



Campagne Participative

1. Ce document a pour objectif de fournir une méthodologie et des outils nécessaires à la mise en œuvre de dispositifs participatifs dans le cadre de la campagne présidentielle 2007.
2. Il est destiné aux organisateurs et animateurs et de la campagne participative : référents DA, responsables de comités de soutien DA, responsables de comités de campagne PS, responsables DA de thèmes de campagne, référents de groupes de travail, Elus...
3. Il a été formalisé par le Comité Paris d'Avenir. Il est remis comme support aux participants de la Formation aux Techniques Participatives, formation élaborée et animée par les membres du groupe de travail Démocratie Participative de Paris d' Avenir. Ce groupe est disponible pour toute aide, appui, conseil : christiane.gilon@wanadoo.fr.

1. Message du GT Démocratie Participative

Le mouvement qui va vers la démocratie participative nous paraît inéluctable.

Il correspond simplement à l'évolution de l'humanité, l'avènement de l'**individu**. La Démocratie Participative épouse le mouvement de la société, en lien avec la révolution technologique de l'internet. On peut la freiner, on ne pourra pas l'arrêter.

Pour autant, une campagne participative, cela ne s'est jamais fait !

Une campagne participative, c'est l'amorce d'un mouvement de transformation de la façon de diriger qui prendra toute son ampleur après l'élection. Dans la campagne et par nos débats, on prépare la démocratie participative en France demain. On pose des jalons. Animer un café Ségolène, un débat participatif, c'est s'inscrire dans une nouvelle histoire, poser les jalons d'une autre démocratie. Ni directe, ni représentative, mais mixte et multiple, hautement énergétique !

Cela dit, ce ne sera pas simple, ce sera un combat.

Les citoyens, parce qu'ils se méfient (depuis l'antiquité grecque) de la démocratie représentative, sont attirés par la démocratie participative, qui leur offre des possibilités de contrôler, contrebalancer et compléter la démocratie représentative. Mais ils sont prompts à craindre et repérer les leurres réels ou supposés, ils ont peur de la frustration d'un espoir déçu, ils ont la crainte d'y croire et de se faire manipuler, et ils repèrent très vite les faux semblants. Les élus ne savent pas forcément comment s'y prendre. Ils ne voient pas toujours la différence avec « le participatif qu'on fait déjà et depuis toujours ». En même temps, ils ont peur que le participatif ne serve à contourner le parti, le projet, les élus. Les experts ne sont pas à l'aise, cherchent une juste place. Les oligarchies ne sont pas prêtes à partager le pouvoir. Et puis le participatif est exigeant, pas très facile à animer ...

Mais ses résultats sont puissants et convaincants, ils renforcent les élus comme les citoyens.

2. Les pistes de travail du GT

Notre groupe poursuit deux pistes de travail :

- Animer des dispositifs de débats démocratiques participatifs et aider à les animer. En particulier, animer fin janvier 2007 (le 29) à Paris un très grand forum participatif sur les 4 thèmes lancés par Ségolène Royal, avant que les responsables de thème ne rendent leur copie ; en profiter pour montrer ce qu'est la Démocratie Participative, en présentant des pratiques variées et en animant l'événement de façon participative.
- Faire le retour d'expérience de pratiques participatives dans de multiples domaines, pour donner aux élus des méthodes de démocratie participative, et les inciter à essayer d'en faire vraiment.



Campagne Participative



Paris d'Avenir

Paris soutient Ségolène Royal pour les Présidentielles 2007



Campagne Participative

Les débats participatifs

N'ayons pas peur de nous lancer dans le montage de vrais débats démocratiques participatifs – peur des gens, peur de ne pas y arriver, peur d'être débordé, pas compétent – Il faut plonger dès maintenant, sans plus attendre, dans la multiplication de ce type de débats, que ce soit en petit ou grand format.

Ce serait difficile et risqué si nous restions les uns et les autres isolés.

