Collection

Tout le monde, c'est personne

Concevoir des démarches participatives permettant l'expression d'une diversité de paroles

Guide pratique

Publication 04

REPUBLIQUE ET CANTON DE GENEVE

À qui s’adresse ce guide ?

Ce guide a été pensé pour toutes les personnes qui, dans le cadre de leurs fonctions, sont amenées à concevoir, piloter et animer des dispositifs de participation. Quel que soit le sujet de votre démarche participative, ce guide devrait pouvoir vous aider.

Direction de la publication
Talide Cividino, Assouane Allemand, service de la participation citoyenne

Conception éditoriale et rédaction
Camille Lamouche, Strateact

Relecture
Sofia Rossier, Marie-Claire Rey, service de la participation citoyenne

Illustrations
Suzanne Weber

Conception de l’ouvrage, graphisme et mise en page
Sophie Gagnebin

Imprimé à Genève

Ce guide, édité par le service de la participation citoyenne, s’appuie sur les recommandations de Márcia Canário de l’agence Eleda, que nous remercions chaleureusement.

Une question de compréhension, un point d’attention, une suggestion ? N’hésitez pas à nous contacter : contact@3ddge.ch

Département du territoire, août 2026

Tout le monde, c’est personne

Concevoir des démarches participatives permettant l’expression d’une diversité de paroles

Guide pratique

Préface

La réussite d'une démarche participative tient notamment à sa capacité à refléter la diversité de la population et à associer celles et ceux qui restent trop souvent éloignés des espaces de participation, en particulier les personnes en situation de vulnérabilité. Toute personne, qu'elle soit confrontée à des difficultés sociales, économiques, linguistiques, ou à des obstacles liés à l'âge, à l'origine ou au handicap, détient une connaissance précieuse de son cadre de vie. L'expérience quotidienne fait apparaître des besoins, des obstacles et des opportunités que les institutions ne peuvent pas toujours percevoir seules.

Dans cette perspective, le dialogue avec les actrices et les acteurs des politiques sociales est essentiel. Leur proximité avec les habitantes et les habitants ainsi que leur connaissance fine des réalités locales permet de créer des liens de confiance avec les publics les plus éloignés des démarches institutionnelles. Ces relais contribuent ainsi à lever les freins à l'engagement et à créer les conditions d'une participation plus ouverte et plus équitable.

En associant une plus grande diversité de voix, les projets gagnent en pertinence, en légitimité et en efficacité. Ils peuvent également renforcer le sentiment d'appartenance, la confiance envers les institutions et les liens au sein la population.

L'ambition de ce guide est précisément de faire de la participation un espace véritablement ouvert à toutes et tous en adaptant les méthodes et les supports, en levant certains obstacles à l'engagement et en allant à la rencontre des publics. Je remercie mes collègues de l'office de l'urbanisme pour la réalisation de cet outil pratique qui s'inscrit pleinement dans la collaboration entre nos offices en faveur d'un développement urbain plus inclusif au bénéfice de l'ensemble de la population.

Bonne lecture !

Aldo Maffia, directeur général de l'office de l'action, de l'insertion et de l'intégration sociales

Sommaire

Préface 3
Pourquoi ce guide 7
S'il ne fallait retenir que cela 10

Partie I Partir sur de bonnes bases 13

1 – Entamer la réflexion 14
2 – Déterminer ses publics cibles 17
3 – Préciser ses objectifs 20
Zoom Quelles sont les attentes à exprimer ? 24

Partie II Adopter les bonnes pratiques 27

1 – Connaître ses publics 28
Zoom Des outils et conseils pour enrichir la connaissance des publics 31
2 – Rendre la participation accessible et désirable 32
Zoom L'accessibilité physique et cognitive 37
3 – Favoriser l'expression et la considération de chaque personne 39
Zoom Les supports de participation aussi sont concernés ! 42
4 – Montrer et garantir l'utilité de la participation 44

Grand focus L'importance des échanges humains 53

Partie III Communiquer : un vecteur de réussite 55

1 – Préparer une stratégie et un plan de communication 56
Zoom Définir une identité visuelle 59
Zoom Penser à tous les canaux de communication 60
2 – Concevoir des supports adaptés aux publics 63
3 – Ajuster les messages 65
Zoom Annoncer la prise en compte des besoins spécifiques 67
Zoom Langage clair et épicène 68
4 – Soigner les visuels 70

Pourquoi ce guide ?

Réussir une démarche participative, c'est mettre toutes les chances du côté du projet : mieux compris, mieux questionné, il sera d'autant plus pertinent et fédérateur. Surtout, il gagnera en robustesse et sera assuré de répondre à l'ensemble des besoins – y compris ceux que les spécialistes ne peuvent pas soupçonner. Sa connaissance, son acceptabilité seront renforcées, ce qui fera sûrement gagner du temps dans les étapes suivantes.

Réussir une démarche participative implique de parvenir à s'adresser, à mobiliser, à questionner l'ensemble des publics concernés par le projet. Or, on constate que ce sont bien souvent les mêmes groupes qui participent et les mêmes groupes qui sont sous-représentés.

La population est profondément diverse. Les différences de revenus, de niveau de formation, de modes de vie, de maîtrise de la langue ou encore de disponibilité, influencent la manière dont chaque individu peut prendre part à la vie collective et faire entendre sa voix.

Certaines personnes sont davantage vulnérables en raison d'un handicap, d'un problème de santé ou d'un accident de la vie. D'autres sont plus isolées du fait de leur histoire personnelle, de leur situation familiale, de la perte d'un travail ou de rythmes quotidiens décalés.

Beaucoup restent confrontées à des préjugés liés à leur origine, leur âge, leur orientation affective ou sexuelle, leur identité de genre, leurs centres d'intérêt ou la composition de leur foyer. Les enfants, les jeunes, les personnes sans emploi ou à la retraite ne sont pas présentes au sein des administrations où se construisent les décisions.

Et lorsqu'un projet concerne un lieu précis, d'autres angles morts apparaissent encore : les personnes qui y travaillent ou fréquentent les équipements publics sans y habiter, celles qui vivront demain dans les futurs logements, utiliseront les nouveaux transports ou bénéficieront des services créés par le projet.

À y regarder de plus près, cette diversité peut sembler vertigineuse. Comment prendre en compte cette multitude d'expériences, de contraintes et de points de vue ? Et surtout, comment en faire une ressource pour un projet ?

Quand on souhaite organiser une démarche participative ouverte à l'ensemble de la population, il est souvent difficile de savoir par où commencer. Derrière la bonne volonté, on ne sait pas exactement comment procéder. C'est la vocation de ce guide : fournir des repères et des outils pour toucher une diversité de publics concernés car cette diversité conditionnera la qualité de la démarche et in fine la qualité du projet.

L'approche proposée permet de construire une démarche ancrée dans les réalités du terrain. Elle part des besoins, des contraintes et des ressources des publics ciblés. Elle maximise les chances de mobiliser des publics moins familiers des démarches participatives et permet aussi de saisir les opportunités qui émergent en cours de route, en adaptant les actions à la dynamique de la démarche.

Questions à se poser, lacunes à éviter, réflexes à adopter : ce document vous guide pas à pas.

L'équipe du 3DD

Quels que soient vos moyens, vous pouvez agir

Vous ne pourrez pas tout faire. Mais avec de bons réflexes, une bonne organisation, des ressources affectées aux enjeux clés, vous réussirez à proposer des démarches ouvertes à une variété de publics. N'oubliez pas, la diversité conditionne la qualité !

Pensez à bien vous entourer : selon vos possibilités, recrutez ou entourez-vous de profils formés à la médiation, à la communication, à la vulgarisation d'information, à l'interculturalité ou à l'accompagnement de certains publics. N'hésitez pas à demander conseil ou à impliquer vos collègues ou partenaires : services sociaux, animation, jeunesse, culture, fonctions supports… peuvent être un appui précieux lorsque vous cherchez à ajuster votre démarche aux publics ayant des besoins spécifiques, ou bien à faire preuve de créativité.

S'il ne fallait retenir que cela

Une règle d'or

Dès que possible, aller au-devant des personnes qui participent et de celles qui sont concernées, des acteurs locaux ou associations représentants certains groupes pour solliciter leurs retours, écouter les besoins spécifiques des publics, tester vos idées, construire des actions ou ajuster le dispositif en intelligence collective.

Un d'état d'esprit

Ouvert, curieux et disponible : tel est l'état d'esprit à cultiver pour mettre en œuvre une démarche participative ouverte au plus grand nombre et qui fonctionne.

- Ne pas hésiter à **sortir des modèles classiques** ou, tout au moins, à les compléter : tester, créer…
- Se préparer à **tenir compte des barrières spécifiques à certains publics :** elles peuvent être linguistiques, culturelles, sociales, physiques, économiques ou bien liées à la disponibilité, notamment pour les personnes qui travaillent sur des horaires atypiques, qui ont des enfants à charge ou sont aidantes.
- Le plus important ? **S'exercer à chausser d'autres lunettes** pour concevoir le dispositif, à s'interroger en permanence sur l'accessibilité et l'ouverture qui transparaissent dans les messages, les supports, les formats, les temps d'échanges.

