



LA BOÎTE À OUTILS

DES CONSEILS DE QUARTIER

GUIDE PRATIQUE



Éditorial



Paris est une ville pionnière en matière de participation citoyenne et de démocratie locale.

Depuis 2014, de nouveaux outils favorisant la participation des habitants ont été mis en place afin de renforcer le dialogue entre les Parisien.ne.s et la Ville. Le Budget Participatif, les Kiosques Citoyens, la plateforme numérique de consultation www.idee.paris, la Carte Citoyenne-Citoyen de Paris et les Ateliers Citoyens sont autant de possibilités offertes aux Parisien.ne.s pour donner leur avis, co-construire la ville et agir.

L'engouement des Parisien.ne.s pour ces dispositifs et leur engagement croissant dans des associations ou des instances de participation traduit la vitalité citoyenne de Paris. En quinze ans d'existence, les 124 Conseils de Quartier n'ont cessé d'évoluer et de s'affirmer. De nombreux projets et aménagements solidaires, artistiques, culturels voient chaque année le jour grâce à leur action. Ils transforment les quartiers pour les rendre plus accueillants et inclusifs : bagagerie solidaire pour les sans-abris, ciné-quartier, composts de voisinage, repas solidaires et fêtes de quartier en sont de magnifiques exemples. Les Parisien.ne.s qui s'y investissent connaissent leur ville, ont à cœur de créer du lien avec les autres et d'améliorer la vie de leur quartier.

Une grande concertation et des expérimentations de terrain ont permis de créer ce guide. Vous trouverez ici des ressources pour faire aboutir des projets, animer des événements, communiquer et mobiliser, ainsi que des informations utiles.

Merci aux Parisien.ne.s qui s'engagent pour Paris et ainsi pour l'intérêt général. Rejoignez votre Conseil de Quartier, engagez-vous ! Nos quartiers ont besoin de vous.

Pauline VÉRON
Adjointe à la Maire, chargée de la démocratie locale, de la participation citoyenne, de la vie associative et de la jeunesse.

L'expérimentation Démocratie Ouverte

En quoi consiste le Labo Démocratie Ouverte ?

Le laboratoire de Démocratie Ouverte mène des expérimentations pour **tester des méthodes, des nouveaux outils** afin d'**améliorer la démocratie** dans les territoires.

Ces expérimentations sont conduites avec des collectivités locales et des innovateurs démocratiques et visent à redonner du **pouvoir d'agir au citoyen pour faire face aux défis économiques, sociaux et environnementaux de notre époque**. Un des objectifs est de faire la démonstration à tous qu'avec des méthodes innovantes **il est possible de trouver des solutions à la crise démocratique**.

Quelle expérimentation menez-vous à Paris ?

Chaque expérimentation du Labo Démocratie Ouverte s'attaque à un défi. À Paris, notre objectif est d'inventer, avec des Conseils de Quartier pilotes, des solutions et un nouveau fonctionnement **pour que l'ensemble des Conseils de Quartier soient mieux outillés** et parviennent à toucher **un public plus diversifié**.

Nous travaillons pour cela autant sur les façons de **développer le pouvoir d'agir des habitants** que sur la gouvernance et le **fonctionnement** des Conseils de Quartier, les **méthodes de prises de décision**, leur communication et leurs techniques de mobilisation.

Autrement dit, l'objectif poursuivi, c'est que les Conseils de Quartier de demain permettent à des **milliers de citoyens de s'engager dans leur quartier**, soit pour contribuer aux prises de décisions locales, soit pour contribuer directement à des actions d'intérêt général : chantiers participatifs, engagement dans des actions de quartier, etc.

Pourquoi un guide pratique ? A qui et à quoi va-t-il servir ?

Le parti pris de l'expérimentation a été de **tester plusieurs solutions** avec 3 Conseils de Quartier pilotes dans l'objectif de les **partager avec tous les Conseils de Quartier de la ville de Paris**.

Le format guide pratique, composé de fiches reprenant les méthodes imaginées et/ou testées, **permettra à chaque Conseil de Quartier de s'emparer de ces solutions innovantes** pour donner un "coup de boost" à son action et améliorer son fonctionnement.

Les coordinateurs de Conseils de Quartier

Le rôle des coordinateurs de Conseils de Quartier

Interlocuteurs privilégiés des conseillers de quartier, les coordinateurs assurent le lien permanent avec la mairie (les élus et les services).

Les coordinateurs des Conseils de Quartier accompagnent les activités et les projets des Conseils de Quartier, de la diffusion de l'information à la transmission des demandes aux interlocuteurs compétents (élus, services, cabinet du Maire...)

Ils s'occupent de l'organisation logistique des réunions plénières : communication, organisation de la salle, distribution de la parole. Ils rédigent les comptes-rendus puis les diffusent en lien avec le service de la communication de la mairie. Ils assurent le suivi des demandes des Conseils de Quartier auprès des services et des élus.

La mairie d'arrondissement supervise les budgets de fonctionnement et d'investissement de chaque Conseil de Quartier et s'occupe des prêts de matériel.

Les missions des coordinateurs de Conseils de Quartier

Les coordinateurs de Conseils de Quartier ont les missions suivantes :

Animation locale

- Accompagnement dans la définition et la réalisation des projets
- Veille au respect des diverses réglementations (occupation de l'espace public, sécurité...)
- Soutien logistique et communication

Budgets

- Suivi et planification des dépenses des Conseils de Quartier
- Aide à la composition des dossiers de proposition
- Suivi des réalisations, lien avec les directions de la Ville de Paris

Réunions plénières

- Préparation
- Soutien logistique et communication
- Comptes-rendus synthétiques

Suivi des commissions et groupes de travail

- Accompagnement et soutien des membres du Conseil de Quartier dans leurs commissions et groupes de travail.

Mobiliser

La **mobilisation des citoyens** pour des **démarches participatives** (plénière de Conseil de Quartier, atelier participatif etc.) est un réel **défi de la participation citoyenne**. Ce n'est pas une mince affaire et nous vous proposons ici d'ajouter **plusieurs cordes à votre arc** pour progresser dans ce domaine.

Voici les **ingrédients généraux** pour une **mobilisation efficace** :

- **Fournir des informations claires** sur l'organisation de l'événement (date, lieux, horaire) puis indiquer l'enjeu de l'événement (réunion publique d'information, co-construction de projet, atelier créatif, plénière etc.) En effet, les habitants se mobiliseront plus facilement si le thème de la réunion a du sens pour eux, ou un intérêt direct sur leur quotidien et surtout s'ils ont une capacité à agir sur le projet.
- **Mener une réflexion sur l'image, l'affichage et la notoriété de l'événement** mais également sur les moyens de transmission d'informations et la mobilisation des acteurs. Pour ce faire, les coordinateurs des Conseils de Quartier et les services communication des mairies d'arrondissement peuvent aider pour la définition de la stratégie de communication et la réalisation des affichages.
- **Identifier précisément les acteurs ciblés** (les jeunes, les habitants du quartier, les commerçants...) et **les acteurs relais** (ceux qui sont au contact des cibles par leur proximité avec les habitants). Ensuite il faut définir le message à faire passer en fonction de l'objectif et de la cible. Si l'objectif est de mobiliser particulièrement certains habitants, il est important d'identifier les éventuels freins et motivations à leur participation.
- **Multiplier les canaux d'information** pour varier le type de participants potentiels. Ainsi en plus de la communication traditionnelle (boitage, invitation de la mairie, mailing etc.), il convient d'intégrer la communication en ligne via les réseaux sociaux ou les réseaux de voisinage (*cf. la fiche Mobiliser en ligne*). Enfin la mobilisation depuis l'espace public est essentielle pour mobiliser directement grâce au contact humain.

Les fondamentaux pour une mobilisation réussie

- Repérer les acteurs
- Informer les publics cibles et les relais potentiels
- Investir l'espace public et numérique pour élargir la visibilité

Cartographie d'acteurs



Difficulté
Facile



Durée
de 2h à 1 journée



Coût
Faible (Coût de l'animation)



Nb de participants
3 - 30



Échelle de participation
Information / Co-construction



Matériel
X

Définition

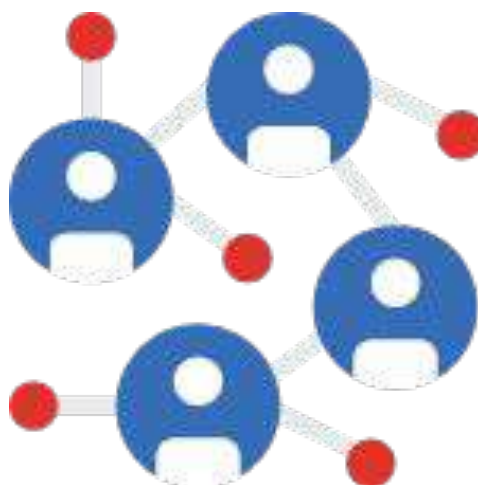
La cartographie d'acteurs est l'une des étapes majeures dans l'organisation d'une démarche participative. Elle est primordiale pour la mobilisation, car elle permet d'identifier et de répertorier les parties prenantes d'un territoire. Ces parties prenantes peuvent être soit des participants potentiels, soit des acteurs relais qui mobiliseront dans leurs propres réseaux.

Objectifs

- Identifier des participants et des relais potentiels
- Avoir une base de données d'acteurs ressources du territoire
- Mobiliser des participants en vue d'un événement
- Diffuser des informations en s'appuyant sur des relais
- Contacter des acteurs-ressources bien ciblés

Sources

Boîte à outils SGMAP
comment-faire.modernisation.gouv.fr/wp-content/uploads/2018/11/boite-outils-demarches-participation_com.pdf



Déroulé précis

◀ Avant

Pour préparer une cartographie d'acteurs efficace, il est utile de définir les personnes que vous conviez à la séquence de cartographie : plus vous invitez des personnes différentes à cette séquence, plus riche sera la cartographie... mais plus l'animation sera longue et complexe. Définissez le lieu pour réaliser cette cartographie : si elle a vocation à être pérenne et alimentée en continu, vous pouvez la créer dans un lieu de passage (salle de pause, hall d'accueil, couloir...) ou sur un outil numérique partagé (type "mind map" ou carte heuristique)

▶ Pendant

Etape 1 : Définir les catégories et les critères

Après avoir introduit l'atelier et ses objectifs auprès des participants, la première étape d'une cartographie d'acteurs consiste à définir les grandes catégories d'acteurs potentiellement concernées. Par exemple : associations, entreprises, partenaires, collectivités locales, commerces, influenceurs... Vous pouvez aussi définir des sous-catégories (Par exemple, dans "collectivités locales" : Régions, Départements, Communautés de communes, mairies...). La seconde étape consiste à définir collectivement des critères permettant de prioriser ensuite les acteurs à contacter. Exemples de critères : intérêt pour la démarche / taille de la communauté / niveau de confiance / facilité de contact / acteur déjà contributeur / pertinence vis à vis de la thématique / etc.

Etape 2 : Lister les acteurs connus et les nouveaux acteurs

Dans chaque catégorie (et sous-catégorie) définie préalablement, lister tous les acteurs avec lesquels vous avez déjà des contacts et ajoutez les à la cartographie (couleur de fiches ou post-it différente de celle des catégories). S'il y en a trop, les critères peuvent vous aider à en choisir et à en éliminer certains. Dans chaque catégorie (et sous-catégorie), réalisez un brainstorming pour imaginer de nouveaux acteurs à contacter. Commencez par lister tous ceux qui passent par la tête des participants, catégorie après catégorie ...puis utilisez les critères pour ne retenir que les nouveaux acteurs pertinents. Vous pouvez continuer l'exercice de créativité en imaginant la meilleure manière de contacter ces nouveaux acteurs (type de discours, posture, outil privilégié : mail, courrier, appel, rencontre physique, réseaux sociaux...)

