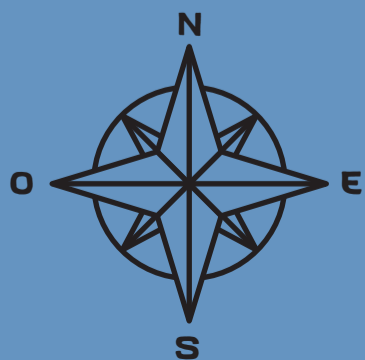


L'ATLAS DE LA PARTICIPATION

Une exploration fantastique à travers
les trésors du travail **participatif**



**« Une méthode n'est qu'une méthode.
Sa force réside dans la façon dont elle est
combinée et facilitée. »**

Cette boîte à outils a été mise au point après deux années d'expérimentation, en collaboration avec des citoyens, des initiatives sociales et des collectivités locales de diverses régions, tant en Belgique qu'en France.

En deux sessions, nous avons testé ce processus pour le projet INTERREG Partons 2.0 et ses partenaires, dont la Province de Flandre occidentale, le CAUE du Nord, les ENRX, le PNRCMO, la CCFI et la CCHF.

Coproduction : Sabine Craenen, Eline Charles, Eefje Cottenier, Benjamin Schatteman
Design : Marieke Van Raes



Suivez-nous via QR



PRÉAMBULE

Qui nous sommes et ce que nous faisons...

Methodiekfabriek combine et développe des méthodes claires et accessibles que tout le monde peut utiliser. En animant et en développant de nouveaux modèles de collaboration, nous encourageons les citoyens, les organisations, les autorités locales et les décideurs à faire de la cocreation pour contribuer à l'amélioration de la société. Nous créons des outils qui répondent à vos besoins spécifiques. Chaque situation est toutefois différente et il n'existe pas de réponse toute faite pour tout le monde.

En fonction de votre objectif, nous élaborons ensemble une méthodologie qui atteint le résultat souhaité. Nos accompagnements de processus induisent à chaque fois des communautés durables qui font preuve d'initiative et qui s'autoalimentent.

Nous misons sur:

- * L'acquisition de nouvelles idées
- * De nouveaux modes de collaboration avec toutes les personnes concernées
- * Le développement de communautés ayant l'esprit d'initiative
- * L'élaboration de modèles de revenus durables
- * L'accessibilité et des outils utiles

Nos atouts sont dès lors les mots « nous » et « ensemble », car ensemble, c'est toujours mieux.

L'équipe de Methodiekfabriek

**NOUS CONSTATONS
UN DÉFI COMPLEXE...**

**QUEL EST EN
FAIT LE DÉFI ?**

recherche

**NOUS
COLLABORONS
POUR UNE
SOLUTION
SOUTENUE**

cocréation

**TOUT LE MONDE
EST IMPLIQUÉ
AFIN DE METTRE
LA SOLUTION EN
ŒUVRE ET EN
PRATIQUE**

mise en œuvre

INTRO

INTRO

La participation... C'est quoi exactement ?

La participation a de nombreuses significations, en fonction du contexte dans lequel le terme est utilisé. Cette boîte à outils a été réalisée pour toutes les organisations, administrations, initiatives, autorités publiques ou groupes de personnes qui veulent en impliquer d'autres activement dans leurs activités.

La signification littérale de participation[s] (plur.) est le fait de participer activement sur la base d'un choix personnel. Dans cette définition, ce dernier aspect est celui qui relève le plus du défi. Comment faire en sorte que des personnes choisissent elles-mêmes de participer ?

De plus, vous ne voulez pas faire participer les gens seulement au début de votre projet ; dans une véritable culture participative, la communauté locale soutient votre projet, et gère peut-être même sa mise en œuvre. Cela demande un effort participatif soutenu.

Si vous impliquez votre groupe cible du début à la fin de votre parcours, vous êtes gagnants. Les connaissances et l'expérience ainsi que les différents points de vue de votre groupe cible constituent un enrichissement. Ils garantissent des solutions plus fructueuses et une mise en œuvre fluide de votre projet.

La participation n'est pas le fruit du hasard, elle requiert une préparation approfondie. C'est un processus qui prend beaucoup de temps. Mais une fois que votre groupe cible soutient votre projet, vous obtenez des résultats plus rapides et plus riches. Vous récupérez donc plus tard le temps que vous avez consacré à la participation. Tout seul, on va plus vite, mais ensemble, on va plus loin !

Nous avons développé cette boîte à outils pour le compte de Partons 2.0 dans le but de vous imprégner de méthodologies participatives. L'action participative est un travail de longue haleine. C'est un état d'esprit que vous et votre équipe de projet vous appropriez. Une culture imprégnée de participation améliore le soutien, le sentiment d'appropriation et surtout la collaboration.

Et ensemble, c'est toujours mieux !

AVENTURES	CARTES
#1 Déterminer le niveau de participation	A L'échelle de la participation
#2 Déterminer votre focus	B Le Golden Circle (5 x pourquoi)
#3 Bien communiquer	C Fournir un feed-back
	D Parlons-nous la même langue ?
#4 Concevoir et faciliter une session de participation	E Au travail avec le canevas de participation
	E I Le défi
	E II L'objectif
	E III Le groupe cible
	E IV Les activités
	E V Les partenaires
	Exemple d'application du canvas de participation
#5 Conseils pour la route	F Faciliter (rôles et styles)
	G Les techniques (energizers, brainstorming, annonces, création d'une ambiance)
#6 Récolter des informations	H Rendre les connexions visibles
	I Petits moments de récolte et fourniture d'un feed-back

MATERIEL

Non fourni mais facile à rassembler...

- * un tableau de conférence
- * de grandes feuilles de papier
- * des marqueurs
- * des post-its

Bienvenue à bord #aventurier!

Cet atlas vous aide à voir le monde qui vous entoure sous un autre angle. Vous pouvez utiliser les cartes de cet atlas comme guide pendant toutes vos aventures dans le cadre de projets, d'activités, d'événements... mais surtout dans le cadre de collaborations que vous souhaitez laisser se créer de bas en haut.

La participation se déroule aujourd'hui encore beaucoup trop sur une île, en tant que partie d'un ou plusieurs groupes particuliers d'îles, qui sont certes reliés entre eux d'une manière souvent invisible, mais trop peu (voire parfois pas du tout) au reste du monde.

À QUOI POUVEZ-VOUS VOUS ATTENDRE ?

Nous vous emmenons tout au long des aventures d'un parcours participatif. Nous vous donnons des conseils concrets, des cartes, des méthodes et des outils pour créer un soutien et une implication au sein de votre groupe cible. Nous vous donnons des outils pour concevoir vous-même une aventure participative. Nous vous aidons à reconnaître les pièges et vous fournissons des sujets de réflexion.

D'AVANT EN ARRIÈRE...

Cet atlas vous donne tous les outils pour commencer. Parcourez-le d'avant en arrière pour vous accompagner à travers toutes les étapes de votre parcours de participation.

Vous avez déjà de l'expérience avec la participation ? Dans ce cas, vous pouvez aussi utiliser les cartes séparément. Vous êtes à la recherche d'inspiration sur l'animation, entamez immédiatement les exercices de cette carte. Si vous êtes surtout intéressé(e)s par la communication, essayez directement les exercices qui vous aident dans ce cadre.

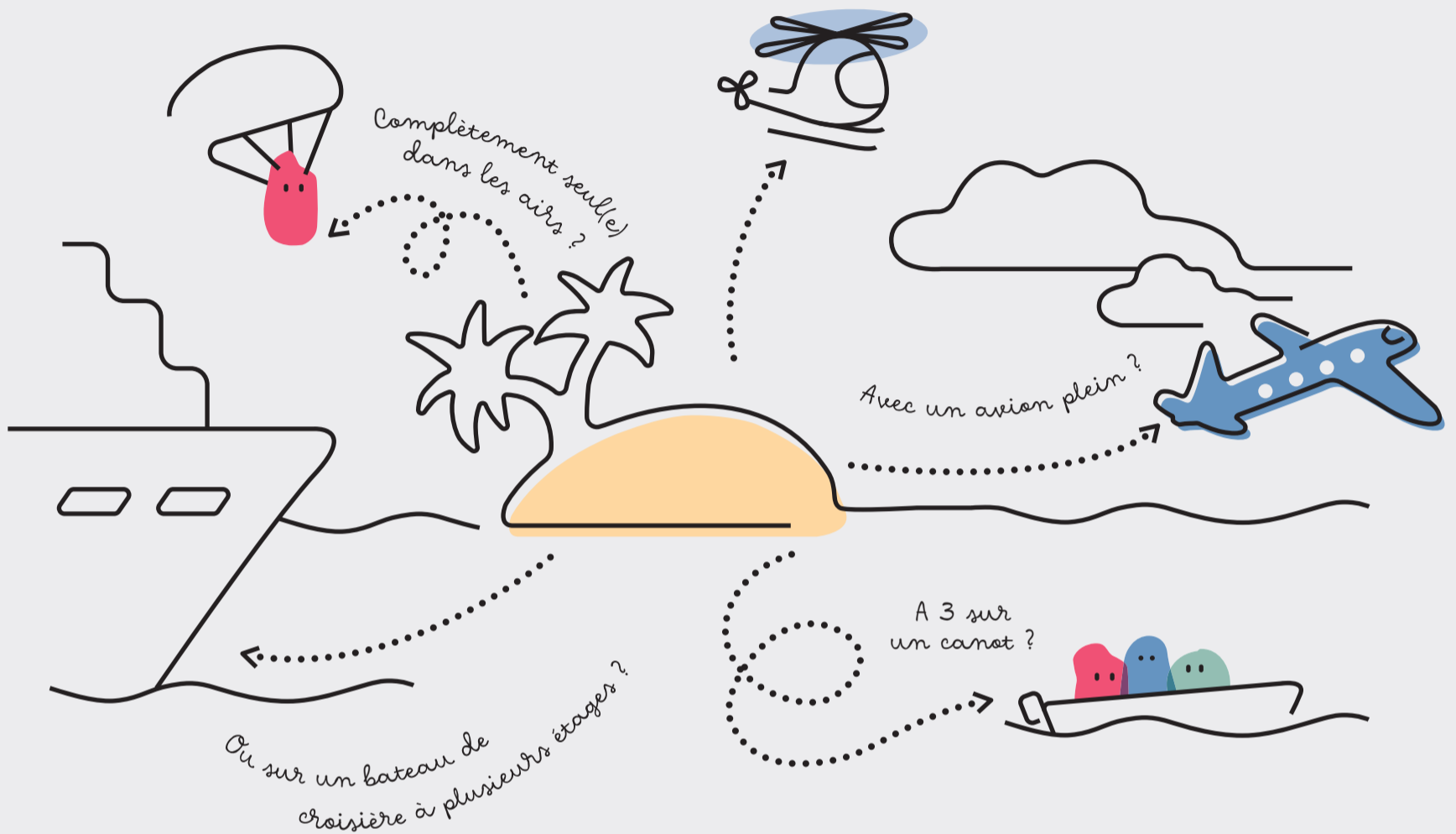
DE GAUCHE À DROITE

La participation se déroule toujours dans un contexte donné. Sachez que ce contexte détermine qui vous pouvez/devez impliquer, quels objectifs sont possibles et quelles activités conviennent dans ce cadre. Vous devez peut-être encore trouver des partenaires, ou il y a peut-être justement déjà beaucoup trop de parties prenantes impliquées. Vous travaillez peut-être pour une commune avec différents niveaux de décision. Ou vous avez peut-être un petit groupe d'amis qui veulent prendre des décisions rapidement et de manière égale. Ils peuvent déjà disposer d'une grande expérience et ont probablement besoin d'un approfondissement...

Veillez toujours à ce que tout le monde soit à bord pour offrir à votre processus de participation une chance de réussir (ou, pour poursuivre la métaphore, passer de l'île au continent).

La participation est partout !

Comment explorez-vous le monde de la participation ?



La participation se déroule toujours dans un contexte donné. Sachez que ce contexte détermine qui vous pouvez/devez impliquer, quels objectifs sont possibles et quelles activités conviennent dans ce cadre.

Vous devez peut-être encore trouver des partenaires, ou il y a peut-être justement déjà beaucoup trop de parties prenantes impliquées. Prenez le temps d'explorer, de vous arrêter pour profiter et d'avancer ensemble.

Vous travaillez peut-être pour une commune avec différents niveaux de décision, ce qui vous ralentit parfois, ou tout doit soudain aller très vite. Investir dans un processus participatif... c'est investir dans notre « société » !

Ou vous avez peut-être un petit groupe d'amis qui veulent prendre des décisions rapidement et de manière égale. Ils peuvent déjà disposer d'une grande expérience et ont probablement besoin d'un approfondissement...

Explorez le monde de la participation... Veillez autant que possible à ce que tout le monde soit à bord. De cette manière, vous pourrez offrir un maximum de chances de réussite à chaque aventure participative.

**BIENVENUE
AU PAYS DES
POSSIBILITÉS !**

AVENTURE #1

Chaque parcours commence par une préparation approfondie. Prêt ?

Vérifions tout d'abord à quel point votre travail est participatif et où vous voulez terminer.

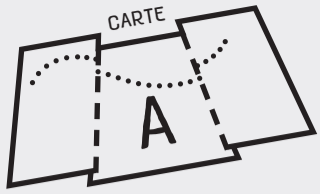
La participation peut se dérouler à différents niveaux que nous présentons sous la forme d'une échelle de la participation constituée de cinq échelons. Plus nous grimpons haut sur l'échelle, plus les citoyens et d'autres parties de la société ont d'influence dans le processus et plus ils participeront. En situant votre fonctionnement ou votre projet sur l'échelle de la participation, vous vérifiez à quel point vos activités sont participatives et quelle place vous voulez donner aux (con)citoyens dans le processus.

L'échelle n'est pas une donnée statique, les différents stades peuvent se chevaucher de manière dynamique. Il n'y a pas de jugement de valeur lié aux gradations. L'échelon « le plus élevé » n'est donc pas toujours la méthode la plus indiquée ou la « meilleure ». Il peut y avoir de bonnes raisons de limiter la participation. Cependant, il est important que tout le monde soit d'accord sur le niveau de participation souhaité que vous voulez autoriser. Si vous faites croire aux participants que vous voulez les laisser codécider, mais que votre supérieur hiérarchique ou collègue communique par la suite que votre commune ou organisation prendra elle-même la décision, votre processus de participation sera bloqué ou, dans certains cas, empêchera toute participation.

Voici comment donner les meilleures chances à la participation:

- Faites toujours preuve de transparence sur la participation qui est possible ou non. Ne faites pas croire aux participants qu'ils peuvent codécider, si vous voulez seulement entendre leur avis. Inversement, il est important dans un scénario de « cogestion » d'expliquer clairement aux participants que vous attendez d'eux une implication active.
- Examinez par sujet ou par étape dans votre projet quel niveau de participation est possible et souhaitable. Commencez par quelque chose de petit et n'essayez pas tout de suite de changer tout votre fonctionnement. Laissez le temps à la culture participative de se développer. Testez la participation dans le cadre d'un petit projet ou d'une partie d'un projet : ainsi, vous expérimentez en toute sécurité et commencez à vous forger une meilleure idée du processus.
- Laissez les collègues et partenaires qui ne se sentent pas encore à l'aise suivre le mouvement, mais ne forcez personne à participer au processus. L'authenticité est un must absolu lorsque vous entrez directement en contact avec votre groupe cible.
- Plus tôt vous impliquez votre groupe cible, plus votre processus de participation a de chances de réussir et plus vous apprendrez de votre groupe cible.
- Plus vous autorisez la participation, plus les participants assumeront de responsabilités. C'est un processus réciproque.

Analysez
votre situation et
déterminez le stade de participation
que vous voulez mettre en place !



QUE RECHERCHEZ-VOUS EXACTEMENT ?



STADE 1 : INFORMER

À ce niveau de participation, vous organisez par exemple une soirée d'information, vous envoyez une lettre d'information ou un mailing... Par essence, cet échelon est généralement à sens unique : le citoyen ou le public est informé et sait ce qui va se passer. Aucun feed-back n'est demandé et aucune réaction n'est possible. Bien que l'information soit précieuse, il n'est pas question d'une véritable participation à cet échelon de l'échelle de la participation.

