

Élaborer un **plan de communication** pour vos projets de **participation citoyenne**

Impliquez plus de citoyens dans les projets de votre ville et sur votre plateforme.



Contenu du guide

Ce guide développe les bases de la mise en place d'un plan de communication pour vos projets de participation citoyenne. Que ce soit pour le lancement d'un projet, pour un projet en cours ou pour la phase de bilan, un plan de communication solide contribuera à la réussite de vos projets !

Nous allons aborder plus spécifiquement :

- **La mise en place d'un plan de communication** pour les trois phases de votre projet de participation citoyenne : lancement, progression et restitution ;
- **Les étapes stratégiques essentielles** à suivre à chaque étape ;
- **Des bonnes pratiques et des enseignements tirés** de notre collaboration avec plus de 300 collectivités locales à travers le monde.

Ne vous inquiétez pas si vous n'utilisez pas tout pour chaque projet ! Choisissez ce dont vous avez besoin pour mener à bien vos projets.

Qu'est-ce qu'un plan de communication ?

Une communication régulière est essentielle pour encourager la participation des citoyens à vos projets et en assurer le succès. En élaborant un plan de communication pour vos projets de participation citoyenne, vous pourrez :



Faire connaître votre projet et encourager une participation éclairée.

En planifiant vos communications, vous donnez accès à vos habitants et vos partenaires à des informations détaillées et à jour sur votre ville, ses services et vos projets de participation citoyenne.



Toucher un public plus large et plus représentatif de votre collectivité.

Une plateforme de participation en ligne peut vous aider à atteindre et à faire participer davantage de personnes. Mais vous aurez besoin d'un plan de communication pour toucher ce public et l'encourager à participer sur votre plateforme.



Expliquer les projets et renforcer la confiance au sein de votre collectivité.

Si les citoyens ont le sentiment que leurs idées et leurs avis sont entendus et pris en compte, ils seront plus enclins à soutenir les décisions prises (et à participer à nouveau à l'avenir).

Si un plan de communication peut contribuer à la réussite de vos projets, nous savons que vos ressources sont limitées. C'est pourquoi, dans ce guide, nous vous aiderons à définir les éléments les plus stratégiques pour votre communication, en considérant vos objectifs, votre ou vos publics cibles et les actions (les plus efficaces) pour y arriver, compte tenu de vos ressources.

Les étapes clés de l'élaboration d'un plan de communication

Commençons par le commencement ! **Dans ce chapitre, nous vous présenterons les bases d'un plan de communication efficace.** Vous pourrez ainsi commencer à structurer vos idées et vos objectifs et réfléchir aux informations de base que vous devez rassembler avant de vous lancer dans la création de vos supports de communication. Mais ne vous inquiétez pas, dans les chapitres suivants, nous vous indiquerons les étapes concrètes à suivre pour produire ces supports.

DÉFINISSEZ VOS OBJECTIFS.

Que cherchez-vous à accomplir ? Quel est le but et quels résultats attendez-vous de votre projet ? Au-delà du pourquoi, c'est également à cette étape que vous définirez à qui s'adresse le projet. Votre objectif général peut être de faire en sorte que davantage de personnes s'inscrivent et participent à votre plateforme, mais essayez d'être précis quant aux chiffres que vous souhaitez atteindre et à l'impact que vous voulez donner à votre projet.

Exemple : Faire connaître notre plateforme en contactant directement 70 % de nos habitants et en amenant 20 % d'entre eux à s'inscrire sur la plateforme. Rénover notre grand parc dans un délai de 18 mois sur la base des contributions reçues.

IDENTIFIEZ VOTRE OU VOS CIBLE(S).

Si vous savez qui vous cherchez à atteindre, vous pouvez adapter votre message à ces personnes. Si votre projet s'adresse aux jeunes, vous pouvez définir votre public cible comme étant les jeunes de 12 à 18 ans et leurs parents ou tuteurs. Si votre projet concerne l'amélioration des pistes cyclables dans toute la ville, vous devrez peut-être élargir le cercle des parties prenantes. Déterminez qui, en définitive, bénéficiera du projet et aura son mot à dire.

Qui sont les parties prenantes ? Une partie prenante est une personne ou un groupe de personnes qui ont une influence sur votre projet ou qui en subissent les conséquences. Elles peuvent faire partie de votre public cible. Quelques exemples :

- Étudiants, parents, tuteurs, éducateurs
- Entreprises, organisations professionnelles et institutions locales

DÉTERMINER LES VALEURS ET LES MESSAGES CLÉS.

Vous devez connaître votre cible pour déterminer ce qui est le plus important pour elle. Une fois que vous savez ce qui la préoccupe ou l'intéresse le plus, vous pouvez orienter vos communications vers les valeurs et les messages qui lui parlent.

Exemple : si votre projet traite des activités extrascolaires et que vous avez entendu dire que les parents sont préoccupés par le taux de décrochage scolaire et la sécurité, vous pourriez diffuser un message du type "Des activités extrascolaires vont être organisées, pour réduire le taux de décrochage scolaire et accroître la sécurité : nous avons besoin de votre avis !". D'autre part, si vous voulez entendre les élèves eux-mêmes, vous pourriez envisager un message tel que "Partagez ce que vous et vos amis aimeriez avoir comme activités extrascolaires".

LISTEZ LES CANAUX DE COMMUNICATION.

Une fois que vous savez à qui vous devez vous adresser et ce que vous devez dire, vous devez définir comment votre message sera transmis. Quels canaux de communication votre cible utilise-t-elle avec confiance, et quel est votre “appel à l’action” ? Dans certains cas, vous aurez plus de chance de faire passer votre message par le biais d’ambassadeurs locaux.

UN CONSEIL : Les ambassadeurs locaux peuvent être aussi bien des responsables d’association ou de groupes religieux, qu’appartenir à des médias tels que les journaux locaux ou les groupes locaux sur les réseaux sociaux.

Ce sont les principales étapes de l’élaboration d’un plan de communication efficace. Nous vous encourageons à supprimer ou à ajouter des étapes adaptées à votre contexte et au fonctionnement de votre collectivité. Développons maintenant très concrètement les actions à mener à chaque étape de votre plan de communication.

