





## Fiche 9 Mobiliser les acteurs

- Faire appel si besoin à un animateur neutre et objectif (prestataire, association, etc.) afin que les élus ne soient pas partie prenante et puissent être en posture d'écoute.
- S'inspirer des guides utiles (cf bibliographie annexe 3 du guide)

### ■ Définir la stratégie de la collectivité pour la participation des acteurs :

#### ■ Définir les objectifs poursuivis :

- Fixer 3 ou 4 objectifs précis avec les élus, ce qui permettra de définir l'ambition de la concertation et de fait son organisation. Par exemple : Sensibiliser la population au développement durable / Recueillir des éléments de diagnostic / Générer des débats d'idées, source de démocratie / Construire un projet de territoire partagé...

#### ■ Lister les acteurs à mobiliser :

- Identifier tous les acteurs possibles à solliciter, en recherchant une diversité parmi des « experts », des « usagers », « des habitués au débat », « des sans-voix » (voir tableau suivant).
- Faire une liste des acteurs à solliciter, en fonction de leur place sur le territoire et des objectifs de la concertation.

#### ■ Formaliser les niveaux de participation attendus des différents acteurs :

- Préciser les niveaux d'association (information, consultation, concertation et/ou codécision), pour chaque acteur et justifier les choix faits pour mieux les expliquer : traduire cette réflexion dans un tableau de synthèse (voir tableau correspondant dans le guide page 20).
- Définir les règles du jeu pour chaque niveau de participation, en veillant à être transparent, à bien les expliquer et à les rappeler tout au long de la démarche (afin de ne pas générer de frustrations inutiles).
- Rédiger éventuellement un guide de la concertation et le distribuer aux acteurs.

## Et dans la pratique ?

### ■ Varier les lieux de concertation, en allant vers les personnes à mobiliser :

- dans les lieux publics habituels (siège de la collectivité, équipements municipaux/ intercommunaux) ;
- dans les lieux fréquentés par les habitants dans leur quotidien (marché et supermarché, commerçants, bureau de poste, déchetterie, maisons de quartiers, etc.) ;
- dans les lieux de loisirs (équipements sportifs et culturels).



## Fiche 9 Mobiliser les acteurs

Type de publics	Structures ou relais potentiels	Outils pouvant être utilisés dans le diagnostic
Les personnes âgées		
Les migrants pendulaires et les touristes		
Tous les habitants		
Autres		





Type de publics	Structures ou relais potentiels	Outils pouvant être utilisés dans le diagnostic
Les enfants		
Les jeunes		
Les familles		
Les actifs		



### ■ Multiplier les événements et varier les horaires

Le choix du jour et de l'heure est également extrêmement impactant en termes de participation et de cibles touchées.

Si les réunions dans l'après-midi vont par exemple surtout toucher des retraités, des institutionnels, des agriculteurs, ce public pourrait être absent des réunions publiques organisées en soirée.

Les week-ends aussi peuvent être des jours privilégiés pour toucher les familles, qui n'ont que peu de temps à consacrer à ce type de démarche en semaine.

### ■ Utiliser différents outils, qui mettent en confiance les publics ciblés et leur donnent envie de participer par leurs aspects ludiques, fonctionnels ou attrayants :

- Des outils pour « mobiliser à distance » : par exemple un questionnaire (format papier et/ou numérique). La combinaison de différents moyens de diffusion permettra de vous adapter aux pratiques locales et aux profils des personnes ciblées :
  - diffusion de manière personnelle en allant au contact des acteurs et habitants ;
  - diffusion systématique en insérant le questionnaire dans un maximum de médias (journaux, internet, courriers et affichages municipaux...) et de lieux géographiques (mairie, commerces, écoles, espaces publics...);
  - diffusion événementielle en organisant un événement spécifique pour la présentation du questionnaire ou en s'inscrivant dans une manifestation phare de la commune (inauguration, conseils de quartier...), ou sur des événements locaux existants.
- Et des outils pour « mobiliser physiquement » : ateliers, forums, soirées-débat et autres types de rencontre encore à inventer... Dans le cadre du diagnostic, il faut prévoir rapidement des temps de concertation rassemblant l'ensemble des différents acteurs afin de croiser les regards et d'assurer une analyse transversale. C'est aussi l'occasion d'identifier les conflits d'usage et d'essayer de les lever.

■ **Soigner la forme et le contenu des supports de diffusion d'information.** Il est nécessaire de se poser systématiquement la question du niveau et de la quantité d'informations à fournir aux acteurs que l'on mobilise. Lors du partage de l'état des lieux en particulier, il faut envisager de s'adresser à la fois à des experts et à des usagers qui n'auront pas le même rapport aux éléments textuels, chiffrés ou graphiques.

■ **Utiliser à votre guise l'exemple de tableau page suivante,** à compléter et adapter avant de se lancer dans une démarche de concertation.