STADE 4 : CODECIDER

Les décisions sont prises ensemble avec les participants pendant le processus de participation. À cet échelon, la voix des participants est égale à celle des porteurs du projet. Vous décidez ensemble du déroulement ultérieur.

Dans un processus de codécision, vous ne pouvez pas balayer unilatéralement de la table des idées ou objections. Vous devrez donner une réponse à toute contribution : pourquoi reprenez-vous cette idée, et pas une autre ? Dans le cadre de la codécision, il est possible que vous procédiez à un moment donné à un vote ou à un référendum afin de prendre votre décision objectivement. La codécision est nouvelle pour vous ? Dans ce cas, testez la éventuellement sur une partie de projet seulement.



STADE 2 : CONSULTER

Un exemple typique de consultation est l'assemblée populaire ou la réunion publique. Vous y présentez votre projet et les participants peuvent donner leur avis. Ou vous recueillez des informations sur les souhaits et les besoins par le biais d'interviews ou d'une enquête, par exemple, mais décidez ensuite de ce que vous en ferez. Le participant peut donc donner des idées, mais pas codécider.

**POSEZ-VOUS ET
REFLECHISSEZ**

VOUS ÊTES SEUL ?

Prenez un peu de temps pour vous-même afin de déterminer où vous voulez vous situer à la fin de votre aventure. Que voulez-vous avoir réalisé ? Quand êtes-vous satisfait ? Que trouvez-vous important et pourquoi avez-vous choisi cette boîte à outils ?



A ou B?

...



STADE 3 : COPRODUIRE

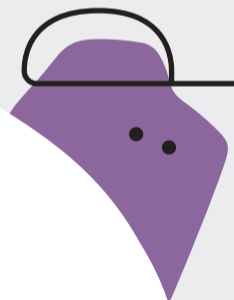
Les (con)citoyens peuvent participer à l'activité ou à la mise en œuvre du projet. Dans le cadre de la coproduction, chaque participant se voit donc offrir l'opportunité de mettre une part de lui dans le projet. Les participants peuvent construire quelque chose ensemble. La coproduction peut avoir lieu lors du développement des idées et lors de la mise en œuvre du projet. Cela rend un projet plus durable, vous recevez également un éventail d'expertise et de talents à bord, et vu que tout le monde réfléchit ensemble aux solutions, vous avez aussi plus de chances qu'elles fonctionnent. Parfois, la coproduction est plutôt comprise comme exécutoire : par exemple, lorsque des bénévoles effectuent des petits travaux, ouvrent un bar, ou aident à mettre en œuvre le projet d'une autre manière, sans vraiment y donner forme. La coproduction peut donc aussi compter différents niveaux de participation. Réfléchissez bien à la façon dont vous voyez cela dans le cadre de votre projet.

À ce niveau de participation, vous pouvez encore accroître votre soutien en expliquant par la suite aux participants pourquoi certaines idées ont été reprises ou non.

STADE 5 : COGERER

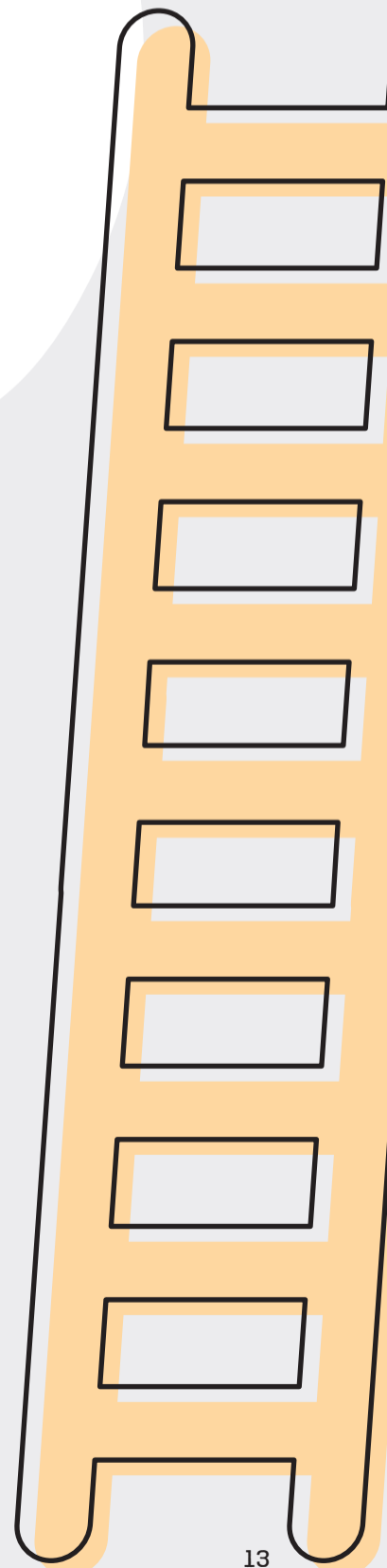
La gestion et la mise en œuvre du projet sont (en totalité ou en partie) aux mains de vos (con)citoyens. En tant que commune ou initiateur, vous faites tout autant partie de l'ensemble que les participants à votre processus de participation. Vous les soutenez et les aidez, mais laissez-les aussi prendre des initiatives et faites de la place pour leurs idées.

L'échelon le plus élevé de l'échelle de la participation requiert la plus grande implication et la mise en œuvre la plus soutenue de projets. Ceux-ci continuent de courir, même si l'initiateur disparaît. Chaque personne qui y collabore aujourd'hui le considère en effet comme son projet, et s'en sent également responsable.



EN GROUPE

Notez d'abord individuellement sur un post-it quel stade de l'échelle vous souhaiteriez appliquer. Placez-le au milieu de la table et concertez-vous en groupe afin de décider de la meilleure solution pour votre projet. Déterminez à quel niveau vous voulez recourir à la participation. Vous voulez entendre l'avis des participants, mais ensuite décider vous-même ? Ou vous voulez laisser les bénévoles dans votre organisation/les habitants de vos communes entièrement gérer le projet à terme ? Si vous savez quel niveau de participation vous voulez réaliser, vous pouvez donner forme à votre parcours sur cette base.



QUELQUES EXERCICES...

Devinez de quel stade de l'échelle de la participation il est question dans les affirmations suivantes :

Nous décidons ensemble de la couleur et de l'emplacement des nouveaux bancs dans le parc.

Tout le monde est invité à venir écouter nos plans.

Nous construisons avec tous les participants une cabine de plage qui peut être utilisée par le quartier.

Nous organisons une réunion où le quartier peut réagir à notre idée.

Le parc est entretenu par les habitants de la rue, ils ont décidé d'installer un nouveau banc. Ils vont le construire eux-mêmes.

Nous collectons les remarques de tout le monde, puis nous voyons ce que nous en faisons.

Dans un atelier de cocréation, nous donnons forme au rôle de la nouvelle salle du village, avec toutes les personnes qui veulent utiliser cet espace.

Nous laissons le quartier décider de la forme à donner à la plaine de jeux.

J'ai une idée claire et je vais la partager avec mon équipe.

En tant que commune, nous sommes à la disposition des habitants du quartier et leur donnons les budgets pour travailler.

Nous informons les habitants du quartier par une lettre dans leur boîte aux lettres.

Nous demandons aux habitants de réaliser de grands dessins pour illustrer la façon dont ils veulent rendre le village plus écologique et rassemblons ces dessins afin de déterminer le projet final.

Je décide avec l'équipe de la prochaine étape à entreprendre.

Nous laissons la gestion de la maison de quartier aux habitants du quartier. Ils peuvent s'adresser à nous pour du soutien s'ils le souhaitent.

Je demande à mes collègues ce qu'ils pensent de mon projet.

Un jardin potager commun est co-entretenu par les habitants du quartier.

AVENTURE #2

COMMUNIQUER ET TROUVER UN OBJECTIF

Dans ce chapitre, nous parlons de la détermination d'objectifs clairs ET de la bonne communication.

D'un objectif clair...

Pour la réussite de votre projet, vous devez d'abord savoir ce que vous voulez atteindre - votre mission ou objectif - avant de savoir ce que vous voulez faire. Cependant, notre cerveau travaille autrement. Nous aimons le concret et commençons généralement par raconter ce que nous voulons faire, et peut-être aussi comment. Bien entendu, nous avons toujours une bonne raison de faire ce que nous faisons. Mais elle est pour nous souvent si évidente que nous ne trouvons pas nécessaire de l'exprimer.

Mais les circonstances peuvent vous obliger à adapter votre stratégie et vos activités. Dans votre parcours participatif, il peut également s'avérer que vos (con)citoyens ne soient pas du tout convaincus par les activités que vous proposez. S'ils approuvent l'objectif, et que vous êtes suffisamment flexible pour modifier vos plans, vous trouverez une solution. En parlant de votre « pourquoi », les autres peuvent en outre plus facilement exprimer ce qu'ils veulent atteindre. Ainsi, vous découvrirez différents points de vue et besoins et pouvez rechercher un « pourquoi » partagé. Vous êtes d'accord sur l'objectif que vous voulez atteindre, et pouvez ainsi entamer la discussion sur le meilleur moyen d'y arriver. Un « pourquoi » partagé est nécessaire pour mettre en place un vrai projet partagé.

...à une communication plus claire

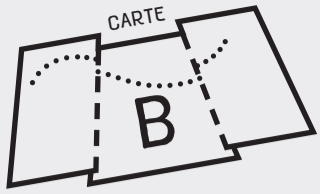
La communication est très importante dans un processus de participation. Vous en avez besoin pour convaincre les participants de participer à votre projet. Mais aussi pour organiser des collaborations avec des partenaires qui renforcent votre projet. La bonne communication ouvre des portes, alors qu'en l'absence de communication, les portes peuvent justement se fermer.

Réfléchir à la communication vous oblige à comprendre le langage de votre groupe cible, à voir votre projet de leur point de vue. Soyez attentif au ton de votre voix, à votre vocabulaire, afin que votre groupe cible et vous compreniez la même chose et puissiez communiquer sur un pied d'égalité. Essayez de découvrir la « vision du monde » de votre interlocuteur. Posez dès lors aussi de nombreuses questions ou demandez-vous les uns les autres de décrire le projet afin de vous assurer que tout le monde vise le même objectif. Ainsi, vous découvrirez également le langage de votre groupe cible que vous pouvez aussi utiliser dans votre communication, ce qui vous permettra peut-être d'atteindre plus de personnes. Au sein d'une équipe, il est en outre important que tout le monde comprenne la même chose et qu'il n'y ait pas de malentendus.

LE « POURQUOI » COMME BASE DE VOTRE COMMUNICATION

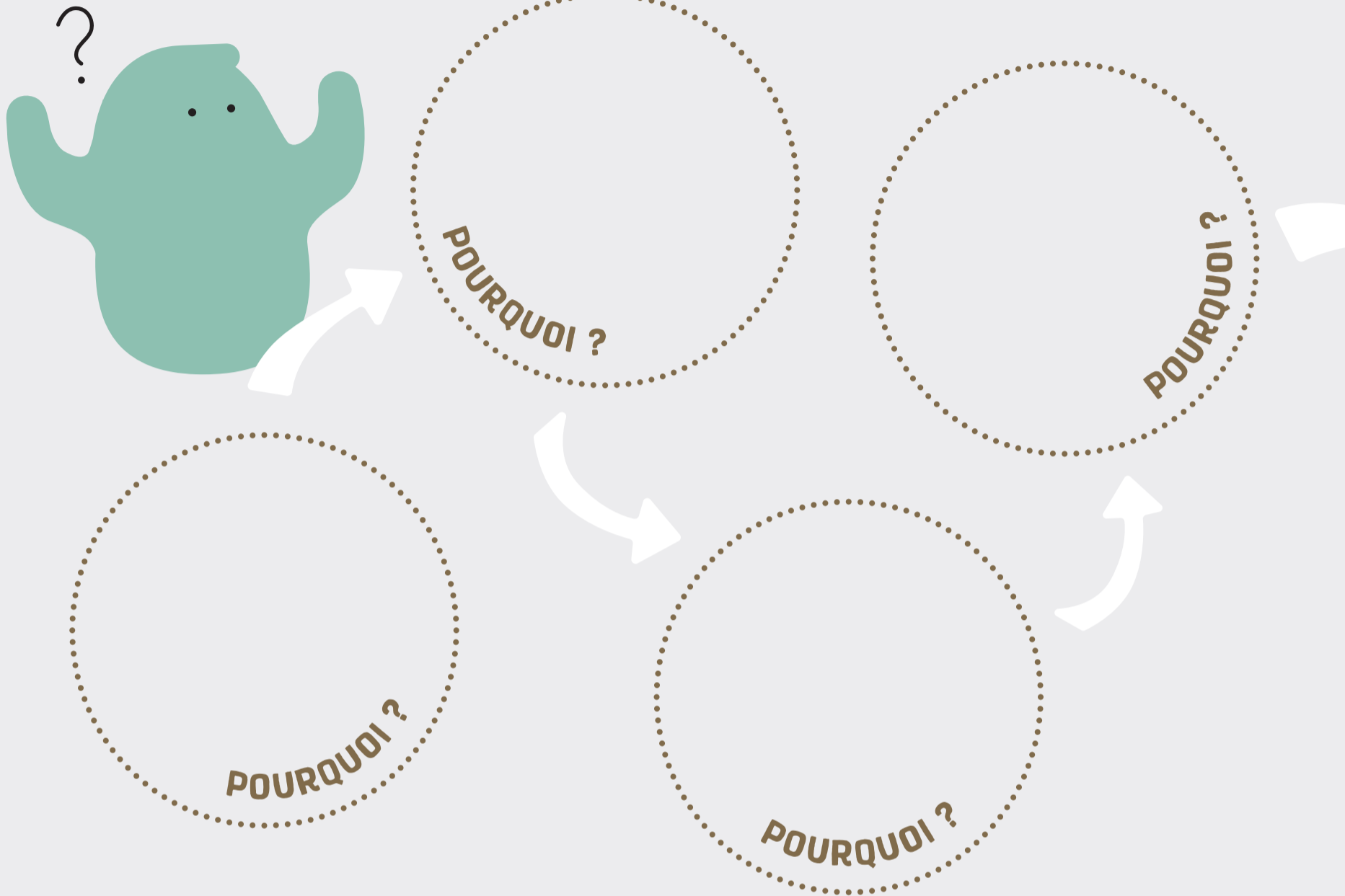
Afin de pouvoir communiquer correctement, vous devez d'abord parfaitement savoir quelle histoire vous voulez raconter. C'est pourquoi un objectif clairement formulé (votre « pourquoi ») est si important pour une communication efficace. Un tel objectif vous aide à communiquer sur la base de votre motivation authentique pour convaincre d'autres personnes de participer. Si vous pouvez faire le lien entre ce que vous voulez atteindre et ce qui est important pour votre groupe cible, vous êtes alors parti pour un processus participatif fort.

Dès que vous savez pourquoi vous faites ce que vous faites, il est plus facile d'entamer la discussion avec des partenaires, des parties prenantes, le quartier, ... Vos propositions et vos questions les enthousiasmeront beaucoup plus facilement, s'ils savent ce que vous voulez atteindre. Vous ne partagez peut-être pas (encore) la solution, mais l'ambition ou le défi que vous voulez aborder.



À LA RECHERCHE DU GOLDEN CIRCLE...

