

Manuel sur les pratiques participatives dans la gouvernance locale

Pour une participation citoyenne aux décisions municipales

Publication d'information

Centre d'information

Activité communautaire de proximité

Babillard électronique

Réunion publique

Audience publique

Opération portes ouvertes

Atelier

Charrette

Groupe de réflexion

Enquête

Télévision interactive

Séance de médiation

Group consultatif de citoyens

Référendum

FCM | Centre international pour le développement municipal

Fédération canadienne des municipalités

Directeur, Centre international pour le développement municipal :
Tim Kehoe

Rédactrices :
Louise Morris, Renée Giroux et Claude Terlaud

Concept :
Louise Morris et Brock Carlton

Principaux auteurs :
Michel Frojmovic
Brent Elliott
Louis-Martin Levac

Directrice artistique : Mona Barakat
Graphiste : Christy Hutton

Conseillère à la rédaction : Marlène Jacques

Mise à jour du document : Prabha Khosla et Anne Michaud, expertes-conseil

Fédération canadienne des municipalités
Centre international pour le développement municipal
24, rue Clarence
Ottawa (Ontario)
Canada, K1N 5P3

Télec. : (613) 241-7117
Courriel : international@fcm.ca
Internet : www.fcm.ca

Première impression : juillet 1999
Réimpression : juin 2001
Deuxième réimpression : juin 2002
Troisième réimpression : juillet 2003
Quatrième réimpression : octobre 2007
ISBN N° 0-919080-86-3
FCM N° 1034F

The English version is available on request.

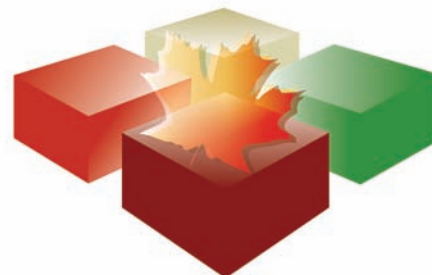
La FCM est reconnaissante à l'Agence canadienne de développement international (ACDI) pour l'aide financière qu'elle apporte à ses publications et à ses programmes internationaux.

Préface

Partout dans le monde, les municipalités traversent à l'heure actuelle une période de grand changement. Deux des principales forces à l'origine de cette évolution sont la décentralisation et la démocratisation des gouvernements. Bon nombre de responsabilités et d'importants pouvoirs de décision sont délégués au palier municipal. En partie, cela est dû au fait que l'on s'est rendu compte qu'il était plus facile de répondre aux besoins de la population lorsque la prestation des services était assurée par des instances qui en sont plus proches. Cette évolution repose également sur l'établissement de nouveaux rapports avec le public pour évaluer les besoins locaux, intégrer ces derniers au processus décisionnel et concevoir des moyens de faire participer les individus touchés par ces décisions à la recherche de solutions valables.

Depuis longtemps, les municipalités canadiennes font preuve d'innovation en mettant sur pied des modalités de participation du public à la prise de décisions au plan local. Partout au Canada, les municipalités ont conçu des stratégies et des outils innovateurs pour consulter le public plus facilement.

Le Centre international pour le développement municipal de la Fédération canadienne des municipalités est d'avis que les municipalités canadiennes peuvent apporter quelque chose au reste du monde en faisant connaître ces stratégies et ces outils à nos collègues et à nos partenaires à l'étranger. Nous espérons que ce *Manuel sur les pratiques participatives dans la gouvernance locale* sera aussi pratique qu'utile pour venir en aide aux organismes et aux municipalités qui s'appêtent à lancer un processus de participation ou qui ont déjà une grande expérience de la participation du public.



Remerciements

Ce manuel n'aurait jamais pu voir le jour sans le soutien actif d'un grand nombre de municipalités, d'organismes, d'expertes et d'experts canadiens qui ont donné leur temps et partagé leurs connaissances des pratiques de participation au niveau du gouvernement local.

La Fédération canadienne des municipalités tient à remercier M. Don Poole, Ville de Charlottetown, Île-du-Prince-Édouard; M. Bruce Singbush, Ville de Windsor, Ontario; M. Brian Kropf et M^{me} Catherine M. Raftis, Ville d'Edmonton, Alberta; M. Randy Grauer, Ville de Saskatoon, Saskatchewan; M^{me} Christine Iamónico, Municipalité métropolitaine de Toronto, Ontario; M^{me} Susan Palmer, Ville de Calgary, Alberta; M^{me} Gail Lambert, Ville de Regina, Saskatchewan; M. Clifford Johnston, Ville de St. John's, Terre-Neuve-et-Labrador; Mme Jacqueline Hamilton, Municipalité régionale de Halifax, Nouvelle-Écosse; M. William DeGrace, Ville de Fredericton, Nouveau-Brunswick; M^{me} Catherine Buckham, Ville de Vancouver, Colombie-Britannique;

Brock Carlton
Chef de la direction

Fédération canadienne des municipalités

M. Des Smith et M^{me} Jennifer Patton, Ville de North Vancouver, Colombie-Britannique; M^{me} Lilian Arishenkoff, Ville de New Westminster, Colombie-Britannique; M^{me} Catherine Caron, Région d'Ottawa-Carleton, Ontario; M^{me} Christine Knoll et M. Jeff Fielding, Ville de Winnipeg, Manitoba; M. Jules Patenaude, Ville de Montréal, Québec; M. Pierre Villeneuve, Ville de Lachine, Québec; M. Serge Turgeon, Ville de Sherbrooke, Québec; M^{me} Sylvie Gagnon et M^{me} Anne Gagnon, Ville de Québec, Québec; M. Grant McNeil, Communication Works; M^{me} Carolyn Kearns, The Randolph Group; M. Jim Scott, Environmental Design Management; M^{me} Linda Allen, City Spaces; et M. Joseph Galimberti, Institut d'administration publique du Canada (IAPC).

La Fédération canadienne des municipalités remercie également pour son concours financier l'Agence canadienne de développement international.

Louise Morris
Spécialiste principale en gouvernance municipale, Asie

Centre international pour le développement municipal
Fédération canadienne des municipalités

Table des matières

Fédération canadienne des municipalités (FCM)	3
Introduction	5
Conseils pour une consultation inclusive	7
Outils de participation	9
Publication d'information	11
Centre d'information	15
Activité communautaire de proximité	19
Babillard électronique	23
Réunion publique	27
Audience publique	31
Opération portes ouvertes	35
Atelier	39
Charrette	43
Groupe de réflexion	47
Enquête	51
Télévision interactive	55
Séance de médiation	59
Groupe consultatif de citoyens	63
Référendum	67
Feuilles de travail	71
Feuille de travail no. 1	72
Feuille de travail no. 2	75
Feuille de travail no. 3	80
Autres ressources	83

Fédération canadienne des municipalités (FCM)

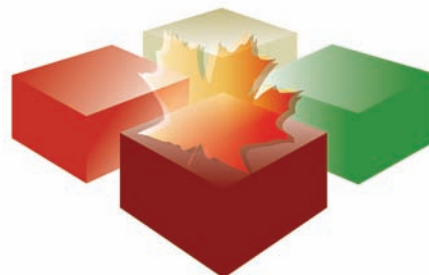
La Fédération canadienne des municipalités (FCM) est reconnue depuis 1937 comme la voix nationale des gouvernements municipaux. La FCM défend les intérêts des municipalités canadiennes en matière de programmes et de politiques relevant de la compétence fédérale. Les gouvernements municipaux membres de la FCM représentent plus 80% des Canadiennes et de Canadiens. Les membres de la FCM comptent parmi eux les plus importantes métropoles du pays, les petites collectivités rurales et urbaines ainsi que dix-sept associations municipales provinciales et territoriales importantes.

Depuis 1987, le Centre international pour le développement municipal de la FCM permet aux municipalités canadiennes d'échanger des points de vue et de partager des expériences concrètes avec leurs homologues de pays en développement. La FCM est devenue un chef de file de l'implication des municipalités canadiennes sur la scène internationale.

La mission du Centre international pour le développement municipal, dans le cadre de la Fédération canadienne des municipalités, est de servir les intérêts des gouvernements municipaux à l'échelle internationale, de renforcer leur pouvoir d'action, de contribuer à l'actualisation de leur potentiel économique, et de libérer les énergies locales en vue d'assurer un développement durable.

Notre priorité est de responsabiliser le gouvernement municipal comme moyen privilégié pour permettre un développement durable et une gouvernance efficace. Notre démarche repose sur le partage des compétences, des technologies et des connaissances dans un esprit de collaboration. Nous sommes soucieux des différences raciales et culturelles et nous les respectons, tout comme nous valorisons les possibilités d'apprentissage qui nous viennent des expériences de gouvernements municipaux dans différents contextes historiques, politiques et culturels.

En fin de compte, nous pensons qu'il faut jeter des passerelles entre les gouvernements municipaux partout dans le monde pour améliorer les conditions de vie des populations locales.



Introduction

En apportant son soutien aux programmes internationaux de la FCM, ce *Manuel sur les pratiques participatives dans la gouvernance locale* a pour objet d'aider les responsables municipaux et leur personnel à mettre sur pied ou à renforcer des mécanismes de participation dans leur propre collectivité.

L'expérience des gouvernements locaux en matière de participation des citoyennes et des citoyens a révélé les nombreux avantages inhérents à la participation de ceux-ci à l'élaboration des politiques et des plans ainsi qu'à la prestation de services municipaux.

Toutefois, les consultations publiques ont également enseigné aux gouvernements locaux que les résidants et les résidentes ne constituaient pas « un public », mais une diversité de parties prenantes, notamment des femmes, des hommes, des jeunes, des personnes âgées, etc. possédant un large éventail de connaissances, d'expertise, de qualifications, de réalités propres, de priorités et de besoins. Parmi elles, les femmes et les hommes qui sont marginalisés en raison de leur sexe, race, âge, origine ethnique, origine autochtone, revenu, statut, handicap, et autres facteurs socio-économiques, constituent la majorité des résidants et des résidentes, et ils ne participent toujours pas de manière significative aux gouvernements locaux.

La non-participation des femmes et des communautés marginalisées aux affaires municipales est une perte de ressources intellectuelles et d'esprit d'initiative dont sont dotés de nombreux citoyens et citoyennes des municipalités. Souvent, les gouvernements locaux ne rejoignent pas les femmes et les communautés marginalisées durant les processus de consultation, et ces dernières ne reçoivent pas suffisamment d'information sur la municipalité et ses fonctions. En outre, pour permettre leur participation, de nombreuses femmes et communautés marginalisées ont besoin d'une aide en matière de garde des enfants, d'allocation de transport, d'interprétation, de traduction des documents. Elles doivent aussi disposer de lieux de réunion accessibles, connus d'elles et sécuritaires.

C'est en obtenant la participation réelle et véritable des femmes et des diverses communautés que les municipalités seront en mesure de prendre des décisions éclairées reflétant les différents besoins et réalités de tous les citoyens et de toutes les citoyennes. Ces décisions réduiront les inégalités et la discrimination fondées sur des facteurs qui marginalisent de nombreux hommes et femmes à l'heure actuelle. À son tour, la communauté dans son ensemble en bénéficiera, la démocratie participative s'en trouvera renforcée et les gouvernements locaux plus englobants et plus représentatifs. L'établissement de partenariats formels et permanents entre les gouvernements municipaux et les groupes de femmes et communautés marginalisées, est aussi essentiel à assurer le caractère englobant des initiatives municipales de consultation.

La participation des femmes et des hommes au processus décisionnel municipal comporte de nombreux avantages pour les gouvernements locaux. Que ce soit l'amélioration des services; le développement économique touchant les femmes et les hommes; la revitalisation des quartiers et des communautés; une plus grande sûreté et sécurité pour les femmes et tous les résidants et résidentes, ils favorisent l'édification de villages, de villes et de municipalités saines et dynamiques.

La première partie du manuel décrit de façon détaillée quinze outils servant à faciliter la participation du public au gouvernement local. Ces descriptions ont pour but de permettre de mieux comprendre les différentes étapes à suivre dans la planification et l'utilisation de chaque outil du point de vue des municipalités canadiennes.

Les outils présentés portent sur plusieurs types élémentaires de participation. Certains de ces outils sont particulièrement indiqués lorsqu'une municipalité souhaite seulement diffuser de l'information au public. D'autres servent plutôt à permettre aux municipalités de solliciter l'opinion et les commentaires du public. Enfin, il y en a d'autres encore qui confèrent aux citoyennes et aux citoyens un rôle plus officiel en matière de conseil ou de décision. Même s'il est impossible de classer chaque outil dans l'une ou l'autre de ces trois catégories, l'ordre dans lequel ils sont présentés suit une progression allant des outils qui

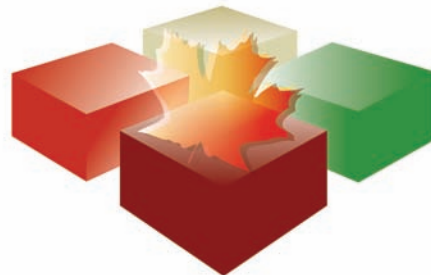
servent surtout à diffuser de l'information à ceux qui donnent au public un véritable mot à dire dans la prise de décision.

Chacun des outils présentés a été utilisé par des municipalités du Canada pour rendre la prise de décision plus transparente, pour responsabiliser davantage les décideurs vis-à-vis du public, et pour contribuer à la poursuite de la démocratisation du gouvernement local. Ces mécanismes de participation ont permis d'atteindre ces résultats en sensibilisant davantage le public aux décisions et aux questions de planification municipale, en donnant aux responsables des administrations locales une idée plus juste des priorités du public, et en encourageant une plus grande participation des citoyennes et des citoyens aux affaires gouvernementales locales.

En fin de compte, le plus important message à retenir de ce manuel est qu'il existe un nombre incalculable de méthodes originales pour amener le public à participer à la prise de décision. À cet égard, on peut comparer ce manuel à une boîte à outils dans laquelle les responsables municipaux et leur personnel peuvent venir puiser librement pour trouver des outils dont ils pourront se servir de façon très différente de ce qui se fait au Canada.

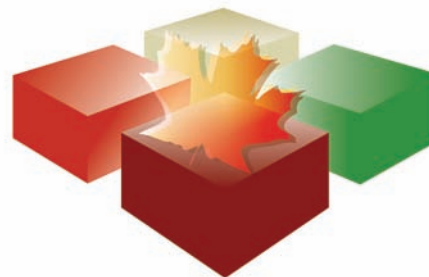
Dans cet esprit de créativité, la troisième partie du manuel offre une série de feuilles de travail visant à donner un moyen d'expérimenter ces outils de participation dans les différentes collectivités. Ces feuilles de travail permettent de dresser un plan d'utilisation pour trois outils spécifiques en fonction des réalités et des contraintes locales.

La dernière partie du manuel présente un ensemble de ressources sur la participation du public à la gouvernance locale. Dans la partie *Autres ressources*, on trouve une liste utile de publications et des ressources en ligne traitant de la participation citoyenne. Toutes les ressources citées dans cette partie indiquent les adresses électroniques ainsi que celles des sites Web pour en faciliter l'accès.



Conseils pour une consultation inclusive

- Dans la mesure du possible, veillez à ce que l'information soit ventilée selon le sexe, la race, l'âge, le revenu, l'origine ethnique et autres facteurs socio-économiques pertinents.
- Assurez-vous que l'information soit présentée dans un langage clair et simple.
- Repérez les lacunes sur le plan de l'égalité de sexes, par exemple, les inégalités entre les femmes et les hommes devant être prises en compte dans les résultats et le suivi.
- Dans la mesure du possible, tenez des réunions de consultation où les femmes ou une communauté particulière se réunissent déjà (par exemple, logement à loyer modique, coopérative d'habitation, écoles, garderies, centres commerciaux, centres récréatifs et cafés, etc.), et dans des lieux qui sont accessibles et confortables pour des femmes d'origine diverse, des femmes des Premières nations (ou autochtones), des communautés raciales, des jeunes femmes et hommes, des personnes âgées, etc.
- Tirez pleinement parti des partenariats avec les organisations locales de femmes afin d'avoir accès à leurs réseaux et expertise et de rejoindre des femmes qui sont marginalisées dans la communauté. Le cas échéant, offrez un soutien financier afin de permettre la tenue de consultations inclusives.
- Adoptez des stratégies proactives et communiquez avec les femmes et les hommes marginalisés afin de vous assurer de les inclure.
- Planifiez des réunions à des heures différentes du jour et pas seulement le soir. Les femmes peuvent hésiter à sortir de chez elles le soir et elles ont de nombreuses responsabilités familiales en soirée.
- Veillez à la sécurité des événements consultatifs; prévoyez notamment des lieux bien éclairés, facilement accessibles par transport en commun, etc.
- Offrez un soutien concret afin d'aider les femmes, les résidentes et les résidents à faible revenu, ceux dont les revenus sont fixes, etc. à assister aux réunions. Parmi les aides possibles figurent des allocations de transport, un service de garde d'enfant, un service de traduction, des édifices accessibles aux femmes et aux hommes handicapés, une nourriture qui tienne compte de certaines restrictions de régime alimentaire.
- Appuyez les initiatives de leadership des femmes, notamment celles des jeunes femmes, des femmes des Premières nations (autochtones), des femmes racialisées et des immigrantes, des femmes handicapées, etc.



Outils de participation

Publication d'information

Centre d'information

Activité communautaire de proximité

Babillard électronique

Réunion publique

Audience publique

Opération portes ouvertes

Atelier

Charrette

Groupe de réflexion

Enquête

Télévision interactive

Séance de médiation

Group consultatif de citoyens

Référendum

Publication d'information

De quoi s'agit-il?

Pour que la participation du public soit un succès, il faut que celui-ci puisse répondre de façon informée. Pour ce faire, une **publication d'information** sert à transmettre de l'information sous une forme lisible et facile à comprendre pour permettre au public de mieux saisir tous les tenants et les aboutissants d'un projet ou d'une action envisagée.

Planification et diffusion d'une publication d'information : aide-mémoire

Sélectionner l'auditoire cible

- Souvent un projet ou une action envisagée touche différemment certains segments de la population et, en conséquence, mobilise la collectivité à des degrés divers.
- Il faut essayer d'être, et être, le plus inclusif possible lorsqu'on détermine les groupes de population susceptibles d'être les plus affectés par une intervention ou un projet donné. Certains groupes comme les femmes, les femmes et les hommes plus âgés seront-ils davantage touchés?

Définir l'objectif visé par la publication

- Tout en informant le public, une publication peut également servir à l'aviser d'un événement prochain ou à solliciter des commentaires de sa part.
- Par exemple, une méthode utile pour encourager le public à réagir est d'inclure une feuille de commentaires détachable avec une enveloppe-réponse préaffranchie à renvoyer à la municipalité.
- Si une partie significative de la population affectée provient d'une minorité linguistique, il convient d'envisager de traduire la fiche d'information et de l'insérer dans un journal local distribué dans cette minorité ethnique ou linguistique.

Choisir le mode de diffusion de l'information

- Les journaux locaux, les stations de radio et les chaînes de télévision sont des moyens efficaces de toucher le public. En outre, ils peuvent aussi fonctionner dans une diversité de langues.
- Insérer une publication dans un journal est habituellement la façon la plus économique de procéder mais il faut s'assurer que le journal soit distribué aux segments de la population visés.
- Distribuer une brochure par la poste garantit qu'une grande partie de la population ciblée va recevoir l'information. C'est une méthode particulièrement efficace lorsque l'on s'efforce d'atteindre un sous-groupe dans le segment ciblé.
- De nombreuses municipalités publient leur propre bulletin qui peut être envoyé par la poste au public ou distribué gratuitement à l'hôtel de ville ou à la mairie, ou encore lors d'activités communautaires.

Sélectionner et former le personnel

- Il est important que le personnel chargé de rédiger les **publications d'information** sache écrire de façon professionnelle et soit capable de présenter les dossiers de façon claire en évitant tout jargon technique.
- *Il faut veiller à ce que le langage utilisé dans les publications, à la radio et à la télévision ne soit pas discriminatoire et intègre les femmes et les communautés marginalisées.*
- Il est aussi important d'inclure la forme féminine dans le texte pour que les citoyennes se sentent concernées (pour la rédaction non sexiste, consultez: <http://www.oqlf.gouv.qc.ca/ressources/liens/references/feminisation.html>)

Préparer l'information en vue de la publier

- Plusieurs municipalités canadiennes distribuent de l'information à propos de leurs projets et de leurs mécanismes de participation un mois avant d'entamer le processus.

- L'information contribue à sensibiliser le public aux possibilités qu'il a de participer tout en lui expliquant en quoi sa participation peut être utile au projet envisagé.
- Les **publications d'information** servent également à informer le public de l'évolution du processus de participation ou encore à tenir les membres de la collectivité au courant des décisions qui restent à prendre.

Quoi faire après la publication de l'information

- Il est utile de publier sous forme de résumé dans un rapport ou dans un tableau les réactions du public aux **publications d'information**, y compris les résultats des enquêtes qu'on a pu y inclure. Cette rétroaction doit aussi être communiquée aux groupes linguistiques particuliers qui ont été consultés, le cas échéant.
- À partir de ces réponses, la municipalité peut dresser une liste des personnes qui s'intéressent à des aspects bien spécifiques d'un projet ou d'une action envisagée pour leur envoyer l'information.

Planification de l'échéancier

- L'ensemble des opérations associées à une **publication d'information** peut ne prendre que deux semaines ou au contraire jusqu'à deux à trois mois selon le type d'information et le but visé.

Conseils pour une meilleure inclusivité

- Dans la mesure du possible, veillez à ce que l'information soit ventilée selon le sexe, la race, l'âge, le revenu, l'origine ethnique et autres facteurs socio-économiques pertinents.
- Assurez-vous que l'information soit présentée dans un langage clair et simple.
- Repérez les lacunes sur le plan de l'égalité de sexes, par exemple, les inégalités entre les femmes et les hommes devant être prises en compte dans les résultats et le suivi.
- Adoptez des stratégies proactives et communiquez avec les femmes et les hommes marginalisés afin de vous assurer de les inclure.

