








INVENTAIRE DES MÉTHODES D'ENGAGEMENT COMMUNAUTAIRE

Regroupées selon les différents degrés d'engagement :
Informer, consulter, impliquer, collaborer, outiller

CONTINUUM DE L'ENGAGEMENT COMMUNAUTAIRE

	INFORMER	CONSULTER	IMPLIQUER	COLLABORER	OUTILLER
					
BUT	Fournir aux parties prenantes de l'information équilibrée et objective pour les aider à comprendre le problème, les différents choix possibles, et les solutions.	Obtenir le point de vue des parties prenantes sur l'analyse, les choix possibles et les décisions.	Travailler directement avec les parties prenantes durant tout le processus afin que leurs préoccupations et aspirations soient constamment comprises.	Collaborer avec les parties prenantes sur chaque aspect du processus, de l'élaboration jusqu'à l'application de la solution.	Partager le leadership dans le cadre de projets menés par la communauté, et impliquer la communauté dans le processus décisionnel final.
APPROCHE	« Voici ce qui se passe. »	« Voici quelques options; qu'en pensez-vous? »	« Voici le problème; quelles sont vos idées? »	« Travaillons tous ensemble afin de résoudre ce problème. »	« Ce problème vous préoccupe, et vous menez l'initiative; comment pouvons-nous vous aider? »

Adapté de : IAP2 Public Participation Spectrum

INVENTAIRE DES MÉTHODES D'ENGAGEMENT COMMUNAUTAIRE

Méthode	Description	Remarques
INFORMER		
Site web	<ul style="list-style-type: none"> • Information générale • Feuilles d'information • Articles, documents et autres ressources téléchargeables • Galeries de photos • Formulaires d'inscription • Archives des procès-verbaux des rencontres, des stratégies, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • L'adresse du site web de votre organisation devrait toujours être clairement visible sur tous les documents du projet en cause. • Mettre à jour régulièrement le site web, et chaque fois que le projet franchit une étape importante. Si le contenu du site web n'est pas à jour, cela pourrait dissuader les gens d'y retourner. • Mettre clairement en évidence les principaux accomplissements ou faits saillants de votre projet sur la page d'accueil. • Tenez compte de l'accessibilité : consultez le guide qu'a préparé la Ville de Peterborough sur la création de documents accessibles.
Canaux d'information générale	<ul style="list-style-type: none"> • Courrier électronique • Ligne téléphonique « 1-800 » • Service de messagerie vocale 	<ul style="list-style-type: none"> • Communiquez avec le service informatique de votre organisation ou votre fournisseur de service téléphonique afin de mettre en place une ligne 1-800 pour votre projet, et assurez-vous d'avoir un service de messagerie vocale pour les appels manqués. • Indiquez clairement les heures d'ouverture de la ligne téléphonique, et déterminez un délai de réponse pour chaque canal d'information (ex. : il faut répondre à toutes les requêtes reçues par téléphone ou courriel dans les 48 heures suivant leur réception). • Indiquez le numéro de la ligne d'information et ses heures d'ouverture sur tout le matériel faisant la promotion de votre projet et tous les documents de communication interne. • Assurez-vous d'avoir des effectifs suffisants, et prévoyez la mise en place d'un système lorsque les employé-e-s sont absents.
Vidéo	<ul style="list-style-type: none"> • Vidéo numérique 	<ul style="list-style-type: none"> • La vidéo numérique est l'un des meilleurs moyens de susciter l'engagement en ligne. <ul style="list-style-type: none"> ○ Les personnes visitent plus fréquemment et plus longtemps les pages web qui contiennent des vidéos. ○ Les gens sont plus portés à ouvrir un courriel lorsqu'il contient une vidéo. • Tenez compte de l'accessibilité

		<ul style="list-style-type: none"> • Excellent moyen de transmettre rapidement un bref message. • Envisagez de recourir à la vidéo pour lancer une activité d'engagement, stimuler la participation, ou encore informer la communauté de la progression d'un projet ou des résultats d'une consultation. • Les vidéos doivent être brèves (moins de 5 min), et recourir à divers styles de présentation, d'images, d'introductions et de conclusions. Mais le plus important, c'est qu'elles soient divertissantes! • Ajoutez des sous-titres afin que vos vidéos soient accessibles à tous. En prime, cela contribue à faire augmenter le nombre de visionnements.
<p>Document infographique</p> <p>Outil utile pour créer des documents infographiques : https://piktochart.com/</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Document faisant appel à des éléments visuels tels que des graphiques ou des diagrammes pour présenter des informations ou des données. 	<ul style="list-style-type: none"> • Les documents infographiques doivent être visuellement attrayants et proposer des thèmes et des données qui intéressent votre public cible. • Excellent moyen de simplifier des informations complexes (40 % des gens comprennent plus facilement l'information visuelle que textuelle). • Moyen simple et amusant de familiariser les gens avec un thème ou un enjeu sans exiger beaucoup de lecture (les documents infographiques de haute qualité ont 30 fois plus de chances d'être lus que des textes). • Bonne méthode pour décrire les progrès réalisés et rendre compte de ceux-ci lors du processus d'engagement.
<p>Médias sociaux</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Facebook • Twitter • LinkedIn • Instagram • Snapchat • Pinterest • Tik-Tok • Reddit 	<ul style="list-style-type: none"> • Excellent moyen de communiquer avec les gens qui ne peuvent pas assister en personne à un événement ou à une consultation. • Les médias sociaux permettent de joindre les gens où qu'ils soient et d'accroître votre pouvoir de diffusion (excellent moyen de joindre de nouveaux auditoires au sein de la communauté). • N'utilisez pas tous les médias sociaux. Ne choisissez que ceux qui sont pertinents en regard de votre public cible et qui vous permettent de maintenir un canal de communication avec celui-ci. Accordez la préséance à la qualité plutôt qu'à la quantité. • Suivez la règle des trois tiers lorsque vous publiez : 1/3 du contenu fait la promotion de votre organisation ou projet; 1/3 constitue de l'information pertinente; 1/3 sert à interagir avec votre public cible. • Servez-vous d'éléments visuels pour faire augmenter les taux d'interaction et d'engagement (les taux d'interaction et d'engagement des images téléversées sur Facebook sont cinq fois plus élevés que ceux des liens publiés, et les publications contenant des images sont partagées deux fois plus souvent que celles n'en contenant pas).

<p>Publicité et couverture médiatique</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Exposition médiatique payante (publicités payées à la radio, dans les journaux, à la télévision, ou en ligne). • Exposition médiatique acquise (publicité gratuite faite par l'entremise de communiqués de presse, de conférences de presse, de trousseaux aux médias, ou de lettres d'opinion). 	<ul style="list-style-type: none"> • Envisagez de tirer simultanément parti d'une exposition médiatique payante et acquise. • Assurez-vous d'adapter vos messages à votre public cible et d'utiliser les canaux médiatiques appropriés pour le joindre. • Il est bon d'ajouter des éléments visuels attrayants décrivant votre projet. Assurez-vous d'avoir de bonnes photos à votre disposition, ou organisez une séance de photos avec les photographes des médias. • Pour les annonces à la radio, une brève capsule audio est généralement nécessaire. • Désignez un-e porte-parole qui communiquera avec les médias et assurez-vous que cette personne est adéquatement formée. • Les communiqués de presse ont plus de chances d'être repris s'ils contiennent une bonne accroche ou des éléments qui suscitent l'enthousiasme ou décrivent un risque.
<p>Matériel promotionnel imprimé</p> <p>Outil utile pour créer des infographies percutantes : Canva (www.canva.com/fr_fr/)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bulletins • Lettres • Affiches • Feuilles d'information • Brochures • Rapports 	<ul style="list-style-type: none"> • L'utilisation de matériel promotionnel implique l'élaboration de son contenu, la conception graphique, l'impression, et la distribution. • Prévoyez du temps à chaque étape pour les approbations internes et externes. • Les échéanciers et les coûts peuvent varier en fonction de la complexité du projet. • Lors de l'élaboration du contenu, tenez compte de la mesure dans laquelle le lectorat est familiarisé avec votre projet, comprend la portée de ce dernier, de même que le contexte dans lequel il s'inscrit. <ul style="list-style-type: none"> ○ Conseil : Ajoutez une description de projet répondant aux questions « qui? », « quoi? », « quand? », « où? » et « comment? », et joignez un calendrier. • Pensez à la méthode de distribution : publipostage, distribution dans les boîtes aux lettres, envois adressés ou non, web, etc. • Imprimez des exemplaires supplémentaires afin de les remettre en personne lors d'événements ou de les distribuer sur demande. • Tenez compte de l'accessibilité : consultez le guide qu'a préparé la Ville de Peterborough sur la création de documents accessibles.

