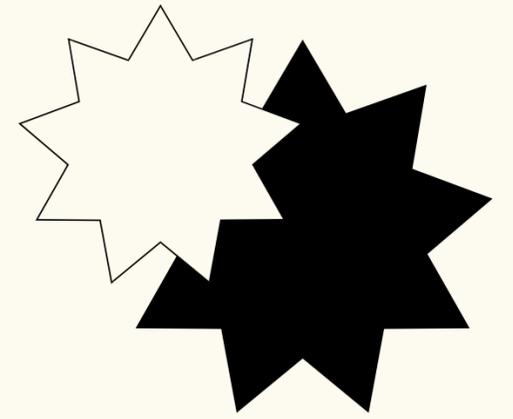


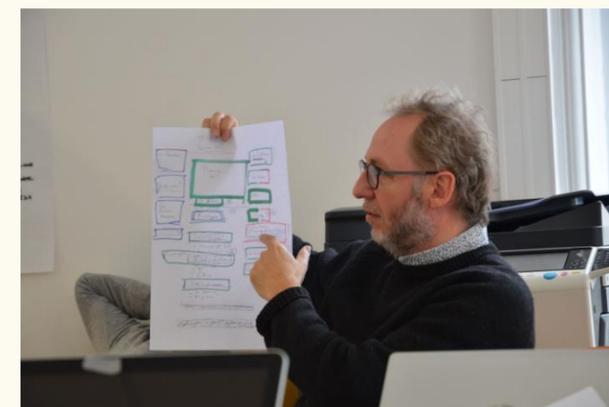
# Atelier "Revue"

10-11 mars 2022

au Lieu de la transformation publique, Paris



 **INSTITUT  
DE LA  
CONCERTATION  
ET DE LA  
PARTICIPATION  
CITOYENNE**



15  
participant.e.s

3  
animateur-trices

2  
jours

1  
objectif

Antoine, Elian, Etienne,  
Guillaume, Joana, Julie,  
Julie, Loïc, Louise,  
Morgane, Nicolas,  
Pierre-Yves, Sandra,  
Thibaut, Typhanie

Arnaud, Marlène, Charlotte  
(Itinéraire Bis)

10 et 11 mars  
2022

**Ebaucher un “Numéro zéro” d’une future revue sur la participation citoyenne**  
c’est-à-dire : faire converger nos imaginaires, préciser le lectorat, réfléchir à la place de ce média dans l’écosystème, imaginer sa forme, trouver un titre, structurer des rubriques, penser sa gouvernance et son modèle économique, élaborer les grandes lignes d’un plan de communication.

## Titre

### Le titre choisi : **Démocraties**

Autres propositions : Participer, Demopart, Démocratie(s), agissants, Poil à penser, Futurocratie, Citoyenneté augmentée, Zone à Débattre, Mutations Démocratiques, Alternatives Démocratiques, i-Demo, Démocratie demain, Démocratisons demain, Vivre en démocratie, Démokrascie, Démosgratos, Démos kratos lumos !

## Rubriques

Les rubriques communes (peuvent être nommées autrement): analyse, boîte à outils, terrain / témoignages, tribune, actualités, le jour où tout a foiré

## Conclusions générales et points d'accords

1/2

### Formats

**C'est une plateforme multi-media web/numérique**

**C'est un média (articles, podcasts, vidéos)**

Autres propositions :

Envisager aussi une présence sur Youtube (travailler avec des youtubeurs ?), dans les boucles WhatsApp

Faire des podcasts (toucher un public qui ne lit plus), réseaux sociaux (logiques d'articles partagés / mis en avant / repartagés : moyen aussi pour toucher ceux qui ont une lecture sélective / lecture utilitariste).

## Baseline

**La revue / le média critique  
(et gratuite/ gratuit) de la  
participation »**

OU

**« Les makers de la  
démocratie »**

Autres propositions : La revue qui permet d'agir en démocratie, La revue pour transformer la démocratie, La revue des agissants, L'important n'est pas de participer, La revue de la transfo participative, S'armer intellectuellement pour vivre pleinement la démocratie, La citoyenneté augmentée, Exercer pleinement sa citoyenneté, Faire la lumière sur les enjeux démocratiques d'aujourd'hui et de demain, Pour des décisions plus démocratiques, etc.

## Numéro 0

### Thème : Les citoyens veulent-ils participer ?

Rédiger le numéro 0 : rubriques, titres, début des articles...

Donner du crédit, donner la preuve du « on est prêt, on sait où on va »

Chercher les prestataires pour la maquette physique.