Ce sera réussi si nous nous lançons tous ensemble, en partageant nos références, en échangeant nos expériences, nos dispositifs, nos interrogations, car alors nous bénéficierons d'un grand nombre d'expériences et nous progresserons rapidement. Ces débats sont basés sur la confiance qu'on fait aux autres, confiance dans l'intelligence collective. Cette confiance, c'est une valeur de Ségolène Royal, c'est une valeur de la Gauche.

Notre GT vous propose des principes, des méthodes et des techniques de débats démocratiques participatifs tirés des expériences pratiques de certains de ses membres. Il y a Patrice Ville, Christiane Gilon, Fabienne Fillion, Thierry Colis et Abdennasser El Gourari pour ce qui est des méthodes de débat participatif. Il y a Eric Taver et Jean-Marie Hennin pour l'urbanisme participatif et le concept très clair de « maîtrise d'usage ». Il y a Pierre Lecomte qui dirige un centre social de façon participative...

Nous sommes prêts à aider à monter vos dispositifs de débat. A partager dispositifs et retours d'expérience. Répondre aux doutes et interrogations. Nous vous proposons de créer ensemble un réseau d'animateurs prêts à se lancer dans l'aventure. Nous appelons aussi tous ceux qui sont prêts à rédiger des comptes-rendus synthétiques à entrer dans le réseau et se faire connaître.

Enfin nous avons tous besoin de faire l'inventaire des lieux où ces débats sont possibles. Des lieux où l'on peut aisément bouger les dispositifs, lieux adaptables.

3. Démocratie Participative - Définition

En travaillant sur nos pratiques, nous sommes arrivés à la même conclusion que le chercheur Loïc Blondiaux.

Le participatif désigne l'ensemble des dispositifs et procédures qui donnent une place aux individus lambda dans une décision.

L. Blondiaux insiste sur le fait que le participatif est une OFFRE.

C'est une sollicitation, qui appelle un engagement des individus qui y répondent comme de ceux qui ont fait cette offre .

Les deux autres mots clefs sont DISPOSITIF et DECISION.

Par exemple, le management participatif offre aux salariés une place dans certaines décisions.

La recherche-action offre à l'acteur social une place aux côtés du chercheur, l'acteur social n'est pas un objet, mais un « savant de l'intérieur ».

Dans le travail social, les utilisateurs d'un centre social conduisent le centre avec les professionnels chargés de son animation.



Campagne Participative

Dans l'urbanisme, les habitants sont invités à travailler avec des professionnels pour construire des cahiers de préconisations qui sont intégrés dans le cahier des charges. Ils ont une vraie place de maîtrise d'usage, aux côtés de la maîtrise d'œuvre (architectes et urbanistes) et de la maîtrise d'ouvrage (élus).

4. Douze principes, méthodes et techniques de mise en oeuvre

⌘ Organiser/Prévoir un collectif d'animation

Définition : L'organisation et l'animation du débat participatif doivent s'appuyer sur plusieurs personnes, organisées en collectif d'animation. Le collectif d'animation est responsable du débat. Le débat ne doit pas reposer sur un animateur solitaire. Les animateurs (sauf ceux chargés du compte-rendu) restent debout. Ils contiennent physiquement le dispositif.

Rôle du collectif d'animation :

- ζ Un animateur pour assurer la dynamique du débat (travail sur le processus de débat, faire taire les bavards, faire parler les silencieux, bloquer les apartés, éviter les messes basses, tenir le temps, faire bouger les participants si on change de disposition spatiale)
- ζ Un animateur pour reformuler et synthétiser le débat (travail sur le fond, synthèse des idées en débat, mise en valeur des convergences et des contradictions)
- ζ Prévoir quelques personnes pour élaborer le compte-rendu du débat
- ζ S'ouvrir : prévoir un espace d'inscription pour que les gens puissent s'investir ensuite dans un GT, un comité, une section ... Apporter leur aide, ou simplement être tenus informés.
- ζ Organiser la convivialité (Pot..repas ensemble dans un restaurant proche pas cher, en se mélangeant aux gens, en évitant de se replier sur le collectif d'animation)
- ζ Assurer un service d'ordre (être au clair sur la conduite à tenir en cas d'agression)

Ce collectif prépare le dispositif, le mène collectivement et le débrieife. Les questions d'amour-propre sont réglées en amont. Par exemple: il faudra parfois passer devant l'animateur « dynamique du débat» s'il est débordé, et reprendre la main sans qu'il y s'en formalise; décider de changer le dispositif, de se mettre en sous-groupe quand des contradictions bloquent..Tout cela sans crise. Il faut un collectif fluide où tout se passe en bonne intelligence.