<p>Présentation et diffusion continue en direct</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Présentation informative tenue dans la communauté et retransmise par diffusion continue en direct afin d'accroître sa portée. 	<ul style="list-style-type: none"> • Faire une présentation est un moyen efficace de disséminer de l'information auprès de vastes groupes. • Voici quelques conseils pour la préparation d'une présentation : <ul style="list-style-type: none"> ○ Commencez par choisir le format : voulez-vous que vos présentations adoptent un style magistral ou qu'elles impliquent des échanges avec l'auditoire? ○ Pensez à votre reconnaissance territoriale ○ Envisagez l'utilisation de porte-noms afin de pouvoir interpeller les gens par leur nom. ○ Ne vous servez pas de diapositives comme béquilles. Les gens se sont donné la peine de venir vous entendre, alors ne vous contentez pas de lire leur contenu. Sachez capter l'attention des gens, servez-vous de vos diapositives pour présenter les principaux messages, et intégrez des éléments visuels et des vidéos lorsque cela est possible. ○ Soyez convivial-e : n'utilisez pas un langage que votre auditoire ne comprendra pas. Traitez les membres de votre auditoire comme s'il s'agissait de concitoyen-ne-s, et montrez-leur que vous leur êtes reconnaissant-e du fait qu'ils prennent le temps de vous écouter. • Envisagez de procéder à la diffusion continue en direct ou à l'enregistrement vidéo de votre présentation afin que les gens puissent l'écouter sans avoir à y assister en personne, ou après qu'elle a eu lieu.
<p>Comité d'expert-e-s</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Un comité d'expert-e-s est appelé en renfort lorsque les idées et les avis de spécialistes sont nécessaires. • Généralement, un tel comité est caractérisé par la diversité des champs d'expertise de ses membres, et le rôle de ces derniers consiste à débattre et à discuter de différentes procédures, et à faire des recommandations. 	<ul style="list-style-type: none"> • Donne la possibilité aux citoyen-ne-s d'entendre divers points de vue informés (d'expert-e-s) à partir desquels ils pourront prendre des décisions sur différentes recommandations quant à la manière d'agir relativement à un enjeu ou à une proposition. • Il est appelé en renfort lorsqu'un enjeu est très complexe et litigieux, et que les décisions risquent d'avoir des implications légales, ou encore, lorsqu'il est nécessaire d'obtenir les meilleurs résultats possible (basés sur une expertise). • Il se révèle utile lorsque survient un conflit, car il offre des avis qui peuvent être plus crédibles, pouvant ainsi contribuer à le résoudre.
<p>Présentation et exposition</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lieux et événements communautaires visant à donner de l'information sur un projet et à sensibiliser la population à des enjeux particuliers. 	<ul style="list-style-type: none"> • Présenter votre projet dans les espaces publics est un bon moyen d'impliquer les personnes qui, normalement, ne s'engagent pas ou n'assistent pas aux rencontres publiques. • Envisagez la possibilité d'un espace permanent dédié à la présentation de votre projet et de ses résultats.

	<ul style="list-style-type: none"> • Installez-vous dans des endroits publics pertinents (ex. : librairies, salles ou bureaux électoraux, centres d'achats, festivals communautaires, etc.). 	<ul style="list-style-type: none"> • Prévoyez la possibilité que les membres de la communauté fassent des commentaires, s'impliquent, ou trouvent plus d'information lors de tels événements. • Ces événements peuvent être interactifs et peuvent être mis à profit dans le cadre de forums, d'ateliers, d'expositions, de conférences, ou d'autres événements. • Les événements interactifs stimulent l'intérêt (ex. : kiosques dotés d'écrans tactiles, café internet, modèle en trois dimensions ou survols virtuels). • Les événements interactifs peuvent comprendre des tableaux où les gens indiquent leurs idées sur des feuillets adhésifs, des cartes où ils peuvent indiquer leur perceptions ou avis sur certains lieux. • Une présentation ou une exposition peut être l'occasion de recueillir des commentaires. Prévoyez des feuilles vierges sur lesquelles sont notées de courtes questions, des dessins, des modèles, des affiches ou d'autres supports visuels, de même que des enregistrements audio en lien avec les enjeux et les intérêts de la communauté.
<p>Visite de site et circuit de visite</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Faire visiter le site d'un projet à la population. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ces activités conviennent bien à un vaste projet d'infrastructure (ex. : un projet de rénovation urbaine, une ligne d'autobus, un train léger) implanté dans une zone définie. • Ajouter une touche conviviale! Envisagez l'idée de jumeler votre activité de visite à un événement festif local. • Ce peut être l'occasion de créer des liens avec d'autres projets locaux semblables susceptibles d'intéresser la communauté. • Ce type d'activités permet à la communauté de voir votre projet « en action » et de se sentir impliquée. • Ces activités peuvent impliquer la présentation de matériel de plusieurs projets, de même que la distribution d'objets promotionnels au public (ex. : crayons, casquettes, bouteilles d'eau, etc.). Idéalement, les objets promotionnels devraient être liés au projet (ex. : bouteilles d'eau dans le cas d'un projet d'assainissement des eaux). • Envisagez d'organiser une « visite guidée » du site, au cours de laquelle les participant-e-s pourront poser des questions. • Ces activités peuvent donner une image d'ouverture et de transparence à votre projet.

Rencontre publique

- Rassemblement de personnes dans un but spécifique. Une rencontre peut rassembler un petit (moins de dix) ou un grand nombre de personnes qui se penchent sur un problème ou une tâche spécifique.
- Une rencontre nécessite généralement l'intervention d'une animatrice ou d'un animateur dont le rôle est d'encourager la communication interactive, de même qu'à une personne responsable de la prise de notes, qui consigne les suggestions émises et les enjeux mis en lumière lors de la rencontre.
- Une rencontre publique devrait être partie intégrante d'un ensemble d'activités visant l'engagement ou l'évaluation plutôt que d'être utilisée seule à cette fin. Lorsqu'associée à d'autres méthodes, une rencontre publique est un bon moyen d'échanger de l'information et de faire montre d'ouverture et de transparence.
- Elle permet de relayer l'information, d'expliquer les démarches, et d'obtenir les commentaires d'un grand nombre de personnes.
- Elle peut constituer une bonne occasion pour les membres de la communauté de se rencontrer et de réseauter.
- Les grands groupes et la forme que prennent traditionnellement les rencontres peuvent intimider certaines personnes et ainsi nuire à leur participation. Envisagez conséquemment d'organiser des discussions en petits groupes.
- Une rencontre publique est un bon moyen d'attirer l'attention des médias sur votre événement, et les photos prises au cours de celle-ci peuvent servir à montrer le niveau d'intérêt et à illustrer la diversité des gens qui y assistent.
- Une rencontre publique sert souvent de tremplin pour la formation de mouvements ou de groupes partageant des intérêts communs qui continueront de travailler sur les enjeux soulevés et les actions proposées.
- Soyez conscient-e du fait que les personnes qui assistent à une rencontre ne constituent probablement pas un échantillon représentatif de la communauté. De plus, leur nombre risque de demeurer faible, à moins qu'elles se sentent profondément interpellées par l'enjeu en cause, et qu'elles prennent le temps d'assister à votre rencontre.
- Assurez-vous que les gens puissent facilement accéder à l'endroit où se tient votre rencontre.

