

SFU

MORRIS J. WOSK
CENTRE FOR DIALOGUE

TROUSSE À OUTILS POUR LA MOBILISATION DU PUBLIC





Date de publication: 1^{er} mai 2019
ISBN: 978-1-77287-063-3

Consignes de citation

Cette trousse à outils est publiée sous licence Creative Commons (CC BY-ND). Tous les ouvrages faisant référence à cette publication devront citer: Centre pour le Dialogue Morris J. Wosk de l'Université Simon Fraser. (2019). Trousse à outils pour la mobilisation du public.

À propos du Centre pour le dialogue Morris J. Wosk de SFU

Le Centre pour le dialogue Morris J. Wosk de l'Université Simon Fraser s'emploie à favoriser la compréhension mutuelle et l'action constructive par le biais du dialogue et de la participation, travaillant avec tous les secteurs et toutes les juridictions pour soutenir les communautés aux niveaux local, national et international. En tant que facilitateur de confiance, nous avons créé un forum pour des conversations respectueuses entre des intervenants divers, où la curiosité mutuelle et la recherche en collaboration servent d'alternative à la confrontation.

www.sfu.ca/dialogue
dialogue@sfu.ca | [@sfudialogue](https://twitter.com/sfudialogue)



TABLE DES MATIÈRES

| | |
|---|----|
| Au sujet de cette Trousse à outils pour la mobilisation du public | 04 |
| Principes pour une mobilisation du public fondée sur la collaboration | 06 |
| Un cadre stratégique pour les initiatives de mobilisation du public..... | 08 |
| Comment utiliser le cadre stratégique | 10 |
| Considération stratégique 1 : Quelle(s) question(s) posons-nous au public? | 12 |
| Considération stratégique 2 : Qu'essayons-nous d'accomplir? | 14 |
| Considération stratégique 3 : Quel(s) impact(s) auront nos décisions sur les collectivités? | 15 |
| Considération stratégique 4 : Comment les contributions de la collectivité influenceront-elles sur les décisions?..... | 18 |
| Considération stratégique 5 : Quelle est l'échelle de la mobilisation?..... | 19 |
| Considération stratégique 6 : Quelles suites donnerons-nous? | 20 |
| Planification et mise en œuvre de la mobilisation du public..... | 23 |
| Mobilisation du public : Six étapes pour une planification réussie | 24 |
| Étape 1 : Identifier les parties concernées internes | 24 |
| Étape 2 : Planifier l'évaluation | 24 |
| Étape 3 : Planifier l'inclusion et l'accessibilité | 25 |
| Étape 4 : Choisir les méthodes et outils de mobilisation..... | 25 |
| Étape 5 : Planifier les communications..... | 26 |
| Étape 6 : Fournir de l'information | 26 |
| Autres méthodes et outils | 27 |
| Références..... | 28 |
| Feuilles de travail et ressources | 29 |

AU SUJET DE CETTE TROUSSE À OUTILS POUR LA MOBILISATION DU PUBLIC

Cette trousse à outils est conçue pour favoriser une mobilisation de grande qualité du public par les gouvernements et les institutions, ainsi que la mise en œuvre de Stratégies de mobilisation du public.

La trousse à outils, à l'origine, a été mise au point par le Groupe de travail du maire de la Ville de New Westminster sur la mobilisation du public, avec l'appui de Centre Morris J. Wosk pour le dialogue. Elle a ensuite été adaptée en pensant à un auditoire plus vaste.

Au cœur de la trousse à outils, il y a un engagement à mettre en pratique un ensemble de cinq principes pour une mobilisation du public fondée sur la collaboration, principes décrits plus en détail à la page suivante :

- Travailler en partenariat avec les collectivités
- Inclure des participants représentatifs de tout l'éventail des intérêts et points de vue
- Créer des conditions permettant un discernement public pouvant se traduire par des actions
- Augmenter les conceptions partagées
- S'engager à être transparents sur les objectifs, les méthodes et les résultats

La trousse à outils propose à la fois un cadre stratégique et des étapes pratiques pour planifier les initiatives de mobilisation. Le personnel chargé de planifier et mettre en œuvre les processus et les activités de mobilisation peut se servir des six considérations stratégiques incluses dans le cadre pour mettre au clair les principales questions de commandite avec les décideurs et les dirigeants. Les six étapes de la planification, avec les feuilles de travail et les ressources incluses dans l'Annexe, aident à préparer et réaliser les activités de mobilisation.



PRINCIPES POUR UNE MOBILISATION DU PUBLIC FONDÉE SUR LA COLLABORATION

Travailler en partenariat avec les collectivités

L'important pour instaurer durablement une culture de participation avec une population diverse est de considérer chaque interaction comme une occasion d'établir des relations et des partenariats pour se rapprocher d'objectifs communs.

La mobilisation du public fondée sur la collaboration aide, lorsque possible, à entrer en contact avec des organisations et des membres de la collectivité pour bien cerner les enjeux, comprendre les impacts potentiels et atténuer les déséquilibres dans les pouvoirs par le biais d'une prise de décision participative. Dans toute initiative de mobilisation du public, il devrait y avoir un engagement clair à renforcer la capacité des collectivités concernées et à incorporer leurs contributions dans les décisions.

Inclure des participants représentatifs de tout l'éventail des intérêts et points de vue

Pour que la mobilisation obtenue soit légitime, il est indispensable que la participation ne se limite pas aux « suspects habituels ». Cela nécessite un effort concerté pour aller chercher les voix manquantes et formuler les enjeux de façons à ce qu'ils soient pertinents par rapport au quotidien de chacun. Les collectivités marginalisées ou traditionnellement mal desservies doivent être consultées sur les questions de sécurité, dynamiques de pouvoir et accessibilité pour qu'on puisse supprimer les obstacles à la participation. Il est important de consacrer assez de temps et de ressources à l'établissement de relations de confiance avec les collectivités. Pour créer des espaces sûrs pour l'inclusion, il faut aussi une approche axée sur la sécurité culturelle, l'humilité et les droits de la personne.

Créer des conditions permettant des avis publics pouvant se traduire par des actions

Équipés de l'information et de la structure nécessaires, les groupes de citoyens ont une énorme capacité de dialogue et de conseils stratégique pertinents. Pour une mobilisation du public fondée sur la collaboration, des spécialistes doivent formuler des compromis que les participants étudient à la lumière de leurs valeurs, leurs intérêts et leur vécu. On fournira aux participants de la documentation présentant de façon délibérée de l'information fondée sur des données probantes pour leur permettre d'aller au-delà des généralisations, de se montrer plus curieux et d'évaluer les compromis en connaissance de cause. Tout processus de mobilisation fondée sur la collaboration devrait contribuer à renforcer les connaissances des participants en plus de leur donner un sentiment accru d'autonomie.

Augmenter les conceptions partagées

Certaines des formes les plus efficaces de mobilisation du public utilisent des discussions en petits groupes animées par des professionnels, avec toutes sortes de styles d'apprentissage et de communications. Le dialogue est un excellent mécanisme pour favoriser l'écoute attentive des participants, l'humanisation de points de vue opposés, la médiation des différences d'opinion et le renforcement de la résilience collective par le biais de relations améliorées. Raconter des histoires grâce au dialogue peut aussi être un outil puissant pour renforcer l'empathie au-delà des différences et parvenir à une vision commune.

S'engager à être transparents sur les objectifs, les méthodes et les résultats

L'un des plus grands obstacles à la participation du public est l'idée qu'ont les citoyens que leur contribution n'aura aucune incidence sur les décisions. Pour lutter contre ce manque de confiance, les décideurs doivent communiquer honnêtement les objectifs et les limitations de la mobilisation, rendre compte de la manière dont ils ont utilisé l'expertise de ceux qui ont une expérience concrète en conjonction avec celle des spécialistes et des autres parties concernées, communiquer les résultats de la mobilisation et indiquer les possibilités de participation à l'avenir. Il devrait y avoir un engagement à donner suite aux recommandations ou contributions des participants, en offrant à ces derniers la possibilité d'évaluer les suites données.