CRÉEZ LES SUPPORTS DE COMMUNICATION.

Vous savez quoi dire, à qui le dire, et par quels canaux ! Génial ! Mais maintenant, comment le dire ? Les mots sont importants, et les images aussi. À cette étape, vous devrez concevoir des supports de communication clairs, concis et percutants, pour transmettre votre message.

UN CONSEIL : Lorsque vous publiez sur les réseaux sociaux, intégrez des images et des liens qui attirent l’attention de votre cible. Vous n’avez pas beaucoup de followers sur les réseaux sociaux ? Utilisez l’affichage dans les transports publics, imprimez l’information sur les tickets ou demandez aux commerçants locaux (café, boulangerie, etc.) s’ils peuvent afficher ou distribuer des flyers pour vous assurer qu’un maximum de personnes aient l’information.

DÉFINISSEZ UN CALENDRIER.

Déterminez quand vous allez commencer vos actions de communication, à quelle fréquence vous allez communiquer tout au long du projet et à quel moment vous ferez le bilan, une fois le projet terminé.



Les principales étapes de votre plan de communication

Nous avons divisé notre guide en trois phases clés : le lancement, la communication en cours et en fin de projet. Nous vous guiderons à travers les actions clés que vous devez entreprendre dans chacune de ces étapes, du début à la fin. Si votre projet est déjà en cours, n'hésitez pas à passer directement au chapitre dédié. Toutefois, lorsque vous lancez un nouveau projet, nous vous recommandons de commencer par la phase de communication de lancement.

Lancement

1 Concevoir l'identité visuelle de votre plateforme et de votre projet

[En savoir plus +](#)

2 Communiquer en interne

[En savoir plus +](#)

3 Publier sur les réseaux sociaux

[En savoir plus +](#)

4 Publier un communiqué de presse

[En savoir plus +](#)

5 Envoyer une newsletter ou un bulletin d'information imprimé

[En savoir plus +](#)

En cours

1 Être réactif

[En savoir plus +](#)

2 Publier sur les réseaux sociaux

[En savoir plus +](#)

3 Envoyer un e-mail à des groupes ciblés

[En savoir plus +](#)

4 Mettre à jour votre site internet

[En savoir plus +](#)

5 Communiquer via votre plateforme

[En savoir plus +](#)

Bilan

1 Restitution sur la plateforme

[En savoir plus +](#)

2 Mise à jour sur les réseaux sociaux

[En savoir plus +](#)

3 Communiqué de presse au sujet des résultats

[En savoir plus +](#)

4 Suivi avec les acteurs et organisations partenaires

[En savoir plus +](#)

5 Rapport à destination des décideurs

[En savoir plus +](#)

Lancement

C'est l'occasion de donner envie aux habitants de participer et de les orienter vers votre plateforme. Lorsque vous lancez un projet de participation citoyenne, vous devez présenter la plateforme, inviter à la participation, expliquer aux habitants pourquoi leur participation est importante et leur indiquer comment participer sur la plateforme. Voici 5 étapes pour y parvenir !

5 étapes pour votre communication de lancement

1. Concevoir l'identité visuelle de votre plateforme et de votre projet
2. Communiquer en interne
3. Publier sur les réseaux sociaux
4. Publier un communiqué de presse
5. Envoyer une newsletter ou un bulletin d'information imprimé



1

Concevoir l'identité visuelle de votre plateforme et de votre projet

Lorsque vous présentez quelque chose de nouveau à vos habitants, il est utile d'avoir une identité visuelle familière pour inspirer confiance. Si votre ville dispose déjà d'une charte graphique avec une palette de couleurs, un logo et d'autres éléments visuels, veillez à les utiliser sur votre plateforme, pour garantir la cohérence et la familiarité. Si vous n'avez pas de charte graphique, vous pouvez créer une identité visuelle simple pour votre plateforme. Idéalement, elle devrait s'aligner sur ce que vos habitants connaissent déjà : harmonisez les éléments visuels avec le logo ou le sceau de votre ville ou d'autres documents existants.

À faire :

- Choisir un logo ou une icône**
Si vous avez un logo ou un sceau de la ville ou de l'organisation, utilisez-le pour assurer la familiarité et la confiance dans votre nouvelle plateforme. Si vous n'en avez pas, créez un logo rapide avec une police similaire à celle utilisée pour les communications de la ville.
- Choisir une palette de couleurs**
Si vous ne disposez pas d'une charte graphique ou d'une palette de couleurs existante pour votre ville ou votre organisation, choisissez une palette de couleurs pour votre plateforme et respectez-la pour tous vos projets.
- Sélectionner des images**
Les images contribuent à rendre votre plateforme attractive et à ajouter une touche humaine à l'expérience en ligne. Utilisez de bonnes images d'événements locaux, ou téléchargez des images génériques, provenant de banques d'images gratuites telles que [Unsplash](#) ou [Pexels](#).



UN CONSEIL

Pour plus de cohérence, choisissez des images présentant des similitudes. Par exemple : photos de détails, photos d'actions, photos de lieux urbains, photos de personnes.

2 Communiquer en interne

Souvent, nous sommes tellement concentrés sur la participation de nos citoyens que nous oublions de faire participer nos équipes internes. Vous pouvez demander aux élus de diffuser votre message sur leurs canaux de communication ou impliquer d'autres services dans le processus. Vous devez leur indiquer comment vous souhaitez qu'ils contribuent, qui pilote et soutient les projets, et comment ils peuvent lancer leurs propres projets de participation citoyenne.

La participation citoyenne est un travail d'équipe, et l'organisation interne peut créer un vaste réseau de collègues, qui vous aideront à promouvoir votre projet et votre plateforme auprès des habitants de la collectivité avec lesquels ils interagissent.