CONSULTER

Sondage

Outils utiles pour créer des sondages en ligne :

- Mentimeter (www.mentimeter.com/)
- Doodle (<https://doodle.com/fr/sondage-en-ligne>)
- Poll Everywhere (www.poll everywhere.com)

- Un sondage en ligne permet à des personnes de répondre anonymement à des questions à l'aide de choix de réponses.
- Les résultats vous sont transmis dès qu'un-e répondant-e a cliqué sur un choix de réponse. Ils peuvent également être affichés sans avoir à voter.

- Mener un sondage en ligne est un moyen facile et rapide de prendre le pouls de la population par rapport à divers sujets d'intérêt et de recueillir des données utiles à l'évaluation.
- Un sondage peut être utilisé pour déterminer dans quelle mesure la population appuie une initiative municipale ou, plus simplement, pour mieux connaître un public cible ou déterminer où se tiendront les rencontres.
- Les répondant-e-s conservent un certain anonymat dans le cadre d'un sondage, ce qui peut rassurer les personnes qui n'osent pas émettre leur opinion ouvertement ou devant un groupe.
- Un sondage peut également être réalisé en temps réel (ex. : durant une journée portes ouvertes ou une rencontre publique), ou il peut être intégré à un courriel ou à votre site web.

Vote

- Le vote donne la possibilité à la communauté de prendre ou d'influencer les décisions en fonction d'une liste d'options prédéterminées.

- Assurez-vous que les personnes qui votent le font de manière éclairée. Fournissez-leur de l'information à propos des faits saillants, des ressources disponibles, du calendrier des projets, et de tout autre aspect qu'elles devraient connaître afin de prendre une décision en pleine connaissance de cause.
- Il est possible de voter en personne, par courrier, ou en ligne.
- Indiquez clairement de quelle manière le vote se répercutera sur le projet en cause.

Enquête

Outils utiles pour créer des enquêtes en ligne :

- Survey Monkey
- Typeform
- Google Forms

- Une enquête prend la forme d'un formulaire structuré ou d'un questionnaire qui est envoyé à un sous-groupe ciblé au sein de la communauté. Une enquête sert à recueillir des données, à évaluer les besoins, à obtenir des commentaires, ou à connaître l'opinion de la communauté.
- Il y a cinq principaux types d'enquêtes :
 - En ligne (web)
 - Par téléphone
 - Par envoi postal
 - Entrevue en personne
 - Sondage papier

- Une enquête sert à déterminer dans quelle mesure les gens sont au courant d'un enjeu, et à fournir un aperçu de la manière dont les gens pensent et se comportent à un moment particulier.
- Elle peut servir à déterminer le comportement d'une communauté ou d'un sous-groupe particulier de sa population.
- Le travail d'enquête peut être mené de différentes façons en fonction de sa finalité, de sa portée, et des parties prenantes sollicitées.
- Conseils importants :
 - Faites en sorte que votre enquête reste simple.
 - Évitez les questions tendancieuses ou ambiguës.
 - Visez un juste équilibre entre les questions ouvertes et fermées.
 - Accordez-vous le temps de recueillir un nombre et une diversité suffisants de réponses.
 - Donnez la possibilité aux répondant-e-s de sauter des questions ou de clarifier leurs réponses. Les choix de réponses peuvent ne pas convenir à tous les répondant-e-s, alors ajoutez « Autre » aux choix de réponses, et donnez-leur la possibilité de clarifier leurs réponses.

<p>Entrevue</p>	<ul style="list-style-type: none"> • L'entrevue prend habituellement la forme d'une discussion poursuivant un objectif précis. • Différentes formes possibles : entrevue en personne, entrevue téléphonique, groupes de discussion (voir la prochaine méthode ci-dessous) 	<ul style="list-style-type: none"> • L'entrevue est l'un des meilleurs moyens de transmettre de manière claire des idées entre vous et les personnes auprès desquelles vous recueillez de l'information. • Elle peut être très utile lorsque vous avez besoin de vous renseigner sur la manière dont les gens perçoivent les impacts des activités se déroulant dans votre communauté. • Assurez-vous qu'il s'agit de la méthode appropriée. L'entrevue pourrait ne pas convenir dans les situations suivantes : <ul style="list-style-type: none"> ○ Votre projet implique un nombre important de personnes, ce qui rendrait le processus d'entrevue chronophage et coûteux. ○ L'information que vous voulez obtenir est de nature quantitative. ○ Les répondant-e-s ne veulent pas coopérer. • Choisissez vos questions avec minutie. Évitez les questions qui : <ul style="list-style-type: none"> ○ risquent de mettre les répondant-e-s sur la défensive; ○ cherchent à sonder deux choses distinctes à la fois; ○ sont trop longues, trop intimes, ou trop compliquées. • Enregistrez vos entrevues, ou prenez des notes au cours de celles-ci. Utilisez les guillemets pour bien distinguer les citations, et consignez-les fidèlement sans tenter de les embellir.
<p>Groupe de discussion, groupe focus</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Petit groupe de six à dix personnes répondant à un ensemble de critères qui a pour mandat de se pencher sur des questions précises. Un groupe de discussion est ainsi une occasion de connaître l'opinion des gens par rapport à ces questions, ce qui permet aux personnes qui l'ont organisé de planifier leurs actions futures. Un groupe de discussion doit être animé par une personne adéquatement formée. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bonne méthode pour déterminer quels enjeux préoccupent le plus une communauté ou un groupe lorsqu'il n'y a pas beaucoup ou pas d'information sur le sujet. • Les questions doivent être fonction en fonction de la capacité des participant-e-s à y répondre. • Un groupe de discussion de petite taille vous permet d'approfondir davantage les discussions qu'un groupe plus nombreux. Cela vous permet également d'observer les participant-e-s (gestuelle, expressions faciales, interactions), ce qui offre une mise en contexte impossible à obtenir à l'aide d'autres méthodes d'engagement. • Commencez par des questions ouvertes, mais n'hésitez pas à poser des questions en fonction des réponses reçues. Voici quelques exemples qui vous aideront à guider la formulation de vos questions : <ul style="list-style-type: none"> ○ Que pensez-vous de...? ○ Quels sont les avantages et les désavantages de...? ○ Que changeriez-vous sur le plan de...? ○ Qu'est-ce qui ferait en sorte que vous souhaiteriez...? ○ Qu'est-ce qui vous préoccupe le plus au sujet de...? ○ Préférez-vous... ou...? Pour quelles raisons?