UN CADRE STRATÉGIQUE POUR LES INITIATIVES DE MOBILISATION DU PUBLIC

Six considérations pour commanditer votre prochaine initiative de mobilisation du public

Sur quel sujet porte la mobilisation?

- Pourquoi doit-on mobiliser?
- De quelles questions le public veut-il parler?
- Qu'est-ce qui est sur la table et qu'est-ce qui ne l'est pas?
- Quels sont les risques si on ne mobilise pas?
- Quels critères utiliserons-nous pour prendre une décision

Qu'essayons-nous d'accomplir?

- Amélioration de la sensibilisation et de l'éducation
- Transformation des conflits
- Exploration d'idées et d'informations
- Contribution à la prise de décisions
- Mobilisation pour une action collective

Adapté de NCDD Streams of Engagement, ncdd.org

Quel(s) impact(s) auront nos décisions sur les collectivités?

- Qui est touché?
- Quel est le niveau d'impact sur chacun des groupes?

Adapté de : SPARC BC Community Engagement Toolkit, sparc.bc.ca

Quel niveau de mobilisation promettons-nous au public? (IAP2)

INFORMER

« Nous vous tiendrons au courant. »

CONSULTER

« Nous vous tiendrons au courant, respecterons vos préoccupations et vos attentes et nous vous informerons de la prise en compte de votre contribution dans le choix de la solution retenue. »

IMPLIQUER

« Nous travaillerons avec vous afin que vos préoccupations et vos attentes soient considérées dans les choix élaborés. Nous vous informerons de la prise en compte de votre contribution dans le choix de la solution retenue. »

COLLABORER

« Nous compterons sur vos conseils et vos idées novatrices pour trouver des solutions et les intégrerons le plus possible dans le choix de la solution retenue. »

DÉLÉGUER

« Nous mettrons en œuvre votre décision. »

Quelle est l'échelle de cette initiative de mobilisation?

- À quel point la mobilisation devrait-elle être vaste?
- De quel budget et de combien de temps disposons-nous pour la mobilisation?

Quelles suites donnerons-nous?

- Comment rendrons-nous compte de que nous avons entendu et comment les contributions du public seront-elles utilisées dans la prise de décision?
- Comment évaluerons-nous la mobilisation et rendrons-nous compte des résultats de l'évaluation?

On trouvera dans cette section un cadre pour préciser les objectifs et l'échelle des initiatives de mobilisation. Ce cadre consiste en six considérations stratégiques pour s'assurer que la mobilisation du public répond aux besoins des décideurs, du personnel et du public :

- 01. Quelle(s) question(s) posons-nous au public?**
- 02. Qu'essayons-nous d'accomplir?**
- 03. Quel(s) impact(s) nos décisions auront-elles sur les collectivités?**
- 04. Comment les contributions de la collectivité influenceront-elles sur les décisions?**
- 05. Quelle est l'échelle de la mobilisation?**
- 06. Quelles suites donnerons-nous?**

Nous nous servons dans le cadre de certaines des approches les plus fréquemment utilisées qui ont été mises au point par l'International Association for Public Participation (IAP2), la National Coalition for Dialogue and Deliberation (NCDD) et le Social Planning and Research Council of British Columbia (SPARC BC). Les grandes considérations ci-dessus orienteront les choix d'outils et de méthodes de mobilisation adaptés.

Si le cadre est proposé pour aider à structurer la planification des processus de mobilisation du public, l'idée n'est cependant pas de s'en servir comme d'une « recette de cuisine » étape par étape. Au fil de la planification d'une initiative de mobilisation, il est important de revenir périodiquement sur ces six considérations pour s'assurer que le plan de mobilisation continue de répondre aux besoins du public, du personnel et des décideurs concernés.

SCÉNARIO 1 DE MOBILISATION DU PUBLIC :

INFRASTRUCTURE CYCLABLE ET SÉCURITÉ DE LA CIRCULATION DANS LA VILLE



Au terme d'une vaste initiative de mobilisation du public, la Ville apporte des améliorations à son infrastructure cyclable – entre autres de nouvelles voies cyclables séparées – dans le cadre de ses efforts pour augmenter l'utilisation des modes de transport actifs. Le conseil municipal a demandé au personnel d'élaborer une campagne d'information et d'éducation pour assurer la bonne mise en place des améliorations et accroître la sécurité de la circulation.

Le personnel a préparé une campagne qui inclut un site Web interactif avec des questions et réponses sur la nouvelle infrastructure, les règles de circulation, des conseils de sécurité et un recueil d'histoires sur l'expérience des usagers de cette ville et d'ailleurs. En partenariat avec un groupe de défense des droits des cyclistes, la Ville a organisé des séances de formation dans les écoles, au travail et lors de manifestations communautaires.

Résumé des considérations stratégiques :

| | |
|-------------------------------|---|
| SUJET : | Améliorations de l'infrastructure cyclable et sécurité de la circulation |
| RÉSULTATS : | Sensibilisation et éducation/mobilisation pour une action en collaboration |
| IMPACTS SUR LA COLLECTIVITÉ : | Impact modeste à l'échelle de la collectivité |
| ENGAGEMENT ENVERS LE PUBLIC : | Informar : « Nous vous tiendrons au courant » |
| ÉCHELLE DE LA MOBILISATION : | Moyenne à étendue (importante mobilisation en ligne) du fait de l'impact sur l'ensemble de la collectivité |
| SUIVI : | Envisager des façons de maintenir la participation des gens dans une conversation sur la sécurité de la circulation et le rôle de l'infrastructure cyclable |

Note : Ceci est un scénario hypothétique qui ne fait pas référence à des initiatives/sujets actuels ou prévus.



01. Qu'est-ce qui fait une bonne question?

Il est fondamental de déterminer la/les bonne(s) question(s) à poser à la collectivité pour pouvoir choisir le bon processus de mobilisation et s'assurer qu'il est efficace. Une question trop étroite limitera les contributions et la créativité du public pour aider à résoudre le problème, en plus de donner facilement le sentiment que la mobilisation n'est que de la poudre aux yeux. Ainsi, si la Ville planifie la création d'un nouveau parc et demande seulement aux gens où y situer le terrain de jeu, on risque de manquer une occasion de mobiliser le public.

D'un autre côté, lorsque l'on pose une question ouverte, il est important que le processus de mobilisation produise des informations exploitables. Demander aux résidents comment ils voient leur nouveau parc, par exemple, donne une excellente occasion de les mobiliser mais, pour provoquer des discussions et des commentaires utiles, il faudra peut-être fragmenter et poser plusieurs questions comme : À quoi devrait ressembler le parc? Qui l'utilisera? Quels services devraient y être offerts? Et quelles installations devrait-il comporter?

02. Quelle occasion de mobilisation se présente?

Le public apporte à la planification et à la prise de décisions de la mairie des contributions précieuses qui viennent compléter celles des élus, du personnel, des spécialistes et des parties concernées. Le(s) sujet(s) de mobilisation et les questions connexes devraient être fonction des contributions qu'espère la mairie et de l'occasion qui se présente d'améliorer la prise de décisions et la planification. Voici quelques exemples de questions pour aider à préciser les rôles des différents intervenants :

- Où avons-nous besoin de la participation de la collectivité pour cerner le défi, élaborer et évaluer des solutions et/ou permettre leur bonne mise en œuvre?
- Où avons-nous besoin d'entendre ce que pense un public vaste et divers, y compris les personnes sur qui les décisions ont un impact?
- Où est-ce que les contributions de la collectivité aideront à fixer des priorités et à trouver un équilibre entre des besoins et des intérêts opposés?
- Où est-ce que la Ville devrait profiter de l'intelligence collective pour mieux apprendre et innover?