- Habituellement, il faut compter une semaine pour les travaux préliminaires comme choisir le type de publication et le groupe cible.
- Il peut falloir jusqu'à deux semaines pour préparer le matériel à publier, compte tenu du niveau de détail et de complexité de l'information à transmettre.
- Préparer la publication en soi peut prendre entre une et deux journées si l'on fait appel à des ressources internes, ou jusqu'à deux semaines si l'on s'adresse à l'extérieur.
- Une publication relativement simple faisant appel à des ressources internes peut être rédigée et prête pour la distribution en l'espace d'une semaine. Allouez davantage de temps pour la traduction en d'autres langues.
- Il peut falloir au moins deux semaines pour que l'information soit diffusée s'il s'agit d'aviser officiellement d'une activité à venir ou de solliciter des réactions.
- Une fois l'information diffusée, des activités de suivi ne s'imposeront que s'il y a des réactions du public.

Budget de la publication d'information

- Les coûts de publication du matériel d'information dépendent de l'importance du public cible, de la traduction si elle est nécessaire, et du type de publication.
- Il est utile de voir si des contributions "en nature" peuvent être faites par les firmes d'édition et les médias locaux, par exemple en n'exigeant pas le paiement des frais d'impression ou de publicité.

En plus du temps du personnel, dans les frais de production d'une **publication d'information**, il faut compter :

- les coûts de publication d'un bulletin de nouvelles
- la publicité dans les médias

- les envois postaux à certaines personnes
- les frais de pré-affranchissement pour les questionnaires ou les cartes-réponses joints aux envois
- les frais de traduction

Publications d'information : quelques avantages

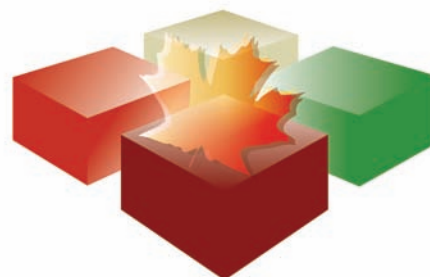
- Les **publications d'information** peuvent aider la population, femmes et hommes, à mieux saisir le rôle qu'elle peut jouer dans tout le processus et donc augmenter son niveau de participation.
- Contrairement aux autres outils de participation, une **publication d'information** permet souvent aux individus d'assimiler l'information chez eux, à leur propre rythme.
- Les **publications informatives** contribuent à réduire les erreurs de communication et à atténuer la méfiance du public vis-à-vis des intentions cachées.

Publications d'information : quelques inconvénients

- Rédiger et publier une **publication d'information** exigent du personnel une très grande expérience.
- Les coûts peuvent être élevés si l'on doit faire appel à des services d'édition pour produire la publication.
- Bien qu'il s'agisse d'un des meilleurs outils de partage de l'information, les possibilités de rétroaction de la part du public sont limitées.

Synopsis d'une publication d'information

Délais nécessaires	2 à 5 semaines
Coûts de planification et d'exécution	élevés
Ressources en personnel nécessaires	faibles
Expertise requise	moyenne
Niveau de connaissances requis par le public	faible
Nombre de personnes touchées	élevé
Possibilité d'atteindre un large public	élevée
Niveau de connaissances acquises par le public	élevé
Utilité pour obtenir une rétroaction du public	moyenne



Centre d'information

De quoi s'agit-il?

Un **centre d'information** est un endroit facile d'accès où le public peut obtenir ou examiner les ressources publiées par la municipalité au sujet d'un projet ou d'une action envisagée. On y trouve souvent du personnel qualifié pour répondre aux questions du public. Par son côté informel et son accès facile, un **centre d'information** est très utile pour mieux faire comprendre au public des dossiers importants et pour le préparer à participer aux consultations publiques qui vont être tenues à leur sujet.

Planification d'un centre d'information : aide-mémoire

Choisir l'endroit

- Étant donné qu'un **centre d'information** a pour objet d'informer le public, il est préférable de le situer dans un endroit très passant et qui soit accessible aux personnes à mobilité restreinte.
- Les centres commerciaux, les centres communautaires, l'hôtel de ville ou la mairie sont autant d'endroits communément utilisés pour abriter un **centre d'information**.

Sélectionner le public cible

- En général, un **centre d'information** a pour objet d'être une source de renseignements pour toute la population.
- On peut aussi y fournir des renseignements destinés à des segments particuliers de la population, notamment des personnes ayant des besoins linguistiques spéciaux, des femmes et des hommes présentant des handicaps qui les empêchent d'assister aux activités publiques, des femmes ayant de jeunes enfants et qui travaillent à l'extérieur de la maison, et d'autres encore qui habituellement ne s'intéressent pas aux questions municipales.

Sélectionner et former le personnel

- D'ordinaire, le personnel d'un **centre d'information** a l'habitude de travailler avec des femmes et des hommes d'origines diverses, et possède de grandes qualités de communication et d'écoute.
- Il est important que le personnel qui anime le centre soit bien au courant des questions soulevées par le projet.

Préparer l'information

- D'ordinaire, un **centre d'information** fournit des renseignements généraux sur les questions associées à un projet ou à une action envisagée.
- Les cartes, les plans et les rapports du personnel pertinents peuvent également y être mis à disposition.
- Il est préférable que l'information soit transmise dans la langue et sous la forme correspondant le mieux aux gens que l'on veut toucher.
- Il est préférable de fournir une information claire et concise, sans donner trop de détails sur des questions qui ne cessent d'évoluer.
- Sur tous les documents non définitifs, on peut indiquer qu'il s'agit d'une ÉBAUCHE ou d'un PROJET PRÉLIMINAIRE.

Aviser le public

- Il est possible de recourir aux médias locaux ou aux **publications d'information** pour annoncer l'ouverture du **centre d'information** et donner son adresse, ses heures d'ouverture, le type de documentation disponible et l'aide que l'on peut y recevoir.
- On peut se servir du centre en soi pour aviser le public une fois celui-ci bien au courant de son existence.

Fonctionnement d'un centre d'information : aide-mémoire

Installer le centre

- Il est préférable d'afficher et de présenter l'information de façon à permettre au public de comprendre les questions sans aucune aide.
- Des tables et des chaises peuvent être mises à la disposition du public pour lui permettre de lire les documents qui l'intéressent.

Définir le rôle du personnel et des consultants

- Le personnel peut être là pour aider à distribuer les documents et pour répondre aux questions relatives aux projets ou aux actions envisagées.
- Les représentants du projet envisagé et (ou) les consultants y travaillant peuvent aussi être sur place pour renseigner le public.
- Le personnel peut également aider à prendre note des commentaires du public en se servant de feuilles de commentaires et de boîtes à suggestions.

Conseils pour une meilleure inclusivité

- Assurez-vous que l'information soit présentée dans un langage clair et simple.
- Tirez pleinement parti des partenariats avec les organisations locales de femmes afin d'avoir accès à leurs réseaux et expertise et de rejoindre des femmes qui sont marginalisées dans la communauté. Le cas échéant, offrez un soutien financier afin de permettre la tenue de consultations inclusives.
- Adoptez des stratégies proactives et communiquez avec les femmes et les hommes marginalisés afin de vous assurer de les inclure.

Quoi faire après la création d'un centre d'information

Réagir aux commentaires du public

- Un rapport donnant le nombre de visiteurs au centre et résumant leurs commentaires peut être mis à la disposition du conseil municipal et du grand public y compris des différentes communautés des villes ou des municipalités.

Planification de l'échéancier

- Il faut prévoir deux semaines et demie pour mettre sur pied un **centre d'information**.
- Il faut habituellement une semaine pour recueillir et préparer le matériel à présenter.
- Il peut falloir une autre semaine pour choisir l'endroit le plus indiqué pour installer le centre.
- Il faut jusqu'à une semaine pour installer le centre. La formation du personnel peut se faire au cours de cette période.
- Les différentes étapes de planification et de fonctionnement d'un **centre d'information** sont tributaires de la durée du processus de participation du public. Ainsi, certains centres servent de point d'introduction à l'information au cours des étapes préliminaires du processus de participation, alors que d'autres continuent de fonctionner au-delà de cette étape et fournissent de l'information tout au long du processus.

Budget d'un centre d'information

En plus du temps du personnel, plusieurs autres postes budgétaires sont à considérer en planifiant un **centre d'information** :

- Les frais d'annonce au public dans les médias locaux ou au moyen des **publications d'information**; utilisez les capacités de communication des organisations communautaires

- Les frais de production associés à la préparation de l'information : impression, photocopie et préparation des expositions, des dépliants et des vidéos
- Les personnes supplémentaires ou les consultants, qu'il faut recruter pour animer le centre. Veillez à ce qu'elles possèdent des qualifications pertinentes sur le plan linguistique au besoin, y compris la langue des signes
- Les installations : location de la salle, mobilier de bureau, un espace et des jouets mis à la disposition des enfants

Centre d'information : quelques avantages

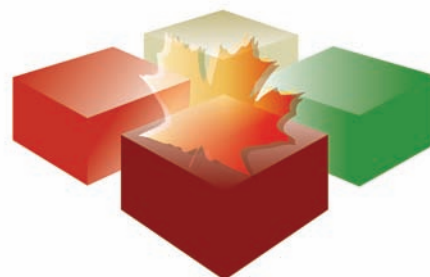
- Parce qu'il est ouvert en permanence, un centre d'information permet à une large fraction du public de mieux s'informer. Il est notamment ouvert aux femmes qui ont souvent des horaires de travail et des responsabilités familiales ne leur permettant pas de participer aux consultations traditionnelles.

Centre d'information : quelques inconvénients

- La rétroaction est limitée au nombre de personnes qui viennent au centre.
- La rétroaction sera limitée si la publicité n'a pas été aussi orientée pour rejoindre de manière particulière les femmes et les communautés marginalisées.
- Les femmes et les hommes qui ne peuvent pas se déplacer facilement pour différentes raisons telles que la responsabilité d'enfants, les personnes âgées, les personnes dont le revenu est limité ou faible, ou celles qui souffrent de handicaps affectant leur mobilité, ne seront pas en mesure de participer.
- En fonction de la durée d'utilisation du centre et de sa fréquentation, le fonctionnement d'un **centre d'information** peut finir par peser lourdement sur le personnel et les ressources financières.

Synopsis d'un centre d'information

Délais nécessaires	6 à 7 mois
Coûts de planification et d'exécution	élevés
Ressources en personnel nécessaires	élevées
Expertise requise	moyenne
Niveau de connaissances requis par le public	faible
Nombre de personnes touchées	élevé
Possibilité d'atteindre un large public	élevée
Niveau de connaissances acquises par le public	élevé
Utilité pour obtenir une rétroaction du public	moyenne



Activités communautaires de proximité

De quoi s'agit-il?

Les **activités communautaires de proximité** comprennent entre autres des programmes lancés par les municipalités pour établir des rapports directs avec les femmes et les hommes de la localité ainsi que les leaders d'opinion locaux. Ces activités permettent de créer un climat décontracté et informel pour échanger des idées, pour mieux sensibiliser le public et l'aider à comprendre le projet ou l'action envisagée, et pour encourager une interaction entre le public et le conseil municipal. Les activités de proximité peuvent aussi favoriser la participation des groupes habituellement peu intéressés par les questions municipales. Entre autres variantes de cette approche, citons les rencontres avec des particuliers, des travailleurs et des travailleuses ou des groupes, chez eux, sur leurs lieux de travail, ou dans leurs quartiers. Les programmes d'**activités communautaires de proximité** peuvent également recourir à plusieurs autres outils de participation.

Planification d'une activité communautaire de proximité : aide-mémoire

Choisir le public cible

- Souvent un projet ou une action envisagée touche différemment certains segments de la population, et en conséquence mobilise la collectivité à des degrés divers.
- De plus, il peut y avoir des segments de la population qui ont pour caractéristique de ne pas participer. Il faut être le plus inclusif possible lorsqu'on détermine les groupes de population susceptibles d'être les plus concernés par une intervention ou un projet donné. Certains groupes comme les femmes, les personnes âgées ou les jeunes femmes ou hommes seront-ils davantage touchés? Les personnes qui ne parlent pas la ou les langue(s) officielle(s) du pays seront-elles plus affectées?

Sélectionner et former le personnel

- Le nombre d'employés exigés par des activités de proximité dépend souvent des objectifs et de l'importance du programme, ainsi que du nombre d'outils dont on se sert.

- Il est important que le personnel connaisse bien les questions auxquelles l'activité de proximité cherche à répondre, et qu'il soit à l'aise pour traiter avec des femmes et des hommes d'âge, d'habileté et de culture différentes, et répondre à leurs questions.

Annoncer l'activité

- Comme dans le cas de tous les autres outils, il est important de diffuser largement l'annonce des programmes dans les médias locaux y compris les médias féminins et ethniques, en précisant les heures, les dates et les questions qui seront discutées.

Préparer l'information

- Des renseignements généraux sur le projet ou sur l'action envisagée et, dans la mesure où ils sont disponibles, des documents résumant le processus de participation et ses résultats peuvent être utiles.
- L'information préparée est souvent axée sur les intérêts et les questions qui touchent spécifiquement les groupes concernés par les activités de proximité. Présentez l'information dans un langage clair et simple et faites appel aux organisations de femmes et communautaires pour accéder à leurs réseaux et tirer parti de leur expertise.
- Dans la mesure du possible, l'information doit être ventilée selon le sexe, la race, l'âge, le revenu, le statut, etc. On doit montrer dans quelle mesure la situation touche les femmes et les hommes de manière différente en raison des réalités particulières à chaque sexe.

Organisation d'une activité communautaire de proximité : aide-mémoire

L'endroit

- Il existe un grand nombre de façons d'établir des **activités communautaires de proximité**. On peut avoir besoin de se servir d'autres outils de participation et de sites qui leur sont associés.

- Les foires communautaires sont un endroit où susciter l'intérêt du public pour les expositions et les présentations d'un projet ou d'une action envisagée. Pour assurer la participation des différentes fractions de la société, les foires communautaires peuvent être organisées conjointement avec les groupes de femmes et les organisations de services communautaires.
- Plutôt que d'organiser une réunion formelle, le fait d'aller rendre visite en toute simplicité à la communauté et de rencontrer les femmes et les hommes qui la composent, peut donner lieu à des discussions utiles avec le public.

Définir le rôle du personnel et des consultants

- Plutôt que d'inviter le public à participer à une activité, le personnel doit jouer un rôle actif pour se rapprocher du public et initier la participation.

Conseils pour une meilleure inclusivité

- Assurez-vous que l'information soit présentée dans un langage clair et simple
- Dans la mesure du possible, tenez des réunions de consultation où les femmes ou une communauté particulière se réunissent déjà (par exemple, logement à loyer modique, coopérative d'habitation, écoles, garderies, centres commerciaux, centres récréatifs et cafés, etc.), et dans des lieux qui sont accessibles et confortables pour des femmes d'origine diverse, des femmes des Premières nations (ou autochtones), des communautés raciales, des jeunes femmes et hommes, des personnes âgées, etc.
- Tirez pleinement parti des partenariats avec les organisations locales de femmes afin d'avoir accès à leurs réseaux et expertise et de rejoindre des femmes qui sont marginalisées dans la communauté. Le cas échéant, offrez un soutien financier afin de permettre la tenue de consultations inclusives.
- Adoptez des stratégies proactives et communiquez avec les femmes et les hommes marginalisés afin de vous assurer de les inclure.
- Planifiez des réunions à des heures différentes du jour et pas seulement le soir. Les femmes peuvent hésiter à sortir de chez elles le soir et elles ont de nombreuses responsabilités familiales en soirée.
- Veillez à la sécurité des événements consultatifs; prévoyez notamment des lieux bien éclairés, facilement accessibles par transport en commun, etc.

- Il arrive souvent que les groupes ciblés n'aient pas pour habitude de s'intéresser aux processus de participation municipale. Le personnel devra trouver d'autres services ou responsables municipaux qui sont plus fréquemment en contact avec ces groupes pour faire appel à leur aide. Établir des partenariats avec les organisations de femmes et communautaires peut contribuer à rejoindre ces groupes pour des événements spécifiques.

Quoi faire après une activité communautaire de proximité

- Les résultats d'un programme de proximité sont souvent des éléments clés du processus de participation qui peuvent être à l'origine d'une plus grande interaction avec la collectivité.
- Il est important que les résultats soient ensuite transmis au conseil municipal et aux parties prenantes dans le processus, notamment la communauté touchée. L'annonce des résultats dans les médias locaux, féminins et communautaires peut aider à les faire connaître à la communauté.

Planification de l'échéancier

- La planification, la réalisation et le suivi d'une **activité communautaire de proximité** peuvent prendre environ deux à trois semaines.
- Il faut au moins deux à quatre semaines pour aviser convenablement le public.
- Pendant ce temps, on peut préparer le matériel.
- L'organisation du programme dépend de la nature des activités de proximité mais, en principe, prend entre un et quatre jours.
- Si on a recours à d'autres outils dans le cadre du programme de proximité, le temps supplémentaire prévu pour la planification, la réalisation et le suivi exigés par chaque outil doit être ajouté à l'échéancier du programme.
- Selon la nature du programme, l'activité à proprement parler peut durer entre deux ou trois heures par jour et deux jours.

- Le suivi peut prendre trois à cinq jours si l'on veut en diffuser un résumé dans les nombreux médias locaux.

Budget d'une activité communautaire de proximité

En plus du temps du personnel, plusieurs autres postes budgétaires sont à considérer en planifiant une **activité communautaire de proximité**.

- Les frais d'annonce au public dans les médias locaux
- Les frais de traduction en différentes langues
- Les frais de production associés à la préparation de l'information : impression, photocopie et préparation des expositions, des dépliants et des vidéos, etc.
- Les personnes embauchées en supplément pour coordonner ou pour se mettre en rapport avec les groupes cibles
- Les services des groupes de femmes et les organisations communautaires peuvent être retenus pour la coordination et la communication avec des communautés particulières

Synopsis d'une activité communautaire de proximité

Délais nécessaires	3 à 5 semaines
Coûts de planification et d'exécution	élevés
Ressources en personnel nécessaires	élevées
Expertise requise	moyenne
Niveau de connaissances requis par le public	faible
Nombre de personnes touchées	élevé
Possibilité d'atteindre un large public	élevée
Niveau de connaissances acquises par le public	élevé
Utilité pour obtenir une rétroaction du public	élevée

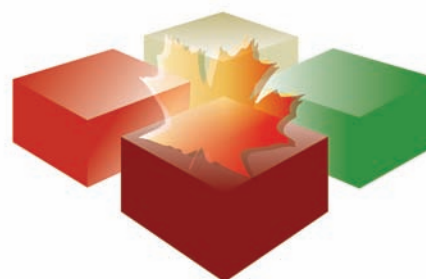
- Les installations : location de l'endroit, location d'une tente extérieure, matériel audiovisuel, équipements divers, etc.
- Les coûts de production du rapport de suivi
- Les frais d'annonce du suivi auprès du public

Programme communautaire de proximité : quelques avantages

- C'est un outil très utile pour s'assurer de la participation d'une large fraction de la population.
- Il permet également d'obtenir une rétroaction équilibrée de tous les segments de la population.
- Il peut faciliter la création de partenariats avec les groupes de femmes et les organisations des communautés marginalisées.

Programme communautaire de proximité : quelques inconvénients

- Selon l'envergure du programme, les activités de proximité dans les collectivités peuvent prendre pas mal plus de temps et ajouter des frais au processus de participation.
- Un programme de proximité exige d'importantes ressources en personnel.
- Le personnel doit posséder les compétences lui permettant d'avoir des échanges avec le public et d'être capable de communiquer et d'écouter attentivement.



Babillard électronique

De quoi s'agit-il?

Les **babillards électroniques** se servent d'Internet pour proposer à leurs usagères et usagers un site Web où ils peuvent afficher des messages et avoir des discussions sur toute une gamme de sujets. Il s'agit d'un outil bon marché et facile à utiliser pour communiquer l'information et obtenir des réactions de la part du public qui a accès à Internet.

Planification d'un babillard électronique : aide-mémoire

Choisir l'auditoire cible

- D'ordinaire, les **babillards électroniques** servent à se mettre en rapport avec une large fraction de la population. Il va sans dire que cet outil ne peut servir qu'aux résidentes et résidents qui ont accès à Internet.

Définir l'objectif visé par le babillard

- On peut se servir des **babillards électroniques** pour encourager le contact avec le public en donnant des numéros de téléphone et des adresses, pour rendre disponibles les ressources et l'information à tous les intervenants, pour dresser une liste des bénévoles et pour encourager le débat sur des questions municipales d'actualité.
- Il est important de définir l'objectif visé par l'utilisation de cet outil avant d'aller de l'avant avec sa création.

Créer un babillard

- La réalisation concrète d'un babillard exige habituellement beaucoup de réflexion.
- Par exemple, la majeure partie des pages d'accueil sur le Web correspond en fait à toute une série de pages. Elles commencent par la page Index, avec des options multiples comme Services, Bulletin de nouvelles et (ou) Ressources, à la disposition de l'internaute. Chaque option renvoie souvent à une autre page.

- Il faut que le site Web soit accessible aux personnes ayant une déficience visuelle en offrant sur le site les options appropriées.
- Il est préférable de définir le but visé, le type et la quantité d'informations nécessaires pour chacune des pages.
- À cette étape, il est souvent utile de décider si le babillard proposera des options particulières, comme des formulaires en ligne qu'il sera possible de remplir et de renvoyer directement à la municipalité, ou encore des groupes de discussion en ligne.

Préparer l'information pour le babillard électronique

- Il est important de s'assurer que toutes les données recueillies se présentent dans un format compatible avec le logiciel qui va servir à produire le **babillard électronique**. Si tel n'est pas le cas, il pourrait s'avérer nécessaire de retaper l'information dans le format approprié.

Aviser le public

- La promotion du **babillard électronique** est importante et peut exiger de faire appel aux autres types de médias locaux.
- Pour faire la publicité du site, on pourra inclure les adresses du site Web dans toutes les coordonnées servant à se mettre en rapport avec la municipalité.

Sélectionner et former le personnel

- Lorsque la municipalité dispose déjà d'un site sur le Web, le personnel qui en est responsable peut généralement concevoir un babillard. Si tel n'est pas le cas, il peut s'avérer nécessaire de recourir à une firme spécialisée pour créer le site.

Fonctionnement d'un babillard électronique : aide-mémoire

Afficher l'information

- Pour afficher l'information, il faut s'assurer que tous les logiciels utilisés sont compatibles les uns avec les autres et que tous les hyperliens entre les pages et les adresses électroniques se font sans problème.