À faire :

- Informé lors des réunions d'équipe et via une note interne**
Lorsque vos collègues sont au courant de l'existence de votre plateforme, ils peuvent contribuer à y orienter les habitants et même y participer eux-mêmes. **Partagez des informations au sujet de la plateforme et des types de projets qu'elle peut accueillir.**
- Ajouter un encart sur votre site web**
Le site internet de votre ville est une ressource de confiance. Ainsi, les personnes qui le visitent seront plus susceptibles de consulter la plateforme. **L'ajout d'un encart** via un widget qui renvoie directement les visiteurs de votre site vers votre plateforme contribuera également à accroître le trafic vers celle-ci.
- Demander à vos collègues de parler de la plateforme lors d'événements et dans leurs communications**
Vos collègues au sein de différentes équipes peuvent être en contact avec des habitants de la ville, lors d'événements ou au travers de leurs propres bulletins d'information. Demandez-leur d'inclure des informations sur la plateforme dans leurs communications, voire dans leurs signatures email, pour une plus grande portée. Vous pouvez leur transmettre un QR code (il existe des outils gratuits pour cela, comme le [QR generator](#)) qui renvoie vers la plateforme, à afficher lors d'événements locaux.



UN CONSEIL

Veillez à ce que le message que vous adressez à vos collègues très occupés soit clair et concis. Limitez votre note à une page et donnez des informations sur ce que vous lancez, pourquoi, ce que vous espérez réaliser, qui peut s'impliquer et qui gère le projet en interne.



Imaginons Annemasse	
	Remplacement des maisons par des immeubles  2  0  0
	Organiser une rencontre sur l'avenir du quartier Chablais Parc  6  0  1
	Végétaliser le futur trajet du tram  5  0  2

Cliquez et participez actif !

3 Publier sur les réseaux sociaux

Tout comme votre site internet, vos comptes officiels sur les réseaux sociaux sont un canal de confiance. La publication de messages positifs et orientés vers l'action à propos de la plateforme sur différents réseaux sociaux peut contribuer à attirer davantage de personnes sur votre plateforme et à les transformer en ambassadeurs ! Compte tenu du grand nombre de réseaux sociaux disponibles, il est important de tenir compte de leurs spécificités et de choisir ceux qui vous permettront d'atteindre votre public cible.

- **LinkedIn** s'adresse aux professionnels, avec des contenus écrits.
- **Instagram** et **Tiktok** sont généralement destinés à un public plus jeune et fonctionnent surtout avec des photos et des vidéos.
- **Twitter** est principalement utilisé pour l'actualité.
- **Facebook** est utilisé pour partager des informations et des événements, et est populaire auprès d'une population plus âgée.

À faire :

Utiliser des hashtags dans vos publications sur les réseaux sociaux

Les **hashtags** sont un excellent moyen de toucher des personnes ayant des intérêts spécifiques, car ils sont un puissant outil de recherche sur les réseaux sociaux. Utilisez les hashtags existants de la ville (ex : #ville #jeparticipeville, etc.) ou créez-en un nouveau. Puis listez les hashtags pertinents pour en inclure 1 à 3 dans vos prochaines publications sur les réseaux sociaux.

Publier un message général sur les réseaux sociaux à propos de votre plateforme

C'est l'occasion d'annoncer que vous utilisez une plateforme numérique de participation citoyenne. Publiez un message sur **le lancement de votre plateforme** dès qu'il y a au moins un projet en cours. Commencez votre publication par la proposition de valeur (Faites entendre votre voix !), donnez un peu de contexte et incluez un lien pour s'inscrire sur la plateforme. Suscitez l'enthousiasme des habitants !

Publier sur les réseaux sociaux à propos de projets spécifiques.

À ce stade, vous avez au moins un projet en cours sur votre plateforme et vous souhaitez partager un message à ce sujet sur les réseaux sociaux. Dans votre publication, précisez le contexte, les possibilités de **participation** et les décisions que cela va influencer.



UN CONSEIL

Pour la participation citoyenne, on peut notamment utiliser les hashtags suivants : #democratieparticipative #participationcitoyenne #collectivité #budgetparticipatif #citoyennete #conseildequartier #concertation #citoyen #engagement. Listez tous les # qui vous semblent pertinents pour votre projet.



UN CONSEIL

Inclure 1 à 4 emojis dans votre publication, si c'est pertinent. Par exemple, si vous parlez de transport, vous pouvez ajouter une voiture, un train, un vélo, pour montrer la diversité des moyens de transport. Les emojis d'objets sont généralement les plus efficaces.



UN CONSEIL

les publications contenant des images suscitent, en moyenne, trois fois plus d'intérêt que celles qui n'en contiennent pas. Incluez donc un visuel ou assurez-vous que l'URL de votre plateforme affiche un aperçu du site.

4

Publier un communiqué de presse

Impliquer la presse locale lors du lancement de votre plateforme est un moyen classique mais efficace de faire passer le mot, pour que les habitants de votre collectivité sachent comment ils peuvent participer. Vous pouvez envoyer un communiqué de presse à différentes étapes de votre projet, dont celle du lancement de votre plateforme (nous aborderons les autres étapes ultérieurement).

En sollicitant les médias (magazines, PQR, radio, blogs, influenceurs locaux et autres), vous pouvez toucher davantage de personnes et de nouveaux publics. Cela contribuera à accroître la participation sur votre plateforme et, espérons-le, à susciter un engagement plus représentatif et, en fin de compte, à influencer une prise de décision plus éclairée.

À faire :

- Lister les médias à contacter**
Lorsque vous dressez votre liste de médias, pensez aux sources d'information les plus utilisées par votre cible. Ensuite, listez les médias et les journalistes que vous voulez contacter (demandez également à vos collègues s'ils ont des contacts). Donnez la priorité aux contacts avec lesquels vous avez déjà des relations, car ils sont plus susceptibles de traiter le sujet.

- Rédiger un communiqué de presse**
Lorsque vous rédigez un communiqué de presse, assurez-vous que votre message se démarque. Pour ce faire, incluez des exemples concrets d'impact sur la collectivité locale, ainsi que des photos et des chiffres autant que possible. Comment votre projet et la participation des habitants à celui-ci ont-ils -ou auront-ils -un impact sur la collectivité dans son ensemble ? Décrivez ce potentiel pour renforcer la participation.

- Ajuster le message et la diffusion, lorsque nécessaire**
Si vous n'obtenez aucune couverture médiatique, retravaillez votre message ou adressez-vous aux médias que vous n'avez pas encore contactés.



