4CITIZEN

L’art de communiquer avec les citoyens :

La recette secrète pour toute consultation citoyenne réussie !

INTRODUCTION

La communication en consultation citoyenne est un art complexe qui consiste pour les décideurs à **faire passer un message au grand public**. Une communication bien maîtrisée peut faciliter la gestion des concertations. Certaines consultations vous donnent un bourdonnement de connexion qui surprend et ravit. Dans de telles situations, le temps s'arrête et les frontières entre vous s'effondrent, permettant à quelque chose de nouveau et d'excitant d'émerger.

Dès leur premier engagement avec le public, les décideurs de tous les domaines sont confrontés à des opportunités et à des défis en matière de communication.

La communication est perçue aujourd'hui comme un simple moyen de faire connaître la consultation et d'engager un maximum de personnes au lancement – en croisant les doigts ensuite pour que l'impulsion porte ses fruits.

Pourtant, la communication est loin de se résumer à cette brique : elle est le pilier de toute la démarche de consultation et il est temps de lui rendre justice.

On la réduit à la visibilité, alors que son pouvoir est pluriel. En effet, la communication aide à mobiliser et engager un large public tout au long de la démarche tout en garantissant la qualité de la participation et donnant la preuve de l'impact de la consultation.

Bien plus que ça, la communication apporte de la pédagogie et de la transparence, explique, guide, rassure, dans un contexte encore dominé par la méfiance. Bref, elle établit le fondement d'un **véritable dialogue continu**.

Nous sommes conscients des défis que doivent relever les décideurs pour mobiliser leurs citoyens, rendre visibles leurs compétences, faire face aux compressions budgétaires et mutualiser leurs ressources. Notre rôle, à travers ce livre et en tant que militants de la démocratie locale, est de les guider à aborder cette communication de manière singulière, à valoriser leur présence, et à identifier les canaux d'action les plus efficaces.

Une saine démocratie exige une réelle participation de la population. Notre mission consiste à rendre possible la participation citoyenne.

La communication fait partie intégrante du processus !

SOMMAIRE

PARTIE 1 : La communication est le levier de la consultation citoyenne

PARTIE 2 : La communication commence en interne

PARTIE 3 : Engager les citoyens : 3 ingrédients secrets

PARTIE 4 : Etablir la confiance

Conclusion

À propos de 4 CITIZEN

1 La communication est le levier de la consultation citoyenne

Il est impossible de mettre en place un processus de consultation citoyenne sans communication. Cela semble évident pour faire connaître la démarche ! Nous irons encore plus loin : le succès d'une consultation dépend d'une collaboration opportune avec une communication incarnée qui est utilisée tout au long du processus.

- **La communication comme outil d'adhésion et de mise en œuvre**

En réalité, ce n'est pas surprenant. Dans un climat de recomposition importante des territoires et des compétences, ainsi que d'exigence citoyenne accrue de transparence et d'engagement, la stratégie de communication territoriale se renforce déjà autour de l'usager. Elle se transforme en un outil stratégique d'adhésion et de pédagogie.
L'implication croissante des citoyens a inévitablement un impact sur la communication, qui va désormais en deux sens :

- **Communication descendante** est la plus courante. L'objectif est de diffuser l'information, de sensibiliser et d'expliquer un projet à l'ensemble des citoyens. L'implication et la transmission des informations par les décideurs s'avèrent indispensable pour permettre aux collaborateurs d'adhérer aux changements et évolutions de l'environnement.
- **Communication ascendante** vise à montrer les suggestions des citoyens par rapport à des thématiques qui les concernent, de coopérer face à certains problèmes qui se posent, d'apporter des solutions innovantes. Bref, essayez d'exprimer l'opinion des citoyens et d'exposer les besoins les plus marquants qu'ils ont pour qu'ils soient entendus par les décideurs.

La stratégie de communication territoriale est également mobilisée en prévision de la nécessité d'accompagner des projets qui se mènent de manière coordonnée et participative. Le métier de communicant devient celui d'un accompagnateur, d'un « metteur en scène » ; quelqu'un qui peut engager les citoyens dans la démarche de consultation collaborative.

- **La consultation et la communication sont deux stratégies complémentaires.**

Parmi les réserves et les idées reçues sur la consultation citoyenne : le manque de capacité des citoyens à traiter les questions techniques et communales est fréquemment évoqué. Tout repose justement sur le "capacity building" des communicants : à connaître la démarche, à comprendre le cadre réglementaire,à se sentir inclus dans une vision territoriale et collective, à savoir utiliser les outils numériques de la participation citoyenne, etc.