De la flexibilité

Garantir un dispositif de participation qui mobilise la diversité des publics nécessite surtout d'avoir une conception flexible et ouverte. L'enjeu ? Être en mesure de s'adapter rapidement aux opportunités, aux contraintes, aux besoins qui émergeront au fil de l'eau.

- **Intégrer des marges de manœuvre** dès la conception du dispositif, pour qu'il soit possible d'ajuster les formats, les modalités, les lieux, les outils, les supports… en fonction des retours reçus.

- **Penser une démarche ouverte :** à bord de laquelle on peut monter à tout moment, et avec le niveau d'implication souhaité – l'accueil est inconditionnel.

- **Favoriser une mise en œuvre agile,** capable de répondre aux imprévus et de saisir toutes les opportunités d'augmenter la portée ou la qualité de la participation. Une possibilité de partenariat, un oubli réalisé en cours de route, des volontaires qui veulent s'impliquer davantage, des acteurs locaux qui proposent de porter la démarche dans des événements : autant de chances d'avoir une démarche correspondant à la réalité locale.

Dans cette partie, trouvez l'essentiel pour

- Préparer votre démarche
- Déterminer vos publics prioritaires
- Préciser vos objectifs concernant l'inclusion de publics variés

Partie I

Partir sur de bonnes bases

1 — Entamer la réflexion

Avant même le lancement de votre démarche, vous gagnerez à mener un travail préparatoire et à ne pas partir en solo. Plusieurs conditions favorisent la réussite de votre démarche et simplifient sa mise en œuvre. Vous les trouverez réunies ici. Bien sûr, elles ne sont pas impératives et sont à adapter à vos possibilités et à votre contexte.

Le but est de mobiliser les ressources qui vous aideront à :

- **Définir les publics concernés** ▸

▸ Voir le chapitre « Déterminer ses publics cibles », p. 17

- **Dialoguer avec les partenaires de terrain :** écouter les structures, les personnes en lien direct avec les publics concernés par le projet est très utile pour élaborer un dispositif inclusif.

Pour mettre toutes les chances du côté de votre démarche :

- **Informer et rechercher le soutien de votre direction :** pour que l'importance de la démarche soit connue et reconnue.
- **Demander conseil, discuter avec vos collègues, collecter des idées :** partagez le projet de démarche qui vous occupe, demandez leur avis aux personnes que vous croisez, même celles qui a priori n'auraient rien à voir avec le projet.
- **Essayer de coordonner le travail des partenaires clés :** en faisant en sorte de faciliter le pilotage, la bonne circulation des informations et en répartissant clairement la responsabilité des différentes tâches et actions à réaliser.

- **Faciliter l'implication des partenaires :** en leur demandant, par exemple, de quels délais ont-ils besoin pour réaliser telle action, quelles plages horaires sont les plus simples pour les réunions. ▸

▸ Voir aussi la partie « Grand focus », Grand focus , p. 48

C'est faisable !

Dialoguer, partager, être en contact : ce sont des choses assez simples à mettre en œuvre et qui font pourtant toute la différence. Essayez, vous serez surpris !

En effet, dès lors que vous informez et engagez vos collègues et partenaires, vous gagnez du temps : les décisionnaires sont plus facilement impliqués, l'information circule, les freins sont moins nombreux et les ressources plus facilement mises en commun ou dédiées à la démarche.

1
Établir une 1re cartographie de vos publics
2
Aller plus loin
3
Faire des choix
4
Suivre et enrichir

2 — Déterminer ses publics cibles

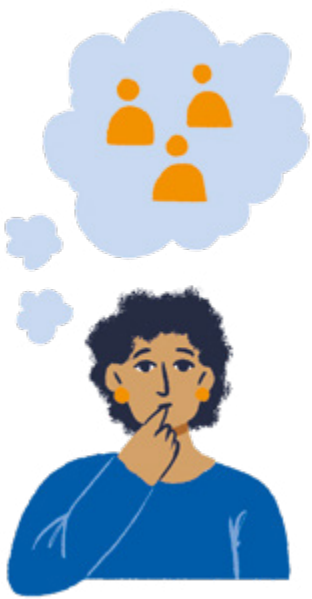
Mobiliser des publics variés est essentiel pour la qualité de votre démarche participative : cela permet de concevoir des projets qui répondent tant à l'intérêt général qu'à la diversité des besoins. Cela implique que vous soyez au clair sur les publics que vous souhaitez inclure dans la démarche. C'est structurant pour ensuite comprendre les besoins et attentes de ces publics afin de concevoir le dispositif le plus adapté.

Nota bene : Sur le site du 3DD, vous trouverez un dossier ressource « Mobliser et faire dialoguer une diversité de publics ». Il comprend un tutoriel vidéo et un exercice pour élaborer la cartographie des publics cibles.

1 Établir une première cartographie de vos publics

Quels vont être les groupes qui sont concernés par le projet dans leur vie quotidienne ? Âge, genre, origine, situation socio-économique, handicap, configuration familiale, lieu de vie, centres d'intérêts, habitudes de vie quotidienne… Cela vous donne un premier aperçu des grands groupes de publics.

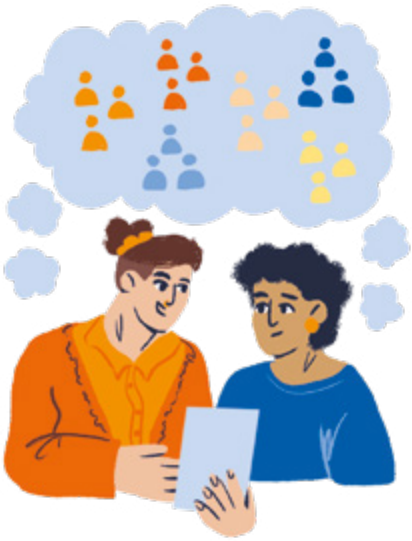
Si votre organisation le permet, vous pouvez inscrire cette première cartographie dans votre cahier des charges et confier à des mandataires le soin de vérifier votre cartographie et de la compléter grâce à une analyse fine du contexte.



2 Aller plus loin

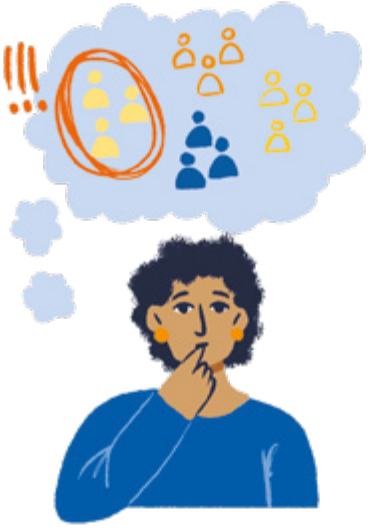
Ensuite, il faut prendre le temps d'observer, d'échanger avec les acteurs de terrain pour identifier les groupes que vous auriez pu oublier, mais que le projet concerne. L'idée est de repérer activement les publics susceptibles d'être insuffisamment présents voire absents : pensez aux personnes qui habiteront le futur quartier, aux personnes employées, de passage ou qui font usage des équipements publics. Pensez aussi aux classes sociales moins favorisées, aux personnes ayant un moindre niveau de formation, handicapées, d'origine mixte ou non suisse, aux jeunes, aux enfants…

Vous pouvez compléter votre cartographie au fur et à mesure.



3 Faire des choix

Une fois que votre cartographie est complète, vous allez pouvoir établir des choix pour allouer vos ressources aux publics prioritaires. Pour les identifier, posez-vous les questions suivantes : dans votre cartographie, quels sont les publics qui sont particulièrement concernés par le projet aujourd'hui et demain ? Parmi ceux-ci, quels sont ceux dont on connaît peu les besoins, dont les intérêts sont moins souvent portés dans le débat public ?



Ce sont ces publics qu'il vous faudra cibler en priorité car leur parole viendra compléter ce qui est connu ou recueilli par ailleurs. N'excluez pas d'office ceux qu'il n'est pas possible d'entendre directement, des solutions existes pour essayer de connaître leurs attentes et besoins, par exemple en s'adressant à des personnes au profil similaire vivant ailleurs ou à des associations défendant leurs intérêts.

4 Suivre et enrichir ▸

▸ Voir le Zoom « Des outils et conseils pour enrichir la connaissance des publics », p. 31

L'équipe portant la démarche doit exprimer clairement le niveau de diversité souhaité, vérifier que le dispositif mis en place permet de l'atteindre et, au besoin, ajuster la démarche.

