

DEI-MOCRATIE : VERS UNE PARTICIPATION CITOYENNE INCLUSIVE

MODULE 2 : COMMENT ENGAGER UN PUBLIC DIVERS ?

3DD, jeudi 10 avril 2025, 18 :15-19 :45

Formatrice : Márcia Canário

Inclusivité stratégique dans la participation citoyenne Étape par étape

Préparation : connaissez-vous vous-mêmes.

1. Prenez conscience de vos biais et motivations : Attention à soi

👉 Cette étape est essentielle pour la suite. Elle vise surtout à nous aider à prendre conscience de nos motivations et biais inconscients. Prendre conscience de soi ne garantit pas l'objectivité, mais permet de réduire les angles morts et les décisions biaisées.

- a. Réfléchissez à vos propres besoins (intérêts, craintes, valeurs). Notez-les avec honnêteté.
- b. Interrogez-vous sur vos biais. Tentez d'identifier vos angles morts et les éléments qui influencent inconsciemment votre jugement.

Préparation : connaissez votre public

2. Identifiez les personnes ou groupes impactées par le projet

- a. Listez tous les personnes ou groupes potentiellement impactées par le projet (habitantes et habitants, travailleuses et travailleurs, usagères et usagers, propriétaires de commerces, etc.). Pensez également à celles et ceux qui ne sont pas visibles mais qui seront probablement impactés de manière significative.

3. Repérez les informations et données manquantes sur ces personnes ou groupes :

- a. Identifiez les types d'informations ou de données nécessaires pour mieux comprendre les besoins (intérêts et craintes) des personnes ou groupes potentiellement impactés par le projet.
- b. Listez les sources d'information disponibles.
- c. Réfléchissez à la manière dont vous pourriez produire (collecter et analyser) certaines de ces données par vous-même.

Préparation : connaissez votre destination

4. Définissez vos publics cibles :

- a. Sélectionnez les personnes ou groupes sur lesquels vous souhaitez concentrer vos efforts. Portez une attention particulière à celles et ceux dont les besoins sont probablement affectés, mais qui sont peu ou mal représentés dans les démarches de participation habituelles.
- b. Identifiez, dans la mesure du possible, les besoins de vos publics cibles

5. Définissez vos objectifs SMART :

- a. En lien avec les publics cibles ;

Exemple : "Augmenter la participation des locataires du quartier de Charmel aux réunions publiques en atteignant au moins 15 participantes issues de ce groupe lors de la deuxième séance, prévue le XX mai 2025, grâce à une stratégie de communication ciblée co-construite avec l'association locale des locataires."

- b. En fonction des résultats attendus de la réunion ;

Exemple : "Identifier au moins trois propositions concrètes d'aménagement portées par des groupes sous-représentés (ex. : jeunes, personnes migrantes, locataires) lors de la réunion du XX mai 2025, afin de les intégrer dans le rapport final soumis aux autorités de l'Etat de Ganesh."

- c. Et tout autre objectif pertinent au regard de votre stratégie.

Exemple : "Établir un partenariat avec au moins deux relais communautaires (associations de quartier, collectifs de jeunes, centres sociaux, etc) d'ici fin avril 2025, afin de renforcer la mobilisation des publics peu représentés lors des prochaines étapes de la démarche participative."

Implémentation : appliquez vos connaissances !

6. Élaborez une stratégie de communication inclusive (attention à leurs besoins) :

- a. Pour chaque public cible, éclairez vos connaissances sur leurs besoins (intérêts et craintes/préoccupations). Essayez d'imaginer leur point de vue et ce qu'ils ou elles pourraient gagner ou perdre avec le projet.
- b. Créez une stratégie d'invitation variée, *adaptée à chaque public cible*, sur la base des *besoins identifiés* : choisissez des canaux de diffusion appropriés, des langages clairs et accessibles, des visuels adaptés, des messages pertinents, et des approches relationnelles adéquats.

7. Adaptez la démarche dans son ensemble :

- a. Réfléchissez à comment ajuster les modalités de la démarche participative : communication, accueil, retours aux participantes et participants, etc., en tenant compte explicitement des besoins et contraintes des différents publics.

8. Évaluez les résultats (mesurez, mesurez, mesurez...) :

- a. Analysez les résultats de votre démarche en vous appuyant sur des critères objectifs :
- Le nombre de participantes et participants ;
 - La diversité de leurs profils (âge, genre, origine, statut, lien au territoire, etc.) ;
 - Leur niveau de satisfaction ;
 - Ce qui les a motivé à participer ;
 - La manière dont ils et elles ont entendu parler de la démarche
 - Leurs retours critiques et positifs
 - Leurs suggestions d'amélioration
- b. Comparez les résultats obtenus aux objectifs SMART que vous aviez établis. Évaluez dans quelle mesure ces objectifs ont été atteints. Identifiez les écarts, les réussites et les axes d'amélioration pour les démarches futures.