### **PUBLICATION N°0 : AVANT L'ÉTÉ**

(mai-juin : cycles budgétaires à ne pas rater)

### **PUBLICATION N°1 : si possible avant rencontre de l'OIDP**

(décembre) donc octobre 2022

## Conclusions générales et points d'accords

2/2

### Autres thèmes (numéros suivants)

- Publics éloignés
- Concerter hors les murs / hors institutions (« informel »)
- Sens et politique
- Twitch
- Prospective
- Participation pour quoi faire ?
- Éthique et posture professionnelle
- La confiance dans les démarches de concertation

### A faire

ICPC : Faire un dossier de présentation du projet : plaquette et numéro zéro

Comité projet (DITP, CNDP, ANCT, CGDD) : valider et appuyer la démarche.

ICPC et Comité de projet :

Etablir liste de financeurs

Créer l'adhésion : « ça c'est le format »,

Valider les 3 exercices ( modèle économique, partenaires, communication ) et les produits de l'atelier du 10 et 11 Mars



# **Construire un imaginaire commun**

Pourquoi une revue sur la participation citoyenne ?

Le lectorat

Les relations avec les autres médias

---

1

## Pourquoi une revue sur la participation citoyenne ?



Est ce que c'est du journalisme ? Avec qui organisons-nous des débats ? S'agit-il d'équiper une nouvelle génération ? De renforcer une démocratie qui bat de l'aile ? De questionner le sens politique de nos outils ?

**Positionnement** (pour atteindre notre objectif de communication et toucher les publics qui intéressent la revue) :  
« Assurons-nous de chercher ensemble les réponses et les différentes façons de faire. Mais assurons-nous surtout de toujours chercher. »

**Mots-clés** : Chercher ensemble - Chemins - Processus - Créer des rencontres - Passerelles - Aller vers - Confronter pour comprendre l'autre - Éclairer les différences - Dynamique d'inclusion - Remise en cause des certitudes / La dynamique (c'est à dire, la dynamique qui s'inscrira en trame dans l'ensemble des actions de communication) : « Une revue qui pose des questions, qui fait dialoguer, qui met en perspective, qui vient nourrir des chemins. Une revue qui équipe ceux qui font la démocratie. Une revue qui équipe, en controverses et contenus, et qui outille les façons de faire démocratie. »



1

## Les relations avec les autres médias

trouver sa place dans l'écosystème

- Il existe de nombreux médias, dont certains abordent (plus ou moins souvent) le thème de la participation (la Gazette, Horizons publics...) et un s'y consacre entièrement (Participations) mais s'adresse à un public spécifique (chercheurs, universitaires)
- Rechercher avec eux des collaborations autant que possible





# **Les contenus**

Quel univers graphique ?

Quels contenus-types ?

---

2

Quel univers  
graphique ?



Echange de visions sur les illustrations, les couleurs, la mise en page, l'image de la revue...





# **La communication**

Comment se faire connaître ?

Plan de communication

---

3

# Plan de communication

### 4. - Le plan de communication

Caneva Atelier Revue - Les grandes étapes du plan de communication (3/3)  
Suivez les étapes pour élaborer la stratégie de communication : des objectifs aux actions

3 La dynamique et le programme d'actions

Une revue qui fait dialoguer, qui met en perspective, qui vient nourrir ton chemin

Définissez une dynamique qui va permettre de créer la perception voulue et déclinez-la en 3 actions.

La revue qui pose des questions

La perception actuelle: la démocratie, but de l'acte. Notre média n'aide pas

La perception voulue: une revue qui donne pas de leçon, et ouvre des espaces de vérité.

La dynamique: (Quelques principes dynamiques: le temps, le rythme, la présence à des moments clés individuels ou collectifs, l'espace, un canal de communication spécifique, l'intensité de la communication, la mémorisation, les relais d'influence, l'incarnation, l'expérience, la surprise, le jeu, l'identification, la participation, l'implication, etc.)

chercher avec ceux qui ont le chemin, les chemins, le processus, les rencontres, les passerelles, aller vers, comprendre l'autre, différences, dynamiques d'inclusion, remettre en cause des certitudes, ...

\* Cette revue ~~est~~ est composée de "Voilà notre revue; de quoi va-t-elle parler"

LES INFILTRES

L'action 1 VIDEO (aller) "des citoyens veulent-ils participer?"

- Son contenu (acteurs, fréquence, thèmes, messages clés, etc.)

Micro-recueillir avec position différentes. On termine ?