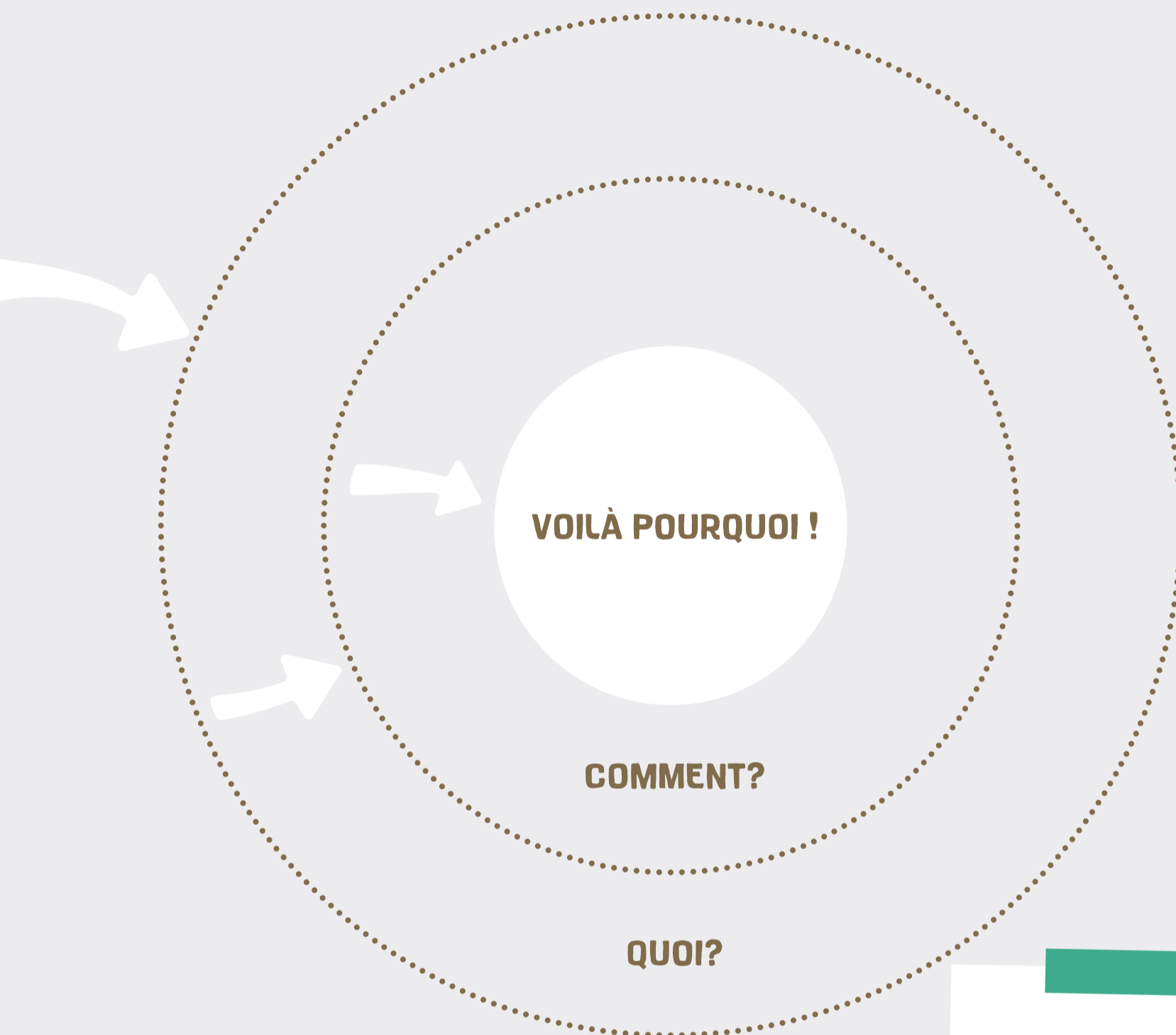
De quoi avez-vous besoin ? : de post-its, de papier [de préférence dans le format tableau de conférence, d'autant plus si vous dessinez le golden circle]



Afin d'expliciter notre « pourquoi », nous pouvons nous inspirer du « golden circle » de Simon Sinek. Ce modèle a été développé dans un contexte professionnel, mais peut aussi être un bon point de repère dans les parcours de participation. Sinek explique dans un célèbre TED Talk pourquoi ce modèle offre une base si fructueuse à la communication et au succès.

Sinek a découvert que les marques couronnées de succès pensent, agissent et communiquent souvent de la même manière, et qu'elles diffèrent en cela des autres marques. La plupart des entreprises pensent que leurs clients les choisissent parce qu'elles proposent de si bons ordinateurs, voitures ou autres produits ou services. Pourtant, il y a généralement encore une série d'autres entreprises qui commercialisent les mêmes produits ou services. Les entreprises à succès peuvent aussi communiquer « pourquoi » elles fabriquent ces produits : elles propagent certaines valeurs telles que « nous remettons en question le statu quo », « nous faisons exceller les gens », « nous chérissons les traditions », etc. Cela attire les clients, parce qu'ils en veulent un bout.

Plus ce « pourquoi » est authentique pour l'entreprise ou l'organisation ou l'initiative, mieux la communication fonctionne. Il ne doit donc pas uniquement s'agir d'une astuce de communication, cela doit vraiment faire partie de l'ADN du projet ou de l'organisation à tous les niveaux. Recherchez dès lors les véritables moteurs de votre fonctionnement ou projet, votre « pourquoi ».



Exercice : 5x pourquoi ?

Rassemblez-vous en petits groupes de maximum 4 personnes et posez-vous chacun à votre tour l'une des questions suivantes :

- Pourquoi vous êtes-vous lancé dans ce projet ?
- Pourquoi vous levez-vous le matin ?
- Pourquoi trouvez-vous ce que vous faites si important ?

Après chaque réponse donnée par quelqu'un, posez la question : pourquoi ?, suivie du contenu de la première réponse. Faites-le (au moins) 5 fois.

Soyez attentif à ce que votre « pourquoi » ne cache pas un « comment » ou un « quoi ». Votre « pourquoi » est la situation que vous verrez après la réalisation de votre projet. Prenez le temps de tout faire correctement.

Restez en même temps suffisamment spécifique.

Un « pourquoi » trop vague ne sera pas non plus inspirant.

Écrivez à chaque fois le mot-clé de la réponse sur un post-it séparé.

Après cet exercice, vous allez concevoir ensemble une phrase qui décrit le « pourquoi » sur la base de tout ce que vous avez collecté.

Le principal, c'est que la phrase ait du sens pour la personne en question, elle doit induire un déclic. Recherchez donc vraiment les bons mots et les bons accents dans la phrase.

VÉRIFIER À L'AIDE D'UN EXEMPLE...

Pourquoi faites-vous ce projet ?

J'aimerais plus de vert dans la rue.

Pourquoi voulez-vous le faire ?

Je veux embellir la rue.

Pourquoi trouvez-vous cela nécessaire ?

Si la rue n'est pas attractive, les gens n'en prennent pas non plus soin. Il y a beaucoup de déchets dans la rue.

Pourquoi cela pose-t-il problème ?

Je veux que les gens sortent, pour qu'ils apprennent à se connaître et soient impliqués les uns avec les autres.

Pourquoi cela pose-t-il problème ??

Une rue non attractive donne un sentiment d'insécurité et d'inconfort, et empêche les gens de sortir.

VOUS VOULEZ PLUS?

Vous voulez dresser un inventaire complet du pourquoi, du quoi et du comment ?

Dans ce cas, vous pouvez tracer trois cercles sur une grande feuille de papier et classer vos post-its dans les bons cercles. Formulez une phrase pour chaque cercle.

QUOI?

Nous aménageons un lieu agréable où les gens veulent s'y rendre d'eux-mêmes.

COMMENT?

Nous encourageons les gens à se rencontrer davantage et à apprendre à se connaître.

POURQUOI?

Nous voulons réaliser un village où tout le monde se sent impliqué.

Cet exercice est un véritable exercice de réflexion.

Dans le cadre de Partons 2.0, les porteurs de projet ont par exemple formulé le « pourquoi » suivant :

Point village Pervijze : « Intégrer les personnes handicapées dans la société et créer un quartier solidaire. »

AVENTURE #3

Fournir et recevoir un feed-back

Qu'est-ce que fournir un feed-back ? Pourquoi fournissons-nous un feed-back et quel est notre objectif ?
La fenêtre de Johari nous en donne une vision claire à ce moment-là.

QU'EST-CE QUE LA FENÊTRE DE JOHARI ?

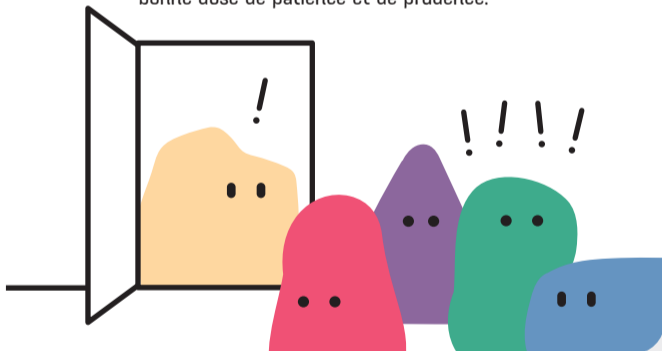
Lorsque le comportement d'une personne est perçu comme une source de gêne par l'environnement, il est bon de fournir à cette personne un feed-back à ce sujet. Il n'est pas facile de reprocher à d'autres personnes leur comportement. Beaucoup de gens n'ont pas conscience de leur comportement ou trouvent menaçant de se le voir reprocher. Un bon feed-back aide à aborder une personne de la bonne manière par rapport à son comportement (gênant). La fenêtre de Johari permet de comprendre l'interaction entre votre comportement et celui d'une autre personne, et vous aide ainsi à entrer en discussion avec l'autre. Un feed-back est non seulement nécessaire pour les aspects négatifs, mais il permet aussi de renforcer les aspects positifs.

La fenêtre de Johari (Johary window) a été créée en 1955 par Joseph Luften et Harry Ingham. Elle est composée de quatre quadrants, qui représentent quatre combinaisons de comportement :

ZONE I : ZONE PUBLIQUE

« Connue de vous - Connue des autres »

Cette zone connue concerne le comportement dont une personne est consciente et qui est également vu et reconnu par les autres. Cependant, il n'est pas toujours évident de parler d'un comportement gênant. Vous pouvez entamer la discussion avec une bonne dose de patience et de prudence.



ZONE IV : ZONE AVEUGLE

« Inconnue de vous - Connue des autres »

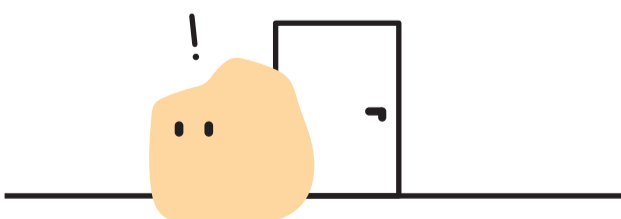
La zone aveugle peut être très ennuyeuse et fait que les autres parlent sur vous. Ils remarquent en effet des choses dont vous n'avez pas connaissance. La transpiration, l'utilisation fréquente d'un mot favori ou le fait de faire constamment la fine bouche en sont des exemples. Au travail aussi, il y a des zones aveugles ; ainsi, une personne ne s'est peut-être pas rendu compte qu'elle travaillait beaucoup plus lentement que ses collègues. Les autres le savent, et cela les irrite. Les personnes qui ne reçoivent pas un bon feed-back à propos de leur zone aveugle, ne modifient pas leur comportement et peuvent finalement être exclues.



ZONE II : ZONE CACHÉE

« Connue de vous - Inconnue des autres »

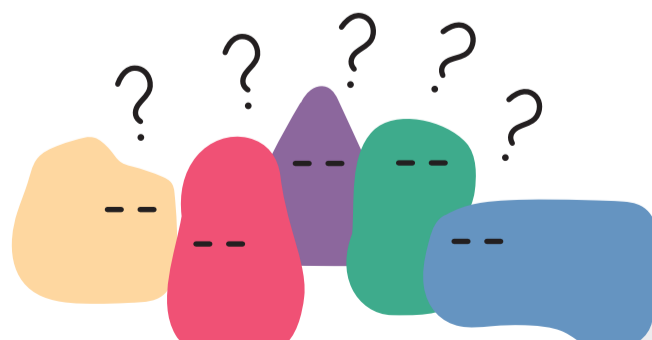
Dans la zone cachée, des personnes peuvent garder certaines informations pour elles et ne pas les partager avec les autres. Ainsi, un employé de bureau peut cacher à ses collègues qu'il est guitariste de jazz pendant son temps libre. La zone cachée n'est peut-être pas inconnue de tout le monde. Le même employé de bureau a peut-être un collègue avec qui il partage son hobby, ce qui est un sujet de communication. Dans ce cas, cette zone cachée glisse tout doucement vers la zone publique.

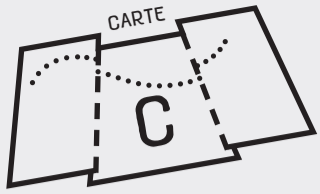


ZONE III : ZONE INCONNUE

« Inconnue de vous - Inconnue des autres »

Il n'y a pas de communication à propos de cette zone inconnue. Personne n'en a en effet connaissance et il ne s'agit dès lors pas non plus d'un sujet de discussion.





FOURNIR UN FEED-BACK



parcours aller

« INFORMEZ-VOUS POUR SAVOIR S'IL Y A DE LA PLACE POUR UN FEED-BACK »

Le moment où le feed-back est donné est très important. Si la personne en question passe une mauvaise journée, si on vient justement de recevoir beaucoup de travail au bureau ou s'il y a des problèmes à la maison, il sera difficile d'être ouvert à encore plus de feed-back. Même si vous suivez toutes les étapes, une personne qui n'est pas prête à recevoir un feed-back n'en tiendra pas non plus compte. Demandez donc toujours si c'est le bon moment.

CHECK-POINT I

CHECK-POINT II

« PARLEZ EN JE »

Une personne à qui on reproche son comportement gênant peut assez vite se sentir blessée et sur la défensive. Si vous communiquez en « je », ce risque est bien moindre. Vous parlez notamment sur la base de votre ressenti et de votre expérience. « J'ai remarqué que vous n'aviez pas terminé le travail hier » paraît plus doux que « vous n'avez pas terminé le travail hier ».

CHECK-POINT III

« DÉCRIVEZ DES OBSERVATIONS CONCRÈTES, PAS D'INTERPRÉTATIONS ! »

Essayez d'expliquer à l'aide d'exemples concrets ce que vous avez perçu :

- Je vous ai vu(e) lever les yeux au ciel.
- Vous avez laissé la vaisselle.
- Je n'ai pas reçu de réponse à mon e-mail.
- Vous êtes arrivé 15 minutes en retard à notre rendez-vous.

CHECK-POINT IV

« INDIQUEZ QUEL EFFET LE COMPORTEMENT A SUR VOUS »

Soyez le plus concret possible :

- Je vous ai vu(e) lever les yeux au ciel et j'ai eu l'impression de ne pas être pris(e) au sérieux.
- Vous avez laissé la vaisselle et je me suis senti(e) seul(e) avec tout le ménage à faire.
- Vous m'avez montré hier ce que j'ai bien fait, et cela m'a donné de l'énergie.

CHECK-POINT V

« VÉRIFIEZ SI VOUS VOUS COMPRENEZ »

Demandez si l'autre personne comprend ce que vous voulez dire. La communication se déroule dans les deux sens et les mots ont souvent un autre sens ou une autre connotation pour quelqu'un d'autre.

CHECK-POINT VI

« EXPLIQUEZ CE DONT VOUS AVEZ BESOIN »

Ne laissez pas quelqu'un comme ça avec le feed-back. Expliquez ce qui peut être amélioré pour vous, ce qui devrait changer.

CHECK-POINT VII

« DEMANDEZ VOUS-MÊME UN FEED-BACK, CONCLUEZ DES ACCORDS, FAITES DES SUGGESTIONS »

Restez concret et trouvez ensemble une solution.

RECEVOIR UN FEED-BACK



« CONFIRMEZ QUE VOUS VOULEZ UN FEED-BACK »

CHECK-POINT I

Soyez honnête avec vous-même. Êtes-vous actuellement ouvert à la réception d'un feedback ?

« ÉCOUTEZ BIEN ET ATTENTIVEMENT »

CHECK-POINT II

Une attitude ouverte ne peut mener qu'à quelque chose de positif.

« NE COMMENCEZ PAS À ARGUMENTER OU À VOUS DÉFENDRE »

CHECK-POINT III

C'est souvent difficile. La réaction la plus courante est de se défendre. Nous voulons bien entendu nous expliquer. Mais écoutez la suite. Sachez que l'autre veut vraiment vous aider et que le feedback sert à grandir. L'autre prend la peine de s'entretenir avec vous à ce sujet. Aussi pour un feedback positif...

