

LES interco. DE DEMAIN



Faciliter
l'expression
des citoyens



LE GROUPE LA POSTE





Une nouvelle approche de la participation citoyenne

Le groupe La Poste a décidé de s'investir dans les démarches de participation citoyenne qui entrent en résonance avec ses missions d'intérêt général et sa proximité avec le secteur public local. Au regard des services de proximité qu'elles gèrent, les intercommunalités ont davantage besoin de se rapprocher de la population et d'imaginer des démarches participatives. Cette démocratie locale suppose de mettre en place des dispositifs performants de dialogue et de concertation permanents proches de la population. Le groupe La Poste a mené une expérimentation avec la communauté d'agglomération de Maubeuge Val de Sambre qui se propose d'apporter une contribution utile à cette approche participative avec des solutions opérationnelles efficaces.

PERMETTRE LE CHANGEMENT D'ÉCHELLE

L'objectif principal de cette nouvelle approche est de faciliter et stimuler la participation des citoyens à la vie locale. L'ambition est de fournir aux partenaires les moyens de changer d'échelle par rapport aux résultats actuels de ce type de consultation des habitants et de diversifier les profils des participants. Pour atteindre cette ambition Le Groupe La Poste dispose d'ores et déjà d'outils techniques et de ressources humaines : moyens logistiques et implantation territoriale de proximité.

Afin de tester une solution technique opérationnelle et acquérir une connaissance approfondie du sujet et des futurs clients, La Poste a décidé de procéder à un « galop d'essai » avec un partenaire déjà bien implanté sur le marché de la concertation.

Le groupe Rouge Vif, agence de conseil et de communication au service des territoires qui opère dans toute la France s'est associé à cette expérimentation dans le cadre du programme de rénovation urbaine (50 millions d'euros d'investissement) concentré sur 4 quartiers dans 3 villes de l'agglomération de Maubeuge.

L'EXPÉRIMENTATION

Au sein d'une démarche de concertation planifiée comprenant notamment plusieurs ateliers de co-création et des réunions publiques, le rôle de La Poste était de réaliser un sondage de 5 questions interrogeant la population concernée par le programme de rénovation sur son ressenti actuel et ses souhaits d'évolution prioritaires. La finalité était de nourrir par la suite les futurs ateliers de co-création.

Plus précisément les deux objectifs fixés par le Président de l'agglomération étaient :

- Parvenir à une participation supérieure à 5% de la population concernée par le projet (10 000 habitants regroupés sur les 4 quartiers au sein d'un territoire où la composition socio-démographique entraîne souvent une absence de participation et d'engagement sur les actions publiques locales.
- Obtenir à travers ce dispositif une diversification des profils des participants : plus jeune et plus féminin notamment.

Le groupe La Poste a donc proposé sur deux semaines, du 25 février

au 9 mars 2019, un dispositif visant à enrôler un maximum de participants sur la base d'une enquête en ligne permettant de garantir un plein effet à la concertation. Les repères chiffrés existants nous ont été donnés par Rouge Vif : habituellement sur ce type de concertation 300 à 400 réponses sont obtenues.

Concrètement pour aller au-devant de la population il a été fait appel à :

- 4 bornes qui ont été installées dans 4 lieux choisis avec soin avec la collectivité :
 - un bureau de poste, Maubeuge principal : 500 visites/jour ;
 - un centre commercial Carrefour 900 visites : jour ;
 - une mairie : Jeumont ;
 - une maison d'animation des associations de l'agglomération.

Ces bornes sont faciles à installer (il suffit d'une prise électrique) et permettent de répondre aux questions en front office alors que le traitement des données se fait en temps réel en back office. Le monitoring de l'opération par son commanditaire se fait donc au quotidien par le suivi de l'évolution des résultats quantitatifs et qualitatifs, borne par borne, question par question.

- 4 ambassadeurs ont été recrutés localement pour la durée de l'opération. Ils sollicitent, informent, et accompagnent les citoyens dans leur démarche auprès de chaque borne (5 mn maximum par accompagnement).