Actualiser le babillard

- L'information affichée sur le site Web doit être à jour. Tout au long du processus de participation, il faudra constamment mettre à jour l'information.
- Par exemple, les adresses électroniques, les numéros de téléphone et les numéros de télécopieur affichés doivent être exacts.

Quoi faire après la création d'un babillard électronique

- Il est souvent possible de compter le nombre de personnes qui ont consulté le site, ainsi que les parties du site qui sont les plus ou les moins fréquemment visitées.
- Cette information peut s'avérer utile pour mettre à jour le site et pour s'assurer qu'il est le plus utile possible au public.

Conseils pour une meilleure inclusivité

- Dans la mesure du possible, veillez à ce que l'information soit ventilée selon le sexe, la race, l'âge, le revenu, l'origine ethnique et autres facteurs socio-économiques pertinents.
- Assurez-vous que l'information soit présentée dans un langage clair et simple.
- Tirez pleinement parti des partenariats avec les organisations locales de femmes afin d'avoir accès à leurs réseaux et expertise et de rejoindre des femmes qui sont marginalisées dans la communauté. Le cas échéant, offrez un soutien financier afin de permettre la tenue de consultations inclusives.

- Un rapport résumant la fréquence de consultation du site, ainsi que les commentaires ou suggestions du public reçus par courriel, pourra être soumis au conseil municipal pour examen.

Planification de l'échéancier

- Planifier un **babillard électronique** peut prendre de quatre à six semaines, ou davantage.
- Trois semaines peuvent être réservées à définir l'objectif visé et la présentation du babillard, ainsi qu'à rassembler et à préparer l'information nécessaire.
- Pendant ce temps, les médias locaux peuvent être mis à contribution pour faire la promotion du **babillard électronique**.
- Les trois semaines ou moins qu'il reste servent souvent à apporter les corrections ou les changements nécessaires au babillard et à s'assurer de son bon fonctionnement.

Budget d'un babillard électronique

En plus du temps du personnel, plusieurs autres postes budgétaires sont à considérer en planifiant la création d'un **babillard électronique** :

- Les frais d'annonce au public, notamment dans les médias locaux
- Les frais de production associés à la préparation de l'information : impression et photocopie des données utiles, ainsi que les frais de traduction au besoin
- Achat des logiciels compatibles
- Frais d'enregistrement du nom du site
- Les personnes supplémentaires qu'il faut recruter pour produire le bulletin
- Les coûts de production du rapport de suivi

Babillard électronique : quelques avantages

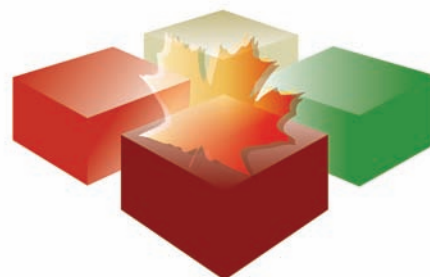
- Les **babillards électroniques** aident les usagères et les usagers à partager information et opinions à peu ou pas de frais, ainsi qu'au moment et à l'endroit qui leur conviennent.
- C'est un outil qui peut être très utile pour afficher une grande quantité d'informations, ainsi que pour recevoir des commentaires ou des suggestions sur des projets envisagés.

Babillard électronique : quelques inconvénients

- Le coût de production d'un **babillard électronique** peut être élevé, selon les moyens technologiques dont dispose la municipalité.
- Le personnel doit posséder une grande expérience et bien connaître les logiciels et le matériel utilisés.
- La valeur de cet outil est limitée à la capacité du public de se servir d'Internet.
- Il y a risque que les messages transmis par le public soient surtout ceux d'un petit nombre de personnes.

Synopsis d'un babillard électronique

Délais nécessaires	4 à 6 semaines
Coûts de planification et d'exécution	moyens
Ressources en personnel nécessaires	faibles
Expertise requise	élevée
Niveau de connaissances requis par le public	faible
Nombre de personnes touchées	élevé
Possibilité d'atteindre un large public	élevée
Niveau de connaissances acquises par le public	élevé
Utilité pour obtenir une rétroaction du public	moyenne



Réunion publique

De quoi s'agit-il?

Les **réunions publiques** servent fréquemment de moyen pour échanger de l'information. Les **réunions publiques** rassemblent un vaste échantillon de la population. La municipalité présente l'information dans le cadre d'un exposé formel, après quoi l'occasion est donnée au public de réagir pendant une séance plénière de questions-réponses.

Planification d'une réunion publique : aide-mémoire

Identifier l'auditoire cible

- On peut recourir à une **réunion publique** pour attirer le public de l'ensemble de la municipalité, tout en ciblant également les résidentes et résidents touchés par un projet particulier.
- Pour organiser des réunions de quartier ou limitées à une région géographique, on doit s'assurer de connaître les besoins particuliers des femmes et des hommes de ce quartier ou de cette région, et veiller à ce que la conception de la réunion ait pris en compte les facteurs susceptibles d'empêcher leur participation comme l'accessibilité, l'interprétation, la garde des enfants, etc.
- Selon le sujet de la consultation et le type de contribution requise, les réunions publiques peuvent aussi être organisées en partenariat avec des groupes de femmes, des organismes de services et des organisations de communautés marginalisées.

Choisir la date, l'heure et l'endroit

- Les **réunions publiques** sont habituellement convoquées en soirée; d'ordinaire elles débutent vers 19 h et durent de deux à trois heures.
- Il est préférable de choisir un local bien connu, comme une école, une bibliothèque, une église ou un centre communautaire, se trouvant à proximité du site envisagé pour le projet. Cela a pour effet d'attirer les personnes les plus concernées par le projet envisagé ou par la question soulevée.

- Veiller à ce que l'endroit soit accessible par transport en commun, ainsi qu'aux femmes et aux hommes ayant des besoins spéciaux en matière de mobilité.

Aviser le public

- On peut toucher une large fraction de la population en faisant des annonces dans les journaux distribués dans la collectivité ou la région, ainsi qu'à la radio et à la télévision. Ces annonces sont généralement faites au moins dix à quatorze jours ouvrables avant la tenue de la **réunion publique**.
- Il faut se demander si la publicité doit aussi être dirigée vers les communautés linguistiques de la région et leurs journaux locaux.
- La participation est d'autant plus forte que les annonces indiquent clairement la date, l'heure et l'endroit de la réunion, le projet ou la question qui sera discuté à la réunion, et qu'on y donne un numéro de téléphone pour obtenir de plus amples renseignements.

Sélectionner et former le personnel

- Il suffit de deux ou trois membres du personnel pour animer une **réunion publique**. Toutefois, il faut qu'ils aient reçu une formation d'animateur et en dynamique de groupe.
- Pour satisfaire aux exigences linguistiques, on doit veiller à ce que le personnel parle les langues pertinentes; ou on peut embaucher des femmes et des hommes qui les parlent.
- Une façon de préparer le personnel à animer une **réunion publique** consiste à dresser une liste des questions susceptibles d'être posées par le public. Les employés peuvent ensuite s'exercer en se posant les questions les uns aux autres.

Préparer l'information pour le public

- D'ordinaire, l'information transmise lors de la réunion présente le but du projet, les principales questions touchant les femmes et les hommes de la localité, leur rôle, et les autres options possibles.

Conseils pour une meilleure inclusivité

- Dans la mesure du possible, veillez à ce que l'information soit ventilée selon le sexe, la race, l'âge, le revenu, l'origine ethnique et autres facteurs socio-économiques pertinents.
- Assurez-vous que l'information soit présentée dans un langage clair et simple.
- Dans la mesure du possible, tenez des réunions de consultation où les femmes ou une communauté particulière se réunissent déjà (par exemple, logement à loyer modique, coopérative d'habitation, écoles, garderies, centres commerciaux, centres récréatifs et cafés, etc.), et dans des lieux qui sont accessibles et confortables pour des femmes d'origine diverse, des femmes des Premières nations (ou autochtones), des communautés raciales, des jeunes femmes et hommes, des personnes âgées, etc.
- Tirez pleinement parti des partenariats avec les organisations locales de femmes afin d'avoir accès à leurs réseaux et expertise et de rejoindre des femmes qui sont marginalisées dans la communauté. Le cas échéant, offrez un soutien financier afin de permettre la tenue de consultations inclusives.
- Adoptez des stratégies proactives et communiquez avec les femmes et les hommes marginalisés afin de vous assurer de les inclure.
- Planifiez des réunions à des heures différentes du jour et pas seulement le soir. Les femmes peuvent hésiter à sortir de chez elles le soir et elles ont de nombreuses responsabilités familiales en soirée.
- Veillez à la sécurité des événements consultatifs; prévoyez notamment des lieux bien éclairés, facilement accessibles par transport en commun, etc.
- Offrez un soutien concret afin d'aider les femmes, les résidentes et les résidents à faible revenu, ceux dont les revenus sont fixes, etc. à assister aux réunions. Parmi les aides possibles figurent des allocations de transport, un service de garde d'enfant, un service de traduction, des édifices accessibles aux femmes et aux hommes handicapés, une nourriture qui tienne compte de certaines restrictions de régime alimentaire.

- Dans la mesure du possible, l'information doit être ventilée selon le sexe, la race, l'âge, le revenu, le statut, etc. On doit montrer dans quelle mesure la situation touche les femmes et les hommes de manière différente en raison des réalités particulières à chaque sexe.
- Les supports visuels comme les diapositives sont plus efficaces s'ils sont de grande taille et suffisamment visibles compte tenu des dimensions de la salle.

Organisation d'une réunion publique : aide-mémoire

Préparer la salle

- On peut placer sur la table d'inscription d'autres documents que les participantes et les participants peuvent lire ou emporter chez eux, ainsi qu'un bref questionnaire et des feuilles où écrire des commentaires pour encourager une plus grande rétroaction.
- Au besoin, veiller à ce que la documentation soit disponible dans les langues pertinentes, et aussi pour les personnes ayant une déficience visuelle.
- En s'assurant que l'information fournie lors d'une **réunion publique** est bien identifiée comme étant un PROJET et ne donne pas trop de détails sur des points susceptibles d'évoluer, on empêche tout malentendu occasionné par d'éventuels changements ultérieurs.
- La disposition des sièges peut influencer l'interaction dans l'assistance. Ainsi, les sièges disposés en demi-arc de cercle permettent de se regarder et peuvent donc favoriser les échanges.
- Pour pallier l'absence d'interaction entre le personnel et l'assistance, certaines municipalités conjuguent **réunions publiques** avec **opérations portes ouvertes** ou **ateliers** en offrant une séance d'information plus informelle, soit juste avant, soit juste après la présentation formelle.

Présenter

- En règle générale, l'information est transmise dans le cadre d'un exposé structuré d'une durée de 30 à 45 minutes. Les présentations peuvent être effectuées par le personnel municipal ainsi que les organisations de femmes et organismes communautaires. On peut, au besoin, retenir les services d'un interprète gestuel.
- Cet exposé est suivi d'une séance de questions-réponses ouverte au public.
- Des micros sont installés pour permettre d'entendre clairement les questions et les réponses.

Définir le rôle du personnel et des consultants

- Idéalement, le personnel qui représente la municipalité travaille directement sur le projet ou les questions discutées, et peut donc fournir des réponses précises aux questions.
- Si le personnel ne peut pas fournir de réponses immédiates aux questions, il doit prendre les coordonnées des membres du public pour assurer le suivi.

Quoi faire après une réunion publique

- Une étude et un résumé des commentaires du public peuvent être colligés dans un document et distribués au personnel ou aux membres du conseil municipal.
- Le lendemain, le personnel peut faire un bilan de la **réunion publique** pour identifier les améliorations à apporter à la prochaine réunion.
- On peut préparer une annonce de suivi pour renseigner le public sur les résultats de la réunion.

Planification de l'échéancier

- L'ensemble des opérations prend habituellement un peu plus de trois semaines.
- La première semaine peut être consacrée au travail de préparation comme choisir l'endroit et l'heure, définir clairement la question, sélectionner le personnel et préparer l'avis public.

- Les deuxième et troisième semaines commencent par le placement d'une série d'annonces qui doivent paraître au moins dix à quatorze jours ouvrables avant la tenue de la réunion. Cette période peut également servir à préparer l'information pour le public et à donner au personnel l'orientation et la formation nécessaires.
- Une seule journée est consacrée à l'organisation et à la tenue de la **réunion publique**, dont deux ou trois heures pour la réunion en soi.
- Au plus deux journées supplémentaires sont consacrées aux activités de suivi.

Budget d'une réunion publique

En plus du temps du personnel, plusieurs autres postes budgétaires sont à prendre en compte en planifiant une **réunion publique** :

- Les frais d'annonce au public, notamment dans les médias locaux
- Les frais de production associés à la préparation des expositions, des documents à distribuer et à la présentation officielle
- Les frais associés aux installations, notamment la location de la salle et du matériel audiovisuel
- Les frais de la documentation de suivi
- Les frais d'annonce du suivi au public

Réunion publique : quelques avantages

- La planification et la réalisation d'une **réunion publique** exigent peu d'expertise et relativement peu de ressources.
- Les **réunions publiques** sont une des méthodes les plus couramment utilisées pour se mettre en rapport et communiquer avec une grande partie de la population.

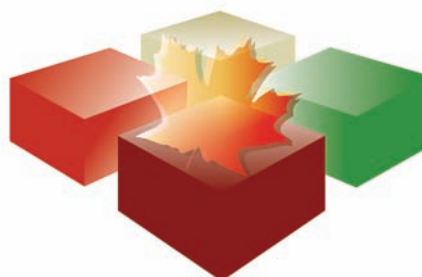
Réunion publique : quelques inconvénients

- Les **réunions publiques** peuvent polariser les participants et le personnel, surtout si la disposition de la salle les met « face à face ».

- Le grand nombre de visiteurs dans un cadre rigide limite les échanges avec les employés municipaux et entrave la participation.
- En raison du manque d'échanges individuels entre le personnel et le public, les questions soulevées par les participants au cours de la séance de questions-réponses peuvent prêter à controverse au sein de l'auditoire.

Synopsis d'une réunion publique

Délais nécessaires	3 semaines
Coûts de planification et d'exécution	faibles
Ressources en personnel nécessaires	faibles
Expertise requise	faible
Niveau de connaissances requis par le public	faible
Nombre de personnes touchées	moyen
Possibilité d'atteindre un large public	élevée
Niveau de connaissances acquises par le public	moyen
Utilité pour obtenir une rétroaction du public	moyenne



Audience publique

De quoi s'agit-il?

Une **audience publique** est en fait une **réunion publique** imposée par la loi, au cours de laquelle un projet ou une action envisagée est présentée accompagnée d'une solution possible, et où le public a la possibilité de réagir. Comme les **réunions publiques**, les **audiences publiques** servent souvent à l'échange d'information avec le public.

D'ordinaire, l'**audience publique** a pour but de satisfaire aux exigences de la réglementation. Il s'agit d'un processus formel qui d'habitude oblige les participantes et les participants à lire ou à présenter une déclaration préparée à l'avance. En règle générale, des méthodes sont prévues pour enregistrer et conserver les commentaires écrits ou les déclarations orales de ces personnes.

Planification d'une audience publique : aide-mémoire

Identifier le public cible

- On peut recourir à une **audience publique** pour attirer le public de l'ensemble de la municipalité, tout en ciblant également les résidentes et résidents touchés par un projet particulier.
- Pour organiser des réunions de quartier ou propres à une région géographique, on doit s'assurer de connaître les besoins particuliers des femmes et des hommes de ce quartier ou de cette région, et veiller à ce que la conception de l'**audience publique** ait pris en compte les facteurs susceptibles d'empêcher leur participation comme l'accessibilité, l'interprétation, la garde des enfants, etc.
- Selon le sujet de la consultation et le type de contribution requis, des ateliers peuvent aussi être organisés en partenariat avec des groupes de femmes, des organismes de services et des organisations de communautés marginalisées.

Choisir la date, l'heure et l'endroit

- Les **audiences publiques** sont habituellement convoquées en soirée; d'ordinaire elles débutent vers 19 h et durent de deux à trois heures.

- En général, elles ont lieu dans les locaux de l'hôtel de ville, mais on peut aussi envisager d'autres endroits connus situés à proximité du site envisagé pour le projet discuté. Veillez à ce que l'endroit soit facilement accessible par transport en commun, ainsi qu'aux femmes et aux hommes ayant des besoins divers en matière de mobilité.
- La mise à disposition d'un service de garde d'enfants permettra à davantage de femmes de participer, notamment les mères seules.

Aviser le public

- Les modalités d'avis publics sont souvent précisées par la loi ou par les règlements d'application.
- Il faut faire passer des avis dans les journaux communautaires et régionaux, ainsi qu'à la radio et à la télévision, au moins deux semaines à l'avance.
- Les avis doivent clairement indiquer le projet dont il sera question à l'**audience publique**, la date, l'heure et l'endroit ainsi que les numéros de téléphone des instances municipales à contacter.

Sélectionner et former le personnel

- Les membres du conseil municipal ainsi que les employés responsables du projet participent aux **audiences publiques**.
- Une bonne façon de préparer le personnel à animer une **audience publique** consiste à dresser une liste des questions susceptibles d'être posées par le public. Les employés peuvent ensuite s'exercer en se posant les questions les uns aux autres.

Préparer l'information pour le public

- D'ordinaire, l'information transmise au cours de la réunion présente le but du projet, les principales questions en rapport avec le projet, le rôle du public et les autres options possibles.

- Dans la mesure du possible, l'information doit être ventilée selon le sexe, la race, l'âge, le revenu, le statut, etc. On doit montrer dans quelle mesure la situation touche les femmes et les hommes de manière différente en raison des réalités particulières à chaque sexe.
- On peut avoir recours à des supports visuels durant une présentation orale mais il faut qu'ils soient de grande taille et suffisamment visibles compte tenu des dimensions de la salle.

Conseils pour une meilleure inclusivité

- Dans la mesure du possible, veillez à ce que l'information soit ventilée selon le sexe, la race, l'âge, le revenu, l'origine ethnique et autres facteurs socio-économiques pertinents.
- Assurez-vous que l'information soit présentée dans un langage clair et simple.
- Dans la mesure du possible, tenez des réunions de consultation où les femmes ou une communauté particulière se réunissent déjà (par exemple, logement à loyer modique, coopérative d'habitation, écoles, garderies, centres commerciaux, centres récréatifs et cafés, etc.), et dans des lieux qui sont accessibles et confortables pour des femmes d'origine diverse, des femmes des Premières nations (ou autochtones), des communautés raciales, des jeunes femmes et hommes, des personnes âgées, etc.
- Tirez pleinement parti des partenariats avec les organisations locales de femmes afin d'avoir accès à leurs réseaux et expertise et de rejoindre des femmes qui sont marginalisées dans la communauté. Le cas échéant, offrez un soutien financier afin de permettre la tenue de consultations inclusives.
- Adoptez des stratégies proactives et communiquez avec les femmes et les hommes marginalisés afin de vous assurer de les inclure.
- Planifiez des réunions à des heures différentes du jour et pas seulement le soir. Les femmes peuvent hésiter à sortir de chez elles le soir et elles ont de nombreuses responsabilités familiales en soirée.
- Veillez à la sécurité des événements consultatifs; prévoyez notamment des lieux bien éclairés, facilement accessibles par transport en commun, etc.
- Offrez un soutien concret afin d'aider les femmes, les résidentes et les résidents à faible revenu, ceux dont les revenus sont fixes, etc. à assister aux réunions. Parmi les aides possibles figurent des allocations de transport, un service de garde d'enfant, un service de traduction, des édifices accessibles aux femmes et aux hommes handicapés, une nourriture qui tienne compte de certaines restrictions de régime alimentaire.

Organisation d'une audience publique : aide-mémoire

Préparer la salle

- On peut placer sur la table d'inscription d'autres documents que les participantes et participants peuvent lire ou emporter chez eux.
- Il est préférable que l'information fournie lors de l'**audience publique** soit bien identifiée comme étant un PROJET et ne donne pas trop de détails sur des points susceptibles d'évoluer. De cette façon, on empêche tout malentendu occasionné par d'éventuels changements ultérieurs.

Définir le rôle du personnel et des conseillères et des conseillers municipaux

- D'ordinaire, le personnel est assis à l'avant de la salle, et le public assis en rangées. Ce faisant, on établit une dynamique grâce à laquelle les participantes et les participants parlent avec les personnes à l'avant plutôt qu'entre eux.
- Si le personnel n'est pas en mesure de répondre immédiatement aux questions des participants et des participantes, il est préférable qu'il prenne en note leurs coordonnées pour leur fournir les réponses plus tard.

Présenter

- En règle générale, l'information est transmise dans le cadre d'un exposé d'une durée de 30 à 45 minutes.
- Cet exposé est suivi d'une séance de questions-réponses ouverte au public.
- En plus de la séance de questions-réponses, des déclarations écrites en bonne et due forme peuvent être soumises par le public au sujet des questions soulevées dans le cadre de l'**audience publique**.
- Si l'on s'attend à un large auditoire, il faut installer des micros pour que tout le monde puisse être entendu.
- Normalement, tant l'exposé que les questions sont enregistrés.

Quoi faire après une audience publique

- Un résumé des commentaires du public, y compris des mémoires déposés par certains membres de ce même public, est habituellement présenté sous forme de document et distribué au personnel ou au conseil municipal.
- Le lendemain, le personnel peut faire un bilan de l'**audience publique** pour identifier les améliorations à apporter à la prochaine réunion.
- Une annonce de suivi peut être publiée pour aviser le public des résultats de la réunion.

Planification de l'échéancier

- L'ensemble des opérations prend habituellement un peu plus de trois semaines et demie.
- La première semaine peut être consacrée au travail de préparation comme choisir l'endroit et l'heure, définir clairement la question, sélectionner le personnel et préparer un avis public.
- Les deuxième et troisième semaines commencent par la publication d'une série d'avis qui doivent paraître au moins dix jours ouvrables avant la tenue de la réunion. Cette période peut également servir à préparer l'information pour le public et à donner au personnel l'orientation et la formation nécessaires.
- Une seule journée est consacrée à l'organisation et à la tenue de l'**audience publique**, dont deux ou trois heures pour la réunion en soi.
- Il faut compter environ encore trois journées pour les activités de suivi, notamment pour prendre en compte les mémoires reçus de la part de résidentes et de résidents ou d'organismes lors de l'audience.