« POSEZ DES QUESTIONS, CONTRÔLEZ SI VOUS AVEZ BIEN COMPRIS »

CHECK-POINT IV

Maintenant, c'est à votre tour. Posez des questions spécifiques si vous estimez que c'est nécessaire.

« DITES HONNÊTEMENT COMMENT VOUS PERCEVEZ LE FEED-BACK »

CHECK-POINT V

C'est peut-être douloureux à entendre, ou vous êtes peut-être aussi déjà conscient de votre comportement, mais vous trouvez difficile de chan-ger. Communiquez ouvertement à propos de votre ressenti. La personne en face de vous a de bonnes intentions et mérite aussi votre ressenti honnête à ce sujet.

« REMERCIÉZ LA PERSONNE POUR LE FEED-BACK »

CHECK-POINT VI

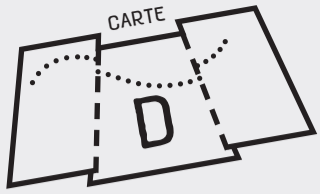
Quelqu'un prend le temps de vous fournir un feedback, de renforcer la collaboration et de continuer à progresser ensemble. Considérez-le comme un cadeau et dites merci. Sachez que vous êtes libre de faire ce que vous voulez du feedback. Vous êtes toujours libre d'intégrer le feedback ou non ou partiellement.

« INTÉGREZ ET RÉFLÉCHISSEZ À LA FAÇON DONT VOUS ALLEZ L'ABORDER »

CHECK-POINT VII

Elaborez des solutions. Cherchez en-semble comment utiliser le feedback n'aura pour effet que de renforcer la relation avec la personne qui vous a fourni le feedback.

Faites demi-tour pour le parcours retour



PARLONS-NOUS LE MÊME LANGAGE ?

Entraînez-vous à suivre les parcours de feed-back avec ces scénarios :

Répartissez-vous en groupes de deux. Placez cette boîte à outils devant vous et jouez les scénarios ci-dessous dans un jeu de rôle. Changez de rôle. Suivez les étapes pour fournir un feed-back de manière optimale. Au début, cela ne vous paraîtra pas très naturel, mais c'est en forgeant qu'on devient forgeron. Si vous vous entraînez avec plusieurs duos, vous pourrez télécharger et imprimer le parcours précédent sur cette page avec le QR code.

SCÉNARIO 1

Votre collègue arrive 15 minutes en retard à chaque réunion. Cela crée une certaine confusion dans votre planning. Vous êtes vous-même très ponctuel et cela vous irrite.

**IMAGINEZ DE NOUVEAUX SCÉNARIOS, OU MIEUX...
ESSAYEZ DE VOUS DONNER MUTUELLEMENT UN VRAI FEED-BACK !**

SCÉNARIO 2

Votre voisin gare toujours sa voiture entre deux places de parking, juste devant votre maison. Vu la fréquentation de la rue, vous devez à chaque fois aller vous garer deux rues plus loin. À la fin d'une journée de travail bien chargée, vous n'en avez vraiment pas envie.

SCÉNARIO 3

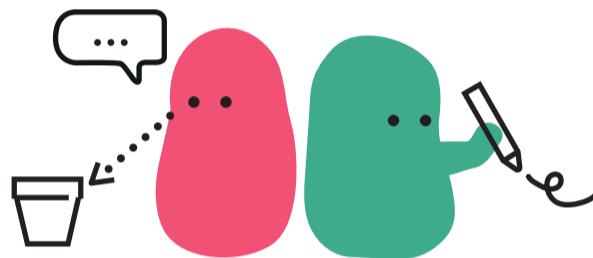
Votre collègue a fourni un travail fantastique, tout est en ordre jusque dans les moindres détails et prêt à temps. Mais elle a tout fait toute seule et vous constatez que tout ce travail l'a épuisée. Elle ne demande pas d'aide et demande rarement un feed-back.

Ajustez votre langage avec ces exercices :

Cet exercice incite à la communication créative. En cherchant des façons créatives de décrire quelque chose, vous apprenez à résoudre les problèmes d'une manière ingénieuse. Vous verrez aussi que chaque personne interprète les choses différemment. L'exercice peut également servir de point de départ pour entamer une discussion approfondie entre deux (groupes de) personnes qui ne se connaissent pas si bien. Tout le monde est alors immédiatement averti que l'autre ne comprend peut-être pas la même chose que vous, et que vous devez donc toujours continuer à poser des questions.

LA VALEUR DES MOTS :

Prenez une feuille et un marqueur, répartissez-vous en binôme et asseyez-vous dos à dos. La première personne a reçu un objet et doit le décrire (bien sûr sans dire explicitement quel est l'objet) à la personne B. La personne B doit ensuite essayer de dessiner l'objet sur la base de cette description.

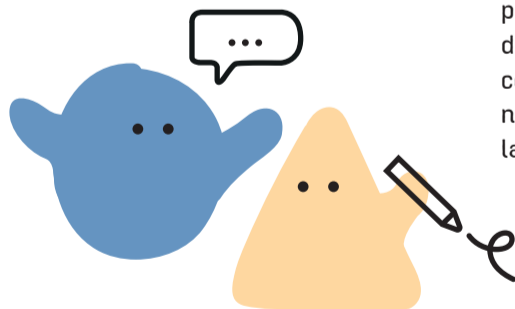


Discutez ensemble :

À quoi ressemble l'objet ?
Ressemble-t-il à ce que la personne A avait en tête ?
Quelles leçons en tirons-nous ?

ÉCOUTER ACTIVEMENT :

Et ensuite pour de vrai. Lors d'une prochaine présentation de votre idée, proposez aux auditeurs de noter ou de dessiner ce qu'ils entendent et comprennent. À la fin, votre public vous remet ses notes ou dessins. Cela vous permet d'évaluer si votre langage a été efficace ou doit être ajusté.



Discutez ensemble :

À quoi les dessins ou les descriptions des auditeurs ressemblent-ils ?
Qu'est-ce que les auditeurs ont compris ?
Cela ressemble-t-il à ce que vous vouliez transmettre ?
Quelles leçons pouvez-vous en tirer ?

D'abord agir ... puis réfléchir !

EXEMPLE INSPIRANT



La plateforme des habitants d'Abele

La plateforme des habitants d'Abele a soumis son projet en 2019 à la suite du deuxième appel à projets du projet INTERREG V « Partons 2.0 ». Afin de lancer le projet, ils ont reçu les conseils du bureau De Stuyverij qui est axé sur l'expérience et un budget de départ pour la réalisation de leur rêve. Partons 2.0 se concentre notamment sur des projets participatifs autour de formes innovantes de services commerciaux et publics.

Le village d'Abele fait partie de la commune de Poperinge et est situé juste à la frontière avec la France. Avant l'ouverture des frontières intérieures européennes, il y avait un poste de douane au milieu du village. Les Belges vivaient d'un côté de ce poste et les Français de l'autre. Les contrôles frontaliers au poste de douane ont aujourd'hui bien entendu disparu, mais la séparation entre les habitants belges et français est toujours là. Les facteurs importants sont la langue et la culture.



Depuis 2009, la plateforme des habitants d'Abele rêve de renforcer la cohésion sociale du village par le lancement d'un jardin de rencontre. En face de l'église se trouve un grand terrain en jachère avec beaucoup de potentiel. La plateforme des habitants a récemment reçu l'approbation du notaire pour en faire quelque chose de temporaire. Les idées concrètes sont : une aire de jeux, une aire de pique-nique, un lieu de rencontre, une classe en plein air et un jardin de cueillette.

Le projet vise à impliquer les habitants d'Abele dans la création d'un jardin de rencontre. C'est pourquoi les idées sont recueillies par le biais de diverses actions. Vous pouvez suivre ces actions via la page Facebook de la plateforme des habitants d'Abele. En outre, différentes réunions sont également organisées, telles qu'un café de village, une soirée cinéma, des ateliers, etc.

AVENTURE #4

Concevoir et faciliter un moment de participation

La pratique permet d'apprendre énormément de choses. De très nombreuses façons de participation existent: en parlant, mais aussi en concevant quelque chose ensemble, en jouant à un jeu, en testant des solutions.

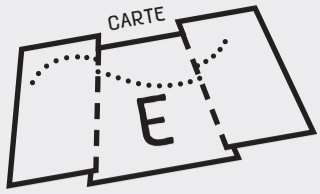
Vous avez encore des doutes, commencez par quelque chose de petit. La participation ne doit pas se limiter à un moment, mais peut justement très bien avoir lieu dans le cadre de très nombreuses petites activités.

Expérimentez et apprenez à quel point la participation peut être précieuse. Un événement participatif est également l'occasion idéale de travailler avec vos partenaires et d'apprendre à se connaître. Cela requiert de la préparation et une certaine compréhension de votre groupe cible. Qui voulez-vous atteindre pour cet événement ou activité ? Quelle action est la plus efficace pour ce faire ? Dans cette aventure, nous allons la mettre en pratique.



SOYEZ ATTENTIFS À ...

- Ne placez pas la barre trop haut. Commencer petit, c'est gagner gros. Une discussion en petit comité constitue aussi déjà une participation, préparez-la également. Sortez progressivement de votre zone de confort si cela s'avère nécessaire.
- N'ayez pas peur d'un feed-back négatif pendant votre activité. Voyez-le comme un signal que les gens font preuve d'implication et qu'ils veulent peut-être bien jouer un rôle dans votre projet ou activité. Vous pouvez très facilement transformer le feed-back négatif en quelque chose de positif. Par ex. : « c'est agréable de recevoir ce feed-back, je peux en tenir compte. Peut-être avez-vous envie de participer ? »
- Plusieurs groupes cibles demandent une approche différente. Il vaut peut-être mieux organiser plusieurs petits événements qu'un seul grand.



AU TRAVAIL AVEC LE CANEVAS DE LA PARTICIPATION

ÉTAPE 1
POURQUOI ALLONS-
NOUS ORGANISER
QUELQUE CHOSE ?



ÉTAPE 2
QUELLE QUESTION
VOULONS-NOUS
POSER À NOS
PARTICIPANTS ?



ÉTAPE 5
QUE VOULONS-NOUS
ATTEINDRE ? QUEL
EST LE CONTEXTE
SOUHAITÉ ?



ÉTAPE 6
CHOIX DU TYPE
D'ACTIVITÉ



Dans le monde entier ...

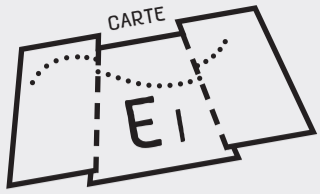
ÉTAPE 3
QUI EST LE GROUPE CIBLE ?

ÉTAPE 4
POINTS IMPORTANTS :
À QUOI DEVONS-NOUS
ÊTRE ATTENTIFS ?

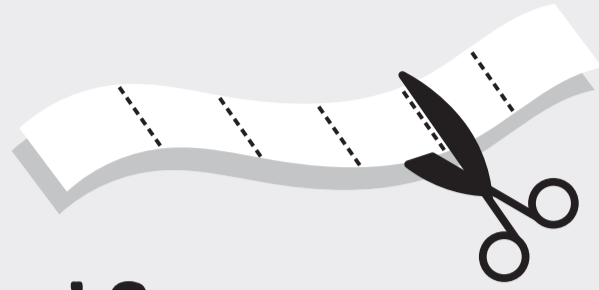
ÉTAPE 7
RÉFLÉCHISSEZ AUX PARTENAIRES
QUE VOUS POUVEZ ENCORE
IMPLIQUER.

Téléchargez ici
le canevas de
participation :



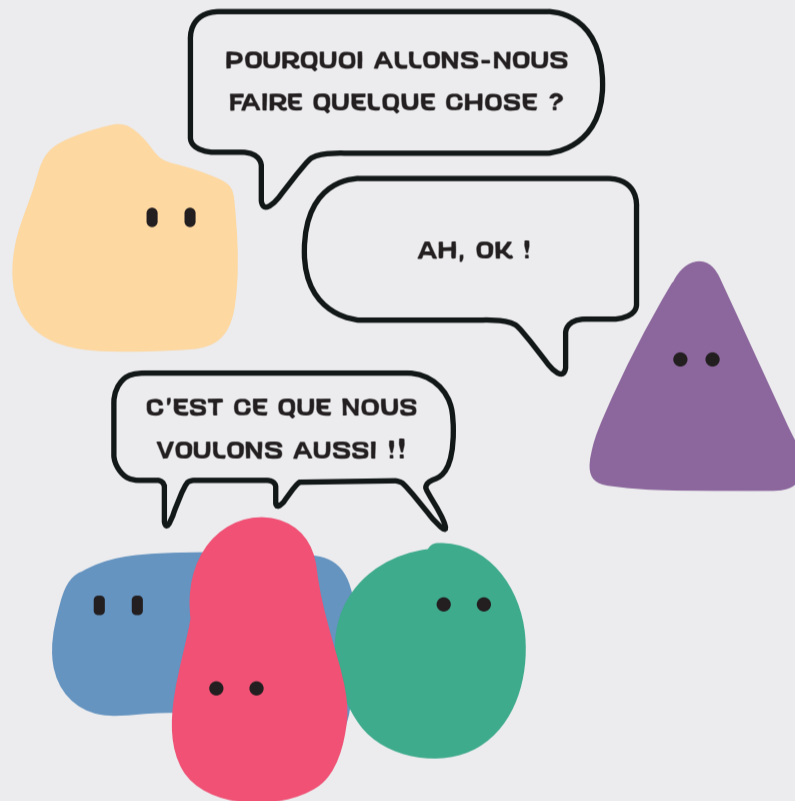


LE DÉFI



Étape 1 : Pourquoi ?

Pour chaque projet que nous créons, nous voulons le plus grand soutien possible. Autant d'enthousiasme que possible et suffisamment d'aide pour pouvoir le réaliser. Nous ne répéterons jamais assez à quel point il est important que tout le monde puisse adhérer à la mission de votre projet. Nous vous conseillons dès lors de ressortir régulièrement l'exercice du « golden circle » et de le refaire avec les personnes intéressées. Vérifiez régulièrement ce qu'il en est des motivations internes de votre projet ou action.



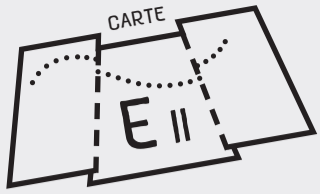
Ne réservez pas le pourquoi uniquement au groupe de projet, mais rendez-le public. La motivation semble toujours bonne ? Est-elle claire pour tout le monde ? Rendez le « pourquoi » du projet ou de l'action suffisamment visible. Plus les motifs sont clarifiés et divulgués, plus ils seront aussi partagés. Ne vous retenez pas et essayez de les gérer avec créativité : écrivez-les sur les murs, créez des T-shirts avec un slogan, partagez un post Facebook ou réalisez une vidéo, demandez à vos collaborateurs de transmettre le message...

Notre pourquoi :

.....

.....

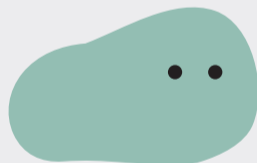
.....



NOTRE OBJECTIF

Étape 2 : La question

Que voulons-nous apprendre, que voulons-nous exactement atteindre avec notre exercice de participation ? Car la participation est un moyen, pas une fin en soi. Écrivez toutes les questions que vous avez pour votre groupe cible sur des post-its et discutez ensemble de ce dont vous avez besoin pour pouvoir passer à l'étape suivante à l'aide de la participation. Vous voulez rendre la rue plus agréable ? Dans ce cas, vous voulez peut-être connaître les problèmes. Vous voulez peut-être savoir de quoi rêvent les gens ? Vous voulez peut-être réaménager la rue en collaboration avec le quartier ? Vous voulez peut-être savoir qui utilise la rue ? ... Décidez ensemble de l'objectif de votre premier exercice participatif.



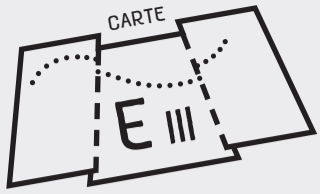
Pendant toute la durée d'un projet, vous devrez régulièrement répéter cet exercice. L'objectif général de votre projet compte de nombreuses étapes différentes. Poser une question claire à tous les intéressés crée dès lors plus d'espace pour un bon résultat qui vous permet de continuer.

