et celle-ci doit être claire pour les participants. La concertation doit nourrir la décision ou avoir une visée explicite. L'idée que la concertation peut être uniquement une exigence formelle ou même une manipulation de la part des commanditaires est très présente. Les participants ont tous un besoin de considération : ils demandent à être traités avec respect et que leur parole soit prise en considération.

Il est contre-productif de faire du *fun* pour faire du *fun*, d'infantiliser les participants ou d'évacuer la complexité des choses. Rendre un processus de concertation trop simple ou passer à côté des vrais enjeux, c'est faire insulte à l'intelligence des participants.

La communication apparaît comme un axe fondamental du processus de concertation. Il peut être avantageux de jouer sur plusieurs canaux (flyers, média, numérique...) selon le public visé car il n'existe aucun canal qui mobilise tout le monde, en particulier toutes les tranches d'âge. A noter que la communication peut engager des moyens humains et financiers importants.

Il est intéressant d'avoir des interactions avec différents mondes, notamment les arts de la rue qui travaillent sur l'interpellation. Rentre en jeu la notion de complémentarité des apports, des compétences, la pluridisciplinarité. On retrouve également la notion de complémentarité des dispositifs, penser mixte, faire des réunions publiques alliées à des ateliers participatifs et à des dispositifs innovants, aller à la rencontre de la population et proposer diverses manières de s'exprimer (l'écrit, l'oral, le dessin, la mise en scène, le jeu...).

Également, importance du retour, du continuum de l'information entre la fin de la concertation et le début du projet. Même s'il ne se passe pas grand-chose à certains moments de la mise en place d'un projet, il est utile de continuer à tenir les gens au courant, leur expliquer pourquoi cela prend tant de temps de lancer les projets une fois la concertation finie. Il apparaît essentiel de rester en échange régulier avec les élus dans le processus de concertation afin d'avoir des retours intermédiaires, rediriger le débats, poser de nouvelles questions... mais surtout pour faire écho à leur implication et rendre légitime la participation.

Pour mobiliser un public diversifié, pourquoi ne pas avoir recours au tirage au sort ? Il faut faire attention à ne pas confiner le dispositif à un groupe trop restreint, sans large communication extérieures, car cela risque de susciter controverse et rejet de la part de non-participants.

On peut aussi séquencer le dispositif, soit dans le temps si c'est un dispositif sur le long terme, soit en différentes thématiques pour éviter un dispositif trop lourd. En plus, toutes les thématiques n'intéressent pas tout le monde.

Il est également indispensable d'avoir un cadre clair, ce qui rassure les participants : des règles du jeu, des marges de négociation connues, un projetif défini (produire des propositions, élaborer des scénarios...) un calendrier, une inscription dans le processus décisionnel.

La présence d'un bilan post concertation est en soi un outil pour rendre un dispositif appéte, il est important de faire un retour : à quoi a servi la concertation ? Quels sont ses effets à court et plus long terme ? De même on peut proposer aux gens de participer à l'évaluation d'un dispositif.

Enfin, dans le cas de processus longs et complexes (sur la gestion de milieux ou la résolution de conflits, par exemple, il peut être utile de « monter que la concertation, ça fonctionne » : choisir un enjeu limité et relativement simple, mettre en place une concertation, prendre des décisions conformes à ce qui a été dit, mettre en œuvre rapidement. Cela a un effet pédagogique certain et permet d'aborder des questions plus complexes avec un exemple positif auquel se référer et un apprentissage collectif.

Réflexions sur les outils

Aller vers les gens plutôt que les faire venir ! Aller là où ils sont : dans la rue, dans les lieux publics... Il est possible de se saisir d'évènements populaires tels que les marchés ou les évènements culturels. Il est aussi possible de créer des évènements « décalés » dans le but de surprendre ou provoquer.

