



Bureau fédéral d'examen
des évaluations environnementales

Federal Environmental Assessment
Review Office

**MANUEL RELATIF À LA PARTICIPATION
DU PUBLIC À L'ÉVALUATION ENVIRONNEMENTALE:**

**ORGANISER ET EXÉCUTER
DES PROGRAMMES DE PARTICIPATION DU PUBLIC**



Canada

TABLE DES MATIÈRES

ORGANISER ET
EXÉCUTER
DES PROGRAMMES
DE PARTICIPATION
DU PUBLIC

VOLUME 3
UTILISATION DES
MÉTHODES DE
PARTICIPATION
DU PUBLIC

INTRODUCTION

	Page
Remerciements	3
Comment utiliser ce volume	5
Directives pour le choix des méthodes	5
Système de classification	6
Choix d'une approche	10

PREMIÈRE PARTIE UTILISATION DES MÉTHODES DE PARTICIPATION DU PUBLIC

Chapitre I - Méthodes de rétroaction de l'information

Utilisation des sondages et questionnaires	15
Faire des interviews	18
Profils de la collectivité	25
Analyse des données relatives à la participation du public (analyse de contenu)	30

Chapitre II - Méthodes de consultation du public

Réunions publiques	37
Jours d'accueil	48
Réunions d'études	52

Chapitre III - Méthodes de participation accrue

Comités consultatifs	57
Présider des groupes de participation accrue	65
Directives pour l'obtention d'un consensus	66



DEUXIÈME PARTIE
RÉPERTOIRE DES MÉTHODES

Information du public	Page	Méthodes de Consultation	Page
Annonces	73	Aide technique	105
Brochures	75	Brainstorming	106
Bulletins d'information	76	Bureaux d'information	
Communiqués de presse	77	sur le terrain	107
Concours et activités	79	Conférences	108
Conférences de presse	80	Conversations autour d'une	
Documents de prise de position	82	tasse de café	110
Encarts de journal	83	Dialogues	111
Information des		Émissions de télévision	
représentants élus	84	interactives	113
Kiosques et présentoirs	84	Jeux de compromis	116
Messages d'intérêt public	85	Jeux de simulation	116
Programmes de formation des		Jours d'accueil	118
citoyens	87	Méthode de groupe nominal	119
Publications	88	Méthode Delphi	122
Publicité	90	Numéros d'appel spéciaux	124
Publicité par la poste	92	Réunions d'études	126
Rapports	93	Réunions municipales	126
		Réunions publiques	127
		Tables rondes	129
Rétroaction de l'information du public		Méthodes de participation accrue	
Analyse du contenu	95	Charrettes	131
Analyse des données relatives		Comités consultatifs	132
à la participation du public	95	Groupes de travail	132
Détermination des aires		Méthodes de planification conjointe	
d'influence	95	Arbitrage	133
Exposés	96	Conciliation	134
Groupes tests	97	Médiation	135
Interviews	98	Méthode Niagara	136
Participation assistée par		Négociation	136
ordinateur	99		
Présentations écrites	101		
Profils communautaires			
ou sociaux	101		
Questionnaires	102		
Sondages	102		
Ressources			
Index alphabétique	138		
Liste d'autres ressources	139		

REMERCIEMENTS

ORGANISER ET
EXÉCUTER
DES PROGRAMMES
DE PARTICIPATION
DU PUBLIC

VOLUME 3
UTILISATION DES
MÉTHODES DE
PARTICIPATION
DU PUBLIC

Praxis désire remercier les membres de l'équipe et le Comité de direction pour leur contribution importante à ce travail. Les membres du groupe d'étude ont tenu divers rôles : ils ont analysé et préparé les textes, révisé les travaux et participé à toutes les étapes de ce travail. Messieurs Jim Creighton, Bruce Fraser et Desmond Connor ont fourni certains travaux de recherche personnels que nous avons

incorporés intégralement au présent manuel ou adaptés selon les besoins. Praxis désire également remercier le Comité de direction interministériel, organisé sous les auspices du Bureau fédéral d'examen des évaluations environnementales.

Nous adressons des remerciements particuliers au président du Comité de direction, le Dr Gordon Beanlands, du BFEEE.

Membres du Comité de direction du gouvernement fédéral

Bureau fédéral d'examen des évaluations environnementales

Environnement Canada

Transports Canada

Affaires indiennes et du Nord

Administration du pétrole et du gaz des terres du Canada

Énergie, mines et ressources

Environnement Canada, parcs

Travaux publics Canada

Groupe d'étude principal

Praxis
Calgary (Alberta)

Richard Roberts
Sarah Kipp
Maureen Bush

Creighton & Creighton
Palo Alto (Californie)

Jim Creighton

Pacific Rim Consultants
Victoria (C.-B.)

Bruce Fraser

Membres régionaux

Desmond Connor
Connor Development Services
Victoria (C.-B.)

Jean René Proulx, ssDcc
Montréal (Québec)

Keith Storey
Mark Shrimpton
Community Resources Services
St. John's (Terre-Neuve)

Conseillers indépendants

Andrew Thompson, Fraser Gifford,
Barristers and Solicitors,
Vancouver (C.-B.)

Francis Bregha, retraité
Ottawa (Ontario)

Susan Carpenter, S.C. Associates
(anciennement de Accord
Associates)
Washington (D.C.)

Nick Poushinsky, conseiller,
ministère de la Santé,
Gouvernement du Manitoba,
Winnipeg (Manitoba)

Jerome Delli Priscoli, U.S. Corps of
Engineers, Arlington
(Virginie)

Larry Susskind, Harvard Negotiation
Project, Boston (Massachusetts)

Vern Millard, ancien président du
Conseil, Energy Resources
Conservation Board,
Calgary (Alberta)

INTRODUCTION

Le présent volume traite des méthodes appropriées pour les programmes de participation du public. Il est divisé en deux parties : la **première partie** présente un aperçu général, suivi de trois chapitres fournissant des renseignements détaillés au sujet de certaines des méthodes les plus utilisées. La **seconde partie** contient le «**Répertoire des méthodes de participation du public**» c'est un répertoire complet des méthodes utilisées, y compris celles qui sont relativement récentes.

COMMENT UTILISER CE VOLUME

D'abord une mise en garde : avant de tenter d'utiliser une méthode quelconque décrite dans le présent volume, il est indispensable de bien connaître le deuxième volume de ce manuel où l'on esquisse le processus de préparation d'un programme de participation du public.

Ensuite : on ne s'attend pas à ce que le lecteur lise ce volume de bout en bout. Les méthodes sont présentées de telle sorte qu'un administrateur de projet puisse mettre le doigt sur les méthodes particulières convenant à l'approche choisie

et aux objectifs de consultation du public à atteindre.

DIRECTIVES POUR LE CHOIX DES MÉTHODES

Le tableau 1 peut être utilisé pour choisir une méthode. Il est, cependant, indispensable de comprendre que la plupart des méthodes peuvent être utilisées de diverses façons, dépendant des ressources et de l'information dont on dispose, des objectifs et de l'importance du programme.

Les méthodes sont là pour aider; elles sont des éléments nécessaires d'un programme de participation du public, mais elles ne peuvent, à elles seules, assurer l'efficacité du programme. Les méthodes devraient être utilisées dans le cadre d'un programme général de participation du public et intégrées au processus décisionnel.

Dans le même ordre d'idées, on peut dans un programme utiliser les meilleures méthodes possibles, mais si l'organisme manque de sincérité, d'intégrité ou d'engagement au sujet de la participation du public, ce dernier sera sceptique et le programme échouera.

ORGANISER ET
EXÉCUTER
DES PROGRAMMES
DE PARTICIPATION
DU PUBLIC

VOLUME 3
UTILISATION DES
MÉTHODES DE
PARTICIPATION
DU PUBLIC

COMMENT
UTILISER CE
VOLUME

DIRECTIVES
POUR LE CHOIX
DES MÉTHODES

SYSTÈME DE CLASSIFICATION

En fait aucune des méthodes exposées à grands traits dans ce volume ne devrait être utilisée sans avoir, au minimum, les conseils d'une personne ayant l'expérience et la pratique de la participation du public.

Il n'y a pas qu'une seule méthode qui convienne à une activité donnée d'un projet. N'importe laquelle de plusieurs méthodes peut convenir; son efficacité dépend autant des personnes participant au programme et de leur souplesse pour traiter les problèmes que du contenu de la méthode elle-même. Il est toujours possible de modifier un plan de participation du public et d'y ajouter des méthodes nouvelles ou différentes.

Dans le même ordre d'idées, le public peut changer au cours du processus et des méthodes différentes peuvent être nécessaires à différents moments.

Il est conseillé de recourir à plusieurs méthodes dans un programme, plutôt que de s'en remettre à une seule. Différentes méthodes atteindront différents groupes de gens et certaines

conviennent pour atteindre un certain objectif et d'autres pour atteindre des objectifs différents.

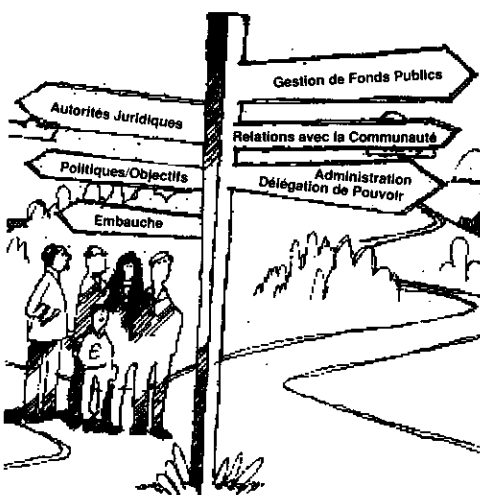
SYSTÈME DE CLASSIFICATION

Bien qu'on ait conçu de nombreux systèmes de classification des programmes et des méthodes de participation du public, il en est un qui a fait ses preuves. Il est esquissé dans la figure 1.

Le danger de présenter les méthodes comme un ensemble homogène est de laisser supposer que pour une situation donnée il n'y a qu'une seule méthode d'obtention d'un consensus. En fait, lors d'une prise de décision complexe, il peut être souhaitable de recourir à une grande variété de méthodes.

Les méthodes décrites dans le manuel se classent en cinq catégories :

- information et instruction du public;
- rétroaction de l'information du public;
- consultation;
- participation active;
- planification conjointe.



L'enquête menée dans les ministères et organismes fédéraux en février et mars 1987 a déterminé le besoin de plus d'information au sujet des méthodes de consultation, de participation active et de planification conjointe. Les méthodes relatives à l'information du public et à la rétroaction de l'information peuvent être utilisées seules ou de concert avec l'une des multiples approches concernant la participation.

Chacune des approches générales est décrite dans les pages qui suivent. Le restant du chapitre est consacré à l'examen des facteurs qui affectent le choix d'une approche globale.

L'information du public

La forme la plus simple de communication avec le public consiste à le tenir au courant régulièrement des décisions en cours de l'organisme. Qu'il s'agisse de publications soignées, de communiqués de presse ou de bulletins d'information, il est une chose essentielle à ne pas perdre de vue : le public a le don de reconnaître toute forme de propagande. L'énorme publicité faite par les médias d'information a rendu le public très critique à cet égard.

Ne l'oubliez pas lorsque vous publiez de l'information. Il est important de coller aux faits, d'exclure toute opinion à leur sujet ou, du moins, de séparer nettement vos opinions du restant du texte. Évitez-vous à décrire la réalité tout en reconnaissant les erreurs présentes et passées; cela suscitera la confiance du public en votre programme. On utilise rarement les méthodes de communications à sens unique seules; on les utilise généralement de concert avec les méthodes de rétroaction, de consultation ou de participation active.

Voici certaines méthodes d'information du public :

- communiqués de presse;
- conférences de presse;
- bulletins d'information ou brochures;
- centres de visionnement, séances audio-visuelles, expositions publiques;
- documents techniques.

Rétroaction de l'information

Les méthodes concernant les réactions du public à l'information servent à obtenir des renseignements du public. Elles comprennent les méthodes utilisées pour obtenir un

**Ensemble
des approches et des méthodes
de participation du public**

**Connaissance
d'une décision
à prendre**

**Être entendu
avant la prise
de décision**

**Avoir une
influence sur la
décision**

**S'entendre au
sujet de la
décision**

Information du public

Annonces

Encarts avec cartes-réponses dans les journaux

Rétroaction de l'information du public

Mémoires

Groupes de discussion

Consultation

Réunions publiques (organisation habituelle)

Conférences

**Réunions d'études/réunions pour solution
de problèmes**

Participation accrue

**Groupes consultatifs/groupes
de travail/charrettes**

Planification conjointe

**Consultation, médiation, négociation,
méthode Niagara**

**1. Remarque : Ce tableau donne une approche
de participation. C'est à vous, en tant que
praticien, qu'il incombe de déterminer ce
que vous voulez accomplir en matière de
participation. C'est à vous ensuite de
déterminer les approches/méthodes/actions
qui vous permettront d'arriver à vos fins.**

du grand public et les méthodes invitant celui-ci à donner son avis au sujet d'une proposition en particulier ou d'un ensemble de propositions.

Voici ces méthodes :

- analyse de la couverture médiatique;
- sondages d'opinions ou des connaissances relatives à un sujet donné;
- profils sociaux ou communautaires;
- mémoires et documents écrits faisant suite à la publication de documents de politiques.

□ La consultation

Lorsqu'un sujet donne lieu à de nombreuses discussions entre les cadres d'exécution et le public, il est nécessaire de procéder à une forme quelconque de consultation. Une méthode de consultation peut servir de méthode principale ou peut être utilisée dans le cadre d'un programme de participation accrue. Rappelez-vous cependant que, quelle que soit la méthode utilisée, elle exigera un engagement substantiel d'organisation, de support, de temps, de personnel et d'utilisation des résultats.

Un grand nombre d'intérêts du public pour des questions d'environnement et d'utilisation des ressources sont pris en charge par des environnements organisés. Certains de ceux-ci sont purement locaux, mais la plupart font partie d'associations provinciales ou nationales. Il s'ensuit qu'il existe un bon réseau de groupes ayant accès à de l'information et à des ressources communes et qui, souvent, sont préoccupés par votre projet.

Dans le cadre de l'ensemble de votre approche de participation du public en cours, vous pouvez rester en communication avec ces groupes :

- en les incluant dans votre liste de distribution des publications du ministère;
- en organisant des réunions avec leurs dirigeants pour mettre à jour les préoccupations générales et échanger de l'information; et,
- en organisant une réunion annuelle avec les groupes organisés afin d'évaluer les progrès dans votre région et de déterminer les préoccupations.

CHOIX D'UNE APPROCHE



Un autre bon moyen de promouvoir le dialogue avec le public est de rencontrer les clubs locaux, les syndicats, les chambres de commerce et d'autres organisations similaires. En assistant à leurs réunions et en demandant de figurer à leur ordre du jour, vous avez une chance de rencontrer beaucoup de gens sans les obliger à sacrifier une autre de leurs soirées.

Parmi les méthodes de consultation pour des projets et des politiques déterminés, mentionnons :

- les examens du plan de travail;
- les réunions publiques;
- les réunions d'études;
- les jours d'accueil.

□ Participation accrue et planification conjointe

Les méthodes de participation accrue et de planification conjointe exigent surtout l'appui indéfectible des administrateurs de projet. Par conséquent on ne doit y avoir recours que pour des questions majeures, complexes ou particulièrement controversées. Les méthodes de participation accrue s'étendent sur de longues périodes et

requièrent à la fois des méthodes d'information du public et de consultation; elles sont, par conséquent, les plus aptes à être adaptées à la situation locale. Les méthodes de planification conjointe engendrent une prise de décision en commun, le public étant représenté au sein de comités décisionnels ou de résolution des problèmes. Étant donné que, généralement, ces méthodes entraînent de nombreux dialogues entre le public et les administrateurs de projets, il en résulte un public au courant, capable d'aider lors de problèmes futurs ou de donner des conseils au sujet de programmes de participation du public en cours.

Ces méthodes comprennent :

- la formation de comités consultatifs;
- la formation de groupes de travail;
- la formation d'équipes de planification conjointe.

