Les familles monoparentales et les jeunes parents

Freins identifiés →

- → L'impossibilité de faire garder ses enfants par des tiers pour pouvoir assister aux temps présentiels ;
- → Le manque de dispositifs pour occuper ou garder les enfants, sur les lieux des temps présentiels en eux-mêmes ;
- → Un sentiment de marginalisation diminuant leur motivation à participer.

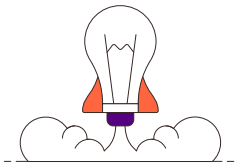
Il sera ici primordial de penser ces publics et leurs enfants dans l'organisation logistique des démarches, notamment afin de leur permettre physiquement d'y participer.

Bonne pratique 1 → Mettre en place une garderie lors des temps physiques

MISE EN APPLICATION

- Intégrer dans vos supports de communication la mention d'un dispositif de garde sur le lieu de vos temps physiques ;
- Collecter des informations sur le nombre et l'âge des enfants, afin de fournir un service adapté et sécurisé ;
- Solliciter des personnels qualifiés pour veiller à la sécurité et au bien-être des enfants ;
- S'assurer que les infrastructures choisies pour les réunions sont adaptées pour intégrer un espace de garderie, garantissant ainsi un environnement accueillant et fonctionnel pour les enfants et leurs parents ;
- En fonction de l'âge des enfants, les intégrer aux travaux de l'atelier en proposant des animations dédiées.

Exemple →

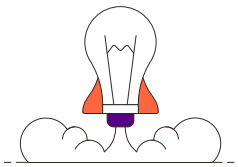


- Afin de permettre aux parents de prendre part aux ateliers organisés en soirée dans le cadre d'un projet d'aménagement, la ville de Lille a mis en place un dispositif d'accueil et de garde d'enfants.
- Les habitants étaient invités à préciser l'âge et le nombre de leurs enfants dans le formulaire d'inscription à l'atelier. Les enfants étaient alors pris en charge par des agents spécialisés, qui leur ont proposé des activités annexes le temps de la réunion.

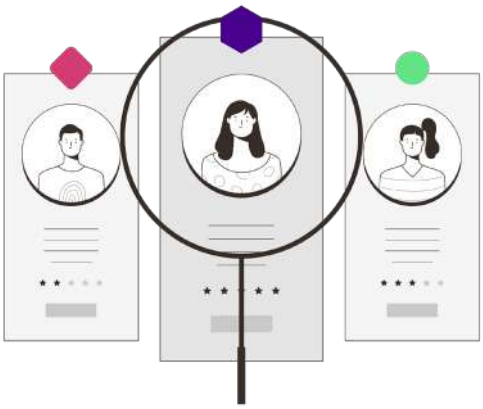
Bonne pratique 2 → **Adopter une communication ciblée**

MISE EN APPLICATION	
	• S'appuyer sur des réseaux existants comme les Relais Petite Enfance (RPE), les portails "famille" des écoles, les PMI, et les associations de parents d'élèves ; • Faire du tractage à la sortie des établissements scolaires ; • Prévoir un affichage aux abords des lieux fréquentés par les familles : commerces, clubs de sport, établissements scolaires, établissements de santé, médiathèques…

Exemple →



- À Trappes comme à Jarny et dans d'autres collectivités, les équipes municipales se sont endues aux sorties d'école pour présenter la démarche de budget participatif aux parents d'élèves, et les inciter à déposer un projet et/ou à voter.
- Le conseil supplémentaire : s'y rendre à la sortie de fin de journée, pour s'assurer que les parents soient (un peu) moins débordés !



Les personnes en QPV et/ou en situation de précarité

Freins identifiés →

- → Un sentiment d'illégitimité les empêchant de s'exprimer et de contribuer aux discussions ;
- → Des freins financiers limitant la capacité de ces publics à participer à des activités qui nécessitent des ressources financières, comme les frais de transport ou de garde d'enfant ;
- → Des contraintes horaires (emplois du temps décalés ou engagements familiaux) qui peuvent ne pas être compatibles avec les horaires "classiques" de temps présentiels ;
- → Un sentiment de méfiance envers les institutions et toute démarche de participation citoyenne.