La communication est donc indispensable car elle permet de passer de la possibilité de participer (grâce à des offres et des outils participatifs) à une capacité à le faire réellement. Prenons l'exemple d'un budget participatif, dont la méthodologie étape par étape illustre la nécessité d'avoir une stratégie coordonnée. Chaque étape du budget participatif a une fonction bien précise pour mener, progressivement, à la prise de décision par les citoyens.

La communication permet d'expliquer une méthodologie que les citoyens ne connaissent pas, de mener leur implication, et de présenter les meilleurs arguments et les bonnes informations au bon moment.
L'objectif de la phase d'appel à projets, par exemple, est d'obtenir des propositions citoyennes de qualité, respectant un cadre réglementaire et répondant à certains critères. L'accent de la communication doit être mis sur la pédagogie en lien avec les critères d'acceptabilité, ainsi que sur l'accompagnement des citoyens dans la construction de leur projet.
Lors de la phase de vote, le but est davantage quantitatif : choisir le projet gagnant en interrogeant le plus de personnes possible. La communication peut mettre l'accent sur la simplicité de cette étape afin d'atteindre un public plus large et d'ouvrir des canaux d'engagement plus rapides, plus directs, plus inclusifs, etc.
Si nous avons appris quelque chose de ces années de participation, c'est que l'outil numérique, seul, n'est pas suffisant ! Chaque consultation doit être accompagnée d'une stratégie de communication appropriée pour expliquer, mobiliser le public, donner accès aux informations nécessaires, etc.
Concrètement, sans communication, une consultation a peu de chance d'obtenir une participation citoyenne large et de qualité. Cela signifie également qu'une partie de votre temps et de votre argent lui sera consacrée.
Quelle est la meilleure façon d'aborder la stratégie de communication ? Où commençons-nous? L'enquête se poursuit...

2 La communication commence en interne !

Quand on parle de communication, on pense généralement à la communication externe à destination des citoyens. Cependant, une consultation citoyenne efficace commence par un alignement interne des équipes autour d'une vision et d'une organisation commune.

- **Solliciter le service de communication dès le début du projet.**

Comme vous l'avez peut-être deviné, la communication est la clé d'une gestion efficace de la consultation citoyenne.
Dans les petites communes, le chef de projet assume souvent le rôle de communicant en l'absence de compétence interne. **4 Citizen** peut vous accompagner pour réussir dans ce rôle en vous offrant des conseils pratiques et des fonctionnalités dédiées sur sa plateforme. Dans les grandes collectivités, comme les métropoles ou les intercommunalités, les moyens de communication sont déjà en place et peuvent être mobilisés.
En effet, le service communication n'a pas besoin d'être contacté de manière régulière, mais a minima lors de la phase de préparation de la consultation citoyenne, afin d'élaborer une stratégie de communication externe et interne adaptée, et à l'issue de la campagne pour la restitution des résultats (événements, support pédagogique, etc.). Des points de suivi intermédiaires peuvent également être utiles pour adapter les messages et les canaux de communication.

- **Intégrer et aligner les services internes**

La consultation citoyenne n’est pas exclusive au service de la démocratie locale. La majorité des projets mis en concertation font appel à des spécialistes dans des domaines tels que la mobilité, l'urbanisme, la culture, l'environnement et le logement ...
Le succès de la démarche participative tient à son intégration à ces nombreux services ainsi qu'à sa reconnaissance comme composante essentielle de l'action publique. Face à un cadre administratif encore cloisonné et des services très opérationnels, cet objectif apparaît difficile pour les responsables de la concertation.

Llls pourront s'appuyer sur une solide équipe politique et un service de communication afin de développer une véritable stratégie d'engagement auprès des agents : réunions d'information, discussions et directives pratiques axées sur la participation, partage des plans et des responsabilités, vision politique, une boîte à outils de communication pour promouvoir la démarche, etc.
Cette étape d’alignement est indispensable pour faciliter la mise en place des consultations et des projets qui en découlent.

- **L'importance du support des élus**

Plusieurs questions internes peuvent se poser concernant la finalité de la participation, son influence sur la vie quotidienne (organisation, charge de travail), la décision d'investir sur tel sujet plutôt qu'un autre, etc. Le portage politique joue un rôle essentiel pour légitimer le rôle de la concertation dans la mise en œuvre des politiques publiques et soutenir le service organisateur. Même si les élus ne sont pas toujours impliqués dans tous les volets opérationnels, leur placement initial est important.
Aux yeux des citoyens, leur engagement est également significatif. Les élus donnent leur parole que la voix du citoyen sera entendue, créant par la suite un climat de confiance.
L'accompagnement de l'élu prend la forme d'une communication publique sur la vision politique du projet (conférences de presse, réunions publiques, séances de questions-réponses, etc.), à la fois en interne et auprès des usagers.