⌘ Annoncer nos valeurs (les règles du débat)

- ζ On se respecte
- ζ On s'écoute
- ζ On parle sans tabou – Pas de langue de bois – Pas de peur des idées nouvelles
- ζ On est transparent sur les tenants et les aboutissants du débat
- ζ On trace ce qui se dit, les personnes peuvent vérifier le compte-rendu (et y contribuer si possible).
- ζ Tout le collectif d'animation doit être exemplaire sur ces points (pas d'apartés, pas de tel portable, arriver à l'heure, rester concentré sur le dispositif).



Campagne Participative

Ces valeurs ont été mises en avant par Ségolène Royal dans sa campagne interne. Elles seront un point d'appui dans l'animation des débats, en particulier en cas de longueur excessive des interventions ou d'agressivité.

✂ Inscrire le débat dans un processus et projet commun, un processus

Animer un débat participatif, c'est créer et tenir un dispositif par lequel la parole des gens qui vont participer va représenter une action. Une action sur le PS, sur DA, sur la candidate. Ils vont, en s'exprimant, agir sur des décisions, des orientations. C'est l'animation doit proposer des CONSIGNES de réflexion ou de débat très claires. *Exemple de consigne efficace, sur le syndicalisme, la consigne était : « comment donner envie aux gens d'adhérer à un syndicat ? Ségolène a posé cette question et attend nos réponses pour telle date ».*

Il ne s'agit pas de faire parler un Expert, puis d'organiser une séquence de questions/réponses. Ni de solliciter des opinions, des réponses oui/non...Ce schéma, centré sur l'Expert, atomisant les participants, doit être dépassé. Certes, il est parfois nécessaire d'informer. Mais pas dans ces débats annoncés comme participatifs !

Le participatif, c'est un travail d'élaboration collective.

On propose un moment de réflexion et de construction collective d'idées, qui s'inscrit dans un projet, dans un processus, avec un amont et un aval, avec des délais.

Par exemple, on met en débat l'une des synthèses que les quatre responsables de thème préparent actuellement sur la violence, la vie chère, l'éducation, l'environnement et le co-développement. Leur délai, c'est fin janvier 2007.

Ou alors, on met en travail des éléments du programme du PS : sur tel point, comment passer de la parole aux actes ? Comment se mettre en mouvement sur ces thèmes ? Quelles seraient les voies nouvelles ? Etc.

Un débat participatif n'est pas un débat où les gens participent « tout court ». Si c'était le cas, parler de débat participatif serait un pléonasme !

🌀 Communiquer sur le débat pour inclure les personnes concernées

Le principe étant d'inclure toutes les personnes concernées par le sujet traité, il y a un important travail de publicité du débat à assurer. Pour le moment, on retrouve souvent dans les cafés et les débats des personnes qui sont des militants, des membres d'associations, bref des citoyens « super experts » Il faut essayer de déborder ce cercle restreint et de s'ouvrir.

Comment procéder ?

Pour toucher les citoyens concernés, on a parlé de moyens multiples : communiqués de presse, affiches, mailing listes, lettres dans les boîtes, info sur les radios. Choisir les moyens appropriés aux publics que l'on vise.

Il faut aussi aller porter le débat dans les lieux où vivent et travaillent les personnes concernées, ou dans les endroits fréquentés par celles-ci.