UN CONSEIL

Parfois, l'ajustement de votre message peut être aussi simple que de changer votre titre, pour quelque chose de plus convaincant et concis.

5

Envoyer une newsletter ou un bulletin d'information imprimé

Utilisez vos canaux de communication habituels, pour vous adresser aux habitants et commerçants de votre collectivité. Vous envoyez une newsletter mensuelle par email ou un bulletin municipal par la poste ? Incluez des informations sur votre plateforme. Vous pouvez également distribuer des dépliants avec l'URL de votre plateforme ou même un code QR qui redirige vers votre plateforme lors d'événements locaux.

En utilisant des canaux de communication que vos habitants connaissent déjà, vous pourrez bénéficier de leur confiance pour encourager une participation immédiate.

À faire :

Lister les canaux de communication existants

Pensez à tout, des newsletters électroniques aux affiches dans les stations de transport public, en passant par les publicités radio et l'impression de messages sur les tickets de caisse. Faites appel à un appel à l'action commun pour attirer les gens sur votre [plateforme](#).

Établir un calendrier des actions de communication

Mieux vaut répartir vos actions de communication dans le temps, pour toucher un plus grand nombre de personnes. Établissez un calendrier synthétique des dates d'envoi de votre bulletin d'information, de vos publications ou de toute autre forme de communication.



UN CONSEIL
utilisez [un générateur de QR codes gratuit](#) pour vos supports de communication hors ligne.

EXEMPLE DE COMMUNICATION DE LANCEMENT

Lancaster

Ville américaine moyenne de 60 000 habitants, dans une zone métropolitaine d'un peu plus de 525 000 habitants, Lancaster est aussi cosmopolite que certaines des plus grandes capitales du monde. Bien que connue pour sa population Amish, 40 % des habitants de Lancaster sont hispanophones, et la ville accueille le plus de réfugiés par habitant aux États-Unis. Avec une population aussi riche en diversité, la municipalité voulait s'assurer que ses nombreux projets à venir dans les domaines des transports, du logement, du maintien de l'ordre, etc. soient éclairés et conçus par les contributions de toute la population de la ville. Pour lancer et maintenir l'engagement sur leur plateforme de participation citoyenne, l'équipe municipale et le département de la participation des quartiers ont multiplié les actions de communication :

- Rencontre avec les acteurs locaux dans des lieux tels que les écoles et les lieux de culte, pour les inviter à s'inscrire sur la plateforme ;
- Publication sur les réseaux sociaux pour présenter la plateforme ;
- Réalisation d'une vidéo institutionnelle "Engage Lancaster" dans plusieurs langues pour guider les habitants dans l'utilisation de la plateforme ;
- Ajout de QR codes aux dépliants papier pour rediriger facilement vers le site mobile ;
- Information au sujet de la plateforme par des annonces de service public à la radio locale, des tracts, du porte-à-porte et des contacts ciblés avec les influenceurs locaux.

En intégrant des méthodes de participation classiques et en les combinant avec des options de participation en ligne, la plateforme a été lancée avec 13 fois plus de participants que les " habitués " des réunions publiques

[Retrouvez ici toutes nos études de cas.](#)



En cours

Une fois que vous avez passé le stade du lancement du projet, il est temps de vous concentrer sur le recrutement d'un plus grand nombre de participants sur votre plateforme et de renforcer leur participation. Cette phase est également l'occasion d'encourager les citoyens à échanger entre eux sur la plateforme et à ne plus se contenter de simples commentaires unidirectionnels.

5 étapes pour communiquer sur vos projets en cours

1. Être réactif
2. Publier sur les réseaux sociaux
3. Envoyer un e-mail à des groupes ciblés
4. Mettre à jour votre site internet
5. Communiquer via votre plateforme



1 Être réactif

L'une des meilleures façons de garder les gens engagés est d'être réactif ! Leur montrer que vous les écoutez et que vous tenez compte de leurs commentaires et de leurs idées, est un excellent moyen d'instaurer la confiance et l'enthousiasme.

À faire :

Désigner une personne chargée de répondre aux habitants

Une fois que vous avez décidé qui sera chargé de répondre aux commentaires et aux idées des citoyens, organisez vos réponses. Allez-vous répondre à chaque question ou commentaire ? Allez-vous répondre de la même manière (*Merci pour votre contribution. Nous l'étudions et nous informerons tout le monde lors de la prochaine phase !*), ou allez-vous adapter la réponse en fonction de la contribution ? À quelle fréquence allez-vous publier des réponses ?

Rediriger les autres canaux vers votre plateforme

Pour aller plus loin, vous pouvez rediriger toutes vos communications vers la plateforme, notamment les questions et commentaires sur les réseaux sociaux. (*Merci pour votre question. [Répondez à la question]. Consultez notre plateforme de participation pour les réponses à notre FAQ*). En guidant tout le monde vers un espace commun, vous disposerez d'un lieu unique et identifié pour la participation et le partage d'informations.



UN CONSEIL

Votre plateforme CitizenLab vous permet de modérer facilement une grande quantité de contributions. [En savoir plus.](#)

2

Publier sur les réseaux sociaux

Et oui, les réseaux sociaux ont également un rôle à jouer à ce stade ! Lors de la phase de lancement, vos publications sur les réseaux sociaux avaient pour but d'annoncer votre plateforme et de susciter une participation initiale. Maintenant, vous devez rappeler à votre population l'existence de cette plateforme et continuer à encourager la participation. Ne vous inquiétez pas si le message semble répétitif : il y a de fortes chances que les gens ne se souviennent pas que vous avez déjà publié un message au sujet de la plateforme, et vous pouvez affiner ce message à cette étape.

À faire :

- Publier un message à propos de projets spécifiques**
Vous devez prévoir une publication sur les réseaux sociaux pour chaque nouveau projet que vous mettez en ligne. Une personne qui n'est pas intéressée par votre projet de parcs peut se passionner pour la mobilité, et s'inscrire sur la plateforme dès qu'elle voit ce nouveau projet.
- Montrer le travail et les progrès accomplis sur la plateforme**
Présenter ce qui s'est passé sur la plateforme permet de renforcer la confiance et l'enthousiasme. Indiquez combien de personnes ont rejoint la plateforme jusqu'à présent, combien d'idées ont déjà été postées sur votre projet, ou combien de jours il reste pour participer avant la phase suivante.
- Demander aux élus de diffuser l'information sur leurs réseaux sociaux**
Maintenant que la plateforme est en ligne, que les projets sont lancés et que la population est impliquée, demandez aux responsables politiques, comme le Maire de la ville ou les conseillers municipaux, de partager des informations au sujet de la plateforme et des projets en cours sur leurs réseaux sociaux, pour toucher encore davantage de personnes.

