



# Comment susciter l'intérêt des citoyens pour mon projet de participation citoyenne ?



Union des Villes  
et Communes  
de Wallonie asbl



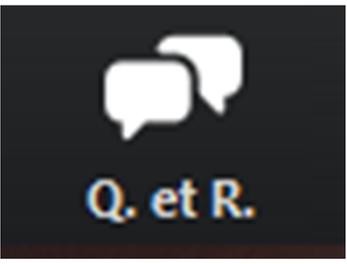
Webinaire – 15 décembre 2022

# Quelques consignes

**01** **Converser**  
Signaler un problème **technique**  
➔ Modérateur



**02** **Q. et R.**  
Poser une question liée aux **contenus**  
➔ Conférenciers



# Notre invitée

3



## Virginie de la Renaudie

*Consultante, rédactrice et formatrice  
en communication non marchande*

[!\[\]\(a03a7eb2f4046e1d3c76772003e549ea\_img.jpg\) virginiedelarenaudie](#)



Comment susciter l'intérêt des citoyens pour mon projet de participation citoyenne ? – 15 décembre 2022 - UVCW

# Menu de la séance

**01**

Sondage : les pires erreurs à éviter absolument ?

**02**

Quelques défis à avoir à l'esprit

**03**

10 règles d'or pour une communication qui mobilise plus largement

**04**

Des exemples inspirants



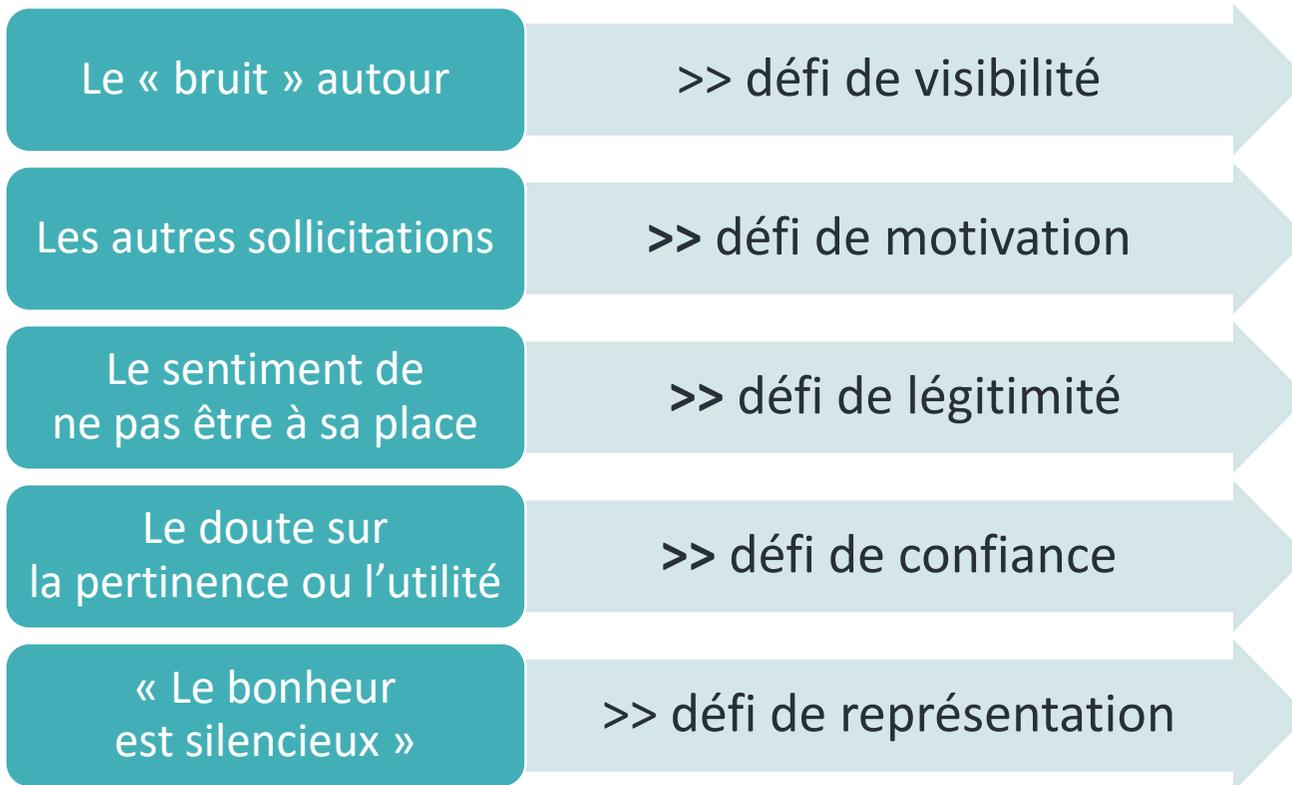
## Quelles sont, d'après vous, les 3 pires erreurs de communication ?