⊗ Animer en respectant toujours le principe de triangulation

Le collectif animateur ne doit jamais se trouver dans une relation 2 à 2 avec la salle (ne pas être face à la salle mais se placer *dans le public*). L'animateur est un connecteur et un metteur en scène. Il met la lumière non pas sur lui, mais sur ceux qui dialoguent. Il passe la parole. Il est libre et neutre. Il renvoie les messages adressés

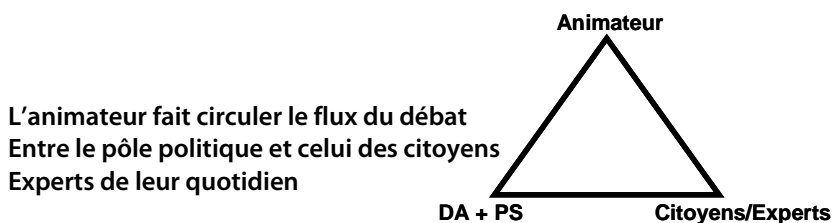


Campagne Participative

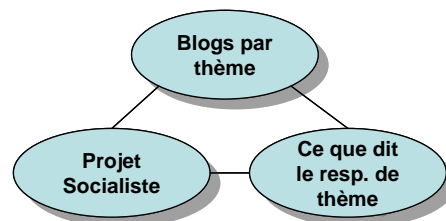
par un pôle vers un autre pôle. L'animation est indépendante du pôle des Experts et du pôle des politiques (DA + PS).

On sollicite les citoyens, en tant qu'experts de leur quotidien. Ils sont donc placés dans la même configuration que les « grands Experts » avec un E majuscule.

Les référents DA ou les politiques sont ceux qui OFFRENT cet espace de débat. Ils en sont les destinataires.



Bien rendre visible qui est le destinataire de ce débat. A quoi il va servir ? Comment marchera la boucle de retour ?



6 Montrer les convergences /Travailler sur les divergences = libérer les énergies

Dans un débat participatif, chacun ne représente que lui-même. Tout l'intérêt du débat est de montrer les points sur lesquels on converge et ceux sur lesquels on diverge. Faire travailler les divergences. Suivre les points « analyseurs » (qui font débat, qui provoquent des prises de position), trouver les jeux de forces, montrer les polarités, faire creuser les logiques qui sous-tendent les oppositions. Chercher les articulations. C'est la contradiction qui donne la vie au débat.

7 Briefer les Experts : ils sont là pour soutenir l'expertise citoyenne

- ζ Si des experts sont invités au débat, il faut leur donner une place mais pas l'ascendant.
- ζ Ils sont là pour renforcer l'expertise des citoyens, les valoriser, les aider, les inciter à oser
- ζ Interdiction de s'en servir pour valider ou invalider les idées des participants.
- ζ Les experts peuvent aider à penser, reformuler
- ζ Nécessaire ouverture de l'expert sur le futur (éviter de nous renvoyer sur le passé, l'impossible).
- ζ Pas de dépendance vis-à-vis de l'expert (Quand on ne sait pas, éviter de se rabattre sur lui...)
- ζ L'expert ne représente que lui-même
- ζ Eviter les associations...

8 Impliquer les participants



Paris d'Avenir

Paris soutient Ségolène Royal pour les Présidentielles 2007



Campagne Participative

Leur demander de restituer, écrire sur des papers-boards, participer au compte-rendu, bouger eux-mêmes les chaises (AG – sous groupes – AG), changer la configuration de la salle.

9 Convivialité et accueil de la presse

Chaleur de l'accueil, plaisir d'être ensemble

Un pot, un repas pris ensemble à la sortie permet de continuer les débats, nouer des liens, réguler les tensions

Presse

Les journalistes, s'ils se sont annoncés, sont reçus et invités à respecter le dispositif qu'ils ne doivent pas déformer.

Prévoir un espace-temps pour eux, des conditions de travail qui leur facilitent la vie sans perturber les éléments clés de la participation.