CHOIX D'UNE APPROCHE

Le choix d'une approche pour un programme de participation du public est une question de jugement, bien qu'une telle décision doive être facilitée si

Tableau 1
Choix d'une approche pour la participation du public

Considérations suggérant une approche consultative	Considérations suggérant des approches de participation accrue ou de planification conjointe
Les problèmes ont un impact mineur sur l'environnement ou sont surtout une question de préférences du public qui peuvent être satisfaites par des modifications aux plans.	Les problèmes ont des implications sérieuses pour l'environnement, des impacts économiques ou sociaux importants et des compromis sont probables.
Une gamme restreinte de problèmes est en cause.	Il y a un large éventail de problèmes complexes.
Peu de gens sont intéressés à la situation, généralement centrée sur un domaine d'intérêt particulier.	De nombreux groupes du public et de l'organisme sont préoccupés par les problèmes; ces préoccupations sont partagées par divers partisans.
Les problèmes sont urgents et il faut s'en occuper en peu de temps (quelques semaines ou de deux à trois mois).	Les problèmes sont importants, mais on dispose de temps pour planifier (de six mois à un ou deux ans).
Le public est préoccupé, mais n'exige pas un programme officiel de participation accrue.	Le public désire vivement un programme officiel de participation.
L'organisme dispose des ressources nécessaires pour un programme modeste.	L'organisme dispose des ressources nécessaires pour un programme complexe.

l'on a suivi le processus expliqué dans le volume 2. Dépendant des objectifs du programme, un administrateur de projet peut décider de restreindre le programme de participation du public à des méthodes de sensibilisation ou des méthodes concernant des réactions à l'information, ou il peut vouloir recourir à des approches favorisant

davantage la participation. Certaines situations incitent à utiliser des approches consultatives, alors que d'autres exigent des méthodes de participation accrue ou de planification conjointe.

Le tableau 1 donne certaines directives pour faire un choix entre des méthodes de consultation ou de participation

**ORGANISER ET
EXÉCUTER
DES PROGRAMMES
DE PARTICIPATION
DU PUBLIC**

**VOLUME 3
UTILISATION DES
MÉTHODES DE
PARTICIPATION
DU PUBLIC**

accrue, choix que les administrateurs du projet peuvent parfois trouver difficile.

La gravité et la complexité de la situation affectent le choix des diverses méthodes de consultation ou de participation accrue, ainsi que l'importance des efforts et de l'appui requis pour que le programme fonctionne.

Les programmes de participation du public exigent du temps et de l'argent et suscitent des espoirs. Rien de mal à

cela, si l'administrateur se rend compte de la nécessité de poser un engagement clair envers le programme choisi. En général, plus la méthode choisie est complexe, plus l'organisme doit s'engager à appuyer le processus et à utiliser ses résultats. Souvent le public se rend à un programme de participation biaisé et soupçonnant que ses opinions auront peu d'influence sur les décisions. Un accroissement de l'appui du public, une satisfaction personnelle de participation et l'efficacité des

Figure 1
Degré de participation du public et ce qu'il signifie

Degré de participation	Message au public
Communication d'information au public	Vous désirez les informer de la situation.
Programme d'instruction du public	Vous voulez que le public sache de quoi il s'agit.
Echantillonnage de l'opinion	Vous vous souciez de ce que le public pense et agissez en conséquence.
Vérification des plans pour approbation du public	Vous êtes prêts à modifier les plans et l'exploitation pour satisfaire au point de vue du public.
Participation accrue	Vous comptez sérieusement suivre la plupart des conseils du public.
Planification et prise de décisions conjointes	Vous êtes tout à fait décidé à les résultats dans tous les cas, sauf circonstances atténuantes.

résultats dépendent de la façon dont l'administrateur communi-quera son engagement à travailler avec le public et à tenir compte de l'opinion de celui-ci. L'engagement n'est pas l'apanage du personnel qui se trouve en première ligne, les fonctionnaires principaux dont ils dépendent doivent tout autant être engagés.

Un responsable doit vérifier à l'avance avec ses supérieurs les limites de son pouvoir de décision afin que ceux-ci puissent le soutenir lorsque les choses se gâtent et que l'imprévu, toujours possible, se produise. Le degré d'engagement de l'organisme doit croître au même rythme que s'accroît la participation du public.

La suite du volume est arrangée comme suit : les chapitres 1 à 3 de la première partie décrivent en détail certaines des méthodes les plus couramment utilisées.

Chapitre 1 – Méthodes concernant les rétroactions de l'information du public : sondages et questionnaires, interviews, profils de la collectivité, analyse du contenu.

Chapitre 2 – Méthodes de consultation : réunions publiques, jours d'accueil et réunions d'études.

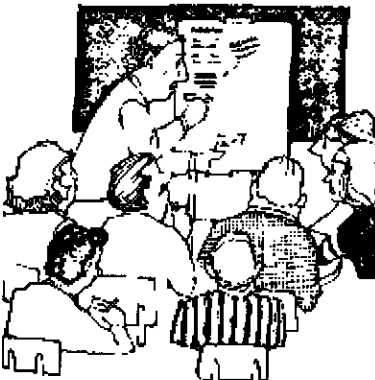
Chapitre 3 – Méthodes de participation accrue : groupes consultatifs, directives pour un consensus et présidence de groupes de participation accrue. La deuxième partie du volume est un répertoire réunissant la presque totalité des méthodes utilisées à l'heure actuelle. Étant donné que de nouvelles méthodes voient le jour de temps à autre, alors que d'autres sont abandonnées, ce répertoire n'est pas exhaustif. Une brève description de chaque méthode est donnée avec ses avantages et ses inconvénients.

En règle générale, plus le public participe...

- Plus il est exigé de temps et d'énergie du personnel en charge.
- Plus le processus de participation est onéreux.
- Plus les participants exigent une information précise et détaillée.
- Plus les participants s'attendent à ce que leurs apports soient considérés et utilisés.
- Plus le spécialiste doit prouver son engagement à utiliser les résultats, à respecter les plans, à tenir les participants au courant de l'évolution et à expliquer tout écart des recommandations ou des décisions des participants.

Derniers commentaires des praticiens...

- Ayez recours à plusieurs méthodes pour un programme plutôt que de vous fier à une seule.
- Souvenez-vous qu'à mesure que la participation du public augmente, l'engagement de l'organisme doit lui aussi augmenter en proportion.



PREMIÈRE PARTIE UTILISATION DES MÉTHODES DE PARTICIPATION DU PUBLIC

CHAPITRE I MÉTHODES DE RÉTROACTION DE L'INFORMATION

Le chapitre 1 traite en détail des trois méthodes les plus couramment utilisées concernant les réactions du public à l'information : les sondages et les questionnaires, les interviews et les profils de la collectivité.

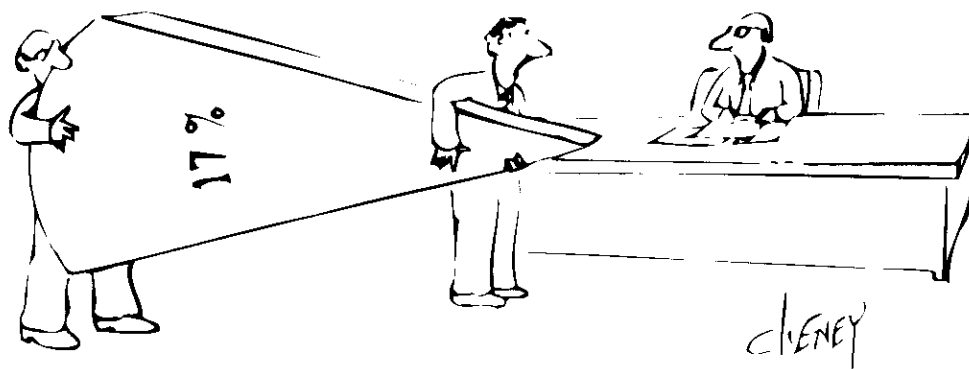
UTILISATION DES SONDAGES ET DES QUESTIONNAIRES

Les sondages et les questionnaires constituent tous deux des moyens efficaces d'évaluer l'opinion publique. Leur utilisation par des organismes fédéraux est toutefois sévèrement réglementée par Statistique Canada.

Nature des sondages et des questionnaires

Les sondages permettent d'évaluer les diverses opinions du public. Ils sont menés par des enquêteurs expérimentés qui posent à chaque personne les mêmes questions et dans le même ordre. Ces questions sont d'abord testées afin d'être certain qu'elles sont claires, non tendancieuses et font obtenir l'information désirée.

Les personnes interrogées font partie d'un échantillon de la population choisi suivant certaines règles, définies par des professionnels en ce domaine, qui assurent le caractère de généralité et d'impartialité de l'échantil-



Voici la statistique que vous cherchiez!

ORGANISER ET
EXÉCUTER
DES PROGRAMMES
DE PARTICIPATION
DU PUBLIC

VOLUME 3
UTILISATION DES
MÉTHODES DE
PARTICIPATION
DU PUBLIC

UTILISATION DES
SONDAGES ET DES
QUESTIONNAIRES

MÉTHODES DE
RÉTROACTION DE 15
L'INFORMATION

lonnage. Des recherches statistiques ont été faites afin de déterminer les normes concernant le nombre de personnes à interroger pour assurer aux résultats un certain degré de fiabilité, (par exemple, les nombres obtenus sont exacts à plus ou moins 5% près). On peut augmenter ce degré de fiabilité en augmentant le nombre de personnes interrogées.

Dans les sondages, l'enquêteur pose des questions précises et il consigne lui-même les réponses qui elles aussi seront précises. Par contre, pour les questionnaires, même si la question posée est précise, le questionné a toute latitude de se limiter à une réponse précise ou de s'étendre sur le sujet ou encore de rajouter des informations non demandées. C'est cette différence qui fait que les sondages sont statistiquement plus fiables que les questionnaires.

Utilisation des sondages et des questionnaires

Pour pouvoir proclamer l'exactitude ou la fiabilité des résultats d'un sondage ou d'un questionnaire, il faut que le choix de l'échantillon – c'est-à-dire des personnes invitées à répondre au sondage ou au questionnaire – ait été fait suivant des normes strictes assurant le caractère de

généralité de l'échantillon. En outre, il faut tester préalablement les questions pour assurer qu'elles ne soient tendancieuses et pour qu'elles fassent obtenir l'information désirée. Il est donc évident que les questions posées lors de sondages ou de questionnaires doivent être préparées par des experts en la matière. Des questionnaires préparés par des amateurs peuvent être tendancieux ou indiscrets et produire des informations insuffisamment crédibles pour être utilisables. L'intérêt même des questionnaires et des sondages, leur quantification, constitue également leur faiblesse s'ils sont mal faits. Le fait que les résultats des sondages et des questionnaires puissent être quantifiés, donnent à ces méthodes une auréole d'objectivité qu'aucune autre ne peut donner. Ceci peut être très rassurant pour le décideur qui doit prendre une décision difficile face à une forte opposition, quelque soit le choix qu'il fasse. Mais étant donné qu'un sondage mal conçu sera considéré comme un «fait» tout comme un sondage bien conçu, il faudrait que les sondages et, à un degré moindre les questionnaires, soient faits par des personnes de grande expérience en cette matière. Il faudra donc, habituellement, recourir à des

consultants de l'extérieur, ce qui a pour conséquence que les coûts de sondages sont relativement importants.

Avantages et inconvénients

L'avantage principal des sondages et des questionnaires réside dans la possibilité qu'ils offrent d'atteindre le public non organisé, au-delà des groupes organisés. La plupart des méthodes de participation du public permettent de déterminer la gamme d'opinions du public, mais non la répartition de ces opinions dans le public. Bien conçu, un sondage ou un questionnaire peut aider à déterminer le pourcentage de cette répartition. Par exemple, si l'on craint que seule une minorité bruyante se fasse entendre, un questionnaire indiquerait dans quelle mesure les opinions exprimées sont partagées par le public en général. Les sondages et les questionnaires permettent également de recueillir l'opinion de personnes qui hésiteraient à se prononcer en public. La distribution d'un questionnaire par des gens de l'endroit, embauchés spécialement à cette fin, ou par des bénévoles éveillerait dans la communauté un plus grand intérêt et un sentiment de propriété du projet.

Le recours aux sondages et aux questionnaires comporte toutefois de nombreux inconvénients. Rédiger le rapport concernant les antécédents d'un questionnaire et obtenir l'approbation de Statistique Canada peut exiger beaucoup de temps. Un autre inconvénient, c'est que les questionnaires et les sondages accordent la même importance aux avis de tout le monde alors que cela ne reflète pas la réalité politique: une personne très soucieuse au sujet d'un problème n'a pas plus d'importance qu'une personne qui ne s'en soucie guère, quelle que soit leur importance politique. La connaissance des diverses opinions du grand public ne donne pas nécessairement une indication précise de l'équilibre du pouvoir politique dans la collectivité. On peut cependant concevoir les sondages et les questionnaires de façon à remédier à ce problème en posant des questions au sujet de la connaissance que les personnes intéressées ont du sujet, et en faisant ressortir les différences d'opinion existant entre les personnes très au courant du sujet et celles qui ne le sont pas.

Les sondages et les questionnaires donnent une image instantanée de l'opinion

ORGANISER ET
EXÉCUTER
DES PROGRAMMES
DE PARTICIPATION
DU PUBLIC

VOLUME 3
UTILISATION DES
MÉTHODES DE
PARTICIPATION
DU PUBLIC



MÉTHODES DE
RÉTROACTION DE 17
L'INFORMATION

FAIRE DES INTERVIEWS

publique à un moment donné. Cette opinion peut changer rapidement, surtout si au départ le public en général est peu au courant du problème. Une image tout à fait conforme de l'opinion publique à un moment donné risque de ne plus être conforme deux mois plus tard. Les coûts d'analyse des nombreuses réponses à un sondage ou à un questionnaire peuvent être très élevés. En général, un membre de l'équipe prendra autant de temps à analyser et à enregistrer les réponses qu'il en a fallu à l'interviewé pour répondre. Traiter plusieurs milliers de réponses peut requérir un temps considérable du personnel. En raison des coûts que cela représente, s'il n'est pas nécessaire de connaître le pourcentage exact des diverses opinions dans une communauté, mais seulement d'avoir une information globale relative à l'attitude du public, il peut être préférable de mener une série d'interviews informelles, ou de réunir des groupes de discussion. En dépit de leur intérêt, les sondages ne se substituent pas au processus politique. Ils indiquent cependant jusqu'à un certain point dans quelle mesure les participants sont représentatifs du public en général.

FAIRE DES INTERVIEWS

Avantages et inconvénients

Des interviews informelles peuvent être un élément efficace des programmes de participation du public. Une série d'interviews de 30 à 60 minutes des représentants des principaux groupes d'intérêts peut permettre de saisir rapidement le problème, la dynamique entre les différents groupes d'intérêts et l'intensité de leurs intérêts dans le sujet. Quelques journées d'interviews peuvent souvent produire une somme considérable de renseignements.

Les interviews informelles permettent d'approfondir un sujet, elles ne limitent pas la personne interviewée aux choix offerts dans un questionnaire. Elles permettent aussi d'examiner les préférences, ce qui aide à comprendre les motifs et l'intensité des sentiments qui sont à la base des opinions. Les interviews donnent aussi une occasion d'examiner des sujets autres que ceux qui, d'avance, ont été étiquetés comme importants; ceci peut contribuer à identifier d'autres problèmes sources de préoccupations non encore pris en considération. En plus de

contribuer à l'établissement d'un climat de confiance et de crédibilité, les interviews sont également une source d'information de base. Cependant, le problème inhérent aux interviews est qu'elles prennent beaucoup de temps et qu'il n'est possible d'interviewer qu'un nombre limité de personnes. Une interview de 30 à 45 minutes peut exiger 2 à 3 heures de travail de préparation pour fixer le rendez-vous, planifier l'interview, aller chez l'interviewé, mener l'interview, transformer les notes en rapport et consigner les interviews dans les dossiers. Cela signifie qu'il n'est possible d'interviewer qu'un nombre limité de personnes. Cela peut parfaitement convenir si l'information requise est l'opinion des groupes intéressés ou des dirigeants de la collectivité, mais on ne peut cependant être certain que les personnes interviewées représentent l'ensemble des intérêts de la collectivité, ou dans quelles proportions leurs opinions sont partagées par l'ensemble de la collectivité.

Une interview moins coûteuse et qui prend moins de temps que l'interview face à face est

l'interview téléphonique mais celle-ci n'est à utiliser que si une analyse approfondie n'est pas requise.

Un autre inconvénient des interviews est que seules les personnes intéressées savent exactement ce qui s'est dit au cours de l'interview. Par conséquent, le public (et les décideurs) n'ont qu'à espérer que les intervieweurs ont fidèlement rapporté ce qui fut dit lors des interviews.

Dans l'interview informelle l'accent est mis sur la qualité de l'information et non sur la quantité. Il ne convient pas d'attribuer une valeur quantitative à l'information obtenue lors d'interviews informelles et cela pour deux raisons : «l'échantillonnage tendancieux» et «l'influence de l'intervieweur». Dans un échantillonnage tendancieux, la sélection de l'échantillon n'est pas faite au hasard mais suivant un choix de groupes ou de personnes. Il peut s'agir d'un parti pris délibéré en faveur de personnes qui possèdent le genre d'information requise, mais cela exclut de tirer des conclusions d'ordre quantitatif au sujet de ce que le public pense.