▶▶ Après

Une fois la cartographie d'acteurs réalisée, retranscrivez tous les acteurs sur un tableur en ligne (ou dans un outil de "Gestion de la Relation Citoyen"). Réalisez une recherche de contacts pour tous les acteurs dont vous n'avez pas les coordonnées (en ligne et/ou en vous appuyant sur votre réseau). Il faut indiquer dans cette base de données, outre le nom de la partie prenante, sa catégorie, son domaine d'activité, ses contacts (mail, téléphone...) et toute autre information utile (sujets d'intérêt, type de relation, mots clés...)

Cette base de données pourra être complétée et mise à jour au fur et à mesure de l'avancée du projet. Vous pourrez aussi y inscrire au fur et à mesure les différents contacts que vous avez eu (rendez-vous, échanges de messages...)

La cartographie d'acteurs sera composée d'abord d'un premier cercle d'acteurs relais qui vont vous aider à mobiliser ...puis, potentiellement d'un second cercle d'acteurs à mobiliser directement.

Conseils d'animation

- Penser aux réseaux en ligne (cf. réseaux de voisinage, groupes locaux sur les réseaux sociaux, etc.)
- Privilégier le contact direct (téléphone ou rendez-vous) avec certains acteurs très sollicités.
- Catégoriser les listes d'acteurs le plus finement possible, avec une "grammaire" partagée.
- Prévoyez des messages "type" de mobilisation (cf. kit de mobilisation) à envoyer spécifiquement aux acteurs relais susceptibles de diffuser auprès de leurs propres communautés

Les +

Permet d'avoir une liste d'acteurs-ressources très qualifiée
 Permet de mobiliser en s'appuyant sur des tiers (réseaux associatifs, commerçants, réseaux informels, etc.)
 Permet d'étoffer son réseau et de rencontrer de nouveaux acteurs

Les -

Peut être chronophage et fastidieux
 A besoin d'être mis à jour régulièrement

Mobilisation en ligne



Difficulté
Difficile

*Demande organisation /
 préparation / formation*



Durée
Régulier



Coût
Faible

Mais chronophage



Nb de participants
Infini



Échelle de participation
Information



Matériel
X

Définition

La mobilisation et la communication sont souvent primordiales pour la réussite de démarches de participation et d'engagement citoyen. La multiplication et la diversification des canaux de communication permettent de diffuser de manière large et/ou ciblée les invitations à participer. La mobilisation en ligne, notamment via les réseaux sociaux, permet de toucher un public qui n'aurait pas forcément eu l'information via les canaux classiques (boitage, flyers, affiches, etc.)

Objectifs

- Mobiliser un public plus large, plus jeune, plus diversifié
- Utiliser des moyens de communication gratuits
- Cibler et toucher de nouvelles communautés

Sources

Réseaux de voisinage :
www.ensembl.fr/
app.smiile.com/welcome
mesvoisins.fr/onboarding
proxiigen.com/
alloyvoisins.com/
fr.nextdoor.com



Déroulé précis

◀ Avant

Etape 1 : Définir des “cibles”, des réseaux et des outils à utiliser

Pour préparer une mobilisation en ligne, il est utile de définir les personnes que vous souhaitez cibler : commencez par réaliser une cartographie d'acteurs et/ou définissez des typologies de personnes que vous cherchez particulièrement à atteindre (18-25 ans, jeunes parents, ruraux, primo-participants, commerçants, habitants des quartiers populaires...).

Définir Une fois les typologies de participants ciblées, il est nécessaire d'étudier leur manière de communiquer : listez les outils et réseaux qu'ils utilisent, mais aussi les codes, types de langages et types de médias (photos, vidéos, audio, texte court, grand argumentaire, témoignages...) ainsi que les personnes influentes auprès de ces communautés, les sujets d'actualité.

Etape 2 : S'appuyer sur des influenceurs

Plutôt que de tenter de reprendre des codes et outils qui ne sont pas forcément les vôtres ...et de risquer de mal les utiliser (ce qui peut avoir un effet de mobilisation contre-productif), contactez une ou plusieurs personnes d'influence pour les convaincre d'inviter leurs communautés à s'engager dans votre démarche, avec leurs codes et leurs outils.

▶ Pendant

Etape 3 : Choisir ses réseaux

Alors que les plus jeunes préfèrent instagram ou snapchat, facebook est un réseau social très populaire, avec plusieurs millions d'inscrits et des fonctionnalités très variées. LinkedIn et Viadeo permettent de toucher des communautés professionnelles. Twitter regroupe des influenceurs dans les médias, la politique, les ONG. Youtube, Twitch et Dailymotion réunissent des vidéastes qui peuvent être très populaires, parfois dans des domaines très précis. Côté mobilisation locale, les réseaux de voisinage comme Smiile ou NextDoor peuvent être très utiles. Attention, certaines communautés ont leurs propres réseaux sociaux : il faut parfois dépasser les réseaux les plus populaires et connus, d'autant plus que de nouveaux outils et réseaux apparaissent et disparaissent tous les jours.

Zoom : Mobiliser depuis Facebook

> Pour mobiliser depuis Facebook, commencez par choisir les comptes que vous allez utiliser (une page ou une personne existante, avec déjà beaucoup d'"amis" sera plus efficace que de créer une nouvelle page).

> Dans un second temps, essayez de repérer et rejoindre les groupes publics existants et de "liker" les pages relatives à ce sujet.

> Repérez les personnes très actives et tentez de les contacter en privé pour les mobiliser directement (prévoir des messages types à adapter). Postez de préférence des publications contenant des liens, photos ou vidéos.

> N'hésitez pas à interpeller directement des personnes influentes (taguez en mettant un "@" devant leurs noms).

De nombreux outils sont intéressants à explorer : événements facebook, vidéos lives, bannières personnalisées, utilisation de sondages... n'hésitez pas à chercher des tutoriels précis en ligne pour creuser chacune de ces fonctionnalités (il en existe plein) ou à vous adresser à un "community manager".

Zoom : Mobiliser les réseaux de voisinage

Smiile / Ensembl' / mesvoisins.fr / Proxiigen / Allovoisins / NextDoor sont des réseaux de voisinage qui peuvent permettre une mobilisation ultra-locale. Ces réseaux proposent des échanges et des services entre habitants du quartier, ou encore des informations sur la vie du quartier.

> Commencez par créer un compte ou impliquer une personne ayant déjà un compte (attention certains exigent un justificatif de domicile).

> Tentez de repérer et de "recruter" les personnes les plus actives sur la plateforme, en les convaincant du bien-fondé de votre initiative pour qu'ils s'en fassent les relais.

Conseils d'animation

- Désigner un responsable de la mobilisation en ligne
- S'appuyer sur des personnes ayant déjà une notoriété et un réseau de confiance est bien plus efficace que de poster quelque-chose en tant que tout nouveau membre.
- Prévoir un kit de mobilisation avec messages types et images aux bons formats
- Soyez le plus clair et transparent possible : objectif du projet, temporalité (période d'inscription, horaire et dates des événements...), échelle territoriale (quartier, bâtiment, parc, etc.)
- Recherchez l'authenticité, l'incarnation, le témoignage et l'interpellation directe
- N'hésitez pas à demander de l'aide, à proposer des micro-tâches et missions bénévoles concrètes : votre communauté est là pour vous soutenir !

Les +

Permet souvent de toucher un public plus jeune et diversifié
Peut permettre une mobilisation très puissante à moindre coût

Les -

Demande une certaine pratique du numérique et de l'agilité
Souvent très chronophage
Exclut les personnes éloignées du numérique (fracture culturelle ou matérielle)

PORTEUR DE PAROLE



Difficulté
Facile



Durée
Une demi-journée



Coût
Faible



Nb de participants
5 - 1000



Échelle de participation
Consultation



Matériel
Corde
Pinces à linge
Grands post-it

Définition

Le porteur de parole est un dispositif de recueil de paroles dans l'espace public dans lequel les participants sont invités à répondre à une question ouverte par écrit. Leurs contributions sont ensuite affichées pour qu'elles soient visibles par tous. L'occupation de l'espace public offre une visibilité sur la démarche participative ce qui la rend attractive.

Objectifs

- Recueillir de l' [#Information](#)
- Recueillir la parole de citoyens
- [#Mobiliser](#)
- Communiquer sur les projets
- Occuper l'espace public
- Animer le quartier
- Lancer des démarches participatives sur les projets
- Réaliser des diagnostics territoriaux

Sources

Guide méthodologique :
www.paroles-partagees.org/le_porteur_de_paroles_277.php

www.scoplepave.org/porteur-de-paroles



Déroulé précis

◀ Avant

Repérer le lieu est primordial, choisissez un lieu de passage fréquenté par le public ciblé, un espace visible et agréable (pas de pollution sonore). Attention, certains espaces nécessitent une autorisation préalable (marchés, lieux touristiques etc.). Définir la question à poser aux participants. La question doit être ouverte, facilement compréhensible et centrée sur les objectifs de la démarche (exemples « Pour moi le quartier idéal c'est » ; « que manque-t-il à ce quartier ? » etc.).

▶ Pendant

Etape 1 : L'installation du dispositif

Afficher de manière très visible la question pour que les passants soient attirés par la démarche et intéressés pour y contribuer. Mettre à disposition tout le matériel nécessaire pour que les passants donnent leur avis (stylos, feuilles, grand post-it etc.) et tendre la corde à linge au-dessus du stand à un niveau facilement visible. Des documents de communication peuvent aussi être mis à disposition du public (flyers, affiches etc.). Prévoir un ou plusieurs animateurs qui seront chargés d'aller à la rencontre des passants pour leur expliquer la démarche, les inciter à participer et également communiquer sur les prochaines démarches participatives. Prévoir au préalable des éléments de langage commun pour éviter les doubles discours.

Etape 2 : L'animation du dispositif

Suivre individuellement chaque participant pour les accompagner dans leur contribution. Le participant écrit sa réponse sur une feuille, en précisant son prénom, puis accroche cette dernière sur la corde à linge pour la rendre visible à tous les autres participants, créant ainsi une émulation visible autour du stand, qui se remplira au fur et à mesure. L'atelier sera ainsi de plus en plus attractif, attirant ainsi les plus curieux venant lire les contributions. Il est primordial que l'animateur aille à la rencontre des passants pour encourager leur participation.

▶▶ Après

Retranscrire les contributions sur un tableau afin de conserver une trace écrite et d'en faire la synthèse, pour l'analyser par la suite. Les contributions peuvent faire l'objet d'une exposition sur le territoire ou encore être diffusées en ligne.