BONUS

Soyez créatif ! Vous pouvez réaliser une vidéo avec votre Maire, un conseiller municipal ou votre équipe chargée de la participation citoyenne et la publier sur les réseaux sociaux, pour donner une touche plus personnelle !



UN CONSEIL

L'idéal est que les élus ajoutent une touche personnelle à leurs publications, en expliquant par exemple ce que signifie la participation citoyenne pour eux.

3

Envoyer un e-mail à des groupes ciblés

La confiance est la clé d'une participation citoyenne réussie ! Et si la participation citoyenne permet de renforcer la confiance entre les décideurs et les habitants, il faut d'abord que les citoyens participent. Vous pouvez impliquer des partenaires et des ambassadeurs locaux, qui peuvent être des catalyseurs pour stimuler la participation sur votre plateforme -en effet, lorsqu'un pair recommande quelque chose, cela ajoute immédiatement de la crédibilité. Le fait d'avoir un public cible clairement identifié vous aidera dans cette étape, car vous saurez à quels groupes demander du soutien.

À faire :

- Lister les groupes pertinents**

Lorsque vous réfléchissez aux personnes à contacter, revenez à votre public cible et adressez-vous aux groupes les plus pertinents. En demandant aux associations locales et à d'autres groupes de partager votre plateforme sur leurs canaux de communication, vous pouvez toucher davantage de personnes et gagner en crédibilité, puisqu'il s'agit de leaders d'opinion.

- Rédiger un message avec un appel à l'action clair**

Une fois que vous avez votre liste des groupes et acteurs pertinents, il faut leur demander du soutien pour la communication. Envoyez un courriel concis contenant : un lien vers votre plateforme, des images attrayantes qu'ils pourront utiliser (*comme des bannières sur les réseaux sociaux ou des affiches imprimables*), et un appel à l'action clair sur ce que vous attendez d'eux et de leur communauté. Soyez aussi clair que possible sur ce que vous demandez (*aidez-nous à faire participer les gens à la plateforme*) et pourquoi (*pour que chacun puisse faire entendre sa voix et que nos décisions soient plus représentatives*).



UN CONSEIL

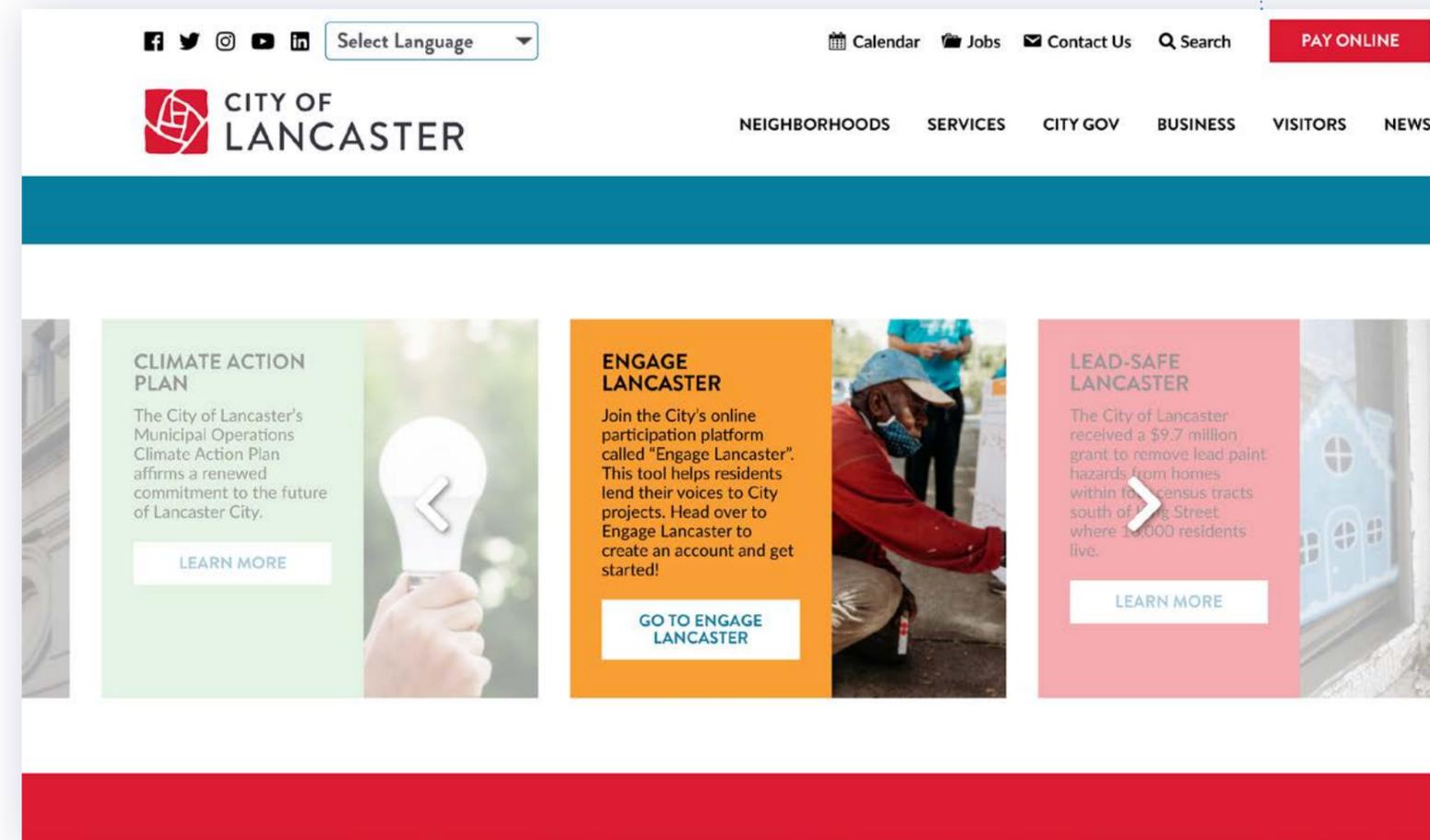
Vous souhaitez faire participer un maximum de vos habitants seniors ? Contactez les maisons de retraite de votre région. Vous voulez toucher une plus grande partie de votre population immigrée ? Contactez des organisations culturelles ou religieuses de votre région et traduisez vos documents dans les langues les plus courantes.