		<ul style="list-style-type: none"> • Les enjeux qui ressortent dans le cadre d'un groupe de discussion peuvent ensuite être sondés plus en profondeur à l'aide de questionnaires ou d'autres formes d'enquêtes afin de valider les constats. • Relativement peu coûteux à organiser, un groupe de discussion permet de recueillir de l'information plutôt fiable en peu de temps.
Forum en ligne	<ul style="list-style-type: none"> • Plusieurs sites web comportent un forum où les gens ont des échanges électroniques afin d'exprimer leurs points de vue ou de discuter. • La période durant laquelle un forum en ligne est ouvert varie grandement : quelques heures, jours, semaines ou mois, voire indéfiniment. • Des administratrices ou des administrateurs ont le pouvoir d'ajouter, de modifier ou de supprimer du contenu. • Les administratrices ou administrateurs peuvent établir des thèmes pour le forum en ligne, ou ils peuvent autoriser les utilisatrices ou utilisateurs à le faire. 	<ul style="list-style-type: none"> • Un forum en ligne est utile pour mobiliser les gens et obtenir leurs commentaires pendant une certaine période, et exige un investissement physique moindre qu'un forum public. • Un forum en ligne est accessible à tout moment de la journée. Il a ainsi le potentiel d'attirer les utilisatrices et utilisateurs réguliers d'internet, car il n'exige aucune planification pour participer. • Un forum peut être ouvert à tout le monde, qui l'utilise alors de manière anonyme, ou seulement à ses membres, qui doivent alors s'y connecter à l'aide de leur nom d'utilisatrice ou d'utilisateur. • Faites en sorte que le forum soit facile à utiliser. Créez plusieurs points d'accès (courriels, bulletins, intranets, affiches). • Souhaitez la bienvenue aux nouveaux utilisateurs et utilisatrices, et assurez-vous qu'ils se sentent à l'aise et qu'ils maîtrisent la plateforme. • Posez des questions qui comptent. Formuler les questions en termes concrets est un bon moyen de susciter la discussion.
Commentaires en ligne	<ul style="list-style-type: none"> • Possibilité de commenter en ligne. • Cette possibilité devrait être offerte lors de la diffusion d'informations, de récits, de documents, de billets de blogues, d'annonces, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Assurez-vous de pouvoir approuver le contenu des commentaires avant qu'ils soient publiés afin d'éliminer ceux qui sont indésirables ou qui utilisent un langage offensant. • Bien que le filtrage des commentaires inappropriés demeure important, soyez ouvert-e aux divers points de vue reflétés dans les commentaires, et ne les filtrez pas en fonction de votre opinion — faites preuve d'objectivité autant que possible. • Réagissez aux commentaires. Lorsqu'un nouveau commentaire est reçu, répondez-y rapidement afin que les gens sentent que leur opinion est prise en compte.

<p>Monitoring des médias sociaux</p> <p>Outils utiles pour monitorer les médias sociaux :</p> <ul style="list-style-type: none"> • TweetChat • Hootsuite 	<ul style="list-style-type: none"> • Le monitoring des médias sociaux, également appelée suivi des médias sociaux, consiste à analyser ce que les gens disent sur internet à propos d'une entreprise, d'une organisation, d'une personne, d'un sujet, d'un produit, ou d'une marque. 	<ul style="list-style-type: none"> • Découvrez où votre public cible discute et partage ses opinions. • Définissez les objectifs et la portée (thèmes, noms d'organisations, enjeux particuliers) de votre travail de monitoring des médias sociaux : <ul style="list-style-type: none"> ○ Voulez-vous retrouver des influenceuses et influenceurs? ○ Cherchez-vous des occasions de faire plaisir à votre communauté ou de l'aider? ○ Surveillez-vous des mots-clics ou des phrases spécifiques? • Cette méthode offre un excellent aperçu des discussions spontanées qui se rattachent aux thèmes qui vous intéressent, et vous permet d'y prendre part. • Lors du suivi des discussions ou d'actions sociales, le travail de monitoring nécessite de l'analyse et de la réflexion. Décelez les tendances, soyez à l'affût des opinions et tirez vos conclusions en tenant compte du lieu et du moment.
<p>Assemblée publique locale diffusée sur les médias sociaux</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Réunir un groupe en ligne à l'aide d'une plateforme de média social afin d'aborder des questions, des idées ou des solutions liées à un enjeu particulier. Normalement, les discussions sont diffusées et suivies en utilisant des mots-clics de sorte qu'elles conservent une thématique spécifique. 	<ul style="list-style-type: none"> • L'assemblée publique locale diffusée sur les médias sociaux diffère des forums habituels, car les enjeux et les thèmes sont traités par les principales parties concernées. • La population concernée a la possibilité d'explorer directement les enjeux et d'obtenir des réponses claires de la part de groupes ou de personnes. • Excellent moyen de montrer aux citoyen-ne-s que vous cherchez à établir le contact avec eux à l'extérieur des murs de la salle du conseil municipal. • Voici quelques conseils : <ul style="list-style-type: none"> ○ Rédigez quelques publications à l'avance, et faites en sorte qu'elles soient faciles à partager et à relier à des ressources ou des sites web pertinents. ○ Faites en sorte que vos publications soient brèves. Laissez de l'espace pour du texte additionnel lors du repartage. ○ Impliquez des participant-e-s qui représentent et ne représentent pas la municipalité. ○ Utilisez un outil de suivi des échanges sur les médias sociaux (ex. : TweetChat) afin d'être tenu-e informé-e des publications entrantes. ○ Prévoyez une solution de rechange en ligne pour les personnes qui ne sont pas sur Twitter. ○ Conservez les discussions en ligne de sorte que les autres puissent les lire ou y faire référence.

Atelier	<ul style="list-style-type: none"> • Groupe de personnes qui se réunit pour s’attaquer à des enjeux ou élaborer des solutions. Un atelier peut avoir une structure formelle ou informelle de sorte à disséminer de l’information sur un sujet particulier, et à servir de forum pour des groupes de discussion. • Afin d’être plus interactif, un atelier comprend des exercices réalisés en grands et petits groupes. • Un atelier peut durer quelques heures ou une journée entière, et il est habituellement animé par une plusieurs personnes formées à cet effet. 	<ul style="list-style-type: none"> • Un atelier stimule la discussion et donne l’occasion de réfléchir plus profondément aux enjeux ou aux thèmes abordés. Il constitue également un forum où les participant-e-s sont véritablement impliqués dans la définition et la résolution d’enjeux. • Un atelier peut impliquer un petit (ex. : 10-12) ou un grand (ex. : 30-40) nombre de personnes. • Un atelier qui compte plus de 40 participant-e-s peut être difficile à gérer, et il peut également être difficile pour les participant-e-s de prendre part aux activités et aux exercices proposés. • Si un atelier est organisé à titre d’événement ciblant des enjeux communautaires, la sélection des participant-e-s devrait être basée sur leurs connaissances et leurs expertises, ou en s’assurant d’avoir un échantillon représentatif des différents points de vue. Du reste, un atelier peut cibler des groupes particuliers (ex. : les jeunes ou les femmes).
Porte-à-porte	<ul style="list-style-type: none"> • Travail de sensibilisation fait en personne, où les gens sont sollicités à domicile. 	<ul style="list-style-type: none"> • Le porte-à-porte peut servir à faire le point avec les résident-e-s afin de mieux connaître leurs besoins, leurs priorités ou leurs idées sur un enjeu ou une initiative en particulier. • Il s’agit d’un bon moyen de rétablir, de créer ou de renforcer des liens sociaux avec les membres de la communauté. • Permet de joindre les gens qui, normalement, ne sortent pas de leur routine pour prendre part à la mobilisation. • Divisez l’horaire des visites en blocs de deux ou trois heures. • Visitez les ménages lors de différentes plages horaires de la journée afin d’augmenter vos chances qu’ils soient à la maison. • Prévoyez des ressources et des partenaires afin de vous adapter aux particularités culturelles ou linguistiques des personnes ou des familles.
Assemblée de cuisine	<ul style="list-style-type: none"> • Petite rencontre informelle qui se déroule chez quelqu’un ou dans un café du quartier. Dans le cadre de vastes processus d’engagement, les discussions de cuisine sont souvent utilisées en concomitance avec d’autres méthodes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Durant ce type de rencontres, les participant-e-s discutent d’enjeux reliés à des projets ou des thèmes plus vastes. Un guide ou une liste de questions préétablies provenant de groupes d’intérêt ou de la Municipalité peuvent être employés, mais ces rencontres ne comportent pas d’ordre du jour formel. • Le but d’une discussion de cuisine est d’entamer le dialogue avec la communauté de manière informelle et décontractée. • Une discussion de cuisine vise à mieux connaître la communauté et à explorer les différentes opinions par rapport à un enjeu. Elle aide la communauté à s’organiser, en plus de stimuler et d’alimenter les débats publics.