- Les moyens existants ou à créer (canaux, supports):

Video réalisée pendant action 3.

- Comment analyser son efficacité?

Viralité.

+ personnes emblématiques (Hugo Descript)

L'action 2 Flyer informatif.

↳ réseau contacts de quartier

flyer Existence revue + appel à contributeurs le prochain

- Les moyens existants ou à créer (canaux, supports):

"Vous avez une idée?" "Ça attend- on de la revue?"

- Comment analyser son efficacité?

⇒ avec QR code ou questionnaire

L'action 3 UN EVÉNEMENT existant des soirées de la Participation Soirée de lancement - infiltrés

- Son contenu (acteurs, fréquence, thèmes, messages clés, etc.)

Théâtre ~~sur~~ on joue notre revue + faire (venir contributeurs)

- Les moyens existants ou à créer (canaux, supports):

- Comment analyser son efficacité?

PARTENAIRES FIN. X COMMUNICA°

EVENT FLYER 1 2

VIDEO 1

ANNÉE 1

→ aller à ~~ciement~~ (CHARTER)

Positionnez les actions dans le temps:

EVENT Action 3. Avant la publication du n°1

VIDEO Action 1 en ligne

des citoyens veulent-ils participer? (sujet)

Il y a surabondance d'information, même si les médias spécialisés sur la participation citoyenne sont très rares. Développer des actions pour se faire connaître sera un impératif.

## Slogans

Une revue qui fait dialoguer, qui met en perspective, qui vient nourrir ton chemin, qui équipe la démocratie...

## ACTION 1

### profiter d'un événement

Profiter d'un événement existant pour le lancement de la revue.  
Exemple : les rencontres de la participation, la rencontre OIDP...  
Profiter de la présence de partenaires, d'invités...  
Organiser une soirée avec théâtre, saynètes...

## ACTION 2

### organiser une conférence croisée

Présentation du pourquoi la revue, de l'épopée de la création, en présence des partenaires et des financeurs.  
Faire venir des youtubeurs et réaliser un podcast.



## Comment se faire connaître ?

## ACTION 3

### réaliser un flyer à faire circuler en France dans les réseaux

Réaliser un flyer pour le distribuer dans les différentes concertations des quartiers (profiter des réseaux des contributeurs de la revue).

Présenter la revue + appel à participation (« vous avez une idée ? », « qu'attendez-vous de la revue ? ») + demande d'avis (« que pensez-vous de la revue ? ») ; recueillir via QR code / mail / site ou à l'aide de boîtes physiques directement dans les ateliers de concertations.

## ACTION 4

### réaliser une vidéo à publier en ligne

Réaliser des micro-trottoirs autour du thème "Les citoyens veulent-ils participer ?"  
Recueillir différentes opinions.  
Inviter à participer !

## ACTION 5

### participer à des événements tout au long de l'année 1

Se faire connaître en allant participer au nom de la revue à de multiples événements.  
Charter la revue et s'adapter au fur et à mesure.