- L'habillage des bornes et des kakémonos est conforme aux prescriptions de l'agglomération.

Ce dispositif est d'un coût HT de 11 500 euros.



La finalité est de nourrir les futurs ateliers de co-création.

UN MONITORING ERGONOMIQUE DU TEST ET DES RÉSULTATS EN TEMPS RÉEL

Le monitoring du test s'est fait à travers des conférences téléphoniques tous les 3 jours entre l'agglomération et La Poste.

À l'issue des deux semaines de test les résultats sont les suivants : 724 répondants se déclinant au quotidien (*schémas ci-dessous*).

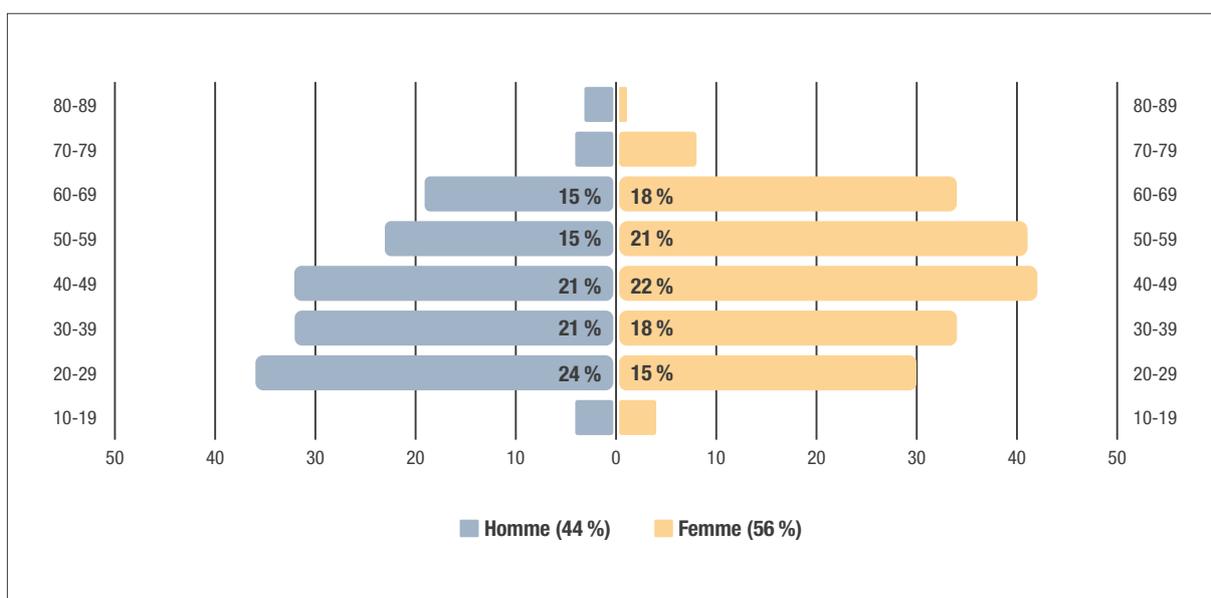
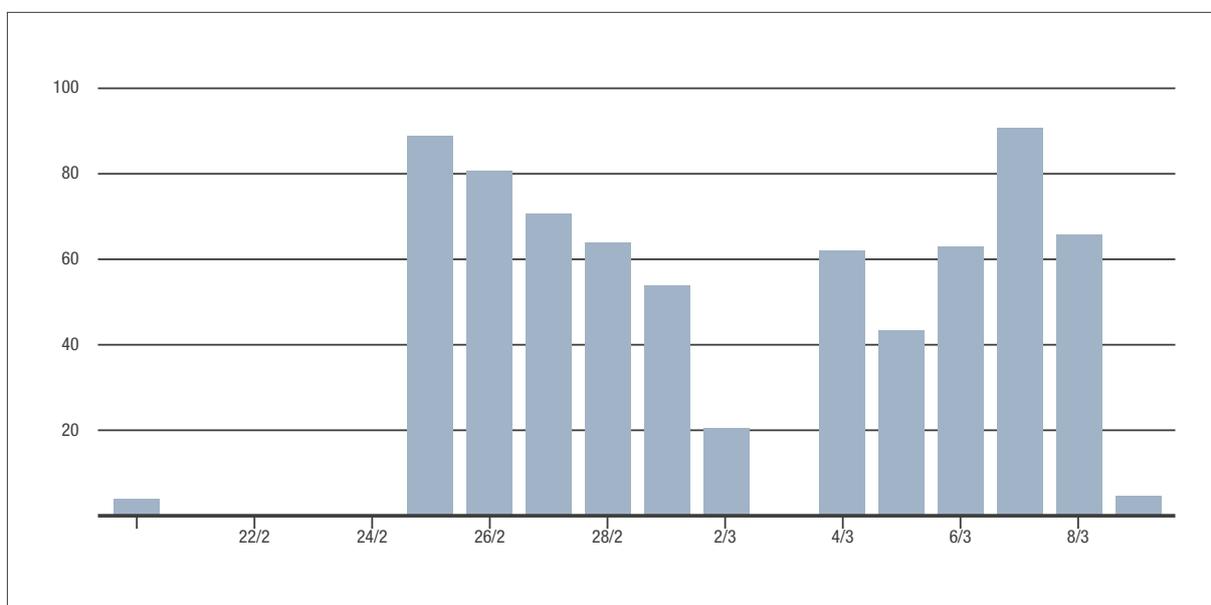
FACILITER L'EXPRESSION DE TOUS LES CITOYENS