Conseils d'animation

- Tester la question au préalable auprès des autres conseillers de quartier
- Mixer les porteurs de paroles avec des dispositifs numériques (mise en ligne en direct des contributions, civic techs adaptées aux projets etc...)
- S'adapter aux moments de vie du public cible (prévoir le porteur de paroles sur des marchés pour des habitants d'un quartier, les parcs ou les aires de jeux pour des parents par exemple)
- Prévoir des questionnaires pour l'évaluation de la démarche
- Ne pas hésiter à prévoir un stand coloré

Variantes possibles

- Mur d'expression
- Arbres à idées

Les +

Permet une mobilisation efficace
Permet de rencontrer directement sur leurs lieux de vie les habitants d'un quartier
Permet de recueillir différents points de vue
Permet de capter un public qui ne participe pas traditionnellement
Moins contraignant qu'un temps de participation traditionnel
Permet une participation du « quotidien »

Les -

Dépend de la météo
Ne permet pas un réel débat (besoin d'organiser d'autres ateliers en parallèle)
Risque que le dispositif ne prenne pas (mauvaise volonté des participants, sujets hors sols...)

#LiveAgora de Quartier



Difficulté
Difficile



Durée
Une demi-journée



Coût
selon recours ou non à prestataire



Nb de participants
5 - 1000



Échelle de participation
Consultation / Concertation



Matériel
Une bonne connexion internet filaire / Une sono portable

Définition

Le live agora est une innovation démocratique qui consiste en une battle d'idées interactive en direct et en public au cœur de vos quartiers. Ce dispositif a la particularité d'articuler participation en ligne et en présentiel.

Objectifs

- Réaliser une campagne d'idéation sur un thème ouvert concernant le quotidien des habitants.
- Ou organiser un débat (contradictoire) sur des alternatives d'action publique pour le quartier.
- Ou mener une action de plaidoyer collectif sur une proposition citoyenne locale.

Sources

www.liveagora.agoralab.fr



Déroulé précis

◀ Avant

Préparation :

Cadrage du programme/thème des animations et des techniques de recueil.
Calage logistique sur place (lieu public)

Première partie du dispositif :

Événementiel de rue pour identifier 3 propositions citoyennes prioritaires (et un citoyen qui portera chacune d'entre elles lors de la #LiveAgora) dans un espace public et passant où on croise des citoyens potentiellement concernés par le sujet.

▶ Pendant

Etape 1 : Exploration

1. Lancement du live par l'animateur et appel aux contributions en ligne
2. Pitches des propositions citoyennes (3x 30 à 90 secondes)
3. Appel au vote/réactions (un émoticône associé à chaque proposition)
4. Commentaire général de l'élu sur les trois propositions.
5. Révélation des résultats.

Etape 2 : Débat

6. Débat avec le public (au micro in situ) et les internautes (dans les commentaires du live) pour analyser/enrichir la proposition..

Etape 3 : Conclusion collective

7. Conclusions sur les suites qui seront données à la proposition prioritaire et appel à l'action citoyenne.
8. Appel à prolonger la réflexion/action en ligne

▶ Après

Concert ou animation gratuite (dans la foulée)
Suivi des propositions par le Conseil de Quartier

Conseils d'animation

- Privilégier un ton direct et décontracté.
- Veiller à équilibrer les échanges avec les participants in situ et les internautes.
- Confier le relais des réactions des internautes à un habitant du quartier pour garantir la transparence.
- S'appuyer sur un prestataire technique pour la vidéo et le son si possible.
- S'assurer en amont et en live du relais par des influenceurs locaux.

Les +

Permet de toucher des habitants qui ne se déplacent jamais dans les réunions traditionnelles (notamment les jeunes).

Proposer un événement permettant l'animation public du quartier.

Les -

Temps de préparation important.

Nécessite une expérience en matière d'animation.

S'organiser & décider

Un des enjeux pour les Conseils de Quartier est de rassembler, de mobiliser les citoyens lors des manifestations, événements, réunions qu'ils organisent.

Des ingrédients comme la convivialité, l'authenticité et la simplicité favorisent la participation des citoyens, leur engagement et leur donnent envie de continuer à participer aux travaux du groupe.

Dans ce chapitre vous trouverez différents formats de rassemblements conviviaux et efficaces qui ont pour objectif de vous inspirer. Les formats proposés laissent la parole à tous et poussent les participants à proposer des actions en sortant de la posture de simple doléance qui prend souvent trop de place dans les réunions des Conseils de Quartier.

Certaines fiches proposent ainsi des méthodes de co-construction et d'autres proposent des méthodes permettant d'entretenir la convivialité et de permettre à chacun de se sentir à sa place.

Tout l'art consistera à combiner ces différents outils pour trouver la bonne formule qui répondra aux objectifs que vous vous serez fixés.

Les fondamentaux pour une rencontre participative réussie

- Choisir une date et un horaire adaptés aux participants
- Choisir un lieu et une salle adéquats et accessibles
- Planifier un déroulé précis de l'événement
- Prévoir de la signalétique extérieure
- Organiser la salle et les tables de manière innovante pour favoriser les échanges
- Veiller au confort des participants et prévoir le matériel nécessaire
- Prévoir un accueil organisé et un temps de convivialité adaptés aux horaires et au format de la rencontre
- Prévoir une clôture de la réunion

BRISE-GLACES



Difficulté
Très facile



Durée
2 minutes - 30 minutes



Coût
Nul



Nb de participants
Jusqu'à plusieurs centaines



Échelle de participation
X



Matériels
X

Définition

Les brise-glaces sont des techniques de facilitation et d'animation de début d'atelier. Leurs aspects ludiques et décalés permettent de démarrer un temps participatif de manière conviviale et de constituer un groupe soudé. Les brise-glaces permettent de casser les codes des réunions traditionnelles ce qui favorise les échanges entre les participants par la suite. Il existe des centaines de brise-glaces facilement accessibles sur internet.

Objectifs

- Animer une réunion
- Permettre aux participants de se présenter
- Mettre une ambiance conviviale
- Démarrer une réunion de manière dynamique
- Commencer à entrer dans un sujet



Sources

fr.wikipedia.org/wiki/Brise-glace
Répertoire de brise-glaces :
cedip.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/repertoire_dactivites_brise-glace_cle0a2d4a.pdf
Guide Méthodologique
Département Gironde
www.gironde.fr/sites/default/files/2018-12/Livret-brise-glace.pdf

Exemples de brise-glaces

Le tour de table ludique

Lors du traditionnel tour de table de présentation, insérer des questions ludiques qui encourageront des réponses décalées (« si votre Conseil de Quartier était un animal, un film ? » ; « quelle est votre dessert préféré ? » etc...).

La météo du jour

Lors du tour de table, demander aux participants d'exprimer leur état d'esprit du moment en imageant avec la métaphore de la météo. Partager ce ressenti permet d'identifier dès le début de la réunion des points de tensions potentiels.

Le photolangage

Après avoir sélectionné différentes images (utiliser des cartes de photolangage dédiées ou les images du jeu "Dixit"), demander à chaque participant de choisir une image qui fait lien selon lui avec le projet/sujet de la réunion et d'expliquer son choix aux autres.

La présentation croisée

On demande aux participants de former des binômes puis pendant 5 minutes, les binômes se présentent entre eux. A la fin des 5 minutes chaque binôme doit être capable de présenter l'autre à l'ensemble du groupe.

Le sondage en mouvement

On pose une série de questions fermées concernant les participants (« qui est né à Paris ? » ; « qui habite le quartier depuis plus de 20 ans ? » etc...), le contexte (« qui a déjà participé à une réunion du Conseil de Quartier ? ») ou le territoire (« qui utilise quotidiennement ce parc ? »). Les participants qui sont concernés se rapprochent du centre de la salle et les autres restent au fond, ce qui permet aux participants d'identifier les profils de chacun.

La cartographie des participants

On dessine sur le sol une carte du quartier, de la ville, de la région... (des points de repère importants peuvent suffire comme 2 axes principaux) et on invite les participants à se positionner selon la localisation de leur résidence. Cela permet aux participants d'identifier leurs voisins à proximité.

Conseils d'animation

- Prévoyez vos brise-glaces sur des temps courts (5-20 minutes)
- Adaptez vos brise-glaces à votre nombre de participants
- Essayez d'être le plus convivial possible

Format cabaret

World Café



Difficulté
Moyenne



Durée
Une demi-journée



Coût
Faible (essentiellement le prix de la salle et de la déco)



Nb de participants
15 - 150



Échelle de participation
Consultation / co-construction



Matériels
Tables / Stylos / feuilles / paperboard

Définition

Le format cabaret est une technique d'animation d'atelier qui consiste en une articulation de moments de travail en plénière et en sous-groupes, avec une mise en scène conviviale. Le travail en sous-groupe permet une contribution plus active des participants. Le World Café est un format cabaret spécifique où différentes thématiques vont être travaillées par une succession de groupes : une "mémoire" de la thématique permet aux différents groupes de contribuer à la thématique sans repartir de zéro.

Objectifs

- Faire émerger des propositions sur des thématiques
- Faire émerger des sous-groupes de travail
- Approfondir un sujet avec des parties prenantes
- Concerter, voir co-construire un projet ou une politique
- Faire vivre l'intelligence collective au sein d'un groupe
- Animer une réunion avec beaucoup de participants

Sources

en.wikipedia.org/wiki/World_caf%C3%A9

Guide méthodologique :
fondation-nature-homme.org/magazine/democratie-participative-guide-des-outils-pour-agir/

Guide Méthodologique
Département Gironde :
participation.lametro.fr/media



Déroulé précis

◀ Avant

La préparation d'un format cabaret consiste essentiellement à constituer des sous-groupes et à répartir des rôles aux tables. Les thématiques des sous-groupes peuvent être définies bien en amont par l'équipe d'animation ou directement par les participants, lors du premier temps de plénière. Le World Café nécessite de désigner une personne "mémoire" de chaque table : cette personne (qui peut aussi être la facilitatrice de la table) devra s'assurer d'une prise de note permettant de restituer ce qui s'est dit aux groupes suivants. Une mise en scène conviviale type café ou cabaret (de quoi boire et grignoter sur les tables, de la déco, des nappes, des bougies...) peut permettre une ambiance détendue, propice aux échanges et à la créativité.

▶ Pendant

Etape 1 : L'introduction en plénière

Avant de commencer le travail en sous-groupes, l'équipe d'animation doit présenter la thématique en plénière pour permettre à chaque participant d'avoir le même niveau d'information. Il faut également présenter le cadre, les objectifs et la méthodologie de l'atelier. Il est important de préciser sur quels sujets ou thématiques chaque sous-groupe devra travailler.

Etape 2 : Le travail en sous-groupe

L'espace est divisé en plusieurs tables comme dans un café. Les participants débattent en sous-groupe et formulent des propositions. Le rapporteur de la table prend des notes. Puis à un intervalle régulier les participants sont invités à changer de table. Compter en général au moins 15 min de travail et 12 personnes maximum par table.

Dans un format World Café, les membres d'un groupe passent ensemble de table en table, sauf les personnes "mémoires" des tables qui restent fixent et présentent l'état des discussions et propositions précédentes aux nouveaux arrivants de sa table. Les discussions sont ainsi approfondies (pollinisées) par l'apport des nouveaux arrivants qui poursuivent le débat.

Etape 3 : La restitution en plénière

Une fois le temps écoulé, les participants reviennent en plénière et les rapporteurs restituent une synthèse des discussions de leurs tables. Cette restitution peut être filmée, pour garder une trace des échanges. Si besoin, une dernière phase d'interaction en grand groupe peut être utile, avant la conclusion de l'atelier-cabaret.

▶▶ Après

Un compte-rendu sous forme de synthèse est envoyé à l'ensemble des participants, reprenant en détail les travaux des tables ainsi que les (vidéos des) restitutions et discussions en plénière. Prévoir d'envoyer aussi des photos de l'événement.