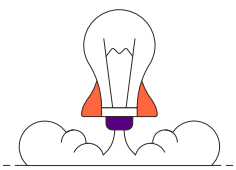
Il sera ici primordial de crédibiliser la démarche proposée à ces publics, en nouant une relation de confiance et en insistant sur leur apport aux échanges.

Bonne pratique 1 → Faire du porte-à-porte

MISE EN APPLICATION

- S'associer aux bailleurs sociaux, aux associations de quartier et à des citoyens ambassadeurs volontaires ;
- Former les intervenants pour interagir de manière efficace et empathique avec les résidents ;
- Varier les horaires de visite et choisir des horaires adaptés pour les visites, afin de maximiser les chances de rencontrer un maximum de résidents ;
- S'assurer d'avoir un langage clair en évitant le jargon technique.

Exemple →



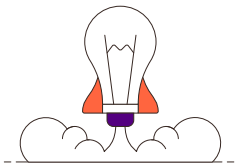
À Épinay-sur-Seine, la ville a souhaité mobiliser les habitants d'un de ses quartiers prioritaires grâce au porte-à-porte (réalisé par l'association Voisin Malin), dans le cadre d'un projet de réaménagement urbain. Les médiateurs, issus du quartier ciblé, ont ainsi pu présenter la démarche aux habitants et les inciter à participer aux ateliers organisés par la ville.

Bonne pratique 2 → **Prévoir un défraiement des frais liés aux temps physiques**

MISE EN APPLICATION

- Prévoir une enveloppe budgétaire dédiée au remboursement des frais de transport, de garde et/ou temps de travail perdu (si l'atelier se déroule sur des horaires de travail) ;
- Prévoir une collation lors des ateliers, notamment ceux organisés en soirée ;
- Communiquer sur le défraiement dans vos supports de communication.

Exemple →



- Dans le cadre de sa Convention métropolitaine de la citoyenneté en 2022 , la métropole de Rennes a mis en place un système de rétribution des citoyens volontaires, sur la même base que les jurés d'assise.
- Un dispositif similaire a également été proposé par la Région Occitanie, afin d'indemniser les participants de sa Convention citoyenne pour l'Occitanie de 2022.
- Ces dispositifs ont permis, selon les deux collectivités, de mobiliser et d'accueillir des publics en situation de précarité, et notamment des étudiants, des personnes au RSA, des agriculteurs ou des personnes à temps partiel.


Bensizerara Sofiane - Région Occitanie



L’environnement et la nature

Freins identifiés →

→ Le besoin d’un changement de paradigme et de modification de notre vision anthropocentrique traditionnelle de la nature pour intégrer l'environnement en tant qu'acteur à part entière ;

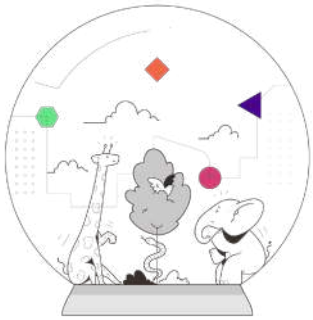
→ Le besoin d’identifier qui doit représenter l'environnement et comment cette représentation peut être mise en place de manière équitable, effective et juridique ;

→ L’opposition nature/culture (l'opposition entre nature et culture est une thèse ontologique qui sépare le monde autonome non humain, la nature, du monde façonné par l'humanité, la culture.)

L'intégration de l'environnement et de la nature est un sujet de plus en plus abordé dans les concertations citoyennes, jugé essentiel pour répondre aux défis écologiques actuels.

Bonne pratique 1 → Donner une responsabilité juridique à une entité environnementale

La reconnaissance de l'environnement en tant qu'entité juridique à part entière représente une avancée significative dans la manière dont la société perçoit et traite les enjeux environnementaux. Accorder une responsabilité juridique à une entité environnementale, qu'il s'agisse d'un écosystème, d'une rivière, ou d'un site naturel spécifique, transforme la manière de les protéger, les défendre et les valoriser.