«L'influence de l'intervieweur» : on fait allusion au fait que des questions posées différemment, ou par des personnes différentes, engendrent des réponses différentes. Il s'ensuit qu'une question posée à un moment donné engendrera vraisemblablement une réponse différente si elle est posée différemment à un autre moment. Les réponses à des questions semblables obtenues par un intervieweur pourront donc différer de celles obtenues par un autre intervieweur.

C'est pourquoi, dans le cadre d'un sondage ou d'un questionnaire, la teneur des questions doit être très soigneusement pensée et la question testée au préalable. Même si une série d'interviews informelles concernent les mêmes sujets, le fait que le texte des questions est légèrement différent d'une fois à l'autre, et que le contexte du sujet varie, crée une influence de l'intervieweur et annule toute possibilité de prétendre à une valeur quantitative.

Directives pour à la conduite des interviews

Préciser l'objectif : Le premier pas, assez évident, est de préciser ce que l'on attend exactement de l'interview;

précision et clarté sont d'ailleurs essentielles si l'on veut savoir qui interviewer. Lors du premier appel pour préparer une interview, l'interlocuteur demandera l'objectif de l'interview et, si vous voulez avoir une chance qu'il acquiesce, il faudra que votre réponse soit succincte et précise. Bien que les interviews informelles permettent de discuter librement, il ne s'agit pas «d'aller à la pêche», il faut que l'interview soit préparée sans quoi vous indisposerez les gens.

Choisir les personnes à interviewer : Même si on ne prétend pas constituer un échantillonnage scientifique, la crédibilité d'un programme de participation du public exige d'inclure toutes les opinions principales. Cela ne vaut pas dire que si il y a dix groupes environnementaux il faille les interviewer tous, mais il faut veiller à interviewer des représentants d'un nombre de groupes suffisants, afin d'être certain de bien comprendre les différences d'opinion existant entre eux ainsi que leur dynamique politique.

Certains groupes en chapeautent d'autres; dans certains cas ce sera donc une bonne idée de téléphoner à ceux que vous n'avez pas

l'intention d'interviewer et de leur demander : «Si je vais trouver le groupe X pour discuter du sujet, pensez-vous que cela couvrirait la plupart des préoccupations de votre groupe à ce sujet?» Si on vous dit que non, il vous est alors possible d'obtenir par téléphone leurs préoccupations qui ne seraient pas couvertes par votre interview avec le groupe X. C'est une manière efficace de ne pas gaspiller le temps des chefs des groupes d'intérêts aussi bien que celui du personnel de l'organisme. Généralement, les groupes d'intérêts apprécient cette méthode. En outre, le réseau de relations informel existant entre les organismes non gouvernementaux vous permettra de connaître d'autres organisations à interviewer. Il vous permettra aussi de communiquer rapidement les résultats de votre interview.

Préparer une interview :

Normalement on fixe un rendez-vous pour l'interview. Par bonheur les gens se sentent flattés lorsqu'on leur propose de les interviewer - cela laisse supposer que leurs opinions sont fort importantes ou pleines de sagesse - et il s'ensuit que la plupart acceptent volontiers de fixer une date

pour l'interview. Cependant, ils voudront 1) connaître le but de l'interview, 2) savoir quelle utilisation sera faite de l'interview (et savoir son caractère confidentiel), 3) savoir qui d'autre sera interviewé et 4) connaître la durée de l'interview.

Dans la mesure du possible, il est préférable que ce soit l'intervieweur qui organise les interviews, parce que cela lui donne l'occasion d'établir le premier contact. Mais du fait que cela exige beaucoup de temps, il arrive souvent que ce soit une autre personne qui le fasse. Dans ce cas, soyez certain que la personne qui organise l'interview soit parfaitement au courant des buts des interviews et de l'usage qui en sera fait. Soyez certain qu'elle prévoie suffisamment de temps pour se rendre d'une interview à une autre ainsi qu'une période de 30 minutes environ, après chaque interview, pour permettre à l'intervieweur de rédiger des notes alors qu'il a encore bien en mémoire tous les détails de l'interview. Si le rendez-vous est fixé plusieurs jours à l'avance par une autre personne que l'intervieweur, celui-ci devrait le confirmer la veille. Interviewé et intervieweur

savent alors qu'ils ne gaspilleront pas de temps et cela leur permet d'établir un premier contact.

Idéalement, l'interviewé devrait pouvoir décider de l'endroit et de l'heure du rendez-vous: par exemple, au bureau de l'association des citoyens.

La durée de l'interview :

Habituellement, les dirigeants de groupements, de groupes d'intérêts ou d'organismes acceptent de consacrer de 30 à 60 minutes à une interview. Si la personne interrogée porte un intérêt particulier au sujet, l'interview pourrait dépasser les 60 minutes. Une interview de moins de 30 minutes serait tellement précipitée, surtout si l'on tient compte du temps inévitablement perdu en échanges polis à l'arrivée et au départ, que les avantages de ce genre d'interview seraient perdus. Certains intervieweurs expérimentés ont cependant constaté que même si l'interviewé n'a prévu qu'une brève interview, il la prolongera volontiers si le sujet l'intéresse. Mais si le temps prévu est court, et que la personne interviewé manifeste des signes évidents de nervosité, ne l'offensez pas en prenant tout le temps prévu que cela lui plaise ou non.

Poser les questions : Une manière efficace de mener une interview est de recourir à une approche informelle organisée: vous déterminez à l'avance les domaines que vous comptez aborder et cela vous servira de guide, même si l'ordre dans lequel on pose les questions peut varier. S'il y a plus d'un intervieweur, il est essentiel d'adopter un modèle organisé afin que des comparaisons soient possibles.

Souvent, avec le temps les enquêteurs modifient leur approche et il est important d'assurer une certaine cohérence. Ainsi, lorsqu'il y a plusieurs intervieweurs, il faut qu'ils se réunissent pour comparer leurs notes concernant les divers sujets, leur façon d'organiser l'interview et les questions et les méthodes d'interview.

Il faut observer deux règles dans la façon de poser les questions :

Ne pas poser des questions qui suggèrent la réponse à donner. À la question «Ne pensez-vous pas que le projet X est vraiment nécessaire?», la réponse attendue est évidemment positive; la question posée de cette façon suggère la réponse désirée. Des recherches ont montré

que les personnes sans opinion ferme se laissent facilement influencer. La réponse désirée sera donnée, mais n'aura aucune valeur comme indice de l'opinion des gens à ce sujet. Les personnes qui ont déjà une opinion bien arrêtée sur le sujet seront froissées par des questions qui suggèrent la réponse attendue et concluront que l'interview est tendancieuse.

Les questions doivent être générales. Si la question est : «Le projet X est-il nécessaire?» la réponse sera vraisemblablement un oui ou non sans plus. Il est évident qu'une telle réponse n'est que de peu d'utilité lorsqu'on a besoin d'information en profondeur au sujet du genre de problèmes qui se posent et de leur importance. Il s'ensuit qu'il est donc préférable de poser des questions générales, auxquelles on ne peut simplement répondre par oui ou par non. Par exemple, on peut demander : «À votre avis, quels sont les besoins futurs?» ou «Quel est le pour et le contre du projet X?» ou encore «Comment peut-on résoudre le problème Y?». Ce genre de questions suscite des réponses plus complètes et permet à l'interviewé d'aborder des sujets qui, à ses yeux, sont

importants. Pour compléter certains points on peut demander par exemple : «Pour quelles raisons dites-vous cela?». (Cette tournure donne de meilleurs résultats que «Pourquoi?».)

Prendre des notes : Lors d'une interview, il est important que l'interviewé se sente à l'aise, ce qui ne sera pas le cas si l'intervieweur passe son temps le nez dans son carnet de notes sans regarder, ou presque, son interviewé, ou encore s'il s'acharne à noter chaque parole de l'interviewé. La plupart des enquêteurs expérimentés utilisent l'une des deux méthodes suivantes.

Courtes notes et compte-rendu immédiat. Une méthode souvent utilisée par les preneurs de notes expérimentés est de prendre de courtes notes durant l'interview en s'en tenant strictement aux points essentiels; immédiatement après chaque interview, ils se retirent dans un endroit calme et complètent de mémoire les notes prises. (Ces notes originales serviront plus tard d'aide-mémoire pour la rédaction d'autres notes). Il faut donc lorsqu'on organise les interviews prévoir le temps nécessaire pour la préparation de ce compte-rendu immédiat.

Courtes notes et utilisation d'un magnétophone. Certains intervieweurs préfèrent prendre de courtes notes, mais utilisent un enregistreur pour compléter ces notes un peu plus tard. Cette méthode est particulièrement intéressante s'il est très important d'avoir les mots exacts dits par quelqu'un – comme ce serait le cas pour un journaliste. Certaines personnes sont intimidées par un magnétophone, ou s'expriment avec plus de circonspection parce qu'il craignent que la bande tombe entre les mains de tiers. Cependant dans l'ensemble, l'enregistreur ne semble pas déranger les gens et, en fait, ils apprécient sa précision. Transcrire des propos enregistrés prend toutefois beaucoup de temps.

Caractère confidentiel.

En général, pour parvenir à obtenir une information franche, l'intervieweur devra assurer l'interviewé que les informations qu'il donnera seront traitées comme confidentielles. Normalement, on assurera à l'interviewé que seul le personnel de l'organisme travaillant directement au projet ou à l'étude aura accès aux sommaires des interviews personnelles. S'il devait être nécessaire de distribuer une

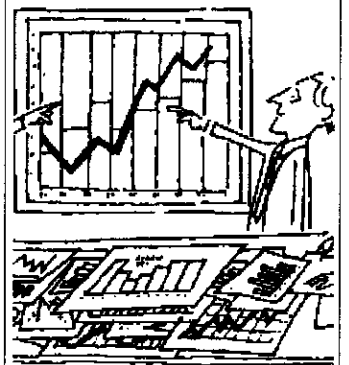
récapitulation générale des interviews à un public élargi – ce qui est généralement le cas lors de programme de participation du public – il faudra que cette récapitulation soit rédigée de telle façon que l'identité des personnes ayant fourni des informations délicates soit protégée. Lorsque l'information devra être communiquée à d'autres personnes que celles que nous venons de citer, l'intervieweur a le devoir d'en informer au préalable la personne qu'il interviewe.

Échanger des renseignements.

Presque invariablement, à la fin d'une interview, l'interviewé posera des questions telles que «Quelle était la réaction du groupe X à ce sujet?» ou «Et les autres gens que vous avez interviewés qu'en pensent-ils?» Ces questions mettent en cause la nature confidentielle des interviews, l'objectivité et les suggestions de réponses. Mais il y a dans cette question un aspect de réciprocité difficile à ignorer : cette personne vient vous donner de l'information et, à son tour, elle vous en demande. Cette situation exige un bon jugement de la part de l'intervieweur, mais la plupart des intervieweurs parviennent à répondre par

PROFILS DE LA COLLECTIVITÉ

La section «PROFILS DE LA COLLECTIVITÉ» est extraite, avec autorisation de l'auteur, Mr. Connor Desmond M., de «Social Profile Workshop» dans Constructive Citizen Participation : A Resource Book, Development Press Victoria, B.C., Revised edition 1988, pp. 11 1-4.



des déclarations d'ordre général semblables à ceux qui figureront dans le résumé des interviews qui sera rendu public. L'important, c'est de se préparer à cette éventualité afin de ne pas dévoiler des informations confidentielles par inadvertance si l'on est pris par surprise.

PROFILS DE LA COLLECTIVITÉ

Le profil de la collectivité, ou profil social, est un résumé complet des caractéristiques principales des membres d'une collectivité ou d'une région étudiée. Il a pour objet d'introduire les planificateurs, les ingénieurs et les administrateurs aux réalités culturelles et sociales qu'ils doivent comprendre et dont ils doivent tenir compte, s'ils veulent qu'un projet, un programme ou une politique soient acceptés. Cette méthode pourrait également être utilisée par un groupe de citoyens à l'égard d'un organisme gouvernemental ou d'une entreprise.

Raison d'être

Auparavant, le public manifestait souvent de l'hostilité à l'égard de nouvelles politiques et de nouveaux projets, parce que leurs promoteurs ne

comprenaient pas les valeurs, les buts, les préoccupations et l'opinion des personnes concernées et n'en tenaient pas compte. Le profil de la collectivité donne la base des données sociales nécessaire pour établir l'équilibre entre les données techniques dont disposent les planificateurs et les décideurs, et les considérations humaines et politiques en cause. Pour que ces personnes clés puissent prendre des décisions sensées, ils ont besoin d'un croquis du caractère de la collectivité pour pouvoir y adapter leurs responsabilités et leurs propositions. Ce profil de la collectivité leur permettra de voir comment et pourquoi cette collectivité diffère des autres, et comment elle réagira vraisemblablement à une nouvelle activité, tout comme le profil d'une personne permet à un administrateur de déterminer comment celle-ci réagira dans un nouveau poste.

Collecte de données

Il faut d'abord examiner les sources d'information inertes telles que des articles de la presse hebdomadaire, des photographies aériennes, prises de préférence à 10 ans d'intervalle, l'histoire locale dans les bibliothèques régionales, les thèses universitaires et les rapports gouvernementaux relatifs à la

collectivité. Il faut ensuite faire une analyse du contenu de toute cette matière et la classer selon des catégories principales telles que : problèmes de la collectivité, organisations actives, dirigeants, comportement face à la croissance, connaissance qu'on a du promoteur et attitude vis-à-vis de celui-ci, connaissance du projet et attitude envers celui-ci.

Ensuite, il faut identifier les personnes connaissant la collectivité mais qui vivent en dehors de celle-ci, par exemple les fonctionnaires en poste dans des centres régionaux ou provinciaux, qui s'occupent de la collectivité ou qui y ont vécu. Il faut interviewer certaines de ces personnes par téléphone ou en personne de façon officieuse, préparer une liste de questions ou de sujets que l'on désire examiner, laisser libre cours à la conversation plutôt que de recourir à un questionnaire bien précis.

Après cela il faut visiter la collectivité et vous y plonger, observer les gens et voir à quoi ils consacrent leur temps et leurs efforts. Faites l'expérience de passer une journée à vivre au sein de la collectivité en passant aussi inaperçu que possible et réfléchissez à la manière dont les habitants voient leur monde.

Ensuite rendez visite à quelques personnes importantes et interviewez les de façon informelle. Une conversation au sujet de l'histoire de la collectivité est un bon point de départ et vous dévoile qui sont les meneurs, quels sont les problèmes, les clans, etc. Souvent cela vous introduira auprès des anciens de la collectivité.

Chercher des personnes qui vivent depuis longtemps dans cette collectivité, ont beaucoup de relations avec les habitants et se sentent suffisamment sûrs de leur position pour parler librement. Il peut s'agir d'infirmières de la santé publique, des chefs d'associations bénévoles, de gens d'affaires, de directeurs de banque, de membres du clergé, d'employés de services sociaux, du directeur (et du concierge) de l'école. Interviewez des fonctionnaires des gouvernements locaux et, un peu plus tard, les députés afin de mieux interpréter leurs commentaires et d'en discuter en profondeur.

Lorsque vous parlez avec ces gens là, traitez les sujets jusqu'à ce que vous obteniez, d'au moins trois sources, une opinion cohérente. Si (a) votre analyse de la presse hebdomadaire locale (b) les dires d'un fonctionnaire provincial qui, bien que posté dans la capitale,

connaît bien la collectivité du fait de son travail, font apparaître qu'un certain organisme est un élément clé de la collectivité, et que deux de vos conversations avec des membres de la collectivité confirment ce fait, il n'est plus nécessaire d'en parler dans les interviews suivantes et vous pouvez consacrer vos efforts à d'autres sujets qui doivent être éclaircis. Cette méthode s'apparente à la triangulation utilisée en navigation, et permet d'établir les faits avec une précision raisonnable.

Dans certains cas, le nombre de personnes interviewées est limité parce que les gens ne veulent pas que leur intérêt dans la collectivité soit de notoriété publique. Toutefois, il y a généralement des personnes clés qui peuvent vous donner des renseignements valables et qui ont l'habitude de ce genre de contrainte (par exemple, les directeurs de banque, le clergé, les fonctionnaires fédéraux ou provinciaux, etc.).

La méthode décrite précédemment varie toujours en fonction de l'importance de la collectivité et des circonstances qui lui sont particulières.

Travail nécessaire

À un chercheur en sciences sociales entraîné et expérimenté (ayant généralement l'équivalent d'une maîtrise en sciences sociales appliquées), il faut environ dix jours pour tracer un profil social. Ces dix jours sont habituellement répartis comme suit : une journée ou un jour et demi de travail préparatoire, cinq à six jours dans la collectivité et le reste du temps pour rédiger un rapport de 30 à 40 pages. Il est prouvé que cela est faisable dans le cas de petites communautés rurales, de municipalités régionales et de villes dont la dimension ne dépasse pas celle de Calgary ou Edmonton, par exemple.