4 Mettre à jour votre site internet

Votre site internet apparaît probablement en premier sur les moteurs de recherche, lorsque les habitants de votre collectivité recherchent quelque chose en rapport avec la ville ; plus important encore, ils le considèrent comme une source d'information fiable. Même si vous avez déjà ajouté un encart redirigeant vers la plateforme sur votre site Internet lors de la phase de lancement, il existe encore d'autres possibilités d'utiliser cet espace pour encourager la participation à votre plateforme.

À faire :

- S'assurer que l'encart est actif**
Si vous n'avez pas encore intégré un widget, faites-le dès que possible ! C'est un excellent moyen de diriger facilement le trafic de votre site internet vers votre plateforme. Si vous en avez déjà installé un, vérifiez qu'il est toujours actif et qu'il fonctionne correctement.
- Ajouter des bannières ou des pop-ups sur votre site internet**
Vous pouvez ajouter une bannière en haut de votre site internet ou même activer un message pop-up renvoyant les visiteurs vers votre plateforme. Vous pouvez les configurer avec des messages relatifs à votre plateforme de participation citoyenne, afin d'inciter les gens à faire entendre leur voix.



5

Communiquer via votre plateforme

Les habitants déjà inscrits sur votre plateforme sont intrigués et probablement déjà impliqués. Bien que vous souhaitiez attirer encore plus de personnes sur la plateforme, il est également important de continuer à communiquer efficacement avec ceux qui sont déjà actifs, pour favoriser un engagement continu et d'assurer le bouche à oreille.

À faire :

- Envoyez un e-mail aux participants**
Vous pouvez le faire à tout moment. Nous vous recommandons d'envoyer un e-mail via la plateforme pour les étapes importantes, par exemple lorsqu'il ne reste qu'une semaine pour apporter sa contribution à un projet. Vous pouvez remercier les participants pour leur contribution et les inviter à ajouter leurs dernières réflexions ou à voter (selon le type de projet).

- Demandez aux participants d'inviter leurs amis et leur famille**
À tout moment pendant le cycle de votre projet, vous pouvez envoyer un e-mail via la plateforme pour demander aux participants d'inviter leurs amis et leur famille à participer.

ÉTUDE DE CAS

Communication sur le budget participatif de Massy

Massy est une paisible commune de 53 000 habitants située dans l'Essonne, en bord de Bièvre. Pour pérenniser une culture de la participation citoyenne à Massy, l'équipe municipale a lancé un budget participatif et plusieurs petits projets de consultation sur différentes thématiques, pour que chaque habitant puisse s'impliquer selon son temps et ses envies.

Forte de sa plateforme CitizenLab, et d'une personne dédiée à la participation citoyenne en interne, la ville de Massy a soigné son plan de communication du lancement à la communication des résultats. Le but était qu'un maximum d'habitants participent, pour avoir une large diversité de contributions pour éclairer les décisions. L'équipe municipale a communiqué régulièrement via la plateforme et sur ses réseaux sociaux tout au long des projets, mais aussi hors ligne lors d'ateliers d'accompagnement au dépôt d'idée dans les espaces de proximité et médiathèques de la ville. De plus, la municipalité a prévu plusieurs semaines pour analyser en détail les projets et répondre à tous les porteurs de projets.

The screenshot shows a project page on the CitizenLab platform. The header includes the Massy logo and navigation links: Accueil, Tous les projets, Événements, À propos, and FAQ. There are also links for 'Se connecter' and 'S'inscrire'. The main content area features a title 'Remorque électrique' and a description: 'remplace une voiture ou une camionnette, de donner de l'autonomie aux adhérents d'associations (pas besoin d'avoir le permis de conduire et une voiture particulière pour transporter du matériel) et de faire un peu d'exercice (la remorque ne pousse pas le cycliste : il faut pédaler un peu pour se transporter sois-même!).' Below this, it states 'Cette idée germe progressivement depuis plus d'un an. Plusieurs autres associations ont manifesté leur intérêt lors de la démonstration faite à la fête des associations 2021.' and 'Je suis prêt à m'investir au niveau 10/10.' There is a section for 'Mises à jour officielles' with a 'Dernière mise à jour : 7 juin 2022'. A highlighted update box contains the text: 'Bonjour, La ville a chiffré l'acquisition d'une remorque électrique pour 15 000 €. Cordialement, La Ville de Massy Posté le 7 juin 2022'. The right sidebar shows 121 likes, 0 dislikes, and sharing options for Facebook, WhatsApp, Twitter, and Email. It also indicates the project is published by 'François-Xavier Benz, le 6 mars 2022' and is currently 'PROJET LAURÉAT'. The 'Étiquettes' section includes 'Social', 'Santé et bien-être', 'Mobilité', and 'Développement durable'. At the bottom, there is a 'Pièces jointes' section with a PDF file named 'Présentation K-Ryole.pdf'. The page footer shows 'Commentaires (15)' and 'Plus récents'.