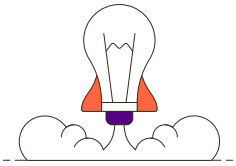
Cela permet de :

- Accorder une protection juridique à une entité environnementale qui renforce sa préservation ;
- Reconnaître l'environnement comme un acteur légal, valorise sa place dans notre société ;
- Augmenter la visibilité des enjeux environnementaux dans les discussions juridiques et politiques ;
- Sensibiliser la société à la nécessité de préserver l'environnement.

MISE EN APPLICATION

- Élaborer une législation appropriée pour accorder une responsabilité juridique à l'entité environnementale ;
- Recruter des experts juridiques spécialisés dans les questions environnementales pour soutenir cette démarche ;
- Comprendre le changement de paradigme peut être difficile pour certains, et nécessiter du temps pour être pleinement intégré.

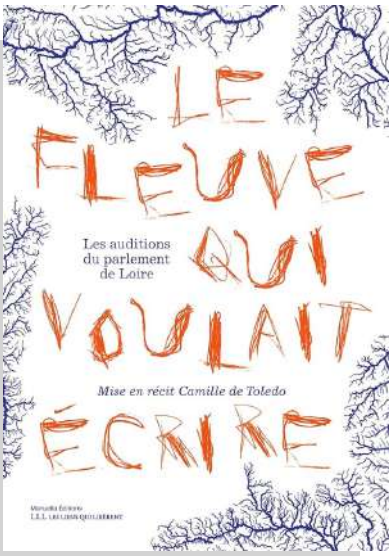
Exemple →



- Pour la première fois en Europe, la Loire a la possibilité de s'exprimer et de défendre ses intérêts à travers un système de représentation inter-espèces.
- Conçu comme un processus constituant visant à établir un Parlement pour le fleuve, ce projet cherche à définir la structure et le fonctionnement d'une instance représentative pour une entité non-humaine.
- Cette initiative vise à inclure la faune, la flore et les divers composants matériels et immatériels dans cette représentation.
- Dans le cadre d'un budget participatif, ce Parlement pourrait ainsi proposer des idées pour La Loire, créant ainsi une véritable communauté engagée dans la préservation et la valorisation de ce fleuve.



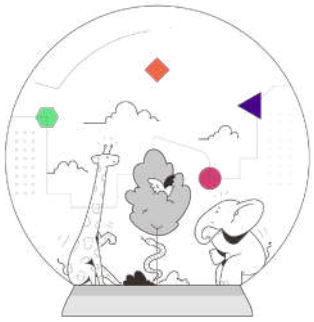
© Apolline Fluck



cap collectif

Bonne pratique 2 → **Inclure l'entité environnementale dans les projets participatifs**

L'inclusion de l'entité environnementale dans le processus de diagnostic et de prise de décision des projets participatifs représente une approche novatrice visant à donner une voix à la nature et à reconnaître sa place centrale dans nos actions collectives.



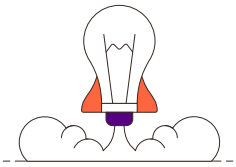
Cela permet de :

- Favoriser une meilleure compréhension des enjeux et anticiper les obstacles potentiels, accélérant ainsi la mise en œuvre du projet et/ou du processus ;
- Contribuer à une planification plus durable des projets et processus, par l'intégration des besoins et des aspirations de la nature ;
- Garantir l'habitabilité de la Terre et renforcer la résilience de l'environnement en tenant compte de son rôle essentiel dans notre équilibre écologique.