Les outils de type maquette sont utiles dans certains projets, notamment urbains. Être attentif à ne pas avoir des outils trop beaux qu'on aurait peur d'abîmer. Ils doivent être manipulables, pouvoir être déplacés. Il est nécessaire de faire travailler les gens sur du concret, leur permettre de voir ce qu'ils font, de visualiser leurs apports. Ce qui peut être vu dans l'espace aide beaucoup à mobiliser. Le FAIRE constitue un acte important pour dépasser le dit et le pensé. Possibilité dans les cas de projets sur le temps long de préfigurer le projet dans l'espace public (réalisation de maquettes ou de dispositifs de grande taille, voir de taille réelle dans le cas de certains aménagements), sous réserve que les pouvoirs publics acceptent de prendre les risques liés à la présence d'installations éphémères.

Il faut varier les supports, surprendre, savoir rester simple. Permettre aussi aux gens de donner leur avis sans être exposés au regard de nombreuses personnes, ce qui impressionne. Pour cela, le questionnaire marche bien dans une phase de recueil d'avis.

Il faut stimuler différents sens chez les gens, faire des supports accessibles. D'où l'idée de la rencontre avec d'autres mondes, l'ouverture à d'autres milieux professionnels (éducation populaire, ressources humaines, arts,...).

Il n'y a pas de recette globale ni d'outils qui marchent à tous les coups. Chacun a son appéte, par exemple certains participants sont réceptifs à l'usage des gommettes pour voter ou hiérarchiser, et d'autres non. La question de l'appéte se repose à chaque fois, la réponse n'est jamais définitive.

Ont été évoqués certains outils originaux pour mobiliser ou amener une problématique : théâtre forum, crieur public, voiture avec haut-parleurs, réunions chez l'habitant, constitution de groupes-relais d'habitants, forum ouvert, débats avec des scientifiques, world café, photo-langage...

Un participant donne l'exemple d'une concertation étudiante sur le cadre de vie à la Sorbonne, devant déboucher sur des propositions d'aménagement. Le lieu choisi : un bar populaire du quartier. 70 personnes se sont présentées ! Méthode choisie : le world café :

- 1. Brainstorming avec post-it pour exprimer points positifs et négatifs*
- 2. Premières propositions par chacun des sous-groupes*
- 3. Rotation des sous-groupes et premier affinage des propositions*
- 4. Nouvelle rotation et nouvel affinage des propositions.*

La mobilisation de « la concertation avec une pinte », avec son côté convivial, a été efficace. Cela dit, elle n'a pas empêché le sérieux des échanges : une fois présents, les étudiants se sont réellement prêtés au jeu. La convivialité semble donc être un bon levier pour mobiliser.

Un autre participant fait état d'une phase de mobilisation d'une concertation sur un agenda 21 local, qui est passée par des « réunions Tupperware », c'est-à-dire chez l'habitant, sans présence d'animateurs. La consigne donnée était : « Faites vos réunions comme vous voulez avec qui vous voulez, faites nous juste un retour, un compte rendu après ».

Les questions qui se posent

Comment s'inscrire dans le temps, ne pas rester dans l'éphémère ? Avoir des moments appétents n'est pas le problème, la difficulté est plutôt de maintenir la dynamique sur le long terme. Une des solutions pour favoriser l'implication dans la durée n'est-elle pas d'aller vers des dispositifs de concertation co-construits avec les participants, dans lesquels ils auraient une responsabilité ? Il est souvent utile, pour intéresser les gens, de leur donner un véritable rôle à jouer dans la concertation.

C'est paradoxalement le conflit qui pousse les gens à se mobiliser. Il faut réussir à exploiter le conflit positivement.

Comment mobiliser dans les grosses communes ? Comment attirer les nonmilitants ?

On se pose beaucoup la question de savoir comment rendre la concertation appétente pour les citoyens mais quid des élus et des techniciens ?

Les commanditaires posent souvent un objectif quantitatif, de rassemblement de masse autour d'un problème, d'une question, mais on peut se demander si c'est un critère pertinent pour chaque situation. La recherche d'une mobilisation importante ou du maintien de la participation peut même comporter des risques manipulateurs. Faut-il se doter de limites déontologiques à ce niveau ?