1. Communiquer ponctuellement
2. Utiliser un vocabulaire inadapté
3. Ne pas tenir compte des caractéristiques locales
4. Ne pas impliquer des relais pour la communication
5. Oublier la communication interne
6. Utiliser uniquement les canaux de communication en ligne
7. Ne pas partager les résultats
8. Croire que la communication est la seule en cause en cas de faible participation



## 2. Quelques défis à avoir à l'esprit pour la communication

# Il faut faire avec





Mettez-vous  
à leur place !  
\_\_\_\_\_



### 3. 10 règles d'or pour une communication qui mobilise plus largement



Règle 1.  
ANTICIPER



# Anticiper pour

- Penser toutes les étapes de la communication  
Réflexion > Conception > Production > Diffusion > Évaluation
- Prévoir des budgets  
+ éventuellement marchés publics
- Éviter un embouteillage de communication
- Avoir le temps de répéter  
Avant > Pendant > Après >...



**Bon timing =  
50 % du succès**

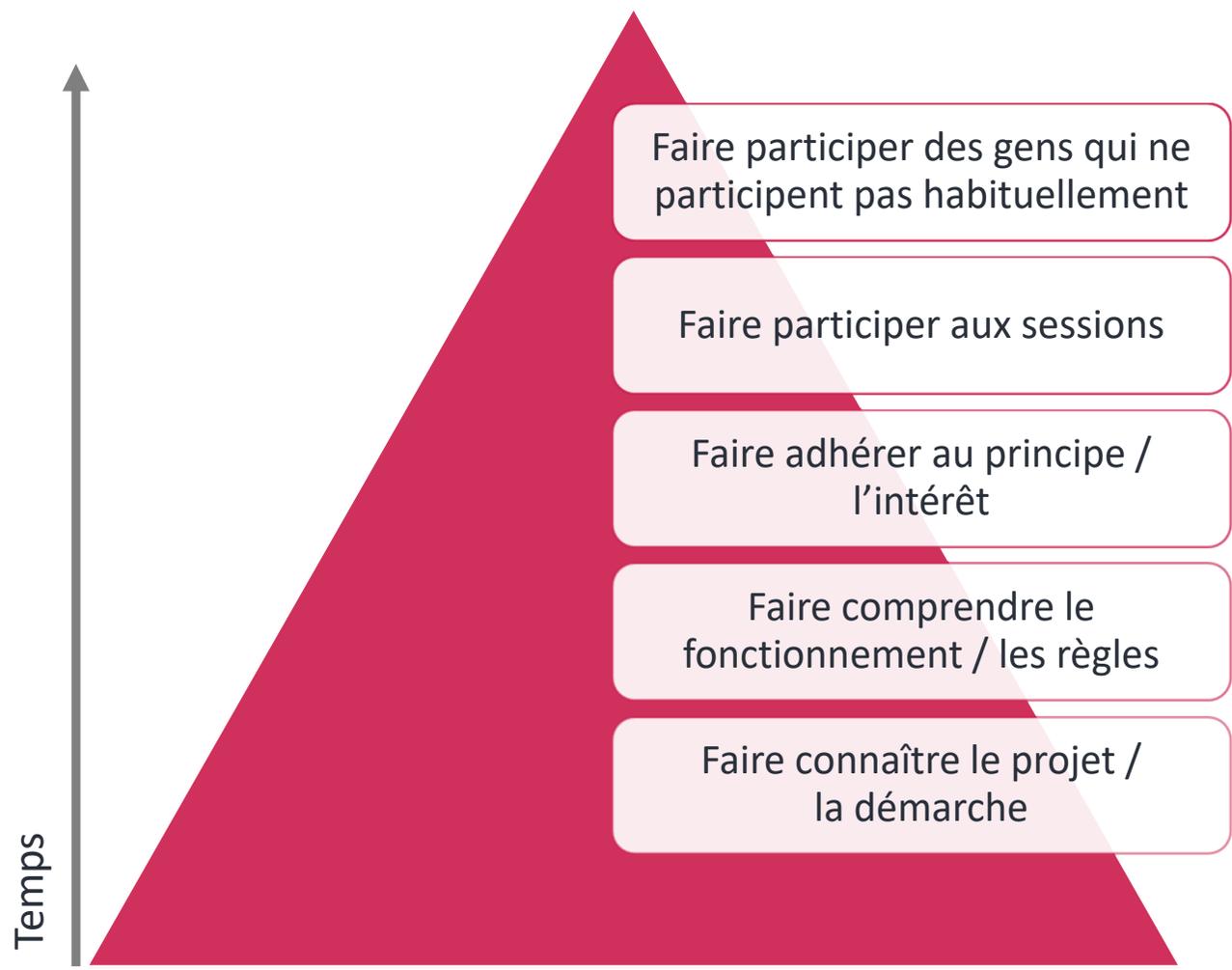


## Règle 2. CIBLER



Comment susciter l'intérêt des citoyens pour mon projet de participation citoyenne ? – 15 décembre 2022 - UVCW

# Clarifier les objectifs



# Faire des priorités parmi les publics cibles



## A qui parle-t-on ? Pourquoi eux en particulier ?

Tous les citoyens et citoyennes, mais avec **un effort de communication particulier** vers les jeunes, les femmes, les personnes précarisées, les habitants d'une zone géographique, les bénéficiaires d'un service, les usagers d'un service... ?



## Pourquoi ne participent-ils pas ?

Quelles sont les raisons les plus importantes ? Visibilité, confiance, temps, légitimité...



## Qui peut nous aider à les approcher ?

Associations, travailleurs sociaux, commerces, écoles, secteur de la santé, associations d'usagers, syndicats, centres d'insertion socioprofessionnels, agences de développement local, MRS, maisons de jeunes, services pour personnes handicapées, relais de quartier...



# La Carte d'empathie

Comprendre l'autre pour répondre à ses besoins