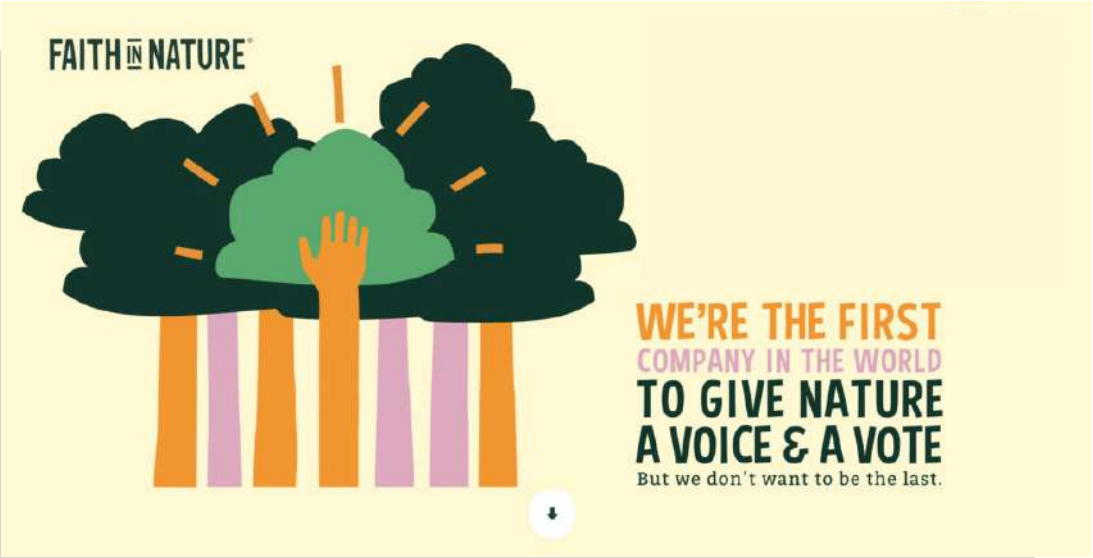
MISE EN APPLICATION

- Utiliser des ressources scientifiques et profanes pour intégrer efficacement l'entité environnementale dans les projets participatifs ;
- S'appuyer sur un réseau d'experts et d'associations militantes pour bénéficier de conseils et d'expertise spécialisés ;
- Gérer la diversité des croyances associées à l'environnement qui peuvent entraîner des désaccords dans les processus décisionnels.

Exemple →



- Au Royaume-Uni, l'entreprise de cosmétiques Faith in Nature a nommé un administrateur pour représenter la nature au sein de son conseil d'administration.
- Cette initiative est pilotée par un binôme issu de deux associations de défense des droits de la nature, Lawyers for Nature et le Earth Law Center.
- L'objectif est de prendre en compte la nature dans toutes les décisions stratégiques afin de réduire au maximum les impacts négatifs des activités.
- Cette approche novatrice pourrait également être envisagée dans les conseils de quartier des villes, favorisant ainsi une participation plus inclusive et holistique des entités environnementales dans les projets participatifs.



Les jeunes de 16 à 25 ans

Freins identifiés →

- → Des canaux de communication inappropriés ;
- → Un manque d'intérêt pour les démarches participatives proposées ;
- → Un temps d'attention limité ;
- → Un sentiment d'illégitimité les empêchant de s'exprimer et de contribuer aux discussions.

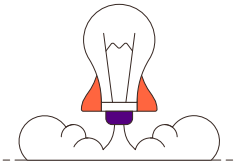
Il sera ici primordial de prévoir une communication de proximité, mettant l'accent sur le caractère concret de votre projet et de leurs contributions.

Bonne pratique 1 → Utiliser les bons outils de communication

MISE EN APPLICATION

- Choisir les bons réseaux de communication :
  - ✅ Twitter et Instagram vous permettront de communiquer auprès d'un public large, et notamment des jeunes ;
  - ❌ Facebook n'est que très peu utilisé par les jeunes ;
  - ❌ Linkedin revêt un caractère trop professionnel ;
  - ❌ Une communication sur Snapchat et Tiktok pourrait être jugée inopportune pour une collectivité et rater sa cible.
- Mettre en avant l'objectif concret de la concertation et l'intérêt à y participer ;
- Concevoir et/ou tester vos supports avec un groupe de jeunes volontaires ;
- Privilégier les contenus illustrés ou courts et dynamiques, comme des vidéos d'une dizaine de secondes maximum ;
- Privilégier le pair à pair et faire appel à des influenceurs ou ambassadeurs jeunes pour relayer votre message auprès de leurs communautés ;
- S'associer aux associations de jeunes, associations étudiantes, missions locales…