Notre question d'aujourd'hui :

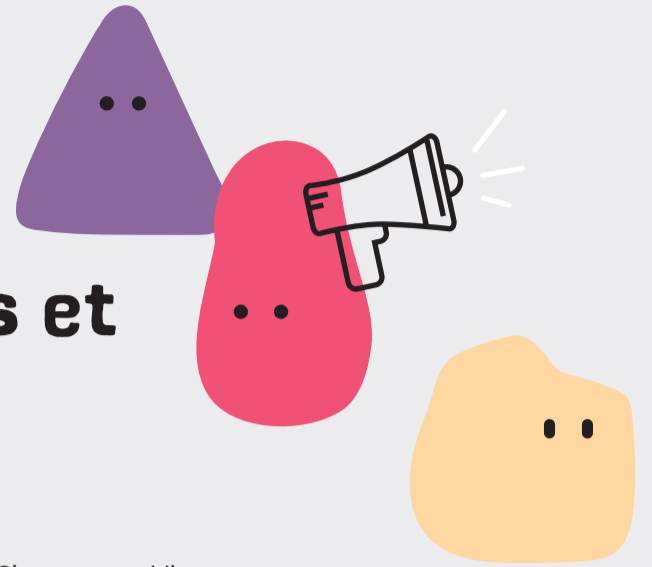
.....

.....

.....



LE GROUPE CIBLE




Étapes 3 et 4 : Personas et points importants

Les parcours participatifs sont organisés avec différents types de personnes. C'est pourquoi il est très important pour chaque activité de déterminer qui vous voulez précisément atteindre. Qui profite de notre projet ou a de l'influence sur notre projet ? De qui avez-vous besoin pour cette étape spécifique à laquelle vous voulez passer ? Pour qui souhaiteriez-vous organiser un événement participatif ? Et comment pouvez-vous les atteindre et les enthousiasmer au mieux ?

Une personne aimera en effet discuter, alors qu'une autre est ouverte à une activité créative ou préfère justement être abordée individuellement. L'exercice des personas est d'une grande aide pour identifier les caractéristiques et les besoins des différents groupes cibles.

PROFIL D'UTILISATEUR

NOM	ÂGE	SEXE
PRÉNOM	STATUT	
	FORMATION	
	TRAVAIL	
	NATIONALITÉ/ORIGINE	
COURTE BIO / AUTRES CARACTÉRISTIQUES		
SCÉNARIO		



EXERCICE :

Imprimez le schéma pour les personas et remplissez-en un par persona. Vous pouvez décider de créer différents personas pour certains groupes cibles par ex. jeunes, seniors ou personnes très vulnérables,...

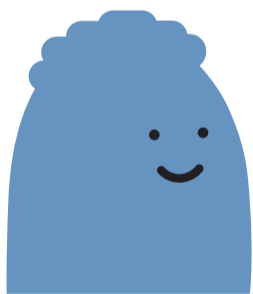


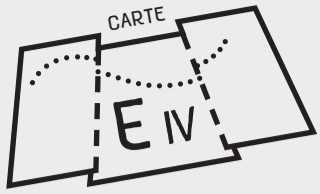
Un persona est un personnage fictif avec toutes les caractéristiques d'une personne « typique » de votre groupe cible. En donnant à cette personne un visage, un nom, un métier, des hobbies, etc., il est plus facile de vous imaginer à la place d'une personne qu'au sein d'un groupe abstrait de personnes. Un persona est la « deuxième meilleure option » si vous n'avez pas le temps d'interroger en détail votre groupe cible en personne. Si vous voulez suivre un parcours avec tout un quartier, vous ne pouvez pas vous adresser à chaque personne individuellement. Dans ce cas, créez différents personas et cherchez ce qui leur convient à tous. Vous pouvez décider sur la base de cet exercice que vous aurez besoin de plusieurs moments de participation, adaptés à chaque type de persona. Par ex. : vous prévoyez quelque chose à la maison des seniors du quartier, puis vous faites quelque chose à l'école pour apprendre à connaître les besoins des jeunes et peut-être aussi ceux de l'école.

Le mode de façonnement de votre persona doit être basé sur des connaissances objectives.

Vous pouvez dès lors par ex. décider de créer un persona avec un partenaire (une organisation, une figure clé, ...) qui connaît bien le groupe cible en question. Trouve-t-il qu'il s'agit là d'un personnage réaliste ? Votre partenaire pourrait-il encore ajouter quelques points importants ?

PROFIL D'UTILISATEUR

NOM	ÂGE	SEXE
	82	F
PRÉNOM	STATUT	
Jeanneke		
	FORMATION	
	TRAVAIL	
	NATIONALITÉ/ORIGINE	
COURTE BIO / AUTRES CARACTÉRISTIQUES		
SCÉNARIO <i>Jeanneke a toujours habité dans le quartier. Elle y connaissait jadis tout le monde et connaît tout de l'histoire de la rue. Elle a un petit chien qu'elle promène le soir et qui fait ses besoins dans la rue, ce qui la rend encore plus sale.</i>		

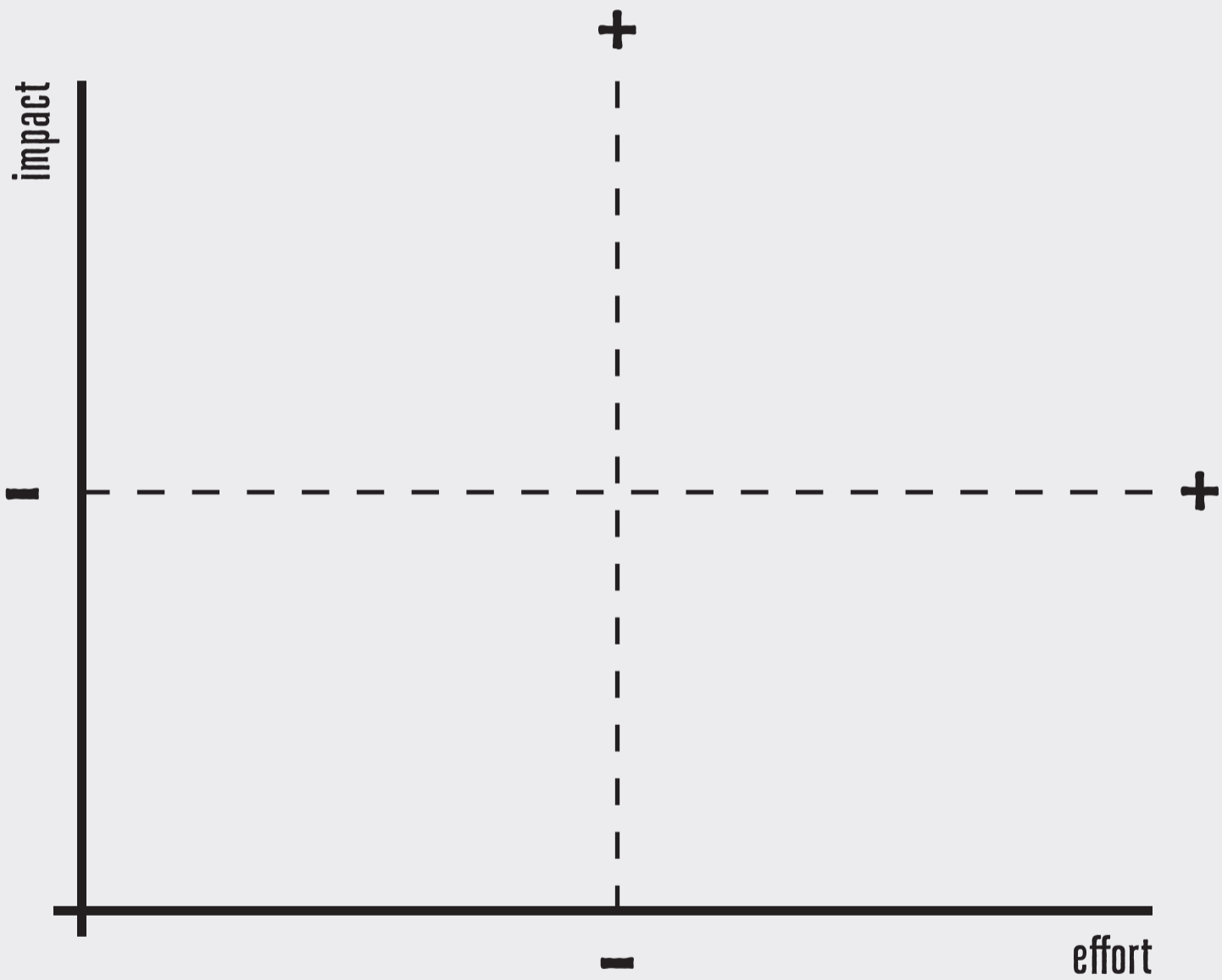


ACTIVITÉS



Étapes 5 et 6 : Contexte et type d'activités

Un effort minimum avec un impact maximum

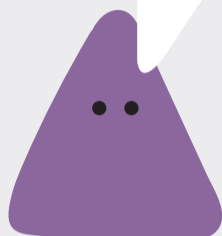




EXERCICE :

Notez chacun en silence toutes vos idées pendant 10 minutes. Ne vous limitez pas, ayez l'esprit ouvert. Nous optons en premier lieu pour la quantité et non pour la qualité.

Maintenant que nous savons pour qui nous organisons quelque chose, nous avons toutes sortes d'idées concernant des types d'activités.



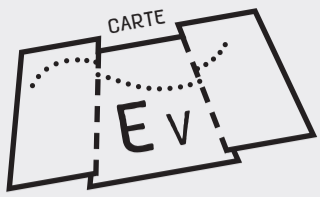
Une fois le temps écoulé, prenez le modèle de grille impact/effort. Accrochez-le quelque part au mur. Cette grille est un instrument de prise de décision qui aide à gérer le temps de manière plus efficace et à entreprendre des actions plus percutantes. Vous évaluez les activités ou idées sur la base de l'effort que vous devez consentir pour ce faire et de leur impact ou de leurs avantages possibles.

Discutez en groupe de l'endroit où accrocher les post-its et aidez tous à les trier.



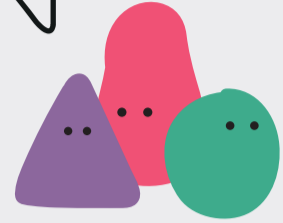
Faites cet exercice avec vos partenaires !

Il en résulte une représentation visuelle des possibilités qu'offre chaque idée. Vous voyez aussi directement quelles idées requièrent beaucoup de travail, mais génèrent un faible impact. Les idées qui donneront le plus de résultat et qui sont les plus faciles à réaliser figurent en haut à gauche. Choisissez de préférence une idée qui se trouve dans cette zone. Vous pouvez éventuellement voter pour la meilleure idée en apposant tous en silence 3 points sur le post-its de votre choix. Ensuite, vous pouvez choisir celui avec le plus de points. Prenez l'idée qui a recueilli le plus de voix et notez cette activité à l'étape 6 du canevas de participation.



LES PARTENAIRES

OÙ EST
LE NORD ?



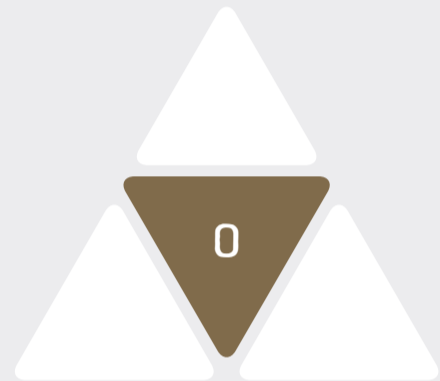
Étape 7 : Des Bermudes au triangle du partenariat

GROUND ZERO : « CE QUE NOUS VOULONS... »

Prenez 4 grandes feuilles (format tableau de conférence ou un grand rouleau de papier) et dessinez le canevas de partenariat sur l'une d'entre elles. Écrivez en haut ce que vous voulez réaliser. Basez-vous pour ce faire sur votre « pourquoi », mais spécifiez pourquoi vous avez précisément besoin de partenaires.

Exemples:

- Je veux impliquer tous les habitants du quartier afin de rendre la rue plus agréable
- Nous voulons trouver des partenaires qui aident à insuffler une nouvelle vie à notre fonctionnement par le biais du bénévolat
- Je veux créer un itinéraire artistique dans mon village



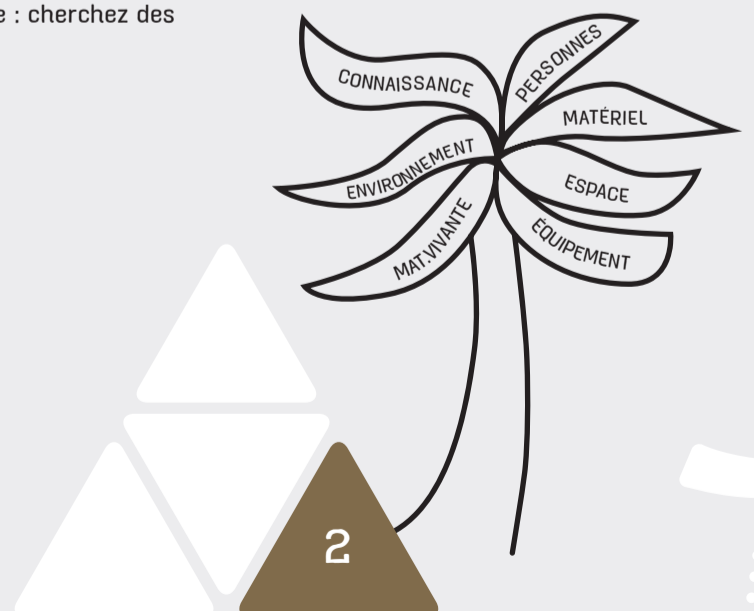
*Pourquoi ?
(Entraînez-vous dans ce que vous voulez)*

GROUND TWO : « CE QUE NOUS AVONS... »

Réfléchissez maintenant pendant 10 minutes aux moyens, aux aptitudes, aux connaissances, à l'expertise... dont vous disposez dans votre projet. Vous pouvez tous les résumer par le terme anglais de « resources » (ressources). Faites-le à nouveau en silence et chacun séparément. Écrivez 1 moyen par post-it. Vous pouvez tranquillement dessiner ou utiliser des photos. Pensez le plus largement possible : cherchez des ressources dans chaque branche de l'illustration d'arbre..

Exemples:

- La situation de ma maison (au milieu de la rue)
- Mon grand living
- Je connais tout le monde
- Les connexions à la commune
- Ma voiture
- Je peux écrire un dossier
- je sais beaucoup de choses sur le tri des déchets
- Mes enfants sont à l'école dans la rue d'à-côté
- Mon mari aime bricoler



Ressources

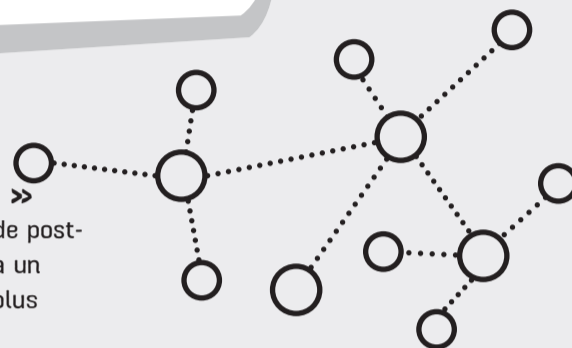


Matériel nécessaire :
des post-its,
des marqueurs,
de grandes feuilles
de papier

Le but de cet exercice est de découvrir de nouveaux partenariats auxquels vous n'aviez peut-être pas encore pensé. Il s'agit d'un exercice pour élargir votre vision et découvrir les win-wins. Faites-le avec votre équipe de projet.