Des prestations ou des heures pour assurer ce suivi peuvent être ajoutées dans le cahier des charges si vous prévoyez un mandat pour concevoir et réaliser la démarche.

Rester flexible

Tout au long de votre démarche, restez à l'écoute : quels publics sont absents ? Les acteurs de terrain vous alertent-ils sur l'absence de certains groupes ? Soyez disponible pour ajuster votre cartographie des publics prioritaires et votre dispositif s'il manque l'expression de certains points de vue importants pour la qualité du projet. Il n'est jamais trop tard !

3 — Préciser ses objectifs

Pour que votre démarche participative puisse toucher une réelle diversité de profils, les attentes doivent être affirmées dès le début. Vos documents préparatoires ou de cadrage stratégique, les informations que vous diffuserez doivent expliciter votre niveau d'exigence vis-à-vis de toutes les personnes auxquelles elles s'adressent – hiérarchie, politique, partenaires, collègues, mandataires en charge d'animer la démarche.

▼ Vos documents de cadrage envoient des signaux forts. Comment les concevoir ?

- **Formuler les objectifs poursuivis** en matière de diversité, d'équité et d'inclusion. Vos mandataires, si vous en avez, doivent expliciter la manière dont l'intégration et le suivi de ces objectifs seront assurés sur l'ensemble de la démarche.

- **Rédiger vos documents de travail de façon inclusive** (documents internes, cahier des charges) : les formulations employées influencent les représentations et les réflexes des personnes chargées de piloter, concevoir ou animer la démarche – ce qui se répercute en bout de course sur la démarche. ▸

  - Concernant la question du genre, la directive transversale de l'État de Genève relative à l'écriture inclusive présente les règles à respecter. Conformez-vous à celles de votre institution. S'il n'en existe pas, privilégiez l'écriture épicène ou les doublets féminin/masculin. ▸

▸ Les biais cognitifs responsables de cela sont expliqués dans le dossier ressource « Mobiliser et faire dialoguer une diversité de public » sur 3ddge.ch.

▸ https://www.ge.ch/document/communication-inclusive-ege-07-05-directive-transversale

- De la même manière, vous gagnez à avoir des documents de travail rédigés dans un langage simple et clair, avec des formulations courtes, des tailles de police suffisamment grandes et une mise en page contrastée et aérée. Ces réflexes facilitent leur appropriation par les collègues et les partenaires et favoriseront la production de supports d'information et de participation accessibles pour les publics cibles lors de la mise en œuvre de la démarche. ▸

▸ Voir la partie III « Communiquer : un vecteur de réussite », p. 55 et voir aussi le Zoom « Langage clair et épicène », p. 68

▼ Si vous recrutez des mandataires, soyez explicites ! Cela vous assurera une équipe compétente et enthousiaste.

- **Demander des références et compétences spécifiques** liés à l'inclusion et à la diversité de la part des personnes chargées de penser, animer, assurer la communication du dispositif.
- **Exiger des dossiers de candidature qui démontrent des compétences** en matière de communication inclusive par leur rédaction et leur mise en page.
- **Prévoyer un critère de sélection** relatif à l'approche proposée en matière d'inclusivité.
- **Citer ce guide ou d'autres ressources comme référence** à prendre en compte.
- **Exiger la signature d'un engagement** à respecter l'égalité de genre, conformément au *Guide romand pour les marchés publics*. ▸

▸ https://www.ge.ch/document/declaration-respect-egalite-annexe-p6

Rester flexible

En établissant clairement votre exigence dès le début et en expliquant vos attentes aux différentes personnes impliquées dans la conception et la mise en œuvre de la démarche, vous pourrez vous y référer et affiner votre dispositif au fil de l'eau pour qu'il réponde à vos ambitions.

Zoom

Quelles sont les attentes à exprimer ?

Pour faciliter le suivi, mesurer les efforts, observer les progrès voire réajuster vos actions, vous avez besoin de repères mesurables.

Voici une liste de points d'attention que vous pouvez inclure dans vos objectifs. Ils peuvent être employés, pour tout ou partie, comme critères d'évaluation pour la démarche, si une évaluation est envisagée ou vous aider à vous autoévaluer.

Diversité, équité et inclusion :

- Les contenus et visuels des supports de communication et de participation reflètent-ils la diversité de la société du territoire concerné par le projet ?
- Les stéréotypes, les discriminations, les exclusions sont-elles évitées dans le langage employé ? Utilise-t-on des termes neutres et respectueux de toutes les identités ? Des biais inconscients sont-ils présents dans les supports ?
- Favorise-t-on des formules inclusives, adaptées aux besoins d'une audience diversifiée ? Promeut-on des messages encourageant la compréhension mutuelle, le respect des différences et la lutte contre les préjugés et les discriminations ?
- La communication permet-elle à chaque personne de se sentir reconnue, valorisée, et incluse ? ▸

Accessibilité :

- Les messages sont-ils accessibles à toutes les audiences, y compris aux personnes en situation de handicap ?
- L'information est-elle diffusée via des canaux variés, permettant d'atteindre un public large et diversifié, y compris les publics dont l'accès à certains médias est limité ?
- A-t-on prévu des modalités de participation pour garantir l'accessibilité cognitive ?
- Les lieux et les espaces de participation en présentiel et en ligne sont-ils accessibles à tous les publics, y compris aux personnes en situation de handicap ?

▸ Voir la partie III « Communiquer : un vecteur de réussite », p. 55

- Si certains ne le sont pas, des possibilités de contacter les personnes en charge de la démarche sont-elles prévues ?

Participation et engagement :

- Favorise-t-on la participation active des groupes habituellement moins pris en considération dans le dispositif proposé ?

- Des mécanismes sont-ils prévus pour recueillir les retours et suggestions de toutes les personnes pour améliorer en continu le dispositif et la communication ?

Dans cette partie, trouvez l'essentiel pour

- Connaître les caractéristiques de vos publics et comprendre l'utilité de ces informations pour votre démarche
- Identifier les bonnes pratiques pour rendre votre démarche attractive pour l'ensemble de la population
- Savoir comment favoriser l'expression des idées de tous vos publics
- Ne pas oublier de montrer concrètement l'utilité de la participation

Partie II

Adopter les bonnes pratiques

1 — Connaître ses publics

Affinez la connaissance de vos publics : quelles sont leurs caractéristiques socio-économiques ? Quelles sont leurs habitudes en matière d'information ? Quels sujets les intéressent ? Quels formats leur plaisent ou leur conviennent mieux ? Vous serez alors en mesure de préparer un dispositif et des messages bien adaptés, donc plus mobilisateurs.

Voici les questions à se poser.

▼ Quelles sont les principales préoccupations de vos publics ?

Au regard de ce que propose le projet, quels sont les thèmes qui vont faire écho aux questionnements, aux habitudes, aux attentes de vos différents publics ?

▸ **Listez les sujets particuliers qui les intéressent ou les préoccupent,** par exemple, la question du bruit ou de la nature.

Cela vous donne des indications sur la façon de traiter ce sujet dans vos messages (des accroches qui reprennent ce thème, qui montrent que le projet traite ce sujet) et dans votre dispositif (par exemple, un atelier dédié à cette thématique si c'est possible).

▼ Quels sont les lieux et les moments où il est facile de les rencontrer ?

▸ **Observez, demandez directement, renseignez-vous autour de vous** dans le secteur concerné par le projet, où sont-ils souvent présents, à quels endroits passent-ils du temps, à quels moments ont-ils davantage de disponibilité ?

Vous disposez ainsi d'une matière première précieuse pour imaginer votre dispositif : des lieux et des espaces où il sera pertinent de passer l'information sur votre dispositif et d'organiser vos rencontres, des moments où vos publics sont plus facilement disponibles.

▼ Quels sont les acteurs locaux qui sont régulièrement à leur contact ?

- **Recensez les différentes personnes qui sont en lien avec vos publics :** personnel des commerces du quartier, personnel d'accueil dans les services publics, travailleuses et travailleurs sociaux, membres d'associations…

Leur expérience vous sera utile : prenez le temps de discuter avec ces personnes pour mieux connaître vos publics et leur proposer de relayer les informations.

- Si vous pouvez aller à leur rencontre, même de manière ponctuelle, **questionnez vos publics pour en savoir plus grâce aux questions suivantes.**

▼ Quels seraient les dispositifs auxquels ils participeraient le plus volontiers ?

- **Cherchez à comprendre à quels dispositifs vos publics participeraient-ils le plus volontiers.** Ont-ils déjà participé à des ateliers, des rencontres, des échanges sur un projet ? Est-ce qu'ils préfèrent discuter en petits groupes, ou bien faire un atelier créatif ? Préfèrent-ils donner leur avis sur internet, participer une seule fois ou davantage ? À l'inverse, quels sont les formats qui les mettent mal à l'aise, qu'ils n'apprécient pas ?

Toutes informations vous permettront d'imaginer le dispositif le plus adapté.