Exemple →



- Depuis 2020, la Gironde met en place un budget participatif consacré aux jeunes. Pour toucher son public de 11-30 ans, le département a choisi de déployer un plan de communication complet comprenant :
  - une campagne print ;
  - une campagne sur les réseaux sociaux (notamment Instagram) avec vidéos et illustrations, en s'associant à des influenceurs jeunes du territoire ;
  - des spots publicitaires à la radio locale ;
  - des spots publicitaires sur les sites de vidéo en streaming comme M6 Replay.
- Grâce à ces outils, la première édition de 2020 (pendant la crise sanitaire) a permis de récolter près de 213 projets et plus de 32 000 votes.

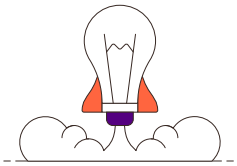




Bonne pratique 2 → **Organiser des ateliers physiques dédiés aux jeunes**

MISE EN APPLICATION	
	• S'associer aux associations de jeunes, associations étudiantes, missions locales pour relais auprès de leurs communautés ; • Concevoir un guide d'animation d'ateliers pour permettre à vos relais identifiés d'organiser leurs propres ateliers ; • Concevoir et/ou tester vos animations avec un groupe de jeunes volontaires ; • Éviter les ateliers trop académiques, privilégier l'interaction et la co-construction dans l'animation ; • Ne pas simplifier les messages et les attentes, et ne pas infantiliser le public présent ; • Prévoir une collation lors des ateliers, notamment ceux organisés en soirée.

Exemple →



- En 2022, l'Union Nationale des Missions Locales a souhaité recueillir la parole de ses bénéficiaires pour la présenter lors des Rencontres nationales du réseau.
- Dans un premier temps, des ateliers ont été organisés par les missions locales volontaires afin de permettre aux jeunes d'échanger sur les thématiques du travail, de l'école, de l'égalité et du bonheur. Pour aider les missions locales, un guide d'atelier a été conçu en amont, intégrant des animations dédiées pour les jeunes comme :
  - "En chansons" : animation d'audiolangage dans laquelle les jeunes engagent une discussion libre à partir d'extraits musicaux
  - "Story Insta" : animation dans laquelle les jeunes produisent une publication sur le thème de leur choix
  - "Si j'étais président" : animation dans laquelle les jeunes sont mis dans la peau d'un candidat à l'élection présidentielle et doivent détailler les mesures qu'ils souhaiteraient mettre en œuvre





Les personnes allophones et les minorités culturelles

Freins identifiés →

- → La barrière de la langue, de la culture et la compréhension des codes sociaux ;
- → Un sentiment d'illégitimité les empêchant de s'exprimer et de contribuer aux discussions ;
- → Un sentiment de méfiance envers les institutions et la collectivité organisatrice.

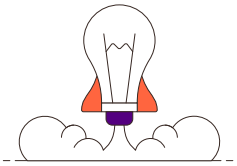
Que vous souhaitiez viser une minorité culturelle particulière, ou permettre plus largement aux personnes ne parlant pas français de s'impliquer dans votre démarche, il est nécessaire de mettre en place des actions qui pourront lever les barrières linguistiques et culturelles à la participation.