Conseils d'animation

- Préparer la salle en amont : plus l'ambiance est conviviale, meilleur sera l'effet sur les participants.
- Bien définir les rôles de chacun aux tables avant de commencer les discussions : facilitateur, rapporteur, maître du temps, intervenants, mémoire de la table (World Café), etc. - Ces rôles peuvent être joués par des participants qui se répartissent des "cartes rôles".
- Essayer de répartir les participants en sous-groupes équitables pour éviter les déséquilibres.
- Prendre en compte dans l'animation les articulations entre plénières et sous-groupes.
- Prévoir un maître du temps général

Les +

Le travail en sous-groupe facilite l'intelligence collective et la créativité, Permet une prise de parole simplifiée dans les petits groupes, Facilement adaptable et flexible dans l'animation.

Les -

Besoin d'un nombre suffisant de participants, Le rôle de "mémoire de la table" (World Café) est stratégique et doit être confié à des personnes suffisamment à l'aise.

Débat mouvant



Difficulté
Très facile



Durée
10 minutes - 2h



Coût
Très faible (peut se faire en extérieur, avec un animateur amateur)



Nb de participants
4 - 200



Échelle de participation
Consultation



Matériel
X

Définition

Le débat mouvant est une technique d'animation de groupe permettant de débattre "avec les pieds", c'est à dire en se déplaçant, sans forcément utiliser la parole. Les participants sont invités à se positionner physiquement vis à vis d'une affirmation clivante, avant de prendre la parole pour expliquer leur position ...et de se déplacer pour montrer l'évolution potentielle de leur opinion à l'écoute des arguments des autres participants.

Objectifs

- Engager un débat de manière innovante et dynamique
- Briser la glace avant un atelier, en commençant à traiter du sujet
- Encourager la prise de parole de participants "timides"
- Faciliter des prises de positions claires au sein d'un groupe
- Faire prendre conscience au groupe que tout le monde n'est pas d'accord
- Confronter des avis divergents
- Prendre conscience du poids et de la portée d'un argument

Sources

www.scoplepave.org/pour-discuter

Guide méthodologique département Loire Atlantique

www.loire-atlantique.fr/jcms/tout-savoir-sur-le-departement/participation-citoyenne-fr-p2_1029713

www.outils-reseaux.org/DebatMouvant



Déroulé précis

◀ Avant

La préparation d'un débat mouvant consiste principalement à imaginer des "affirmations clivantes" à soumettre aux participants. Il ne s'agit pas de questions mais bien d'affirmations qui vont permettre aux participants de se positionner sur une ligne "d'accord / pas d'accord" avec cette affirmation.

▶ Pendant

Etape 1 :

L'animateur divise l'espace en deux, d'un côté le camp des "pour" ou "d'accord", de l'autre les "contre" ou "pas d'accord". Il est possible de tracer une ligne au sol et/ou de matérialiser les zones sur les murs d'une salle (par exemple : le mur Sud = d'accord / le mur Nord = pas d'accord). L'animateur énonce à voix haute (ou dans le micro) une affirmation clivante puis invite les participants à se positionner selon leur opinion. Les participants peuvent graduer leur positionnement mais il leur est interdit de se positionner au milieu, dans le "50/50" (la rivière du doute). L'animateur interroge à tour de rôle chaque camp pour qu'il explique sa position. On attend ici un jeu de réponses argumentées pour nourrir le débat et permettre une multiplication de points de vues. Il est possible de noter les différents arguments pour/contre sur un tableau. Lors de l'argumentation d'un participant, les autres participants sont invités à se rapprocher de lui s'ils sont d'accord et à s'éloigner s'ils ne sont pas d'accord (ce qui permet de montrer le poids et l'impact d'un argument).

Etape 2 :

Une fois qu'un bon nombre d'arguments ont été échangés, passer à une autre affirmation clivante. Il est possible de préparer un grand nombre d'affirmations clivantes et de passer plus ou moins de temps sur l'échange d'arguments (par exemple pour ne débattre que des affirmations qui créent du dissensus).

Conseils d'animation

- Choisir une affirmation la plus simple et la plus clivante possible pour permettre un positionnement clair des participants.
- Commencer par une affirmation légère ou drôle, pour vérifier que tout le monde a compris le fonctionnement et la règle du jeu.
- Tester les affirmations au préalable auprès de votre entourage : attention aux concepts flous, mots valises et possibles erreurs d'interprétation.
- Veillez à bien répartir la parole, il ne faut pas tomber dans une joute verbale entre quelques participants particulièrement à l'aise à l'oral.
- Pensez à enregistrer ou filmer le débat mouvant

Variantes possibles

- Si un grand nombre de participants est indécis et n'arrive pas à prendre position sur l'affirmation, l'animateur peut adapter l'animation du débat mouvant en ouvrant aux participants la possibilité de s'installer dans la « rivière du doute ». Les indécis se positionnent au milieu de l'espace entre les deux camps. Ces derniers sont chargés de convaincre les occupants de la rivière du doute de rejoindre leur camp en déroulant leurs argumentaires.
- Il est possible de matérialiser plusieurs zones dans un espace, par exemple pour évaluer et discuter une proposition : réaliste - pas réaliste / facile - difficile / coûteux - peu coûteux / etc. (possibilité de proposer aux participants de se placer en fonction de 2 axes).

Les +

Dynamise un débat : parfait pour entrer dans un sujet.

Favorise une participation de tous (même ceux qui ne sont pas à l'aise à l'oral).

Gratuit et facile à mettre en place.

Animation ludique qui peut se pratiquer en intérieur et en extérieur.

Les -

Risque de polariser un débat : un camp contre un autre.

La configuration debout empêche des prises de paroles longues et des développements d'arguments trop complexes.

Ne pousse pas à des contributions positives ou à des idées constructives.

Brainstorming citoyen



Difficulté
Facile



Durée
20 minutes jusqu'à 2h



Coût
Faible (surtout l'animation)



Nb de participants
5 - 100



Échelle de participation
Consultation



Matériels
post-it

Définition

Le brainstorming citoyen est une technique de résolution créative de problèmes et de création de projets basée sur l'échange ouvert d'idées dans une atmosphère créative.

Objectifs

- Trouver de nouvelles idées, renforcer la créativité du Conseil de Quartier
- Monter un projet
- Trouver des solutions aux problèmes rencontrés par le Conseil de Quartier



Déroulé précis

◀ Avant

Définir l'objectif du brainstorming : S'agit t-il de monter un nouveau projet, de discuter des règles de fonctionnement du Conseil de Quartier, de proposer un projet au Budget Participatif ? Le sujet retenu doit être clair et ouvert. Préparer le matériel : post-its, feutres, grandes feuilles de papier. Prévoir un ou plusieurs animateurs. Ils seront chargés d'organiser les idées et de veiller au déroulement serein de la discussion.

▶ Pendant

Etape 1 :

L'animateur accueille les participants et énonce les règles du brainstorming (bienveillance, écoute, égalité des temps de parole, créativité). Il énonce la question faisant l'objet du brainstorming et distribue des post-its et des feutres à chaque participant.

Etape 2 :

Les participants font la liste des problèmes liés à la question de départ pendant 10 minutes en notant une idée par post-it. Les post-its sont affichés et triés par l'animateur selon la thématique abordée sur une grande feuille visible de tous.

Etape 3 :

Les participants listent des solutions ou des idées pour répondre à la question. L'animateur procède au même exercice.

Etape 4 :

Le groupe creuse les quelques grandes idées se dégageant des post-its puis choisit celle sur laquelle il souhaite travailler pour la transformer en solution/en projet.

▶▶ Après

Cette méthode de brainstorming peut être utilisée pour choisir un projet mais aussi à chaque étape de sa réalisation pour surmonter les problèmes ou le manque d'inspiration.

Conseils d'animation

- Éviter l'accaparement de la parole, par exemple avec un bâton de parole ou en désignant un maître du temps
- Créer une ambiance propice à la créativité en demandant aux participants de ne pas s'auto-censurer :
- toutes les idées, même farfelues, sont les bienvenues.

Variantes possibles

- Si le nombre de participants est important, le groupe peut être divisé en petits groupes. Dans ce cas, les solutions/projets feront l'objet d'une restitution en plénière.

Les +

permet une émergence d'idée
permet de démarrer une réunion
permet de récolter des pistes d'actions

Les -

Risque d'entrer dans le débat directement et non de recueillir des idées

Organiser une fête de quartier



Difficulté
Facile



Durée
Régulier



Coût
Faible
(principalement le matériel, le buffet et les boissons)



Nb de participants
Le quartier



Échelle de participation
Information



Matériel
X

Définition

Lorsqu'arrive le printemps, de nombreux Conseils de Quartier sortent sur la rue à la rencontre des habitants autour d'animations conviviales. Pourquoi pas vous ?

Objectifs

- Animer le quartier de manière conviviale
- Aller à la rencontre des habitants et leur proposer de participer au conseil de quartier
- Mettre en valeur les réalisations du Conseil de Quartier
- Tisser des liens avec les autres acteurs du territoire



Déroulé précis

◀ Avant

Le Conseil de Quartier propose et vote en réunion plénière le principe d'organiser une fête de quartier. Les conseillers de quartier réfléchissent à la date, aux animations (ateliers, fanfare, exposition, buffet...) et aux acteurs du quartier à mobiliser. Un brainstorming citoyen ou un world café sont de bons outils pour construire le projet (se référer aux fiches dédiées). Un budget est voté.

Le coordinateur de Conseil de Quartier se tient à sa disposition pour préciser le budget, demander les devis nécessaires, lister les questions logistiques et faire une demande d'occupation de l'espace public au minimum deux mois avant l'évènement.

Le Conseil de Quartier, aidé du coordinateur du Conseil de Quartier, prévoit une communication autour de l'évènement. Des affiches et flyers peuvent être réalisés par le service de communication de la mairie d'arrondissement puis distribués sur le marché et dans les boîtes à lettres du quartier. Le Conseil de Quartier peut aussi communiquer sur les réseaux sociaux, sur son site et sur le site de la mairie d'arrondissement.

Le Conseil de Quartier invite les élus et les associations du quartier à se joindre à l'évènement.

▶ Pendant

Les conseillers de quartier volontaires et leur coordinateurs réceptionnent le matériel prêté par la mairie (chaises, tables, barnum...) et organisent l'espace. Il est conseillé de prévoir ceci quelques heures avant l'heure de début de l'évènement. Les conseillers de quartier accueillent les visiteurs en les informant sur les activités du Conseil de Quartier et en les encourageant à le rejoindre en invitant à la prochaine réunion plénière.

▶▶ Après

Le Conseil de Quartier remercie les derniers visiteurs présents et les partenaires. Le matériel est rangé en veillant à laisser l'espace public propre. Le coordinateur de Conseil de Quartier établit le service fait pour les prestations réalisées avec le service des finances de la mairie d'arrondissement.