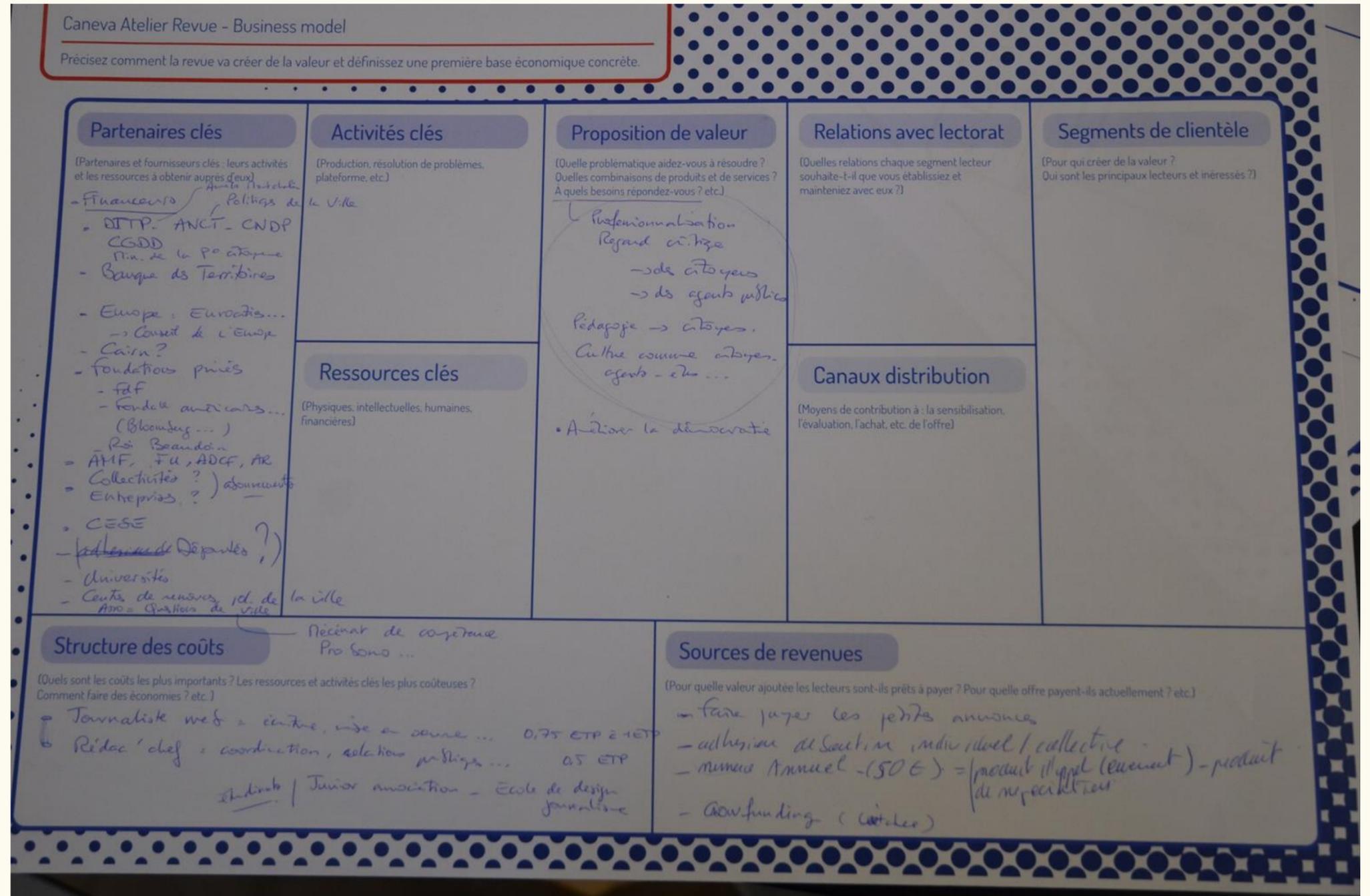
## **Le financement**

Explorer un modèle économique viable  
qui permette une diffusion large

---

4

# Un media gratuit ?



Une diffusion large suppose que le coût d'accès soit limité, voire gratuit. Cela suppose des ressources autres que des abonnements payants : subventions, crowdfunding...

## Structure des coûts

Budget annuel : 100 à 150 K€

- Un rédacteur en chef (0,5 ETP) : coordination, relations publiques...
- Un journaliste multimédia : écriture, mise en oeuvre, communication...
- Rédacteurs : bénévoles (si possible)
- Possible recours à junior association ?
- Mécénat de compétence, pro bono...

## Proposition de valeur

- Accompagner la professionnalisation du secteur
- Améliorer/ Renforcer la démocratie !
- Croiser regards critiques des citoyens, des agents publics, des professionnels...
- Contribuer à une culture commune des agents publics, des élus, des citoyens, des professionnels...

4

# Les coûts et les sources de financement

## Parrains

Trouver des *stars* qui pourront apporter une caution et inviter les financeurs à s'associer à l'aventure : Loïc Blondiaux, Chantal Jouanno, David Djaïz, Cyril Dion, Magali Plovie, Rémi Lefèvre, Laurence Monnoyer-Smith...

## Partenaires financiers

### Subventions :

- 4 gros donateurs (25 K€ par an chacun, engagement triennal)
  - CNDP, DIPT, ANCT...
  - Ministère
  - Fondation (Fondation de France, Roi Beaudouin, Bloomberg...)
  - Banque des territoires
  - CESE
- 5 petits donateurs (10 K€ par an chacun, engagement annuel ou triennal)
  - Organisme international type Eurocities
  - asso de collectivités
  - Entreprises à missions et ESS
  - ...

### Autres sources de revenus

- crowdfunding
- abonnement couplé à adhésion à l'ICPC
- numéro papier annuel vendu (produit d'appel)
- ...



## **La gouvernance**

Comment porter la revue collectivement ?

Imaginer un mode de fonctionnement souple et efficace

---



5

## Imaginer un mode de fonctionnement