- Quelles sont leurs habitudes et préférences pour s'informer ?

  - **Demandez-leur si et comment ils s'informent sur la vie locale :** S'informent-ils plutôt par les réseaux sociaux, par les sites institutionnels ? Par le bouche-à-oreille, les flyers, l'affichage ? Sont-ils plus à l'aise avec une vidéo, avec un texte ?

Concernant une démarche participative, comment aimeraient-ils être tenus au courant au fur et à mesure ?

Ces informations vous permettront ensuite d'ajuster votre plan de communication : canaux à utiliser et formats à privilégier.

Rester flexible

Cherchez à connaître au maximum vos publics avant de concevoir la démarche. Mais là aussi, l'essentiel n'est pas de tout prévoir en amont mais de veiller à s'adapter. Vous pourrez toujours ajuster votre dispositif au fur et à mesure, grâce à votre connaissance grandissante de vos publics. Pour cela, adoptez une posture attentive, d'écoute et n'hésitez pas à aller chercher l'information, à dire que vous ne savez pas.

Et si vous n'avez pas l'occasion de leur poser ces questions directement, pensez à demander l'avis des acteurs locaux régulièrement en contact avec eux.

Zoom

Des outils et conseils pour enrichir la connaissance des publics

Au cours de la démarche et d'une démarche à l'autre, vous pouvez enrichir les informations dont vous disposez. Il est possible par exemple de :

- Mettre en place des outils anonymes et respectueux de la législation sur la protection des données pour collecter des données sur les profils des personnes qui ont participé : âge, genre, origine, handicap, lieu de résidence, niveau d'éducation, etc.

- Demander des retours, guetter des signes pour vérifier que vous avez bien compris les motivations, attentes et besoins spécifiques des différents groupes que vous souhaitez mobiliser, et accueillir avec gratitude tout commentaire – même un peu frontal – vous permettant d'améliorer à l'avenir le programme, la communication, les horaires ou la logistique.

- Certains publics prioritaires ne sont pas présents ? Interrogez les acteurs locaux qui sont régulièrement à leur contact pour voir ce qui fait défaut dans votre dispositif, et réajustez lorsque c'est possible ou gardez précieusement ces conseils pour une prochaine fois.

- Identifier les groupes absents ou sous-représentés afin d'ajuster votre stratégie de communication, de mobilisation et les modalités de participation.

2 — Rendre la participation accessible et désirable

Pour de nombreuses personnes, les dispositifs de participation peuvent paraître peu accessibles, voire même peu accueillants. Pour déclencher l'envie de participer et faciliter l'expression des personnes présentes, plusieurs leviers et innovations sont à votre disposition. Ils instaurent un climat de confiance, facilitent le dialogue et favorisent l'engagement des publics.

Vous trouverez dans cette partie, des conseils et des idées, à combiner à votre convenance en fonction du contexte et de vos ressources.

- Pour proposer des dispositifs visibles et faciles à rejoindre, ou aller au-devant des personnes :
  - **Viser des lieux fréquentés, l'espace public ou des manifestations existantes :** ateliers en extérieur, actions de porte-à-porte, observation sur site, présence sur des marchés, des sorties d'école ou à l'arrêt de bus, les possibilités sont nombreuses pour mettre en place des dispositifs légers et mobiles.

- **Prévenir à l'avance de la présence de la démarche participative,** par de l'affichage ou en informant les commerces et les accueils d'équipements publics dans le quartier concerné (bibliothèque, piscine, école, service social de proximité…).

- **Prévoir la possibilité de s'informer et de rejoindre la démarche à tout moment**, sans condition (sauf pour des ateliers réservés à un groupe spécifique). ▸

▸ Voir le chapitre « Favoriser l'expression et la considération de chaque personne », p. 39

▼ Pour rendre la participation agréable et encourager l'expression, les formats actifs sont à privilégier. De nombreux formats permettent d'attirer de nouveaux publics et de susciter une participation spontanée.

- **Prioriser des moments d'échanges où la participation se vit concrètement** et où les personnes sont invitées à s'exprimer.

- **Préférer une information courte ou donnée en réponse à des questions.**

- **Veiller à une alternance entre apport d'information et temps d'expression** dans la conception de déroulés d'événements, et à un équilibre bien maintenu entre les deux.

- **Privilégier une dynamique d'interaction qui s'adapte aux publics :** par exemple en créant des petits sous-groupes pour éviter l'effet de groupe qui peut être impressionnant.

- **Oser des formats sensibles ou insolites, favorisant l'émotionnel et la spontanéité.**

- Dans une même invitation **proposer la participation parmi d'autres activités** (par exemple, activités créatives ou sportives).

Quelques exemples : *médiation et intervention d'artistes (fresques, art vivant…), concours de photos, ateliers créatifs pour tous les âges, diagnostic par correspondance, balades, ateliers ou rencontres organisés directement dans le secteur concerné par le projet…*

Votre démarche s'intègre à des événements existants (festivals, semaine dédiée à un thème) et vous pouvez avoir une influence sur le reste de la programmation ? Il est possible de signifier clairement l'intention de créer une ambiance accueillante et bienveillante pour tous les publics.

- **Prévoir dans la programmation l'intervention de personnalités publiques** reconnues pour leurs engagements en faveur des droits des groupes non-privilégiés.

- **Intégrer dans la programmation des sujets** liés à l'expression ou à la prise en compte de besoins spécifiques.

Voici quelques exemples d'événements à Genève dans lesquels une démarche pourrait s'intégrer :

- La Semaine de la démocratie coordonnée par la Chancellerie d'État
- Le festival Explore Demain organisé par le canton
- Les Semaines du climat et de l'égalité en Ville de Genève
- Le festival La Cour des Contes à Plan-les-Ouates
- Les festivals Plein-les-Watts et Mosaïque urbaine à Lancy
- Le festival du Printemps Carougeois
- La manifestation Grand-Saconnex en fête
- Le Festival de la durabilité à Bernex et Confignon

Grâce à de vastes amplitudes horaires et des modalités de participation asynchrones, votre démarche peut s'adapter aux contraintes de chacune et chacun.

- **Varier les horaires :** soirées, week-ends, créneaux en journée… afin de baisser la barrière de la disponibilité. Par exemple, un même atelier peut être proposé plusieurs fois, à différents moments.

- **Proposer des modalités de participation à distance : questionnaire en papier ou en ligne.** Les questionnaires papier peuvent être distribués dans les boîtes aux lettres puis renvoyés (prévoir une enveloppe préaffranchie) ou déposés dans une urne installée sur le site du projet ou à l'accueil de la mairie. À Genève, la plateforme de participation en ligne participer.ge.ch peut être utilisée par toutes administrations publiques. ▸

  ⚠ Il est essentiel de prévoir une assistance humaine (numéro de téléphone, permanences sur site, formation du personnel d'accueil en mairie) pour accompagner l'usage de ces modalités.

▸ N'hésitez pas à consulter le dossier ressource « Participation numérique et présentielle : réussir l'hybridation » sur le site du 3DD et à nous écrire pour plus d'information : contact@3ddge.ch.

Zoom

L'accessibilité

L'enjeu est de créer les conditions concrètes d'accès à l'information, aux lieux et aux échanges afin d'ouvrir la participation à une réelle diversité de vécus. Cela suppose de penser l'ensemble de la logistique (horaires, lieux, supports, assistance) au regard des besoins de publics en situation de handicap, âgés, allophones, issus de la migration ou en situation de précarité.

Concrètement, les actions à mener sont :

- Choisir des lieux facilement accessibles lorsque vous proposez une rencontre, un atelier, un événement : accès à divers transports, signalétique adaptée, information claire et accessibilité pour les personnes à mobilité réduite.
- Signaler explicitement, dès l'invitation, lorsque des aménagements sont prévus pour les publics ayant des besoins spécifiques.
- Mettre à disposition un contact (numéro, e-mail, permanence) pour que les personnes puissent signaler leurs besoins en amont.
- Vérifier la possibilité d'avoir des dispositifs d'assistance adaptés : boucle magnétique, interprètes en langue des signes, documents en FALC (Facile à lire et à comprendre) ou langage clair, support visuel contrasté, etc.

C'est aussi une question de posture : chercher à identifier les besoins, accueillir les retours avec humilité, montrer sa volonté de faire au mieux contribue déjà à créer un climat inclusif.

C'est faisable !

L'essentiel est d'avoir une approche inclusive . Si les ressources ou les contraintes ne permettent pas de rendre toute la démarche accessible, concentrez vos efforts sur certaines actions ou certains temps d'échange, notamment lorsqu'ils visent à recueillir en particulier la parole de personnes en situation de handicap.

N'hésitez pas à solliciter l'avis et l'aide de collègues, d'associations ou de spécialistes pour identifier et mettre en place des solutions adaptées. Remerciez celles et ceux qui signalent des besoins ou des difficultés, laissez un contact et adaptez la démarche lorsque cela est possible.