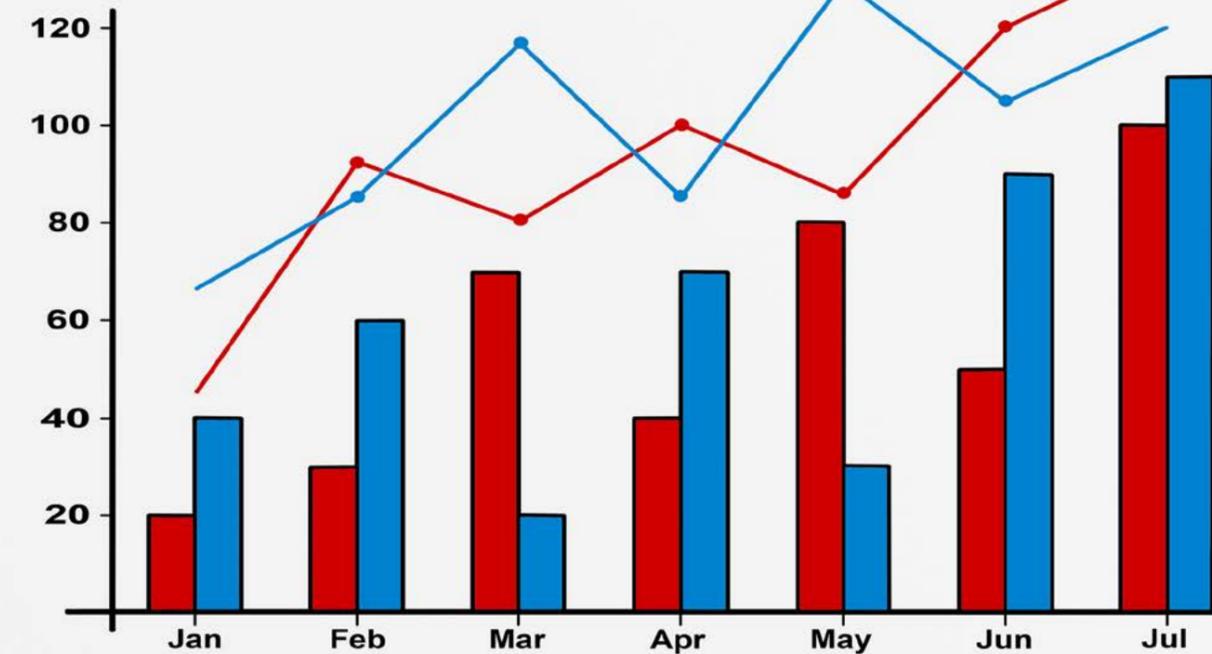
Cet investissement en temps et en ressources a porté ses fruits ! Le budget participatif de Massy a été un franc succès. En quelques mois, 1218 personnes se sont inscrites sur la plateforme et près de 2% de la population ont participé.

Maintenant que vous avez obtenu des contributions citoyennes à votre projet, vous êtes probablement soulagé d'en avoir terminé... mais pas si vite ! La phase de restitution et de communication du bilan est sans doute l'une des plus importantes, pour la réussite de vos projets futurs. Cette phase consiste à établir des relations, à renforcer la confiance et à préparer le terrain pour vos prochains projets de participation citoyenne. Il est crucial de boucler la boucle, et d'informer les participants sur comment leurs contributions ont été -ou n'ont pas été- utilisées.

Bilan

5 étapes pour votre communication de bilan

1. Restitution sur la plateforme
2. Mise à jour sur les réseaux sociaux
3. Communiqué de presse au sujet des résultats
4. Suivi avec les acteurs et organisations partenaires
5. Rapport à destination des décideurs



1

Restitution sur la plateforme

À présent, vos habitants ont identifié la plateforme comme étant le centre des communications et de la participation citoyenne. C'est donc l'endroit le plus naturel pour communiquer les résultats de vos projets de participation.

À faire :

- Envoyer un e-mail aux participants de la plateforme**
Il est important de montrer aux participants que leur temps et leurs contributions sont appréciés et pris en compte. Une fois qu'un projet est clôturé, vous pouvez envoyer un e-mail via la plateforme pour faire le point sur les contributions et rappeler aux participants les prochaines étapes.
- Communiquer les décisions sur la plateforme directement**
Vous devez également actualiser votre plateforme en clôturant les phases du projet en temps voulu et en mettant à jour de nouvelles phases lorsque des décisions sont prises ou lorsque les projets sont mis en œuvre. Cela permet de tenir les participants au courant et de montrer aux nouveaux venus qui souhaitent participer que la participation citoyenne est une chose que vous prenez au sérieux.



UN CONSEIL

Envoyez également un e-mail lorsque de nouvelles décisions sont prises concernant le projet, pour tenir les participants au courant.

Mise à jour sur les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux ont un rôle à jouer à chaque étape de votre projet, et notamment lors du bilan. Si fournir des mises à jour aux participants de votre plateforme est une chose, les réseaux sociaux vous aident également à partager les résultats du projet avec une communauté élargie, pour la tenir informée et, espérons-le, l'inciter à participer aux prochains projets.

À faire :

- Publier les mises à jour du projet sur les réseaux sociaux**
Une fois que vous avez traité les contributions recueillies sur votre plateforme, partagez les résultats sur les réseaux sociaux. Publiez également un post lorsque vous avez pris des décisions ou mis en œuvre un projet issu du processus de participation. Ceux qui ont participé seront heureux de voir les résultats, et ceux qui n'ont pas participé seront motivés pour s'engager la prochaine fois, après avoir vu des résultats concrets.
- Réaliser des infographies pour présenter les résultats**
Vous n'avez pas besoin de le faire à chaque fois, mais s'il y a des données intéressantes - comme le pourcentage de la population qui a participé ou les cinq principales idées qui ont émergé - créez des infographies pour transmettre ces informations de manière visuelle.
- Partager d'autres projets en cours ou à venir**
Continuez à publier sur vos réseaux sociaux au sujet de vos projets de participation citoyenne. Maintenant que vous avez réalisé un projet et montré l'impact que la participation peut avoir, les habitants sont plus susceptibles de revenir et de participer à nouveau, et ceux qui ne se sont pas encore impliqués seront plus enclins à contribuer.

3

Communiqué de presse au sujet des résultats

Dans cette phase, un communiqué de presse a encore plus de chances d'attirer l'attention des médias. Non seulement vous avez mené à bien un projet de participation citoyenne, mais vous avez maintenant des résultats à montrer. Cette fois-ci, en faisant appel aux médias et en montrant l'impact de votre projet, vous pouvez convaincre ceux qui n'ont pas participé de s'impliquer la prochaine fois, renforcer la confiance et la crédibilité de votre démarche.