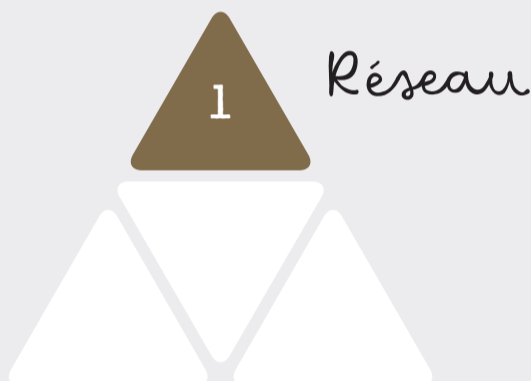
GROUND ONE : « QUI NOUS CONNAISSONS... »

Prenez maintenant l'une des autres feuilles et prenez chacun un paquet de post-its et un marqueur. Mettez un minuteur et procédez chacun séparément à un brainstorming sur qui vous connaissez pendant 10 minutes. Procédez le plus largement possible. Plus il y a de post-its, mieux c'est.



Exemples:

- Le magasin de bricolage dans la rue d'à-côté
- La vieille dame qui n'ose plus sortir
- Le club de karaté
- Mon voisin qui aime organiser
- La famille d'en face
- Le couple syrien qui vient juste d'emménager
- Le chauffeur de taxi
- Le service des immondices
- Les enfants qui passent toujours sur le chemin de l'école
- Ma mère qui vient faire du babysitting chaque semaine



Ne vous limitez donc pas aux personnes que vous connaissez déjà dans votre travail, projet, organisation... mais réfléchissez vraiment « out of the box ». Ne vous demandez pas si elles sont pertinentes pour votre objectif. Vous découvrirez peut-être plus tard des opportunités de collaborer que vous ne voyez pas encore. Une fois les 10 minutes écoulées, mettez la feuille avec les post-its de côté et prenez la feuille blanche suivante.

GROUND THREE : « CE DONT NOUS AVONS ENCORE BESOIN... »

Prenez maintenant la feuille avec le canevas de partenariat. Réfléchissez ensemble aux ressources qui vous manquent encore pour faire de votre projet un succès. Écrivez-les 1 par 1.

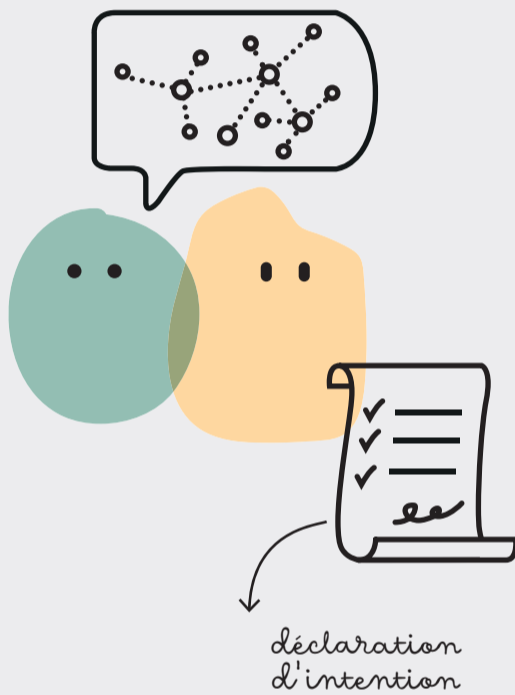
Exemples:

- Il me manque encore des idées pour impliquer les personnes âgées
- Nous avons encore besoin d'un esprit pratique
- Nous ne connaissons vraiment pas bien le quartier



TROUVER DES PARTENAIRES APPROPRIÉS

Lorsque vous cocréez, vous impliquez par définition d'autres personnes dans votre projet : des individus, des groupes de personnes, des organisations, des entreprises, des responsables politiques...



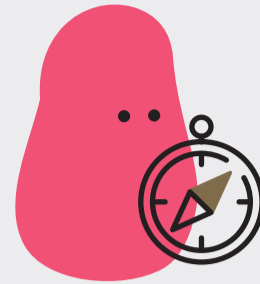
- Si vous pouvez aussi laisser les autres participer activement, vous créez un soutien et permettez au win-win réciproque de se développer.
- En réfléchissant avec les autres à un défi, vous voyez les différents points de vue, ce qui renforce votre projet. Cela donne lieu à des solutions efficaces et durables !
- Les partenaires peuvent vous aider à trouver les connaissances, les moyens, l'influence, les connexions, ... dont vous ne disposez pas.
- Vous pouvez atteindre et comprendre certains groupes cibles en collaborant avec des partenaires qui connaissent parfaitement ce groupe cible. Ces partenaires ou personnes clés peuvent vous raconter comment leur groupe cible est accessible et comment l'aborder. En trouvant un win-win avec ce partenaire, vous parvenez à l'impliquer et il peut éventuellement faire office d'ambassadeur pour votre projet. Il peut aussi intervenir comme « ambassadeur » pour votre projet auprès de leur groupe cible.

Il est dès lors très important de voir avec qui vous préféreriez spécifiquement collaborer et comment vous pouvez trouver le bon win-win. Si tout le monde est gagnant dans le projet, votre partenariat dispose d'une base solide.

CONSEIL !! Après les discussions, la détermination de la prochaine étape avec le partenaire que vous avez en vue constitue une étape importante. Votre partenariat pourra ainsi vraiment débuter et on ne s'en tiendra pas à des paroles !

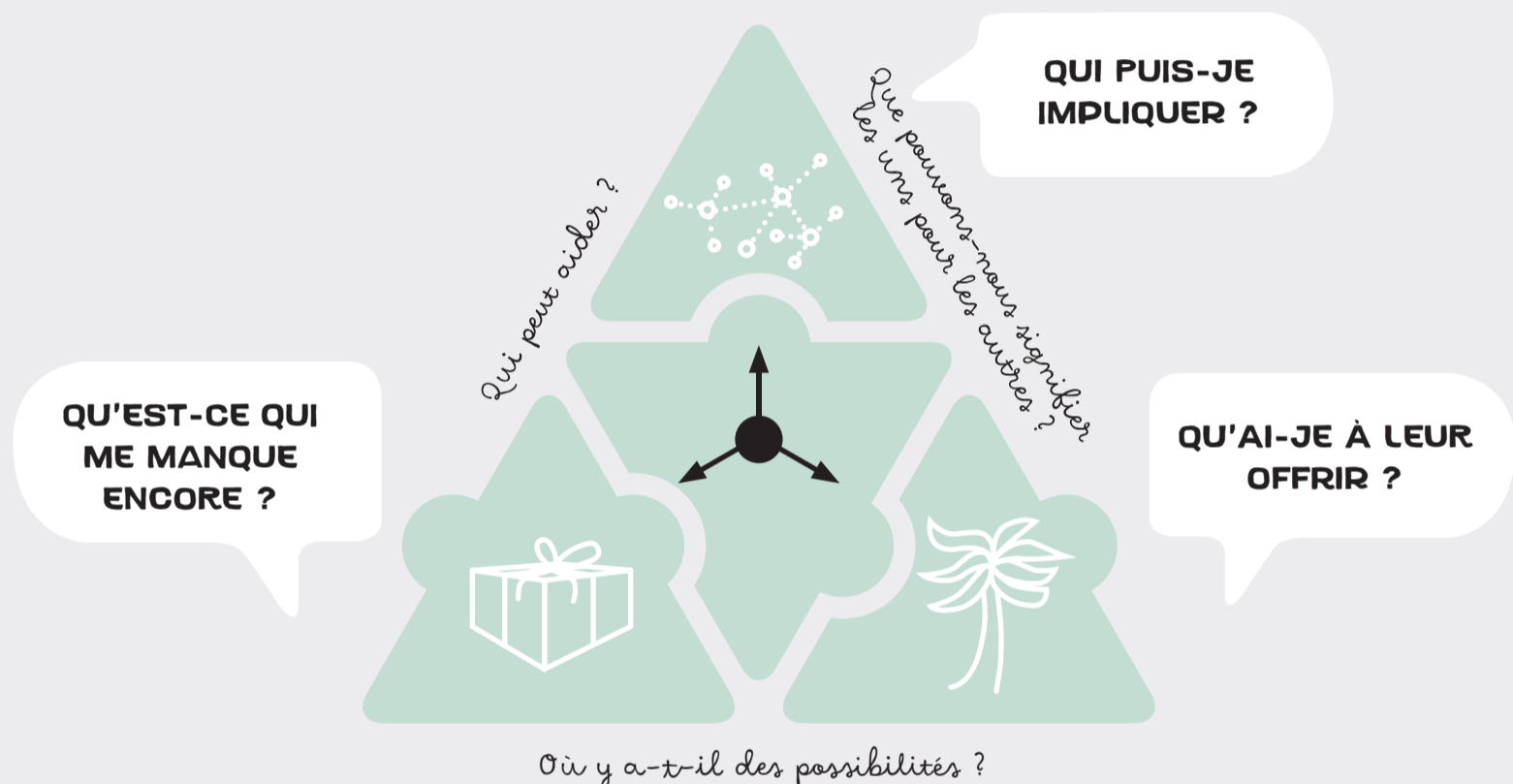
C'est parti !

CONTINUER À VÉRIFIER NOTRE BOUSSOLE...

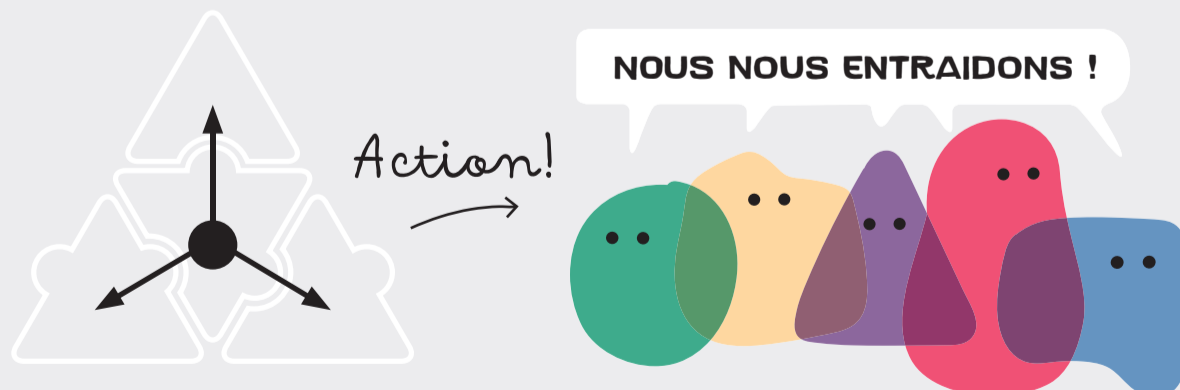


ACTION! « QUE LA MAGIE COMMENCE... »

Prenez maintenant la feuille avec tous les post-its des partenaires possibles. Regardez lequel de ces partenaires peut vous aider à répondre aux besoins que vous venez de noter. Collez tous les partenaires auxquels vous donnez la préférence, en fonction des besoins, dans le triangle supérieur. Collez le bon partenaire pour chaque besoin. Plus vous élargirez votre réflexion à l'étape 1, plus les aubaines se présenteront à vous !

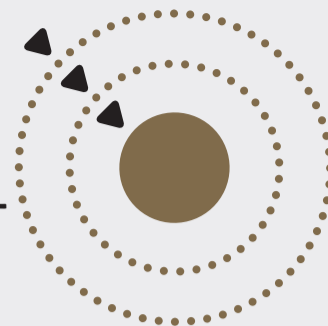


En dernier lieu, vous regardez maintenant quels partenaires vous avez liés à vos besoins et vérifiez parmi vos propres moyens lesquels peuvent être intéressants pour ce partenaire. Vous recherchez donc ce que vous pouvez offrir à ce partenaire et le win-win qui peut renforcer ce partenariat. Vous pouvez éventuellement éliminer les partenaires auxquels vous ne pouvez rien offrir, du moins s'il y en a plusieurs. Vous avez peut-être tout de même quelque chose à leur offrir, mais vous ne l'avez pas encore vu. Dans ce cas, n'hésitez donc pas à explorer le partenariat avec l'éventuel partenaire.



Si vous entrez maintenant en discussion avec ces éventuels partenaires, vous avez déjà une idée concrète de ce que vous pouvez signifier les uns pour les autres.

APPLICATION DE LA CARTE E : LE CANEVAS DE PARTICIPATION



ÉTAPE 1

« POURQUOI ALLONS-NOUS ORGANISER QUELQUE CHOSE ? »

Nous voulons un quartier où les gens se rencontrent.



ÉTAPE 2

« QUELLE QUESTION VOULONS-NOUS POSER À NOS PARTICIPANTS ? »

Comment les habitants peuvent-ils apprendre à mieux se connaître ?



ÉTAPE 3

« QUI EST LE GROUPE CIBLE ? »

« Les habitants de ce quartier » : nous zoomons ici sur les habitants âgés du quartier... nous élaborons un certain nombre de personas sur la base des personnes âgées du quartier.

ÉTAPE 4



« POINTS IMPORTANTS : À QUOI DEVONS-NOUS ÊTRE ATTENTIFS ? »

Jeanneke, un de nos personnages, se sent seule car elle ne connaît plus personne dans la rue. Elle a du mal à se déplacer et il lui est donc difficile de sortir. C'est à cause de son mauvais dos qu'elle ne ramasse pas les crottes de chien, et elle en a honte. Ainsi, nous découvrons qu'elle trouve difficile de demander de l'aide.



ÉTAPE 5

« QUE VOULONS-NOUS ATTEINDRE ? QUEL EST LE CONTEXTE SOUHAITÉ ? »

Nous voulons trouver une manière d'aider les personnes âgées, mais aussi de les valoriser. Nous pensons qu'il sera alors plus facile pour elles d'accepter de l'aide. Nous cherchons une activité qui mettra ce groupe de personnes en contact avec d'autres habitants du quartier, de sorte qu'ils puissent proposer leur aide là où cela s'avère nécessaire. Nous pouvons réfléchir au style et aux tâches pour inspirer les habitants du quartier. Nous songeons ici à la façon dont nous pouvons leur donner suffisamment de confiance pour vouloir recourir à leurs talents.



ÉTAPE 6

« TYPE D'ACTIVITÉ »

(nous avons pleinement opté pour des activités avec beaucoup d'impact et peu d'effort)

« Les visites à domicile pour échanger des histoires sur le quartier. »

Nous pensons que les personnes âgées aiment parler du passé. En même temps, il n'est pas si facile pour elles de parler de leurs problèmes. Les entretiens individuels sont donc la meilleure option. Nous optons pour le win-win : une équipe effectuera des visites à domicile chez tout le monde afin de recueillir des histoires sur le quartier, où nous participerons ensuite à une chouette activité pour renforcer le sentiment de quartier. Nous avons suffisamment de bénévoles et les visites à domicile sont faciles à organiser. Pendant l'entretien, les bénévoles évalueront si les personnes âgées ont besoin d'aide, afin que nous puissions chercher des solutions. Par ex. : nous pourrions chercher quelqu'un qui peut promener le chien de Jeanneke et tout bien nettoyer derrière lui.



ÉTAPE 7

« RÉFLÉCHISSEZ AUX PARTENAIRES QUE VOUS POUVEZ ENCORE IMPLIQUER. »

Nous avons découvert grâce au canevas de partenariat que les collaborateurs de l'organisation de soins à domicile du quartier peuvent aider à détecter les personnes qui seraient ouvertes à une telle visite à domicile.

AVENTURE #5

Conseils pour la route, action !

Créer une ambiance sûre et apprendre à gérer les tensions sont des aspects extrêmement importants lorsque vous êtes en route ensemble. Chaque aventure demande sa propre approche, mais chaque voyageur a aussi ses propres attentes et son propre style. Vous pouvez être d'accord sur les raisons pour lesquelles vous voulez faire quelque chose ensemble, mais cela ne garantit pas toujours une collaboration efficace...

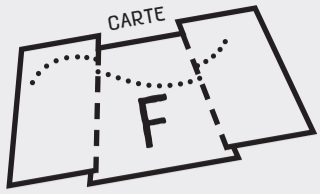
La réponse réside (comme si souvent) dans les petites choses. Veillez à ce que les participants se sentent vraiment les bienvenus et chez eux. Cela commence déjà souvent par l'invitation. Une lettre ou une carte personnelle joue énormément. Mais lorsque les gens se rassemblent, une musique, un encas ou une boisson peut faire des miracles. Ainsi, vous pouvez demander que tout le monde apporte quelque chose - mais tout le monde ne le peut peut-être pas. Essayez d'évaluer cela à l'avance...