Opération portes ouvertes et kiosque ambulant	<ul style="list-style-type: none"> • Méthodes d'engagement dans le cadre desquelles les organisatrices et organisateurs installent un kiosque ou une table dans un endroit public achalandé, éventuellement lors d'un autre événement. Il s'agit de moyens simples et amusants pour les gens de se familiariser avec vos projets et de donner leur avis sur ceux-ci. • Ce sont des occasions de diffuser de l'information, de mieux comprendre les préoccupations des gens, de discuter d'enjeux, de faire un suivi, ou de recueillir des commentaires. 	<ul style="list-style-type: none"> • Présenter votre projet dans les espaces publics est un bon moyen d'impliquer les personnes qui, normalement, ne s'engagent pas ou n'assistent pas aux rencontres publiques. Cela permet également aux gens de donner ou d'obtenir de l'information à leur gré. • Tenez un kiosque ambulant à différents moments de la semaine afin de joindre diverses personnes. • Habituellement, des membres de l'équipe des projets sont sur place pour discuter avec les gens. Du matériel sur les projets, des activités amusantes, des rafraîchissements et d'autres moyens peu coûteux sont généralement utilisés pour attirer les visiteuses et visiteurs.
Boîte à commentaires	<ul style="list-style-type: none"> • Des boîtes à commentaires peuvent être disposées à différents endroits stratégiques dans la communauté, ou peuvent être accessibles en ligne. • Il s'agit d'une occasion pour les membres de la communauté de donner leur avis sur des thèmes particuliers ou des aspects plus généraux. 	<ul style="list-style-type: none"> • Indiquez de manière claire, concise et simple le type de commentaires que vous comptez recevoir. • Si vous utilisez une boîte à commentaires en ligne, placez-la de sorte qu'elle soit facile à repérer. Si vous voulez recueillir des commentaires d'ordre général, envisagez la page d'accueil ou une fenêtre contextuelle. Si vous cherchez plutôt à recueillir des commentaires en regard d'enjeux particuliers, envisagez de la placer à un endroit que les gens visiteront en raison de leurs champs d'intérêt (ex. : sur une page web traitant spécifiquement des enjeux en cause, au bas d'un article ou d'un billet de blogue abordant ces enjeux).
IMPLIQUER		
Idéation participative	<ul style="list-style-type: none"> • Type d'activité participative en ligne dans le cadre de laquelle une personne, un établissement, une organisation à but non lucratif ou une entreprise sollicite un groupe de personnes afin qu'elles réalisent volontairement certaines tâches. 	<ul style="list-style-type: none"> • Permet de recueillir des idées ou d'obtenir des services de la part de plusieurs personnes rapidement. • Excellent moyen de mobiliser votre communauté, de réseauter, d'entendre de nouvelles idées, et de résoudre des problèmes ensemble. • Il peut être difficile de composer avec un grand nombre d'attentes et d'idées en même temps, alors précisez votre but, l'horaire et les résultats que vous cherchez à atteindre. • Discutez avec les gens afin de déterminer ceux qui veulent s'impliquer. Familiarisez-vous avec les personnes qui se préoccupent vraiment de vos enjeux ou de vos initiatives.

<p>Cartographie communautaire</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Processus participatif permettant aux citoyen-ne-s de recenser les atouts sociaux, écologiques et économiques de leur communauté, de même que des événements historiques qui ont marqué cette dernière. C'est un bon moyen d'entamer le dialogue et de faire du travail de planification avec la communauté. • La carte obtenue est un moyen de représenter de manière graphique et accessible la manière dont les gens perçoivent un endroit et se révèle utile lors du processus de visualisation de l'avenir. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cette méthode peut être employée pour dresser la liste de certains aspects, forces, faiblesses ou points de services dans les communautés, les quartiers ou les municipalités. • Il est recommandé de diviser les grands groupes en petits cercles de trois à six personnes. • Sur des cartes à petite échelle de la municipalité ou de grandes feuilles de papier vierges, les participant-e-s indiquent la localisation des différentes choses à l'aide de marqueurs de différentes couleurs. • Les cartes réalisées en petits groupes sont ensuite fusionnées en une seule grande carte collective. • Cette méthode est interactive et amusante, en plus de donner de bons résultats avec les enfants et les jeunes.
<p>Mise en récit numérique</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Relativement récente, la mise en récit numérique consiste à utiliser des outils informatiques pour raconter l'histoire de personnes ordinaires. Le récit numérique est une œuvre multimédia qui combine des photos, des vidéos, des sons, de la musique, du texte et bien souvent, de la narration. 	<ul style="list-style-type: none"> • La mise en récit numérique est utilisée par des organisations pour outiller les membres de la communauté, éduquer les parties prenantes et la population, et évaluer le changement. • Le processus de création d'un récit numérique est habituellement interactif. Les membres de la communauté participent à une sorte d'atelier où une animatrice ou un animateur les guide à travers le processus leur permettant de créer leur récit numérique. • Les participant-e-s sont invités à apporter des photos, des vidéos ou des morceaux de musique qui contribueront à étayer leur récit. • L'animatrice ou l'animateur explique aux participant-e-s les aspects importants du récit comme la mise en contexte, le point culminant, les leçons à tirer, etc. • L'expérience que vivent les participant-e-s à travers cette démarche peut être très valorisante. Ils ont l'occasion de travailler avec des personnes qui ont vécu des expériences semblables, d'apprendre à gérer leurs émotions, et de tirer parti d'une plateforme pour se faire entendre.

<p>Charrette de conception</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Séance de planification intensive lors de laquelle des citoyen-ne-s et différents concepteurs et conceptrices collaborent pour donner vie à une vision pour le développement. Il s'agit d'un espace de réflexion qui offre l'avantage unique de pouvoir immédiatement faire des commentaires aux conceptrices et aux concepteurs. Chose plus importante, toute personne qui participe à une charrette de conception devient coauteure du plan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cette méthode favorise la participation de toutes les personnes voulant prendre part à un projet de développement : conceptrices et concepteurs, gens d'affaires, représentant-e-s gouvernementaux, résident-e-s mobilisés, et militant-e-s. • Une charrette de conception est située à proximité du site du projet auquel elle est rattachée. L'équipe d'expert-e-s en conception et les consultant-e-s installent un bureau pleinement opérationnel et le dotent de matériel de conception, de fournitures de bureau, d'ordinateurs, de photocopieuses, de télécopieurs, et de téléphones. Des réunions formelles et informelles sont organisées tout au long de l'événement, et le plan est mis à jour périodiquement. • Le recours à des activités de remue-méninges et de conception permet plusieurs choses : <ul style="list-style-type: none"> ○ Premièrement, chaque partie prenante du projet développe un intérêt direct pour la vision ultime. ○ Deuxièmement, l'équipe de conception prépare un ensemble de documents qui abordent tous les aspects du travail de conception. ○ Troisièmement, il est possible d'éviter les longues discussions qui retardent habituellement les traditionnels projets de planification puisque les contributions de tous les acteurs et actrices sont recueillies lors d'une seule occasion. ○ Finalement, le résultat final est obtenu plus efficacement et à moindre coût, car le processus est collaboratif. • Le but ultime d'une charrette de conception est de fournir suffisamment d'information à tous les participant-e-s pour qu'ils prennent des décisions éclairées au cours du processus de planification.
<p>Cartographie conceptuelle</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Méthode visant à organiser l'information sous la forme d'un diagramme. Une carte conceptuelle a une structure hiérarchique et montre les liens entre les composantes formant un tout. Elle est souvent créée à partir d'un seul concept, représenté par une image au centre d'une page blanche, auquel des idées sont ajoutées sous forme d'images, de mots, et de parties de mots. Le concept central est relié directement aux idées principales, et ces dernières sont liées à d'autres idées. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cet outil est utile pour : <ul style="list-style-type: none"> ○ Élaborer des approches et stratégies pour affronter les enjeux. ○ Recueillir de l'information qui concerne directement un thème, ce qui vous permet de synthétiser une grande quantité d'information; ○ Vous aider à analyser et à utiliser l'information. ○ Transmettre des idées. • Les cartes conceptuelles peuvent utiliser des mots, des symboles et des images, et devraient être réalisées avec au moins trois couleurs différentes.