QUI EST-IL ?

QUE PENSE T-IL ?  
QUE RESSENT-IL ?

QUE FAIT-IL ?  
QUE DIT-IL ?

QU'ENTEND T-IL ?  
QUE VOIT-IL ?

SES BESOINS

SES FRUSTRATIONS



Où et avec qui parle-t-il ?  
Où s'informe-t-il ?  
Qui a sa confiance ?



Peut conduire à repenser le dispositif  
participatif lui-même ≠ communication

LA CHOUETTE CRÉATIVE  
www.lachouettecreative.com



### Règle 3. ASSOCIER



# Identifier et mobiliser les prescripteurs

✓ **Les collègues > communication interne**

✓ **Les acteurs de terrain**

Associations, travailleurs sociaux, commerces, écoles, secteur de la santé, associations d'usagers, syndicats, centres d'insertion socioprofessionnels, agences de développement local, MRS, maisons de jeunes, services pour personnes handicapées, relais de quartier...



1<sup>re</sup> phase de communication pour

> les informer, les consulter, les associer

> mettre à leur disposition des outils de communication sur votre projet



Règle 4.  
SIMPLIFIER



# Simplifier ↔ rendre accessible

- ✓ La démarche
- ✓ Les enjeux
- ✓ Le vocabulaire
- ✓ Le ton
- ✓ Le rapport texte / image
- ✓ Le type de supports (pédagogiques, ludiques, originaux)

 **Testez !**



Liberté • Égalité • Fraternité  
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Gendarmerie nationale

La commune de [redacted], la Préfecture d' [redacted] et la Gendarmerie Nationale vous invitent à participer à une réunion d'information consacrée à la

## PARTICIPATION CITOYENNE

vendredi 5 avril 2013, à 18h  
de [redacted] (salon du conseil)

La « participation citoyenne » est un dispositif qui rassemble les citoyens désireux de créer un sentiment de solidarité et de solidarité dans leur quartier, pour une vie plus agréable.

Il s'agit de recréer dans nos quartiers, dans nos lotissements, dans nos immeubles un sentiment de solidarité qui tend à disparaître.

Les « citoyens participants » s'intéressent à leur quartier, se connaissent et sont attentifs les uns envers les autres ...