Conseils d'animation

- Prévoir une sonorisation de l'évènement pour permettre d'éventuelles prises de paroles
- Prévoir de distribuer de la documentation sur le Conseil de Quartier

Les +

Visibilité du Conseil de Quartier
Recrutement de nouveaux conseillers de quartier

Les -

Dépend de la météo

Végétaliser son Quartier



Difficulté
Moyenne



Durée
Régulier



Coût
Faible



Nb de participants
3-20



Échelle de participation
Co-construction



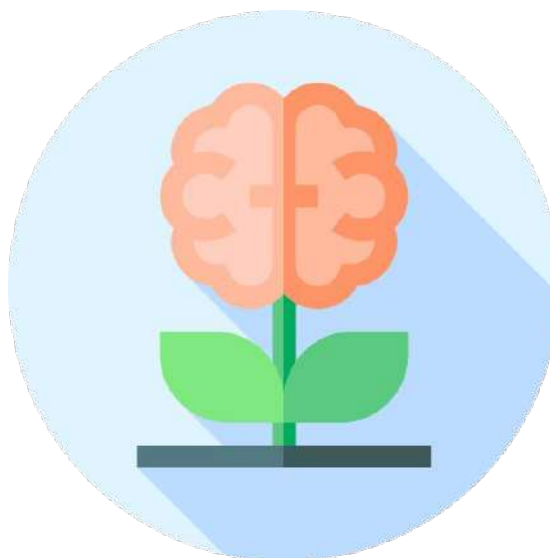
Matériel
X

Définition

Vous souhaitez végétaliser un espace situé sur la voie publique à Paris, comment faire ? Ce n'est pas très compliqué, mais il faut malgré tout respecter quelques étapes afin que le projet aboutisse et dure dans le temps.

Objectifs

- Augmenter la part de végétal en ville et offrir une respiration supplémentaire aux passants
- Rendre la ville plus « belle » et agréable
- Répondre à des problématiques d'occupations néfastes de l'espace public et à des nuisances : scooters garés sur le trottoir, encombrants régulièrement jetés à un endroit, « coin à pipi », etc.
- Créer du lien entre riverains autour d'un projet commun, créer de la convivialité, du partage et de la rencontre



Déroulé précis

◀ Avant

Le Conseil de Quartier constitue un groupe « projet de végétalisation » autour de constats et d'objectifs communs. Les conseillers de quartier volontaires pour suivre le projet de végétalisation se regroupent. Végétaliser un endroit implique d'entretenir cette végétalisation dans le temps, il est donc nécessaire de s'assurer la participation régulière de plusieurs personnes car ce ne sont pas les services de la Ville qui s'occupent d'entretenir la végétalisation installée par des habitants, mais bien les habitants eux-mêmes.

Le Conseil de Quartier repère le lieu et décrit, en quelques lignes, la raison pour laquelle il faudrait végétaliser cet endroit : constats, objectifs, type de végétalisation souhaitée.

Il faut ensuite se mettre en relation avec la Mairie d'arrondissement, par exemple l'élu chargé des espaces verts, afin de l'informer de vos intentions. Le coordinateur de Conseil de Quartier aide à faire le lien. La mairie d'arrondissement informe le Conseil de Quartier sur d'éventuels projets déjà prévus à cet endroit.

Demandez un permis de végétaliser. La demande se fait en ligne : vous obtiendrez une réponse dans un délai d'un mois sur l'autorisation qui vous est accordée par les services de la Ville de Paris. Le permis est valable trois ans et un « kit de plantation » peut vous être fourni.

▶ Pendant

Si les Conseils de Quartier ne disposent pas de matériel de jardinage, il est possible de vous tourner vers la Mairie d'arrondissement : dans le cadre du projet « Cultiver en ville », lauréat du Budget participatif en 2015, la Ville de Paris a mis des kits de jardinage à disposition des habitants porteurs de permis de végétaliser et des associations de jardins partagés. Les modalités de gestion de ces kits varient selon l'arrondissement.

Il est aussi possible de se tourner vers des entreprises et associations spécialisées qui pourront proposer le matériel et si besoin les plantes adéquates. Le coordinateur de Conseil de Quartier et les services de la mairie demandent alors un devis et accompagnent le Conseil de Quartier sur le financement du projet.

▶▶ Après

Organisez une inauguration de la végétalisation, l'occasion pour les riverains de se rencontrer et de passer un moment convivial ensemble.

Élargissez le « groupe projet » initial à un nombre plus important de riverains qui pourront entretenir la végétalisation dans le temps.

Mener des projets

Les conseils des Quartier mènent plusieurs projets. L'idée est d'adopter une organisation qui permettent un fonctionnement dit "en mode projet" c'est-à-dire en constituant des équipes pour gérer les différents projets du Conseil de Quartier.

Les équipes sont constituées en fonction des compétences et envies de chacun. Bien identifier les compétences nécessaires pour chacun des projets permet également de communiquer sur les besoins auprès des membres du Conseil de Quartier, auprès des citoyens, auprès des partenaires et facilite l'implication des uns et des autres. Pour certains projets on pourra également identifier la nécessité d'être accompagné par le coordinateur de quartier et le besoin de faire appel à des compétences externes via un prestataire spécialisé. C'est un des moyens d'étoffer les équipes sur des projets ciblés et permet d'éviter l'essoufflement de ceux qui sont déjà très investis.

Ces équipes organisent ensuite la conduite et le suivi du projet en utilisant des outils de gestion de projet avec des objectifs précis à atteindre avant de définir un retroplanning des tâches à effectuer. La répartition claire des rôles entre les membre de l'équipe projet permet d'éviter la dispersion des efforts. La gestion de projet rend le Conseil de Quartier plus efficace et apporte des résultats encourageants pour tous ce qui permet au groupe de rentrer dans un cercle vertueux et de voir la motivation et la satisfaction des personnes impliquées à la hausse.

Les fondamentaux pour une gestion de projet réussie

- Identifier clairement les besoins en amont du lancement du projet : compétences, temps, partenariats.
- Etablir une fiche projet qui reprend les objectifs, les compétences requises et une estimation du temps à passer.
- Communiquer largement auprès des citoyens et partenaires pour leur proposer de s'investir sur la base d'éléments concrets (compétences, temps).
- Rendre accessible à tous le suivi de l'avancement du projet.

Mode projet et mode labo



Difficulté
Intermédiaire
 Demande formation, changement de pratiques et acculturation



Durée
Régulier



Coût
Faible
 Mais chronophage



Nb de participants
15 max. dans une équipe projet



Échelle de participation
Co-construction



Matériel
- Outils numériques de gestion de projet
- Matériel pour bricoler et prototyper

Définition

Le mode projet est un mode d'organisation collaborative qui permet à un groupe de fonctionner de manière horizontale. Il permet d'éviter les barrières hiérarchiques ou silos thématiques pour apporter plus de fluidité dans la poursuite d'un objectif collectif bien défini. Chaque membre du projet connaît son rôle et ses responsabilités.

Le mode labo consiste à suivre une logique d'essai-erreur, à partir très vite "sur le terrain" pour prototyper et expérimenter. C'est la pratique et le test qui nourrissent alors le projet, plutôt que la planification à outrance.

Objectifs

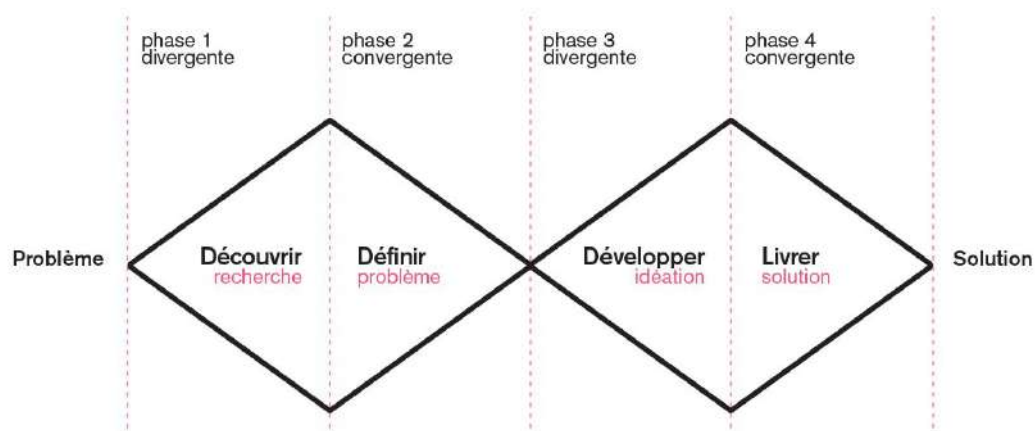
- Être efficace et réactif pour atteindre un objectif
- Permettre des formes d'engagements ponctuels
- Gagner du temps
- Bien s'organiser
- S'adapter et être agile
- Être dans l'action très rapidement
- Commencer petit et améliorer en continu

Sources

Ouvrage : "[La gestion de projet pour les nuls](#)"

Ressources en ligne du labo de **La 27ème Région** :
www.la27eregion.fr/la-27e-region-en-100-ressources/

Vidéo : "[La gestion de projet en 2 min](#)"



Déroulé précis

◀ Avant

Etape 1 : Définir un objectif clair et atteignable dans un temps donné

À l'inverse d'une commission ou d'un comité thématique, un projet a une finalité claire, définie dans le temps. Décrivez le plus précisément possible l'objectif général du projet, décliné en sous-objectifs décrits sous forme de résultats à atteindre. Placez ces résultats prévisionnels dans un calendrier en fixant des échéances pour chacun.

Etape 2 : Désigner les rôles, la gouvernance et les ressources de l'équipe projet

Un projet doit être animé par un coordinateur qui porte la responsabilité de l'avancée globale du projet. Autour de cette personne référente, d'autres rôles peuvent être définis (experts techniques, thématiques ou géographiques, rôles de documentation et de diffusion de l'information, etc.) - Au début du projet, définissez avec précision les ressources (humaines, matérielles et financières) nécessaires au projet et celles que vous avez à votre disposition. Définissez aussi la manière dont les décisions sont prises (le coordinateur n'est pas un décideur : il facilite et rend possible les meilleures prises de décisions partagées) - Voir la fiche "prises de décisions par consentement". Enfin, partagez et formez-vous à des outils de communication et de gestion de projet communs (par exemple : Framateam, Discord, Whatsapp pour communiquer / Trello, Kanboard, Tracim pour gérer et suivre des tâches / Nextcloud, Owncloud, Dropbox, Drive pour partager des fichiers...)

Etape 3 : Planifiez et budgétez ...mais pas trop !

En "mode projet", vous serez tentés de définir un calendrier de toutes les actions à mener, avec un budget prévisionnel très précis. Attention à ne pas perdre de temps à vouloir "tout prévoir" et à ne pas vous enfermer dans un plan d'actions trop restreint. Pour être efficace tout en restant agile et créatif, prévoyez plutôt des grandes phases et une régularité de rendez-vous (par exemple : "point d'information tous les lundis du mois") sans essayer de détailler le contenu de chacun des temps. Gardez les marges nécessaires pour intégrer l'imprévu, adapter le projet aux premiers retours d'expérience des tests et prototypages terrain. C'est en se trompant qu'on avance le plus vite, par succession d'essais-erreurs.

=> Pour aller plus loin, voir les concepts de "méthodes agiles", de "lean management" et de "design thinking".

▶ Pendant

Etape 1 : Allez sur le terrain au plus vite - immersion et test

En "mode labo", l'essentiel est de "commencer petit" en partant très vite sur le terrain pour observer des usages, vivre la même expérience que vos utilisateurs types et très vite tester des solutions, quitte à ce qu'elles soient bricolées. Tant pis si vous n'avez pas encore tous les bons outils ou que vous ne vous sentez pas à 100% prêts !

