

ATELIER : CONVAINCRE LES CITOYENS

Convaincre n'est pas vraiment le sujet.

Mobiliser, faire participer, adhérer, entretenir le lien dans la durée et rendre acteur et moteur le citoyen et/ou les associations et/ou entreprises.

Agenda 21 : terme trop abstrait, pas porteur.

1-Les questions à se poser en préalable

Pourquoi et pour quoi concerter avec les citoyens ?

Aspect réglementaire et/ou respect de procédure.

Au-delà, c'est le choix de la collectivité : éviter d'y aller par pur effet de mode.

Sur quoi concerter ?

Plusieurs niveaux possibles d'éclairage de décisions, par exemple sur le territoire d'une commune :

- Veut-on aller vers l' »autonomie énergétique » ?
- Veut-on implanter des éoliennes ?
- Où implanter des éoliennes ?

Il est important de bien définir ce sur quoi porte la concertation : préciser le vocabulaire, et pourquoi : éclairer une décision, récupérer des idées, des actions, créer une adhésion, etc.

2-comment mobiliser ?

Constat : l'information qui passe par le journal local, la radio, le site internet, l'affichage attire peu de monde ou des personnes déjà très engagées, peu représentatives de l'ensemble de la population concernée. Elle est noyée dans la masse d'informations et de sollicitations diverses.

Idée 1 : passer par le facteur humain et aller à la rencontre des citoyens :

- porte à porte
- lieux de passage, de rassemblement (marchés, commerce de proximité, etc.)
- événement qui rassemble les acteurs concernés =>départ pour une action dérivée (exemple, fête de l'école pour pédibus)
- Espace ou moment d'expression de l'intérêt direct des particuliers : Comité d'Intérêt de Quartier, PLU
- plateforme internet : au travers de communauté d'acteurs, réseaux sociaux, blog, etc. L'outil ne suffit pas, il faut passer per ceux qui l'animent.

Idée 2 : utiliser des moyens de masse pour une représentation équitable de la population : institut de sondage ou de statistique, soit en direct soit en complément après un premier appel à manifestation d'intérêt pour obtenir un panel représentatif.

Idée 3 : adapter son vocabulaire aux acteurs rencontrés, partir de leurs préoccupations et d'actions concrètes de la vie quotidienne.

- être à l'écoute des besoins
- être en veille des initiatives spontanées
 - exemple du rucher : une collectivité qui veut mener une action exemplaire s'enquiert auparavant si une action similaire est déjà mise en œuvre par des associations, entreprises, particuliers : ce qui permet adhésion, synergie, et portage extérieur
- Partir d'une action concrète et précise, « faire appel à un expert » local. Puis développer, améliorer, etc.

Idée 4 : motivation : pourquoi le citoyen s'engage et reste engagé :

- utiliser la théorie de l'engagement (pied dans la porte, etc.)
- retour et valorisation de l'action menée : reconnaissance
- faire état régulièrement de l'avancement des actions et des résultats

Idée 5 : rencontrer les entreprises locales : les salariés comme les agents sont aussi des citoyens.

Prendre le temps de se connaître entre collectivité et entreprise : préoccupations, besoins, objectifs, organisations, vocabulaire, temps de décisions

Idée 6 : savoir bien utiliser un bureau d'études qui peut être un « passeur » entre différents acteurs

3-Conclusion :

Une concertation bien menée aboutit à : « la décision tombe comme un fruit mur »