A ce jour, en France, 500 « communautés de voisinage », soit l'équivalent de 10 000 habitants existent déjà dans différentes régions.

**Venez nombreux vous informer sur ce dispositif de participation citoyenne.**



JE DONNE  
UNE JOURNÉE  
POUR MA VILLE  
ET POUR LES AUTRES

## JOURNÉE CITOYENNE

DIMANCHE 19 MAI 2019

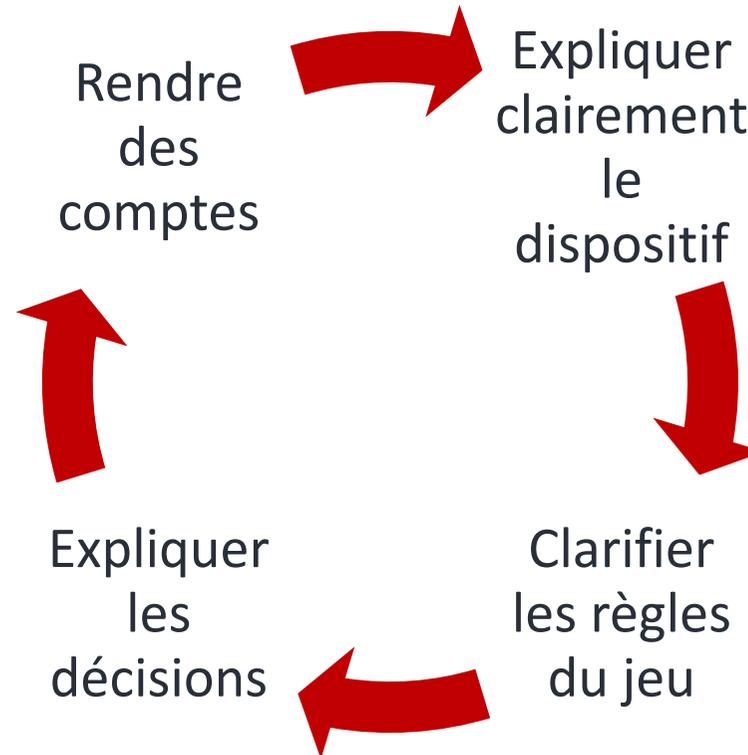
INSCRIVEZ-VOUS SUR  
ECRIVONS.ANGERS.FR

ANGERS VILLE  
CITOYENNE

Règle 5.  
TRAVAILLER  
DANS LA  
DURÉE



# Créer la confiance



# Les 5 premières règles d'or

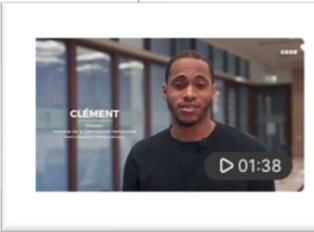
1. Anticiper
2. Cibler
3. Associer
4. Simplifier
5. Travailler dans la durée