Le profil social est conçu pour obtenir une esquisse des principales caractéristiques des gens de la région, et de la façon dont ils conçoivent leur monde et l'administrent. Ce profil peut par la suite être mis à jour ou approfondi, suivant le besoin, par exemple, dans le cadre d'une évaluation des impacts sociaux. Il ne remplace cependant pas une étude sociologique reposant sur un échantillonnage au hasard;

si une telle méthode était requise, un profil social existant pourrait être très utile pour préparer le questionnaire.

Le rapport

Le style doit être simple et direct afin qu'un administrateur ou un ingénieur très occupé puisse comprendre rapidement et facilement les points principaux. Commencez par une carte, évitez le jargon et les longues notes de bas de page, mettez les grands tableaux en annexe mais voyez d'abord s'ils sont vraiment nécessaires. Souvent une ou deux photos donneront plus d'information tout en prenant moins de place.

Dans l'introduction, il faut indiquer la source des données, les limitations de la collecte des données, la somme de travail effectué, et demander des commentaires et des suggestions.

À la suite de la table des matières habituelle, d'un résumé et d'une carte, les autres chapitres pourront traiter des sujets esquissés dans la section suivante intitulée : «Contenu suggéré du rapport».

En plus d'un rapport écrit, certains organismes qui doivent faire connaître la collectivité à

plusieurs employés s'occupant du projet, considéreront qu'il est utile de réaliser une présentation audio-visuelle du profil social; celle-ci peut être un vidéo de 10 minutes ou une simple projection de diapositives en synchronisme avec une bande sonore. Un matériel portatif permet aux visiteurs ou aux nouveaux employés de se faire immédiatement une idée de ce profil.

Contenu suggéré du rapport

1. Histoire locale

- Déterminez les origines, les événements principaux et quels étaient les meneurs précédents.
- Indiquez les tendances relatives à l'utilisation des terres.
- Mentionnez les tendances démographiques de la population, par exemple la répartition selon l'âge et le sexe, les migrations, les origines ethniques, les occupations, le niveau d'instruction (voir le recensement ou les études d'aménagement).
- Comment le passé de la collectivité explique-t-il sa position actuelle et son caractère?

2. Industries et occupations

- Quels sont les principaux employeurs, les marchés, les compétences?
- Comment cela affecte-t-il le comportement de la collectivité?

3. Problèmes d'aménagement

- Quels furent les problèmes au cours des cinq dernières années; quelles personnes y furent mêlées; que s'est-il passé; comment chaque problème a-t-il été résolu?
- Quels sont les problèmes actuels et, si l'on a fait quelque chose, qu'a-t-on fait pour tenter de les résoudre, par exemple des études d'aménagement?
- Précisez l'attitude à l'égard de la croissance.
- Quels sont les implications de ce qui précède pour l'organisme et/ou le projet?

4. Organisations et leadership

- Dressez une liste des groupes principaux, de leurs activités et des membres de leurs bureaux, décrivez leur rôle dans la collectivité.

- Identifiez et décrivez succinctement les meneurs de la collectivité et les gens influents, par exemple ceux qui ont des disciples et dont les opinions sont respectées;
- Qu'est-ce que cela implique pour le promoteur et ses plans?

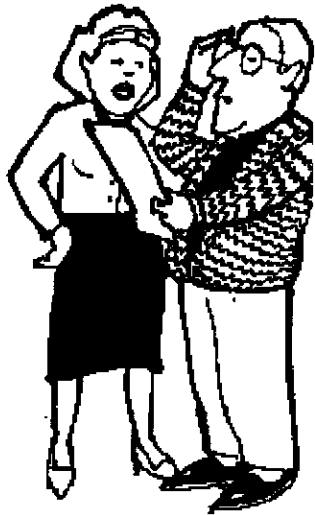
5. Réseaux de communication

- Donnez un aperçu des médias officiels, par exemple : la portée géographique, les possibilités et la crédibilité, le réseau de distribution et la clientèle pour chacun d'eux;
- Décrivez les réseaux informels : les principales sources de la rumeur publique, les relais d'écoute stratégiques de la collectivité.
- Étudiez l'importance de ces réseaux pour l'organisme et/ou le projet.

6. Connaissance du promoteur, de l'industrie et du projet et attitudes à leur égard

- Quelle information valide, quels mythes et quels domaines d'ignorance sont évidents parmi les gens et les groupes?

ANALYSE DES
DONNÉES
RELATIVES À LA
PARTICIPATION
DU PUBLIC
(ANALYSE DU
CONTENU)



- Comment ce qui précède affecte-t-il le besoin d'information et d'instruction concernant les activités proposées?

7. Les publics affectés

- Résumez les principaux traits caractéristiques de chaque public, par exemple : la langue, le niveau d'instruction, les médias et les sources de rumeurs appropriées, les organisations et les meneurs pertinents, etc.

- Quelles sont les implications de ce qui précède sur la création d'un comité consultatif des citoyens et sur l'utilisation d'autres méthodes?

8. Remarques et conclusions

- Décrivez succinctement l'effet des caractéristiques de la collectivité sur l'organisme et/ou le projet et leurs implications pour un programme de participation du public.

ANALYSE DES
DONNÉES RELATIVES
À LA PARTICIPATION
DU PUBLIC (ANALYSE
DU CONTENU)

Lorsqu'un programme de participation du public est en cours, une masse de renseignements concernant les opinions du public, des groupes d'intérêts et d'autres paliers de gouvernement commencent à s'accumuler.

Deux questions importantes surgissent :

- Comment analyser et utiliser tous les commentaires du public relatifs à un ou plusieurs sujets?
- Comment déterminer l'importance relative des données et les organiser à l'intention des décideurs qui devront y réagir en bout de ligne?

Malheureusement, ces deux questions sont fréquemment négligées dans la hâte de compléter le programme de

participation du public et de le documenter à l'intention des décideurs. C'est pour cette raison que cette section est axée sur ces deux points.

Analyse des commentaires du public

Au début des programmes de participation du public, on avait tendance à diviser l'opinion publique en deux catégories : ceux qui sont pour et ceux qui sont contre. Les procès-verbaux de plusieurs réunions et plusieurs centaines de lettres pouvaient indiquer que 427 personnes étaient pour le projet et 373 contre celui-ci mais, vu que le nombre de personnes éventuellement affectées pourrait atteindre cent mille si pas des millions, la seule conclusion à tirer de ces procès-verbaux était que le projet était controversé. Ce que tout le monde savait déjà.

Évidemment, ce genre de conclusion était injuste tant pour le public que pour la direction qui essayait d'interpréter l'opinion du public. On accordait autant d'importance à un argument de quatre pages qu'à une carte postale de quelques mots. La direction ne pouvait dire pourquoi les gens étaient

opposés au projet ou en faveur de celui-ci, ni les différences d'opinions entre divers genres de groupes ou les points d'entente entre ceux-ci. Elle n'avait plus qu'un choix : prendre des décisions en se basant sur une information partielle ou se plonger laborieusement dans l'examen des procès-verbaux et de centaines de lettres.

On a assisté ces dernières années à l'élaboration de méthodes plus sophistiquées qui présentent les commentaires du public sous une forme plus adéquate et donnent une information importante aux décideurs. Ces méthodes ont été conçues en partie pour traiter le volume considérable de renseignements engendrés par les programmes de participation du public. Les programmes exécutés par d'autres organismes ont, dans certains cas, provoqué près de 20 000 commentaires ou lettres qu'il fallait examiner. La direction ne pouvant personnellement prendre connaissance d'un volume aussi considérable de commentaires, il a fallu concevoir des méthodes qui permettent à la direction de comprendre correctement la nature des commentaires du public.

La différence entre l'analyse et l'évaluation

Le but d'une analyse est de résumer et de présenter les commentaires du public de telle façon que les décideurs (et le public) disposent du maximum d'information disponible au sujet de ce qui a été dit. Dans la mesure du possible, l'analyse devrait présenter l'avis du public sans l'interpréter ni le juger.

L'évaluation des commentaires du public vient après l'analyse; elle comporte des jugements et de la pondération ou attribue des valeurs relatives. Ça, c'est le rôle du décideur; il peut, par exemple, avoir à évaluer l'importance relative à accorder à 315 lettres manuscrites par rapport à une liste de 400 signatures sur une pétition. Le décideur peut également devoir évaluer l'importance des divers groupes d'utilisateurs par rapport aux préoccupations des groupes environnementaux dans l'ensemble de la région. Il est évident que l'évaluation est un élément essentiel de la prise de décision et que l'analyse sert à préparer l'information de telle façon qu'il soit possible de procéder à l'évaluation.

Les méthodes d'analyse

Les méthodes d'analyse les plus utiles reposent sur l'analyse du contenu; c'est un moyen de recherche utilisé en sociologie, en journalisme et en sciences politiques pour analyser le contenu réel (arguments, faits, logique) des articles de journaux, des lettres, etc. L'analyse du contenu a servi, par exemple, pour faire des recherches comparant la fréquence relative de certains sujets traités dans les lettres de lecteurs, afin de définir les priorités du public. L'ouvrage à succès, *Megatrends*, basait ses prévisions de tendances à venir sur la fréquence croissante de certains sujets paraissant dans les médias nationaux.

L'Analyse sommaire du contenu et la méthode Codinville sont deux variantes de l'analyse de contenu qui ont été des plus utiles. Aux fins du présent document, nous donnons ci-après une courte description de l'Analyse sommaire du contenu.

L'Analyse sommaire du contenu est conçue pour saisir le langage réellement utilisé par le public pour décrire les motifs de son opposition ou de son adhésion à une mesure

proposée. Cela permet au décideur de mieux se rendre compte de la vigueur des termes utilisés ou de la valeur des arguments. L'Analyse sommaire du contenu est facile à utiliser si les commentaires sont relativement peu nombreux mais elle se complique à mesure que le nombre de commentaires augmente.

Voici les étapes de cette analyse :

1. Coder les réponses pour identification, origine et affiliation

À chaque lettre ou commentaire on attribue un code d'identification indiquant la date de réception et la façon dont il furent reçus ainsi que tout autre renseignement concernant l'affiliation de l'auteur du commentaire. Le code d'identification est important, parce qu'il constitue un moyen de répondre aux questions que l'on se pose au sujet de la façon dont des personnes affiliées à des associations différentes ou vivant dans des régions géographiques différentes, réagissent au problème; par exemple, ce que les gens vivant hors de la région du projet ressentent comparativement à ceux qui vivent dans cette région. Est-ce qu'un groupe

d'utilisateurs réagit différemment des autres groupes d'utilisateurs? Est-ce que les contribuables d'une partie de la région ressentent la même chose que ceux des autres parties?

2. Faire des copies

Ceci ne s'applique que si les commentaires sont conservés sur papier et n'est donc pas nécessaire si on les conserve sur ordinateur.

3. Choisir des codes pour les dossiers

Ensuite, il faut identifier les dossiers ou les catégories qui seront nécessaires. Cette étape peut être très simple ou très complexe. On peut n'avoir besoin que de deux dossiers : un pour ceux qui sont «pour» le projet, un autre pour ceux qui sont «contre». Cependant, après examen des commentaires, il peut apparaître que le public a cinq raisons de base pour s'opposer au projet et trois autres pour le supporter. Il pourra alors être utile de créer dix dossiers (six pour les commentaires «contre», dont un relatif aux gens qui sont contre mais n'en donne pas la raison, leur opposition, et quatre pour les commentaires «pour», y compris un relatif

aux personnes qui sont pour mais sans dire pourquoi. On attribue un numéro de code à chacun des dossiers ou à chacune des catégories.

4. **Faire une première analyse**

Lisez tout le commentaire, ou toute la lettre, pour en comprendre la signification globale. Relisez ensuite le document en soulignant les parties relatives aux catégories définies.

5. **Coder les commentaires**

Retournez au commentaire, ou à la lettre, et attribuez un code approprié à chacun des commentaires soulignés. Au cours de ce codage, il faut inscrire à la fois le code de dossier et le numéro d'identification. Il faut noter ce dernier pour deux raisons : il permet au décideur de reprendre la lettre entière si le commentaire est particulièrement intéressant et il permet d'analyser les commentaires de ce dossier en fonction de l'origine ou de l'affiliation.

6. **Faire une seconde analyse**

Pour s'assurer qu'une lettre ou un commentaire a été analysé objectivement, on recommande que le commentaire codé soit revu par un deuxième

analyste. Toute différence d'opinion au sujet du codage du commentaire peut être résolue par une discussion entre les deux analystes.

7. **Conserver un exemplaire intégral du commentaire ou de la lettre analysé**

Cet exemplaire doit être versé au dossier principal comme documentation afin de pouvoir montrer au public et à la direction comment l'analyse fut faite.

8. **Conserver les commentaires codés dans les dossiers appropriés**

Si l'on conserve les documents sur papier, il faudra découper un exemplaire codé et garder les découpures dans les dossiers correspondants. Pour les archives informatiques, un programme sera nécessaire pour envoyer les parties ou l'intégralité d'un commentaire ou d'une lettre dans les catégories appropriées.

9. **Préparer un rapport**

Dans le cas de découpures, on peut préparer un rapport simplement en collant tous les commentaires par catégorie. Bien sûr, cette méthode restreint l'utilité de l'Analyse sommaire du contenu dans le

cas d'un nombre considérable de commentaires; en effet, la comparaison par recoupements selon l'origine et l'affiliation peut devenir embarrassante. Un ordinateur peut imprimer tous les commentaires mémorisés dans des catégories particulières et les comparaisons par recoupements sont faites aisément. Néanmoins, si le nombre de commentaires est élevé, le rapport sera très volumineux.

Commentaires concernant les rapports statistiques

Souvent, il est indiqué de présenter les données statistiques en les accompagnant d'une brève explication telle que, par exemple, «une grande partie des groupes d'intérêts (61 %) expriment leur appui et le justifient en invoquant trois raisons...» Beaucoup de gens, non seulement dans le public mais aussi parmi les décideurs, sont intimidés par les analyses statistiques et comprendront mieux les données sous forme d'une petite explication.

Il est cependant essentiel que cette explication résume simplement l'analyse statistique et n'évalue pas le commentaire. L'Analyse sommaire du contenu n'est qu'une méthode analytique. Y recourir à des fins d'évaluation minera sa crédibilité.

L'analyse des valeurs sous-jacentes aux commentaires

L'Analyse du sommaire du contenu (ainsi que la méthode Codinvolve) met l'accent sur les arguments, les faits et la logique du commentaire ou de la lettre, mais un autre aspect important de ces commentaires du public sont les valeurs et les opinions politiques sous-jacentes qu'ils expriment ou laissent deviner. Les valeurs que les gens attribuent aux choses sont des étalons qui permettent de distinguer le bien du mal, le moral de l'immoral, le juste de l'injuste, etc. Bien que l'opinion des gens puisse varier en fonction de nouvelles informations ou de dialogues avec d'autres groupes, les valeurs fondamentales sont relativement permanentes et, de ce fait, elles donnent souvent une meilleure indication de la position éventuelle des gens que ne le sont les arguments, les faits ou la logique.

Analyser ces valeurs est difficile parce qu'elles sont le plus souvent implicites; il s'ensuit donc qu'avoir une analyse objective est très difficile parce que l'analyste doit deviner ces valeurs qui ne sont pas explicitées dans le commentaire. De plus, certaines lettres ne contiennent que des arguments, des faits, de la logique,



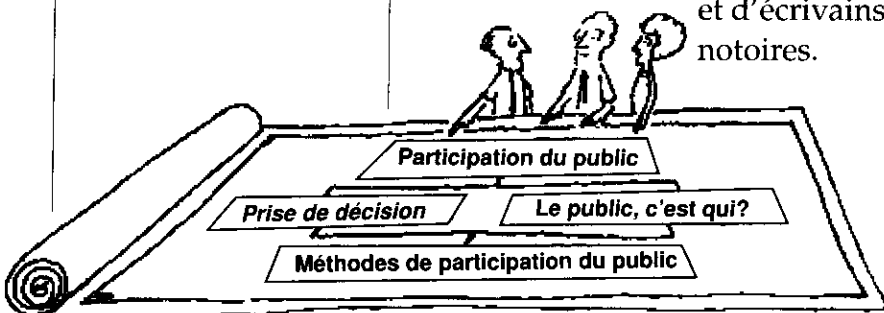
et ne peuvent servir pour une analyse de valeurs. D'où le risque alors de se faire reprocher d'ignorer certains commentaires ou certaines lettres. En conséquence, les résultats d'une analyse des valeurs ne peuvent être exprimés que de façon qualitative et non quantitative.