Etape 2 : Tirer des enseignements avant de retourner sur le terrain

Après une sortie terrain, il convient de tirer des enseignements et de mettre en place des solutions très concrètes pour améliorer ce que vous avez testé. Très vite, retournez sur le terrain pour valider et améliorer ces solutions. Ainsi, par une série d'allers-retours sur le terrain, vous améliorerez en continu et de manière incrémentale votre projet.

▶▶ Après

À la fin d'un projet (voir même tout au long de ce projet), n'hésitez pas à raconter les différentes étapes par lesquelles vous êtes passées, à produire une documentation accessible et à tirer des enseignements partagés avec tous les acteurs du projet.

Conseils d'animation

- N'hésitez pas à vous inspirer d'outils et de méthodes du monde des entreprises innovantes, de la créativité et du design : appliqués et adaptés à des projets citoyens, ils peuvent être très efficaces !
- Appuyez-vous sur des bénévoles et bonnes volontés en proposant une série de micro-tâches faciles et rapides à réaliser.

Les +

Peut démultiplier considérablement l'impact et les actions d'une petite équipe et professionnaliser ses actions

Les -

Souvent compliqué à mettre en place dans des groupes très éloignés de ces pratiques (institutions bureaucratiques, groupes citoyens très informels, etc.)

S'associer à plusieurs acteurs autour d'un projet



Difficulté
Moyenne



Durée
Régulier



Coût
Nul



Nb de participants
5 - 1000



Échelle de participation
Co-construction



Matériels
X

Définition

Un projet peut nécessiter l'implication d'une multitude d'acteurs pour se réaliser ou atteindre une autre échelle. Des coopérations entre Conseils de Quartier, des liens avec des associations et les commerces du quartier sont alors à bâtir.

Objectifs

- Créer des projets de meilleure qualité
- Mieux ancrer son projet dans le quartier
- Obtenir des financements complémentaires
- Tisser des liens avec les autres acteurs du territoire



Déroulé précis

◀ Avant

La réalisation d'une cartographie d'acteurs du territoire reliés au projet est intéressante (se référer à la fiche dédiée). Un appel à idées ouvert, posté sur les réseaux sociaux ou dans le journal d'arrondissement peut également permettre de faire venir de nouveaux acteurs intéressés par le projet. Le Conseil de Quartier prépare des éléments de langage et éventuellement des documents de communication (flyer) pour expliquer son projet de la manière la plus claire et attractive possible auprès des acteurs qu'il souhaite mobiliser. Un questionnaire peut être adressé à chacun d'eux pour relever les idées et les modalités possibles pour s'associer au projet (participation à une réunion, mise à disposition de locaux, participation financière, réalisation commune...).

▶ Pendant

Etape 1 :

A l'aide de la cartographie d'acteurs, le Conseil de Quartier contacte les autres Conseils de Quartier, les associations, les habitants, les institutions ou les entreprises qui l'intéressent et leur expose le projet à l'aide des éléments de langage définis. C'est aussi le moment de noter les contraintes, envies et développements nouveaux du projet éventuellement proposés par le partenaire.

Etape 2 :

Un brainstorming citoyen, un world-café ou une marche exploratoire (se référer aux fiches dédiées) peuvent être organisés avec les partenaires pour préciser le projet avant sa mise en œuvre concrète. A chaque étape de la réalisation, un compte-rendu est réalisé à l'attention des partenaires et de tous les membres du Conseil de Quartier. Les partenaires sont invités à parler du projet en réunion plénière.

▶▶ Après

Une inauguration ou un moment convivial peuvent être organisés avec tous les partenaires à la fin du projet. Le Conseil de Quartier entretient le contact avec ses partenaires pour les mobiliser de nouveau à l'occasion d'un futur projet.

Conseils d'animation

- Toujours veiller à prendre en compte les contraintes de tous les acteurs et à caler un rythme qui convienne à tous, avec des rendez-vous réguliers suivis de compte-rendus.
- Valoriser l'apport des partenaires tout au long du processus, par exemple en communiquant à plusieurs sur la réalisation.

Les +

Projets à plus grand impact
Liens durables avec les acteurs locaux

Les -

Temps de réalisation de projet possiblement plus long

Marche exploratoire



Difficulté
Facile



Durée
de 1h à 3h environ



Coût
Faible (Coût de l'animation / potentiellement des tablettes)



Nb de participants
5 - 30



Échelle de participation
**Information
/Consultation
/Concertation**



Matériel
x

Définition e

La marche exploratoire est une démarche participative qui permet l'observation d'un territoire durant une sortie sur le terrain. Les participants sont alors amenés à croiser leurs points de vues directement sur le terrain, ce qui permet d'en définir les atouts/faiblesses, besoins/satisfactions, enjeux/problèmes, qui sont alors répertoriés, cartographiés et débattus.

Objectifs

- Recueillir l'expertise d'utilisateurs
- Réaliser des diagnostics territoriaux
- Partager des informations et des constats
- Lancer des projets d'aménagement du territoire
- Trouver des idées depuis l'espace public



Sources

fr.wikipedia.org/wiki/Marches_exploratoires

Rapport :

www.ville.gouv.fr/IMG/pdf/sgc_iv-guidemarcheexploratoire.pdf

Déroulé précis

◀ Avant

Pour préparer une marche exploratoire, il est important de définir des objectifs précis et territorialisés, ainsi que plusieurs questions en lien avec la thématique pour relancer les participants. Repérez un parcours pour diriger les participants vers les espaces importants (il faut néanmoins rester souple sur d'éventuelles demandes des participants pour aller sur un lieu non prévu, à proximité). Répartissez les rôles : plusieurs scribes/rapporteurs doivent pouvoir prendre des notes au fil de la marche.

▶ Pendant

Etape 1 : La marche

Pendant la marche, des débats s'engagent entre les participants sur le territoire et ses enjeux. Les participants croisent leurs idées et points de vue sur leur quartier, ceux-ci sont pris en note par les organisateurs. Les points de tensions et/ou de satisfactions du territoire peuvent être cartographiés afin de les localiser précisément. Des points de fixations prédéfinis peuvent permettre aux participants de donner leur avis en faisant un arrêt dans la marche.

Etape 2 : Le debriefing

Une fois la marche exploratoire terminée il est important de faire un débriefing, les organisateurs peuvent également faire une synthèse orale des discussions de la marche.

▶▶ Après

Une synthèse écrite peut être envoyée aux participants, penser à prendre des photos durant la marche pour la synthèse.

Conseils d'animation

- Prévoir un parcours court et adaptable aux participants (personnes âgées, personnes à mobilité réduite...)
- Rester souple sur le tracé : il faut faire avec les envies des participants.
- Cartographier les remarques des participants en direct
- Lors de pauses, combiner la marche à d'autres animations créatives (comme le débat mouvant)
- Associer la démarche à des dispositifs numériques : cartographie participative en ligne ; application type "7 milliards d'urbanistes", carticipa, vidéo-live de tout ou partie de la marche, etc.
- Prévoir une solution et une animation de repli en cas d'intempérie

Les +

Permet un diagnostic précis, in situ.
Permet de confronter différentes visions d'un territoire.
Animation ludique, conviviale, qui crée du lien entre participants
S'associe parfaitement à des processus d'idéation et de créativité

Les -

Convient surtout pour les projets concernant l'urbanisme et/ou l'aménagement
Dépend de la météo

Le Budget des Conseils de Quartiers



Difficulté



Durée
Annuel



Montant des budgets
3.306€ Fonctionnement
8.264€ Investissement



Nb de participants



Échelle de participation



Matériel

Définition

Le budget dédié aux Conseils de Quartier est inscrit à l'état spécial d'arrondissement (budget de la mairie d'arrondissement). Il est composé pour chaque Conseil de Quartier d'un budget annuel de fonctionnement d'un montant de 3 306 euros et d'un budget d'investissement d'un montant de 8 264 euros.

Budget de fonctionnement

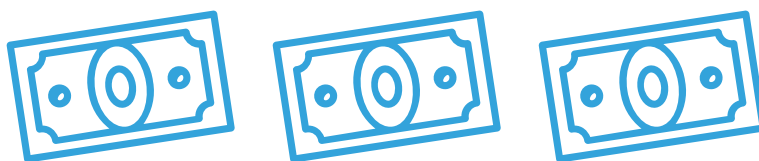
Le budget de fonctionnement permet d'acquérir des biens consommables. Il sert à la communication, l'animation et au fonctionnement des Conseils de Quartier. Par exemple :

- L'envoi du courrier aux membres des Conseils de Quartier, les photocopies, l'achat de fournitures de bureau, - les frais d'impression, - la location de matériel (chaises, tables, sonorisation...),
- L'alimentation et les boissons pour un repas de quartier,
- Prestations artistiques ou associatives (fanfares, achat de peinture pour du street-art...)

Budget d'investissement

Le budget d'investissement permet d'acquérir des biens qui revêtent un caractère durable, c'est à dire des biens amortissables, du mobilier urbain, des aménagements de voirie, du matériel... Par exemple :

- Travaux sur la voirie (jardinières, mobilier urbain...),
- Travaux et aménagements dans des espaces verts,
- Achat de matériel pour des équipements de proximité (matériel informatique, tables de ping-pong, sonorisation).



Déroulé précis

◀ Avant / Règles de fonctionnement

Les dépenses sont votées en réunion plénière et répondent aux obligations de la commande publique.

Si le budget n'est pas dépensé, le Conseil de Quartier peut demander un report sur trois ans au conseil d'arrondissement. Ce report est demandé lors du vote du budget supplémentaire par le conseil d'arrondissement en juin.

La Mairie d'arrondissement peut abonder le budget d'un projet grâce à la dotation d'investissement de la mairie.

▶ Pendant

Etape 1 :

Les membres du Conseil de Quartier formulent et proposent un projet en Réunion plénière du Conseil de Quartier.

Etape 2 :

Le coordinateur de Conseil de Quartier et les services de la mairie d'arrondissement font ensuite faire des devis et font valider la meilleure proposition. Les services financiers de la mairie d'arrondissement établissent un bon de commande au prestataire. Le plus souvent, suivant les règles de la comptabilité publique, les demandes sont faites via les marchés existants de la Ville de Paris.

Etape 3 :

Le prestataire réalise la prestation en lien avec la Mairie d'arrondissement et le Conseil de Quartier. L'arrondissement règle la facture sous 30 jours une fois le service réalisé.

A noter :

A partir de 4000 euros une mise en concurrence entre plusieurs prestataires devra avoir lieu. Au-delà de 25,000 euros, la Ville de Paris devra passer par un marché public. Ces règles budgétaires peuvent avoir un impact sur le délai de la commande et de la réalisation.

Conseils d'animation

- Le coordinateur de Conseil de Quartier se tient à la disposition du Conseil de Quartier pour répondre à toutes les questions sur le budget et permettre une communication fluide avec les services de la mairie d'arrondissement. N'hésitez pas à faire appel à lui.
- Afin de financer de gros projets avec un intérêt dépassant le quartier (exemple : aménagement de voirie), il est possible de s'associer à un Conseil de Quartier voisin pour mettre en commun les budgets.
- D'autres acteurs du quartier peuvent participer au financement de projets. Le Conseil de Quartier peut se rapprocher d'associations et de commerces pour envisager des co-financements.