Règle 6.  
INNOVER



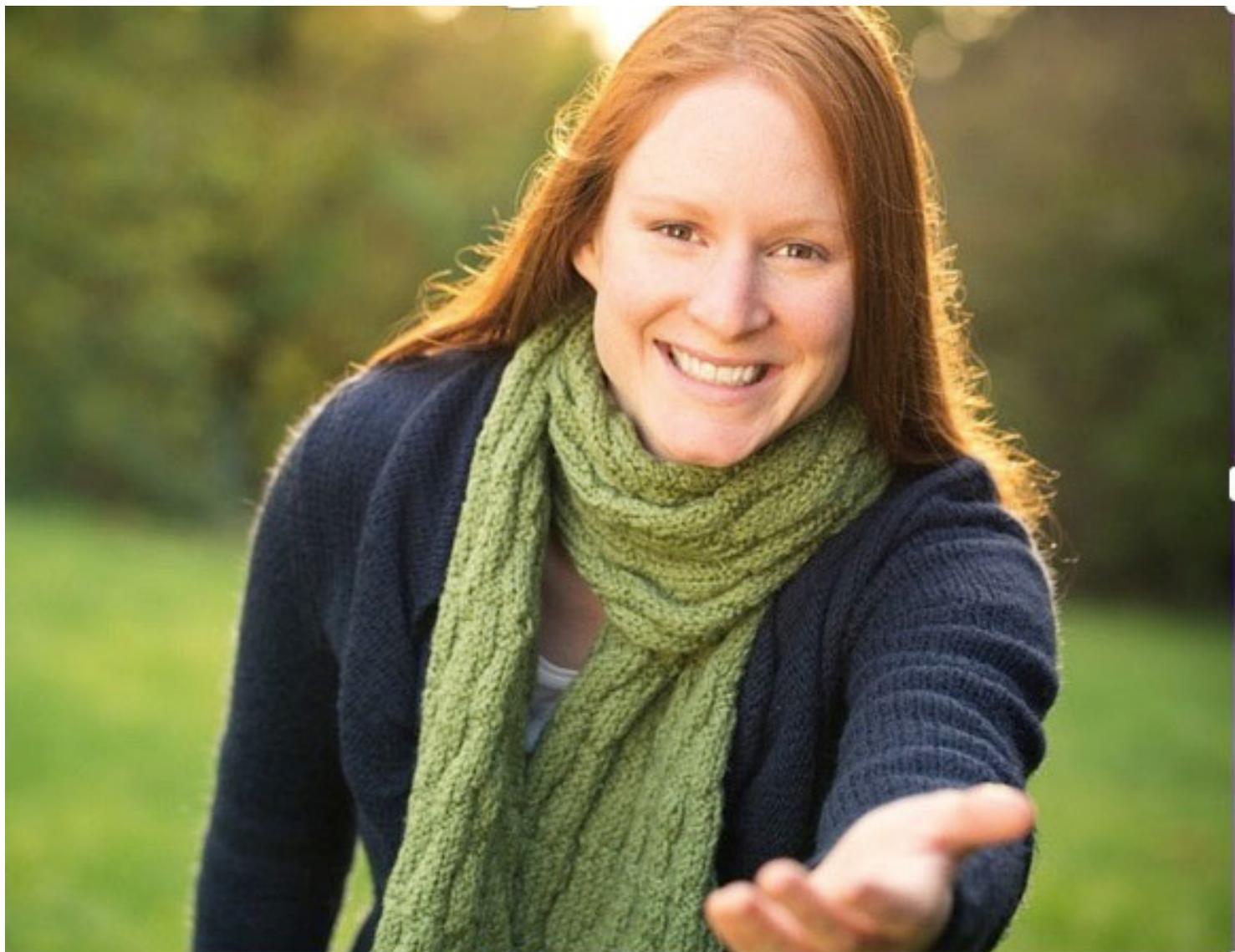
# Faire preuve de créativité



YouTube · 24 janvier 2022  
Participation citoyenne au CESE : Clément

©Studiozone / Gaïa / Cese / Palabreo / Original Communication / Ville de Paris / Agence Bastille

Règle 7.  
MOTIVER



# « Pourquoi participer ? »

## Valoriser le bénéfice collectif

- > Faire son « devoir civique »
- > Améliorer le service / le projet
- > Développer la convivialité

## Mais aussi le bénéfice individuel

- > Donner son avis
- > Apprendre des choses
- > Rencontrer des gens, passer un bon moment
- > Améliorer concrètement sa situation individuelle / sa qualité de vie



Quelle « promesse »  
leur faites-vous ?



Règle 8.  
DONNER  
ENVIE



# Intégrer les émotions



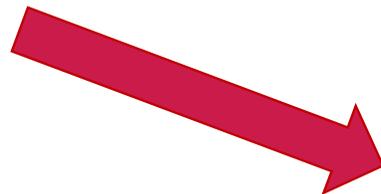
## Valoriser

- les éléments positifs
- la convivialité

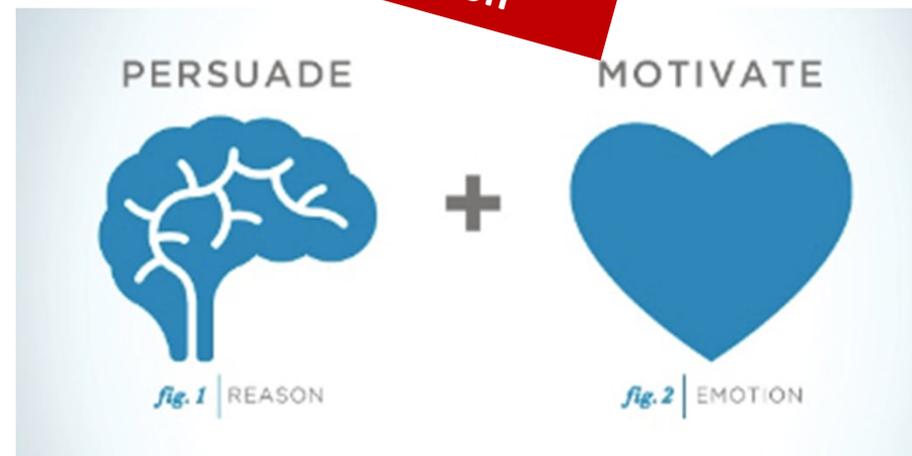


## Rassurer sur

- les attentes
- le cadre
- l'utilité
- la légitimité...