Voici de nombreux indicateurs de valeurs implicites :

- ❑ Utilisation d'expressions chargées de valeurs : les escroqueries de l'entreprise privée, les profiteurs des centrales, etc.
- ❑ Prévion de conséquences néfastes : «Le travailleur ne sera plus capable de payer sa note d'électricité.».
- ❑ Emploi de qualificatifs pour décrire les adversaires : «hippies», «serviles», «profiteurs».
- ❑ Grandes citations extraites de la Bible, de l'Accord sur le lac Meech, ou de penseurs et d'écrivains notoires.

En recherchant de tels indices dans les commentaires écrits ou oraux, un analyste pourra souvent évaluer dans des limites raisonnables les valeurs et les croyances des gens. Un des meilleurs moyens de vérifier l'objectivité de l'Analyse est de demander une deuxième analyse à un analyste qui ignore les résultats de la première. En cas de différences, les deux analystes discuteront du problème pour y trouver une solution.

Les commentaires chargés de valeurs pourraient être codés de la même manière que les arguments, les faits et la logique, en établissant des catégories de valeurs tout comme pour les arguments, les faits et la logique. En raison des limites de l'analyse des valeurs mentionnées précédemment, il serait préférable de classer les commentaires du public par catégorie plutôt que de compter le nombre de réponses dans chaque catégorie. La direction pourrait ainsi se faire une idée des valeurs sous-jacentes, sans prétendre à une analyse statistiquement valide.



CHAPITRE II

MÉTHODES DE CONSULTATION

ORGANISER ET
EXÉCUTER
DES PROGRAMMES
DE PARTICIPATION
DU PUBLIC

VOLUME 3
UTILISATION DES
MÉTHODES DE
PARTICIPATION
DU PUBLIC

RÉUNIONS PUBLIQUES

À première vue, la réunion publique semble être le moyen le plus simple et le plus direct de prendre contact avec le public; on s'imagine en effet qu'il suffit de réserver une salle, d'envoyer des invitations, d'établir un ordre du jour et de se présenter à la réunion. En réalité, la réunion publique est l'une des situations les plus complexes, les plus imprévisibles et les plus exigeantes qui soient, et cela pour les raisons suivantes:

- ❑ Vous n'avez qu'un temps réduit pour bien faire les choses. Une erreur ou une fausse impression peuvent ne pas être corrigées facilement et peuvent être empirées par quelques personnes en colère.
- ❑ Des représentants de groupes d'intérêts, ou d'autres personnes peuvent s'emparer de la réunion pour proclamer à loisir leur thème favori.
- ❑ Bien des gens ont peur de parler en public; ils peuvent

avoir des choses importantes et valables à dire, mais ne les diront pas lors d'une réunion.

- ❑ Quel que soit le motif de la réunion, les gens en profiteront peut-être pour parler de choses qui sortent du cadre de celle-ci; si ces choses préoccupent les gens, il est difficile de les écarter.
- ❑ Dans une collectivité, il peut y avoir un tas de choses qui influenceront la façon dont les individus réagiront à votre annonce d'une réunion, au contenu du programme, à votre façon de présenter les choses, à votre calendrier des activités ou à votre sens des priorités. Les gens s'attendent à ce que la personne qui organise la réunion connaisse bien la région et seront mécontents s'ils ont l'impression que vous considérez que les problèmes locaux sont sans importance.
- ❑ Ceux qui mènent la collectivité penseront que des questions importantes

RÉUNIONS PUBLIQUES

pourraient être posées au cours de la réunion. Ils pourraient s'inquiéter de votre impact sur les projets de l'administration locale ou sur les objectifs locaux d'ordre politique.

- ❑ On peut difficilement prévoir combien de personnes assisteront à la réunion et, par conséquent, la nature des installations et des services requis.

Tous ces problèmes peuvent être réduits grâce à une étude et à une préparation préalables soigneuses. Prévoyez suffisamment de temps et d'énergie pour ce faire.

Types de réunions publiques

Il y a divers types de réunions publiques adaptés aux objectifs de la réunion, à l'importance de l'auditoire prévu et au genre d'interaction souhaitée entre les participants. Au nombre des principaux types, mentionnons les suivants :

- ❑ exposé/questions et réponses;
 - ❑ assemblée municipale;
 - ❑ commission/table ronde;
 - ❑ groupe important/petits groupes.
- ❑ fournir un forum où les gens puissent manifester leurs préoccupations;
 - ❑ faire part de plans, de propositions ou de décisions, avec motifs à l'appui, puis recueillir les réactions;

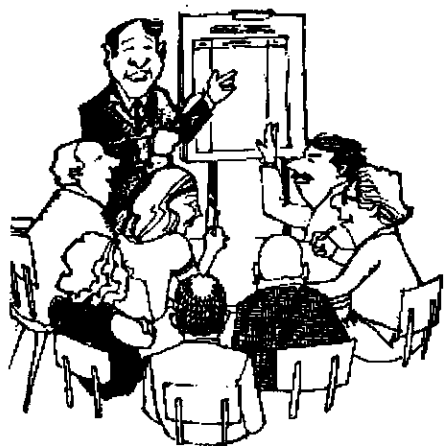
Ces divers types sont expliqués à la section 2 du «Répertoire des méthodes».

Bien comprendre l'objet de la réunion

Le choix du type de réunion dépend de ce qu'on veut obtenir. En tenant une réunion publique, vous faites preuve de sincérité et du désir de faire les choses au grand jour. Bien qu'il existe d'autres moyens de procéder à une vaste consultation du public, rien ne surpasse la réunion publique pour donner à chacun une chance d'entendre les opinions et les plans des autres et obtenir séance tenante de chacun les éclaircissements nécessaires.

Pour concevoir l'organisation et la tenue de réunions publiques, il est essentiel de bien comprendre cet aspect de ce genre de théâtre.

Voici quelques raisons d'avoir des réunions publiques :



- ❑ dégager des points de vue, des préférences ou des idées;
- ❑ donner à toutes les parties une chance d'entendre chacun des autres sans intermédiaire;
- ❑ exposer des problèmes que la collectivité doit prendre en considération;
- ❑ obtenir un consensus au sujet des moyens à adopter pour régler des problèmes;
- ❑ échanger de l'information.

Il est courant de trop escompter d'une réunion publique. Votre ordre du jour est peut-être trop chargé pour vous occuper sérieusement de tout, ou vous demandez peut-être aux gens de faire des analyses complexes ou de prendre des décisions importantes sur-le-champ. Une réunion publique est utile pour échanger des informations mais n'est pas l'endroit indiqué pour prendre des décisions valables. Sauf dans des cas très simples, une réunion publique ne peut être assimilée à un programme complet de participation du public, parce qu'elle n'accorde pas suffisamment de temps pour réfléchir aux problèmes

complexes. Ce n'est que rarement qu'on utilisera une réunion publique pour de longs discours du promoteur, car cela risque de frustrer l'auditoire, à moins que celui-ci puisse poser des questions ou discuter des problèmes en cause.

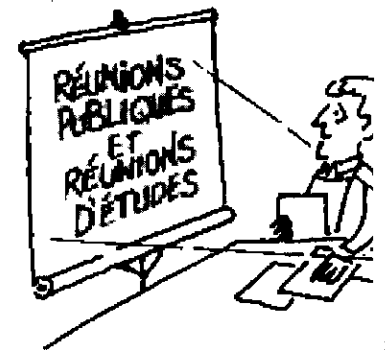
Les résultats obtenus par une réunion publique traditionnelle peuvent l'être par d'autres méthodes avec plus d'aisance et moins de «pression».

Connaître l'auditoire

L'autre facteur important dans le choix du type de réunion est l'auditoire : son importance, le niveau d'intérêt pour le sujet, l'expérience qu'il a de divers types de réunions et ce qu'il pense de la crédibilité de l'organisme.

Importance de l'auditoire : Si l'auditoire est très important, il n'est pas pratique de le scinder en petits groupes parce que, par exemple, il sera très compliqué de fournir des tableaux à feuilles mobiles, des salles de réunion à tous ces groupes.

Niveau d'intérêt pour le sujet : Les gens très intéressés à un sujet seront probablement disposés à utiliser un



processus organisé ou tout autre type de réunion favorisant la participation. Par contre, si les gens ne sont que modérément intéressés, un type de réunion plus passive pourrait convenir.

Expérience de divers types de réunions : Par exemple, si des meneurs de groupes d'intérêts ont déjà participé à des réunions au cours desquelles on a utilisé des petits groupes avec succès, ils seront plus à l'aise en se retrouvant dans ce même climat; un autre type de réunion les désorienterait.

Crédibilité de l'organisme : Chaque fois que l'on a recours à un type de réunion très différent des types familiers pour l'auditoire, la crédibilité de l'organisme est en jeu, jusqu'à ce qu'il soit prouvé que ce nouveau type de réunion est productif. Dans les localités où la crédibilité est bien établie, cela ne posera sans doute aucun problème. Par contre, là où la crédibilité de l'organisme laisse à désirer, il pourra y avoir de la résistance à l'égard de types de réunion non traditionnels, même si ces dernières pourraient être fructueuses. Plus précisément, un auditoire opposé à une action proposée

ou à l'organisme, pourrait considérer toute suggestion de répartition en petits groupes comme une manoeuvre visant à «diviser pour mieux régner».

Disposition des sièges

La disposition des sièges donne le ton de la réunion et des rapports entre les participants. Si le personnel de l'organisme s'assoit devant la salle, et que l'auditoire est assis en rangées, cette disposition établit un rapport où les participants s'adressent aux animateurs devant eux, plutôt que de dialoguer ensemble. Cette méthode est tout indiquée pour une réunion d'information, mais pas pour une réunion au cours de laquelle on souhaite favoriser le dialogue entre les participants. On améliorera les possibilités d'interaction en plaçant les sièges en demi-cercle, plutôt qu'en rangées. La disposition en demi-cercle permet un contact visuel entre les membres de l'auditoire, ce qui favorise l'interaction.

La disposition idéale pour l'interaction ou la négociation et l'obtention d'un consensus est le cercle, bien que cette disposition soit parfois limitée par l'usage de tables rectangulaires. Dans ce dernier cas, il

est désirable de se rapprocher le plus possible de la disposition circulaire; celle-ci permet non seulement d'établir un contact visuel entre les participants, mais cela évite aussi un «président de table», et tout le monde est sur le même pied. Une approximation du nombre de personnes dans le cas d'une disposition des tables en carré ouvert au centre : 3 rangées de chaises autour d'un carré de 5 mètres permettent d'asseoir 100 personnes. Placez un membre de l'équipe de chaque côté et entourez-le de participants; vous créerez ainsi un environnement propice à la conversation.

La disposition des tables habituellement utilisée lors d'un banquet est une disposition tout à fait naturelle pour une réunion, qu'il s'agisse d'un groupe important ou d'un petit groupe. Les gens peuvent se tourner pour écouter le discours d'ouverture, puis se retourner vers leurs voisins de table avec qui ils discuteront en groupe. Il faudra donc veiller à assigner les places de telle façon qu'à chaque table il y ait un mélange d'opinions.

Si la réunion a lieu dans une cafétéria, un gymnase ou toute

autre grande salle à usage polyvalent, il est possible d'avoir deux types de réunions: d'un côté de la salle, on disposera des chaises en rangées pour la réunion du groupe le plus important, tandis qu'on placera des tables pour organiser des petits groupes de discussion dans l'autre moitié de la salle.

Date et lieu des réunions

On doit tenir les réunions à une date et à un endroit qui conviennent au public et ne tenir compte des préférences du personnel qu'en second lieu. Ceci veut dire qu'en général les réunions auront lieu le soir. Toutefois, pour les réunions auxquelles assisteront principalement des représentants d'organismes gouvernementaux ou de groupements, il pourrait être préférable que la réunion ait lieu durant la journée.

Quand on choisit un lieu de réunion, la première chose à faire est de veiller à ce qu'il satisfasse aux besoins du type de réunion et de la disposition des sièges prévus. Il peut être également préférable de tenir la réunion à l'écart de l'organisme, en «terrain neutre».

Autres éléments à considérer lors du choix d'un lieu de réunion :

- emplacement des installations (endroit central ou éloigné);
- facilité d'accès par transport en commun;
- aire de stationnement;
- sécurité des lieux;
- facilité d'accès pour les personnes handicapées.

Liste de vérification

- Effectuer une recherche préliminaire.
- Se renseigner auprès des dirigeants locaux et d'autres participants éventuels, afin de bien comprendre le contexte local et d'évaluer le niveau d'intérêt; leur expliquer ce que l'on attend d'eux.
- Établir le programme et le passer en revue avec d'autres participants.
- Choisir le lieu, la date et l'heure de la réunion.
- Annoncer la réunion (communiqués de presse; avis, annonces et reportages

dans les journaux; annonces par les organisations communautaires ou parrainage des réunions par ces organismes).

- Préparer de la documentation pour les médias, afin qu'ils aient tous les renseignements appropriés avant la réunion.
- Annoncer la réunion au moins deux ou trois semaines à l'avance, avec rappels la veille et le jour même de la réunion.
- Faire les arrangements nécessaires pour la disposition des sièges, l'installation d'un système de sonorisation, les rafraîchissements, l'accès à la salle, les écrans de projection, une table pour un projecteur de diapositives, des présentoirs, des cartes murales et des tableaux, l'impression des programmes et autres documents à distribuer. Si vous utilisez du matériel de présentation visuelle, soyez certain qu'il soit conforme aux dimensions de la salle. Souvenez-vous que la simplicité est la formule magique pour tout schéma. Vous pouvez toujours expliquer

n'importe quel élément du tableau mais il est très facile aussi de désintéresser complètement l'auditoire.

Règles de base pour diriger des réunions

La façon dont on dirige une réunion est l'élément majeur de sa réussite. Un animateur médiocre peut amener le public à penser que la réunion est mal dirigée et qu'elle n'est qu'une perte de temps, alors qu'un animateur autocratique peut inspirer de l'antipathie et de l'opposition envers l'organisme.

Un animateur efficace doit avoir assez de souplesse pour modifier les règles rigides d'une réunion lorsque c'est nécessaire, il reçoit les commentaires de l'auditoire même si les remarques sont purement émotionnelles et il communique son enthousiasme, sa sincérité et son engagement envers le processus de participation du public.

Dans nombre d'organismes, la tradition veut que ce soit le fonctionnaire le plus élevé en grade qui dirige la réunion. Cette façon de procéder comporte un avantage certain : le public aime savoir que ses

commentaires sont entendus par quelqu'un haut placé dans l'organisme. De plus, de nombreux dirigeants hauts placés ont beaucoup de prestige en public. Le désavantage, par contre, réside dans le fait que l'on considère difficilement qu'un haut fonctionnaire puisse être neutre; il pourrait même être poussé à prendre des engagements contre-indiqués. En outre, les groupes opposés sont plus enclins à tenter d'utiliser une attaque contre un haut fonctionnaire comme moyen de miner la crédibilité de l'organisme. Une solution consiste à demander au plus haut fonctionnaire d'ouvrir la séance, de dire quelques mots de bienvenue, puis de confier la réunion à un président. Ceci établit clairement que la haute direction assiste à la réunion pour écouter les commentaires du public mais que le rôle du président de la réunion est d'établir et de maintenir l'organisation de celle-ci dans l'intérêt de tous et que ce rôle n'est pas simplement conféré en vertu du degré hiérarchique. Néanmoins, si le plus haut fonctionnaire possède des aptitudes de leadership très marquées, cette capacité peut compenser le risque que représente sa présence face à l'auditoire.



Il y a plusieurs principes fondamentaux pour une direction efficace d'une réunion :

La réunion «appartient» aux participants. La condition fondamentale pour que la direction d'une réunion soit efficace est celle de la démocratie : le pouvoir résulte du consentement des gouvernés. En d'autres termes, les gens acceptent que la réunion soit dirigée parce que c'est dans leur intérêt de le faire. Pour qu'une réunion puisse atteindre un but, il faut qu'elle soit organisée. Il faut délimiter les sujets à débattre, établir des procédures pour les gens qui prennent la parole et ainsi de suite. Tant que l'animateur maintient cette organisation équitablement et raisonnablement, les participants auront intérêt à collaborer et si quelqu'un devait protester, l'animateur aura généralement l'appui de l'auditoire. Cependant, si l'auditoire estime que l'organisation n'est ni équitable ni raisonnable, le rôle de direction assumé par l'animateur sera compromis et remis en question.

Diriger le déroulement des opérations, non pas le contenu. L'animateur doit avant tout veiller à l'équité du déroulement de la réunion et éviter d'assumer le rôle

d'avocat ou de participant en faisant des commentaires au sujet du contenu de la réunion. Si l'organisme a besoin d'un «spécialiste» de la question à débattre, il faut que ce quelqu'un soit autre que l'animateur de la réunion. Évitez les manifestations de pouvoir. Faire appel à un grand nombre de spécialistes et élaborer des présentoirs valant des milliers de dollars, présenter des cartes et des tableaux fort coûteux donnent l'impression que l'organisme et ceux qui mènent la réunion ont plus d'importance que le public. Ceci peut faire naître l'antipathie et l'opposition.