▸ Voir le Zoom « Annoncer la prise en compte des besoins spécifiques », p. 67
▸ Voir aussi le Zoom « Langage clair et épicène », p. 68

BIENVENUE

3 — Favoriser l'expression et la considération de chaque personne

Réussir à mobiliser une grande diversité de publics est essentiel. Mais une fois les personnes présentes, comment accompagner la prise de parole des plus timides ou de celles et ceux peu habitués à être sollicités ? Comment favoriser la rencontre et la mise en commun des différentes réalités vécues ? Favoriser l'expression de toutes et tous, dans un climat de confiance et de respect mutuel, renforce la qualité et la légitimité de la démarche participative.

- Il est nécessaire de concevoir des dispositifs dédiés à certains publics pour que chacune et chacun se sente légitime à contribuer.
  - **Utiliser les outils ludiques ou créatifs,** comme les dessins, les poèmes, les jeux de construction… pour favoriser l'expression des plus jeunes, des enfants, mais aussi des personnes plus à l'aise avec ces formes.
  - **Proposer des dispositifs spécifiques pour les personnes en situation de handicap ou confrontées à d'autres barrières :** supports adaptés, accompagnement personnalisé, accès facilité.

- La présence de personnes connues des publics rassure et facilite la participation active de certaines personnes.

  - **Identifier et collaborer avec des personnes de confiance** issues ou en lien avec les publics concernés (travailleuses et travailleurs sociaux, personnes en charge de l'animation, associations locales, référentes et référents culturels, etc.) pour accompagner les personnes qui participent à la démarche.

  - **Intégrer ces médiatrices et médiateurs dans les différentes étapes du processus** participatif afin de faciliter sa conception, l'accès à l'information, encourager l'expression, et soutenir la mobilisation. ▸

  - **Prévoyer et faciliter la présence de ces personnes** de confiance lors des temps participatifs.

▸ Voir aussi la partie « Grand focus », p. 48

- En articulant des temps dédiés à certains publics avec l'ensemble de votre dispositif lors de la conception de la démarche, vous garantissez que leur parole soit visible et prise en compte.

  - **Intégrer au sein de votre démarche des temps dédiés**, adaptés et sécurisés, pour favoriser l'expression et le recueil des avis émis par des groupes sous-représentés voire vulnérables, par exemple, les jeunes femmes adolescentes ou les personnes malentendantes.

  - **Varier les formats de participation proposés lors de vos événements** (ateliers spécifiques, groupes restreints, temps de délibération collective) pour faciliter l'approfondissement des échanges entre les différents points de vue émis.

- **Assurer la restitution des points de vue recueillis** lors de temps dédiés à certains publics, pour alimenter le débat lors des moments délibératifs qui permettront de confronter la diversité des points de vue et des besoins pour construire le projet ou les décisions.

- L'art et la créativité permettent de proposer des formes d'expression plus libres, plus engageantes, plus accessibles à certains publics.

  - **Prévoir l'intervention d'artistes,** via des partenariats ou des prestations, ayant une expérience dans la médiation et l'accompagnement à l'expression.

  - **Favoriser une approche créative, flexible, moins formelle,** pour exprimer un avis ou des idées, ce qui permet de dépasser les barrières linguistiques, sociales ou éducatives : poèmes collectifs, dessins, créations, montages, photos…

  - **Restituer les travaux artistiques produits** dans ce cadre, pour valoriser ces expressions et les intégrer au débat et dans la mémoire publique de la démarche. ▸

▸ Une partie du chapitre « Montrer et garantir l'utilité de la participation » porte sur la question de la restitution, p. 45

Zoom

Les supports de participation aussi sont concernés !

Pour faciliter l'expression de vos publics, les supports de participation que vous leur proposez jouent un rôle déterminant. Ils sont essentiels pour avoir un objet de travail pendant les ateliers et soutenir la discussion.

Ces supports doivent être conçus pour être accessibles à la diversité des publics : cela renforce la capacité de l'ensemble de la population à comprendre les enjeux, à se sentir légitime pour participer et à formuler une contribution pertinente. Il faut donc les penser en amont et l'ensemble se travaille avec soin.

Concrètement, les actions à mener sont :

- Ajuster le niveau de langage.
- Simplifier les sujets techniques.
- Prévoir des représentations visuelles (dessins, photos, cartes ou plans faciles à comprendre pour tout le monde).
- Produire des versions différentes selon les publics pour vos supports essentiels : jeunes ou enfants, personnes ayant des difficultés avec la langue, personnes souhaitant approfondir le sujet.
- Éviter les supports trop chargés en information.
- Privilégier des formats lisibles, visuellement clairs et interactifs.
- Prévoir des aides à la compréhension des contenus : pictogrammes, traductions, accompagnement oral, glossaires lors des rencontres.

Pour introduire plus facilement vos publics aux projets que vous souhaitez mettre en discussion avec eux, n'hésitez pas à :

- Aborder le projet par les angles qui correspondent à leur réalité quotidienne ou à leurs intérêts.
- Faire figurer dans les supports de participation des éléments visuels évocateurs de ces sujets qui leurs sont familiers.

Pour chacun des formats de rencontre que vous prévoyez dans votre dispositif, assurez-vous que les supports utilisés sont adaptés à l'ensemble des publics que vous avez invités. ▸

C'est faisable !

Il n'y a pas d'idée bête, laissez libre court à votre créativité ! Les spécialistes des démarches participatives, de la vulgarisation, de l'animation, de la pédagogie ou de la médiation (culturelle ou scientifique) connaissent de nombreux formats originaux pour présenter et mettre en discussion de l'information (méthodes, supports physiques). N'hésitez pas à effectuer des recherches ou demander conseil, des possibilités existent, du *low tech* à l'expérience immersive, il y en a pour tous les niveaux de moyens.

▸ Voir le chapitre « Concevoir des supports adaptés aux publics », p. 63

4 — Montrer et garantir l'utilité de la participation

Participer demande de donner de son temps. Les personnes qui s'impliquent dans le dispositif que vous proposez doivent y trouver de l'intérêt : sentir qu'elles ont la possibilité de s'exprimer, mais aussi constater que le temps passé a été utile, leur opinion, entendue et sa valeur, reconnue. L'inverse est très décourageant et ne donne pas envie de renouveler l'expérience (le bouche à oreille est fatal !). Il est donc essentiel de montrer que la participation est véritablement utile.

En organisant une visibilité des paroles exprimées au fur et à mesure de la démarche, vous vous assurez que les personnes qui participent prennent en compte la parole des autres dans leurs réflexions et donnez aussi envie de participer à de nouvelles personnes.

▼ Pour assurer la représentation, la reconnaissance et la prise en compte de toutes les expressions pendant la démarche :

- **Faire de l'utilité de la participation un message clé** de votre stratégie de communication. ▸

▸ Voir le chapitre « Préparer une stratégie et un plan de communication », p. 56

- **Produire et diffuser sans attendre de courtes synthèses des contributions recueillies** auprès de différents groupes ou personnes. Au fur et à mesure de la démarche, vous pouvez les rendre visible sur un espace en ligne dédié à votre concertation, dans l'espace du projet si vous en avez un, dans les supports de communication diffusés mais aussi en introduction des animations de la démarche.

- **Favoriser la formation de groupes ou de collectifs, qui peuvent construire ensemble un avis.** Celui-ci peut ensuite être présenté par le groupe – attention à prévoir un accompagnement soutenant des personnes – ou relayé par vos soins, lors des temps d'échanges suivants.

- **Si c'est pertinent, faire porter la voix d'un groupe lors des temps d'échanges ou de délibération** en favorisant la désignation d'un ou d'une porte-parole volontaire qui présentera et défendra leur avis.

▼ La restitution finale garantit la mémoire de la démarche. Adoptez le réflexe de mettre en place une restitution accessible, engageante et pérenne pour toute démarche :

- **Penser à valoriser la diversité des avis et aussi l'impact qu'ils ont eus dans la forme définitive du projet** au-delà d'un bilan formel ou d'un document récapitulatif de la démarche.

- **Privilégier les formats de restitution visuels, artistiques, accessibles à tous les âges** en attendant que le projet s'achève : c'est une façon originale et facilement accessible de valoriser les apports des participantes et participants.

  Quelques exemples : *installation provisoire, fresque, supports avec des dessins ou des citations, photos de la démarche sur bâches ou palissades du chantier, livret mis à disposition à la bibliothèque ou dans les espaces publics, diffusion d'un bilan dans les boîtes aux lettres… L'idée est à la fois de garder une trace mémorielle de ce temps de débat, de rendre visible la diversité des voix qui se sont exprimées et de valoriser les personnes qui ont participé.*

- **Veiller à ce que les formats choisis valorisent l'ensemble des contributions, en particulier celles des groupes souvent marginalisés :** cela montre que chaque voix compte et encourage la participation de l'ensemble de la population.