Norme suggérée pour l'organisme :

Le public est informé des résultats escomptés pour les initiatives de mobilisation du public, y compris des façons dont leurs contributions seront utilisées pour orienter les décisions que l'on prendra.



03. Qu'est-ce qui est sur la table et qu'est-ce qui ne l'est pas?

Une stratégie de mobilisation du public a pour but de maximiser les occasions de participation du public. Néanmoins, lorsqu'on choisit une question, il faut déterminer ce qui sera discuté, mais aussi ce qui ne le sera pas. Il y a un certain nombre de facteurs qui peuvent limiter ce qui est sur la table et il est essentiel d'être transparent au sujet de ces limitations dès le début du processus de mobilisation. On pourra rencontrer des facteurs comme :

- Quels sont les incidences des priorités, plan, politiques et règlements existants sur la décision?
- Comment les autres cadres juridiques et institutionnels influent-ils sur la décision?
- Pour quelles parties de la question a-t-on besoin de réponses d'experts en la matière?
- De quelles ressources dispose-t-on pour mettre les solutions en œuvre?
- De quelles réalités politiques doit-on tenir compte?
- Dans quelle mesure les décideurs sont-ils à l'aise avec l'ambiguïté?

04. Quels sont les risques si on ne mobilise pas (plus fortement)?

Toutes les initiatives de mobilisation se heurtent à des contraintes – et on peut facilement trop limiter le processus ou définir les questions de façon trop étroites quand on se concentre sur ces contraintes. Il y a des risques significatifs à ne pas faire participer davantage le public à la prise de décisions. Quand on ne mobilise pas suffisamment les personnes qui sont – directement ou indirectement – concernées par les décisions, cela peut signifier que l'on ne tient pas correctement compte de leurs intérêts. On risque en outre d'aggraver les conflits, d'endommager la confiance, de ralentir la prise de décisions et de faire augmenter les coûts de mise en œuvre. Une mobilisation insuffisante signifie souvent que les décisions doivent être revisitées et révisées après coup et cela peut se traduire par des occasions manquées en termes d'innovation et d'action collective.

Réfléchir attentivement, tôt dans le processus de conception, à ce que l'on devrait accomplir avec une initiative de mobilisation est essentiel pour que cette initiative soit une réussite. Des résultats escomptés clairement définis montreront aux décideurs et au personnel de la mairie que l'initiative sera utile pour leur travail et les membres de la collectivité sauront à quoi ils contribuent.

La plupart des initiatives de mobilisation du public sont conçues pour produire des résultats qui relèvent des cinq catégories ci-dessous. Beaucoup d'initiatives auront plusieurs des résultats indiqués. Ainsi, tous les processus de mobilisation devraient inclure des façons d'améliorer la sensibilisation et l'éducation. Les catégories décrites ci-dessous sont adaptées des courants de pratique (Streams of practice) de la NCDD qui propose des outils et des méthodes correspondant à ces courants (voir Références et Annexe).

Résultats communs de la mobilisation du public :

| | |
|--|--|
| AMÉLIORATION DE LA SENSIBILISATION ET DE L'ÉDUCATION | <ul style="list-style-type: none">• Information des membres de la collectivité au sujet des plans, politiques, services et décisions de la municipalité et des façons dont la collectivité sera touchée• Meilleure compréhension de la manière dont les décisions sont prises, y compris le champ et les résultats de la mobilisation du public |
| EXPLORATION D'IDÉES ET D'INFORMATIONS | <ul style="list-style-type: none">• Meilleure connaissance du/des sujet(s) identifié(s), ainsi que des enjeux connexes et des impacts• Compréhension des points de vue, valeurs et identités de la collectivité• Production d'idées, recensement des solutions/réponses possibles |
| CONTRIBUTION À LA PRISE DE DÉCISIONS | <ul style="list-style-type: none">• Collecte des commentaires et suggestions pour améliorer les plans, politiques et solutions existants• Élaboration et évaluation des options et solutions• Remise de recommandations aux décideurs élus |
| TRANSFORMATION DES CONFLITS | <ul style="list-style-type: none">• Établissement de (meilleures) relations entre participants/parties concernées ou entre la Ville et la collectivité• Mise en lumière des points de vue, valeurs et identités de la collectivité• Identification de terrains d'entente pour des compromis et une collaboration |
| MOBILISATION POUR UNE ACTION COLLECTIVE | <ul style="list-style-type: none">• Renforcement de l'autonomie des personnes et des groupes pour qu'ils puissent résoudre des problèmes compliqués et s'approprier les solutions• Favoriser la collaboration entre les diverses entités publiques et privées• Mobilisation de la collectivité pour qu'elle passe à l'action et mette en œuvre des solutions |

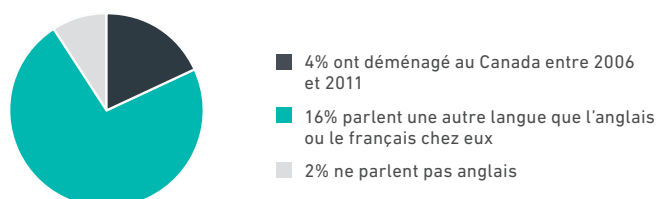
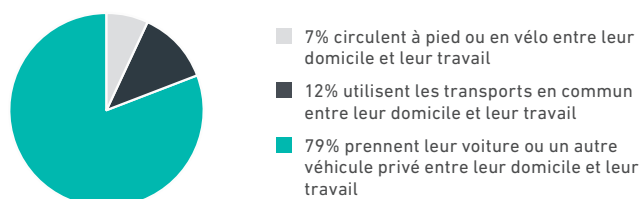
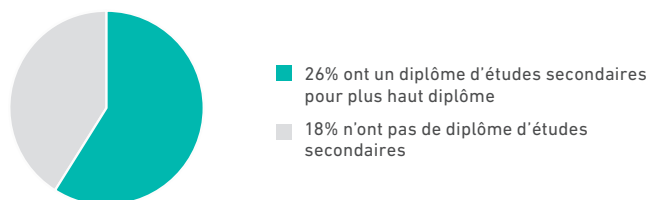
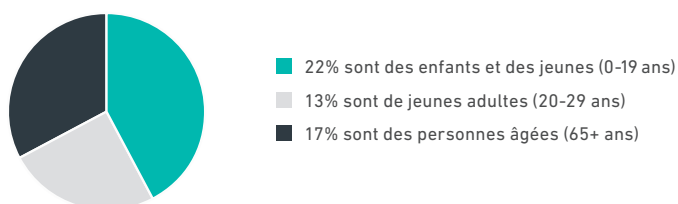
Pour choisir le niveau et le type de mobilisation du public adaptés pour un sujet particulier, il faut d'abord évaluer comment les actions et les décisions influenceront sur les collectivités :

- Quel est l'impact sur la collectivité dans son ensemble?
- Quel est l'impact sur des secteurs et/ou des groupes spécifiques au sein de la collectivité?