Utiliser le budget participatif



Difficulté
Moyenne



Durée
Régulier sur une année



Coût
Nul



Nb de participants
Infinie



Échelle de participation
Information / concertation / Co-construction



Matériels
X

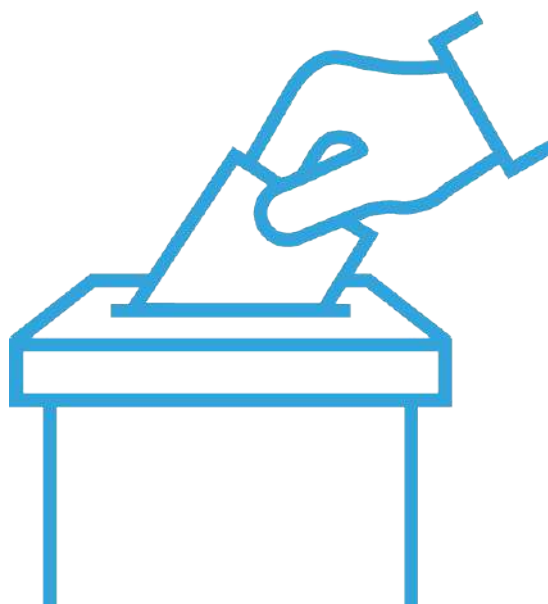
Définition

Créé en 2014, le Budget participatif parisien permet à tous les Parisien.e.s de se prononcer, chaque année, sur l'affectation de 100 millions d'euros

Tout Parisien peut déposer un projet au Budget participatif. Il n'y a aucune condition d'âge ou de nationalité, il suffit de posséder un compte Paris.fr, dont la création est libre et gratuite. Ce compte servira par la suite de tableau de bord pour suivre la vie des projets. Le dépôt s'effectue exclusivement en ligne, sur le site du budget participatif. Les Conseils de Quartier peuvent donc se saisir de cette opportunité pour mener de nouveaux projets.

Objectifs

- Il permet la réalisation de projets directement imaginés et votés par les Parisiens, dans les domaines de leur choix et relevant des compétences municipales.
- Le budget participatif est un outil s'ajoutant au budget en propre des Conseils de Quartier pour mener des projets nouveaux et créer du lien avec les habitants.



Déroulé précis

◀ Avant

En réunion plénière ou en groupes de travail, le Conseil de Quartier peut réfléchir aux projets utiles pour le quartier. Ces projets doivent remplir trois critères : satisfaire un motif d'intérêt général, entrer dans le champ de compétence de la Ville de Paris, et représenter une dépense d'investissement.

▶ Pendant

Etape 1 :

Le dépôt des projets sur le site s'effectue en janvier. Les projets peuvent être déposés au nom du Conseil de Quartier qui renseigne un descriptif et le lieu souhaité. En février, les projets sont tous examinés par la Ville de Paris pour déterminer, dans un premier temps, s'ils sont recevables et dans un second temps, s'ils sont faisables techniquement et à quel coût.

Etape 2 :

Une fois achevées les études recevabilité et de faisabilité des projets, la Ville regroupe ou propose la co-construction de projets qui se complètent ou se ressemblent. Après consultation de commissions publiques tenues dans les Mairies d'arrondissement et à l'Hôtel de Ville.

Etape 3 :

Pour être réalisé, un projet doit être voté. Deux possibilités pour voter : par voie numérique sur le site du Budget participatif ou par bulletin papier dans l'une des urnes réparties partout dans Paris. Le Conseil de Quartier fait campagne sur ses projets grâce à un kit de communication mis à disposition par la Ville de Paris. Affiches, réunions publiques, rencontres avec les habitants sur le marché, l'espace public, la sortie des écoles... tous les moyens sont bons pour rassembler autour des projets du Conseil de Quartier.

▶▶ Après

De la phase d'étude à la réalisation du projet, c'est la Mairie de Paris qui assure le rôle de chef d'orchestre. À ce stade, la proposition du Conseil de Quartier devient un projet porté par la Ville. Ce projet est désormais inscrit dans le programme de travaux de la Ville de Paris aux côtés de tous les autres chantiers portés par la Mairie.

Conseils d'animation

- Organiser des réunions publiques et des commissions thématiques sur les propositions que le Conseil de Quartier aimerait porter dans le cadre du budget participatif

Les +

Diversification des acteurs impliqués dans le Conseil de Quartier
Renforcement du lien avec les acteurs du quartier, même sans participation de leur part
Nouveaux projets potentiels»

Les -

Temps consacré potentiellement important

Communiquer

Une stratégie de communication efficace prévoit d'adapter les messages et les outils aux publics ciblés. Ce chapitre s'inscrit dans la continuité du chapitre "mobiliser" et selon les projets il conviendra de prévoir des ajustements afin d'avoir une mobilisation la plus impactante possible.

A qui s'adresse-t-on ?

Repérer des acteurs qui vont vous aider à mobiliser est une des clés de voûte de la communication. Pour cela il faudra identifier vos cibles et vos relais en vous appuyant sur la cartographie d'acteurs (cf. fiche n°1). Grâce à cette dernière vous pourrez préciser votre public cible (les jeunes, les habitants d'un territoire, les usagers d'un service etc.), puis les acteurs relais qui vont vous aider à atteindre ces cibles.

Quels messages faire passer ?

Cela peut paraître évident mais il faut penser à bien préciser les temporalités du projet (horaire et date des événements...) l'échelle territoriale où le projet a lieu (quartier, ville, département, région etc.) et la thématique principale de façon compréhensible pour tous.

Les acteurs relais se mobiliseront plus activement si la thématique du projet a du sens pour eux, ou un intérêt direct et surtout s'ils ont une réelle capacité à agir sur le projet. Il faut donc clairement faire apparaître les objectifs de la démarche participative pour permettre aux personnes relais de comprendre leur rôle et leur intérêt à participer et à relayer.

Il faut également préciser ce que l'on attend de ces relais (mobilisation de public en vue d'événements, soutien d'un projet etc...) et comment ces derniers pourraient vous aider pour la démarche (partage sur les réseaux sociaux, envoi de mail type, soutiens à une campagne de vote etc.)

Les fondamentaux pour une communication réussie

- Utiliser les bons outils et adapter les canaux de communication en fonction des habitudes des publics ciblés.
- Fournir aux personnes ressources qui vont relayer d'information les outils de communication "clés en main" facilement partageables.
- S'appuyer sur les influenceurs pour partager l'information.
- Construire des messages simples, parlant à tout le monde et faisant écho au quotidien des citoyens.

Animation et communication interne



Difficulté

Intermédiaire

*Demande organisation /
préparation / formation*



Durée

Régulier



Coût

Faible

Mais chronophage



Nb de participants

3 - 1.000+



Échelle de participation

Information



Matériel

**Ordinateurs,
tablettes ou
téléphones
connectés**

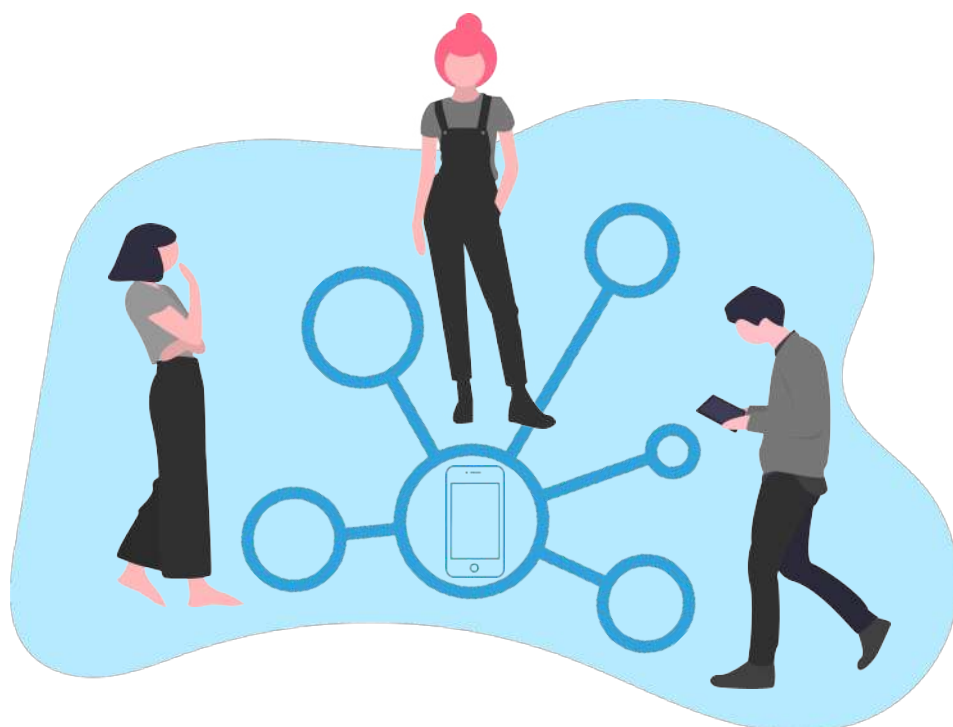
Définition

Dans une instance participative ou une équipe citoyenne comme dans n'importe quel autre groupe humain, la clé de l'efficacité réside dans une bonne communication au sein du groupe.

Voici les bases d'une communication bien établie, bien outillée et bien animée, dans un contexte participatif.

Objectifs

- Permettre à un groupe de fonctionner efficacement et de mener des actions impactantes
- Savoir s'outiller pour partager de l'information de manière transparente
- Inclure rapidement les nouveaux membres d'un groupe



Bonnes pratiques

Définir un rôle d'animation de la communication du groupe

Dans votre instance participative, votre groupe de citoyens ou votre équipe, il est essentiel qu'une personne porte la responsabilité d'une bonne communication au sein du groupe. Cette personne doit s'assurer que tous les membres sont à l'aise avec les outils utilisés. Elle peut proposer (de tester) des nouveaux outils ou de nouvelles méthodes et mini-procédures de communication si besoin. Cette personne doit être assez disponible pour être contactée facilement par différents moyens. C'est elle qui s'assure que les informations passent bien et que la communication est fluide au sein du groupe.

Choisir les outils adaptés à votre groupe

De nombreux outils existent pour communiquer : d'abord la rencontre physique (souvent la plus efficace), les appels téléphoniques, les conférences téléphoniques ([OVH](#)), les visio-conférences ([Skype](#), [Jami](#), [Riot](#)...), les e-mails, les sms, les applications de messageries et/ou d'échanges de groupes ([Whatsapp](#), [Telegram](#), [Framateam](#), [Discord](#), [Signal](#), [Tracim](#), groupes facebook...), sans oublier le courrier postal.

Il n'y a pas d'outil parfait : il vous faudra choisir celui (ou ceux) qui sera le plus adapté à votre groupe et à ce que vous souhaitez faire. Pour vous aider à faire un choix, commencez par questionner votre groupe sur les outils que chacun utilise, sur le taux d'équipement en smartphone, sur le niveau de chacun vis à vis du numérique, le rapport aux géants du numérique et à la protection des données personnelles, etc. puis établissez une liste des besoins du groupe.

Former tous les membres du groupe aux outils de communication

Quels que soient les outils choisis, il est essentiel de proposer des formations et de l'accompagnement aux personnes qui le souhaitent. Vous pouvez aussi créer (ou reprendre) des mini-tutoriels en ligne, partager une "notice" d'utilisation, etc.

Les formations doivent intégrer les éléments de base sur le fonctionnement de chaque outil (comment créer un compte, télécharger l'application, la configurer, retrouver un mot de passe perdu, etc.) mais aussi des éléments plus spécifiques sur les usages spécifiques de votre groupe : partager tel type d'informations à tel endroit, renseigner votre profil de telle manière, etc.