Mémorisation  
Visibilité  
Contagion  
Décision



## Raconter les histoires !

*Reportages « de l'intérieur »*  
*Témoignages par les pairs*  
*Autres exemples inspirants*



Règle 9.  
SUSCITER  
L'ENGAGEMENT



# Une communication engageante

- ✓ Une stratégie des petits pas avec un acte préparatoire
  - > Remplir un formulaire, lever la main dans une réunion d'information...
- ✓ Affirmer clairement le contexte de liberté
- ✓ Valoriser les motivations internes et non externes (de type cadeau)
- ✓ Utiliser la norme sociale
  - > « Déjà XX membres du quartier participent »
- ✓ Rendre ludique et convivial



Règle 10.  
RÉPÉTER ...  
SANS LASSER



# Les 5 règles d'or suivantes

6. Innover

7. Motiver

8. Donner envie

9. Susciter l'engagement

10. Répéter sans lasser



# Checklist des 10 règles d'or pour une communication qui mobilise

1. Anticiper
2. Cibler
3. Associer
4. Simplifier
5. Travailler dans la durée
6. Innover
7. Motiver
8. Donner envie
9. Susciter l'engagement
10. Répéter sans lasser





## 4. Des exemples inspirants



# Angers



©Ville d'Angers

# Saint-Denis



©Ville de Saint-Denis



# Rennes



## Les réalisations

- Pour les 4 phases**
- Création du nom et de l'identité visuelle du projet urbain
  - Définition des éléments de langage
  - Création des campagnes
  - Conception et réalisation des supports de communication print et web :
    - Affichage urbain (2m² et 8m²) et mobile
    - Encarts publicitaires (print et web)
    - Plaquettes et flyers de présentation
    - Guide des balades urbaines
    - Signalétique : notamment une ligne au sol rouge, des bornes de départ et d'arrivée, des plaques de points d'intérêt pour matérialiser les balades urbaines dans la ville
  - Expositions fixes et itinérantes

©Agence Bastille

# Checklist des 10 règles d'or pour une communication qui mobilise

1. Anticiper
2. Cibler
3. Associer
4. Simplifier
5. Travailler dans la durée
6. Innover
7. Motiver
8. Donner envie
9. Susciter l'engagement
10. Répéter sans lasser



# Pour aller plus loin...



**Vos supports PPT**  
Cf. Plateforme eCampus



**Fiches Focus - UVCW**

- Cadre légal de l'information au citoyen : <https://www.uvcw.be/focus/participation-citoyenne/art-2420>
- Cadre légal relatif à la participation du citoyen : <https://www.uvcw.be/participation-citoyenne/focus/art-2419>



**UVCW - Actualité**

[« Transparence administrative : adoption du décret relatif à l'extension de la publicité active dans les pouvoirs locaux »](#)



**Les replays de nos webinaires « Communication »**

<https://www.uvcw.be/formations/webinaires>



**Nos prochaines formations « Communication »**

<https://www.uvcw.be/formations/list/communication>

- *La participation citoyenne : réflexion et méthodologie pour construire efficacement ses projets* - 2 jours : <https://www.uvcw.be/formations/1466>
- *Atteindre mon public avec mes outils de communication* - 2 jours : <https://www.uvcw.be/formations/1978>



**Matière « Participation citoyenne » sur le site de l'UVCW**

<http://www.uvcw.be/participation-citoyenne/accueil>



**Hors-série de la revue *Mouvement communal* « Démocratie participative - Recueil de fiches-outils pour les décideurs locaux »**

[https://www.uvcw.be/no\\_index/files/904-7772-8335850811811121201804555295007151638.pdf](https://www.uvcw.be/no_index/files/904-7772-8335850811811121201804555295007151638.pdf)