10 Consigner le débat dans un compte-rendu type

- ζ **Date du débat ;**
- ζ **Lieu du débat, animateurs, experts éventuels**
- ζ **Thème traité ;**
- ζ **Nom du rapporteur**
- ζ **Participants : nombre, profils...**
- ζ **1/ Remarques d'ordre général (ambiance..)**
- ζ **2/ Points abordés et propositions**
- ζ **3/ Question en suspens / Points bloquants**
- ζ **4/ Prochaines étapes**

11 Fournir aux participants un objet/souvenir du débat..

Proposer de petits objets que l'on emporte avec soi et que l'on peut porter sur soi. A minima les macarons DA. Le bracelet « génération anti sarko » était très bien aussi. La petite boîte à anis, marquée PS, avec sur le couvercle : « envie de douceur » ...sympa et drôle ! Prix de ces choses : 1 euro.

12 Etre non directif sur le fond : pas de maîtrise a priori des contenus - Etre directif sur la forme

- ζ Cela signifie que nous tenons fermement notre dispositif de débat (timing, séquences, formes du débat, consignes de réflexion), mais nous ouvrons au maximum les choses concernant les contenus abordés par les gens Nous sommes là pour comprendre et creuser les logiques qui sont derrière les propos tenus : on travaille le pourquoi **des idées, des critiques, des avis.**
- ζ En particulier, l'animation propose des formes spatiales facilitant le débat, clarifiant qui parle avec qui
- ζ Le timing peut être modifié, ainsi que les formes du débat, mais il faut tenir dans l'espace temps prévu. Eviter la dispersion, le débat qui continue pendant que des gens se lèvent et s'en vont parce que le temps est écoulé.
- ζ **Etre vigilant sur le choix de l'espace. Ne pas hésiter à bouger l'espace**
- ζ **Prévoir les scénarios de repli, des dispositifs alternatifs: si trop de monde ou pas assez**

Exemple de séquences

> 1. ACCUEILLIR



Paris d'Avenir

Paris soutient Ségolène Royal pour les Présidentielles 2007



Campagne Participative

- > Noter les coordonnées des participants pour envoi du compte-rendu de la réunion et info sur suites de la campagne
 - > Placement des participants dans la salle selon les attendus de la réunion (2 et 3) et dispositif retenu (5)
 - > 2. **DEFINIR LA SITUATION :**
 - > L'animation affirme les quelques principes de ce qu'est un débat participatif. Participer à ce débat, c'est s'engager à respecter ces principes. Exposé des règles du jeu, des valeurs.
 - > En profiter pour présenter les éventuels experts et leur rôle qui est de soutenir positivement et valoriser l'expertise citoyenne.
 - > L'animation présente aussi le référent ou l' élu qui représentent le pôle politique de ce débat.
 - > 3. **LES POLITIQUES OU REFERENTS DA DISENT CE QU'ILS ATTENDENT** de ce débat :
 - > Pourquoi ce sujet ? Le référent DA ou les politiques présents disent le lien entre ce débat et ce que dit le Projet Socialiste, ce que Ségolène développe en particulier. Ils disent ce qu'ils attendent de ce débat : par exemple, avancer et résoudre certaines problématiques ? Lesquelles ? Ils montrent ce qui est acquis, ce qui est encore flou, les points à creuser, ce qui est difficile et pourquoi ?
 - > Bien expliquer quelle sera la plus value de ce débat pour eux.
 - > 4. **DIRE CE QU'ON VA FAIRE DE CE QUI VA ETRE PRODUIT :**
 - > il y aura un retour vers les participants (via un compte rendu, avec enregistrement) diffusé où ? quand ?
 - > A quoi va servir la production ? quand ? comment ? et qui va en faire quoi ?
 - > 5. **SEQUENCE DE PRODUCTION PARTICIPATIVE : L'ANIMATION PREND LA MAIN ET DONNE LA CONSIGNE DE TRAVAIL DE CE DEBAT**
 - > L'organisation de la salle (la forme) et les consignes de travail sont fonction des objectifs attendus (cf 3) :
Il existe plein de possibilités.
 - > Exemples variables selon le nombre de personnes attendues, la taille de la salle, le placement possible des chaises et la durée de la réunion.
 - > Faire X sous groupes, chaque sous groupe travaille sur X sujets
 - > ou
 - > Faire X sous groupes de 10 - 15 personnes travaillant sur 1 seule consigne
 - > Durant cette phase, les experts se plongent dans un sous groupe avec pour consigne d'aider à la production de ce qui émerge.
 - > 6. **SEQUENCE de PARTAGE DE LA PRODUCTION (Restitution - avec synthèses)**
 - > Durant cette phase, chaque groupe restitue. On met en débat ces restitutions avec toute l'assemblée, et les experts. Les politiques s'expriment.
 - > 7. **SEQUENCE de CONCLUSION :** l'animation remet en scène le référent DA ou les politiques qui ont posé les problèmes.
 - > 8. L'animation indique les RV à VENIR, et donne ses REMERCIEMENTS
- L'ANIMATION DOIT ETRE SÉPARÉE DES REFERENTS OU DES POLITIQUES**