N'hésitez pas à communiquer les numéros de deux ou trois personnes de votre groupe qui peuvent assister les autres en cas de besoin.

Dédier des temps pour questionner et améliorer la communication

La mauvaise communication est très souvent la source de bien des problèmes et pourtant, il est rare de prendre le temps d'échanger sur la manière dont on communique. Que ce soit au début de certains temps collectifs ou sur des réunions dédiées, définissez des moments pour faire le point sur vos outils et méthodes de communication et essayer de les améliorer.

Définir mini-procédures et rituels facilitateurs

Pour bien communiquer, au delà des outils, certaines bonnes pratiques peuvent aider :

- En réunion ou en visio, utiliser des gestes (inspirés de la langue des signes : remuer les mains pour approuver, croiser les bras en l'air pour désapprouver, faire une moulinette pour demander d'accélérer, un T pour demander une pause ou signifier un soucis technique, etc.)
- Faire tourner un bâton de parole.
- Distribuer un rôle de "gardien de la parole équitable" dans des groupes de travail et réunions, qui devra s'assurer que tout le monde prend la parole et que personne ne la monopolise.
- Commencer une réunion par un tour de "météo personnelle" qui consiste à chacun dire dans quelle humeur nous rentrons dans la réunion (brumeux et pas réveillé, serein, énervé, plein d'énergie...)
- Définir un "cadre de sécurité" qui permette une communication respectueuse et non-violente.
- Définir des procédures d'urgence : quelle communication lorsqu'il faut prendre une décision rapide (passer par le sms, l'appel direct des personnes concernées... ?)

Conseils d'animation

- N'hésitez pas à vous inspirer d'autres groupes qui pratiquent déjà des outils et méthodes de communications : demandez leur de venir témoigner devant votre groupe et/ou aller assister à des réunions pour voir comment ce groupe fonctionne.

Les +

Une communication efficace est la base de bon fonctionnement d'un groupe.

Une communication transparente est gage de confiance.

Les -

Il faut prendre le temps de considérer la communication comme un sujet important et parfois changer des habitudes, apprendre le fonctionnement de nouveaux outils...

Kit de communication



Difficulté
Difficile

*Demande organisation /
préparation / formation*



Durée
Régulier



Coût
Faible

Mais chronophage



Nb de participants
Infinie



Échelle de participation
Information



Matériel
X

Définition

Un kit de communication comprend différents éléments facilitant les actions de communication nécessaires à toute mobilisation, que ce soit en amont de réunions publiques, de réunions de groupes de travail participatif ou de démarches d'engagement citoyen.

En donnant tous les éléments aux personnes avec qui vous êtes en contact direct, elles pourront relayer l'information auprès de leurs contacts et se faire les ambassadeurs de votre démarche. Une des façons d'y parvenir est de bien préparer les actions de communication puis de continuer à entretenir le lien avec les personnes qui auront relayé l'information et qui auront participé.

Objectifs

- Faire connaître et donner envie de participer
- Élargir le cercle des relais d'information
- Mobiliser les publics cibles



Déroulé précis

◀ Avant

Etape 1 : Identifier les outils à utiliser

Pour une communication efficace il convient d'utiliser les canaux avec lesquels vos interlocuteur ont l'habitude de communiquer : les mail pour les acteurs institutionnels, les réseaux sociaux pour les influenceurs Certains acteurs utilisent bien sûr plusieurs canaux. Référez vous aux fiches n° 1 et n° 2 avant de passer à l'étape 2.

Etape 2 : Travailler le message à faire passer

Il faut bien préciser les temporalités du projet (horaire et date des événements...) l'échelle territoriale où le projet a lieu (quartier, ville, département, région etc.) et la thématique principale de façon compréhensible pour tous.

Les acteurs relais se mobiliseront plus activement si la thématique du projet a du sens pour eux, ou un intérêt direct et surtout s'ils ont une réelle capacité à agir sur le projet. Il faut donc clairement faire apparaître les objectifs de la démarche participative pour permettre aux personnes relais de comprendre leur rôle et leur intérêt à participer et à relayer.

Il faut également préciser ce que l'on attend de ces relais (mobilisation de public en vue d'événements, soutien d'un projet ect.) et comment ces derniers pourraient vous aider pour la démarche (partage sur les réseaux sociaux, envoi de mail type, soutiens à une campagne de vote etc.)

Etape 3 : Fournir les informations à relayer

Une fois les intérêts communs établis après le contact, il faut outiller les acteurs ressources pour qu'ils puissent mobiliser pour votre démarche. Pour se faire l'idéal est de leur fournir « clé en main » un maximum d'outil de communication. Ces outils de communication seront disponible en pièce jointe d'un mail et en format téléchargeable depuis le site internet : fichier zippé avec les textes, images pour couverture Facebook, Twitter et signature de mail).

Zoom : Préparer un mail type

> Objet : Message court et attractif qui implique le destinataire (Venez participer..., venez donner votre avis..., choisissez le meilleur projet ect..)

Cher tous,

> 1er paragraphe

Pitch de quelques lignes sur les informations pragmatiques du projet (date, lieux, contexte, chiffre clés, information générale)

> 2ème paragraphe

Le message sur la démarche participative du projet

> 3ème paragraphe

Message pour inciter à partager

Exemple « N'hésitez pas à partager l'information pour que le plus grand nombre de personnes puissent participer. (Kit de com téléchargeable ici) »

Zoom : Préparer des posts pour les réseaux sociaux

Post type :

Messages de mobilisation courts à afficher sur les réseaux sociaux (suffisamment court pour être lus et suffisamment complet pour être compréhensible) avec un renvoi vers l'url du site sur lequel on peut participer ou s'inscrire pour un événement. Pour twitter ne pas oublier de mettre un # pour être dans les tendances.

Zoom : Partagez les visuels de communication

Il est important de fournir tous les visuels dans les bons formats* et aux bonnes tailles pour que leurs utilisations soit adéquates

Liste des Images à partager :

- Image sur Facebook
- Image de couverture Facebook (profil et page) et Twitter
- Image d'un événement Facebook
- Image pour signature mail
- Flyer (A5)
- Affiche (A4)

*bons formats à chercher directement sur les sites de Facebook et Twitter

▶ Pendant

Apporter de la documentation sur la démarche de façon à ce que les participants puisse améliorer leur connaissance sur ce que vous faites et aient envie de la partager avec leur entourage.

Conseils d'animation

- Incitez également les participants à en parler autour d'eux, à raconter ce qu'ils ont fait avec vous.
- Enfin, utiliser les réseaux sociaux pour faire des lives et inciter les participants à les partager sur les réseaux sociaux.
- Remerciez les participants et envoyez leur un mail récapitulatif avec un lien vers lesquels retrouvez les lives et les photos de la soirée / réunion / événement, un lien pour en savoir plus sur la démarche et le rappel des suites qui seront données

Parrainage d'acteurs locaux



Difficulté
Moyenne



Durée
Régulier



Coût
Nul



Nb de participants
1 - 100+



Échelle de participation
Information



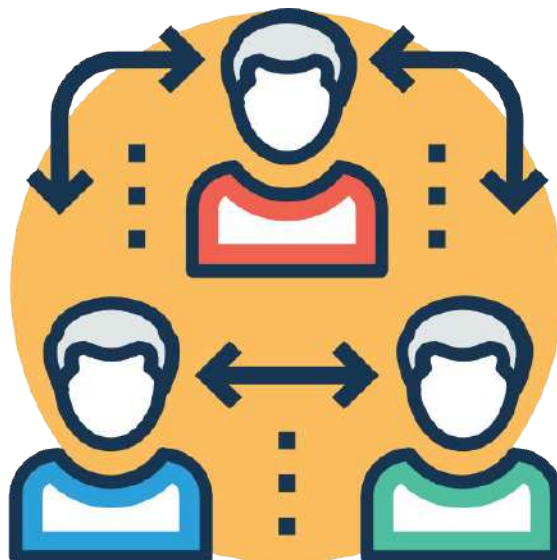
Matériel

Définition

Les associations, commerçants, groupes de citoyens engagés et autres acteurs de proximité sont des acteurs intéressants à associer à une démarche participative. Nombre d'entre eux ne sont pas présents par manque de disponibilité ou méconnaissance de la démarche / instance participative. Des relais peuvent être mis en place pour recueillir leurs idées et avis par l'intermédiaire d'un parrain/marraine qui portera leur voix lors des réunions et temps forts..

Objectifs

- Mieux représenter la diversité du territoire au sein de l'instance ou de la démarche participative
- Permettre à des habitants moins disponibles de participer d'une autre manière
- Porter des idées neuves, entendre des points de vue différents qui d'habitude ne s'expriment pas



Déroulé précis

◀ Avant

Il convient de commencer par cibler les acteurs pas ou mal représentés au sein de l'instance ou de la démarche participative.

Par exemple, pour un Conseil de Quartier, repérer les catégories d'acteurs du quartier dont vous souhaitez une meilleure représentation : commerçants qui ferment la boutique tard, jeunes parents, étudiants, associations...

La méthode de la cartographie d'acteurs peut être utilisée (se référer à la fiche dédiée).

Préparez un document ou des éléments de langage expliquant la fonction et les activités de votre instance ou démarche participative avant d'aller contacter ces acteurs.

Élaborez un questionnaire de recueil d'idées, de remarques et de projets auprès de ces acteurs.

▶ Pendant

Équipés des documents de présentation et du questionnaire, contactez et partez à la rencontre des acteurs ciblés pour leur proposer de participer à la démarche, par exemple en leur demandant quels projets ils souhaiteraient voir aboutir près de chez eux.

Si les acteurs se montrent intéressés mais non disponibles pour contribuer dans les conditions normales (date et heure d'une réunion plénière où ils ne pourront pas être présents, par exemple), proposez leur de vous faire leur porte-voix : de les parrainer et de recueillir leurs idées, avis et propositions à porter en leur noms dans la prochaine séquence participative. Le questionnaire élaboré en amont sert de support à la discussion.

Notez les coordonnées de l'acteur et engagez-vous à le tenir personnellement informé des suites de sa contribution.

▶▶ Après

Le parrain ou marraine est responsable d'apporter en main propre ou envoyer le compte-rendu de la séquence participative (réunion plénière, atelier participatif...) aux acteurs contactés en leur proposant de s'organiser pour venir à la prochaine date...et de garder le contact avec leur parrain/marraine, personne "relai" dans la démarche.

Conseils d'animation

- Veiller à développer un discours clair sur l'instance et la démarche participative pour convaincre de l'intérêt d'y contribuer
- Prendre le temps de recueillir la parole. Les enjeux communs et points d'accroche possibles peuvent apparaître spontanément dans la discussion
- Proposez une forme de "parrainage" longue durée, où un membre de l'instance participative est désigné référent et contact régulier de la personne qui ne peut pas contribuer directement.

Variantes possibles

- Le recueil des idées peut se faire via une adresse de messagerie électronique, un événement ou un groupe facebook, ou tout autre outil numérique adapté.
- La séquence participative peut être retransmise en direct (via facebook live par exemple) et/ou filmée pour être ensuite montrée aux acteurs parrainés.

Les +

Diversification des acteurs impliqués dans l'instance participative

Renforcement du lien avec les acteurs de proximité, même sans participation directe de leur part

Nouveaux projets potentiels»

Les -

Temps consacré potentiellement important