Bonne pratique 1 → Adapter ses supports de participation et de communication

MISE EN APPLICATION

- Si vous avez déjà identifié les langues concernées :
  - intégrer les publics ciblés dans la construction de vos supports, pour vous assurer de leur pertinence pour la minorité culturelle ciblée ;
  - traduire vos supports français en totalité (print et numérique) ou en numérique uniquement (et ajouter un QR code, comme "English version here" sur vos supports print).
- Si vous n'avez pas les moyens d'identifier les langues concernées ou que vous souhaitez vous adresser à un public large, utiliser un français simplifié (sans simplifier l'information donnée) et favoriser les supports visuels (infographies, illustrations…) plutôt que le contenu textuel ;
- S'associer aux associations et acteurs de terrain dans la langue/culture concernée pour les informer de la démarche, leur proposer d'en être le relai et les former à sa présentation.

Exemple → En octobre 2023, le Port de Sept-Îles, situé au Québec, lance une consultation publique sur l'avenir du port.



Pour engager un dialogue avec la communauté innue, une minorité locale importante sur le territoire, le Port met en place :

- des ateliers qualitatifs pour comprendre les besoins et attentes de la communauté, qui permettront de concevoir le dispositif participatif ultérieur ;
- une campagne de communication sur la consultation radiophonique locale innue.

Ces initiatives visent à encourager la participation active des habitants, en respectant et en intégrant leur diversité culturelle, pour co-construire l'avenir du Port de Sept-Îles.

Bonne pratique 2 → **Faire appel à des interprètes lors des temps présentiels**

MISE EN APPLICATION	
	• Identifier en amont la langue à interpréter en fonction du territoire/sujet ciblé et/ou en interrogeant le besoin via un formulaire d'inscription ; • Concevoir des supports de communication en plusieurs langues et/ou s'associer aux associations de terrain pour mobiliser le public et expliquer la démarche ; • Indiquer la présence d'interprètes dans les supports de communication ; • Échanger en amont avec les interprètes pour les informer du sujet de la concertation et s'assurer qu'ils disposent du vocabulaire adéquat ; • Traduire les documents ressources de l'atelier dans la langue des participants ; • Faire des groupes de parole en non-mixité quand le nombre de participants concernés est important.



Les personnes éloignées du numérique

Freins identifiés →

- → Un manque de compétences pour utiliser les outils numériques de participation ou en prendre connaissance via les supports de communication en ligne ;
- → Une non-accessibilité aux outils numériques subie ou choisie ;
- → Une multiplicité des canaux qui peut être déroutante.

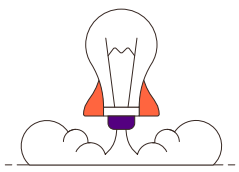
Il sera ici primordial de ne pas cantonner les dispositifs participatifs au numérique, tant dans la communication que dans la participation, et de prévoir des dispositifs de médiation pour permettre à ces publics de s'approprier la concertation.

Bonne pratique 1 → Diffuser des supports de communication en version print

MISE EN APPLICATION

- Créer des supports print comprenant les informations nécessaires à la participation : sujet, calendrier, site internet et/ou modalités de participation physiques, action(s) proposée(s) aux citoyens, objectif et/ou livrable de la concertation ;
- Déployer les affiches/tracts dans des lieux fréquentés par le grand public ou à proximité : mairie, médiathèques, maison des associations, centres sociaux et culturels, établissements scolaires, stations de transport en commun, rues et axes fréquentés… ;
- Réaliser un boîtage auprès de l'ensemble du territoire ou sur des zones et/ou publics ciblés connus pour être moins mobilisés dans les démarches participatives ou moins à l'aise avec le numérique ;
- Réaliser un tractage sur des lieux fréquentés par le grand public ou par le public ciblé : marché, sortie d'établissements scolaires, rassemblements publics, commerces.

Exemple → Pour communiquer sur son premier budget participatif lancé en 2022, le département de la Drôme a mis en place une communication large, et comprenant :



- un affichage dans l'espace public ;
- l'envoi d'un kit de communication comprenant un guide du budget participatif et des modèles d'affiches et de tracts, à tous les lieux départementaux recevant du public ;
- une formation au budget participatif pour les agents départementaux recevant du public ;
- l'envoi d'un kit de communication (similaire à celui des agents, mais incluant une lettre de la présidente du Département) à chaque collectivité du département, pour relai sur son territoire.