## Fiche 9 Mobiliser les acteurs

Type de publics	Structures ou relais potentiels	Outils pouvant être utilisés dans le diagnostic
<i>A adapter en fonction de votre territoire, de ses caractéristiques et des objectifs de la concertation.</i>	<i>Lister toutes les structures existantes ainsi que les moyens déjà offerts par votre territoire, pour pas les oublier le cas échéant et pour vous appuyer dessus en temps voulu.</i>	<i>Liste des exemples d'outils adaptés au public que vous pourriez être amenés à utiliser. Cette liste n'est pas exhaustive, A compléter avec vos propres idées et en fonction de vos besoins !</i>
<b>Les enfants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les écoles, les proviseurs, les parents d'élève (peut-être des Agenda 21 scolaires existent-ils sur votre territoire ?)</li> <li>Accueil de loisirs sans hébergement</li> <li>Le Conseil municipal / intercommunal des jeunes</li> </ul>	<p><b>Le dessin</b> : outil de représentation du territoire, les dessins des enfants représentent un véritable outil de diagnostic !</p> <p>Plus tard, une exposition de ces dessins pourrait être réalisée lors d'une réunion publique, ce qui pourrait faire venir plus de monde que d'habitude (notamment les parents !)</p>
<b>Les jeunes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les collèges et les lycées</li> <li>Les centres de loisirs</li> <li>Le conseil municipal / intercommunal des jeunes</li> </ul>	<p><b>L'outil vidéo</b> : au-delà de recueillir l'avis des jeunes sur le territoire, il est possible de les impliquer dans la réalisation même du diagnostic, en leur demandant par exemple de réaliser un micro-trottoir, un documentaire. Il peut être organisé un moment de visionnage convivial qui peut attirer du monde (les parents des enfants, les personnes interviewées, les connaissances...)</p>
<b>Les familles</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les associations</li> <li>Les crèches, les écoles</li> <li>Les parents d'élèves</li> <li>Les structures sociales (maison de l'emploi, CCAS...)</li> </ul>	<p><b>Des temps de partage spontanés</b> : se rendre dans les espaces publics (le marché, le supermarché, les parcs, les gares, etc.) et discuter sur la base d'une liste de questions ouvertes avec les habitants rencontrés. Ces moments permettent de recueillir la parole d'habitants généralement absents des temps de concertation classiques.</p>
<b>Les actifs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les entreprises du territoire</li> <li>Les associations de commerçants, de zones d'activités, etc.</li> <li>Les chambres consulaires : la chambre de commerce et d'industrie, la chambre des métiers et de l'artisanat, la chambre d'agriculture</li> <li>Les syndicats professionnels</li> </ul>	<p><b>Des entretiens semi-dirigés</b> avec des têtes de réseau pour connaître les besoins et attentes des entreprises installées sur le territoire, les actions intéressantes portées par ces acteurs.</p> <p><b>Des questionnaires</b> dédiés aux actifs revenant sur leurs attentes spécifiques (déplacements pendulaires, restauration, qualité des bureaux), sur les démarches de RSE (responsabilité sociale des entreprises) menées dans son entreprise, sur des démarches de mutualisation engagées avec d'autres entreprises (plan de déplacement inter-entreprises, restaurants, crèches collectives, etc.)</p>



## Fiche 9 Mobiliser les acteurs

Type de publics	Structures ou relais potentiels	Outils pouvant être utilisés dans le diagnostic
<b>Les personnes âgées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les structures d'hébergement pour les personnes âgées</li> <li>Le conseil municipal / intercommunal des aînés</li> <li>Les associations</li> </ul>	<p><b>Des entretiens semi-dirigés</b> avec les responsables de structures.</p> <p><b>Des ateliers</b> (autour de l'histoire, du patrimoine, des représentations du territoire) avec les personnes âgées hébergées, ce qui présente en outre l'avantage de lutter contre l'isolement.</p> <p><b>Des questionnaires</b> orientés sur l'accès aux services et aux loisirs spécifiques à ce public par exemple.</p> <p>Remarque : là encore, il peut être intéressant de mobiliser des jeunes pour délivrer et/ou aider à renseigner ce questionnaire. Ce pourrait être une action inter-générationnelle enrichissante. Allant dans le même sens, il pourrait être intéressant de mobiliser les jeunes dans le cadre des ateliers.</p>
<b>Les migrants pendulaires et les touristes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se renseigner auprès de ses propres agents (qui travaillent sur le territoire mais n'y habitent pas forcément)</li> <li>Office de tourisme s'il existe</li> </ul>	<p><b>Des questionnaires</b> à distribuer dans les lieux touristiques (plages, restaurants, lieux de visite, etc.)</p> <p>Concernant les migrants pendulaires, il est important de caler le planning global de l'Agenda 21 en fonction de la temporalité de la vie du territoire, pas seulement pour les résidents, mais aussi pour les actifs extérieurs.</p>
<b>Tous les habitants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les instances représentatives : conseils de quartier, conseils de village, commissions extra-municipales à l'échelle de la commune ou de la communauté de communes</li> </ul>	<p><b>Des questionnaires</b>, dont le mode de diffusion peut varier afin d'augmenter les taux de retour : « toutes boîtes aux lettres », gazette communale, lieux publics, implication des jeunes pour le renseigner...</p> <p>D'autres outils peuvent également permettre de recueillir des opinions individuelles (boîtes aux lettres spécifique, arbres à sondes également conçu pour l'Agenda 21 et bien identifié par la population, etc.)</p> <p>La création d'un <b>panel citoyen</b> qui serait mobilisé tout le long de la démarche est une autre possibilité (volontariat, tirage au sort...).</p>