À faire :

- Mettre à jour votre liste de contacts presse**
Mettez à jour votre liste de journalistes, en notant ceux qui ont répondu à votre communiqué de lancement de la plateforme. Donnez la priorité à ceux qui ont couvert le lancement, car ils sont plus susceptibles de couvrir la suite, pour boucler la boucle.

- Rédiger un communiqué de presse**
Dans ce communiqué de presse, mettez en avant les résultats de la participation citoyenne. Rédigez un communiqué de presse convaincant, en incluant des témoignages réels de l'impact sur la collectivité locale, des photos et des chiffres autant que possible. Comment votre projet et la participation des habitants ont-ils-ou auront-ils-un impact sur la collectivité dans son ensemble ? Exposez le problème d'origine, son importance, la solution proposée par les participants et la manière dont vous l'avez mise (ou allez la mettre) en œuvre.

4 Suivi avec les acteurs et organisations partenaires

Si vous avez impliqué des acteurs et des associations locales pour encourager la participation à votre plateforme, vous devez assurer un suivi auprès d'eux. Il est également important de remercier les précieux partenaires qui ont pris le temps de contribuer à votre projet.

À faire :

- Remercier les partenaires pour leur aide et partager les résultats**
Envoyez un e-mail aux acteurs et aux organisations partenaires, qui ont contribué à promouvoir votre plateforme et votre/vos projet(s). Profitez-en pour partager les résultats et/ou les prochaines étapes. Demandez-leur de diffuser ces résultats dans leurs newsletters et/ou sur leurs réseaux sociaux. Ainsi, leurs réseaux sauront que leur temps a été bien utilisé et seront plus enclins à vous soutenir à nouveau à l'avenir.

5

Rapport à destination des décideurs

Nous ne pouvons pas oublier cette étape clé, n'est-ce pas ? En effet, si nous espérons que la plateforme de participation citoyenne a facilité votre démarche de participation citoyenne, le but ultime est que les résultats soient utilisés pour prendre des décisions éclairées. Il est donc temps de partager les précieuses informations recueillies sur la plateforme aux décideurs locaux, pour qu'ils puissent les utiliser dans leurs politiques et plans d'aménagement.

À faire :

- Rédiger une note de synthèse des résultats de la participation**
Résumez les informations issues de la participation citoyenne en quelques informations clés, à partager avec votre équipe et avec les décideurs. Votre note doit contenir les informations principales, telles que les différentes méthodes de participation proposées, le nombre de personnes qui ont assisté aux réunions et qui se sont inscrites ou ont participé sur la plateforme, et un aperçu des contributions et des résultats (par exemple, 35 % des participants étaient en faveur du projet A ou la principale préoccupation qui ressort pour ce projet est l'impact sur le trafic routier).
- Transmettre la note de synthèse au conseil municipal**
Lorsque vous revenez devant le conseil municipal avec des nouvelles ou des mesures à prendre concernant un projet, il peut être utile de rappeler le processus de participation associé. Si vous le pouvez, détaillez la démarche et les résultats pendant la présentation aux élus. C'est une bonne façon de faire savoir à la population ce que vous avez compris et de renforcer l'impact de sa participation.
- Faire circuler la synthèse en interne**
Lorsque vous cherchez à initier ou renforcer la culture de la participation au sein de votre institution, il peut être utile de partager votre démarche et vos résultats avec vos collègues. C'est particulièrement important pour les équipes en contact avec l'extérieur, qui peuvent être amenées à répondre à des questions sur les résultats ou les projets de participation lors d'événements ou de réunions publiques. Insistez sur les leçons que vous avez tirées et ce que vous pourriez faire différemment la prochaine fois, pour que vos collègues bénéficient de votre expérience.



UN CONSEIL

Si vous avez recueilli des informations démographiques, vous pouvez partager des données pertinentes, telles que le nombre d'élèves ayant participé ou la répartition des participants par quartier.

ÉTUDE DE CAS

Seattle communique les résultats de sa consultation

La ville de Seattle a lancé sa plateforme Engage Seattle pour la participation des citoyens à la révision de son schéma directeur, également connu sous le nom de One Seattle Plan. L'Office of Planning and Community Development (OPCD) a utilisé la plateforme pour partager des informations sur le plan et mais aussi pour recueillir, organiser et analyser les contributions des habitants sur les questions et les domaines d'action abordés dans le plan. La mise à jour du schéma directeur orientera les décisions relatives à la localisation des nouveaux logements et des centres d'activité, au fur et à mesure de la croissance de la ville, à la manière dont l'argent sera investi dans les transports, les services publics comme l'électricité, le traitement des eaux usées, les parcs et les espaces verts, et de nombreux autres services et infrastructures publics. Pour rendre compte de ses progrès, le OPCD a compilé les résultats dans l'ultime phase du projet, mais en a également fait un projet à part entière sur sa plateforme, pour les communiquer clairement et les mettre en valeur. Cette page de projet fournit un récapitulatif et un lien vers un tableau de bord interactif des résultats sur la plateforme.



Conclusion

Une bonne préparation de votre stratégie et de vos actions de communication peut avoir un impact réel sur la réussite de vos projets de participation citoyenne. En prévoyant des actions de communication pour les phases de lancement, de progression et de bilan de votre plateforme et de vos projets, vous encouragez les inscriptions sur votre plateforme et incitez les citoyens à participer régulièrement. L'élaboration d'un plan de communication peut sembler être une charge de travail supplémentaire dans un calendrier déjà serré, mais une fois mis en place, il vous permet de dérouler vos actions et de les inscrire naturellement dans vos projets. Nous espérons que ce guide détaillé vous aidera à mener à bien votre prochain projet de participation citoyenne !

Après avoir lu ce guide, si vous avez besoin d'un soutien supplémentaire en matière de communication, nous pouvons vous aider ! Découvrez notre offre d'accompagnement en communication, qui fournit un soutien personnalisé pour vos designs et vos messages.



Curieux de découvrir le fonctionnement de notre plateforme ?

CONTACTEZ-NOUS

www.citizenlab.co/fr

hello@citizenlab.co



Découvrez la plateforme avec l'un de nos spécialistes



Visualisez la fiche produit complète