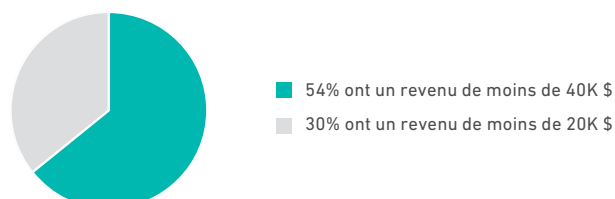
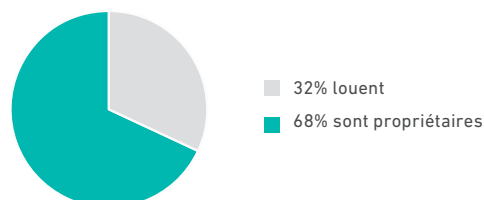
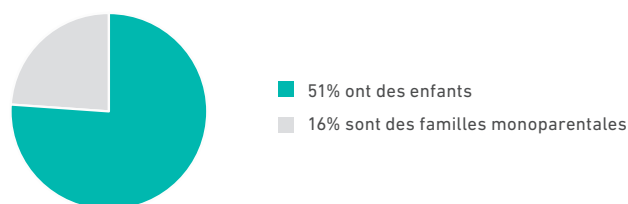
Plus l'impact sur l'ensemble de la collectivité ou sur des secteurs ou des groupes spécifiques de la collectivité est grand, plus la motivation des personnes concernées devra être profonde. Ceci comprend les impacts sur les individus qui se heurtent à des obstacles pour participer et ceux dont les points de vue sont sous-représentés.

La diversité démographique au Canada : Quelques statistiques*

Parmi les personnes vivant au Canada



Parmi les ménages



Les cinq langues les plus parlées, autres que l'anglais et le français sont :

- Mandarin
- Cantonais
- Panjabi (Punjabi)
- Espagnol
- Tagalog (Pilipino, Filipino)

*Ces statistiques, tirées du Recensement de 2016 (Canada), donnent juste un instantané de la diversité qui existe dans de nombreuses régions et municipalités.

Qui devons-nous mobiliser?

Deux dimensions devraient être pris en compte quand on cartographie les groupes de personnes concernés et les communautés d'intérêt spécifiques :

- Le niveau de l'impact que les décisions/mesures auront sur ces groupes;
- Le niveau de l'accès que ces groupes ont, en temps normal, pour participer à la prise de décisions (leur niveau dans l'organisation, leur capacité d'accéder à des processus municipaux comme les audiences publiques du conseil municipal, leur situation et leur poids politiques/économiques, leurs réseaux, etc.)

Les groupes concernés ou communautés d'intérêt à considérer comprennent entre autres :

- Groupes ethnoculturels ou religieux
- Personnes handicapables
- Propriétaires d'entreprises, industries
- Organisations syndicales
- Personnes âgées
- Familles à faible revenu
- Nouveaux immigrants
- Communautés LGBTQIA2S+
- Locataires
- Propriétaires
- Jeunes
- Femmes
- Conseils de bandes/groupes/nations autochtones
- Personnes sans abri ou logées de façon précaire
- Groupes de défense
- Autres niveaux de gouvernement
- Établissements d'enseignement



Le tableau ci-dessous, donné à titre d'exemple, montre comment la cartographie des groupes concernés et des communautés d'intérêt par niveau d'impact et d'influence peut aider à déterminer quelles mesures conviennent pour faire participer ces groupes au processus de mobilisation.

Exemple d'initiative de mobilisation : Déménager un centre pour les jeunes

| Groupe concerné/ communauté d'intérêt | Quels seront les impacts sur eux? | Niveau d'impact | Niveau d'influence | Mesures pour inclure le groupe/ la communauté d'intérêt |
|--|--|-----------------|--------------------|---|
| Utilisateurs actuels du centre pour les jeunes | Le nouvel emplacement créerait des obstacles importants pour les utilisateurs actuels souhaitant accéder à des services essentiels | Élevé | Faible | Série de groupes de dialogue dans des centres commerciaux avec les utilisateurs du site actuel pour faire la lumière sur les obstacles et les idées pour les atténuer |
| Autres jeunes/ utilisateurs potentiels du nouveau centre | Les jeunes d'autres endroits ont un accès limité à des services essentiels | Élevé | Faible | Collaboration avec le conseil scolaire pour distribuer un questionnaire et organiser des groupes de discussion dans les écoles Partenariat avec des organisations pour la jeunesse pour recueillir ses idées pour la planification de la mobilisation et l'identification de solutions |

Spectrum degré d'engagement du public

La Fédération IAP2 a conçu le Spectrum pour aider les groupes à définir le rôle du public dans n'importe quel processus de participation du public. Le Spectrum d'IAP2 est en train de rapidement devenir une référence internationale.

| | INFORMER | CONSULTER | IMPLIQUER | COLLABORER | DÉLÉGUER |
|---------------------------|---|--|--|--|--|
| PUBLIC PARTICIPATION GOAL | Fournir au public toute l'information nécessaire et objective pour l'aider à comprendre le problème, les options et les solutions envisagées. | Obtenir la rétroaction du public sur les études, les options et les décisions à prendre. | Travailler de concert avec le public pour s'assurer que ses préoccupations et ses attentes sont comprises et intégrées au processus décisionnel. | Rechercher un partenariat avec le public à toutes les étapes du processus décisionnel, y compris l'élaboration des options et l'identification de la solution privilégiée. | Confier au public la prise de décision finale. |
| PROMISE TO THE PUBLIC | « Nous vous tiendrons au courant. » | « Nous vous tiendrons au courant, respecterons vos préoccupations et vos attentes et nous vous informerons de la prise en compte de votre contribution dans le choix de la solution retenue. » | « Nous travaillerons avec vous afin que vos préoccupations et vos attentes soient considérées dans les choix élaborés. Nous vous informerons de la prise en compte de votre contribution dans le choix de la solution retenue. » | « Nous compterons sur vos conseils et vos idées novatrices pour trouver des solutions et les intégrerons le plus possible dans le choix de la solution retenue. » | « Nous mettrons en œuvre votre décision. » |

L'objectif d'une stratégie de mobilisation du public est de maximiser la participation des membres de la collectivité aux décisions.

Pour fixer des attentes raisonnables et répondre aux besoins de toutes les parties concernées, on doit aussi tenir compte pendant la planification de la mobilisation du public de facteurs techniques et financiers comme :

- Quand a-t-on besoin d'avoir la décision finale?
- Combien de temps faudra-t-il pour obtenir les résultats identifiés en termes de mobilisation du public?
- Quelles ressources financières et humaines sont disponibles pour le processus de mobilisation?
- Comment le budget pour le processus de mobilisation se compare-t-il aux budgets pour la mise en œuvre des solutions et pour l'ensemble des efforts de mobilisation?

Quels engagements prend-on envers le public dans cette initiative de mobilisation?

Le Spectrum d'engagement du public d'IAP2 aide à mieux savoir comment les résultats d'une initiative de mobilisation – données d'enquête, rétroaction sur des propositions et des plans, nouvelles idées, options recommandées par des membres de la collectivité, par exemple – seront utilisés pour prendre une décision. Il existe diverses méthodes pour remplir l'engagement pris envers le public sur le spectre d'IAP2. Les sondages, par exemple, peuvent permettre d'éduquer le public sur un enjeu ou de rassembler des commentaires, mais ils peuvent aussi être utilisés comme outil de délibération pour permettre au public de faire une recommandation en la votant à la majorité (Voir Références et Annexe pour plus d'idées sur les méthodes et outils).



L'échelle de mobilisation du public décrit l'ampleur de la portée de l'initiative et ses activités de rayonnement et de communications.

Le processus de mobilisation du public peut être conçu de façon à cibler la collectivité dans son ensemble ou seulement un quartier ou une communauté d'intérêt spécifique. Pour déterminer l'échelle de mobilisation qui convient, il est important de tenir compte des impacts des décisions sur les collectivités (voir la Considération stratégique 3) ainsi que de la quantité de ressources nécessaires pour le processus de mobilisation par rapport au budget d'ensemble du projet. Ainsi, si ajouter un élément d'infrastructure de 100 000 \$ à un parc urbain a un impact sur de nombreux utilisateurs, un processus de mobilisation à grande échelle qui coûterait 50 000 \$ à la municipalité pourrait paraître inapproprié dans ce contexte.