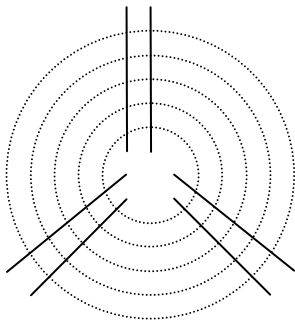


Campagne Participative

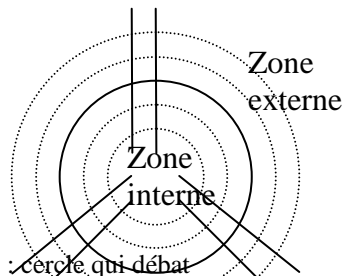
8 Dispositifs spatiaux, à titre d'exemple

Cercle simple, à 3 ou 5 travées

Certains rangs peuvent être légèrement surélevés.



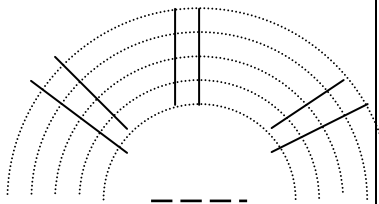
Double cercle interne/externe



Au centre : cercle qui débat

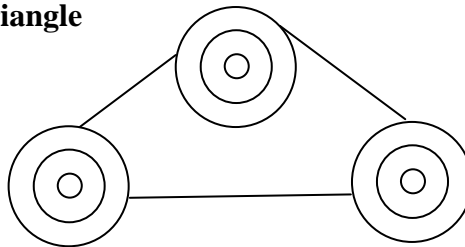
Autour : cercle qui n'intervient pas directement mais qui envoie des réactions/questions/analyses par écrit à un synthétiseur qui de temps en temps injecte ces éléments dans le débat du cercle interne

Amphi pour restitution de petits groupes



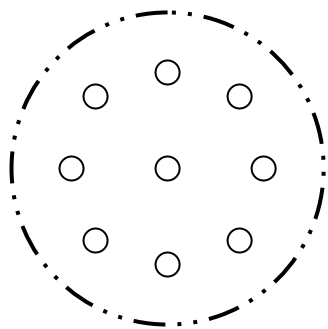
Les rapporteurs présentent les uns après les autres- Ensuite : Débat général

Triangle



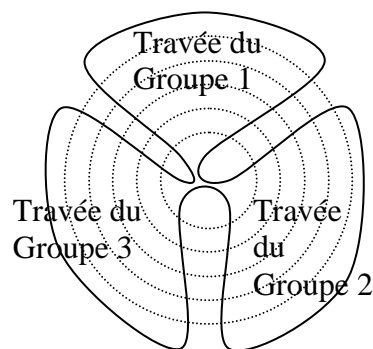
Chaque pôle travaille d'abord dans son coin puis les trois ensemble-
Ex : professeurs/parents/élèves

En Marguerite



Cercle de petits cercles (papers-boards à l'extérieur) qui analysent un volet d'une question puis se présentent les résultats + débat général

Grand débat



Après une première phase de réflexion en sous groupes, ce grand débat permet la restitution des sous-groupes par travée



Paris d'Avenir

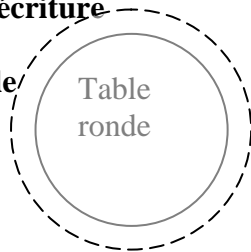
Paris soutient Ségolène Royal pour les Présidentielles 2007



Campagne Participative

Ateliers d'écriture

10 par table



1 consigne (par exemple, pour reprendre la question sur le syndicalisme de masse, on aurait pu dire : « comment vous donner envie d'adhérer à un syndicat ? ». Chacun rédige pendant 20', puis on se lit les textes, puis on réécrit... Ensuite on découpe et on met en page une affiche synthèse.