Et puis, il y a encore la collaboration proprement dite. Un brainstorming créatif demande de faire le vide dans sa tête. Réfléchir à l'avenir requiert à nouveau l'envie de rêver. Une journée d'activité demande une ambiance active et agréable. Alors qu'une journée de planification requiert à nouveau le calme et la concentration.

Dans ce qui suit, vous découvrirez quelques-unes des nombreuses méthodologies existantes pour impliquer les participants. Faites des recherches dans des livres, sur internet ou tendez l'oreille dans le cadre d'autres projets pour découvrir ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas. Cherchez surtout un style qui convient à votre groupe. Essayez des petites choses, mais pas trop à la fois. Retenez surtout...

*C'est assez pour le moment,
C'est assez sûr pour l'essayer !*

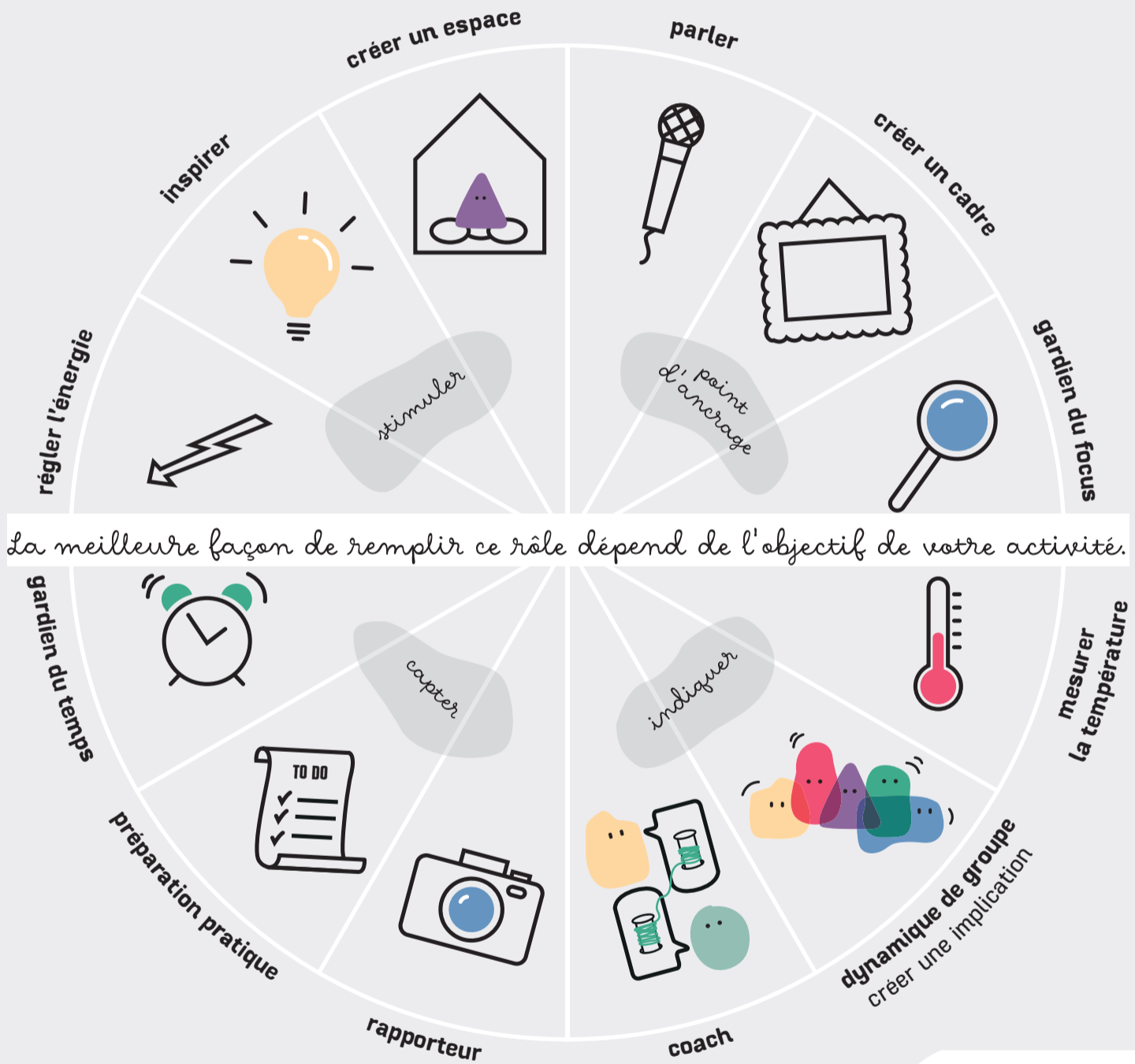


MON COMPORTEMENT

Mon public est ma boussole...

Faites les exercices dans le canevas de participation autant que possible avec vos partenaires, vos collègues ou d'autres parties prenantes. Mais facilitez... Faci... quoi ?

Un facilitateur mène une activité à bien, explique quel est l'objectif du jour et des différentes méthodologies et veille à ce que tout le monde prenne la parole. Le facilitateur donne aux participants autant d'espace et de cadre que possible afin de leur permettre d'apporter leur contribution. Bref, un facilitateur est une personne qui rend quelque chose possible.



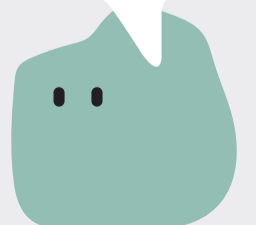
La meilleure façon de remplir ce rôle dépend de l'objectif de votre activité.

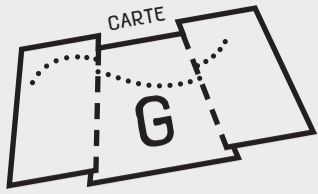
Certains aiment parler, d'autres préfèrent dessiner. Certains aiment les jeux de rôle et d'autres justement pas. Variez les méthodologies, de sorte que les personnes ayant plusieurs préférences aient l'occasion de participer pleinement.

L'ambiance dans l'espace, les méthodologies choisies et le(s) rôle(s) du ou des animateurs interagissent en vue de la réussite de la participation. Réfléchissez donc à ce que vous voulez atteindre et choisissez l'animation appropriée. Convenez à l'avance avec vos collègues ou associés qui assumera quel rôle. Tous les rôles de la boussole ci-dessus ne doivent pas être remplis. Réfléchissez bien à ce qui est nécessaire et demandez de l'aide. Vous ne devez pas toujours procéder à l'animation tout seul.

EXERCICE :

Réalisez votre propre cercle de facilitation et découvrez vos rôles clés...





UNE TEMPÊTE EN APPROCHE !

Brainstorming

Invitez, mais n'obligez personne et veillez à un bon mélange de participants. Choisissez en outre le bon endroit et la bonne ambiance. Commencez par une ou plusieurs chouettes activités brise-glace... puis, créez surtout une véritable tempête et amusez-vous encore plus !

Concentrez-vous sur un seul sujet. Tout le monde doit savoir dans quel but vous cherchez une nouvelle idée et pourquoi. Pendant le brainstorming, faites de la place pour recueillir autant d'idées que possible.

Clôturez par une sélection claire et soutenue des meilleures idées. Remerciez tout le monde pour leur enthousiasme et expliquez comment les idées sélectionnées seront suivies.



6 CONSEILS DE BRAINSTORMING EN OR !

1. Pas de temps pour la critique

Lorsque vous cherchez des idées créatives, il n'y a pas de temps pour la critique. En tout cas pas tant qu'une grande quantité d'idées soit générée.

2. Voyez grand

Souvent, ce sont les idées les plus absurdes et les plus folles qui conduisent à un nouveau plan concret. Encouragez cela ! Voyez grand, plus grand, très grand.

3. Trouvez une idée de tous

Partez des idées d'autres personnes pour trouver une idée. Veillez à penser par « oui, et » et non par « oui, mais ». Aidez-vous et combinez différentes idées pour parvenir à un plan encore meilleur.

4. Ne parlez pas tous en même temps

Menez une discussion à la fois. Laissez chacun s'exprimer et expliquer entièrement ses idées. Vous voulez ajouter quelque chose ? Faites-le lorsque quelqu'un a terminé de parler.

5. Utilisez des images

Les gens pensent souvent en chiffres, faits ou mots. Lâchez prise autant que possible. Pensez en images ou objets. Visualisez les idées et rendez la solution encore plus créative.

6. Optez pour la quantité, pas la qualité

Trouvez autant de nouvelles idées que possible. Ne faites pas attention à la qualité des idées. Le brainstorming consiste en la production d'autant d'input que possible. Plus tard, vous pourrez le perfectionner.

INSPIRATION

Vous trouverez partout sur internet ou dans certains livres de chouettes méthodologies pour procéder à un brainstorming, pour briser la glace ou pour vous vider la tête, ou vous pouvez également en imaginer.

Nous avons d'ores et déjà trouvé énormément d'inspiration grâce à ces termes de recherche :

Le brainstorming, le design thinking, des formes de travail, des techniques de brainstorming, un jeu de brainstorming, un brainstorming inversé, un exercice brise-glace, des energizers, des méthodologies ludiques, une réflexion « out of the box », ...

N'hésitez pas aussi à surfer sur :

www.brainstorm.com et www.cocd.org



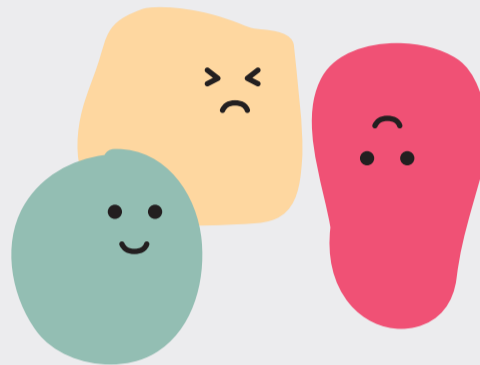
Conseils de brainstorming pour la route

Pendant une séance de brainstorming, vous voulez surtout donner libre cours à la créativité. Les participants doivent, pour ce faire, se sentir à leur aise, être mis en condition pour réfléchir « out of the box ». L'ambiance créée pour éveiller la créativité est donc capitale. Commencez toujours une séance de brainstorming par un exercice brise-glace amusant.

Faites le contraire de ce que je dis

Les participants marchent à travers la pièce et font le contraire de ce que vous dites. Donnez vos ordres tout d'abord lentement, puis plus vite. Certains sont simples, comme « marchez vite », d'autres plus difficiles, comme « penchez-vous en avant », car quel est le contraire de se pencher en avant ? Tout le monde propose une solution différente.

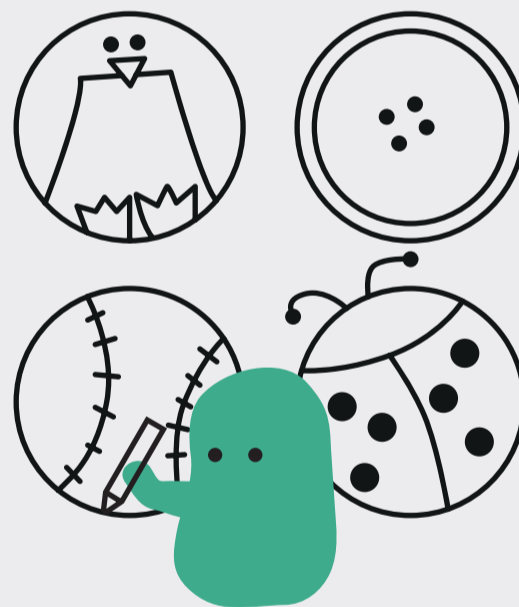
Cet exercice brise-glace vise toutefois à libérer vos participants, car on peut rire et la situation peut être absurde.



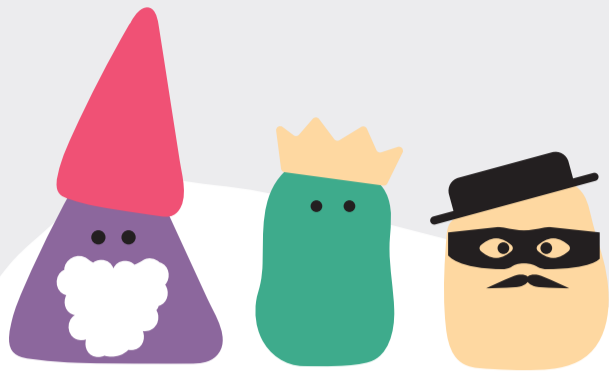
Un cercle n'est pas juste un cercle

Donnez à tous les participants une feuille avec 16 cercles dessinés dessus. Mettez le minuteur sur 5 minutes et laissez le participant transformer autant de cercles que possible en autre chose. Une balle, un visage, une pomme, ...

Cet exercice brise-glace mise vraiment sur la créativité et la réflexion « out of the box » des participants. Développez vos exercices brise-glace de manière à ce que les participants qui ont encore des difficultés à se libérer s'y mettent..



Optez pour une structure seul/ensemble dans laquelle les participants procèdent d'abord à un brainstorming en silence, avant de partager leurs idées au sein du groupe et de continuer à faire travailler leur imagination. Par conséquent, chaque participant dispose d'une marge pour formuler d'abord ses propres idées, et il y a plus de chances que tout le monde soit entendu.



Demandez-vous comment différents personnages de contes, personnages historiques ou superhéros répondraient à la question, sur la base de leurs caractéristiques spécifiques. Utilisez aussi des illustrations de ces personnages pour soutenir vos participants.

Demandez aux gens d'écrire autant d'idées que possible en très peu de temps. Cela les empêche de réfléchir de manière trop « logique ».

Demandez aux gens de dessiner leurs idées ou préparez du matériel de bricolage. Cela active une autre partie de votre cerveau.



Utilisez la pression du temps pour trouver des idées plus vite en jouant à Puissance 4 avec des post-its. Écrivez votre idée le plus vite possible pour pouvoir être le premier à aligner 4 post-its de votre couleur.

Plus on s'amuse et on rit, mieux c'est ! La règle de base du brainstorming est qu'il ne faut rejeter aucune idée : le mot « mais » est interdit ! Une autre règle de base est que la séance de brainstorming doit durer assez longtemps. Vous devez en effet d'abord éliminer les idées les plus évidentes. Ce n'est que lorsque vous les avez écrites et que vous avez l'impression de ne pas pouvoir aller plus loin que vous pouvez émettre des idées plus folles et innovantes.

Concevoir ensemble / stimuler l'implication

Vous pouvez parfaitement utiliser cet exercice pour aménager un espace, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur. Prenons à titre d'exemple une place qui n'est pas attractive et que personne n'utilise. Tous les habitants du quartier sont invités à réfléchir à la façon dont la place pourrait être rendue plus agréable. Donnez aux participants du papier, des marqueurs, du ruban adhésif, ... et demandez-leur à tous de dessiner ce qu'il faudrait installer sur la place ou préparez un tas de blocs lego. Rassemblez tous les dessins et réfléchissez en groupe à ce que vous voyez.

Collecter et coordonner des idées

Parfois, le but n'est pas tant de générer de nouvelles idées, mais de coordonner différents intérêts. Dans ce cas, vous avez besoin d'exercices qui permettent à chacun de formuler son point de vue et de parvenir à un compromis.

VOYONS VOIR...

Qu'avez-vous appris jusqu'à présent ?

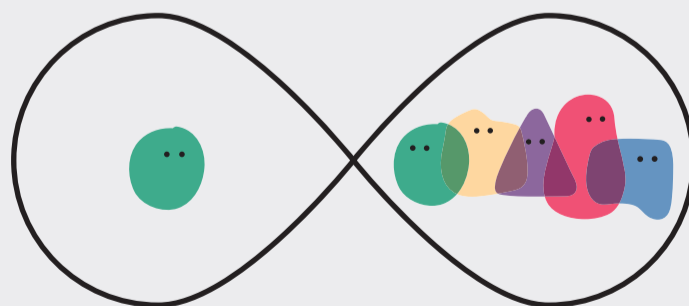
QUE POURREZ-VOUS FAIRE APRÈS CES EXERCICES ?