Directives pour diriger de grandes réunions

Un certain nombre d'éléments influent sur l'efficacité des grandes réunions :

Type de réunion : La première chose à prendre en considération lorsqu'on organise une grande réunion est le type de cette réunion. En général, sauf lorsque légalement requis, il faut éviter les procédures rigides des audiences publiques. Plus les procédures sont rigides, plus les gens sont intimidés et se taisent ou sont mécontents de devoir «jouer le jeu suivant les règles de l'organisme».

Ce n'est pas parce qu'une réunion est entamée avec un vaste auditoire qu'elle doit nécessairement être monolithique. Dépendant de l'objet de la réunion, on peut diviser un vaste auditoire en petits groupes de travail qui, ou bien font de courts exposés verbaux à la fin de la réunion, ou bien remettent des rapports écrits. Cette méthode est efficace si le but de la réunion est de recueillir des renseignements auprès du public, tels que par exemple l'identification d'un problème. Par contre, si l'objet de la réunion est très controversé les gens peuvent s'opposer à la division en petits groupes, en proclamant que c'est là une stratégie du genre «diviser pour régner». Dans de tels cas les gens pourraient vouloir entendre ce que les autres pensent, et les tentatives d'utiliser des procédés de réunion raffinés seront peut-être considérés comme des manoeuvres de manipulation du public.

Si on a recours à des groupes de travail, on suivra les règles générales suivantes :

- le sous-groupe doit avoir en main un programme défini;
- le sous-groupe doit nommer un facilitateur et un

responsable du procès-verbal qui connaissent les tâches dévolues au groupe;

- les sous-groupes doivent communiquer leurs résultats à la réunion générale, afin que le principe de communication soit respecté; et
- si l'on attend du sous-groupe qu'il s'acquitte d'une tâche importante, il faut organiser une réunion d'étude plutôt qu'une réunion publique.

Si l'objet d'une réunion est très controversé, il peut être indiqué de rencontrer les dirigeants des divers groupes d'intérêts plusieurs semaines à l'avance, pour discuter du type de réunion. Si les participants clés ont été consultés au préalable à ce sujet, les groupes qu'ils représentent pourront difficilement déclarer par après qu'on les a trompés.

Règles de base pour les réunions dont l'objet est controversé : Lorsqu'on doit diriger une grande réunion où l'on s'attend à une vive opposition, il faut établir des règles de base concernant la participation de l'auditoire. En voici quelques exemples : temps de parole, ordre d'intervention des

participants, délimitation des sujets à discuter et ainsi de suite. Dans une réunion où l'auditoire est nombreux, il se peut que l'on doive établir une règle de base limitant le temps de parole à cinq minutes, afin de permettre à chacun de parler. Toutefois, il pourrait arriver qu'un groupe organisé conteste cette règle pour avantager sa position. Le président de la réunion doit exposer les règles de base de la réunion aux participants et en donner les raisons. Dans la mesure du possible, le président devrait rencontrer les dirigeants des groupes d'intérêts.

Participation accrue : L'un des inconvénients des grandes réunions publiques est que seul un nombre restreint de participants peuvent, en fait, parler. Il en résulte que l'opinion de la majorité demeure inconnue. On peut contourner ce problème en distribuant un questionnaire ou un cahier de réponses à chaque participant et en l'invitant à formuler ses commentaires par écrit. Certes tout le monde ne le fera pas mais un bon nombre le fera et

cela augmentera la conviction que l'on accorde de la considération non pas seulement à l'opinion de ceux qui ont pris la parole mais aussi celle du restant de l'auditoire.

Méthode empirique pour les réunions publiques

- Organisez la séance de façon à ce qu'elle ne dure pas plus de deux heures et demie à trois heures.
- Disposez les sièges de telle façon que le président de la réunion puisse voir tous les participants mais, s'il y a une table principale ne la surélevez pas.
- Dans les réunions à vaste auditoire, répartissez des microphones dans la salle pour permettre à tout le monde d'entendre non seulement les réponses des responsables de la réunion mais aussi les questions posées par les participants.
- Donnez aux participants le temps de parler sans être interrompus.

PRÉSIDER UNE RÉUNION PUBLIQUE

Diriger une réunion publique est un art. Cela exige un juste équilibre entre le désir de combler les attentes des participants, et la fermeté nécessaire pour faire respecter le programme adopté. Si le public est vivement préoccupé par certaines questions, il se peut qu'il se méfie de la personne qui préside la réunion ou qu'il la conteste ouvertement. Une proposition de déroger au programme établi, ou l'allocution d'une personne, peuvent modifier le climat de la réunion et rendre vos objectifs insoutenables. Voici donc quelques directives pour se préparer à présider une réunion :

- ❑ Avant d'ouvrir la réunion, passez toujours le programme en revue avec les participants (soyez prêt à accepter des modifications à ce programme).
- ❑ Ne limitez le temps de parole des participants que si cela est nécessaire pour donner une chance égale à tous (stipulez les limites de temps en précisant la raison).
- ❑ Ne diminuez ni ridiculisez jamais une personne qui prend la parole et qui vous a ennuyé ou critiqué (la courtoisie est toujours de mise, surtout lorsqu'on limite un orateur ou qu'on rappelle quelqu'un à l'ordre).
- ❑ Lorsque vous sollicitez des commentaires, faites systématiquement le tour de la salle des yeux et laissez suffisamment de temps pour que les personnes hésitantes puissent s'avancer avant que vous poursuiviez.
- ❑ Considérez tous les points de vue comme valables et ne faites pas de commentaires au sujet de ce que les gens disent (vous êtes un animateur, non pas un juge).
- ❑ Si des gens semblent mal à l'aise au sujet de la façon dont les choses se passent, demandez-leur leurs commentaires et traitez directement avec eux. Parfois, un sondage d'opinion clarifiera les sentiments de l'auditoire à l'égard d'une question; vous pourriez demander, par exemple : «Combien de personnes estiment que nous avons accordé suffisamment de temps pour interroger le dernier orateur?»
- ❑ Si la réunion n'est pas terminée à l'heure prévue, vous pourriez devoir décider s'il faut prolonger la séance ou s'il est préférable d'avoir une autre réunion. Une prolongation s'impose parfois lorsqu'on désire résoudre un problème; d'autres fois une prolongation peut être une source de frustration parce que les participants sont de plus en plus fatigués et distraits. Il est préférable que le président de la réunion prenne la décision, en donne les raisons et demande l'accord des participants. Évitez de recourir à un vote, car cela pourrait créer un précédent dans d'autres domaines.

ORGANISER ET
EXÉCUTER
DES PROGRAMMES
DE PARTICIPATION
DU PUBLIC

VOLUME 3
UTILISATION DES
MÉTHODES DE
PARTICIPATION
DU PUBLIC

PRÉSIDER UNE RÉUNION PUBLIQUE

JOURS D'ACCUEIL

JOURS D'ACCUEIL

Nota : La section «JOURS D'ACCUEIL» est une adaptation française du texte «OPEN HOUSES» extrait avec autorisation de Conor, Desmond M., «The Open Houses» in Constructive Citizen Participation: A Resource Book, Development Press.

Les jours d'accueil sont fréquemment utilisés comme méthode de consultation, de préférence aux réunions publiques. Certains praticiens considèrent que cette méthode est plus constructive que la réunion publique. Un plus grand nombre et une plus grande diversité de personnes intéressées peuvent obtenir de l'information tout en donnant leurs opinions.

Directives générales

Le jour d'accueil donne l'occasion aux gens de se rendre dans un local central durant certaines heures données pour examiner des présentoirs, poser des questions ou discuter de problèmes divers avec le personnel de l'organisme.

Les jours d'accueil ont lieu, en général, dans un local apprécié de l'endroit, tel une salle

de bibliothèque, d'école ou d'église. Elles ont lieu de 14 h à 21 h, afin d'en faciliter l'accès aux mères qui ont de jeunes enfants, aux étudiants revenant de l'école et aux adultes, avant et après le repas du soir. Les visiteurs peuvent venir quand cela leur plaît et y rester aussi longtemps qu'ils le veulent. (En hiver, dans certaines régions rurales, les meilleures heures sont de 13 h à 18 h).

Une série de panneaux de présentation, disposés en cercle sur des chevalets, exposent le but du projet, l'équipe de travail, les divers aspects des problèmes, les critères d'évaluation, les solutions de rechange, etc. Souvent, un schéma sur un panneau est suivi par une courte explication sur le panneau suivant afin que le visiteur puisse saisir l'ensemble du projet, sans qu'il faille le prendre par la main et tout lui raconter.

Une projection automatique de diapositives par cycles de trois à cinq minutes sur un petit écran en forme de cube, est très pratique pour présenter les aspects visuels du sujet. Notez que si vous mettez des chaises à la disposition des visiteurs cela risque d'entraver la circulation souhaitée.

Généralement, on place sur une table la documentation à distribuer. On devrait également prévoir du café et des beignets, ou des sandwiches, de préférence par l'intermédiaire d'un traiteur local. La caractéristique la plus importante des jours d'accueil est la conversation tout à fait libre des visiteurs. Les gens peuvent y venir quand ils veulent, y rester aussi longtemps qu'ils veulent et traiter de n'importe quel sujet qui les intéresse et dans l'ordre qu'ils préfèrent. Par conséquent, le personnel s'entretient avec un plus grand nombre de personnes et avec un échantillon plus représentatif de la population que ce n'est le cas lors d'une réunion publique typique. La qualité des échanges est généralement bien meilleure; les participants posent des questions réfléchies et se débattent avec des solutions de rechange. Dans bien des cas, on ne pose pas seulement les problèmes, mais en fait on les résout, contrairement à ce qui se passe dans une réunion publique.

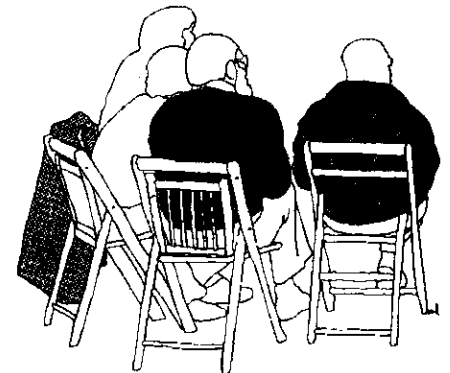
On peut combiner efficacement un jour d'accueil avec une réunion publique ou toute autre activité. Par exemple, un jour d'accueil peut être suivi dans la soirée par une réunion publique. Le jour d'accueil

permet d'informer le public, et ensuite, dans la soirée, le public fait connaître ses réactions à l'organisme.

Une variante des jours d'accueil consiste à inviter des groupes d'intérêts à organiser des kiosques, afin que les gens puissent circuler dans la salle et se faire une idée des opinions des acteurs principaux. Dans plusieurs cas, on a élargi les jours d'accueil pour en faire une sorte de «foire» agrémentée d'activités récréatives et sociales et de rafraîchissements et de nourriture.

Réactions

La collecte systématique des réactions d'un public informé est une caractéristique essentielle des jours d'accueil. Les membres du personnel, identifiés par un insigne indiquant leur nom et leur spécialité, ont des carnets de remarques sur lesquels ils consignent les commentaires des gens, leurs préoccupations, leurs questions et leurs suggestions. Lorsque le personnel ne peut répondre séance tenante à une question, il note le nom, l'adresse et le numéro de téléphone de la personne pour pouvoir y donner suite plus tard. Les visiteurs apprécient beaucoup que le personnel transmette aux organismes



pertinents les questions ou les préoccupations qui ne font pas partie de leur projet.

Bien que l'entrée à un jour d'accueil soit gratuite, les visiteurs doivent payer pour en sortir... en remplissant une courte liste de vérification! On peut ainsi recueillir des données quantitatives telles que l'importance accordée aux facteurs d'évaluation et l'ordre de préférence des solutions de rechange. Les données de bases obtenues telles que, par exemple, le lieu géographique de résidence ou d'occupation permettent d'établir des recoupements des classifications des différentes couches de la population.

Affectation du personnel

En général on a besoin de moins de personnel durant la journée que durant la soirée. Il est important de s'organiser de manière à éviter une trop grande affluence. Un jour d'accueil tenu de 19 h à 21 h peut facilement dégénérer en réunion publique ordinaire ce qui ne sera probablement pas le cas si elle est tenue de 14 h à 21 h.

Dans un cas récent, 250 personnes participèrent à un jour d'accueil organisé de 14 h et 21 h.

Deux employés furent présents de 14 h à 18 h 30 et quatre durant la soirée. Environ 30 notes de remarques et 130 listes de vérification à la sortie furent remplies. Le personnel en poste a été en mesure de donner les explications appropriées concernant le projet à des femmes au foyer, des environnementalistes et des gens d'affaires.

Lors de la préparation des panneaux, il est important que le personnel veille à ce que ceux-ci soient plus informatifs que persuasifs, plus informels que formels. Des schémas trop soignés suggèrent implicitement qu'il est trop tard pour les modifier.

Les jours d'accueil sont un moyen puissant d'instruction et de solution des problèmes, facilement adaptable à la plupart des projets d'aménagement et aux caractéristiques de la plupart des participants. Il est typique que ce genre de méthode attire plus de gens qui constituent un groupe plus représentatif de l'ensemble de la collectivité que le ferait une réunion publique type.

Publication préalable

Un jour d'accueil est conçu pour avoir lieu sept à dix jours

après qu'une publication ait donné au public l'information de base relative au sujet et l'occasion d'y répondre sans peine. Il peut s'agir d'une annonce ou d'un encart tabloïde dans un journal local avec un bon détachable, ou une brochure distribuée par l'intermédiaire de la publicité à domicile et contenant une carte-réponse port payé.

Durant la période «d'incubation» qui suit la diffusion de cette publication, les gens ont la possibilité de suivre la couverture du sujet par les médias, d'en discuter avec des voisins et d'être mieux préparés à tirer le plus grand profit du jour d'accueil.

Formation du personnel

C'est un minimum que le personnel se réunisse avant le jour d'accueil, pour déterminer les questions probables et formuler des réponses courtes, correctes et cohérentes. Avant une série de jours d'accueil concernant un projet très controversé, le personnel avait examiné une trentaine de questions probables et s'était exercé à répondre comme si les questions lui avaient été posées par (a) une femme au foyer intéressée, (b) un professeur de sciences au niveau secondaire,

(c) un fermier âgé et (d) un environmentaliste en colère. Un film sur l'apprentissage de la confiance en soi et de l'affirmation intitulé «When I Say No I Feel Guilty» (Quand je dis non, je me sens coupable – produit par International Telefilms) a aussi été utilisé avec grand succès.

Suivi

Après un ou plusieurs jours d'accueil, il est important :

- D'avoir une réunion avec le personnel pour connaître ses réactions, ses impressions et ses suggestions pour l'amélioration des activités à l'avenir.
- D'analyser les réponses et de mettre les résultats à la disposition (a) de l'équipe de planification et (b) des médias locaux au moyen d'un communiqué de presse, de sorte que les gens connaissent l'opinion de l'ensemble de la collectivité.
- De recueillir les réponses aux questions notées durant le jour d'accueil et d'adresser des demandes d'intervention aux autres organismes.

RÉUNIONS D'ÉTUDES

RÉUNIONS D'ÉTUDES

Les réunions d'études sont des réunions publiques au cours desquelles les participants examinent l'information, définissent les problèmes en détail, résolvent des problèmes ou examinent un plan. On attend des réunions d'études non seulement qu'elles produisent des résultats mais aussi qu'elles servent de forum où l'on peut échanger des renseignements et des informations.

Une réunion d'étude est indiquée lorsque l'on traite de sujets complexes et qu'il faut mettre le public au courant de questions techniques en plus de lui donner le temps d'examiner la situation en détail. On peut organiser des réunions d'études du programme de participation du public. Une réunion d'étude est particulièrement utile comme moyen d'amener le public à examiner une situation en détail d'une façon plus expéditive que par des méthodes de participation accrue.

Des réunions d'études pourraient servir pour les activités suivantes :

- option d'un programme de participation du public;

- réviser un plan ou concevoir un plan unique, acceptable pour tous les intervenants;
- déterminer les questions ou les problèmes, éventuellement par ordre d'importance;
- concevoir des solutions de rechange pour un problème particulier;
- passer en revue les résultats d'exploitation d'un plan réalisé;
- présenter une étude technique et en examiner les implications;
- déterminer les modalités d'études à faire;
- dresser la liste des répercussions importantes dont il faut tenir compte lors de l'évaluation des solutions de rechange.