3 Engager les citoyens : ingrédients secrets

Une question revient souvent : si les citoyens veulent vraiment participer, pourquoi ne sont-ils pas toujours au rendez-vous lors des consultations ? Plusieurs facteurs peuvent influer sur l'opinion du public : le temps et les efforts nécessaires à la participation, un manque d'expertise numérique, une conception d'outil peu intuitive (chose à laquelle nous sommes très attentifs chez **4 Citizen** !), la complexité du sujet de consultation, ou tout simplement le fait de ne pas être informé , etc.
Bien que la communication seule ne puisse pas briser toutes les barrières, c'est l'outil le plus efficace pour mobiliser le public, en particulier ceux qui sont moins susceptibles de participer. **4 Citizen** vous donne trois ingrédients pour mieux comprendre votre public et développer une stratégie de communication efficace.

Ingrédient 1 : Donner une bonne raison de s'engager

S'engager demande de l'investissement, parfois même toute une organisation. Pour les citoyens, cet investissement doit avant tout valoir le coup ! Dans une étude récente par Julien Talpin et Alice Mazaud, a identifié 4 raisons qui peuvent encourager les citoyens à participer : le devoir civique, le fait de sociabiliser, l'enrichissement cognitif et bien sur, l'intérêt personnel (le plus puissant de tous).
Pour attirer les citoyens, on peut donc commencer par choisir un sujet qui répond à leurs besoin (thématiques, valeurs,...). Si l'intérêt direct n'est pas toujours clair dans le cadre de l'intercommunalité ou du territoire, la communication doit pouvoir le montrer. Elle peut également jouer avec tous les autres leviers de motivation pour donner envie de s'impliquer.

Quelques repères pour inciter votre public à participer :

• **Mener une pédagogie sur les compétences territoriales, clarifier et rendre plus ludiques les enjeux de la concertation :** Plan de relance, Projet Territorial, Politiques Publiques... De quoi s'agit-il ? Quel impact cela a-t-il sur la vie de tous les jours ? C'est ici que s'explique l'intérêt personnel des citoyens à participer aux décisions territoriales. C'est aussi une façon pour les collectivités de mettre en lumière leurs activités et leur volonté de collaborer avec les citoyens.

• **Faire de la consultation un événement collectif et inspirant :** conférences, expositions, contenus pédagogiques, mais aussi ateliers de réflexion et de co-construction, débats, etc. Qu'ils soient numériques ou physiques, tous ces éléments contribuent à la création d'un imaginaire collectif et au rassemblement des personnes autour d'une cause commune.

• **Maintenir le ton et l'image de la consultation :**
- Créer une identité visuelle forte et un message fort pour attirer les gens dans la région.
- Éviter dans la mesure du possible d'utiliser un langage administratif ou des discours moralisateurs. L'accent est mis sur la pédagogie et la surveillance.
- Variez les messages pour tenir compte du large éventail d'audiences et de motivations

Ingrédient 2 : Créer un environnement de consultation transparente.

Dans un contexte généralement marqué par une crise de confiance en les organes et mécanismes de représentation traditionnels, qui se traduit notamment par un éloignement des citoyens par rapport aux processus et aux lieux de délibération. Les citoyens continuent de se méfier des processus de consultation, et ils ne suscitent pas toujours un fort sentiment d'engagement. Plus les règles du jeu sont claires, moins il y aura un sentiment de "pseudo-concertation" qui démobilise le public à l'avance. La communication a un rôle pédagogique important dans le développement de cet environnement de transparence.

Quelques conseils sur la façon de créer un climat de confiance et de transparence :