Changement le plus significatif

- Le changement le plus significatif est une méthode participative de suivi et d'évaluation. Elle est participative parce que plusieurs parties prenantes d'un projet décident des types de changements qui seront consignés, et prennent part à l'analyse des données. Il s'agit d'une forme de suivi, car elle est mise à profit tout au long du cycle d'un programme et fournit de l'information qui aide les gens à gérer ce programme. Elle contribue enfin à l'évaluation, car elle fournit de l'information sur l'incidence et les retombées qui peut être utilisée pour déterminer la performance de l'ensemble du programme.
 - Il s'agit essentiellement de recueillir sur le terrain des histoires sur d'importants changements et de demander à un comité formé de parties prenantes ou d'employé-e-s de sélectionner méthodiquement la plus éloquente de ces histoires. Les employé-e-s et les parties prenantes sont initialement invités à déceler les retombées d'un projet. Une fois que les changements ont été établis, différentes personnes se regroupent pour lire les histoires à haute voix, et discuter de l'importance de ces changements.
 - Lorsqu'elle est utilisée correctement, cette méthode permet à un grand nombre de gens de concentrer leur attention sur les répercussions d'un programme.
- Le but de la méthode du changement le plus significatif ne consiste pas uniquement à recueillir et à rapporter des histoires, mais à déployer des méthodes permettant d'apprendre de celles-ci — notamment à propos des similitudes et des différences entre les différents groupes et les valeurs individuelles.
 - Elle fournit certaines informations sur les retombées et les répercussions inattendues, mais vise d'abord à bien comprendre à quoi les différentes parties prenantes accordent de l'importance.
 - Cette méthode ne doit pas être employée seule, car elle ne fournit pas d'information sur la situation initiale— seulement les changements.
 - La méthode peut être très utile pour expliquer COMMENT (processus et mécanismes causals) et QUAND (dans quelles situations et quels contextes) survient le changement.
 - Particulièrement utile dans le cadre d'une initiative complexe qui donne lieu à divers résultats émergents.

<p>Visualisation de l'avenir</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Méthode participative utilisée pour aider les groupes de parties prenantes et de citoyen-ne-s à élaborer une vision commune de l'avenir. En demandant à un groupe où il se situe actuellement et où il espère, de façon réaliste, se situer dans l'avenir, il est possible d'élaborer une vision commune. • Le but de la visualisation de l'avenir consiste à rédiger des énoncés prospectifs se rapportant aux buts à long terme et aux objectifs stratégiques d'une communauté. 	<ul style="list-style-type: none"> • La visualisation de l'avenir s'effectue habituellement lors de l'étape initiale du processus de planification, et à tous les niveaux. • La visualisation de l'avenir peut être utilisée lors : <ul style="list-style-type: none"> ○ D'une activité de planification — Quel sera le résultat final de l'activité? ○ D'un changement organisationnel — Quel type d'organisation voulons-nous? Comment sera-t-elle structurée? Comment accroîtrons-nous son efficacité? ○ De la formulation d'une vision ou d'une stratégie globale de développement. • Le résultat d'un exercice de visualisation de l'avenir est un plan à long terme qui s'étale généralement sur un horizon de 20 ou 30 ans. • Un exercice de visualisation de l'avenir offre également un cadre stratégique pour la mise en œuvre de la vision. • Certains outils de visualisation de l'avenir peuvent également servir à promouvoir la réflexion et la discussion en regard d'un futur projet d'affectation des terres ou de futures options de planification, sans qu'il soit nécessaire de créer un document de prospection.
<p>Test de scénarios</p> <p>L'outil d'animation en ligne Mural (www.mural.co/) est très adapté au test de scénarios ainsi qu'à plusieurs méthodes présentées dans ce guide.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Moyen d'envisager des scénarios de rechange pour l'avenir à partir de différentes combinaisons d'hypothèses, de faits et de tendances, et de déterminer les aspects de votre scénario de projet qui nécessitent une meilleure compréhension. • Il est question de « scénarios », car ceux-ci se comparent aux actes qu'on retrouve au théâtre, soit différents points de vue ou représentations du même thème. Lorsque vous considérez plusieurs scénarios en même temps, vous avez intérêt à connaître les options ou les possibilités qui s'offrent à vous. 	<ul style="list-style-type: none"> • Un test de scénarios sert davantage à comprendre une situation qu'à tenter de prédire l'avenir (Caldwell, 2001). • En général, cette méthode permet de distinguer trois types de scénarios : positifs (ou optimistes), négatifs (ou pessimistes), et neutres (ou intermédiaire). En mettant activement à profit la notion de « scénario », plusieurs préoccupations et retombées peuvent être traitées en même temps. • Les personnes qui participent à un test de scénarios sont en mesure : <ul style="list-style-type: none"> ○ De déterminer quelles sont les grandes forces motrices générales à l'œuvre dans tous les scénarios. ○ De définir un ensemble de tendances plausiblement à l'œuvre en regard de chaque enjeu ou phénomène (ces tendances varient selon leurs hypothèses afin qu'elles aient des perspectives positives et négatives). • D'agencer les tendances de sorte à obtenir plusieurs scénarios (ex. : les tendances positives observées par rapport à un enjeu donné mèneraient à un scénario positif). • Une fois les différents scénarios établis, les options ou les possibilités offertes apparaissent plus clairement.

<p>Panel de citoyen-ne-s</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Groupe d'environ 1 000 à 2 000 personnes représentatives de la communauté locale. Les participant-e-s d'un panel sont interrogés plusieurs fois par année par courriel, téléphone, ou en ligne. 	<ul style="list-style-type: none"> • Un panel de citoyen-ne-s est un organe consultatif formé d'un échantillon représentatif de résident-e-s locaux. • Ses participant-e-s sont habituellement recrutés à partir d'un échantillon aléatoire des membres de la communauté, ou à l'aide d'autres méthodes lorsqu'il est nécessaire de recruter des personnes socialement exclues et des membres d'autres groupes difficiles à joindre. • Lors du recrutement, il est important de bien préciser ce qui est attendu de chaque participant-e-s au panel, l'investissement temporel qu'exige cet engagement, et la manière dont ils seront contactés. • Cette méthode est plus inclusive, et permet d'entrer en contact avec des personnes qui ne participent normalement pas aux efforts communautaires. • Lorsqu'il garde une taille réduite, un panel peut efficacement attirer les personnes qui évitent habituellement ce genre de rencontre. • Les personnes qui ne peuvent pas assister aux rencontres régulières en raison de contraintes physiques, psychologiques ou sociales sont encouragées à prendre part à ce type de rencontre.
<p>Marathon de programmation (Hackathon)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • À l'origine issu de l'industrie informatique, le marathon de programmation est une séance intensive (généralement d'un ou deux jours) lors de laquelle des expert-e-s en programmation et en développement de logiciels se réunissent pour collaborer et travailler sur des sujets d'intérêt qui peuvent être liés ou non à leur travail habituel. • Cette technique est dorénavant mise à profit dans d'autres secteurs d'activités afin de réunir plusieurs personnes au même endroit de sorte qu'elles collaborent pour trouver des solutions novatrices à un enjeu particulier. 	<ul style="list-style-type: none"> • Envisagez de faire appel à des conférencières et conférenciers qui guideront le processus de réflexion durant la tenue du marathon de programmation. • Invitez des personnes issues de différents domaines et ayant vécu diverses expériences. • Les participant-e-s sont habituellement répartis en groupes de quatre à six personnes, et doivent travailler ensemble à l'élaboration de solutions en regard de l'enjeu ou de la question en cause. <ul style="list-style-type: none"> ○ Les solutions seront ensuite présentées, raffinées et testées. • N'escomptez pas avoir réellement résolu un problème à l'issue d'un marathon de programmation. Les problèmes dans la vraie vie sont difficiles à résoudre! Considérez plutôt le marathon de programmation comme une pause effectuée au cours d'un long trajet pour résoudre des problèmes, ou comme une séance de formation pour préparer les participant-e-s à résoudre des problèmes.