Ces conseils s'appliquent également à des restitutions intermédiaires pour des projets longs.

C'est faisable !

En veillant à aller au-devant des publics, pour comprendre leurs attentes et leurs freins éventuels, en ajustant votre dispositif, les formats, les supports en fonction de leurs retours, vous contribuez également à montrer que la participation est utile.

Grand focus

Prendre en compte l'importance des échanges humains

Pour la réussite d'une démarche participative, les échanges humains jouent un rôle essentiel à tous les niveaux. Qu'il s'agisse du dialogue avec les personnes résidentes du lieu en question ou des interactions entre collègues et partenaires, le contact direct favorise la compréhension mutuelle, fluidifie les échanges et renforce la confiance.

- Le contact direct permet d'adapter les échanges aux réalités et aux besoins des personnes auxquelles ils s'adressent.

  En interne à votre organisation ou avec les partenaires, il contribue à révéler des intérêts partagés et à faire émerger des opportunités mutuellement bénéfiques.

  Pour certains publics, notamment ceux moins à l'aise avec les formats institutionnels, ces interactions créent des opportunités d'expression qui complètent utilement les dispositifs plus formels.

  Bref, l'échange humain est un levier déterminant pour donner envie aux personnes de s'engager.

- Prévoir du temps de présence sur le terrain permet de recueillir l'expression spontanée et favorise la participation de publics moins habitués.

- **Prévoir des moments dédiés pour aller à la rencontre des personnes** sur leurs lieux de vie ou de passage, à différents moments de la journée et en prenant le temps : c'est le moyen le plus efficace pour recueillir leur parole.

- **Consulter de façon informelle et proactive en multipliant les échanges directs avec les personnes sur place :** personnes résidentes du lieu et faisant usage des équipements, personnel des commerces alentours, etc. Ces interactions, même brèves, permettent de capter des ressentis, des représentations, des priorités, des attentes, souvent inexprimées dans le cadre formel.

- **Présenter systématiquement la démarche et les moyens d'y participer :** une personne qui a eu un contact direct avec l'équipe en charge de la démarche sera plus à même d'en parler autour d'elle.

- **Compléter votre dispositif** (ateliers, rencontres, réunions, événements, plateforme en ligne) **par ces démarches de proximité** assurant une présence terrain et des discussions spontanées :

  - **Au moment du diagnostic initial :** cela permet d'obtenir de premières impressions sur les perspectives et les priorités concernant le projet.

  - **Pendant la période de participation :** cela permet d'enrichir et d'élargir les contributions recueillies, de faire réagir sur de premiers résultats d'un temps participatif, ou encore de préparer un prochain moment participatif.

- **Penser à visibiliser et intégrer la matière recueillie** lors de ces échanges (synthèse en ligne ou distribuée lors des ateliers, etc.). ▸

▸ Voir aussi le chapitre « Montrer et garantir l'utilité de la participation », p. 44

VOTRE QUARTIER SE TRANSFORME

▲ **Grand focus** Prendre en compte l'importance des échanges humains

- Vous gagnez à assurer la présence et la disponibilité des responsables et équipes du projet : les personnes résidentes du lieu se sentent considérées, les équipes du projet comprennent mieux les attentes.

  - **Prévoir des moments où l'équipe du projet est présente dans les espaces fréquentés** au quotidien par les publics concernés, pour favoriser une démarche proactive et un dialogue spontané.

  - **Prévoir leur présence lors des temps participatifs,** en leur demandant d'écouter les échanges ou bien de les introduire.

  - **Insister sur la posture :** sur le terrain, les responsables et mandataires doivent faire preuve d'une écoute active, ouverte et bienveillante, pour contrebalancer l'image surplombante qui peut être prêtée à l'administration.

- Travailler avec les acteurs locaux permet de mettre en place des relais de communication personnalisés, dans l'environnement où vos publics cibles sont à l'aise.

  - **Identifier, rencontrer puis travailler avec des acteurs de proximité :** membres d'associations, figures reconnues localement, des collègues travaillant dans des services en lien avec vos publics, etc.

  - **Soigner vos relations avec ces relais :** présentez-leur la démarche pour que des personnes puissent énoncer leurs conditions d'implications, y prendre part, et transmettre les informations à leurs publics habituels.

  - **Entretenir des contacts réguliers avec des personnes clés dans la vie du quartier** concerné par le projet (associations locales, personnes chargées de faire de la médiation dans le quartier, porte-paroles de communautés), y compris en allant directement sur place et par téléphone, pour assurer un échange personnalisé et efficace. ▸

▸ Voir aussi le Zoom « Penser à tous les canaux de communication », p. 60

- Enfin, pensez toujours d'abord à l'interne. L'aspect relationnel joue un rôle clé dans la réussite de la démarche, à commencer par toutes les personnes qui vous entourent, en interne de votre organisation.

  - **Parler de votre démarche, faire suivre régulièrement des informations** à son sujet.

  - **Poser des questions, demander des avis, solliciter des expertises :** c'est une façon pertinente d'enrichir votre démarche. Les services culture, sport, jeunesse, handicap, etc. peuvent apporter des contributions fortes, que ce soit en proposant des idées ou en donnant leurs points de vue sur certains aspects. L'équipe technique qui porte le projet, les différents services impliqués de près ou de loin (services d'entretien, police, etc.) sont aussi souvent preneurs d'être associés et apportent de riches informations sur la faisabilité du projet et de la démarche participative.

  - **Laisser de la place à celles et ceux qui souhaitent rejoindre le collectif qui pilote la démarche** si vous le pouvez. Si vos collègues y voient un intérêt, ils et elles pourront s'impliquer, mutualiser des ressources, mobiliser leurs partenaires et associer leurs publics.

Rester flexible

Organiser un événement commun ou une démarche de dialogue mutualisée demande un investissement supplémentaire, mais l'approche est souvent plus pertinente pour la population. Celle-ci ne raisonne pas en silo et peut se sentir sur-sollicitée lorsque plusieurs démarches sont menées en parallèle sur un même territoire. La participation devient alors une opportunité de renforcer la transversalité entre services et partenaires, tout en favorisant une meilleure mobilisation des publics.

Dans cette partie, trouvez l'essentiel pour

- Penser la stratégie et le plan de communication qui favoriseront la réussite de votre démarche
- Avoir à l'esprit l'ensemble des canaux de communication possibles, mais aussi la variété des supports à envisager
- Acquérir les bonnes pratiques pour formuler vos messages et choisir vos visuels

Partie III

Communiquer : un vecteur de réussite

1 — Préparer une stratégie et un plan de communication

Établir votre stratégie et votre plan d'action de communication e st un travail préalable indispensable. Il vous permet de « viser juste » et de savoir ce qu'il faut suivre au fur et à mesure. Cela vous assure de produire une communication efficace et efficiente. Finalement, c'est moins de temps à consacrer à chaque action de communication, avec plus de chance de toucher l'ensemble de vos publics.

1 Baser votre stratégie sur une analyse initiale du contexte

Bien préparer sa stratégie, c'est bien connaître son terrain, son projet et sa démarche. Afin de définir les dispositifs de la démarche et la communication, il est important de répondre aux questions suivantes lors d'un diagnostic initial (qui permet à la fois de définir les dispositifs de la démarche et la communication): ▸

▸ Voir aussi le chapitre « Déterminer ses publics cibles », p. 17

- Sur quel terrain le projet s'installe-t-il: quel en est l'historique – y compris en termes de démarches participatives – quelles sont les évolutions récentes, les problématiques éventuelles, les rapports de force à l'œuvre ?
- Quels sont les enjeux du projet ? Ses thématiques phares ? Comment font-elles écho au quotidien des publics concernés, à leurs problématiques et attentes ?
- Quel est votre dispositif de participation: ses temps forts, ses différents formats, ses objectifs pour le projet ?

2 Clarifier les enjeux spécifiques à la communication

Pour préparer le volet communication, il vous faut ensuite clarifier les points suivants :

- Quels sont les enjeux auxquels la communication doit répondre ?
- Quels sont les objectifs que vous poursuivez à travers les actions de communication aux différents moments de la démarche ?
- Quels sont les messages que vous souhaitez transmettre : les messages principaux, qui concernent le projet et l'ensemble de votre démarche, et les messages spécifiques, qui concernent chacun des temps de votre démarche ou bien des publics en particulier ? ▸
- Quels sont les publics que vous souhaitez atteindre, à la fois sur l'ensemble de la démarche et sur chaque moment ?
- Quels sont les indicateurs que vous voulez suivre ?

▸ Vous trouverez sur 3ddge.ch des ressources concernant la mise en récit d'un projet.

Grâce à ce travail préalable, vous disposez maintenant du nécessaire pour :

- **Avoir une vision dans le temps des besoins en matière de communication,** articulée aux différents moments de la démarche.
- **Poser un plan d'actions cohérent,** permettant de vous organiser et d'anticiper les productions tout en étant sûr de ne pas perdre le cap global.