Budget d'une audience publique

En plus du temps du personnel, plusieurs autres postes budgétaires sont à prendre en compte en planifiant une **audience publique** :

- Les frais d'avis publics, notamment dans les médias locaux
- Les frais de production associés à la préparation des expositions, des documents à distribuer et de la présentation officielle
- Les frais associés aux installations, notamment la location de la salle et du matériel audiovisuel
- Les frais de la documentation afférente au suivi et les frais de traduction, au besoin
- Les frais d'annonce du suivi au public

Audience publique : quelques avantages

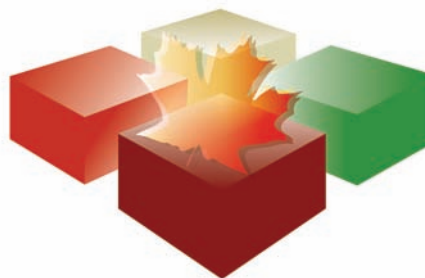
- La planification et la réalisation d'une **audience publique** exigent peu d'expertise et relativement peu de ressources.

Audience publique : quelques inconvénients

- Les **audiences publiques** peuvent polariser les personnes participantes et le personnel, surtout si la disposition de la salle les met « face à face ».
- L'obligation de laisser le public lire des déclarations préparées à l'avance est peu propice aux échanges.
- En raison du manque d'échanges individuels entre le personnel et les participants et participantes, les questions soulevées par ces derniers au cours de la séance de questions-réponses peuvent faire l'objet de controverses de la part du public.

Synopsis d'une audience publique

Délais nécessaires	3 semaines et demie
Coûts de planification et d'exécution	faibles
Ressources en personnel nécessaires	faibles
Expertise requise	faible
Niveau de connaissances requis par le public	faible
Nombre de personnes touchées	moyen
Possibilité d'atteindre un large public	moyenne
Niveau de connaissances acquises par le public	moyen
Utilité pour obtenir une rétroaction du public	moyenne



Opération portes ouvertes

De quoi s'agit-il?

Une **opération portes ouvertes** est une activité informelle dont on peut dire pour la caractériser qu'il s'agit d'un outil pour échanger de l'information. Une **opération portes ouvertes** est une occasion pour le public de rencontrer les employés municipaux et de discuter avec eux de toute une gamme de sujets, tout en permettant à ces derniers de sonder l'opinion d'une large fraction de la population. Habituellement, c'est l'occasion de présenter aux citoyens et aux citoyennes de l'information sur un projet envisagé au moyen de panneaux d'exposition installés dans la salle et à l'aide de documents qui peuvent être ramassés par la suite. Ce qui caractérise une **opération portes ouvertes**, c'est la latitude donnée au public, et notamment des heures d'ouverture non contraignantes qui permettent aux femmes et aux hommes intéressés de venir au moment qui leur convient le mieux. Le caractère informel de l'événement encourage également le personnel de la municipalité et le public à se parler librement.

Planification d'une opération portes ouvertes : aide-mémoire

Identifier la population cible

- On peut recourir à une **opération portes ouvertes** pour attirer le public de l'ensemble de la municipalité, tout en ciblant également les résidentes et résidents touchés par un projet particulier.
- On doit veiller à ce que tous, femmes et hommes, soient en mesure de participer à l'opération portes ouvertes en tenant compte des facteurs susceptibles de freiner leur participation comme l'accessibilité, l'interprétation, la garde des enfants, etc.

Choisir la date, l'heure et l'endroit

- Lorsque l'**opération portes ouvertes** s'étend de 14 h à 21 h, elle est accessible à une plus grande diversité de résidents, notamment aux femmes qui souvent sont dans l'incapacité d'assister à des activités plus courtes et plus formelles en soirée. En offrant un service de garderie à l'occasion de l'**opération portes ouvertes**,

on permet à davantage de femmes d'y participer, notamment les mères seules dont les revenus sont faibles. Organiser un événement de ce genre durant la journée augmentera les chances de participation des femmes et des personnes âgées qui pourraient hésiter à sortir de chez elles le soir.

- En choisissant un local bien connu comme une école, une bibliothèque, une église ou un centre communautaire, on parvient aussi à attirer un plus large public. On doit veiller à ce que l'endroit soit facilement accessible par transport en commun, ainsi qu'aux femmes et aux hommes ayant des besoins spéciaux en matière de mobilité.
- En prévoyant au moins deux **opérations portes ouvertes**, on permet une plus grande participation du public, notamment lorsque la première a lieu un après-midi en semaine et la seconde pendant une journée de la fin de semaine.

Aviser le public

- Annoncer l'**opération portes ouvertes** dans les journaux communautaires et régionaux, ainsi qu'à la radio et à la télévision deux à trois semaines à l'avance, permet de toucher une large fraction de la population.
- La participation est d'autant plus forte que les annonces indiquent clairement la date, l'heure et l'endroit où se déroulera l'**opération portes ouvertes**, ainsi que le projet ou le sujet dont il sera question, et les numéros de téléphone de la municipalité pour obtenir de plus amples renseignements.

Sélectionner et former le personnel

- Il suffit de cinq ou six employés pour animer une **opération portes ouvertes**; certaines municipalités choisissent plutôt de recruter des experts-conseil.
- En raison des longues heures que dure une **opération portes ouvertes**, le personnel travaille souvent par roulement pour prévenir la fatigue. Il faut prévoir un plus grand nombre d'employés en soirée car c'est généralement le moment le plus occupé.

- Les employés peuvent préparer les questions susceptibles d'être posées par le public au cours de l'**opération portes ouvertes** et peuvent ensuite s'exercer en se posant les questions les uns aux autres.

Préparer l'information pour le public

- L'information qui sera transmise lors de l'**opération portes ouvertes** présente le but du projet, les principales questions relatives au projet, le rôle du public et les autres options possibles.

Conseils pour une meilleure inclusivité

- Dans la mesure du possible, veillez à ce que l'information soit ventilée selon le sexe, la race, l'âge, le revenu, l'origine ethnique et autres facteurs socio-économiques pertinents.
- Assurez-vous que l'information soit présentée dans un langage clair et simple.
- Dans la mesure du possible, tenez des réunions de consultation où les femmes ou une communauté particulière se réunissent déjà (par exemple, logement à loyer modique, coopérative d'habitation, écoles, garderies, centres commerciaux, centres récréatifs et cafés, etc.), et dans des lieux qui sont accessibles et confortables pour des femmes d'origine diverse, des femmes des Premières nations (ou autochtones), des communautés raciales, des jeunes femmes et hommes, des personnes âgées, etc.
- Tirez pleinement parti des partenariats avec les organisations locales de femmes afin d'avoir accès à leurs réseaux et expertise et de rejoindre des femmes qui sont marginalisées dans la communauté. Le cas échéant, offrez un soutien financier afin de permettre la tenue de consultations inclusives.
- Adoptez des stratégies proactives et communiquez avec les femmes et les hommes marginalisés afin de vous assurer de les inclure.
- Planifiez des réunions à des heures différentes du jour et pas seulement le soir. Les femmes peuvent hésiter à sortir de chez elles le soir et elles ont de nombreuses responsabilités familiales en soirée.
- Veillez à la sécurité des événements consultatifs; prévoyez notamment des lieux bien éclairés, facilement accessibles par transport en commun, etc.
- Offrez un soutien concret afin d'aider les femmes, les résidentes et les résidents à faible revenu, ceux dont les revenus sont fixes, etc. à assister aux réunions. Parmi les aides possibles figurent des allocations de transport, un service de garde d'enfant, un service de traduction, des édifices accessibles aux femmes et aux hommes handicapés, une nourriture qui tienne compte de certaines restrictions de régime alimentaire.

- Dans la mesure du possible, l'information doit être ventilée selon le sexe, la race, l'âge, le revenu, le statut, etc. On doit montrer dans quelle mesure la situation touche les femmes et les hommes de manière différente en raison des réalités particulières à chaque sexe.
- Une projection vidéo ou un diaporama peuvent être un autre moyen de présenter l'information au public.

Organisation d'une opération portes ouvertes : aide-mémoire

Préparer la salle

- L'information est habituellement affichée sur des tableaux disposés en cercle autour de la salle pour encourager la libre circulation du public.
- Les chaises peuvent avoir pour effet d'empêcher la libre circulation du public que l'on recherche.
- On peut prévoir une table où les visiteurs peuvent s'inscrire et où ils peuvent ramasser des documents à lire pendant l'**opération portes ouvertes**.
- Il est préférable que l'information fournie durant l'**opération portes ouvertes** soit bien identifiée comme étant un PROJET et ne donne pas trop de détails sur des points susceptibles d'évoluer. De cette façon, on empêche tout malentendu occasionné par d'éventuels changements.
- Pour obtenir davantage de commentaires et d'observations, le personnel municipal peut remettre un bref questionnaire et une feuille où écrire des commentaires aux participantes et aux participants pour qu'ils les remplissent au moment où ils s'appêtent à partir.

Définir le rôle du personnel et des experts-conseil

- Il est utile que le personnel dispose d'un bloc-notes pour prendre les coordonnées et autres remarques de la part du public s'il n'est pas en mesure de répondre immédiatement aux questions posées.

- Une tenue vestimentaire décontractée et des étiquettes d'identification conviennent à la nature informelle d'une **opération portes ouvertes**.
- Il est utile que des représentants du projet soient sur place pour rencontrer individuellement les personnes participantes.
- La matinée de l'**opération portes ouvertes** est consacrée à l'aménagement du site. Habituellement, l'**opération portes ouvertes** dure entre deux et sept heures, en après-midi et en soirée.
- Il faut compter environ une demi-semaine pour les activités de suivi.

Quoi faire après une opération portes ouvertes

- Le personnel peut faire un bilan le lendemain de l'**opération portes ouvertes** pour identifier les améliorations à apporter la prochaine fois.
- Les commentaires et les observations du public peuvent être résumés dans un document à l'intention du conseil municipal ou du personnel. Repérer les commentaires particuliers aux femmes et aux hommes permettra de fournir une réponse plus adaptée à chaque groupe.
- Le public peut être avisé des résultats de l'**opération portes ouvertes** par une annonce ou par le bulletin de nouvelles.

Planification de l'échéancier

- Il faut compter en gros trois semaines et demie pour préparer, réaliser et faire le suivi d'une **opération portes ouvertes**, et peut-être plus selon le niveau d'expérience antérieur.
- La première semaine peut être consacrée au travail de préparation comme choisir l'endroit et l'heure, définir clairement la question, déterminer la façon dont on va toucher le public cible, sélectionner le personnel et préparer un avis public.
- Les deuxième et troisième semaines commencent par le placement d'une série d'annonces dans les médias locaux au moins dix à quatorze jours ouvrables avant l'**opération portes ouvertes**, et servent aussi à préparer l'information pour le public et à donner au personnel l'orientation et la formation nécessaires.

Budget d'une opération portes ouvertes

En plus du temps du personnel, plusieurs autres postes budgétaires sont à prendre en compte en planifiant une **opération portes ouvertes** :

- Les frais d'annonce au public, notamment les annonces dans les médias locaux
- Les coûts de production associés à la préparation des expositions, des documents à distribuer, des présentations, des projections vidéo, des diaporamas, etc.
- Les frais de traduction des documents
- Les personnes supplémentaires qu'il faut recruter pour animer ou coordonner l'opération
- Les frais associés aux installations et aux opérations, notamment la location de la salle, les rafraîchissements, le matériel audiovisuel et autres matériels
- Les frais de la documentation afférente au suivi
- Les frais d'annonce du suivi au public

Opération portes ouvertes : quelques avantages

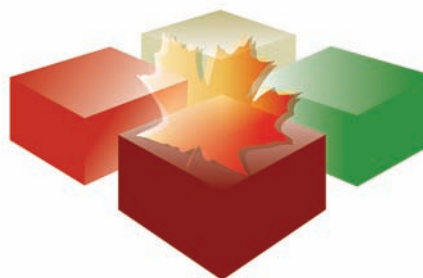
- Le caractère informel et la longue plage horaire d'une **opération portes ouvertes** donnent au public toute la latitude voulue pour rester aussi longtemps ou aussi peu qu'il le souhaite. Ceci facilite la participation des personnes avec des enfants en bas âge, des jeunes et des personnes âgées.
- Le caractère informel d'une **opération portes ouvertes** est très propice au contact et à la discussion directs avec le public.

Opération portes ouvertes : quelques inconvénients

- Une **opération portes ouvertes** monopolise beaucoup le temps du personnel.
- Il peut être difficile de s'assurer d'une bonne représentation du public.
- La rétroaction peut être limitée étant donné qu'aucune question bien précise n'est posée aux participants.

Synopsis d'une opération portes ouvertes

Délais nécessaires	3 semaines et demie
Coûts de planification et d'exécution	moyens
Ressources en personnel nécessaires	moyennes
Expertise requise	faible
Niveau de connaissances requis par le public	moyen
Nombre de personnes touchées	moyen
Possibilité d'atteindre un large public	élevée
Niveau de connaissances acquises par le public	élevé
Utilité pour obtenir une rétroaction du public	moyenne



De quoi s'agit-il?

Un **atelier** est encore un autre type d'échange d'information qui permet d'aborder certaines questions et de partager différents points de vue avec un grand nombre et une vaste diversité de citoyens et de citoyennes. L'un des principaux éléments d'un **atelier** consiste à diviser en plusieurs petits groupes de discussion tous ceux et celles qui y participent, de façon à leur permettre d'avoir des échanges informels entre eux en bénéficiant de l'aide d'un animateur qualifié. La discussion peut graviter autour de plusieurs questions ou d'un aspect en particulier d'une question plus générale.

Planification d'un atelier : aide-mémoire

Identifier la population cible

- On peut recourir à un **atelier** pour attirer le public de l'ensemble de la municipalité, tout en ciblant également les résidentes et résidents touchés par un projet particulier.
- On doit veiller à ce que l'atelier réponde aux besoins des femmes et des hommes, notamment sur les plans de l'accessibilité, de l'interprétation, de la garde des enfants, du régime alimentaire, etc.

Choisir la date, l'heure et l'endroit

- Il est préférable de choisir un endroit bien connu, comme une école, une bibliothèque, une église ou un centre communautaire se trouvant à proximité du site envisagé pour le projet.
- L'endroit doit être accessible par transport en commun, ainsi qu'aux femmes et aux hommes ayant des besoins divers en matière de mobilité.
- Les ateliers sont habituellement organisés en soirée ou en fin de semaine pour attirer une fraction plus représentative de la collectivité, et peuvent durer de deux à trois heures jusqu'à une journée complète. La tenue d'ateliers durant la journée permet d'augmenter

les chances de participation des femmes et des personnes âgées qui pourraient hésiter à sortir de chez elles le soir.

- La mise à disposition d'un service de garde d'enfants encouragera davantage de femmes à participer à l'atelier.

Aviser le public

- On peut rejoindre une large fraction de la population en annonçant l'**atelier** deux à trois semaines avant dans les journaux distribués dans la collectivité ou dans la région, ainsi qu'à la radio et à la télévision.
- Il est important pour le public que les annonces indiquent clairement quel est le projet envisagé qui sera discuté lors de l'**atelier**, ainsi que la date, l'heure et l'endroit et les numéros de téléphone de la municipalité.
- Si l'**atelier** s'adresse plus spécifiquement à un groupe ou à une communauté en particulier, on peut recourir à une approche plus ciblée pour les aviser, notamment par courrier postal ou en plaçant une annonce dans un journal communautaire.
- Le facteur de la langue peut aussi devoir être pris en compte.
- Les ateliers peuvent aussi être menés en partenariat avec les groupes de femmes, les organisations de services et les organisations des communautés marginalisées.

Sélectionner et former le personnel

- Il faut au moins un membre du personnel pour animer les discussions de chaque petit groupe formé dans le cadre de l'**atelier**.
- Une formation de base en animation de groupe est essentielle, tout comme la préparation d'une liste des questions susceptibles d'être posées au personnel durant l'atelier.

- Les ateliers peuvent aussi être menés en partenariat avec les groupes de femmes, les organisations de services et les organisations des communautés marginalisées.

Conseils pour une meilleure inclusivité

- Dans la mesure du possible, veillez à ce que l'information soit ventilée selon le sexe, la race, l'âge, le revenu, l'origine ethnique et autres facteurs socio-économiques pertinents.
- Assurez-vous que l'information soit présentée dans un langage clair et simple.
- Dans la mesure du possible, tenez des réunions de consultation où les femmes ou une communauté particulière se réunissent déjà (par exemple, logement à loyer modique, coopérative d'habitation, écoles, garderies, centres commerciaux, centres récréatifs et cafés, etc.), et dans des lieux qui sont accessibles et confortables pour des femmes d'origine diverse, des femmes des Premières nations (ou autochtones), des communautés raciales, des jeunes femmes et hommes, des personnes âgées, etc.
- Tirez pleinement parti des partenariats avec les organisations locales de femmes afin d'avoir accès à leurs réseaux et expertise et de rejoindre des femmes qui sont marginalisées dans la communauté. Le cas échéant, offrez un soutien financier afin de permettre la tenue de consultations inclusives.
- Adoptez des stratégies proactives et communiquez avec les femmes et les hommes marginalisés afin de vous assurer de les inclure.
- Planifiez des réunions à des heures différentes du jour et pas seulement le soir. Les femmes peuvent hésiter à sortir de chez elles le soir et elles ont de nombreuses responsabilités familiales en soirée.
- Veillez à la sécurité des événements consultatifs; prévoyez notamment des lieux bien éclairés, facilement accessibles par transport en commun, etc.
- Offrez un soutien concret afin d'aider les femmes, les résidentes et les résidents à faible revenu, ceux dont les revenus sont fixes, etc. à assister aux réunions. Parmi les aides possibles figurent des allocations de transport, un service de garde d'enfant, un service de traduction, des édifices accessibles aux femmes et aux hommes handicapés, une nourriture qui tienne compte de certaines restrictions de régime alimentaire.
- Appuyez les initiatives de leadership des femmes, notamment celles des jeunes femmes, des femmes des Premières nations (autochtones), des femmes racialisées et des immigrantes, des femmes handicapées, etc.

Préparer l'information pour le public

- D'ordinaire, l'information qui sera transmise lors de l'**atelier** présente le but du projet, les principales questions touchant les résidents et les résidentes, le rôle des hommes et des femmes et les autres options possibles.
- Une projection vidéo ou un diaporama sont d'autres méthodes pour présenter l'information au public au cours d'un **atelier**.
- Un cahier présentant les enjeux et les questions est un élément important de l'atelier pour aider les participantes et les participants dans leurs discussions.

Organisation d'un atelier : aide-mémoire

Préparer la salle

- Des informations générales sur le projet peuvent être mises à disposition à différents endroits de la salle.
- Les participantes et participants sont installés en petits groupes de six à huit personnes autour d'une table avec des chaises.
- Il est utile que sur chaque table on trouve une quantité suffisante de feutres (de couleurs, de grosse taille et épais) et de feuilles de papier pour prendre en note les idées et les illustrer, et que l'on prévoit également une cloison qui servira de zone d'affichage pour les feuilles.
- On peut aussi préparer un manuel pour fournir le contexte aux discussions et les orienter.

Présenter la question et en discuter

- Un **atelier** commence souvent par la présentation d'un exposé à l'auditoire. Il est alors utile d'identifier le projet envisagé, toutes les questions qui s'y rattachent ainsi que le rôle du public.
- Dans la mesure du possible, l'information doit être ventilée selon le sexe, la race, l'âge, le revenu, le statut, etc. On doit montrer dans quelle mesure la situation touche les femmes et les hommes de manière différente en raison des réalités particulières à chaque sexe.

- Avec l'aide des animateurs et des manuels, on pose aux petits groupes constitués des questions soigneusement formulées pour obtenir des réponses précises.
- Avec l'aide de l'animateur, les participants aux petits groupes identifient, débattent et hiérarchisent les idées et suggestions formulées relativement au projet ou à l'initiative de la municipalité.
- La discussion vise à aider le groupe à mieux comprendre, ainsi qu'à faire ressortir l'importance du projet et ses faiblesses. Il ne s'agit pas d'un forum pour critiquer.
- Les participants peuvent ensuite vouloir récapituler les débats par une discussion finale.

Définir le rôle du personnel et des experts-conseil

- Un employé municipal doit assurer l'animation à chaque table, et il faut également prévoir un ou deux animateurs itinérants pour aider au besoin. Ces derniers pourront être utiles pour donner une vue d'ensemble des discussions de chaque groupe.
- Chaque groupe doit aussi disposer d'un rapporteur, membre du personnel municipal, qui sache écrire lisiblement.

Quoi faire après un atelier

- Après l'**atelier**, faire l'analyse et résumer les idées proposées par les citoyens et les citoyennes dans un rapport.
- Repérer les commentaires des participants et des participantes en fonction de leur sexe, âge, origine ethnique, race et autres facteurs pertinents. Il sera ainsi plus facile de mieux comprendre les divers résidents et résidentes, et de définir les interventions appropriées qui sont nécessaires.
- Le personnel peut ensuite faire le bilan de l'**atelier** pour identifier les améliorations à apporter la prochaine fois.

Planification de l'échéancier

- La planification, le déroulement et le suivi d'un **atelier** peuvent prendre en tout environ trois semaines et demie.
- La première semaine est consacrée au travail préliminaire, à la préparation notamment d'une annonce ou d'un envoi postal ciblé.
- Les deuxième et troisième semaines commencent par une annonce publique, soit par les médias soit par un envoi postal au moins quatorze jours ouvrables avant l'atelier.
- Ces deux semaines peuvent servir à préparer l'information pour le public et à donner au personnel l'orientation et la formation de base.
- En général, il faut une journée pour installer la salle et tenir l'**atelier** qui peut durer de deux heures à toute la journée.
- Deux journées supplémentaires sont consacrées aux activités de suivi.