Norme suggérée pour l'organisme :

L'échelle de la mobilisation devrait être fonction de l'impact des décisions sur les communautés, l'occasion qui se présente de les mobiliser, le coût de ne pas les mobiliser et le rapport avec le budget pour le projet dans son ensemble.



Il est crucial de planifier toute mobilisation du public avec une perspective à long terme si l'on veut établir des relations durables avec le public.

Pour un membre de la collectivité qui a consacré du temps et de l'énergie à participer à un exercice de mobilisation, l'une des choses les plus frustrantes est de ne pas savoir comment sa contribution a été utilisée. Rendre compte des activités de mobilisation, des contributions apportées et de leur incidence sur les décisions est une composante fondamentale des bonnes pratiques de mobilisation.

Un bon suivi va cependant au-delà de la production de rapports. C'est un effort conscient pour maintenir et bâtir des relations plus étroites avec les membres de la communauté. Ces stratégies comprennent :

- Poursuivre le dialogue sur le sujet entre les membres de la collectivité et l'institution/le gouvernement ou entre eux.
- Faire participer les membres de la collectivité à la mise en œuvre ou la conception détaillée des décisions.
- Créer des mécanismes pour rendre compte de la mise en œuvre des décisions.

Normes suggérées pour l'organisme :

Un résumé des contributions du public est préparé et diffusé à la suite de chaque activité de mobilisation du public.

Les participants et le public reçoivent de l'information sur les résultats des initiatives de mobilisation, sur la manière dont les décisions ont été prises et sur le rôle qu'a joué leur apport.

SCÉNARIO 2 DE MOBILISATION DU PUBLIC :

LA CONSULTATION GÉNÉRATION ÉNERGIE AU CANADA



Le gouvernement fédéral a décidé de consulter un vaste éventail de Canadiens pour informer son élaboration d'une politique énergétique pancanadienne. Le gouvernement désire savoir comment les Canadiens veulent procéder pour atteindre les objectifs climatiques du Canada, créer des emplois et maintenir des tarifs énergétiques abordables. L'énergie est un sujet épineux au Canada, avec des perspectives, défis et possibilités différents selon les régions. Dans le cadre d'une consultation plus large, le gouvernement a demandé au personnel du ministère des Ressources naturelles de concevoir un processus qui mobiliserait un échantillon représentatif de citoyens pour trouver des terrains d'entente et cerner des options pour la modification des politiques que l'ensemble du pays appuiera. Le gouvernement a été clair sur le fait qu'il était à la recherche de recommandations non contraignantes du public pour informer le processus d'élaboration des politiques.

Le personnel a conçu une série de dialogues, 5 dialogues régionaux de 2,5 jours et un dialogue pancanadien de 2 jours où les participants ont pu travailler en petits groupes. Il a préparé un guide de discussion fondé sur des données probantes avec une vidéo résumant les consultations et expliquant l'objet et le contexte des dialogues et donnant de l'information sur les systèmes énergétiques au Canada et les tendances pour les systèmes à travers le monde, avec une vue d'ensemble des perspectives communes sur l'avenir énergétique du Canada et les impacts bénéfiques et néfastes que pourraient avoir les différentes approches stratégiques. Le guide proposait en outre quelques questions auxquelles les participants pouvaient réfléchir pour se préparer pour les dialogues.

Les dialogues ont aidé à dépolariser la conversation sur l'énergie et les participants ont préparé un ensemble de principes et recommandations solides.

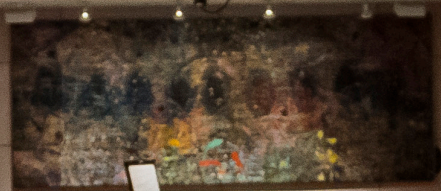
Résumé de la considération stratégique :

| | |
|--------------------------------------|--|
| SUJET : | Quel est l'avenir énergétique du Canada et comment est-ce que les Canadiens veulent procéder pour atteindre les objectifs climatiques du Canada, créer des emplois et maintenir des tarifs énergétiques abordables? |
| RÉSULTATS : | Transformation des conflits/contribution à la prise de décisions |
| IMPACTS SUR LA COLLECTIVITÉ : | Fort impact sur les Canadiens |
| ENGAGEMENT ENVERS LE PUBLIC : | Inclusion : « Nous travaillerons avec vous pour nous assurer que vos inquiétudes et vos aspirations sont directement reflétées dans les décisions qui seront prises. » |
| ÉCHELLE DE LA MOBILISATION : | Contacts avec plus de 380 000 personnes dans le cadre de mobilisations multiples, en ligne et en personne. 150 participants mobilisés lors des Dialogues citoyens sur l'avenir énergétique du Canada. |
| SUIVI : | <ul style="list-style-type: none">• Rendre compte des résultats de la mobilisation• Envisager un mécanisme pour régulièrement évaluer les changements apporter dans l'élaboration des politiques énergétiques et en rendre compte |



EXIT

EXIT



KERA
MCARTHUR

PLANIFICATION ET MISE EN ŒUVRE DE LA MOBILISATION DU PUBLIC

On trouvera dans la présente section des conseils pratiques pour le personnel s'occupant de la planification et de la mise en œuvre d'initiatives de mobilisation du public, y compris des conseils pour la sélection d'outils et de méthodes après avoir répondu aux questions identifiées dans le cadre stratégique de l'institution. Ces conseils sont organisés en six étapes pratiques pour bien planifier la mobilisation. Pour chacune des six étapes, on trouvera dans l'Annexe des feuilles de travail détaillées et des ressources.

Étape 1: Identifier les parties concernées internes

- Qui doit participer à la conception et la réalisation de cette initiative?
- Qui a autorité sur quelles décisions?
- Qui assurera la médiation en cas de besoins et intérêts contradictoires entre services?

Norme suggérée pour l'organisme :

Le personnel identifie et inclut les parties concernées internes dès le début de la planification des initiatives d'engagement du public, y compris les personnes qui peuvent assurer la médiation en cas de besoins et intérêts contradictoires.

Scénario :

Pour planifier le processus de mobilisation pour la consultation Génération Énergie (voir scénario p. 21), le chef de projet de RNCan a fait participer le personnel du service dès le début du processus. Si les décisions concernant le processus de mobilisation revenaient au chef de projet de RNCan ainsi qu'au facilitateur professionnel externe de ce projet, le personnel et les spécialistes externes étaient néanmoins essentiels pour identifier et rassembler l'information à inclure dans le document d'information destiné aux participants.



Étape 2: Planifier l'évaluation

- Que cherchons-nous à accomplir en mobilisant le public et quels indicateurs seront utiles pour mesurer notre réussite?
- Quelles informations/données avons-nous besoin de collecter et quand?
- À quels stades du processus vérifierons-nous que nous sommes sur la bonne voie et, si nécessaire, ajusterons-nous le tir?

Norme suggérée pour l'organisme :

Des outils d'évaluation sont intégrés aux initiatives de mobilisation dès les premières étapes de la planification, en utilisant les principes de la mobilisation du public comme base de l'évaluation.

Scénario :

La Ville a lancé une campagne d'information sur l'infrastructure cyclable pour augmenter l'utilisation de ce mode de transport et sensibiliser les gens à la sécurité de la circulation (voir scénario 1 p. 11). Le personnel chargé de la campagne a identifié comme critère de réussite de la campagne la mobilisation d'au moins 1 500 individus, en personne pour 200 d'entre eux. Au moins 15 % de ces individus mobilisés en personne devraient être des gens pour qui le vélo n'est pas le principal mode de transport. Pour saisir les données, le personnel a encouragé les participants à se préinscrire à des rencontres en personne et leur a demandé de remplir un bref questionnaire à la fin. Voir p. 39 les feuilles de travail sur l'étape 2 de la planification.