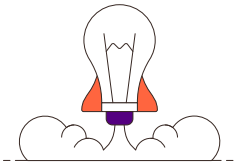
Bonne pratique 2 → **Proposer des modalités de participation physique**

MISE EN APPLICATION	• **Option 1** : mettre à disposition des supports de participation papier (ex : questionnaires imprimés, boîte à idées physique, urnes de vote…) dans des lieux fréquentés par le grand public (mairie, médiathèques, maison des associations, centres sociaux et culturels, stand sur le marché ou lors de grands rassemblements…) : ▪ identifier la liste des lieux concernés et la communiquer via vos supports de communication ; ▪ choisir des lieux sur lesquels vous pourrez demander aux agents d'être vigilants à une potentielle fraude (notamment en cas de vote) ; ▪ former les agents des lieux concernés à la démarche et à ses enjeux. • **Option 2** : fournir aux participants un support de participation papier à envoyer à une adresse indiquée : ▪ partager le support de participation en téléchargement sur le site participatif, en retrait dans des lieux identifiés ou envoyés directement à domicile ; ▪ indiquer l'adresse d'envoi ou de dépôt de la contribution.

MISE EN APPLICATION

- **Option 3** : organiser des ateliers participatifs présentiels :
  - identifier les objectifs de la réunion (information, co-construction, évaluation…) et la cible associée ;
  - planifier les temps à des moments différents, répondant aux impératifs du plus grand nombre : un atelier en soirée en semaine, un en journée en semaine, un en journée le week-end…
- Communiquer les dates des rencontres dans vos supports de communication génériques.

Exemple →



- À la suite de son élection, la maire de Millau a souhaité initier une démarche participative inédite : la réalisation d'un audit financier citoyen. 15 habitants sont ainsi tirés au sort afin de se pencher sur les finances de la commune lors de différents ateliers.
- L'audit citoyen révèle (entre autres) que 5 millions d'euros peuvent faire l'objet de dépenses d'investissement. Un montant insuffisant pour financer l'ensemble des projets envisagés par la commune. La mairie a donc laissé le soin aux habitants de voter pour les projets d'investissement qu'ils souhaitent voir réaliser en priorité en organisant une votation en ligne.
- Afin de toucher un maximum d'habitants, la mairie a intégré une plaquette listant les projets, ainsi que des autocollants, dans le magazine de la commune. Les citoyens n'avaient plus qu'à coller les autocollants pour voter pour leurs projets favoris et déposer la plaquette dans une urne mise à disposition à la mairie.

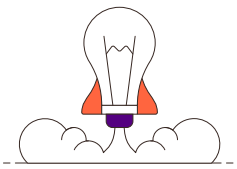




Bonne pratique 3 → **Prévoir des médiateurs pour accompagner à la participation en ligne**

MISE EN APPLICATION	
	• Identifier une liste de lieux et d'horaires auxquels les participants peuvent être accompagnés à la participation en ligne ; • Communiquer la liste dans les supports de communication et sur les outils de participation en ligne ; • Mettre en place un affichage dans les lieux concernés, indiquant la présence de médiateurs ; • Former les médiateurs aux enjeux de la concertation et à la manipulation technique des outils numériques de participation.

Exemple →



En 2022, le Conseil économique, social et environnemental (CESE) lance une concertation pour recueillir l'avis des citoyens sur la mobilité durable dans les zones peu denses.

- Le CESE souhaite alors accentuer la mobilisation des citoyens d'Outre-Mer, publics souvent éloignés des dispositifs de participation.
- Grâce au partenariat entre Cap Collectif et La Poste, des ambassadeurs, formés à la démarche, sont ainsi déployés dans 14 bureaux de poste pendant quatre semaines pour présenter la démarche et recueillir la participation des citoyens, via des tablettes et des questionnaires papier.
- Sur 10 000 contributions totales, 75% ont été récoltées via les ambassadeurs. 13,6% des clients La Poste sur les bureaux ciblés ont ainsi participé à la démarche





cap collectif