Budget participatif	<ul style="list-style-type: none"> • Processus novateur d'élaboration de politiques. • Les citoyen-ne-s sont directement impliqués dans la prise de décisions politiques. Des forums sont organisés tout au long de l'année pour permettre aux citoyen-ne-s de décider de l'allocation de ressources, de prioriser d'importantes politiques sociales, et de faire le suivi des dépenses publiques. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cette méthode donne de meilleurs résultats dans les communautés particulièrement actives sur le plan du militantisme. • Le rôle accordé aux citoyen-ne-s dans le cadre du processus décisionnel varie. Les décideuses et décideurs traditionnels peuvent être informés de manière précise des préférences des citoyen-ne-s, ou le processus décisionnel peut être directement contrôlé par les citoyen-ne-s. • Cette méthode est ouverte au public, ce qui peut lui conférer une certaine légitimité, même aux yeux des personnes qui n'y participent pas directement. • Donne des résultats mitigés lorsque les principales cibles et les restrictions budgétaires limitent le pouvoir remis entre les mains des citoyen-ne-s. • Si elle est mal gérée, cette méthode peut créer des attentes irréalistes chez les participant-e-s.
COLLABORER		
Rencontre en grand groupe	<ul style="list-style-type: none"> • Permet de réunir plusieurs personnes autour d'enjeux spécifiques ou d'initiatives particulières. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pensez inviter un groupe diversifié de personnes dont les perspectives diffèrent. • Assurez-vous que tous les participant-e-s ont la chance d'être entendus. • N'abordez pas immédiatement l'enjeu en cause. Réchauffez l'ambiance en réalisant une activité pour briser la glace afin de donner l'occasion aux participant-e-s de faire connaissance. • Envisagez la possibilité de former plusieurs sous-groupes au cours de la rencontre. Cela augmentera les chances que les gens présentent leur perspective. • Si possible, offrez des collations, et donnez l'occasion aux gens de s'amuser. • Veillez à l'accessibilité et, si nécessaire, offrez un dédommagement ou une aide financière afin que toutes les personnes qui désirent participer aient la possibilité de le faire.
Cocréation de documents	<ul style="list-style-type: none"> • Processus de préparation de documents dans le cadre duquel plusieurs personnes ont la possibilité de les réviser, de les modifier, ou d'apporter leur contribution. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cette méthode permet à plusieurs personnes de collaborer en temps réel à un projet malgré le fait qu'elles sont situées à différents endroits. • Donne la possibilité de contribuer et de bonifier un document au moment qui vous convient. Vous avez constamment accès à la version la plus récente du document. • La majorité des processus de cocréation de documents offre la possibilité de clavarder et de commenter le travail en cours. • Faites preuve de prudence lorsque vous autorisez l'accès au document, ou donnez la possibilité de le consulter ou de le modifier.

<p>Communauté en ligne</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Groupe de personnes aux champs d'intérêt communs utilisant une plateforme sur internet (site web, service de courriel, messagerie instantanée, etc.) pour communiquer, travailler ensemble, et poursuivre leurs intérêts. 	<ul style="list-style-type: none"> • Faites preuve de leadership. Prenez les devants et encouragez les membres de la communauté en ligne à interagir entre eux. Utilisez les forums pour faire des commentaires et interagir fréquemment avec les fondatrices et fondateurs du groupe. • Faites en sorte que le forum soit facile à utiliser. Créez plusieurs points d'accès (courriels, bulletins, intranets, affiches). • Souhaitez la bienvenue aux nouveaux utilisateurs et utilisatrices. Assurez-vous que les nouveaux membres sont accueillis, et qu'ils se familiarisent avec leur nouvelle communauté en ligne. • Remerciez les membres de la communauté en ligne pour les actions qu'ils accomplissent, suggérez-leur du contenu qui pourrait les intéresser, ou dirigez-les vers de nouvelles activités afin d'assurer leur engagement à long terme. • Dans une nouvelle communauté en ligne, aménagez des espaces où les gens peuvent plaisanter avec leurs pairs. • Diffusez du contenu inspirant, et posez des questions pertinentes à la communauté en ligne. • Déterminez qui sont les utilisatrices et utilisateurs chevronnés, et encouragez-les. • Précisez le but du contenu diffusé et des discussions en ligne, de même que le type de réponses attendues. Cela aidera les membres à savoir ce qui est approprié et ce qui ne l'est pas, et ils se sentiront ainsi plus à l'aise de participer. Préciser la raison d'être de la communauté en ligne vous aidera également à faire le suivi des résultats et à les évaluer.
-----------------------------------	---	--

<p>Forum ouvert</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lors d'un forum ouvert, les participant-e-s établissent et gèrent leur propre ordre du jour, ce qui donne lieu à de multiples séances de travail en parallèle portant sur un thème central d'importance stratégique. • Les participant-e-s s'assoient en formant un grand cercle, et consacrent la première heure à créer leur propre rencontre. Tous les participant-e-s sont à la fois des enseignant-e-s et des apprenant-e-s. • Lorsqu'un nouveau thème est introduit, tous les participant-e-s expriment leurs points de vue et leurs opinions par rapport à celui-ci. Le nombre de participant-e-s n'est pas limité. • Le forum dure aussi longtemps que nécessaire, et prend fin lorsque les participant-e-s considèrent qu'ils ont accompli leur travail. 	<ul style="list-style-type: none"> • La théorie qui sous-tend le concept de forum ouvert veut que les personnes qui y participent s'approprient les enjeux qu'ils abordent. • Le forum ouvert donne les meilleurs résultats lorsque le travail à accomplir est complexe, lorsque les personnes impliquées et les idées en jeu sont diversifiées, lorsque la volonté de résoudre des problèmes et le risque de conflits sont élevés, et lorsqu'il est urgent d'agir. • Cette méthode convient bien lorsque de grands groupes de participant-e-s sont impliqués, et lorsqu'il est nécessaire que le programme ou l'ordre du jour demeure flexible ou modifiable par les participant-e-s. • Cette méthode comporte toutefois des faiblesses : <ul style="list-style-type: none"> ○ Seule une faible proportion des acteurs et des actrices de l'« ensemble du système » risque d'y assister. ○ Il y a peu de chances qu'elle attire les personnes qui évitent habituellement les forums ouverts. • Respectez les quatre principes clés suivants : <ul style="list-style-type: none"> ○ Toute personne qui se présente est apte à participer ○ Quoi qu'il arrive, c'est la seule chose qui aurait pu survenir ○ Peu importe le moment où ça commence, c'est le bon moment ○ Lorsque c'est terminé, c'est terminé
<p>Groupe de travail et cercle d'étude</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comité ou groupe composé de 10 à 15 personnes qui se réunissent régulièrement au cours d'une période s'étalant sur plusieurs semaines ou mois afin d'aborder, de manière démocratique et collaborative, une question d'intérêt public, et de faire des recommandations sur la base des constats auxquels il est parvenu. • Ce groupe est animé par une personne qui n'est pas là pour agir à titre d'experte de la question, mais pour épauler le groupe en s'assurant que la discussion ne dévie pas et en l'aidant à tenir compte de divers points de vue, et en traitant les questions difficiles. 	<ul style="list-style-type: none"> • Un groupe de travail devrait être constitué de sorte à maximiser la diversité, l'équilibre et la complémentarité des compétences. • Chaque membre doit apporter quelque chose d'unique à son groupe de travail, comme une expertise technique spécifique, une perspective particulière, ou des compétences spécialisées. • Il est essentiel de répartir de manière appropriée les différentes tâches au sein de ce type de groupe multidisciplinaire. Afin d'éviter la confusion, chaque membre d'un groupe de travail doit savoir qui est responsable de quoi. En effet, il est presque impossible de parvenir à réaliser une mission ou à accomplir une démarche s'il subsiste un flou quant à l'attribution des responsabilités.