Sélection des participants

Pour qu'un groupe soit efficace, le nombre idéal est de cinq à sept personnes, mais comme il est indispensable que tous les groupes d'intérêts soient représentés la plupart des groupes de discussion

comptent parfois jusqu'à 20 ou 25 personnes. Malgré cela, même si vous constituez des groupes élargis, certaines personnes se sentiront exclues. Voici quelques méthodes utilisables pour prévenir ce problème :

Réunions répétées : Il est possible de concevoir un type de réunion que l'on peut répéter aussi souvent que nécessaire donnant ainsi l'occasion à tous ceux qui le désirent de partager la même expérience.

Réunions de jour et réunions en soirée : Organiser une réunion d'étude pendant la journée suivie d'une réunion dans la soirée, au cours de laquelle chacun a la possibilité d'examiner les résultats de la journée. Il faut répartir en petits groupes ceux qui participent aux discussions, de telle façon que tout l'éventail des valeurs de la collectivité soit représenté dans chacun de ces groupes.

Sélection des groupes d'intérêts : Une autre méthode est que le personnel de l'organisme fasse une analyse approfondie pour identifier les intérêts qui doivent être représentés. En consultant les groupes d'intérêts, le

personnel de l'organisme détermine alors les personnes qui sont les plus aptes selon l'avis des groupes eux-mêmes, à représenter ceux-ci.

Étapes pour la préparation d'une réunion d'étude

Les étapes suivantes faciliteront la préparation d'une réunion d'étude ou d'une réunion en petits groupes :

1. Définir le résultat désiré.

Définissez précisément ce qui devra résulter de la réunion, par exemple, un ensemble de solutions de rechange, une liste des impacts à évaluer et ainsi de suite.

2. Définir l'information dont le public aura besoin.

Définissez la nature de l'information dont les participants auront besoin pour atteindre le résultat désiré. Cette information doit être rédigée en termes simples, compréhensibles, dans le langage de tous les jours, et présentée sous une forme qui la rend facile à consulter et à assimiler, afin de consacrer le moins de temps possible durant la réunion à repérer l'information cherchée. On pourrait incorporer cette

information à un petit document de travail, contenant des travaux à réaliser en groupe ou en équipe, des instructions pour des exercices, de la documentation et des questionnaires d'appréciation à retourner.

3. Choisir ou préparer une série d'activités qui contribueront à atteindre le résultat désiré.

Dans certains cas, on atteindra ce résultat en recourant à des types de réunion déjà utilisées. Sinon, préparez un ensemble d'activités qui produiront les documents nécessaires. La méthode utilisée consiste à rédiger des instructions claires pour les activités de groupe, et à confier aux groupes une responsabilité importante du déroulement des activités et du résultat à atteindre. L'ensemble des activités pourrait inclure des méthodes telles que le brainstorming et la méthode de groupe nominal.

4. Concevoir un moyen simple d'évaluer les résultats.

Il faut qu'après avoir travaillé ensemble, les participants évaluent ce qu'ils ont fait ou établissent une priorité pour ce qu'il pensent être le plus

important, sans quoi ils auront l'impression d'être limités par le type de réunion ou encore que l'on accorde la même importance à tous les points traités lors de celle-ci. Ce système d'évaluation peut prendre la forme d'un questionnaire d'appréciation à retourner, d'un sondage d'opinion ou d'un vote en vue d'établir les priorités.

Recourir à des méthodes de petits groupes

Un certain nombre de méthodes par petits groupes sont conçues pour améliorer l'efficacité du groupe d'une façon ou d'une autre. Les deux méthodes qui suivent sont décrites plus loin dans la deuxième partie de ce volume : «Répertoire des méthodes».

Brainstorming. Le brainstorming est destiné à augmenter le nombre d'idées et la création dans un groupe. C'est un moyen efficace de provoquer un nombre considérable d'idées en peu de temps, mais n'est d'aucun secours pour évaluer celles-ci.

Méthode de groupe nominal. La méthode de groupe nominal aide les groupes à concevoir un grand nombre d'idées

et à les ranger par ordre de priorité. Ce moyen est aussi très efficace lorsqu'on cherche à obtenir un consensus. La méthode de groupe nominal est basée sur le résultat de recherches qui indiquent qu'un individu conçoit plus d'idées en travaillant seul, mais en présence d'autres personnes.

Règles générales

Beaucoup de problèmes liés à l'organisation de réunions publiques se posent également pour les réunions d'études; cependant, celles-ci sont plus structurées et moins sujettes au «déraillement». Voici une liste de vérification pour leur préparation :

Suivez la «liste de vérification» pour une réunion publique :

- Établissez le programme selon qu'il s'agit d'une présentation générale devant l'ensemble des participants ou d'une séance de travail en petits groupes de sept à quinze participants.
 - Assurez-vous d'avoir un animateur bien informé pour chaque sous-groupe
- de travail. Il est souvent difficile de trouver des animateurs expérimentés; demandez aux associations locales d'entraide de vous aider.
 - Donnez à chaque sous-groupe les instructions, le programme, le matériel et la documentation, un lieu de travail.
 - Ayez un coordinateur qui se rend dans chaque sous-groupe pour répondre aux questions et suivre le déroulement des activités.
 - Demandez à chaque sous-groupe de noter, sur un tableau noir ou sur un tableau à feuilles mobiles, les résultats obtenus et de les présenter lorsqu'on les rappelle en assemblée générale.
 - Prévoyez la publication d'un résumé de la réunion d'étude pour distribution à tous les participants.
 - Procédez à l'autopsie de la réunion d'étude pour en évaluer les résultats et décider de ce qu'il faut faire après.



(

(

(

CHAPITRE III

PARTICIPATION ACCRUE

COMITÉS CONSULTATIFS

L'une des méthodes de participation du public les plus fréquemment employées est un comité consultatif, groupe composé d'un nombre relativement restreint de personnes représentant divers intérêts, opinions, ou domaines de compétence, et qui conseille l'organisme au sujet des activités proposées ou d'une proposition bien précise.

Un comité consultatif peut :

- servir de moyen de communication entre l'organisme et les autres organismes et groupes d'intérêts;
- examiner le processus décisionnel et faire des recommandations à ce sujet;
- contribuer à concevoir et à évaluer des solutions de rechange;
- aider à choisir des conseillers acceptables par le public;
- aider à établir les priorités ou à déterminer l'importance des impacts du projet;
- examiner le budget du projet et faire des recommandations;
- examiner les données techniques et faire des recommandations au sujet de leur pertinence;
- examiner la documentation écrite avant de la diffuser dans le grand public;
- aider à résoudre les conflits entre divers groupes d'intérêts;
- aider à organiser des réunions publiques et y participer;
- aider à préparer et à évaluer le programme de participation du public;
- aider à instruire le public au sujet de l'action proposée et du processus décisionnel.

ORGANISER ET
EXÉCUTER
DES PROGRAMMES
DE PARTICIPATION
DU PUBLIC

VOLUME 3
UTILISATION DES
MÉTHODES DE
PARTICIPATION
DU PUBLIC

COMITÉS CONSULTATIFS

**Les comités consultatifs
sont efficaces pour les
raisons suivantes :**

1. Il sont un échantillon des opinions et des préoccupations du public.
2. Ses membres ont l'occasion de connaître les questions avant d'en arriver à des conclusions et comprennent mieux les conséquences d'une décision. En conséquence, le groupe est en mesure de présenter à la direction des conseils tenant compte des points de vue des citoyens et fondés sur une entière compréhension de la situation.
3. Étant donné que les membres du comité établissent des rapports personnels entre eux, ils acquièrent une meilleure compréhension des préoccupations des autres groupes d'intérêts et créent d'autres relations qui peuvent aider à adoucir des points de vue extrêmes.
4. Les comités consultatifs peuvent servir de moyen de communication avec leurs commettants et aider à obtenir un consensus entre des groupes opposés.

**Directives pour la création
d'un comité consultatif**

Lors de la création de comités consultatifs il faut suivre certains principes généraux :

- ❑ Un comité consultatif doit représenter toutes les valeurs et les intérêts des publics concernés. Un comité consultatif qui représenterait uniquement les groupes d'intérêts qui ont traditionnellement soutenu les activités de l'organisme égarerait ce dernier et compromettrait ainsi la crédibilité de l'ensemble du programme de participation du public. Pour être efficace, un groupe consultatif doit représenter tous les groupes d'intérêts qui se considèrent affectés par les mesures proposées.
- ❑ Il faut clairement définir le rôle du comité consultatif dans le processus décisionnel. Toute confusion au sujet du rôle du comité combinée avec le désir des membres d'avoir une influence maximum sur les décisions, peut être une source de problèmes.

On peut éviter ce problème si, dès le début, on discute ouvertement du rôle du comité dans le processus décisionnel. Il est utile de donner un mandat écrit décrivant avec précision ce que l'on attend du comité consultatif et établissant un échéancier.

- En règle générale, l'existence du groupe – ou tout au moins la durée du mandat de ses membres – devrait être limitée. Plus l'existence du comité est prolongée, plus ce dernier risque de se transformer en comité d'élite. Les comités consultatifs publics ont tendance à se perpétuer bien au-delà de leur utilité. Pour cette raison, on devrait vérifier l'utilité réelle du comité ainsi que la durée du mandat de chacun des membres. La majorité des programmes de participation du public résultent de problèmes qui ont un impact direct sur des groupes ou des individus.

Une fois ces problèmes résolus, les participants originels perdent l'intérêt d'assister aux réunions. Parfois la raison d'exister du

groupe est encore valable mais, aux yeux de certains membres, le danger existe de cooptation d'adversaires. On peut remédier à cette situation en renouvelant la composition du comité à intervalles réguliers.

- Il faut s'efforcer d'assurer que les membres du comité consultatif maintiennent un contact régulier avec leurs commettants. Les membres du groupe doivent les tenir au courant par des réunions d'information, des bulletins d'information de l'organisation, des réunions publiques, des entrevues occasionnelles ou des discussions avec d'autres dirigeants de leurs commettants. On s'assure ainsi que l'opinion émise par le membre du comité reflète l'opinion de ses commettants et que ceux-ci sont tenus au courant au même titre que leur représentant.
- L'organisme devrait être représenté au comité par des cadres d'exécution. Il est extrêmement important que des cadres d'exécution investis de responsabilités dialoguent avec les autres membres du comité con-

sultatif, à la fois pour que ces derniers sachent qu'une autorité compétente les écoute et pour que les directeurs de l'organisme entendent les préoccupations du public.

- ❑ Les représentants de l'organisme doivent s'adresser aux membres du groupe consultatif en langage courant; c'est essentiel quoique pas toujours facile. En effet, il faut pour cela être capable de simplifier le langage technique et le jargon de façon à les rendre intelligibles par tout le monde sans pour cela verser dans la condescendance.
- ❑ Les responsables de l'organisme doivent être disposés à accorder le temps nécessaire et à fournir le soutien logistique requis.

Choix des membres du comité consultatif

Pour un comité consultatif informel, la composition du comité est en quelque sorte secondaire puisque les membres pourraient changer constamment. Mais pour un comité consultatif formel il est essentiel d'utiliser une méthode de sélection des membres qui

assure que tous les intérêts soient représentés.

Alors qu'il y a toujours un tas d'avis dans une collectivité, il n'y a cependant que quelques catégories d'intérêts clairement définis. Si vous voulez que la collectivité soit représentée valablement, il vaut souvent mieux choisir comme membres des gens qui s'identifient à une catégorie d'intérêt particulier plutôt qu'à un groupe organisé particulier.

Deux raisons motivent cette façon de procéder. D'abord, cette méthode permet de former un groupe réunissant les divers intérêts mais maniable. Ensuite, vous êtes certain que malgré le nombre peu élevé de membres, il n'y aura guère de valeurs du public qui ne soient représentées.

Il existe cinq méthodes fondamentales pour la sélection des membres du comité consultatif

1. L'organisme peut choisir les membres du comité en s'efforçant d'équilibrer les différents intérêts. C'est la méthode la plus couramment utilisée mais, lorsqu'il y a des questions très controversées,

on court le risque que le public pense que l'organisme crée un comité pour supporter sa position.

On peut réduire ce risque si, avant de choisir les membres, on consulte les groupes d'intérêts et organismes intéressés et que le choix reflète clairement le processus de consultation.

2. On peut charger un tiers de la composition du comité consultatif. Selon que la question est d'importance locale ou a une portée plus étendue, on pourrait confier cette sélection à une formation locale élue, un dirigeant de la collectivité ou un politicien, un conseiller en participation du public, ou encore un petit groupe représentant les intérêts principaux et qui, à son tour, choisit d'autres membres.

3. L'organisme peut déterminer les groupes d'intérêts qu'il désire voir représentés et permettre à ceux-ci de nommer leurs propres représentants. Cela peut être un problème pour les associations volontaires qui ont parfois de la difficulté de coordination entre elles pour le choix d'un représentant. Quoiqu'il en soit cela permet d'éliminer le risque d'être accusé de «tricherie».

4. Utilisation de n'importe laquelle des trois méthodes précédentes et compléter la composition du comité en y ajoutant des volontaires.

Ceci permet aux divers groupes d'intérêts d'ajuster leur participation au comité en recrutant des volontaires dans leurs rangs. Toutefois, si le comité vote au sujet de certains problèmes, cette façon de faire permet aux divers groupes d'intérêts de fausser le jeu par l'addition de plusieurs volontaires supplémentaires.

5. La composition du comité peut être déterminée par élection populaire. Cette méthode n'a été utilisée que dans quelques cas seulement, là où existait déjà une organisation pour la sélection des représentants, tels les conseils de quartiers, par exemple.

Établissement des procédures pour les réunions d'un comité consultatif

L'équilibre des intérêts publics au sein d'un groupe de travail n'est pas une garantie d'harmonie, de volonté de compromis ni de résultats acceptables. Une composition équilibrée donne au comité une crédibilité dès le début mais, lorsque vient le temps

de travailler, la crédibilité du comité tient à :

- la qualité des méthodes utilisées;
- l'engagement de l'organisme à répondre aux besoins du groupe en matière d'information et de moyens techniques;
- la correction des participants à l'égard de leurs collègues;
- de bonnes communications avec le grand public.

Il existe un certain nombre de questions de procédure que l'on doit normalement régler à un moment donné avec les groupes appelés à travailler ensemble pendant quelque temps.

Les membres d'un comité consultatif peuvent choisir de consacrer leurs premières réunions à l'adoption de procédures, bien que des discussions prolongées puissent gravement compromettre l'enthousiasme. Il est peut-être à conseiller de préparer et de distribuer à l'avance un projet de lignes de conduite pour révision et adoption par le comité.

Vote. La décision la plus importante à prendre au sujet

des procédures est probablement de déterminer si les décisions feront l'objet d'un vote.

La majorité des groupes au Canada ont l'habitude de voter au sujet des questions posées et présument automatiquement que c'est la bonne façon de prendre des décisions. Il y a cependant plusieurs raisons pour lesquelles le vote n'est généralement pas le meilleur moyen pour un comité consultatif de prendre une décision.

D'abord, malgré les efforts déployés pour que le comité consultatif soit largement représentatif, on ne peut être certain que les intérêts représentés au sein du comité sont proportionnels aux intérêts de la population en général. Un vote peut tout au plus révéler un déséquilibre dans la composition du groupe plutôt que refléter l'opinion de la majorité du public.

Ensuite, si l'objectif est d'atteindre une forme de consensus, un groupe profondément divisé ne sera pas très utile. Un comité consultatif ne sera en mesure d'avoir une certaine influence sur le grand public ou les décideurs de l'organisme que si un certain consensus règne au sein de ce comité.

Un vote partagé signifie tout bonnement qu'il existe un désaccord permanent, ce que l'on aurait pu facilement établir sans avoir recours à un comité consultatif.

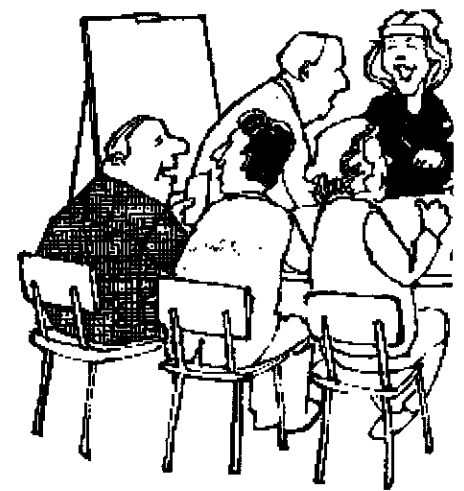
Une solution de rechange pour le vote consiste à percevoir ce qui émane de la réunion. Dès que l'animateur de la réunion constate l'apparition d'une forme de consensus il dit que son impression est qu'il semble y avoir consensus et vérifie si ce point de vue est partagé par le groupe. Cette méthode exige un bon sens de l'à-propos, l'aptitude à résumer une situation convenablement et un animateur jouissant d'une grande crédibilité. S'il est impossible d'être d'accord au sujet du sentiment général, l'animateur de la réunion demande au groupe comment résoudre la controverse. Une des possibilités est de continuer à parler. Une autre est de voter. Une autre de demander des rapports à la majorité et la minorité. Une autre encore d'obtenir un accord au sujet des procédures pour résoudre les problèmes clés principaux qui empêchent d'arriver à une entente. Finalement, il peut être préférable d'abandonner le problème jusqu'à une prochaine réunion,

donnant ainsi l'occasion aux gens d'y réfléchir davantage.