Étape 3: Planifier l'inclusion et l'accessibilité

- Qu'est-ce qui rendra cette initiative de mobilisation accessible et invitante pour des membres très divers de la collectivité et pour des communautés d'intérêt préalablement identifiées?
- À quels obstacles les communautés d'intérêt et les parties concernées qui souhaitent participer se heurtent-elles et que pouvons-nous faire pour réduire ces obstacles?
- Comment pouvons-nous rencontrer les communautés d'intérêt « là où elles se trouvent déjà »?

Scénario :

Dans le cadre de la planification de l'infrastructure cyclable et de la campagne d'information sur la sécurité de la Ville (voir scénario 1 p. 11), le personnel a identifié deux groupes de non-cyclistes qui étaient confrontés à des obstacles ou dont on pensait qu'ils seraient difficiles à joindre : les personnes âgées et les automobilistes. Le personnel a rencontré des groupes de défense des droits des personnes âgées pour planifier des activités accessibles à ce groupe d'âge, comme des séances d'information à Century House avec une simulation d'un passage pour piétons sur une nouvelle voie cyclable. Le personnel a ensuite travaillé avec des bénévoles de la collectivité pour distribuer des dépliants d'information et des cafés gratuits aux automobilistes qui déposaient leurs enfants aux écoles de New Westminster. On trouvera p. 40 – 42 des feuilles de travail et des ressources pour la planification de l'étape 3.

Norme suggérée pour l'organisme :

Les locaux, les langues et les modes de communication sont évalués du point de vue de l'accessibilité lorsque l'on planifie des initiatives de mobilisation du public.

La planification d'initiatives de mobilisation du public comporte des étapes concrètes et inclusives pour réduire les obstacles à la participation.

Des modes et des formats de communication multiples sont proposés pour la mobilisation, pour tenir compte de l'éventail de capacités et de styles d'apprentissage.

Étape 4: Choisir les méthodes et outils de mobilisation

- Avec quels méthodes et outils (dans quelle séquence) obtiendra-t-on les résultats escomptés?
- Quels méthodes et outils permettront le meilleur usage possible du temps et des contributions des membres de la collectivité?
- Comment est-ce que les participants interagissent entre eux et avec les décideurs?
- Quelles voies de participation devons-nous offrir pour rendre la participation accessible à un vaste auditoire et à toutes les communautés d'intérêt? (Comme des rencontres en personne, outils en ligne, questionnaires papier, etc.)

Scénario :

Au lieu des traditionnelles séances portes ouvertes, le personnel a organisé des dialogues citoyens délibératifs (voir scénario 2 p. 23) où les participants ont pu interagir en petits groupes. Des activités diverses leur ont permis d'en savoir plus sur les systèmes énergétiques du Canada et de peser les avantages et les inconvénients des différentes politiques possibles. Grâce à la vidéo, les participants ont pu interagir en étant informés et un exposé et un jeu leur ont permis de réfléchir à leur rapport à l'énergie et de poser des questions pour arriver à une compréhension commune de la question. On trouvera p. 43 des feuilles de travail et des ressources pour la planification de l'étape 4.

Norme suggérée pour l'organisme :

Les initiatives de mobilisation reposent sur des méthodes et technologies novatrices.

Étape 5: Planifier les communications

- Qui sont les publics cibles à mobiliser dans cette initiative?
- Quelles voies de communications permettront d'atteindre ces publics?
- Comment communiquerons-nous les résultats et appuierons-nous l'établissement de relations avec les participants?

Norme suggérée pour l'organisme :

Les membres de la collectivité sont informés des activités de mobilisation suffisamment à l'avance (au moins trois semaines pour les rencontres en personne).

Toutes les initiatives de mobilisation du public incluent un plan pour la communication des résultats aux participants et au public en général.

Scénario :

En collaboration avec une compagnie de sondage, le personnel a identifié un échantillon représentatif de Canadiens et l'a invité à participer aux dialogues. Avant les dialogues, tous les participants ont reçu une trousse d'information et ont eu de nombreux échanges avec l'équipe de mobilisation pour faire en sorte que tous leurs besoins soient satisfaits et qu'ils aient des réponses à toutes leurs questions.

Les participants au Dialogue pancanadien ont présenté leurs recommandations et principes finaux au grand groupe de parties concernées et à d'autres groupes au Forum Génération Énergie ainsi qu'à des élus et aux médias. Une vidéo a été réalisée pour rendre compte du processus de mobilisation et elle a été largement partagée.

Après les dialogues, tous les participants ont reçu un courriel de remerciement du Ministre des ressources naturelles dans lequel étaient décrites les prochaines étapes du processus. Tous les participants ont reçu un résumé de leurs recommandations après les dialogues. On trouvera p. 44 des feuilles de travail et des ressources pour la planification de l'étape 5.

Étape 6: Fournir de l'information

- De quelle information est-ce que les membres de la collectivité ont besoin pour participer efficacement?
- Comment pouvons-nous fournir cette information pour qu'elle soit facile à utiliser et pour que les participants aient assez de temps pour la consulter?
- Qui sera disponible pour répondre aux questions des participants?

Norme suggérée pour l'organisme :

Les membres de la collectivité ont accès à l'information nécessaire pour pouvoir participer de manière significative.

L'information est fournie en langage simple et en laissant suffisamment de temps pour que les participants l'assimilent.

Scénario :

Pour les Dialogues citoyens sur l'avenir énergétique du Canada (voir scénario 2 on p. 23), les participants ont reçu de l'information sur les grands enjeux, comme des renseignements factuels sur les systèmes énergétiques au Canada, une vue d'ensemble des perspectives courantes sur l'avenir énergétique du Canada, avec de l'information fondée sur des données probantes au sujet des impacts bénéfiques ou néfastes que ces diverses approches stratégiques pourraient avoir et les tendances en matière de systèmes énergétiques à travers le monde. À toutes les rencontres en personne, une équipe a passé l'information en revue avec les participants, noté les questions auxquelles elle ne savait pas répondre et fait des recherches pour fournir des réponses le lendemain. On trouvera p. 45 – 46 des feuilles de travail et des ressources pour la planification de l'étape 6.

On trouvera dans l'Annexe une série de feuilles de travail préparées spécifiquement pour aider le personnel à utiliser les considérations stratégiques et les étapes de planification décrites ci-dessus. Par ailleurs, les documents ci-dessous comportent d'autres outils et méthodes en rapport avec les considérations du cadre stratégique et les étapes de planification.

Trousse d'outils d'IAP2 pour la participation publique :

Inclut une description des techniques pour faciliter différents niveaux d'impact du public sur la prise de décisions.

Voir : http://c.ymcdn.com/sites/www.iap2.org/resource/resmgr/imported/06Dec_Toolbox.pdf (en anglais)

Guide des ressources de la NCDD pour la mobilisation du public :

Inclut une série de procédés conçus pour faciliter les résultats des mobilisations comme l'études d'idées et l'information, le soutien de la prise de décisions, la transformation des conflits et la mobilisation pour une action en collaboration.

Voir : http://www.ncdd.org/files/NCDD2010_Resource_Guide.pdf (en anglais)

Trousse d'outils de SPARC BC pour la mobilisation de la collectivité :

Inclut une grille d'outils de mobilisation recommandés en fonction de l'impact que les décisions auront sur les collectivités.

Voir : www.sparc.bc.ca/component/rubberdoc/doc/534/community-engagement-toolkit.pdf (en anglais)

Les meilleures des meilleures ressources de la NCDD :

Une liste très fournie d'outils, guides et livres avec des conseils pratiques pour le dialogue, la délibération et la mobilisation du public.