3 Poser un plan d'action cohérent avec la vision d'ensemble

Le travail réalisé dans les étapes préalables vous permet de poser les grands jalons de votre démarche dans le temps. Il s'agit maintenant de traduire vos objectifs en actions concrètes sur le calendrier du projet en répondant à ces trois questions :

- Quels sont les publics visés et les messages à transmettre pour chaque jalon temporel : en amont, pendant et après les rencontres ou actions de la démarche ?
- Quels canaux et formats ou supports sont les plus adaptés pour toucher ces cibles ? Il sera peut-être nécessaire de combiner plusieurs canaux et formats pour y parvenir.
- Comment pouvez-vous anticiper les phases d'élaboration, de production et de diffusion ?

Vous trouverez dans ce guide des conseils pour identifier vos publics et les prioriser, pour connaître leurs habitudes et leurs besoins, et pour penser aux différents canaux, supports et formats. ▸

▸ Voir les chapitres « Connaître ses publics », p. 28, « Concevoir des supports adaptés aux publics », p. 63 et le Zoom « Penser à tous les canaux de communication », p. 60

Rester flexible

Votre stratégie vous permet de garder le cap et d'instaurer une véritable cohérence dans vos actions de communication. Elle vous permet également une certaine latitude. En étant au clair sur vos objectifs, vous gardez la possibilité d'ajuster vos formats, vos supports, vos canaux de diffusion.

Zoom

Définir une identité visuelle

Votre démarche gagnera à disposer d'une identité visuelle propre, reconnaissable pendant la durée du projet. Elle sera ainsi plus visible et plus compréhensible. ▸

- Travailler avec des collègues du service communication, des graphistes ou des personnes avec des compétences d'illustration pour produire des éléments visuels, même modestes.

- **Vérifier la compatibilité de votre identité visuelle avec les chartes de votre institution.** Cette identité visuelle peut ensuite être déclinée en différents visuels pour différents moments de la démarche et sur différents supports. ▸

Rester flexible

Demandez de produire un kit avec différents composants visuels utilisables pour différents supports (impressions et numérique). Vous pourrez ainsi être flexible si de nouveaux supports de communication doivent être produits en cours de démarche.

▸ Voir aussi le chapitre « Soigner les visuels », p. 70

▸ Voici par exemple la charte du canton de Genève: https://www.ge.ch/document/charte-graphique-republique-canton-geneve

Zoom

Penser à tous les canaux de communication

Vous avez identifié avec précision vos différents publics. Vous avez recueilli leurs besoins, leurs attentes, leurs habitudes en matière de communication. Au moment de poser votre plan de communication, pensez à tous les canaux pour atteindre vos objectifs. Toucher les bons publics, au bon moment, c'est une question de diversification et de complémentarité. ▸

Voici une liste de canaux à considérer, en commençant par le canal humain qui est le plus engageant et inclusif, pour pouvoir orchestrer la préparation et la diffusion au bon moment des informations: ▸

Personnes relais:

- Informer personnellement les acteurs locaux en lien avec vos différents publics.
- Les outillez pour qu'ils puissent relayer les informations:
  - Penser à leur envoyer une affiche ou un flyer digital par e-mail ou leur livrer des impressions pour distribution par leurs soins.
  - Proposer un article ou une brève qu'ils peuvent réutiliser.
  - Leur transmettre une foire aux questions (FAQ) avec les réponses aux questions qui pourraient leur être posées, et qui pourra d'ailleurs être utile plus largement.
  - Rester à disposition pour répondre à leurs interrogations.
- Les taguer sur vos publications sur les réseaux sociaux, pour leur donner de la visibilité et toucher leurs publics.

Occasions et supports relais:

- Diffuser une information lors d'événements locaux (affichage, flyer, pancarte)
- Laisser des flyers dans les commerces, les lieux accueillant du public, sur les panneaux de petites annonces..., via des flyers dans les commerces ou les lieux accueillant du public, etc.

▸ Voir les chapitres « Déterminer ses publics cibles », p. 17 et « Connaître ses publics », p. 28
▸ Voir aussi la partie « Grand focus », p. 48

Rencontres de terrain et échanges informels :

- Assurer une présence sur place pour échanger avec les publics peu attentifs à la communication classique des institutions ou peu connectés.
- Présenter les autres actions de la démarche pendant les rencontres.

Installations dans l'espace public :

- Mettre de l'information à disposition dans lieux de passages et les espaces publics fréquentés par vos groupes cibles (panneaux d'exposition, stands, etc.).

Supports papier :

- Utiliser des flyers et des affiches pour informer les publics peu connectés ou âgés.
- Collaborer avec les journaux communaux ou locaux pour toucher leur lectorat.

Canaux numériques:

- Diffuser l'information sur les réseaux sociaux ou des applications mobiles pour atteindre les jeunes ou les publics connectés, si besoin grâce à des partenariats.
- Si une plateforme de participation citoyenne est à disposition, anticiper la mise en ligne de votre démarche.

▸ Voir la partie «Grand focus», p. 48
▸ Voir le chapitre «Rendre la participation accessible et désirable», p.32

VOTRE QUARTIER SE TRANSFORME

2 — Concevoir des supports adaptés aux publics

Des supports conçus pour être accessibles à la diversité des publics renforcent la capacité de chacune et chacun à comprendre les enjeux, à se sentir légitime pour participer et à formuler une contribution pertinente. Vos supports de communication — de l'invitation jusqu'à la restitution — et ceux utilisés lors des rencontres doivent faire l'objet d'une attention réelle pour favoriser la participation de toutes et de tous. Ils se préparent en amont et doivent être conçus en fonction des publics.

▼ Le choix de vos supports est clé pour augmenter les chances de toucher vos publics.

▸ **Utiliser la connaissance des habitudes et attentes de vos publics** pour choisir les différents formats d'activités à produire, pour la communication, comme pour les moments de participation : ▸

- Sont-ils plutôt à l'aise avec les formats numériques ou papier ?
- Préfèrent-ils du texte, de la vidéo, de l'audio, une discussion ?
- Sont-ils à l'aise avec un plan, ou se projettent-ils plus facilement à l'aide d'une carte illustrée ?
- Seront-ils plus motivés par un jeu, une construction à réaliser, une expression artistique ?
- Quelles sont leurs préoccupations ?

▸ Voir aussi le chapitre « Connaître ses publics », p. 28

- En fonction des publics, **varier les supports et les types de médias :** affiches, flyers, vidéos, photos, fiches, cartes à jouer, infographies, éléments audios, textes, illustrations, formats imprimés, expositions dans l'espace public, formats numériques. La variété dans la façon d'amener les informations contribuent en elle-même aussi à rendre la démarche dynamique et facile d'accès.

- Préparer des supports différenciés est difficilement contournable pour toucher différents profils de personnes. Notamment pour les temps participatifs, concevez dès le départ des formats adaptés aux différents niveaux de familiarité avec les sujets abordés, aux capacités de lecture ou de compréhension, et aux préoccupations des différents publics.

  - **Concevoir par défaut des contenus accessibles à toutes et tous,** avec un langage clair, direct et des visuels explicites. Être simple sans pour autant infantiliser : des spécialistes de la vulgarisation et de l'illustration peuvent vous aider. ▸

  ▸ Voir le Zoom «Langage clair et épicène», p. 68

  - **Prévoir si possible des supports pour enfant ou jeune public** (supports ludiques, imagés ou interactifs), même lorsque le sujet discuté n'est pas directement un sujet jeunesse, et l'annoncer dans l'invitation. Cela permet de recueillir la perspective et les besoins des enfants ou des jeunes sur votre projet et facilite la participation des familles.

  - **Prévoir un niveau plus approfondi** de supports, pour les membres d'associations, souvent experts des sujets, ou pour les personnes souhaitant aller plus loin.

  - **Renvoyer vers les documents publics techniques et politiques relatifs au projet** (rapports détaillés, études ou données disponibles, documents institutionnels), pour garantir la transparence de la démarche.

3 — Ajuster les messages

Vos supports sont l'un des points de contact que les personnes ont avec la démarche. Les messages qu'ils portent sont un levier pour lever les barrières psychologiques et sociales, favoriser le sentiment d'appartenance. Travailler vos messages — ceux de vos supports de communication, comme ceux de vos supports de participation — est donc essentiel pour que tous les publics se sentent invités, comprennent la démarche proposée et aient envie de s'exprimer.

▼ Il est essentiel de faire transparaître votre posture d'écoute et de considération.

- **Opter pour un ton chaleureux, ouvert et respectueux.**
- **Exprimer clairement que toutes les contributions sont les bienvenues,** quels que soient les profils, les origines ou les points de vue.
- **Valoriser explicitement la diversité des personnes et des idées attendues,** en expliquant que les expériences du quotidien, les points de vue personnels ont toute leur place dans la démarche.
- **Annoncer la prise en compte des besoins spécifiques.** ▸
- **Expliquer ce que les contributions vont permettre d'apporter au projet :** une plus grande pertinence, une adaptation plus forte aux réalités, une décision plus juste pour toutes et tous.