Budget d'un atelier

En plus du temps du personnel, plusieurs autres postes budgétaires sont à considérer en planifiant un **atelier** :

- Les frais d'annonce au public, notamment les annonces dans les médias locaux ou les frais postaux pour les envois ciblés
- Les frais de production associés à la préparation de l'information, comme les expositions, les documents à distribuer, les projections vidéo, les diaporamas, l'impression et la photocopie
- Les personnes supplémentaires ou les experts-conseil qu'il faut recruter pour animer ou coordonner l'atelier
- Les frais d'interprétation pour les groupes linguistiques particuliers
- Les frais associés au lieu et aux opérations, notamment la location de la salle, les rafraîchissements, le matériel audiovisuel et les fournitures pour chaque table

- Les frais de production du rapport de suivi (y compris les frais de traduction au besoin)
- Les frais d'annonce du suivi au public

Atelier : quelques avantages

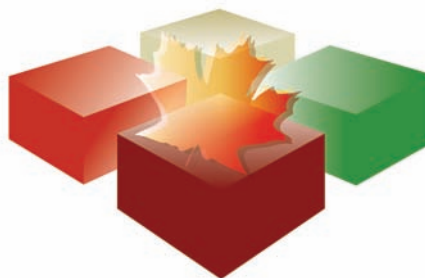
- Un **atelier** est un environnement qui stimule la créativité et peut inspirer des commentaires et des suggestions inédits.
- Le grand nombre d'échanges interpersonnels encouragés par un **atelier** permet au public de faire connaître ses idées à tous, y compris au personnel de la municipalité.

Atelier : quelques inconvénients

- Il est important que les personnes qui jouent le rôle d'animateurs soient parfaitement mises au courant du projet envisagé et possèdent une grande expérience de l'animation de groupes.
- Il est essentiel d'organiser des séminaires de formation à l'intention des animateurs avant l'organisation d'un **atelier**.
- Le coût d'un **atelier** peut être élevé, en fonction des besoins en matériel de chaque groupe.

Synopsis d'un atelier

Délais nécessaires	3 semaines et demie
Coûts de planification et d'exécution	moyens
Ressources en personnel nécessaires	élevées
Expertise requise	élevée
Niveau de connaissances requis par le public	moyen
Nombre de personnes touchées	moyen
Possibilité d'atteindre un large public	moyenne
Niveau de connaissances acquises par le public	élevé
Utilité pour obtenir une rétroaction du public	moyenne



Charrette

De quoi d'agit-il?

En urbanisme, une **charrette** est un exercice qui rassemble les citoyennes et les citoyens, les urbanistes, les architectes, les concepteurs ou les artistes pour qu'ensemble ils conçoivent des représentations visuelles d'un projet ou d'une action envisagée. Contrairement aux autres outils permettant l'échange d'information, la charrette permet aux individus (femmes et hommes, jeunes, personnes âgées, etc.) d'exprimer leurs idées dans un environnement artistique.

Planification d'une charrette : aide-mémoire

Identifier le public cible

- On peut recourir à une **charrette** pour attirer le public de l'ensemble de la municipalité, tout en ciblant également les résidants touchés par un projet particulier.
- On doit veiller à ce que tous, les femmes comme les hommes, soient en mesure de participer à la charrette en tenant compte des facteurs susceptibles d'empêcher leur participation comme l'accessibilité, l'interprétation, la garde des enfants, le régime alimentaire, etc.

Choisir la date, l'heure et l'endroit

- Choisir un endroit bien connu, comme une école, une bibliothèque, une église ou un centre communautaire se trouvant à proximité du site envisagé pour le projet, permet d'attirer un grand nombre de résidants et de résidentes représentatifs de la collectivité.
- L'endroit doit être accessible par transport en commun, ainsi qu'aux femmes et aux hommes ayant des besoins spéciaux en matière de mobilité.
- La mise à disposition d'un service de garde d'enfant permettra à davantage de femmes de participer, notamment les mères seules à faible revenu.
- L'endroit choisi doit être suffisamment spacieux pour contenir plusieurs aires de travail où seront faits les dessins.

- Les **charrettes** sont souvent organisées en soirée ou en fin de semaine pour attirer un public plus diversifié. Elles peuvent prendre de deux à trois heures jusqu'à deux jours entiers. La tenue d'ateliers durant la journée permet d'augmenter les chances de participation des femmes et des personnes âgées qui pourraient hésiter à sortir de chez elles le soir.

Aviser le public

- On peut toucher une large fraction de la population en annonçant l'organisation d'une **charrette** une à deux semaines à l'avance dans les journaux distribués dans la collectivité ou dans la région, ainsi qu'à la radio et à la télévision.
- Il est important pour le public que les annonces indiquent clairement quel est le projet envisagé qui sera discuté lors de la **charrette**, ainsi que la date, l'heure et l'endroit et les numéros de téléphone de la municipalité.
- Si la **charrette** s'adresse plus spécifiquement à un groupe ou à une communauté en particulier, on peut recourir à une approche plus ciblée pour aviser le public, notamment par la poste ou en plaçant une annonce dans un journal communautaire.
- Les facteurs de la langue et de l'accessibilité doivent être pris en compte le cas échéant.

Sélectionner et former le personnel

- À moins que des concepteurs professionnels aient accepté de fournir leurs services, il faut que le personnel possède les compétences nécessaires pour traduire graphiquement les propositions du public.
- Il faut au moins un membre du personnel pour animer les discussions de chaque petit groupe formé dans le cadre d'une charrette. Habituellement, un employé ou deux servent d'animateurs itinérants, passant d'un groupe à un autre.

Préparer l'information pour le public

- Pendant une **charrette**, il est utile qu'une trousse d'information générale soit remise aux participantes et aux participants pour les mettre au courant des questions relatives au projet ou à l'action envisagée.
- Il est préférable que toute l'information fournie au public soit claire et concise, sans donner trop de détails sur des points qui risquent de changer.

Conseils pour une meilleure inclusivité

- Dans la mesure du possible, veillez à ce que l'information soit ventilée selon le sexe, la race, l'âge, le revenu, l'origine ethnique et autres facteurs socio-économiques pertinents.
- Assurez-vous que l'information soit présentée dans un langage clair et simple.
- Repérez les lacunes sur le plan de l'égalité de sexes, par exemple, les inégalités entre les femmes et les hommes devant être prises en compte dans les résultats et le suivi.
- Dans la mesure du possible, tenez des réunions de consultation où les femmes ou une communauté particulière se réunissent déjà (par exemple, logement à loyer modique, coopérative d'habitation, écoles, garderies, centres commerciaux, centres récréatifs et cafés, etc.), et dans des lieux qui sont accessibles et confortables pour des femmes d'origine diverse, des femmes des Premières nations (ou autochtones), des communautés raciales, des jeunes femmes et hommes, des personnes âgées, etc.
- Adoptez des stratégies proactives et communiquez avec les femmes et les hommes marginalisés afin de vous assurer de les inclure.
- Planifiez des réunions à des heures différentes du jour et pas seulement le soir. Les femmes peuvent hésiter à sortir de chez elles le soir et elles ont de nombreuses responsabilités familiales en soirée.
- Offrez un soutien concret afin d'aider les femmes, les résidentes et les résidents à faible revenu, ceux dont les revenus sont fixes, etc. à assister aux réunions. Parmi les aides possibles figurent des allocations de transport, un service de garde d'enfant, un service de traduction, des édifices accessibles aux femmes et aux hommes handicapés, une nourriture qui tienne compte de certaines restrictions de régime alimentaire.
- Appuyez les initiatives de leadership des femmes, notamment celles des jeunes femmes, des femmes des Premières nations (autochtones), des femmes racialisées et des immigrantes, des femmes handicapées, etc.

Organisation d'une charrette : aide-mémoire

Préparer la salle

- On maximise les échanges en limitant les groupes de six à huit personnes. Un nombre égal de femmes et d'hommes permettra d'obtenir un public plus représentatif.
- Chaque groupe doit disposer de suffisamment d'espace pour pouvoir exposer des croquis de grande taille.
- C'est aussi une bonne idée de prévoir des rafraîchissements pour prévenir la fatigue des participants.

Présenter la question et en discuter

- D'ordinaire, une **charrette** commence par des mots de bienvenue, par la présentation du projet ou de l'action envisagée ainsi que par des instructions sur le déroulement d'une **charrette**.
- Après ces mots de bienvenue, l'assistance se répartit en petits groupes de travail.
- À plusieurs reprises pendant la **charrette**, toutes les personnes participantes se retrouvent en séance plénière ainsi qu'à la fin pour partager les fruits de leur travail.

Définir le rôle du personnel et des experts-conseil

- Les dessinateurs employés par la municipalité traduisent graphiquement les principaux thèmes proposés par les différents groupes.
- D'autres employés peuvent être nécessaires pour consigner les commentaires associés aux croquis.
- C'est aussi une bonne idée de demander à quelques concepteurs graphiques professionnels, comme des architectes, des ingénieurs et des urbanistes expérimentés en création graphique, de participer et d'aider les groupes. Il est important qu'il y ait des femmes parmi ces professionnels.

Quoi faire après une charrette

- Certaines municipalités regroupent les dessins dans une brochure, laquelle est ensuite largement mise à la disposition du public.
- Cela a pour effet d'élargir plus encore la consultation publique ainsi que d'ouvrir le mécanisme de la **charrette** à celles et ceux qui n'ont pas pu assister à la réunion.

Planification de l'échéancier

- La planification, le déroulement et le suivi d'une **charrette** peuvent prendre en tout environ trois semaines et demie.
- La première semaine est consacrée au travail préliminaire, à la préparation notamment d'une annonce ou d'un envoi postal ciblé.
- Les deuxième et troisième semaines commencent par les annonces publiques, soit par les médias, soit par un envoi postal au moins dix jours ouvrables avant la charrette.

Synopsis d'une charrette

Délais nécessaires	3 semaines et demie
Coûts de planification et d'exécution	moyens
Ressources en personnel nécessaires	élevées
Expertise requise	élevée
Niveau de connaissances requis par le public	moyen
Nombre de personnes touchées	moyen
Possibilité d'atteindre un large public	moyenne
Niveau de connaissances acquises par le public	élevé
Utilité pour obtenir une rétroaction du public	moyenne

- Ces deux semaines peuvent servir à préparer l'information pour le public et à donner au personnel l'orientation et la formation de base.
- En général, il faut une journée pour installer la salle et animer la **charrette** qui peut durer entre deux heures et deux ou trois jours.
- Deux journées supplémentaires sont consacrées aux activités de suivi.

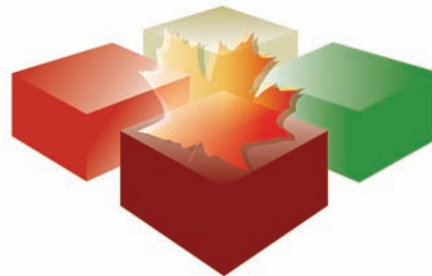
Budget d'une charrette

En plus du temps du personnel, plusieurs autres postes budgétaires sont à considérer en planifiant une **charrette** :

- Les frais d'annonce au public, notamment les annonces dans les médias locaux ou les frais postaux des envois ciblés
 - Les coûts de production associés à la préparation de l'information, comme les expositions, les documents à distribuer, les présentations, les projections vidéo et les diaporamas
 - Le personnel, les consultants ou interprètes supplémentaires qu'il faut recruter pour aider à coordonner ou à animer la charrette
 - Les frais associés au lieu et aux opérations, notamment la location de la salle, les rafraîchissements, le matériel audiovisuel et les fournitures pour chaque table
 - Les frais de production du rapport de suivi
 - Les frais d'annonce du suivi au public
- ### Charrette : quelques avantages
- Une **charrette** réussie est l'un des outils de participation les plus productifs pour inspirer des solutions et des idées originales.
 - Une **charrette** réussie peut souvent renforcer la confiance que les résidentes et résidents ont dans leur aptitude à trouver des solutions aux problèmes de la collectivité.
 - Les **opérations portes ouvertes** et les **ateliers** sont d'excellentes occasions d'organiser des **charrettes**.

Charrette : quelques inconvénients

- Le matériel nécessaire à chaque sous-groupe peut considérablement augmenter les frais de réalisation d'une **charrette**.
- Comme les représentations graphiques sont indispensables dans une charrette, il faut pouvoir recourir à du personnel qualifié ou recruter des professionnels dans ce domaine.
- Une **charrette** exige beaucoup de temps de la part du personnel.



Groupe de réflexion

De quoi s'agit-il?

Un **groupe de réflexion** est un regroupement de quelques individus invités officiellement à réfléchir à une problématique et choisis de sorte à être représentatifs d'un groupe cible donné au sein de la municipalité. Leur débat, soigneusement orchestré par un animateur, facilite l'échange d'information avec le public et permet à la ville de connaître les réactions de ce dernier à une ou plusieurs questions bien spécifiques. Cette rétroaction peut être indicative de l'intérêt manifesté par l'ensemble de la population et contribuer à anticiper la réaction du public face à une action ou à une initiative envisagée. En outre, un groupe de réflexion peut être composé uniquement d'hommes ou de femmes, ou des deux, ou représentatif d'une communauté linguistique ou d'un groupe d'âge en particulier.

Planification d'un groupe de réflexion : aide-mémoire

Choisir la date, l'heure et l'endroit

- On choisit souvent une petite pièce tranquille pour la réunion.
- Pour que soit représentée une large fraction de la population, les **groupes de réflexion** se réunissent habituellement en soirée. Selon la complexité de la question dont ils doivent débattre, les réunions peuvent durer de deux heures à toute la journée.
- Néanmoins, la tenue d'ateliers durant la journée permet d'augmenter les chances de participation des femmes et des personnes âgées qui pourraient hésiter à sortir de chez elles le soir.

Sélectionner les participantes et les participants

- D'ordinaire, un **groupe de réflexion** sera le plus efficace s'il comprend entre huit et douze personnes représentant une large fraction de la population ciblée.
- Cette dernière peut être composée de collectivités ou de régions particulières, de membres de groupes

démographiques ou socio-économiques spécifiques ou encore de groupes d'intérêt bien particuliers qui sont touchés par un projet en cours ou à venir.

- Le choix d'un groupe représentatif exige que l'on identifie au hasard au moins trois cents personnes appartenant à la population cible, et qu'ensuite on leur téléphone pour sélectionner celles d'entre elles qui sont intéressées et qualifiées. L'enquête téléphonique prend normalement fin dès qu'on a retenu un nombre suffisant de candidatures. Plusieurs autres personnes sont souvent sélectionnées à des fins de suppléance.
- Souvent, on prépare au préalable un guide de recrutement pour aider la personne qui mène l'entrevue à poser les questions les plus importantes aux membres potentiels du **groupe de réflexion**.
- On envoie aux personnes retenues et à leurs suppléants un avis officiel par la poste au moins dix jours ouvrables avant la date de réunion du **groupe de réflexion**.

Sélectionner et former le personnel

- Il faut beaucoup de temps de la part d'un personnel spécialisé pour préparer le matériel, réaliser les entrevues téléphoniques et animer les débats du **groupe de réflexion**. Pour ces raisons, on a souvent recours aux services d'un animateur-intervieweur professionnel. Ces derniers peuvent aussi être fournis par les groupes de femmes locaux, ainsi que les organismes de service et organisations des communautés marginalisées.
- Habituellement, on prépare un guide d'animation. Conçu avant la réunion du **groupe de réflexion**, le guide contient des sujets possibles de discussion et des questions clés pour stimuler le débat.
- Le recours au personnel de la municipalité exige souvent de se familiariser avec la préparation et l'utilisation du guide d'animation et de recrutement, avec les techniques d'entrevue et celles de l'animation de groupes.

Préparer l'information pour les participants au groupe de réflexion

- Vraisemblablement, les personnes participantes vont avoir besoin d'informations générales sur les questions à débattre. Ces informations peuvent être mises à leur disposition lors des séances de discussion du **groupe de réflexion**.
- Dans la mesure du possible, l'information doit être ventilée selon le sexe, la race, l'âge, le revenu, le statut,

Conseils pour une meilleure inclusivité

- Dans la mesure du possible, veillez à ce que l'information soit ventilée selon le sexe, la race, l'âge, le revenu, l'origine ethnique et autres facteurs socio-économiques pertinents.
- Assurez-vous que l'information soit présentée dans un langage clair et simple.
- Dans la mesure du possible, tenez des réunions de consultation où les femmes ou une communauté particulière se réunissent déjà (par exemple, logement à loyer modique, coopérative d'habitation, écoles, garderies, centres commerciaux, centres récréatifs et cafés, etc.), et dans des lieux qui sont accessibles et confortables pour des femmes d'origine diverse, des femmes des Premières nations (ou autochtones), des communautés raciales, des jeunes femmes et hommes, des personnes âgées, etc.
- Tirez pleinement parti des partenariats avec les organisations locales de femmes afin d'avoir accès à leurs réseaux et expertise et de rejoindre des femmes qui sont marginalisées dans la communauté. Le cas échéant, offrez un soutien financier afin de permettre la tenue de consultations inclusives.
- Adoptez des stratégies proactives et communiquez avec les femmes et les hommes marginalisés afin de vous assurer de les inclure.
- Planifiez des réunions à des heures différentes du jour et pas seulement le soir. Les femmes peuvent hésiter à sortir de chez elles le soir et elles ont de nombreuses responsabilités familiales en soirée.
- Veillez à la sécurité des événements consultatifs; prévoyez notamment des lieux bien éclairés, facilement accessibles par transport en commun, etc.
- Offrez un soutien concret afin d'aider les femmes, les résidentes et les résidents à faible revenu, ceux dont les revenus sont fixes, etc. à assister aux réunions. Parmi les aides possibles figurent des allocations de transport, un service de garde d'enfant, un service de traduction, des édifices accessibles aux femmes et aux hommes handicapés, une nourriture qui tienne compte de certaines restrictions de régime alimentaire.

etc. On doit montrer dans quelle mesure la situation touche les femmes et les hommes de manière différente en raison des réalités particulières à chaque sexe.

Organisation d'un groupe de réflexion : aide-mémoire

Préparer la salle

- Les participantes et participants s'assoient habituellement autour d'une table ronde, ce qui offre plus de chance de maintenir l'attention du groupe et d'encourager la participation aux discussions.
- Une table avec de la nourriture, du café et des boissons est une bonne idée pour mettre les gens à l'aise et éviter qu'ils ne se fatiguent.

Présenter la question et en discuter

- D'ordinaire, la personne responsable de l'animation suit un guide d'animation pour maintenir le cap et l'élan de la discussion.
- On peut former des sous-groupes pour discuter de questions spécifiques et ces derniers peuvent ensuite faire rapport à l'ensemble du groupe dans le cadre d'une discussion générale.
- Étant donné l'importance du débat, les discussions des **groupes de réflexion** sont habituellement enregistrées.
- On doit repérer les commentaires en fonction du sexe. Le fait de noter les commentaires particuliers aux femmes et aux hommes permettra de fournir une réponse plus adaptée à chaque groupe.

Quoi faire après la réunion d'un groupe de réflexion

- Faire le bilan le lendemain de la réunion d'un **groupe de réflexion** peut aider le personnel à mieux utiliser par la suite les outils de participation du public.
- On peut aussi étudier et résumer les discussions enregistrées afin de préparer une documentation utile à l'intention du personnel, du conseil municipal ou du public.

- Il est aussi possible de transmettre aux membres du **groupe de réflexion** les résultats de leurs discussions dans le cadre d'une annonce qui servira également à informer le grand public.

Planification de l'échéancier

- La planification, le déroulement et le suivi d'un **groupe de réflexion** peuvent prendre approximativement cinq semaines.
- Après les préparatifs comme bien définir les questions et trouver un endroit, il faut habituellement une semaine entière pour bien cibler les segments de la population et élaborer un guide de recrutement.
- On peut consacrer une deuxième semaine entière à interviewer et à sélectionner les membres du **groupe de réflexion** et leurs suppléants.
- Au cours des troisième et quatrième semaines, on avise officiellement par écrit les personnes sélectionnées au moins dix à quatorze jours avant la réunion du **groupe de réflexion**. On peut aussi utiliser ces deux semaines pour concevoir le guide d'animation et pour préparer la documentation nécessaire aux discussions. Enfin, c'est aussi pendant cette période que l'on peut donner au personnel la formation et l'orientation nécessaires.

Synopsis d'un groupe de réflexion

Délais nécessaires semaines	5
Coûts de planification et d'exécution	élevés
Ressources en personnel nécessaires	élevées
Expertise requise	élevée
Niveau de connaissances requis par le public	moyen
Nombre de personnes touchées	faible
Possibilité d'atteindre un large public	faible
Niveau de connaissances acquises par le public	moyen
Utilité pour obtenir une rétroaction du public	moyenne

- La réunion du **groupe de réflexion** en soi peut avoir lieu au début de la cinquième semaine.
- On peut avoir besoin de deux journées supplémentaires pour les activités de suivi.

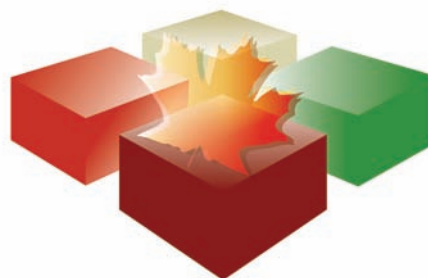
Budget d'un groupe de réflexion

En plus du temps du personnel, plusieurs autres postes budgétaires sont à considérer en planifiant un **groupe de réflexion** :

- Le recrutement d'employés supplémentaires ou d'un expert-conseil pour réaliser les entrevues et animer la réunion
 - Les coûts de production associés à la préparation des guides d'animation et de recrutement, ainsi que des documents à distribuer
 - Les frais d'interprétation et d'organisation d'un **groupe de réflexion** dans une autre langue ou pour les personnes malentendantes
 - Les frais d'envoi par la poste des invitations officielles aux participants
 - Les incitatifs en nature ou en espèces à l'intention des participants
 - Les frais associés au lieu et aux opérations, notamment la location de la salle, les rafraîchissements et l'enregistrement des débats
 - Les frais de production du rapport de suivi
 - Les frais d'annonce du suivi au public
- ## Groupe de réflexion : quelques avantages
- Le faible nombre de participants donne l'occasion à la municipalité d'avoir des échanges directs avec eux.
 - C'est une façon efficace d'évaluer l'opinion publique à partir d'un petit groupe représentatif de femmes et (ou) d'hommes.
 - Le contrôle qui est exercé sur le choix des participants limite les risques de voir la discussion monopolisée par des personnes dont les intérêts ne sont pas représentatifs.

Groupe de réflexion : quelques inconvénients

- Il est important de ne pas perdre de vue que les **groupes de réflexion** n'ont pas pour but de toucher un vaste public.
- Ces groupes permettent seulement de rassembler des opinions générales qui sont d'application directe limitée pour le grand public.
- Un **groupe de réflexion** peut exiger beaucoup de temps de la part du personnel et fait appel à un niveau d'expertise élevé.
- Par rapport à d'autres outils, les **groupes de réflexion** peuvent coûter relativement cher.