<http://ncdd.org/rc/best-of-the-best-resources> (en anglais)

Trousse de mobilisation des personnes âgées de la Ville de New Westminster :

Contient des outils et des feuilles de travail pour appuyer les initiatives de mobilisation inclusives pour les personnes âgées.

https://www.newwestcity.ca/database/files/library/SET_Final_Report_May_2_2011.pdf (en anglais)

Dans son élaboration de la Stratégie de mobilisation, le Centre Morris J. Wosk pour le dialogue s'est servi des ressources suivantes qui donnent des informations complémentaires utiles sur les meilleures pratiques de mobilisation du public.

David Meslin/TedX Toronto: **Redefining Apathy**
<https://youtu.be/LuHNVYW4tW0>

City of Edmonton Council Initiative on Public Engagement/Centre for Public Involvement, **Strengthening Public Engagement in Edmonton**, 2016
http://www.edmonton.ca/city_government/documents/StrengtheningPublicEngagementinEdmonton_July2015.pdf

Ville de Victoria. **Foundations for Success: A Strategy to Improve Civic Engagement at the City of Victoria**,
http://www.victoria.ca/assets/Departments/Communications/Documents/Civic_Engagment.pdf

International Association for Public Participation, **IAP2 Core Values of Public Participation**,
<http://c.ymcdn.com/sites/www.iap2.org/resource/resmgr/imported/CoreValues.pdf>

Monitor Institute/Rockefeller Foundation, **Gather, The Art & Science of Effective Convening**, 2013
<https://assets.rockefellerfoundation.org/app/uploads/20130626174021/Gather-The-Art-and-Science-of-Effective-Conveing.pdf>

Nabatchi, Tina et Matt Leighninger. **Public Participation for 21st Century Democracy**, Hoboken, Jossey-Bass, 2015.

Canton de Langley. **Public Engagement Strategy for Planning and Development**, , préparée par le Comité permanent du maire sur la mobilisation du public avec le soutien de Modus Planning, Design & Engagement Inc., 2016.
<http://www.tol.ca/Portals/0/FileShare/Council/2016-03-21%20Public%20Engagement%20Strategy%20complete%20with%20Implementation%20Plan.pdf>

Vancouver Mayor's Engaged City Task Force. **Final Report**, 2014
<http://vancouver.ca/files/cov/final-report-engaged-city-task-force-2014.pdf>

ANNEXE :

FEUILLES DE TRAVAIL ET RESSOURCES

On trouvera dans les pages suivantes des feuilles de travail et des ressources pour aider le personnel à réfléchir aux considérations stratégiques et à planifier étape par étape les initiatives de mobilisation du public.

Quelle occasion de mobilisation se présente?

- Exemples :
- En quoi est-ce que la mobilisation contribuera à la prise de décisions?
 - Quelles sont les incidences des priorités, plans, politiques et règlements existants sur la décision?
 - Comment les autres cadres juridiques et institutionnels influent-ils sur la décision?
 - Quelles peuvent être les contributions des experts en la matière?
 - Quels sont les risques si on mobilise et si on ne mobilise pas?

De quelles autres informations est-ce que les élus et les cadres ont besoin?

Quelles questions pourrait-on poser pour mobiliser le public?

Quels sont les résultats possibles de la mobilisation?



Amélioration de la sensibilisation et de l'éducation

Notes/questions pour la mise en œuvre



Exploration d'idées et d'informations

Notes/questions pour la mise en œuvre



Contribution à la prise de décisions

Notes/questions pour la mise en œuvre



Transformation des conflits

Notes/questions pour la mise en œuvre



Mobilisation pour une action collective

Notes/questions pour la mise en œuvre

CONCERNÉES

Quels engagements prenons-nous envers le public?



Informer

Notes/questions pour le faire :



Consulter

Notes/questions pour le faire :



Impliquer

Notes/questions pour le faire :



Collaborer

Notes/questions pour le faire :



Déléguer

Notes/questions pour le faire :

Considération stratégique 5 – Feuille de travail et exemples : QUELLE EST L'ÉCHELLE DE LA MOBILISATION?

| Projet | Impact | Échelle de la mobilisation | Budget pour la mobilisation | Budget d'ensemble/ implications financières |
|---|--|---|-----------------------------|---|
| Exemple : Mise à jour de la densité dans le plan directeur officiel (PDO)* | Fort impact sur les résidents locaux Fort impact à l'échelle de toute la collectivité | Grande échelle (envoi d'un courrier à tous les ménages, vaste campagne de sensibilisation en ligne) du fait de l'impact et des implications – financières et autres – pour la Ville | ~ 100K \$ | > 5M \$ |
| Exemple : Campagne sur l'infrastructure cyclable et la sécurité de la circulation dans la ville * | Impact modéré à l'échelle de toute la collectivité | Moyenne à grande échelle (vaste campagne de sensibilisation en ligne) du fait de l'impact sur l'ensemble de la collectivité | ~ 15K \$ | 1,5 M \$ (coût de la rénovation de l'infrastructure cyclable) |
| Autres exemples : | | | | |

* Scénarios hypothétiques, voir p. 11 et p. 23 pour plus d'information sur le contexte.

| | Contenu | Moment | Voies de diffusion |
|--|---|-------------------------------|--|
| Exemple : Résumé des premières conclusions (2-pages) | <ul style="list-style-type: none"> • Résumé de la rencontre • Grands thèmes des contributions du public | 2 semaines après la rencontre | <ul style="list-style-type: none"> • Courriel à tous les participants • Site Web de la Ville |
| Exemple : Rapport complet sur la mobilisation | <ul style="list-style-type: none"> • Résumé de la rencontre • Grands thèmes des contributions du public • Renseignements détaillés sur les options spécifiques discutées • Distribution démographique des participants • Résumé du processus de mobilisation | 1 mois après la rencontre | <ul style="list-style-type: none"> • Courriel à tous les participants • Site Web de la Ville • Billet de blogue |
| Autres exemples : | | | |

Étape de planification 1 – Feuille de travail : **QUI DOIT PARTICIPER À LA CONCEPTION ET LA RÉALISATION DE CETTE INITIATIVE?**

| | | Maire et conseil municipal | Service de mobilisation du public | Autres services de la Ville |
|--|---------------------------|----------------------------|-----------------------------------|-----------------------------|
| Impact sur l'ensemble de la collectivité | Fort / modéré / faible | | | |
| Impact sur des groupes concernés spécifiques/ communautés d'intérêt spécifiques | Fort / modéré / faible | | | |
| Visibilité | Élevée / modérée / faible | | | |
| Risque | Élevée / modérée / faible | | | |

Autres questions :

Qui est le commanditaire?

Qui a autorité sur quelles décisions?