- **Assurez-vous que tous les participants connaissent les objectifs de participation:** Que veut dire "consulter" ? Qu'est-ce que cela a à voir avec une vision politique? Quel niveau d'engagement citoyen / de prise de décision reste-t-il entre les mains des citoyens ? Qui d'autre est impliqué (services administratifs, technologies civiques, organisations, etc.) ?...
- **Expliquer la démarche de la participation citoyenne :** L'utilisation d'outils, la création d'un échéancier, l'exécution d'un plan... La démarche est loin d'être naturelle pour les citoyens ! Des supports d'accompagnement pour tous les publics, notamment les moins technophiles (tutoriels, permanences, questionnaires papier...), doivent être envisagés.
- **Identifiez clairement les points qui sont négociables et ceux qui ne le sont pas:** Même s'il s'agit de la co-construction et de participation citoyenne dans les processus de prise de décisions, il y a un cahier de charge à respecter et des variantes qui peuvent changer à tout moment.
- **Anticipez autant de points de conflit potentiels que possible:** Utilisation des données, sécurité de la plateforme et légitimité des résultats...Tout ce qui peut susciter des appréhensions sur la procédure doit être expliqué en toute transparence.
- **Assurez-vous que les résultats sont retournés et expliquez comment la consultation a influencé la décision:** Deux éléments cruciaux pour éviter le sentiment de "pseudo-concertation", que nous aurons l'occasion d'approfondir dans la dernière partie de l'ouvrage.

Ingrédient 3 : Allez chercher le public.

L'une des préoccupations majeures des organisateurs et des communicants est bien sûr de mobiliser le plus grand nombre de personnes possible. Tous les publics ne sont pas au même endroit au même moment, et ils n'ont pas forcément la "fibre participative" par nature. Il faudra donc les chercher où qu'ils soient...
En ajoutant cet ingrédient à la recette de consultation citoyenne, les décideurs encourage un échange égal d'informations et d'expériences entre les experts et le grand public. En effet, la consultation publique reconnaît que le citoyen est l'expert de sa propre vie. En outre, elle facilite la conciliation des intérêts des différents groupes. Et, elle met en lumière les priorités collectives des citoyens à l'issue du processus.

Quelques conseils pour toucher un large public :

• **Augmentez le nombre de canaux longue portée:** Les premiers canaux à activer sont, logiquement, les médias de masse : contenus sponsorisés, sites communautaires, mailings, newsletters, affiches, flyers, presse locale, etc. Les communautés sont conscientes de leurs supports de prédilection.
• **Revendiquer les relations stratégiques du territoire:** Au sein du territoire, il existe une pléthore de relations et de communautés dont on peut ne pas être conscient. Associations, entreprises, écoles, acteurs de l'insertion, animateurs culturels, conseillers de quartier, entreprises... Les communautés peuvent facilement les impliquer en leur envoyant des e-mails, en les invitant à des réunions de planification et/ou en leur fournissant des supports de communication préparés à l'avance tels que des dépliants, des affiches, des livres explicatifs et des sites Web dédiés.
• **Rencontrer le public sur son terrain de prédilection:** Des émissions de télévision ou de radio, certaines plateformes, des lieux spécifiques... Cette fois, la communication repose sur un profilage plus précis.
• **Encourager la participation citoyenne en planifiant de nombreuses campagnes de communication:** Plus ou moins longues, les consultations ont fréquemment besoin d'être rappelées aux participants, ainsi que de mobiliser un public différent ou plus large selon les étapes : alertes, rappels par mail, articles de journaux réguliers, un événement sur mon parcours... La communication est là pour tenir le processus avance.

4 Citizen rend la communication facile sur sa plateforme :

Engager plus et Décidez mieux !

4 CITIZEN accompagne les décideurs vers une gouvernance partagée en mobilisant la participation citoyenne en ligne via une plateforme de co-construction de la décision. Le but est de créer de la confiance et de l'adhésion avec des outils participatifs en ligne.

Plusieurs fonctionnalités sont prévues pour intégrer pleinement la communication dans le processus de consultation :

• La possibilité d'ajouter des vidéos et des pièces à l'ensemble de votre contenu (règles, guides d'inspiration, résultats des élections, etc.)
• Fonctionnalité ateliers numériques pour vous rapprocher de votre public
• Articles et actions partageables d'un simple clic sur les réseaux sociaux

Encourager la participation citoyenne !

La plateforme se charge d'envoyer des alertes emails aux citoyens pour chaque action clé :
• Lorsque leurs suggestions ont suscité une réaction (commentaire, appréciation ou vote)
• Annoncer une nouvelle démarche sur la plateforme (une nouvelle consultation, une nouvelle étape...)
• Pour mettre en lumière de nouvelles idées et inviter les gens à participer à la conversation.
Tous ces e-mails peuvent être personnalisés pour correspondre à l'identité visuelle du territoire.

4 Etablir la confiance

La fin de la consultation ne signifie pas la fin du processus. Au contraire! L'heure est désormais à l'un des aspects les plus significatifs de la procédure : la restitution des résultats aux parties concernées.
Cette dernière étape, à la fois analytique et éminemment communicative, démontrera que la voix du citoyen a eu une influence sur la prise de décision publique. En réalité, les décideurs politiques ne sont pas tenus de prendre en considération les résultats d'une consultation. Cependant, en participant à cet exercice démocratique, ils s'engagent à justifier leur décision finale et à diffuser les résultats de manière transparente. C'est ce qu'on appelle le droit de recours des participants. C'est là que se construit une véritable confiance - à la fois dans le processus et aux yeux des personnes impliquées.