▸ Voir le Zoom « Annoncer la prise en compte des besoins spécifiques », p. 67

- **Dire que les avis seront pris en compte et expliquer comment,** c'est à dire ce que les contributions vont devenir, ce à quoi elles serviront.

- **Mettre en avant l'intérêt de participer :** réfléchir ensemble à l'avenir du lieu, rencontrer d'autres personnes résidentes de celui-ci, passer un moment convivial.

- **Exprimer de la reconnaissance** pour le temps, l'énergie et les contributions faites par les publics.

▼ Pour que vos messages touchent le plus de monde possible, un langage clair, simple et inclusif est incontournable.

- **Chercher les questions que pourraient se poser vos publics cibles** avant de rédiger.

- **Adopter les bonnes pratiques pour un langage clair et inclusif.** ▸

▸ Voir le Zoom « Langage clair et épicène », p. 68

Zoom

Annoncer la prise en compte des besoins spécifiques

Il est important de montrer que la présence de tout le monde est non seulement souhaitée mais attendue et facilitée :

- Indiquer toujours la prise en compte des besoins spécifiques prévue. Cela peut inclure la mention explicite des aménagements (accès aux personnes à mobilité réduite), la mise à disposition de supports adaptés ou la possibilité d'organiser des dispositifs d'assistance, d'interprétariat ou de traduction.
- Encouragez les personnes à se manifester pour indiquer leurs besoins spécifiques. Cela vous permet d'anticiper les mesures concrètes à adopter, tels que qu'accessibilité des lieux de réunion, mise à disposition de supports adaptés, recours à des dispositifs d'assistance, mobilisation de collègues ou d'associations.

C'est faisable

À première vue, cela peut sembler très exigeant. Dans les faits, les demandes d'adaptation sont souvent assez marginales. Les solutions sont souvent plus faciles à mettre en œuvre qu'on le croit, lorsqu'elles sont discutées et imaginées avec les personnes concernées en fonction des moyens disponibles. Et c'est une motivation en soi : cela change tout pour ces publics !

Zoom

Langage clair et épicène

Un langage clair et inclusif réduit les barrières à la participation, ce qui favorise une implication large, diverse et équitable de personnes aux profils variés. Il augmente la compréhension et l'appropriation des informations et crée un climat de confiance.

Langage clair :

Le langage clair réduit les chances de se trouver dans des situations où les personnes n'osent pas dire qu'elles ne savent pas ou ne comprennent pas. Il permet de penser aux personnes ayant des limitations linguistiques, des troubles cognitifs ou une faible maîtrise du français. ▸

Ce souci permet d'éviter les surcharges d'information dans vos supports. Pour identifier les informations clés à donner, avant de rédiger, cherchez les questions que pourraient se poser vos publics cibles.

Voici quelques conseils pour la rédaction :

- Privilégier des phrases courtes, sans proposition relative.
- Éviter les termes administratifs ou techniques, pour faciliter la compréhension quel que soit le niveau d'éducation ou la familiarité avec le sujet.
- User de formules directes, invitez à l'action : « Participez », « Faites ». Adopter des formulations simples et conversationnelles, qui donnent une dimension dynamique au propos.

Langage épicène :

Un langage inclusif montre que toutes les identités sont reconnues et valorisées, renforçant le sentiment d'appartenance et de traitement égalitaire.

Plusieurs études scientifiques ont signalé que le cerveau humain ne reconnaît pas forcément le caractère ambigu du masculin générique. Il lui faut un effort intentionnel supplémentaire pour associer des femmes et des filles à une catégorie dédiée a priori aux hommes et aux garçons. Le même principe s'applique également aux personnes ayant d'autres identités de genre, tels que les personnes non binaires. Le choix du

▸ Des ressources sur le langage clair sont disponibles sur 3ddge.ch. Pour ne pas porter à confusion, nous précisons que ce guide n'est pas écrit en langage clair.

masculin générique transmet, par conséquent, une invitation plus directe aux hommes et aux garçons, qu'à n'importe qui s'identifiant à un autre genre. ▸

- Dans vos supports, employez systématiquement le langage épicène ou inclusif de genre, en privilégiant les formulations neutres ou non genrées et en évitant les ponctuations complexes (points médians, tirets). En l'absence de consignes internes à votre institution sur ce sujet, vous pouvez vous référer à la directive de l'État de Genève. ▸

Rester flexible

Une étape astucieuse, lorsque vous avez rédigé un document : faites-le lire à des personnes concernées ou bien à des personnes qui ne connaissent rien du projet. Et demandez-leur, en toute honnêteté, si c'est compréhensible et si elles se sentent concernées. Cela vous permet un retravail de vos textes vraiment utile.

▸ GYGAX, Pascal Mark. Écriture inclusive : action futile ou réponse à un vrai problème ? Une perspective psycholinguistique. In : La rédaction administrative et législative inclusive : la francophonie entre impulsions et résistances. Flückiger, Alexandre (Ed.). Genève. Berne : Stämpfli, 2019. p. 27–38.

▸ https://www.ge.ch/document/communication-inclusive-ege-07-05-directive-transversale

4 — Soigner les visuels

Au sein de vos supports, utilisez des visuels représentatifs et respectueux de la diversité de vos publics. Ils favorisent la reconnaissance et la valorisation de chacune et de chacun, renforcent l'attractivité des messages et contribuent à créer un climat de confiance propice à une participation large et diversifiée.

▼ Les bonnes pratiques à privilégier :

- **Rechercher des images représentant une diversité réelle et respectueuse,** intégrant différentes générations, origines culturelles, configurations familiales, identités de genre, capacités physiques, situations sociales, centres d'intérêt.
- **Inclure explicitement des groupes souvent oubliés ou marginalisés,** tels que les personnes âgées, les personnes en situation de handicap, les minorités visibles.
- **Représenter la participation, le dialogue, l'expression d'avis** en montrant des personnes dans des rôles diversifiés et valorisants de prise de parole, de passage à l'action.
- **Adapter les visuels aux contextes culturels et aux habitudes des publics cibles,** en respectant leurs codes et références.
- **Renoncer aux identités graphiques abstraites ou trop neutres,** qui vont être impersonnelles et ne pas susciter l'identification des publics, voire leur faire penser qu'ils ne sont pas concernés.

- **Faire preuve de vigilance vis à vis des stéréotypes** ou de représentations caricaturales qui peuvent renforcer les préjugés et exclure certains groupes.

▼ Les bons réflexes à adopter :

- **Enrichir progressivement vos supports avec des photos issues des moments de rencontre** précédents. Cela permet de montrer la présence concrète de personnes de différents âges et origines.

  ⚠ **Attention** à cette règle essentielle : s'assurer que les personnes sont à l'aise d'être prises en photo et aient donné leur accord (idéalement par une signature manuscrite), sans quoi il faut s'abstenir.

- **Veiller à la qualité et à la lisibilité des visuels** en fonction des supports utilisés.

Si vous avez ce guide entre les mains, c'est que vous vous posez des questions sur la meilleure approche à adopter pour favoriser des démarches de participation ouvertes à tout le monde. En considérant l'ensemble des réflexes à acquérir, des questions à se poser, des écueils à éviter, la tâche peut sembler difficile.

Ne vous en faites pas, il s'agit dans un premier temps d'entrer dans une dynamique de progrès. Et pensez à vous entourer : mandataires, partenaires, collègues, parties prenantes volontaires, personnes motivées ou personnes spécialisées… tous ces acteurs peuvent vous aider, à chaque étape !

La clé réside dans la curiosité et la quête permanente des améliorations et ajustements à apporter. Poser des questions aux personnes concernées, être à l'écoute pour ajuster la démarche et les supports est la meilleure façon de demeurer agile.

L'espace genevois dédié à la coopération et la participation citoyenne

Le 3DD favorise le partage de réflexions, d'actions et de ressources utiles pour agir ensemble sur les territoires et la transition écologique.

3ddge.ch

Comment concevoir des démarches participatives ouvertes à l'ensemble de la population ? Comment intéresser des publics variés, les faire participer, faciliter leur expression ?

Ce guide met la lumière sur l'approche globale à adopter pour changer ses habitudes. Il vous aide à prendre du recul sur les dispositifs, supports, formats et canaux tout en vous donnant de nombreuses clés pour améliorer dès aujourd'hui l'inclusivité de vos démarches.

Au bénéfice de la qualité de la participation, des expressions recueillies et donc… du projet !

Département du territoire
Office de l'urbanisme – service de la participation citoyenne
Rue David-Dufour 5 – CP 224 – 1211 Genève 8
contact@3ddge.ch – concertation.ge.ch