Sondage

De quoi s'agit-il?

Un **sondage** est un outil dont on se sert habituellement pour échanger de l'information avec le public. En plus de permettre d'identifier et d'expliquer les questions en cause dans un projet ou dans une action envisagée, les réponses apportées aux questions **d'un sondage** peuvent fournir des données solides sur l'opinion publique en faisant ressortir les points de vue d'une large fraction de la collectivité. Un **sondage** peut également servir à recueillir de l'information sur les caractéristiques ou sur les attributs d'une collectivité.

Planification d'un sondage : aide-mémoire

Sélectionner et former le personnel

- Quelques connaissances de la conception d'un **sondage** et des techniques d'entrevue sont nécessaires pour rédiger, réaliser et interpréter un **sondage**.
- L'expertise et les efforts nécessités par un sondage amènent bon nombre de municipalités à recruter les compétences nécessaires à l'extérieur.

Définir le public cible

- La première opération consiste à définir le public cible, compte tenu de l'analyse démographique et de la nature de la question en cause.
- Il faut décider si le sondage sera aussi réalisé dans d'autres langues et si d'autres méthodes seront appliquées, en vue de permettre la participation d'un vaste éventail de femmes et d'hommes.
- Si l'on cherche à sonder l'intérêt du public par rapport à une ou plusieurs questions touchant l'ensemble de la collectivité, il est souvent préférable que le sondage s'effectue auprès d'une fraction aussi large que possible de la population.
- Un petit échantillon d'approximativement 300 participants est choisi de façon aléatoire lorsque l'on veut que le sondage traduise l'opinion de la diversité d'un segment particulier de la population.

Choisir la méthode

- Les municipalités ont couramment recours à l'envoi de questionnaires de **sondage** accompagnés d'enveloppes-réponses préaffranchies aux segments ciblés de la population, ou encore les distribuent de façon aléatoire aux résidants.
- Les entrevues porte-à-porte constituent une autre façon de sonder la collectivité, toutefois leur coût les rend souvent prohibitives.
- Au lieu de cela, on procède par sondage téléphonique, ce qui constitue un moyen économique et efficace de connaître le point de vue de la collectivité. Il convient d'interroger un nombre égal de femmes et d'hommes.
- La publication d'un sondage dans un journal local est une autre méthode peu onéreuse.

Formuler les questions

- Pour réussir un **sondage**, il est essentiel de savoir formuler correctement les questions.
- Par opposition aux questions ouvertes, les questions fermées peuvent réduire l'incertitude éprouvée par les participantes et participants en rendant l'interprétation des réponses beaucoup plus claire. Les questions fermées sont généralement formulées de façon à offrir une série de choix comme « Tout à fait d'accord... D'accord... Sans opinion... Pas d'accord... Absolument pas d'accord. »
- Les questions ouvertes, ou celles qui laissent le choix entre une réponse brève ou détaillée, permettent aux répondantes et répondants de faire des commentaires dans leurs propres termes.
- Il convient de noter le sexe, l'âge, le statut, l'origine ethnique, etc. des répondantes et des répondants afin de mieux saisir la situation des nombreux résidants et résidantes de la municipalité.

Faire un essai

- Il faut tester le **sondage** avant de le diffuser largement. Pour ce faire, il est préférable de faire appel à des représentants du segment de la population visé par le sondage. De cette façon, on pourra discerner les questions ou les éléments du **sondage** qui nécessitent d'être précisés ou redéfinis.

Réaliser l'enquête

- Une fois prêt et testé, le sondage est réalisé par téléphone, par courrier ou par entrevues individuelles.

Quoi faire après un sondage

- Les activités de suivi peuvent comprendre la préparation d'un ou plusieurs rapports sommaires à l'intention du personnel ou du conseil municipal.
- On peut recourir aux annonces ou aux bulletins pour informer le public des résultats du sondage.
- La compilation et la synthèse des résultats du **sondage** comprennent la préparation des tableaux récapitulatifs, le calcul des pourcentages et la préparation de graphiques et de tableaux pour les présenter.

Planification de l'échéancier

- Selon que les réponses **au sondage** se font par téléphone ou par la poste, l'ensemble des opérations, de la planification au suivi, peut prendre entre cinq et sept semaines.

Conseils pour une meilleure inclusivité

- Dans la mesure du possible, veillez à ce que l'information soit ventilée selon le sexe, la race, l'âge, le revenu, l'origine ethnique et autres facteurs socio-économiques pertinents.
- Assurez-vous que l'information soit présentée dans un langage clair et simple.

- La première semaine peut être consacrée aux préparatifs préliminaires et à la formation du personnel. C'est aussi la période pendant laquelle on peut préparer le **sondage** en commençant par définir les populations à cibler.
- La deuxième semaine peut être consacrée à la compilation d'un échantillon aléatoire et à la préparation des questions.
- On peut tester le sondage au cours de la troisième semaine.
- Les réponses peuvent être recueillies en une seule semaine si l'on décide de recourir à un **sondage** téléphonique intensif pour poser les questions.
- Autrement, le recours à la poste pour faire le **sondage** peut prendre trois semaines complètes.
- Une fois les réponses reçues, il faut compter une semaine entière pour compiler les réponses et en faire une synthèse dans un rapport.
- Enfin, il faut encore compter deux jours de plus pour les activités de suivi.

Budget d'un sondage

En plus du temps du personnel, plusieurs autres postes budgétaires sont à considérer en planifiant un **sondage** :

- Les personnes supplémentaires ou les experts-conseil qu'il faut recruter pour préparer les questions et les entrevues
- Les coûts de production associés à la réalisation du **sondage** à effectuer par la poste
- Le personnel à recruter parlant les langues nécessaires
- Les frais d'envoi du sondage aux participants sélectionnés et ceux relatifs à l'affranchissement des enveloppes-réponses
- Les frais de production du rapport de suivi
- Les frais d'annonce du suivi au public

Sondages : quelques avantages

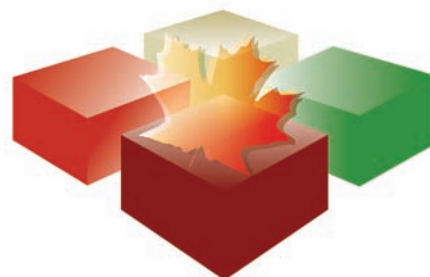
- Les **sondages** permettent de toucher un public vaste et diversifié.
- Ils constituent un moyen efficace de connaître les intérêts de la majorité souvent silencieuse.

Sondage : quelques inconvénients

- Habituellement, il faut faire appel à un intervieweur qualifié pour mener les entrevues téléphoniques et individuelles.
- Le personnel doit posséder les compétences nécessaires pour formuler correctement les questions figurant dans le **sondage**.
- Selon la méthode de distribution retenue, les coûts d'un **sondage** peuvent être élevés.

Synopsis d'une enquête

Délais nécessaires	5 à 7 semaines
Coûts de planification et d'exécution	élevés
Ressources en personnel nécessaires	faibles
Expertise requise	élevée
Niveau de connaissances requis par le public	moyen
Nombre de personnes touchées	élevé
Possibilité d'atteindre un large public	élevée
Niveau de connaissances acquises par le public	moyen
Utilité pour obtenir une rétroaction du public	élevée



Télévision interactive

De quoi s'agit-il?

Les médias publics constituent un outil essentiel pour communiquer avec la population. La **télévision interactive** est un outil de communication auquel on fait de plus en plus appel. En effet, les médias interactifs comme les émissions de télévision où le public peut téléphoner permettent à des groupes divers et souvent peu accessibles de participer. Ces consultations par télévision interactive peuvent aussi être organisées de concert avec des médias ethniques ou des médias dans une langue particulière en les associant au processus de consultation à titre de partenaires. Les communautés qui sont d'habitude exclues disposent ainsi d'une possibilité de participer.

Planification d'une émission de télévision interactive : aide-mémoire

Identifier les questions spécifiques à traiter

- Il est préférable que l'émission soit axée sur les principales questions qui se posent.
- Si l'on essaye d'aborder trop de questions dans l'émission, on risque de manquer de temps pour avoir une discussion vraiment utile.
- En fonction de la durée de l'émission et du nombre de questions que l'on souhaite y aborder, il peut s'avérer nécessaire de prévoir plusieurs émissions, chacune consacrée à une question spécifique.

Sélectionner les personnes à interviewer

- La diffusion d'entrevues télévisées avec les différents intervenants est une bonne façon de présenter bon nombre des questions qui se posent.
- Garantir l'équilibre des points de vue présentés au cours de ces entrevues peut favoriser un débat plus utile et mieux informer le public.
- Veiller à une représentation d'hommes et de femmes en nombre égal.

- S'assurer également de la participation des hommes et des femmes issues de communautés marginalisées à titre de parties prenantes.

Préparer les scénarios

- Les scénarios garantissent qu'aucune des questions qui se posent ne sera oubliée.
- Habituellement, on prépare un scénario pour chaque entrevue.

Aviser le public

- Le recours à d'autres types de médias comme la presse écrite, la radio ou les **babillards électroniques** peut être très utile pour s'assurer qu'une large fraction du public soit informée de l'émission de télévision.
- On annonce généralement l'émission une à deux semaines à l'avance.
- Des annonces promotionnelles vidéo préenregistrées par des membres du conseil municipal comme le maire ou ses adjoints peuvent passer sur les chaînes de télévision locales avant la date de diffusion de l'émission.

Organisation d'une émission de télévision interactive : aide-mémoire

Préparer l'émission de télévision

- Les réunions municipales télévisées peuvent être animées par un panel pour discuter et prendre connaissance des réactions du public.
- La discussion en panel peut intégrer des entrevues préenregistrées et (ou) des segments vidéo montrant des images de l'endroit en cause ou encore du projet ou de l'action envisagée.
- Le grand public peut participer par téléphone à l'émission de télévision ou de radio interactive.

- À la fin de l'émission, on peut faire une compilation des réponses du public pour avoir une meilleure idée encore de l'opinion de la population.

Définir le rôle du personnel et des consultants

- Il est souvent utile que des membres du personnel chargés de la consultation du public soient présents pour faire des commentaires ou prendre part à la discussion.
- Une personne neutre, comme par exemple une personnalité de la télévision, peut être embauchée pour animer l'émission.

Quoi faire après une émission de télévision interactive

- Les commentaires de la population sont souvent consignés dans un rapport qui est mis à la disposition du conseil municipal et du public. Repérez les commentaires des participants et des participantes en fonction de leur sexe, âge, origine ethnique, race et autres facteurs pertinents. Il sera ainsi plus facile de mieux comprendre les divers résidants et résidentes, et de définir les interventions appropriées qui sont nécessaires.

Conseils pour une meilleure inclusivité

- Assurez-vous que l'information soit présentée dans un langage clair et simple.
- Tirez pleinement parti des partenariats avec les organisations locales de femmes afin d'avoir accès à leurs réseaux et expertise et de rejoindre des femmes qui sont marginalisées dans la communauté. Le cas échéant, offrez un soutien financier afin de permettre la tenue de consultations inclusives.
- Adoptez des stratégies proactives et communiquez avec les femmes et les hommes marginalisés afin de vous assurer de les inclure.
- Appuyez les initiatives de leadership des femmes, notamment celles des jeunes femmes, des femmes des Premières nations (autochtones), des femmes racialisées et des immigrantes, des femmes handicapées, etc.

- La station de télévision peut diffuser à l'écran des tableaux et des graphiques donnant une estimation du nombre de téléspectateurs et de téléspectatrices qui ont suivi l'émission.

Planification de l'échéancier

- La planification, le déroulement et le suivi d'une émission de **télévision interactive** peuvent prendre entre trois semaines et demie et quatre semaines et demie.
- On estime qu'il faut deux jours pour s'acquitter des tâches administratives, sélectionner les questions et les personnes à interviewer, et préparer les scénarios.
- Il faut une semaine pour filmer les segments vidéo d'appui ou d'illustration comme les entrevues ou toute autre annonce promotionnelle.
- Si l'on a recours à des annonces promotionnelles, ces dernières doivent être filmées au moins une à deux semaines avant la date de diffusion prévue de l'émission afin que le public soit averti suffisamment à l'avance.
- Il faut encore une autre semaine pour faire le montage final des segments vidéo.

Budget d'une émission de télévision interactive

En plus du temps du personnel, plusieurs autres postes budgétaires sont à considérer en planifiant une émission de **télévision interactive** :

- Les frais d'annonce au public qui peuvent comprendre les annonces dans les journaux, à la radio, sur les **babillards électroniques** et (ou) les segments vidéo promotionnels diffusés par la station de télévision dans les jours précédant l'émission
- Les coûts de production associés au tournage d'une vidéo et à son montage. Ce sont des frais qui sont souvent facturés par la station de télévision
- Les personnes supplémentaires qu'il faut recruter pour animer l'émission
- Les frais de réalisation du rapport de suivi

Télévision interactive : quelques avantages

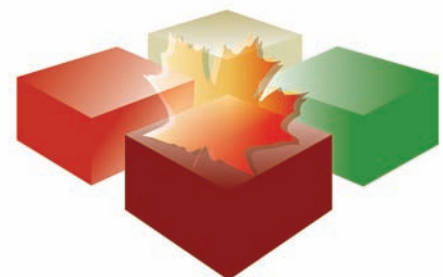
- La **télévision interactive** est un mode de participation efficace qui touche tout le monde.
- Les coûts de production peuvent être minimisés si la station de télévision est en mesure de faire une contribution « en nature ».

Télévision interactive : quelques inconvénients

- Une émission de télévision interactive réussie présente toutes les facettes du projet ou de l'action envisagée. Si des questions importantes ne sont pas abordées, le public risque de perdre confiance dans l'intégrité de l'émission.

Synopsis d'une émission de télévision interactive

Délais nécessaires	de 3 semaines et demie à 4 semaines et demie
Coûts de planification et d'exécution	faibles
Ressources en personnel nécessaires	moyennes
Expertise requise	faible
Niveau de connaissances requis par le public	faible
Nombre de personnes touchées	élevé
Possibilité d'atteindre un large public	élevé
Niveau de connaissances acquises par le public	élevé
Utilité pour obtenir une rétroaction du public	moyenne



Séance de médiation

De quoi s'agit-il?

Une **séance de médiation** est un mécanisme par lequel des parties en conflit conviennent volontairement d'essayer de régler leurs différends. Il arrive souvent qu'un problème découle d'une simple erreur de communication ou d'un malentendu. Une **séance de médiation** peut déboucher sur un règlement et empêcher l'effondrement d'un projet ou d'une action envisagée, là où d'autres outils d'échange d'information se sont avérés sans effet. Dans le cadre de la participation publique, il s'agit d'un outil qui permet de faire participer un petit groupe de résidents à un moment crucial du mécanisme décisionnel.

Planification d'une séance de médiation : aide-mémoire

Choisir la date, l'heure et l'endroit

- En règle générale, les **séances de médiation** ont lieu en soirée dans la salle du conseil de l'hôtel de ville.
- Selon la nature du différend ou le degré de confiance qui a été violé, les réunions peuvent être tenues à un endroit plus neutre et accessible.

Inviter les participants

- Les parties en cause sont généralement connues à l'avance étant donné l'existence du différend.
- Habituellement, on se met en rapport avec les parties en cause et on les invite à assister personnellement ou à se faire représenter à la **séance de médiation**.

Préparer l'information

- À ce stade du projet ou de l'action envisagée, il est probable que les parties ont déjà pris part à des consultations et sont au courant des intérêts en cause.
- Il est utile d'identifier les différentes questions conflictuelles entre les parties invitées à participer à la **séance de médiation**.

Sélectionner et former le personnel

- Il est préférable que l'employé retenu pour diriger la **séance de médiation** ait l'expérience de la résolution des conflits et soit rompu à l'écoute et à la communication.
- Le médiateur doit être choisi par les deux parties et ne doit pas nécessairement être un membre du personnel.
- Les médiateurs peuvent aussi être des femmes ou hommes d'expérience et respectés issus de la communauté.

Organisation d'une séance de médiation : aide-mémoire

Choisir la disposition des sièges

- Il est utile que le ou les médiateurs et les représentants des parties en cause soient assis de manière à se voir.
- Faire asseoir les participantes et participants, face à face, de chaque côté de la table, favorise une façon polarisée de penser, du type « mon point de vue par rapport au vôtre »; faire asseoir le ou les médiateurs au bout de la table peut être ressenti comme une manifestation d'autorité.
- À l'inverse, faire asseoir tout le monde en cercle permet de donner à chaque point de vue la même importance tout en maintenant le contact visuel.

S'asseoir ensemble

- En premier lieu, il est préférable de définir clairement et sans détour le problème, chacun donnant son point de vue. Souvent, cela se traduit par la mise au courant de chacune des parties.
- Il est important d'énoncer tous les problèmes, tant réels que perçus.
- Lorsque les deux points de vue ont été présentés, les participants doivent en confirmer l'exactitude, ce qui a pour effet de lever tout doute quant à la façon dont chacune des parties voit le conflit.

- Les parties peuvent essayer de dégager les points de concordance. Pour ce faire, la meilleure façon consiste à commencer par les petites questions sur lesquelles tout le monde est d'accord. À partir de là, la discussion peut ensuite évoluer vers une plus large plage de consensus.

Définir le rôle du personnel et des consultants

- Entre autres responsabilités, le médiateur doit proposer des solutions et des moyens de sortir du conflit. Les solutions que propose le médiateur ont de meilleures chances d'être acceptées si celui-ci n'est pas partie prenante au conflit.
- Un employé du personnel, un membre du conseil municipal ou un dirigeant digne de confiance, femme ou homme, de la communauté, peut jouer le rôle de médiateur pour ces séances.
- Au cours de la **séance de médiation**, on peut demander à d'autres membres du personnel de fournir des renseignements d'ordre technique.

Quoi faire après une séance de médiation

- Il est utile de préparer un résumé des événements pour que toutes les parties s'assurent que l'on a bien compris leur position et vérifient les accords qui peuvent avoir été conclus.

Conseils pour une meilleure inclusivité

- **Veillez à la sécurité des événements consultatifs; prévoyez notamment des lieux bien éclairés, facilement accessibles par transport en commun, etc.**
- **Offrez un soutien concret afin d'aider les femmes, les résidentes et les résidents à faible revenu, ceux dont les revenus sont fixes, etc. à assister aux réunions. Parmi les aides possibles figurent des allocations de transport, un service de garde d'enfant, un service de traduction, des édifices accessibles aux femmes et aux hommes handicapés, une nourriture qui tienne compte de certaines restrictions de régime alimentaire.**

- Habituellement, les résultats de la séance sont soumis à l'examen du conseil municipal dans un rapport.
- Il peut ne pas être souhaitable de rendre publics les résultats de la médiation pour des raisons de confidentialité; ce point est à déterminer par les parties en cause.

Planification de l'échéancier

- La planification, le déroulement et le suivi d'une **séance de médiation** exigent d'ordinaire deux semaines et demie.
- Il faut environ deux semaines pour envoyer les invitations aux parties en cause.
- Pendant ce temps, on peut repérer les questions qui opposent les parties en litige.
- Au besoin, on peut également former le personnel pendant cette période.
- Il faut d'habitude une journée pour organiser la séance qui peut durer de deux à trois heures.
- Les activités de suivi peuvent prendre deux jours de plus.

Budget d'une séance de médiation

En plus du temps du personnel, plusieurs autres postes budgétaires sont à considérer en planifiant une **séance de médiation** :

- Les frais d'invitation des parties en cause, notamment les frais postaux si l'on fait parvenir les invitations par la poste
- Les coûts de production associés à la préparation de l'information, comme l'impression, la photocopie, etc.
- Les frais associés au lieu et aux opérations comme les rafraîchissements, le matériel audio-visuel, etc.
- Les frais de production du rapport de suivi

Séance de médiation : quelques avantages

- Le recours à une **séance de médiation** peut empêcher l'abandon d'un projet ou d'une action envisagée.
- Les **séances de médiation** permettent souvent de mieux cerner les causes du conflit qui habituellement ont pour origine un problème de communication ou un malentendu.

Séance de médiation : quelques inconvénients

- Les séances peuvent apparaître comme des délais superflus dans le mécanisme décisionnel.
- Le personnel doit être rompu à la communication et à l'écoute et doit posséder des aptitudes adéquates au règlement des conflits.

Synopsis d'une séance de médiation

Délais nécessaires	2 semaines et demie
Coûts de planification et d'exécution	faibles
Ressources en personnel nécessaires	faibles
Expertise requise	élevée
Niveau de connaissances requis par le public	élevé
Nombre de personnes touchées	faible
Possibilité d'atteindre un large public	faible
Niveau de connaissances acquises par le public	faible
Utilité pour obtenir une rétroaction du public	élevée



Groupe consultatif de citoyennes et de citoyens

De quoi s'agit-il?

Un **groupe consultatif de citoyennes et de citoyens** est un autre outil fréquemment utilisé pour consulter le public. Ces groupes sont généralement composés d'un petit nombre de bénévoles (femmes, hommes, jeunes, personnes âgées, etc.) qui représentent divers intérêts, points de vue et champs de compétence au sein de la collectivité. Ces groupes peuvent remplir une vaste gamme de rôles et font souvent participer le public au mécanisme décisionnel. Entre autres responsabilités qui leur sont habituellement dévolues, citons :

- le groupe peut être la première étape pour définir un processus de participation du public à plus long terme;
- le groupe peut servir d'indicateur pour connaître le soutien du public à un projet de plan avant son adoption;
- le groupe peut être une source d'expertise technique indépendante;
- le groupe peut servir à passer en revue procédures et politiques en vigueur et à recommander les changements qui s'imposent;
- en tant qu'organisme décisionnel, le groupe peut être chargé de gérer l'élaboration d'une politique ou d'une action;
- en tant qu'organisme de surveillance, le groupe peut s'assurer que la municipalité respecte ses engagements.

Planification d'un groupe consultatif de citoyennes et de citoyens : aide-mémoire

Définir le but et la portée du groupe

- Même s'il incombe au groupe de définir précisément son mandat, la municipalité peut en jeter les grandes lignes, notamment en ce qui concerne ses attentes et les questions qu'elle souhaite voir abordées par le groupe.