Quelques repères pour une restitution réussie :

• **Communiquer les résultats d'une manière pédagogique:** Les données sont extraites et analysées à la suite de la consultation. Un rapport est créé pour fournir les constatations et les conclusions préliminaires. Pour ce projet, l'équipe de communication collabore avec l'équipe d'analyse afin de rendre le résultat aussi pédagogique que possible
• **Expliquer l'influence de la consultation publique sur la décision:** Il s'agit d'expliquer en détail les effets de la consultation : ce qui est pris en considération dans la décision finale, ce qui n'est pas retenu et ce qui est requis. C'est une bonne idée d'expliquer vos choix et de réaffirmer vos options !
• **Créer un véritable récit de consultation:** Comme on peut le constater, il existe plusieurs obstacles à la participation. Pour la légitimité du processus et la notoriété des initiatives futures, il est essentiel que tous les citoyens puissent s'identifier à cette expérience. Par exemple, on peut faire témoigner des participants sur leur parcours, raconter la chronologie du projet sous forme de vidéo ou d'essai, rappeler le rôle de la procédure une fois le projet terminé, etc.

Quel canal de communication ?

L'objectif est de publier les résultats directement sur la plateforme de consultation afin qu'ils soient visibles par tous les participants, ainsi que de les diffuser largement pour éclairer tous les citoyens, même ceux qui n'ont pas participé.
Tous les canaux mentionnés précédemment peuvent être à nouveau utilisés : médias sociaux, bulletins communautaires, site Web et blog du groupe, presse locale, etc.
Mais il existe encore d'autres canaux interactifs qui permettent d'expliquer les effets de la consultation : événements, réunions publiques, Facebook live, Visio, conférences de presse, questions-réponses, etc.

Engagement à long terme

Initier l'engagement, c'est aussi faire preuve de patience et de prudence dans sa démarche. Face au besoin croissant d'engagement citoyen, quelques consultations sporadiques ne suffisent plus. Il est essentiel d'intégrer pleinement le processus participatif (obligatoire ou non) afin de gérer efficacement les projets de territoire.

Cette pérennité se construit par un plan de concertation à long terme et des actions de communication régulières qui ancreront la démarche dans les habitudes des usagers.

CONCLUSION

Nous espérons que ce livre vous aidera à mieux comprendre le rôle essentiel de la communication dans la consultation citoyenne. La consultation n'est pas la même chose que la communication. Pourtant, sans contact, il est difficile de consulter ! Nous espérons que vous avez trouvé l'inspiration, l'énergie et les conseils dont vous aviez besoin pour lancer une véritable stratégie de communication lors de votre session. Nous sommes ravis de vous aider à mettre en place une campagne de haute qualité, engageante et percutante !

À PROPOS DE 4 CITIZEN

- **4 Citizen** est une plateforme civic tech pour la consultation citoyenne numérique. Nous aspirons à changer le monde en ouvrant les portes à une "Agora numérique" qui se matérialisera derrière une plateforme permettant de mieux associer les participants à la prise de décision pour une société fondée sur la collaboration entre les individus.

Plateforme 4 CITIZEN

8 Modules participatifs et inclusifs

Une boîte à outils complète pour réaliser votre vision

Une plateforme personnalisable à votre goût

Un accompagnement à chaque phase de votre projet

NOS ENGAGEMENTS

- **4 Citizen** s'engage à accompagner les décideurs vers cette gouvernance partagée, et les conseiller sur plusieurs aspects des fonctions de la plateforme de la participation citoyenne pour rapprocher les citoyens et les décideurs et créer de la confiance et de l'adhésion avec des outils participatifs en ligne. Plus concrètement, notre mission consiste à aider les organisations à s'organiser démocratiquement en proposant une plateforme personnalisée selon leurs enjeux, populations et cultures. Et, des programmes d'accompagnement qui leur permettront de travailler sur des objectifs identifiés dans un cadre d'écoute sécurisé, basé sur la confiance.

Ils nous font confiance

CONTACTEZ-NOUS !

Technopark Route De Nouaceur 4ème Etage,
Bureau 417, Casablanca 20000

(+212) 5 22 50 66 16
(+212) 6 61 78 06 67

info@4-citizen.com