Présences. Certains groupes souhaitent que l'on exige des membres un minimum de présences aux réunions; par exemple un membre absent plus d'un certain nombre de fois est exclu du groupe.

Remplaçants. Une autre question relative aux présences est la possibilité de déléguer un remplaçant aux réunions. Cela peut poser un problème si le groupe a convenu de prendre des décisions par un vote majoritaire, mais si le droit de vote n'est pas en cause la formule du remplaçant est une façon d'obliger de tenir tout le monde au courant. Mais si les remplaçants ne sont pas tenus au courant de ce qui s'est passé lors des réunions précédentes, la situation est déplaisante pour les membres réguliers.

Participation d'observateurs. Il se peut que l'on doive établir une règle de base concernant la participation d'observateurs, c'est-à-dire : doit-on les admettre aux réunions du comité et, dans l'affirmative, peuvent-ils prendre la parole et à quel moment.



Sous-comités. Il peut être nécessaire de former des sous-comités chargés de certaines tâches précises. Le cas échéant, il faudra définir clairement la compétence et les responsabilités de ces sous-comités.

Caractère confidentiel des documents. Si le groupe examine des documents qui subiront d'importantes modifications avant d'être rendus publics, il faudra établir des règles pour déterminer le caractère confidentiel de ces documents. Pour de nombreux praticiens expérimentés de la participation du public, aussitôt qu'un document est remis à un comité consultatif ce document devient du domaine public sans aucune considération pour la demande de le garder confidentiel.

Commettants. Il faudra peut-être prévoir des moyens précis pour assurer une communication régulière avec les commettants représentés par les membres du comité.

Procédures parlementaires. Le recours à des procédures parlementaires formelles, telles que celles répertoriées dans le Robert's Rules of Order, laisse entendre qu'il y a opposition entre les participants et que les questions seront résolues

grâce à un vote plutôt que par un consensus. Pour cette raison, il est préférable de réduire au minimum l'emploi de procédures de réunion formelles. Si le responsable du comité a la confiance du groupe, il est habituellement possible de progresser plus rapidement sans avoir recours à des procédures de réunion compliquées.

Dépenses des membres du comité. On doit établir dès le départ si les frais de déplacement et les autres dépenses entraînées par la participation aux travaux du comité seront assumés par l'organisme ou par les membres eux-mêmes. Si c'est l'organisme qui assume les dépenses, il faudra définir clairement les modalités de remboursement.

Horaire des réunions. La hantise de tout comité consultatif est de déterminer s'il faut avoir des réunions périodiques ou plutôt les convoquer au besoin. Si on convoque une réunion seulement lorsque c'est nécessaire, il peut être difficile de prévenir les membres pour chaque réunion et il y a souvent des conflits d'horaire. D'autre part, le meilleur moyen de tuer l'intérêt et de décourager les membres d'un comité consultatif est

d'avoir des réunions périodiques improductives ou sans utilité apparente.

Affectation de personnel.

Souvent, les comités consultatifs soulèvent des questions qui nécessitent un suivi ou une recherche considérable. On doit se poser une question importante dès le début du processus : quelle sera l'importance du personnel mis à la disposition du groupe et quelles seront ses fonctions?

Procès-verbaux.

Habituellement c'est le personnel de l'organisme qui est responsable des procès-verbaux des réunions du comité, mais s'il y a des antécédents de suspicion ou de méfiance le comité pourrait s'acquitter de cette tâche.

Conseillers extérieurs.

Si des membres du comité consultatif se méfient du personnel de l'organisme, il est possible de faire appel à des conseillers extérieurs qui aideront le comité à examiner les plans ou les rapports très techniques. Les conseillers extérieurs ont parfois plus de crédibilité aux yeux du comité que le personnel technique de l'organisme.

On pourra donc éviter que des sentiments de rancune se manifestent ultérieurement si l'on règle ce genre de questions dès les premières réunions.

PRÉSIDER DES GROUPES DE PARTICIPATION ACCRUE

Le président d'un groupe de travail est chargé de favoriser le déroulement harmonieux du processus de discussion et de prise de décision. Ce rôle ne sera rempli que si le président n'a pas d'intérêts particuliers dans les résultats du travail ou si il est capable de dissocier sa fonction de présidence de celle de défenseur d'une position particulière. Un président doit être un animateur compétent et objectif et doit avoir la confiance de tous les membres du groupe. Souvent, les conflits naissent parce que les participants se méfient les uns des autres. Cette situation diminue avec le temps, grâce à la présence d'un président équitable. Pour qu'un président soit accepté d'emblée, vous devrez peut-être demander à un membre de la collectivité extérieure au groupe de présider les séances de travail,

PRÉSIDER DES GROUPES DE PARTICIPATION ACCRUE

DIRECTIVES POUR L'OBTENTION D'UN CONSENSUS

Un moyen d'en arriver à des compromis acceptables est de prendre des décisions par voie de consensus. Une décision prise par consensus est un accord où toutes les parties conviennent d'un équilibre entre les gains et les pertes, afin d'obtenir un résultat précis. Si, au départ, les parties ont des positions très différentes, il faudra sans doute plus de temps pour obtenir un consensus que si on avait tout simplement décidé que la majorité l'emporte. Cependant, en pratique, les résultats obtenus auront plus de chances d'être utilisés et plus durables. Les lignes directrices suivantes aideront les groupes de travail à obtenir un consensus :

- ❑ Au début de l'existence du groupe, accordez aux membres le temps nécessaire pour en arriver à se considérer non comme des adversaires se faisant face à une table mais bien comme des collègues. Pour y arriver, il faudra, par exemple, organiser des activités communes au cours desquelles ils examineront des problèmes d'une manière générale, par exemple au cours de visites sur le terrain, lors de conférences faites par des orateurs invités, etc.
- ❑ Demandez à chaque membre d'écrire un bref exposé de ce qu'il désire accomplir grâce au travail du groupe et discutez ensuite de ces attentes lors d'une réunion d'échange d'information.
- ❑ Assurez-vous que chaque membre comprend parfaitement le mandat du groupe ainsi que le genre de résultat conséquent à ce mandat.
- ❑ Avant même de tenter d'examiner un problème, assurez-vous qu'il soit énoncé clairement et de façon satisfaisante.
- ❑ Lorsqu'on fait des propositions pour une décision, cherchez à avoir un certain nombre de solutions, plutôt que d'essayer de présenter une seule proposition. Les diverses solutions devront tenir compte des différents points de vue des participants. Chacun peut ensuite en examiner les avantages et les inconvénients.
- ❑ Lorsque divers points de vue et solutions sont exposés, prenez le temps d'écouter chaque participant, sans évaluer ou désapprouver sa proposition à première vue. La plupart des difficultés de communication proviennent de ce qu'on n'écoute pas bien ou qu'on refuse de laisser l'orateur exposer son point de vue.
- ❑ Tout le monde doit être disposé à rediscuter de problèmes ou de préoccupations ayant déjà fait l'objet d'une décision, si un nouveau compromis modifie la façon dont un membre perçoit l'équilibre des intérêts qui se forme. Cette preuve de tolérance doit être contrebalancée par le respect de chacun à l'égard du travail du groupe.
- ❑ Aucun consensus ne sera viable si l'un ou l'autre membre du groupe travaille conformément à un programme caché ou suivant une stratégie de manipulation. Les préoccupations doivent être explicites et toutes les cartes doivent être étalées sur la table.
- ❑ Parfois un compromis n'est pas acceptable par un ou plusieurs participants d'un groupe de travail. Dans de tels cas, il pourrait s'avérer impossible d'obtenir un consensus pour une proposition unique. Le remède est de présenter soit un rapport numérique soit un éventail de solutions de rechange. Dans les deux cas il est essentiel de donner les raisons des solutions afin que l'organisme puisse les évaluer en connaissance de cause. Il faut se souvenir que plus un groupe de travail peut s'approcher d'un consensus, plus il est probable que ses recommandations seront acceptées et exécutées.

en tant que service à la communauté. On pourra trouver une personne disposée à assumer cette fonction dans les institutions d'enseignement, une association d'entraide, au sein du clergé ou dans divers milieux professionnels où les qualités d'animateur de groupes sont acquises par la formation et l'expérience.

Directives à l'intention du président

Votre rôle consiste à aider les membres du comité à atteindre les résultats escomptés, en veillant à ce que tous et chacun participent aux événements en cause de manière concrète et équitable et à ce que le groupe centre ses activités sur les problèmes en cause.

- ❑ Préparez un ordre du jour à l'avance et passez-le en revue avec le groupe avant de commencer toute réunion. Ne modifiez l'ordre du jour pour tenir compte de toute situation imprévue qu'après avoir obtenu l'accord du groupe.
 - ❑ Établissez des règles de procédure de base.
 - ❑ Mettez-vous d'accord au sujet de qui parlera au
- nom du groupe aux parties extérieures, en particulier aux médias.
- ❑ Prenez les mesures nécessaires pour établir régulièrement des procès-verbaux qui feront la distinction entre les discussions et les décisions, et indiqueront les actions qui exigent un suivi par un membre du groupe.
 - ❑ De temps à autre, passez en revue le mandat du comité et ses objectifs, afin d'évaluer les progrès accomplis. Si nécessaire, rappelez aux participants les échéances à respecter.
 - ❑ Si vous devez parler pour un intérêt particulier, cédez votre fauteuil à quelqu'un d'autre durant le temps nécessaire pour faire vos commentaires.
 - ❑ Si vous sentez qu'un conflit d'intérêts personnel apparaît, exposez clairement le problème au groupe et demandez conseil. Pour progresser d'une façon continue il est essentiel que le groupe reste convaincu de votre impartialité.

**ORGANISER ET
EXÉCUTER
DES PROGRAMMES
DE PARTICIPATION
DU PUBLIC**

**VOLUME 3
UTILISATION DES
MÉTHODES DE
PARTICIPATION
DU PUBLIC**

- Si, à titre de président, vous avez donné suite à une demande de renseignements provenant de l'extérieur, ou si vous avez assisté à une réunion où les travaux du groupe ont fait l'objet de discussions, parlez-en au groupe dès la première occasion. Si vous en avez la possibilité, informez-en un certain nombre de membres par téléphone, avant que l'événement ne se produise, pour connaître leurs réactions. Vous devrez parfois refuser de participer à une

réunion extérieure, sans avoir au préalable consulté le groupe. Cette situation risque de se produire au début lors des étapes préliminaires du travail en groupe, mais il est peu probable que ce problème existe plus tard.

La productivité du groupe de travail et ses relations avec le grand public sont généralement améliorées si vous informez régulièrement le public à la fois par les médias et par la publication de rapports intérimaires.

DEUXIÈME PARTIE

RÉPERTOIRE DES MÉTHODES

La deuxième partie est un répertoire exhaustif des méthodes tant traditionnelles que non orthodoxes de participation du public. Les méthodes répertoriées sont énumérées au tableau 2. Nous avons organisé le répertoire en fonction des cinq rubriques déterminées précédemment :

- Information et instruction du public
- Rétroaction de l'information du public
- Consultation
- Participation accrue
- Planification conjointe

Pour chaque méthode, les points suivants sont abordés :

1. une brève description;
2. les avantages;
3. les inconvénients.

Dans le cas de méthodes pour lesquelles on n'a que peu d'expérience, nous ne donnons pas toujours les avantages et les inconvénients.

Dans ce troisième volume du manuel on décrit des méthodes, sans donner des conseils sur la façon d'agencer ces diverses méthodes dans un programme coordonné. Les indications concernant la préparation de programmes sont présentées dans le Volume 2 du manuel qu'il faut lire avant d'entreprendre la préparation d'un programme de participation du public.

Les méthodes sont présentées dans le répertoire dans l'ordre figuré dans le tableau 2. L'approche ou la rubrique qui correspond le plus à la méthode signalée est indiquée par un «x». **Soulignons, toutefois, que souvent une méthode donnée peut être utilisée dans le cadre d'un programme de participation du public basé sur l'une ou l'autre des approches.**

Le répertoire des méthodes figurant au début de ce volume est reproduit ici pour aider le lecteur à repérer des méthodes particulières. Vous trouverez à la fin de cette étude un index alphabétique de l'ensemble des méthodes.

ORGANISER ET
EXÉCUTER
DES PROGRAMMES
DE PARTICIPATION
DU PUBLIC

VOLUME 3
UTILISATION DES
MÉTHODES DE
PARTICIPATION
DU PUBLIC

DEUXIÈME PARTIE
RÉPERTOIRE
DES MÉTHODES

INDEX DU RÉPERTOIRE DES MÉTHODES

Information du public	Page	Méthodes de Consultation	Page
Annonces	73	Aide technique	105
Brochures	75	Brainstorming	106
Bulletins d'information	76	Bureaux d'information sur le terrain	107
Communiqués de presse	77	Conférences	108
Concours et activités	79	Conversations autour d'une tasse de café	110
Conférences de presse	80	Dialogues	111
Documents de prise de position	82	Émissions de télévision interactives	113
Encarts de journal	83	Jeux de compromis	116
Information des représentants élus	84	Jeux de simulation	116
Kiosques et présentoirs	84	Jours d'accueil	118
Messages d'intérêt public	85	Méthode de groupe nominal	119
Programmes de formation des citoyens	87	Méthode Delphi	122
Publications	88	Numéros d'appel spéciaux	124
Publicité	90	Réunions d'études	126
Publicité par la poste	92	Réunions municipales	126
Rapports	93	Réunions publiques	127
		Tables rondes	129
Rétroaction de l'information du public		Méthodes de participation accrue	
Analyse du contenu	95	Charrettes	131
Analyse des données relatives à la participation du public	95	Comités consultatifs	132
Détermination des aires d'influence	95	Groupes de travail	132
Exposés	96	Méthodes de planification conjointe	
Groupes tests	97	Arbitrage	133
Interviews	98	Conciliation	134
Participation assistée par ordinateur	99	Médiation	135
Présentations écrites	101	Méthode Niagara	136
Profils communautaires ou sociaux	101	Négociation	136
Questionnaires	102		
Sondages	102		
Ressources			
Index alphabétique	138		
Liste d'autres ressources	139		

Tableau 2
Méthodes de participation du public

	Information du public	Rétroaction de l'information	Consultation	Participation accrue	Participation conjointe
Information du public					
• Annonces	X				
• Brochures	X				
• Bulletin d'information	X				
• Communiqués de presse	X				
• Concours et activités	X				
• Conférences de presse	X				
• Documents de prise de position	X				
• Encarts de journal	X				
• Information des représentants élus	X				
• Kiosques et présentoirs	X				
• Messages d'intérêt public	X				
• Programmes de formation des citoyens	X				
• Publications	X				
• Publicité	X				
• Publicité par la poste	X				
• Rapports	X				
Réaction du public à l'information					
• Analyse de contenu		X			
• Analyse des données relatives à la participation du public		X			
• Détermination des aires d'influence		X	X		
• Exposés écrits		X			
• Groupe tests		X	X		
• Interviews		X	X		
• Participation assistée par ordinateur		X	X		
• Présentations écrites		X			
• Profils de collectivité (social)		X			
• Questionnaires		X			
• Sondages		X			
Consultation					
• Aide technique	X	X	X	X	
• Brainstorming			X		
• Bureau d'information sur le terrain	X	X	X		
• Conférences		X	X		
• Conversations autour d'une tasse de café		X	X		
• Dialogues			X		
• Émissions de télévision interactives		X	X		
• Jeux de compromis		X	X	X	X
• Jeux de simulation		X	X	X	
• Jours d'accueil	X	X	X		
• Méthodes de groupe nominal		X	X		

**ORGANISER ET
EXÉCUTER
DES PROGRAMMES
DE PARTICIPATION
DU PUBLIC**

**VOLUME 3
UTILISATION DES
MÉTHODES DE
PARTICIPATION
DU PUBLIC**

Tableau 2 (suite)
Méthodes de participation du public

	Information du public	Rétroaction de l'information	Consultation	Participation accrue	Participation conjointe
• Méthode Delphi		X	X		
• Numéros d'appel spéciaux	X	X	X		
• Réunions d'études			X	X	X
• Réunions municipales		X	X		
• Réunions publiques	X	X	X		
• Tables rondes	X	X	X		
Méthode de participation accrue					
• Charettes			X	X	
• Comités consultatifs			X	X	
• Groupe de travail			X	X	
Méthodes de planification conjointe					
• Arbitrage				X	X
• Conciliation				X	X
• Médiation				X	X
• Méthode Niagara				X	X
• Négociation				X	X