- Fournir et recevoir un feed-back
- Déterminer pourquoi vous voulez entreprendre une action et quel est l'objectif de votre projet.
- Comprendre comment vous impliquez des gens dans votre projet
- Travailler avec un objectif commun que tout le monde approuve
- Entamer le dialogue sur la mission de votre projet avec différents interlocuteurs. Parlons-nous le même langage ?
- Apprendre à connaître « l'image du monde » de votre interlocuteur
- Avoir une idée des parties prenantes possibles
- Trouver des win-wins avec lesquels vous pouvez créer des partenariats durables
- Apprendre à réfléchir « out of the box » et voir de nouvelles possibilités
- Être en mesure de fixer des priorités et savoir qui vous voulez contacter en premier
- Préparer un événement
- Atteindre et enthousiasmer votre groupe cible
- Distinguer les différents types d'événements et savoir comment les utiliser
- Vous forger une idée de votre groupe cible à l'aide d'un persona
- Déterminer quel rôle facilitateur vous voulez dans le cadre de votre activité
- Savoir comment créer une implication
- Créer la bonne ambiance

Bref, vous saurez comment développer la participation, étape par étape.

QUELS SONT LES POINTS IMPORTANTS ?

Continuez à réaliser ces exercices et à évaluer les points importants à travers le processus avec tous vos interlocuteurs. Êtes-vous toujours sur la même longueur d'onde ? Visez-vous toujours le même objectif ?



AVENTURE #6

Recueillir des idées

Pour continuer à travailler avec tout ce que vous avez appris pendant la participation, vous devez enregistrer et conserver les informations. Vous le faites déjà chaque jour : en tapant des rapports, en prenant des photos et en établissant des listes par exemple.

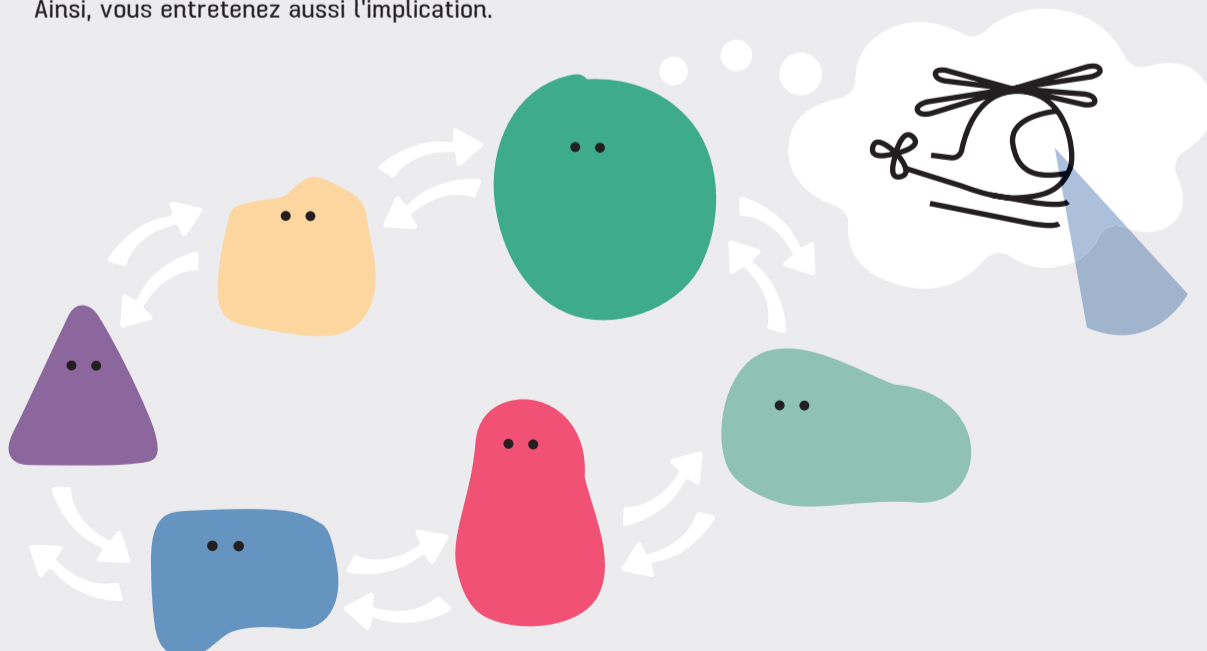
liste

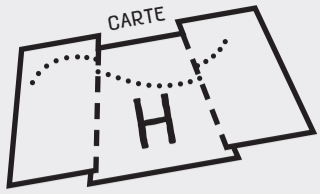
<input checked="" type="checkbox"/>	_____	<input type="checkbox"/>	_____
<input checked="" type="checkbox"/>	_____	<input type="checkbox"/>	_____
<input checked="" type="checkbox"/>	_____	<input checked="" type="checkbox"/>	_____
<input type="checkbox"/>	_____	<input type="checkbox"/>	_____

Mais il y a encore toute une série d'autres manières pour « récolter » des informations. Elles vous aident à analyser plus rapidement par la suite et à réfléchir aux leçons apprises. Récolter des informations de la bonne manière veille à un rendement maximal de vos activités participatives. Réfléchir à la façon dont vous allez enregistrer et conserver des informations constitue dès lors une partie très importante de la préparation de votre activité.

Déterminez déjà pendant la préparation de votre événement comment vous allez récolter des informations. Désignez pendant votre session de participation une personne qui est responsable de la collecte d'informations. Voir aussi les rôles facilitateurs dans la boussole, « rapporteur ».

Communiquez toujours les informations à vos participants : « partagez » votre récolte. Qu'avez-vous appris ? Qu'en avez-vous fait ? Quelles sont les prochaines étapes ? Ainsi, vous entretenez aussi l'implication.





QUELQUES MÉTHODES DE RÉCOLTE : RENDRE LES LIENS VISIBLES

Cet exercice montre tous les liens cachés qui sont établis pendant votre projet et donne aux participants un véritable sentiment d'appartenance. Cet exercice est très sensé après un parcours plus long ou après une période de collaboration.



MATÉRIEL NÉCESSAIRE :

2 post-its de couleur, des marqueurs, de la laine de 2 couleurs, une histoire avec des souvenirs pour ramener les participants dans le temps.



Placez des chaises au hasard partout dans la pièce en fonction du nombre de participants. Placez sous chaque chaise des post-its de 2 couleurs et un marqueur. Demandez aux participants de s'asseoir et de fermer les yeux. Prenez 5 minutes pour les ramener dans le temps et leur rappeler toutes les activités, réunions, moments de travail ou d'activité. Racontez votre histoire de façon animée et faites de temps à autre une pause.



Demandez aux participants de s'asseoir en cercle et donnez une pelote de laine à l'un d'entre eux. Demandez à ce participant d'attacher l'extrémité de la pelote de laine à sa chaise. Ensuite, ce participant dira le nom du participant noté sur son post-it et lancera la pelote de laine à ce participant, qui la fera tourner autour du pied de sa chaise avant de la lancer à son tour. Demandez éventuellement d'expliquer leur lien à voix haute. La pelote de laine passera ainsi d'un participant à l'autre. Vous verrez se former un réseau de connexions.



Demandez aux participants d'ouvrir les yeux et prendre les post-its. Posez des questions sur les liens que vous voulez aborder et rendre visible, par exemple :

- Avec qui / avec quelle organisation avez-vous un bon lien (1 post-it de couleur) ?
- Qui / quelle organisation aimeriez-vous apprendre à connaître davantage (1 post-it de couleur) ?



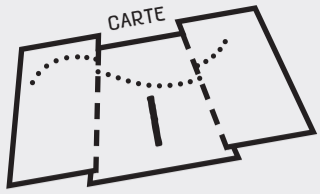
Demandez à tous les participants de coller les post-its dans le réseau.



Prenez l'autre pelote de laine et demandez aux participants de faire la même chose avec la question suivante : par ex. qui aimeriez-vous apprendre à connaître davantage ? Vous obtenez à présent un réseau de liens et de collaborations potentiels.



Prenez maintenant une photo en vue plongeante des liens. Voilà une belle conclusion pour votre projet ou une belle illustration pour la documentation ou les rapports. Les liens sont visibles. Lors du traitement, vous pourrez aussi l'utiliser comme aide-mémoire.



PETITS MOMENTS DE RÉCOLTE ET FEED-BACK

Bon nombre des exercices précédents comportent un élément de « récolte » :

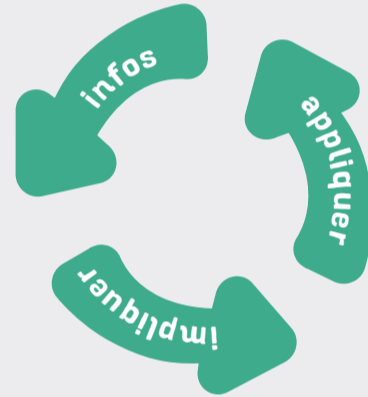
- Si vous demandez aux participants de voter à l'aide d'autocollants ou de croix pour leur idée/moment/affirmation favori(te), vous verrez en un coup d'œil ce que le groupe pense de certaines idées ou d'autres choses.
- Si vous leur demandez de dessiner des rêves ou des informations, vous pourrez par la suite classer ou photographier le dessin à des fins d'analyse.
- Vous pouvez - avec l'accord de vos participants - enregistrer une conversation ou filmer un jeu de rôle et par la suite discuter de ce que vous avez vu.
- Si vous organisez une soirée de rêve, vous pourrez demander à un artiste de représenter les rêves sur une grande feuille. Tous les rêves ensemble constituent alors éventuellement la base de votre communication dans la suite du déroulement de votre projet.

Après la récolte :

1. TRAITER ET ANALYSER

Préparez-vous à ne rien perdre de ces informations. Mais aussi à travailler par la suite avec elles. Que vous ont-elles appris ? Comment allez-vous appliquer de nouvelles idées ? Et comment pouvez-vous à nouveau impliquer les participants ? Un rapport qui disparaît dans un tiroir ne sert à personne. Récolter des informations n'a du sens que si cela vous permet d'améliorer ou de façonner aussi votre projet.

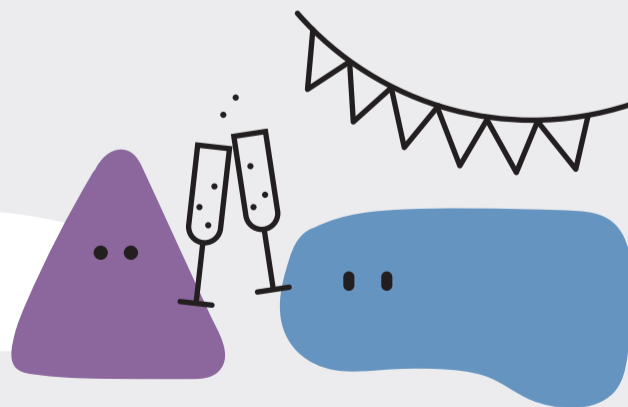
Discutez dès lors explicitement après chaque session de participation de ce que vous allez faire des informations que vous avez reçues.



2. DONNER EN RETOUR

Après chaque session de participation, planifiez dès lors aussi la façon dont vous fournirez par la suite un feed-back aux participants. Que peuvent-ils encore attendre ? Vous pouvez le faire par le biais d'un article dans le journal de la commune, d'une lettre dans la boîte aux lettres ou de posters reprenant des illustrations tirées de votre session de participation, que vous accrochez sur la place. Convenez déjà avec vos participants d'une prochaine session, qui partira de ce que vous avez déjà fait ensemble. La participation n'a en effet de valeur que si elle ne se limite pas à une seule session.

Après la récolte, vous pouvez à nouveau semer pour la prochaine récolte...
... et fêter cela ensemble !



VOYONS VOIR...

Que pouvez-vous faire ensuite ?

- Vous avez une idée de la valeur des informations récoltées.
- Vous connaissez différentes méthodes de récolte d'informations et savez comment les utiliser.
- Vous excellez de plus en plus dans l'art d'enregistrer les informations issues d'une session de participation.
- Vous pouvez réfléchir aux bénéfices de votre session de participation et déterminer comment entreprendre concrètement de nouvelles étapes.
- Vous pouvez examiner avec d'autres personnes si vous parvenez à des conclusions similaires.

Lettre à moi-même

- Qu'est-ce que je veux récolter ?
- Comment procéder pour ce faire ?
- Comment tout tenir à jour ?
- Comment acquérir une vision, une implication et qu'appliquerons-nous plus tard ?
- Comment fournir un feed-back ?
- Comment fêter cela ?

♥ Moi

Prendre le temps d'apprécier...

CETTE AVENTURE N'AURAIT PAS ÉTÉ UNE RÉUSSITE SANS :

Les projets fantastiques qui nous ont accompagnés. La confiance et le soutien des partenaires dans le cadre du projet INTERREG Partons 2.0.

UN GRAND MERCI À :

De province West-Vlaanderen, ENRx, Le Parc naturel régional Scarpe-Escaut, CCFI, PNRCMO, CCHF, CAUE
Commune de Baincthun
Commune de Beaudignies
Commune de Boussières-sur-Sambre
Vereniging De Groene Kans (Diksmuide)
Vereniging Vrije Tijd Anders (Diksmuide)
Buurtbewoners Kemmel
Gemeente Kortemark
Association Nos jardins de campagne (Landas)
Commune de Nieppe
Commune d'Oudezeele
Commune de Quiévrechain
Terre des 2 Caps
Bewonersgroeping (platform) Watou
Bewonersgroeping (wijkraad) Wijk D'Achte (De Panne)
Bewonersplatform Abele Opzetten
Commune de Bergues CCFH
Association La Casseline (Cassel)
Gemeente Diksmuide
De Lovie en Duin&Polder (Pervijze)
Vereniging De Gilde (Langemark)
Gemeente Langemark- Poelkapelle
Collectief Dienst der Gedroomde Gewesten (Ieper)
Stad Ieper
Bewonersplatform Leke
Association Les Papillons Blancs
Stad Veurne
Collectief Vrijstaat Heuvelland
Gemeente Poperinge (Watou)
Gemeente West-Cappel

QUELQUES LIVRES ET SITES INTÉRESSANTS POUR PLUS D'INSPIRATION

- * www.brainssstorm.com
- * www.cocd.org
- * Game storming - Dave Gray, Sunni Brown, James Macanufi
- * Creativiteit Hoe? Zo! - Igor Byttebier
- * www.101werkvormen.nl
- * www.sessionlab.com

SOURCES

Vous souhaitez des informations plus détaillées ou savoir de quoi nous nous sommes inspirés ?

- * Échelle de participation – modèle de Hart
- * Golden Circle - Simon Sinek
- * Feed-back – communication non violente, fenêtre de Johari
- * Triangle de partenariat – The partnership canvas, Value Chain Generation
- * Canevas de participation - Methodiekfabriek

Cette boîte à outils a été développée par De Stuyverij dans le prolongement de INTERREG Partons 2.0. De Stuyverij permet la cocréation de bas en haut dans ses Stuyflabs. Methodieklab, qui est née de De Stuyverij, a introduit ces méthodologies dans d'autres contextes. Certaines d'entre elles sont des méthodologies existantes, complétées de méthodologies propres, mais à chaque fois adaptées au contexte dans lequel elles sont utilisées.

Dans le cadre de Partons 2.0, 25 projets ont été encadrés par De Stuyverij / Methodieklab, et ce, tant en Flandre occidentale qu'en France dans les régions frontalières. Ce processus a réuni des citoyens, des organisations et des autorités, au niveau local et supralocal, qui ont ensuite fait l'objet d'un suivi dans le cadre d'ateliers ou de labs, dans le but de s'inspirer et de se renforcer mutuellement. Sur la base de 2 cycles, les idées en résultant ont été rassemblées dans un rapport et le processus proprement dit a été rendu visible dans cet atlas afin d'inspirer plus d'autorités, d'organisations et d'initiatives civiles locales.

Que vous parcouriez l'atlas dans son intégralité ou seulement quelques chapitres, vous vous rapprochez d'ores et déjà considérablement de l'organisation d'une participation. Vous pouvez toujours vous servir des exercices plus clairs ou de l'inspiration fournis dans les exemples. La participation, lorsqu'elle est bien appliquée, est un modèle puissant qui permet ainsi d'apporter plus « ensemble » à notre société ou à l'espace public.



Flandria Rhei
Partons 2.0

Avec le soutien du Fonds européen de développement régional