À l'issue de cette expérimentation, La Poste se positionne en tant qu'interface et coordinateur entre les intercommunalités et les citoyens. En mobilisant l'ensemble de ses canaux de distribution, elle peut garantir le changement d'échelle avec un mode de recrutement personnalisable. Sa gamme s'articulera autour de ces 3 axes de développement.

Informer les citoyens sur les projets des intercommunalités

Des actions de communication efficaces pour diffuser l'information

Pour compléter le dispositif, le Groupe La Poste avec sa filiale MÉDIAPOST met à la disposition des collectivités son savoir-faire en matière de campagnes de communication pour informer les



citoyens sur les projets cœur de ville : identification des publics à atteindre, diffusion de l'information par différents canaux – courrier non adressé dans l'ensemble des boîtes aux lettres de la commune ou dans des quartiers concernés par le projet, leviers digitaux (mail, SMS, réseaux sociaux), remise de la main à la main dans des lieux de fort passage...

Recueillir les avis et les attentes

Une palette d'outils pour multiplier les modalités de concertation de la population

MÉDIAPOST s'est associé à BSCC pour proposer toute une gamme d'outils visant à inviter les citoyens à s'exprimer et à participer :

- déploiement de bornes interactives accompagnées d'ambassadeurs dans des espaces à fort trafic (hôtel de ville, centres

commerciaux...) et conseils pour la géolocalisation des bornes selon l'objectif des clients, le choix des cibles et des quartiers ;

- accès à une plateforme de collecte et d'agrégation des contributions (avec retour d'information sur le trafic en temps réel vers le donneur d'ordre) ;
- mise à disposition d'un questionnaire en ligne ou remise commentée d'un questionnaire et recueil des réponses par le facteur.

Encourager l'adhésion grâce au financement participatif

KissKissBankBank : une plateforme numérique pour la récolte de fonds

Pour aller encore plus loin, KissKissBankBank, l'un des leaders du crowdfunding en Europe vous permet d'organiser une collecte de fonds en faveur de services publics dans le cadre

d'un budget participatif. La plateforme numérique de financement participatif de KissKissBankBank peut être utilisée pour labelliser des projets fédérateurs sur le territoire ou assurer un effet de levier en abondant la participation financière des habitants.



Organiser une collecte de fonds pour vos services publics avec KissKiss-BankBank >>



Contact >>

Olivier GALIANA
Délégué au Développement Urbain
06 07 64 29 33
olivier.galiana@laposte.fr