Choisir les membres du groupe

Il existe trois méthodes qui sont utilisées pour sélectionner les membres :

- Les membres peuvent être sélectionnés directement par la municipalité ou par une tierce partie neutre comme un organisme local élu, ou par un comité de la municipalité et des parties prenantes concernées. Ces deux méthodes constituent un moyen simple et efficace de donner à tous les intérêts de la collectivité un poids égal.
- Une autre méthode consiste à faire élire le groupe par le public à l'occasion d'une **réunion publique** organisée expressément à cet effet. Bien qu'il s'agisse de la meilleure façon de faire participer les citoyens au processus de sélection, cette méthode prend beaucoup de temps et peut conduire à une surreprésentation de groupes d'intérêt spécifique.
- Enfin, la municipalité peut aussi définir des critères de sélection et recourir aux médias locaux pour inviter les résidentes et résidents à proposer des candidatures.

Quelle que soit la méthode adoptée, on doit s'assurer d'une représentation égale de femmes et d'hommes au sein du groupe et qu'il reflète la diversité des résidents de la municipalité.

Confirmer leur sélection aux membres du groupe

- Les candidates et candidats retenus doivent en être officiellement avisés par écrit, au moins deux semaines avant la première réunion du **groupe**.
- En limitant le groupe à un maximum de quinze personnes, on rend son fonctionnement moins lourd et on lui permet d'arriver plus facilement au consensus.

Sélectionner et former le personnel

- Une séance d'orientation est indiquée si un membre du personnel est choisi comme président ou membre du **groupe consultatif**. Lorsque le groupe est composé exclusivement de citoyens, le personnel limite son rôle au soutien à lui apporter. Quelques conseils d'orientation sur le rôle du groupe peuvent contribuer aux bonnes relations entre lui et le personnel.

Préparer l'information pour le groupe

- Généralement, les employés municipaux préparent pour la première réunion une trousse d'information présentant les principaux enjeux que le groupe va devoir discuter. Les réunions suivantes exigent également la préparation de trousse d'information.

Conseils pour une meilleure inclusivité

- Dans la mesure du possible, veillez à ce que l'information soit ventilée selon le sexe, la race, l'âge, le revenu, l'origine ethnique et autres facteurs socio-économiques pertinents.
- Assurez-vous que l'information soit présentée dans un langage clair et simple.
- Adoptez des stratégies proactives et communiquez avec les femmes et les hommes marginalisés afin de vous assurer de les inclure.
- Planifiez des réunions à des heures différentes du jour et pas seulement le soir. Les femmes peuvent hésiter à sortir de chez elles le soir et elles ont de nombreuses responsabilités familiales en soirée.
- Veillez à la sécurité des événements consultatifs; prévoyez notamment des lieux bien éclairés, facilement accessibles par transport en commun, etc.
- Offrez un soutien concret afin d'aider les femmes, les résidentes et les résidents à faible revenu, ceux dont les revenus sont fixes, etc. à assister aux réunions. Parmi les aides possibles figurent des allocations de transport, un service de garde d'enfant, un service de traduction, des édifices accessibles aux femmes et aux hommes handicapés, une nourriture qui tienne compte de certaines restrictions de régime alimentaire.

Organisation d'un groupe consultatif de citoyennes et de citoyens : aide-mémoire

Préciser le rôle et les modalités de fonctionnement du groupe

- La première réunion du groupe peut servir à préciser plusieurs points relatifs à son but et à ses modalités de fonctionnement.
- Un président ou une présidente peut être choisi parmi les membres du groupe plutôt que nommé par la municipalité.
- D'ordinaire, le président ou la présidente est une personne qui sait encourager la discussion de groupe et obtenir un consensus.
- Le groupe peut décider de procéder par consensus plutôt que de voter sur chacune des questions en particulier.
- Le groupe peut également se mettre d'accord sur des questions comme la confidentialité de ses documents, étant donné que ces derniers vont sûrement beaucoup évoluer avant d'être rendus publics.

Planifier les réunions

- Il est préférable de décider si les réunions auront lieu à date fixe ou si elles devront être convoquées au besoin.
- Selon les questions à traiter, un groupe peut se réunir aussi souvent que chaque semaine, et aussi rarement qu'une à deux fois par année.

Définir le rôle du personnel

- Le personnel aura probablement pour rôle d'appuyer le groupe lorsque des questions devront faire l'objet d'un examen plus poussé.
- Le personnel pourra aussi se charger de rédiger les procès-verbaux des réunions du groupe.

Quoi faire après une réunion d'un groupe consultatif de citoyennes et de citoyens

- Le procès-verbal peut servir à rédiger un rapport à l'intention du personnel ou du conseil municipal.
- En transmettant au public tous les résultats et notamment l'issue finale, on s'assure de le tenir informé des tout derniers progrès des travaux du groupe. De cette façon, on s'assure que le groupe reflète effectivement les vues du public et que ce dernier se sensibilise aux côtés du groupe.

Planification de l'échéancier

- Selon la manière dont les membres du groupe sont sélectionnés, l'ensemble des opérations préalables à la première réunion du groupe exige un minimum de trois semaines et un maximum de six. Les autres réunions exigeront environ une semaine pour la planification, le déroulement et le suivi.
- Il faut s'assurer d'une représentation égale de femmes et d'hommes, sauf si le groupe est constitué de manière à promouvoir la participation et l'inclusion des femmes. Les jeunes et les personnes âgées peuvent aussi vouloir des participants et des participantes qui soient représentatifs de leurs expériences particulières.

Synopsis d'un groupe consultatif de citoyennes et de citoyens

Délais nécessaires	3 à 6 semaines
Coûts de planification et d'exécution	moyens
Ressources en personnel nécessaires	élevées
Expertise requise	moyenne
Niveau de connaissances requis par le public	élevé
Nombre de personnes touchées	faible
Possibilité d'atteindre un large public	élevée
Niveau de connaissances acquises par le public	élevé
Utilité pour obtenir une rétroaction du public	élevée

- On doit veiller à ce que les résidants et les résidentes issus des communautés marginalisées ou à faible revenu soient aussi représentés dans les groupes consultatifs.
- Il faut deux jours pour le travail préparatoire initial comme déterminer le type de groupe, choisir la façon de sélectionner les participants, sélectionner le personnel de soutien et trouver une salle de réunion, souvent à l'hôtel de ville. Cette étape comprend aussi la sélection des membres du groupe s'ils ont déjà été identifiés par la municipalité ou par une tierce partie.
- Il faut compter deux semaines et demie de plus si le processus de sélection prévoit une annonce dans les médias invitant les résidentes et résidants à présenter des candidatures. Trois semaines et demie seront nécessaires si le processus de sélection prévoit une **réunion publique**.
- Dès que les candidates et les candidats sont sélectionnés, il faut deux semaines complètes pour les aviser et leur confirmer leur sélection.
- Pendant ce temps, on peut consacrer une semaine à préparer l'information pour le groupe et à donner au personnel l'orientation et la formation nécessaires.
- Dès que la sélection des membres du groupe a été confirmée, il faut une journée entière pour préparer et tenir chaque réunion, celle-ci prenant de deux à trois heures.
- Il faut ensuite deux jours pour les activités de suivi entre chaque réunion, et après la réunion finale.
- Les réunions subséquentes prennent approximativement une semaine pour leur préparation, leur tenue et leur suivi.

Budget d'un groupe consultatif de citoyens

En plus du temps du personnel, plusieurs autres postes budgétaires sont à considérer en planifiant un **groupe consultatif de citoyennes et de citoyens** :

- Les frais d'annonce au public (au besoin), notamment les annonces dans les médias
- Le coût d'une **réunion publique** (au besoin)

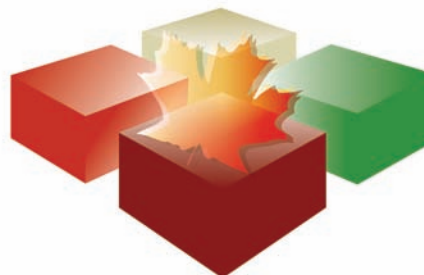
- Les coûts de production associés à la préparation de l'information à distribuer et des présentations à faire avant chaque réunion
- Les frais associés au lieu et aux opérations, notamment la location d'une salle accessible et les rafraîchissements pour chaque réunion
- Les frais des membres, notamment pour les déplacements locaux, le service de garde d'enfants et les repas durant chaque réunion
- Les frais de production du rapport de suivi et d'annonce de sa publication pour chaque réunion
- Les frais de production du rapport final et d'annonce de sa publication
- Une bonne partie des coûts associés à un **groupe consultatif** dépend du nombre de réunions qu'il décide de tenir
- Pour éviter toute situation potentiellement embarrassante et toute confusion, il vaut mieux décider quels coûts seront pris en charge par la municipalité et, au besoin, quels autres incomberont aux membres du groupe

Groupe consultatif de citoyennes et de citoyens : quelques avantages

- Les membres d'un groupe consultatif de citoyennes et de citoyens ont ainsi l'occasion d'être mieux informés des enjeux avant de se prononcer et de mieux comprendre les conséquences de leurs décisions.
- La municipalité tire parti de l'expertise, des connaissances et de l'expérience des femmes et des hommes qui font partie du groupe.
- La municipalité obtient de cette façon le point de vue du public après analyse exhaustive de la situation.
- Les **groupes consultatifs** peuvent constituer des passerelles utiles pour communiquer avec la collectivité qu'ils représentent.

Groupe consultatif de citoyennes et de citoyens : quelques inconvénients

- Le groupe risque de ne pas être perçu comme représentant le point de vue du grand public ou des résidants touchés par le projet.
- Il est très important que le fonctionnement du groupe soit aussi ouvert et transparent que possible aux yeux du public, pour que ses recommandations finales soient crédibles.
- Selon les délais imposés au groupe, les coûts peuvent être considérables et le temps exigé de la part des employés municipaux peut peser lourd sur les ressources humaines de l'hôtel de ville.
- En fonction des méthodes choisies pour sélectionner les membres du groupe, le temps nécessaire au lancement de tout le processus peut être long.



Référendum

De quoi s'agit-il?

Un **référendum** est un mécanisme qui consiste à saisir le public d'une question pour qu'il se prononce par un vote général. C'est par une loi que le gouvernement provincial tient un **référendum**. Il en existe de deux types. Ceux dont le résultat est exécutoire et exige du conseil qu'il maintienne ou annule un règlement municipal. Ce type de **référendum** est d'initiative publique et exige un nombre minimum de signatures pour que la consultation ait lieu. En l'absence de ce nombre minimum de signatures, le conseil municipal peut tout simplement adopter le règlement envisagé. Le deuxième type de **référendum** peut servir au conseil municipal pour évaluer l'opinion publique. Les résultats de ce deuxième type de **référendum** ne sont pas exécutoires.

Planification d'un référendum : aide-mémoire

Identifier la population cible

- Le groupe cible dans un **référendum** dépend de la population touchée par le règlement récemment adopté, à savoir celle de toute la municipalité ou de certaines zones seulement.
- Le groupe cible comprend les résidentes et résidents en âge de voter des zones concernées par le règlement.

Tenir un référendum

- Les nouveaux règlements de zonage sont annoncés dans la presse locale pour aviser le public que les électeurs et les électrices en règle peuvent demander que ce règlement soit soumis à un **référendum**.
- L'avis précise les conditions pour avoir le droit de voter et le nombre minimum de signatures requis pour tenir un **référendum**. Il précise également le lieu, la date et l'heure d'ouverture d'un registre pour les résidents qui souhaitent demander un **référendum**.
- Cet avis doit être publié huit jours avant l'ouverture du registre.

- Le registre est normalement ouvert pendant une journée complète, de 9h à 19h.
- Les électeurs et les électrices en règle peuvent consulter le règlement envisagé à l'hôtel de ville pendant les heures d'ouverture normales, ainsi que pendant les heures prévues pour l'ouverture du registre.
- Les résidents en âge de voter qui souhaitent la tenue d'un **référendum** doivent indiquer leur nom et leur adresse dans le registre et signer ce dernier.
- Le nombre de signatures recueillies sur le registre est communiqué au conseil municipal.

Préparer la liste des électeurs

- Lorsque le nombre minimum de signatures est recueilli, il faut dresser la liste référendaire pour la population concernée.
- Il est demandé aux résidents de vérifier que leur nom apparaît bien sur cette liste.
- Il faut informer les résidents de la façon d'ajouter leur nom à cette liste s'il n'y apparaît pas.

Choisir la date, l'heure et l'endroit

- Le moment de la tenue du **référendum** et sa durée sont habituellement prévus par la loi qui souvent exige qu'il ait lieu dans les 90 jours suivant l'adoption du règlement, et que le bureau de vote soit ouvert de 9 h à 19 h.
- D'ordinaire, on choisit comme journée pour le référendum celle qui permettra au plus grand nombre d'électeurs et d'électrices de venir voter.
- Les bureaux de vote sont habituellement installés dans des endroits locaux bien connus de la population comme une école, une bibliothèque, une église, un centre communautaire ou l'hôtel de ville. Ces endroits doivent être suffisamment spacieux pour éviter tout encombrement en cas de grande affluence.

Aviser le public

- Les personnes inscrites sur la liste référendaire reçoivent dix jours avant le scrutin un avis leur indiquant quel règlement fait l'objet du scrutin, quand et où il peut être consulté, le jour, l'heure et l'endroit du scrutin, et enfin le jour et l'heure du dépouillement du scrutin.
- Les avis sont publiés dans la presse locale, et peuvent être remis directement à tous les résidants dont le nom figure sur la liste référendaire.
- L'avis doit aussi comprendre une carte de la zone concernée. Seuls peuvent voter les résidants habitant dans cette zone.
- En plus de cet avis obligatoire, les différentes coalitions POUR ou CONTRE ce règlement peuvent également faire paraître des annonces, faire du porte-à-porte et distribuer des **publications d'information**.

Sélectionner et former le personnel

- Les besoins en personnel sont les mêmes que pour toute autre consultation électorale officielle, à savoir un directeur ou une directrice du scrutin et du personnel de soutien pour surveiller l'ensemble des opérations.
- En outre, à chaque bureau de vote doivent être présents un scrutateur ou une scrutatrice et un ou une secrétaire.
- Les tâches spécifiques du personnel sont en général définies par la loi.

Formuler la question

- C'est le conseil municipal qui formule et approuve la question.

Conseils pour une meilleure inclusivité

- Assurez-vous que l'information soit présentée dans un langage clair et simple.
- Adoptez des stratégies proactives et communiquez avec les femmes et les hommes marginalisés afin de vous assurer de les inclure.

- Une question simple et claire permet de légitimer les résultats du **référendum**.

Préparer l'information pour le public

- Le conseil peut décider d'accorder un budget de communications.
- La liste référendaire et les instructions sur la façon de voter doivent être remises par écrit à chaque bureau de vote.
- Les bulletins de vote doivent être imprimés et leur nombre exact enregistré.

Organisation d'un référendum : aide-mémoire

Préparer le bureau de vote

- D'ordinaire, la loi précise l'aménagement du bureau de vote.
- Le bureau de vote doit être accessible aux femmes et aux hommes atteints d'un handicap physique.

Définir le rôle du personnel et des consultants

- Un **référendum** exige comme n'importe quelle autre élection un directeur ou une directrice du scrutin et du personnel de soutien.
- Un employé rémunéré par la municipalité doit être présent près de chaque isolement.
- Dès que le vote est terminé, le scrutateur procède au dépouillement du scrutin sous la surveillance du secrétaire. Chaque scrutateur fait parvenir au directeur du scrutin sous enveloppe scellée le résultat du dépouillement.

Quoi faire après un référendum

- L'issue du **référendum** doit être rendue publique.
- Le conseil municipal est tenu de respecter la décision populaire en adoptant ou en rejetant le projet de règlement.

Planification de l'échéancier

- Le processus doit être engagé dans les trois mois (90 jours) après le dépôt du projet de règlement.
- Il faut deux semaines pour lancer un **référendum**, notamment pour aviser le public de la nécessité d'aller signer un registre.
- Deux à trois jours sont consacrés à la préparation des avis annonçant la tenue du **référendum**.
- Trois semaines au maximum sont nécessaires pour préparer et finaliser la liste **référendaire**.
- Il faut une semaine pour formuler et adopter la question référendaire.
- Deux semaines sont nécessaires pour faire l'annonce du référendum.
- Les activités de suivi peuvent prendre au moins une semaine entière.

Budget d'un référendum

- Les coûts associés à un **référendum** varient beaucoup en fonction de la zone concernée et de la question référendaire.

Synopsis d'un référendum

Délais nécessaires	4 à 5 mois
Coûts de planification et d'exécution	moyens
Ressources en personnel nécessaires	élevées
Expertise requise	faible
Niveau de connaissances requis par le public	moyen
Nombre de personnes touchées	élevé
Possibilité d'atteindre un large public	élevée
Niveau de connaissances acquises par le public	élevé
Utilité pour obtenir une rétroaction du public	élevée

- D'ordinaire, le conseil municipal accorde un budget pour les frais associés au **référendum** et aux communications.

En plus du temps du personnel, plusieurs autres postes budgétaires sont à considérer en planifiant un **référendum** :

- Les frais d'annonce au public préalable au lancement d'un **référendum** et ceux qui se rattachent au **référendum** en soi
- Les coûts de production associés à la préparation des bulletins de vote
- Les personnes supplémentaires qu'il faut recruter pour superviser le scrutin
- Les frais de location des bureaux de vote
- Les frais de production du rapport de suivi
- Les frais d'annonce du suivi au public

Référendum : quelques avantages

- Un **référendum** est un outil démocratique de consultation qui permet à tous les résidentes et résidents de participer au mécanisme décisionnel.
- L'issue d'un **référendum** est sans appel.

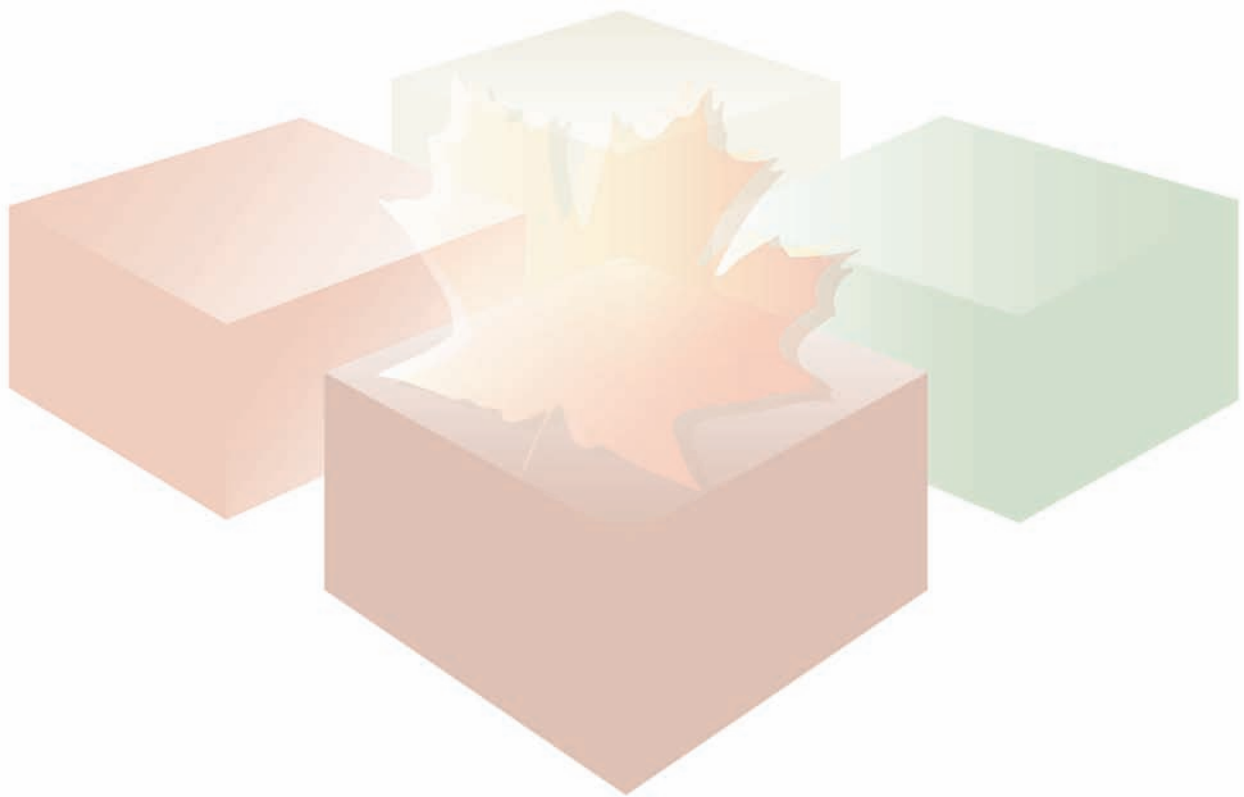
Référendum : quelques inconvénients

- Un **référendum** coûte très cher et prend beaucoup de temps.
- Un **référendum** exige d'importantes ressources en personnel.
- L'issue d'un **référendum** peut polariser la population vu le manque de possibilités de consulter le public et de négocier une solution de consensus.

Feuilles de travail

Chacune des trois feuilles de travail qui suivent présente les grandes étapes nécessaires à la planification et à l'utilisation d'un outil de participation. Chaque feuille de travail comprend également des conseils et des rappels pour vous aider à situer l'outil dans le contexte propre à votre municipalité. En effet, les conditions particulières à votre municipalité exigeront souvent que vous adaptiez ces outils pour pouvoir les utiliser.

Les outils qui figurent dans cette partie ont été choisis pour illustrer les différents objectifs de la participation publique. La feuille de travail no. 1 – Préparation d'une publication d'information – porte essentiellement sur la diffusion de l'information au public. La feuille de travail no. 2 – Planification d'une réunion publique – concerne l'échange d'informations avec le public. La feuille de travail no. 3 – Organisation d'un groupe consultatif de citoyennes et de citoyens – montre comment donner aux membres du public un véritable rôle de conseiller.



Feuille de travail no. 1 – Préparation d'une publication d'information

1. Le But

Lorsque l'on prépare une publication d'information, la première étape consiste à définir son but. Identifiez à quoi va servir la publication d'information dans votre ville.