Qui assurera la médiation en cas de besoins et intérêts contradictoires entre services?

| Objectif | Indicateur | Source des données | Moment de l'évaluation |
|--|--|---|--|
| Exemple : La mobilisation inclut les participants appartenant à la communauté d'intérêt concernée | La participation est représentative de la ventilation de la population | Enquêtes auprès des participants pour les rencontres en personne et les sondages en ligne | Pendant les inscriptions et une fois le projet terminé |
| | Taux de participation aux groupes de discussion | Inscriptions aux groupes de discussion | Pendant les inscriptions et une fois le projet terminé |
| Exemple : La documentation est accessible pour les participants des communautés d'intérêt concernées | Contribution et commentaires d'experts/ représentants communautaires | Rencontres/Entrevues | Entretiens exploratoires pendant la phase de planification |
| Autres exemples : | | | |

| Publics cibles | Obstacles potentiels | Mesures |
|--|---|--|
| Exemple : Personnes âgées | Exemples : <ul style="list-style-type: none"> • Mobilité, difficultés à voir ou à entendre • Transports • Marginalisation dans des discussions dominées par d'autres groupes démographiques | Exemples : <ul style="list-style-type: none"> • Lieux accessibles aux fauteuils roulants • Documents en gros caractères • Installation de la pièce de façon à réduire les bruits de fond, laisser de la place pour circuler et avoir des sièges confortables partout dans la pièce • Remboursement du transport (y compris les trajets en taxi) • Facilitation experte • Groupe de discussion en plus des occasions de participation plus générales • Possibilités de participation dans des lieux que ce groupe cible utilise et connaît bien • Co-organisation et co-animation des rencontres avec des organisations/ personnes qui s'identifient au groupe cible |
| Exemple : Sans abris/ Personnes logées de façon précaire | Exemples : <ul style="list-style-type: none"> • Marginalisation dans les lieux/ manifestations publics • Transport | Exemples : <ul style="list-style-type: none"> • Co-organisation et co-animation des rencontres avec des organisations/ personnes qui s'identifient au groupe cible • Possibilités de participation dans des lieux que ce groupe cible utilise et connaît bien • Remboursement du transport |
| Exemple : Personnes ayant un faible niveau d'alphabétisation | Exemples : <ul style="list-style-type: none"> • Information inaccessible • Marginalisation dans les lieux/ manifestations publics | Exemples : <ul style="list-style-type: none"> • Co-organisation et co-animation des rencontres avec des organisations/personnes qui s'identifient au groupe cible • Information partagée au moyen de présentations visuelles et orales • Possibilités de participation dans des lieux que ce groupe cible utilise et connaît bien • Groupe de discussion en plus des occasions de participation plus générales |

| Publics cibles | Obstacles potentiels | Mesures |
|--|---|---|
| Exemple : Personnes ayant des besoins particuliers en matière de santé mentale | Exemples : <ul style="list-style-type: none"> • Possibilité d'avoir un soutien en santé mentale • Difficulté à participer aux activités/ discussions | Exemples : <ul style="list-style-type: none"> • Co-organisation et co-animation des rencontres avec des organisations/ personnes qui s'identifient au groupe cible ou savent travailler avec lui • Possibilités de participation dans des lieux que ce groupe cible utilise et connaît bien • Soutien en santé mentale • Groupe de discussion en plus des occasions de participation plus générales • Facilitation experte |
| Exemple : Personnes qui s'identifient comme transgenres | Exemples : <ul style="list-style-type: none"> • Marginalisation dans les lieux/ manifestations publics • Toilettes inaccessibles • Risques pour leur sécurité personnelle | Exemples : <ul style="list-style-type: none"> • Co-organisation et co-animation des rencontres avec des organisations/ personnes qui s'identifient au groupe cible • Possibilités de participation dans des lieux que ce groupe cible utilise et connaît bien • Retransmission sur Internet avec la possibilité de contribuer en ligne • Toilettes unisexes aux manifestations publiques • Groupe de discussion en plus des occasions de participation plus générales |

Points de contact dans les communautés

Diverses organisations sont actives dans diverses communautés. Établir une relation avec elles est essentiel pour que des membres divers de la collectivité participent aux décisions prises par la Ville. Ces organisations incluent :

- Sociétés pour le logement abordable
- Association canadienne de la surdicécité
- Sociétés de services communautaires
- Immigrant Services Society of BC
- Inclusion BC
- Services à la famille
- Districts scolaires
- Sociétés de services aux personnes âgées
- Autres organisations communautaires sans but lucratif

Choisir le bon lieu de réunion

Les bons lieux de réunion pour la mobilisation du public sont des endroits accessibles aux gens, quelles que soient leurs capacités, leurs besoins et leur culture. Quand on essaye de joindre un public spécifique, les meilleurs lieux de réunion sont ceux que les groupes cibles fréquentent déjà – et ils n'ont pas toujours quatre murs. Les endroits possibles incluent :

- Bibliothèques publiques
- Centres communautaires
- Établissements d'institution
- Hôtels and centres de conférences
- Espaces culturels
- Lieux de culte
- Manifestations communautaires en plein air pendant les mois d'été



| Résultats | Idées de méthodes et d'outils |
|---|--|
| Amélioration de la sensibilisation et de l'éducation | <ul style="list-style-type: none"> • Reportages : histoires centrées sur des enjeux généraux du projet (IAP2, p. 2) • Résumés adaptés : une forme de documentation qui fournit une rétroaction au public sur les commentaires reçus et la façon dont ils sont incorporés (IAP2, p. 5) |
| Exploration d'idées et d'informations | <ul style="list-style-type: none"> • Café-conversations : conversation publique organisée dans un café, une librairie ou autre lieu similaire (NCDD, p. 11) • Forums ouverts : méthode d'animation de débat où l'accent est mis sur l'auto-organisation pour inviter les gens à assumer la responsabilité de ce qui leur tient à cœur (NCDD, p. 13) • Ateliers de visualisation/dialogue génératif : groupes de discussion d'une à trois heures tôt dans le processus de mobilisation, où l'accent est mis sur le vécu, les valeurs et l'expertise locale des participants, davantage que sur des connaissances techniques externes ou sur les besoins des décideurs. |
| Contribution à la prise de décisions | <ul style="list-style-type: none"> • Enquêtes, y compris des outils de mobilisation en ligne (MetroQuest, par ex.) • Ateliers de visualisations/dialogue délibératif (voir Exploration d'idées et d'informations) : rencontres d'une demi-journée ou une journée qui offrent à des participants représentatifs de leur communauté un forum où étudier plus en profondeur une question et formuler des recommandations pour le conseil municipal. |
| Transformation des conflits | <ul style="list-style-type: none"> • Écoute attentionnée : méthode utilisant la réflexion et l'enquête habile pour aider les interlocuteurs à approfondir leur compréhension et leur conscience » (NCDD, p. 11) • Dialogue délibératif (Voir « Contribution à la prise de décisions ») |
| Mobilisation pour une action collective | <ul style="list-style-type: none"> • Atelier du futur : méthode de planification qui permet à des groupes nombreux et divers de valider une vision commune, d'assumer la responsabilité des mesures à prendre et d'obtenir un engagement à agir dans des situations instables et en rapide évolution (NCDD, p. 11) • Charrettes : méthode de conception fondée sur la collaboration et la recherche du consensus qui incorpore les apports de toutes les parties concernées [...] dans une boucle de rétroaction continue pour préparer et affiner un plan (NCDD, p. 11) |

| | Publicité imprimée | Affiches | Site Web | Médias sociaux | Points de contact en personne/dans la collectivité |
|----------|--------------------|----------|----------|----------------|--|
| Public 1 | | ✓ | ✓ | | ✓ |
| Public 2 | | ✓ | | ✓ | |
| Public 3 | ✓ | | | ✓ | ✓ |
| | | | | | |
| | | | | | |

| Sujet | Détails | Sources |
|--|---|---------|
| Information technique | De quels faits techniques faut-il tenir compte? | |
| Information financière | Quelles sont les sources de financement disponibles? Comment est-ce que cet enjeu affect les autres décisions en matière de financement? | |
| Politiques existantes | Quels autres plans et politiques influent sur cet enjeu? | |
| Options/solutions potentielles | Quelles options/solutions a-t-on envisagées jusqu'à maintenant? | |
| Processus de mobilisation antérieurs et résultats | Comment la collectivité a-t-elle été mobilisée jusqu'à maintenant? Quels ont été les résultats des rencontres de mobilisation antérieures? | |

Une mobilisation réussie passe par une communication claire de l'information, dans un langage simple et avec des éléments visuels. La Ville de Toronto a récemment changé son modèle d'avis publics pour les demandes d'aménagement, inspirée par David Meslin, chef de file de la mobilisation du public.

Voir : <http://www.dazzleawards.ca/>







MORRIS J. WOSK
CENTRE FOR DIALOGUE