Fresque

Pas de chaises

Tapisser le mur avec un très grand rouleau de papier et faire écrire ou dessiner.

=> Puis on remet les chaises et on discute du contenu de la fresque.

Selon la séquence vous pouvez changer la disposition
Cela matérialise bien le travail en cours.

Dans toute cette affaire, la consigne donnée est très importante.
Soignez là bien !



Paris d'Avenir

Paris soutient Ségolène Royal pour les Présidentielles 2007



Campagne Participative

Formation du 9/12/2006

Les questions posées le 9/12/2006

Définitions

Définir avec netteté le débat participatif

Marie Christine Weiner (6^e) se demande si tout débat n'est pas participatif par définition ? Qu'est ce qu'un débat participatif par rapport à un débat tout court ?

Dans le 3^e la question est posée fréquemment.

Intégrer les militants des différents courants

Comment ?

Questions d'animation

L'animateur ?

Loly 7^e veut savoir s'il y en a un et ce qu'il fait ?

Faire le lien entre les questions envoyées avant et les questions posées pendant le débat

Ingrid Minssart, Christine Barcellini et Elisabeth Cazy se demandent comment lier le tout ?

Marie Grau du 16^e se demande comment intégrer les questions à un débat organisé en sous-thèmes

Comment faire taire ceux qui parlent trop dans un débat ?

Isabelle, 3^e arrondissement, demande comment on fait pour couper la parole à ceux qui se lancent dans de longs discours sans respect du temps de parole de chacun ? Comment éviter ces dialogues qui excluent les autres participants ?

Place des Experts dans les débats ?

Laetitia du 2^e : Faut-il des experts ?

Comment les placer ?

Question concernant la crédibilité des débats

Laetitia le Bars, du 2^e aimerait aboutir finalement à une proposition, que l'on ferait remonter et qui aurait des chances d'aboutir. Elle s'interroge sur les méthodes pour y aboutir ?

David (93, Blanc mesnil) veut éviter la confiture sur la tartine, c'est-à-dire plein d'ides en vrac, partant dans tous les sens. Il veut aboutir à peu de propositions, mais constructives, efficaces, réalisables ?

Question concernant la trace écrite

Comptes-rendus

Isabelle, 3^e arrondissement, demande s'il faut associer les participants au compte rendu ?

Enregistrements

Laetitia, du 2^e

Peut on enregistrer ?

Questions sur l'ouverture

Publicité

Damien Darnailacq du 13^e se demande comment attirer les non habitués, les non sympathisants ? Comment ouvrir le débat au plus grand nombre ?

Comment s'ouvrir ?

Pour un débat organisé conjointement par PS et DA, Annick, du 15^e, voudrait une stratégie concentrique. Il s'agirait d'abord de



Campagne Participative

construire un groupe de base par thème, groupe de base qui prépare l'organisation des débats.

Ensuite, elle pense associer à ce groupe de base le plus possible d'adhérents du PS, de DA et autres sympathisants pour qu'ils deviennent des acteurs à leur tour. Pour dans un troisième temps élargir au grand public.

Elle voudrait définir le rôle de chacun de ces acteurs le plus clairement possible.

La continuité des débats

David Mélinard, 93 Blanc Mesnil se demande comment faire quand à chaque rencontre on se retrouve avec de nouveaux participants ? Ne pas repartir à zéro chaque fois !

Christine Frey demande comment manifester le politique dans ces débats, les inscrire dans la campagne.