Usages typiques d'une publication d'information :

- Informer le public d'une question
 - Avertir le public d'une activité prochaine
 - Inviter le public à réagir
 - Autres
-
-
-
-

2. Les questions

Quelles sont les questions dont on va traiter dans la publication d'information

Est-ce qu'une publication d'information est indiquée pour cette question? Ne perdez pas de vue que :

- Les publications d'information aident à réduire les erreurs de communication et à atténuer la méfiance du public vis-à-vis des intentions cachées.
 - Les publications d'information peuvent améliorer la façon dont la population voit son rôle dans le processus et ce faisant accroître son niveau de participation.
 - S'il s'agit d'un des meilleurs outils de partage de l'information, il offre peu de possibilités de connaître les réactions du public.
 - Les coûts peuvent être élevés s'il faut faire appel à un éditeur pour réaliser la publication.
-
-
-
-

3. L'auditoire

Choisir le public cible pour la publication

En choisissant le public cible, il faut prendre en considération les groupes suivants :

- L'ensemble du public
- Les résidentes et résidents d'un secteur géographique particulier concerné par le projet
- Les groupes d'intérêt particuliers concernés par le projet
- Les groupes ou les communautés ne faisant habituellement pas partie de ceux qui décident :
 - Les femmes dans toute leur diversité
 - Les personnes âgées ainsi que les femmes et les hommes jeunes
 - Les communautés linguistiques ou raciales et autres femmes et hommes marginalisés
 - Les communautés à faible revenu
 - Les femmes et les hommes handicapés
 - Les femmes et les hommes des collectivités des Premières nations (ou peuples autochtones)

Préparez une liste des communautés ou des organisations auxquelles il faudra distribuer la publication d'information :

4. Le contenu

Préparer le contenu de la publication

Habituellement, une publication d'information contient les éléments suivants :

- La description de la problématique
- Une information ventilée selon le genre, la race, l'âge, le revenu, le statut, etc.
- Un langage inclusif, qui est sensible à la cause des femmes et des communautés marginalisées
- Un langage clair
- La raison pour laquelle on consulte le public
- La description du processus de participation
- La liste des activités prévues avec les dates et les heures
- Un rapport sur l'évolution du processus de participation
- Une mise à jour sur les grandes décisions et étapes du processus
- Les renseignements pour contacter la municipalité

5. Le format

Choisir le format de la publication

Le format retenu dépend du but, de la problématique, de l'auditoire et du contenu, ainsi que des contraintes de temps et d'argent :

- Article ou encart dans un journal de la ville ou de la communauté
- Bulletin de la municipalité / des différents services
- Brochure
- Bulletin ou communiqué de presse
- Publication électronique
- Autres _____

Pensez à encourager le public à réagir à l'aide d'une des méthodes suivantes :

- Ajoutez des feuilles pour commentaires ou des questionnaires détachables de la publication
- Indiquez le numéro de téléphone d'une ligne prévue expressément pour cela
- Indiquez dans la publication l'adresse du babillard électronique

6. La date

Choisir une date de distribution de la publication

En choisissant la date, n'oubliez pas ce qui suit :

- Il est préférable que la date de parution coïncide avec d'autres activités essentielles dans le processus.
- Lorsqu'une publication sert également à annoncer une consultation, il faut prévoir suffisamment de temps pour préparer le public.
- Veiller à ce que la rétroaction soit également communiquée aux différents groupes linguistiques qui ont été consultés le cas échéant.
- Veiller à allouer du temps supplémentaire si l'on prévoit une traduction en d'autres langues.

Prévoir l'échéancier

Lorsque vous préparez le plan de travail, pensez aux étapes ci-dessous et prévoyez une estimation du nombre de jours ou semaines pour chacune d'entre elles :

- Travail de préparation initial _____
- Préparation du matériel écrit _____
- Délais de publication _____
- Délais de traduction _____
- Distribution _____
- Activités de suivi _____

7. Les activités de suivi

Envisagez plusieurs options lorsqu'une publication a offert au public des possibilités de réaction :

- Assurez-vous d'avoir reçu les questionnaires dûment remplis par le public
- Faites un rapport des commentaires et des suggestions du public
- Repérez les commentaires en fonction du sexe, c'est-à-dire les commentaires particuliers qui ont été émis par les hommes et les femmes
- Faites paraître les commentaires des différents publics dans le numéro suivant de la publication d'information.

8. Le budget

Préparer un budget

Prévoyez les postes budgétaires suivants :

- Coûts de publication du bulletin
- Annonces dans les médias s'il n'est pas possible d'obtenir des contributions en nature
- Frais de traduction
- Envois postaux aux personnes sélectionnées
- Frais postaux pour les questionnaires ou les cartes-réponses détachables à renvoyer
- Sous-traitance avec une maison d'édition
- Personnel supplémentaire à temps plein ou à temps partiel

9. Le financement

Déterminez le financement de la publication d'information

Envisagez plusieurs mécanismes de financement de ces coûts :

- Financement par le service municipal concerné
- Financement par d'autres services municipaux
- Contributions en nature (temps donné bénévolement, prêt des installations)
- Commandites/dons en espèces
- Financement par des instances supérieures de gouvernement
- Sources de financement internationales
- Autres _____

Feuille de travail no. 2 – Planification d'une réunion publique

1. Les questions

La première étape consiste à définir la ou les questions qui seront abordées au cours de la réunion publique. Une réunion publique est-elle bien indiquée pour cette question? Ne perdez pas de vue que :

- Les réunions publiques sont l'une des méthodes les plus couramment utilisées pour communiquer directement avec d'importants groupes de la population.
 - Les réunions publiques permettent aux municipalités de faire des présentations officielles à une large fraction de la population.
 - Le grand nombre de résidants et de résidentes et le cadre officiel limitent les échanges avec le personnel municipal et restreignent la participation.
-
-
-
-

2. L'auditoire

Choisir l'auditoire cible

Les auditoires à prendre en considération sont les suivants :

- L'ensemble du public
- Les résidentes et résidents d'un secteur géographique particulier concerné par le projet
- Les groupes d'intérêt particulier concernés par le projet
- Les groupes ou les communautés ne faisant habituellement pas partie de ceux qui décident :
 - Les femmes dans toute leur diversité
 - Les personnes âgées ainsi que les femmes et les hommes jeunes
 - Les communautés linguistiques ou raciales et autres femmes et hommes marginalisés
 - Les communautés à faible revenu
 - Les femmes et les hommes handicapés
 - Les femmes et les hommes des collectivités des Premières nations (ou peuples autochtones)

Préparez une liste des communautés ou des organisations à inviter :

3. Le lieu

En gardant à l'esprit l'auditoire cible, l'étape suivante consiste à déterminer les endroits possibles où organiser la réunion publique

En sélectionnant l'endroit, assurez-vous de prendre en considération les facteurs suivants :

- Familiarité du public avec l'endroit
- Proximité de l'endroit par rapport aux transports en commun
- Accessibilité de l'endroit aux femmes et aux hommes ayant des besoins spéciaux sur le plan de la mobilité

- Proximité de l'endroit par rapport au site du projet
- Superficie de l'endroit par rapport à l'auditoire attendu
- Possibilité d'offrir un service de garde d'enfants sur place

Pensez à préparer une liste restreinte des endroits possibles :

4. La date

Choisir la date et l'heure de la réunion

Facteurs à prendre en considération en choisissant la date et l'heure

- Délais suffisants pour aviser le public
- Délais suffisants pour donner au personnel l'orientation et (ou) la formation nécessaires
- Souplesse suffisante pour permettre la participation de l'auditoire souhaité
- Date et heure pratiques pour l'auditoire ciblé, par exemple les mères et les personnes âgées pourraient préférer une réunion dans la journée

Établir l'échéancier

Lorsque vous préparez le plan de travail, pensez aux étapes ci-dessous et prévoyez le nombre de jours ou semaines pour chacune d'entre elles :

- Travail de préparation initial _____
- Délais d'annonce nécessaires _____
- Délais de formation supplémentaire du personnel _____
- Organisation de la réunion _____
- Délais de suivi _____

5. Les personnes ressource

S'assurer d'une représentation suffisante du personnel à la réunion publique

En sélectionnant le personnel, prenez en considération les facteurs suivants :

- Au moins un employé ou deux doivent disposer du temps nécessaire pour se consacrer à la préparation, à la participation et au suivi de la réunion publique
- Le personnel doit être à l'aise pour répondre au public
- Le personnel doit bien connaître les questions qui touchent les résidents
- Le personnel doit être composé de femmes et d'hommes
- Le personnel doit posséder une expérience suffisante de travail avec un large éventail de communautés
- Le personnel parle-t-il l'une des langues utilisées par votre auditoire?
- Un expert-conseil ou des employés à temps partiel seront peut-être nécessaires pour donner un coup de main au personnel.

Donner au personnel la formation de base nécessaire

La formation donnée doit comprendre au minimum :

- Une introduction aux principales questions qui seront abordées
- La description de la communauté et des principaux groupes d'intérêt concernés
- Un aperçu des principales questions qui seront probablement posées par le public

Pensez à préparer une liste des questions qui seront vraisemblablement posées par le public au cours de la réunion publique envisagée :

6. Le contenu

Préparer l'information pour la réunion

N'oubliez pas que l'information doit indiquer ce qui suit :

- Le but du projet ou de la proposition
- Les principales questions associées au projet ou à la proposition
- Une information ventilée selon le genre, la race, l'âge, le revenu, le statut, etc. pour montrer dans quelle mesure la situation touche les femmes et les hommes de manière différente
- Les membres de l'équipe responsable de l'étude ou du projet
- Un nombre égal d'hommes et de femmes
- Un processus de consultation inclusif qui s'adresse à tous
- Les critères d'évaluation pertinents utilisés par la municipalité
- Les différentes étapes prévues dans le processus de consultation du public
- Le rôle du public dans le processus
- Les autres options envisagées

Pensez au format ou à la combinaison de formats qui seront utilisés pour présenter l'information à la réunion publique :

- Exposés oraux formels
- Auxiliaires audiovisuels
- Résumés
- Bulletins d'une page
- Affiches et présentations visuelles
- Autres _____

Envisagez d'autres éléments d'information à fournir avant la réunion :

- Distribution d'une trousse d'information aux résidents
- Traduction éventuelle des documents d'information dans d'autres langues
- Couverture médiatique avant la réunion, y compris les médias féminins et ethniques
- Distribution d'une brochure d'information

7. La publicité

Aviser le public

N'oubliez pas que les avis doivent être courts et décrire en quelques mots les points suivants :

- La question qui sera discutée à la réunion publique
- Pourquoi il s'agit d'une question importante pour les femmes et les hommes et dans quelle mesure elle les touche différemment
- Pourquoi il est important de connaître l'opinion du public
- L'heure et la date de la réunion publique
- L'ordre du jour de la réunion

Envisagez les moyens médiatiques les plus adaptés pour toucher l'auditoire cible :

- Les journaux locaux
 - Les bulletins communautaires
 - La radio, y compris les radios communautaires
 - La télévision
 - Les bulletins de la municipalité ou de ses différents services
 - Autres _____
-

8. La réunion

Diriger la réunion publique

Ne perdez pas de vue les considérations suivantes en dirigeant la réunion publique :

- Un registre pour que les participantes et les participants y inscrivent leur nom et leurs coordonnées
- La disposition des sièges pour le personnel et le public
- La durée et le contenu de la présentation formelle
- Les possibilités de réaction du public, notamment une période de questions-réponses
- La possibilité de s'exprimer, tant pour les femmes que pour les hommes
- La définition bien claire du rôle du personnel et des représentants du projet
- La disponibilité d'autres trousseaux d'information
- Un questionnaire à faire remplir par les participantes et les participants. Le questionnaire doit solliciter des renseignements sur le sexe, la race, l'origine ethnique, l'âge, l'éventail de revenu, etc., pour disposer de données ventilées et tenir compte des différents besoins

Faire un suivi

Pensez aux mesures à prendre après la réunion publique :

- Faites le bilan de la réunion avec le personnel
- Rédigez le procès-verbal de la réunion sans oublier d'y mettre les réactions du public, et dissociez les commentaires du public selon le genre, la race, l'origine ethnique, l'âge, la capacité, etc.
- Assurez-vous de recevoir les questionnaires dûment remplis par le public
- Présentez un résumé au personnel et (ou) au conseil municipal et présentez l'information de manière dissociée
- Préparez une annonce publique résumant la réunion
- Réfléchissez à la nécessité ou non d'organiser une deuxième réunion publique
- Envisagez la possibilité de recourir à un ou plusieurs autres outils

9. Le budget

Préparer un budget

Prévoyez les postes budgétaires suivants :

- Annonces
- Frais de production de l'information et des présentations
- Frais de traduction
- Frais de l'interprétation pour les personnes malentendantes
- Frais de formation du personnel
- Personnel et consultants supplémentaires à recruter
- Installations : location de la salle, rafraîchissements, équipement audiovisuel
- Documentation de suivi et annonces
- Autres coûts

10. Le financement

Déterminez le financement de la réunion publique

Envisagez plusieurs mécanismes de financement de ces coûts :

- Financement par le service municipal concerné
 - Financement par d'autres services municipaux
 - Contributions en nature (temps donné bénévolement, prêt des installations)
 - Commandites/dons en espèces
 - Financement par des instances supérieures de gouvernement
 - Sources de financement internationales
 - Autres _____
-

Feuille de travail no. 3 – Organisation d'un groupe consultatif de citoyennes et de citoyens

1. Les questions

La première étape consiste à définir la ou les questions que le groupe sera chargé d'examiner

Est-ce qu'un groupe consultatif de citoyennes et de citoyens est l'outil indiqué pour cette question? Ne perdez pas de vue que :

- Les groupes de citoyennes et de citoyens sont habituellement constitués d'un petit nombre de bénévoles de la communauté qui représente un ensemble de points de vue et de domaines d'expertise.
 - Ils peuvent servir de lien utile avec la communauté qu'ils représentent.
 - Un groupe de citoyens peut ne pas être perçu comme représentant adéquatement le grand public ou les résidants concernés par le projet.
 - Selon l'échéancier donné au groupe, les coûts peuvent être considérables et l'ensemble du processus peser lourdement sur les ressources en personnel.
-
-
-
-

2. La création du groupe

Définir le rôle du groupe

Considérez les options suivantes en définissant le rôle du groupe consultatif :

- Pour évaluer l'opinion des femmes et des hommes
- Pour servir de banc d'essai (en donnant des réactions générales et des opinions)
- Pour servir d'instance indépendante d'examen technique
- Pour faire des recommandations de changement aux politiques ou aux procédures en vigueur
- Pour gérer, décider
- Pour surveiller, garantir la transparence et la responsabilisation des décideurs municipaux

Sélectionner les membres du groupe

La composition du groupe va dépendre de la question en cause et peut comprendre des représentantes et représentants des groupes suivants :

- L'ensemble du public
- Les résidentes et résidents d'un secteur géographique particulier concerné par le projet
- Les groupes d'intérêt particuliers concernés par le projet
- Les groupes ou les communautés ne faisant habituellement pas partie de ceux qui décident :
 - Les femmes dans toute leur diversité
 - Les personnes âgées ainsi que les femmes et les hommes jeunes
 - Les communautés linguistiques ou raciales et autres femmes et hommes marginalisés
 - Les communautés à faible revenu
 - Les femmes et les hommes handicapés
 - Les femmes et les hommes des collectivités des Premières nations (ou peuples autochtones)

Dans une large mesure, le groupe va être jugé en fonction de sa composition. Considérez les méthodes de sélection suivantes pour que la composition du groupe soit équilibrée et crédible :

- Nomination directe par la municipalité
- Nomination directe par une partie tierce neutre
- Élection par le public lors d'une réunion publique
- Nominations par la municipalité sur la base des désignations faites par le public
- Représentation égale des femmes et des hommes dans le groupe et représentation reflétant la diversité des résidents et des résidentes de la municipalité

Préparez une liste de critères de sélection à utiliser pour nommer ou choisir des candidates et des candidats pour les groupes :

3. Les personnes ressource

Sélectionnez et formez le personnel

La formation du personnel va dépendre du rôle que le groupe va vouloir lui attribuer, et pourrait comprendre les éléments suivants :

- Une orientation de base sur le rôle du groupe lorsqu'il est entièrement composé de résidents et de résidentes
- Une séance d'orientation plus complète est indiquée lorsqu'un membre du personnel est choisi pour présider ou pour siéger comme membre du groupe

4. La réunion

Préparer l'information pour la première réunion du groupe

N'oubliez pas que le groupe peut avoir besoin d'informations générales et techniques comme :

- Le but du projet ou de la proposition
- Les principaux enjeux liés au projet ou à la proposition
- Une information dissociée selon le genre, la race, l'âge, le revenu, le statut, etc. pour montrer dans quelle mesure la situation touche les femmes et les hommes de manière différente
- Les membres de l'équipe d'étude
- Tous les critères d'évaluation pertinents utilisés par la municipalité
- Les étapes envisagées pour le processus de consultation du public
- Le rôle du groupe dans le processus
- Les autres options envisagées dans le processus

Définir l'ordre du jour de la première réunion

Pour la première réunion, pensez à inclure certains des points suivants à l'ordre du jour :

- Sélection du président ou de la présidente parmi les membres du groupe
- Définition d'une procédure de vote
- Clarification du mandat du groupe
- Définition du rôle que jouera le personnel municipal
- Politique relative à la confidentialité de l'information fournie au groupe
- Politique relative au financement des dépenses des membres du groupe
- Calendrier des prochaines réunions

Les activités de suivi

Plusieurs options peuvent être envisagées après une réunion du groupe :

- Le procès-verbal de la réunion peut servir à la préparation de rapports à l'intention du personnel ou du conseil municipal
- Les publications d'information peuvent servir à tenir le public au courant des progrès du groupe
- Il est particulièrement important de donner au grand public des possibilités d'examiner et d'évaluer les recommandations faites par le groupe

5. L'échéancier

Prévoir l'échéancier

Lorsque vous préparez le plan de travail, pensez aux étapes ci-dessous et prévoyez une estimation du nombre de jours ou semaines pour chacune d'entre elles :

- Travail de préparation initial _____
- Processus de sélection des membres _____
- Confirmation des membres _____
- Information pour la première réunion _____
- Temps de formation du personnel supplémentaire _____
- Soutien à la première réunion _____
- Délais de suivi _____

6. Le budget

Préparer un budget

Prévoyez les postes budgétaires suivants :

- Annonce au public
- Organisation d'une réunion publique
- Coûts de production de l'information et des présentations (multipliés par le nombre de réunions)
- Dépenses des membres (multipliées par le nombre de réunions)
- Coûts des installations (multipliés par le nombre de réunions)
- Coûts de production des rapports de suivi
- Coûts d'annonce du suivi au public
- Coûts associés à la prolongation du mandat du groupe

7. Le financement

Déterminez le financement du groupe consultatif

Envisagez plusieurs mécanismes de financement de ces coûts :

- Financement par le service municipal concerné
- Financement par d'autres services municipaux
- Contributions en nature (temps donné bénévolement, prêt des installations)
- Commandites/dons en espèces
- Financement par des instances supérieures de gouvernement
- Sources de financement internationales
- Autres _____

Bibliographie choisie

Conner, Desmond M. 1994. *Constructive Citizen Participation: A Resource Book*. Victoria, BC: Development Press.
<http://www.islandnet.com/~connor/resource.html>

Creighton, J. 1992. *Involving Citizens in Community Decision Making: A Guidebook*. Washington, DC: Program for Community Problem Solving.
<http://www.ncl.org/ncl/pcps.htm>

Canadian Standards Association (CSA). 1996. *A Guide to Public Participation*. Etobicoke, Ontario: Canadian Standards Association.
<http://www.cssinfo.com/info/csa.html>

Graham, Katherine A. and Susan D. Phillips. Eds. 1998. *Citizen Engagement: Lessons in Participation from Local Government*. Toronto, Ontario: Institute of Public Administration of Canada.
<http://www.ipaciapc.ca>

Institute for Participatory Management and Planning (IPMP). 1993. *Citizen Participatory Handbook for Public Officials and other Professionals Serving the Public*. Monterey, California: IPMP.
<http://www.ipmp-bleiker.com/>

Institute for Science and Technology Policy (ISTP). 1994. *Community Participation in Practice: Casebook*. Murdoch WA, Australia: ISTP, Murdoch University.
<http://www.wistp.murdoch.edu.au/ABOUT/students.htm>

Institute for Science and Technology Policy (ISTP). 1994. *Community Participation in Practice: Workshop Checklist*. Murdoch WA, Australia: Institute for Science and Technology Policy, Murdoch University.
<http://www.wistp.murdoch.edu.au/ABOUT/students.htm>

Institute of Science and Technology Policy (ISTP). 1994. *Community Participation in Practice: Listening to all the Voices*.
<http://www.wistp.murdoch.edu.au/ABOUT/students.htm>

Institute of Science and Technology Policy (ISTP). 1988. *Community Participation in Practice: The Community Participation Handbook –Resources for Public Involvement in the Planning Process*.
<http://www.wistp.murdoch.edu.au/ABOUT/students.htm>

Banque interaméricaine de développement (BID). 1997. A Resource Book on Participation.
<http://www.iadb.org/exr/english/POLICIES/participate/index.htm>

Kubiski, Walter S. 1992. *Citizen Participation in the 90's: Realism, Challenges and Opportunities*. Winnipeg, Manitoba: Institute of Urban Studies, University of Winnipeg.
<http://www.uwinnipeg.ca/~ius/title.htm>

Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD). 1998. *Empowering People – A Guide to Participation*. New York, UNDP.
<http://www.undp.org/csopp/paguide.htm>

Banque mondiale. 1996. The World Bank Participation Sourcebook. *The World Bank, Washington DC*.
<http://worldbank.org/html/edi/sourcebook/sbhome.htm>

Bibliographie choisie en ligne

International Association for Public Participation (IAP2)
<http://pin.org/iap2.htm>

Public Involvement Network (PIN)
<http://www.pin.org/>

The Electronic Development and Environment Information System (ELDIS) Participation Home Page
<http://nt1.ids.ac.uk/eldis/pr/pr.htm>

Netpower! How the Internet is Changing Politics:
<http://www.us.net/indc/column2.htm>

Land and Resource Management Planning: Public Participation Guidelines
<http://www.luco.gov.bc.ca/lrmp/guidelns.htm#APP2>

Public Participation in Canada: Development, Current Status and Trends
<http://www.islandnet.com/connor/ppcanada/ppcanada.html>