OUTILLER

Plateforme décisionnelle	<ul style="list-style-type: none">• Plateforme permettant à un grand nombre de personnes d'exprimer leurs préférences, puis de traiter celles-ci à l'aide d'un algorithme informatique capable d'évaluer des millions de décisions possibles afin de trouver celle qui conviendra à la majorité.	<ul style="list-style-type: none">• Plateforme en ligne qui permet à la population de s'engager et de voter. Des centaines, voire des milliers, de personnes l'utilisent pour s'informer par rapport à la décision qu'ils doivent prendre, apprendre quels facteurs sont susceptibles de restreindre sa portée (ex. : contraintes budgétaires, temporelles, ou légales), et proposer la solution qu'ils considèrent la meilleure.• Bon moyen de rassembler les parties prenantes et d'optimiser leur appui.
Comité de citoyen-ne-s	<ul style="list-style-type: none">• Également appelé « comité de consultation publique » ou « comité de liaison publique », il s'agit d'un groupe représentant une communauté ou un ensemble particulier d'intérêts qui a été mandaté pour fournir des commentaires et des conseils sur un enjeu.• En général, les groupes et les organisations communautaires concernés sont invités à postuler à titre de membres, mais des personnes dotées de compétences particulières peuvent également être appelées à le faire.• Les membres du comité se réunissent régulièrement afin de commenter et de conseiller le projet au cours de toute sa durée. La durée de vie du comité est généralement prédéterminée, et celui-ci est structuré localement de sorte à se pencher sur un enjeu particulier.	<ul style="list-style-type: none">• La composition d'un comité de citoyen-ne-s devrait tenir compte de la diversité de la communauté, des expertises et des intérêts en regard d'un enjeu ou d'un thème, et du mandat que ce comité s'est donné.• Il s'agit d'une excellente occasion pour les membres de la communauté de présenter leurs idées, de prendre part au processus décisionnel, et d'apprendre ce que leurs pairs pensent d'un enjeu ou d'une occasion.• La mise sur pied d'un comité de citoyen-ne-s comporte deux avantages majeurs :<ol style="list-style-type: none">1. Ce comité apporte une expertise spécialisée et pratique que ne possèdent pas nécessairement les membres du conseil municipal ou les employé-e-s de la Ville. Les citoyen-ne-s qui forment ce comité peuvent ainsi guider les dirigeant-e-s municipaux en regard d'un enjeu important et, habituellement, cela se fait à un coût faible ou nul pour la Ville.2. Ce comité peut donner de la légitimité et de la crédibilité à la décision ultime prise par l'administration municipale. Bien conseillé par le comité, le conseil municipal peut ainsi prendre une décision qui a plus de chances d'être considérée comme juste et respectueuse du point de vue de toutes les personnes qui sont concernées par les résultats. Le comité de citoyen-ne-s peut même aider à faire accepter la décision du conseil municipal par la population.

<p>Jury de citoyen-ne-s</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Groupe de citoyen-ne-s représentatifs de la population générale (ils sont habituellement sélectionnés de manière aléatoire ou stratifiée) qui reçoivent des informations détaillées sur le contexte et la vision actuelle en regard d'un enjeu particulier afin de débattre des approches possibles. • L'enjeu sur lequel le jury se penche doit concerner l'ensemble de la communauté et faire appel à un processus décisionnel démocratique. 	<ul style="list-style-type: none"> • Les citoyen-ne-s qui forment le jury peuvent « contre-interroger » des « témoins » expert-e-s. Ces derniers présenteront leurs différents points de vue sur l'enjeu ou la question en cause pour ensuite permettre au jury de parvenir à un « verdict » ou de produire un bref rapport proposant des recommandations et des mesures à prendre. • Un jury de citoyen-ne-s agit en complémentarité d'autres méthodes de consultation, et ne se substitue en aucun cas à ces dernières. • Habituellement, un comité consultatif possédant une expertise dans un domaine particulier analyse le verdict du jury et détermine, le cas échéant, les recommandations à mettre de l'avant. • Faire partie d'un tel jury exige du temps et de solides compétences, car celui-ci a pour mandat d'analyser des enjeux complexes. • L'organisme qui mandate le jury s'engage à accepter son verdict, sans quoi la démarche risque de perdre sa crédibilité. • Bonne méthode pour éviter les luttes de pouvoir ou les conflits entre l'organisation qui a mandaté le jury (ex. : administration municipale) et les citoyen-ne-s, ou parmi les citoyen-ne-s. • Par souci de transparence, envisagez de diffuser en direct les séances de travail du jury de citoyen-ne-s, ou ouvrez-les au public.
<p>Projet d'indicateurs communautaires</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Projet dans le cadre duquel une communauté ayant une vision d'avenir durable se sert d'indicateurs pour évaluer la progression de la mise en œuvre de cette vision. La liste d'indicateurs peut varier et est généralement établie par la communauté. • Dans le cadre de cette approche, les indicateurs sont sélectionnés parmi divers domaines thématiques ou ciblent un aspect particulier (ex. : les enfants), et servent à assurer collectivement le suivi des tendances sur le plan du bien-être et de la qualité de vie dans la communauté. 	<ul style="list-style-type: none"> • Un projet d'indicateurs communautaires est une occasion de discuter de ce qui est important, de procéder à un examen systématique afin de déterminer ce qui s'est amélioré ou ce qui a empiré, et d'établir des priorités quant aux réponses politiques à donner. • Les indicateurs s'appliquent à des choses auxquelles les membres de la communauté sont attachés, et ils permettent de voir si la communauté va dans la bonne direction. Sans de tels indicateurs, il serait difficile de savoir si des progrès sont réalisés en regard d'importants enjeux. • Ces indicateurs sont essentiels pour guider les actions à poser, et sont d'importants outils d'engagement de la population. • Les projets d'indicateurs communautaires qui portent leurs fruits ont trois caractéristiques en commun : <ul style="list-style-type: none"> ○ La communauté a élaboré une vision de son avenir qui tient compte de manière équilibrée de ses besoins économiques, environnementaux, et sociaux. Cette vision d'avenir ne s'étale pas sur des années, mais sur plusieurs décennies ou générations. ○ La vision intègre les points de vue d'un vaste échantillon de la communauté. ○ La communauté a choisi la méthode qui lui permet de suivre ses progrès en regard de sa vision.

<p>Développement communautaire basé sur les acquis</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Méthode permettant à une communauté d'atteindre le développement durable en tirant parti de ses forces et de son potentiel. Cette méthode implique d'évaluer les ressources, les compétences et l'expérience disponibles dans la communauté; d'organiser la communauté autour d'enjeux qui mobilisent ses membres; et de déterminer quelles actions entreprendre. • Cette méthode tire parti des acquis et des ressources de la communauté pour assurer son développement. Elle donne les moyens aux gens de prendre part au développement en les encourageant à mettre à profit les atouts qu'ils possèdent déjà. 	<ul style="list-style-type: none"> • Principaux principes : <ul style="list-style-type: none"> ○ Tout le monde possède des compétences et est en mesure de participer. ○ Ce sont les relations qui bâtissent la communauté. Les gens doivent interagir afin que le développement de la communauté ait lieu. ○ Les citoyen-ne-s occupent une place centrale. Ce sont des actrices et des acteurs engagés, pas des bénéficiaires passifs. ○ Les dirigeant-e-s s'assurent d'impliquer les autres membres de la communauté en vue d'assurer une solide assise à l'action communautaire. ○ Les gens se préoccupent de la situation. Si vous écoutez ce qui les motive, vous démentirez l'idée reçue selon laquelle ils sont « apathiques ». ○ Écoutez les gens. Les décisions doivent reposer sur des discussions dans le cadre desquelles tout le monde est entendu. ○ Il est plus approprié de demander aux gens de vous faire part de leurs idées que de leur donner des solutions.
---	---	--