

3 07 2012

# Communication et appropriation citoyenne du Pôle Métropolitain

## Note à l'attention des élus

Avec l'élection de son Président et de son exécutif le 31 mai dernier, le Pôle Métropolitain se met en place concrètement.

Les axes de coopération engagés sont autant de réponses possibles aux attentes des citoyens et des acteurs économiques et sociaux.

Les Conseils de Développement se félicitent de cette nouvelle étape d'un projet soutenu avec détermination dans leur Contribution de juin 2011.

Pour autant, il leur semble que tout ce qui concerne l'information sur ce qu'est le Pôle et ce qu'il peut apporter aux habitants est encore trop peu lisible.

Or, c'est une condition indispensable pour que les citoyens aient les clés pour comprendre et puissent adhérer au Pôle à la fois comme espace commun et comme démarche partagée.

Dès lors, il apparaît urgent qu'une action sur la communication et au-delà sur l'appropriation citoyenne soit engagée.

D'où cette note qui vise à synthétiser des réflexions menées au sein de chacun des quatre Conseils de Développement et débattues en Inter-CdD pour y contribuer.

### 1) Pourquoi communiquer et au-delà ?

- Pour permettre aux habitants et acteurs d'identifier les enjeux et perspectives atteignables par cette démarche
- Pour éviter, en sens inverse, que le Pôle soit interprété comme une nouvelle couche administrative ou une construction élitiste
- Pour contribuer, au-delà d'une communication au sens habituel du terme (quel émetteur ?, quel récepteur ?, quel message ?), à une réelle

appropriation citoyenne, entendue comme capacité pour les citoyens de porter leurs propres jugements de valeur sur le Pôle.

## 2) Qui doit communiquer et au-delà ?

- En l'état, une communication par le Pôle lui-même risquerait sans doute d'accréditer l'idée d'une superstructure supplémentaire
- Une communication par chacun des EPCI paraît donc préférable, à partir d'éléments de langage communs pouvant se décliner de manière spécifique auprès des habitants de chaque territoire
- Les Conseils de Développement n'ont pas vocation à être eux même opérateurs d'une « communication institutionnelle », à laquelle ils peuvent pourtant contribuer par leurs suggestions
- Ils peuvent, par contre, prendre l'initiative d'engager une « communication pédagogique », qui peut - et même sans doute doit - elle aussi être spécifique à chaque territoire à partir d'un noyau commun, pour contribuer à l'objectif d'appropriation citoyenne en tenant pleinement compte des perceptions et attentes différentes des habitants de leurs territoires.

## 3) Quand et sur quoi communiquer et au-delà ?

- La question du rythme et de la séquence dans le temps de la communication est importante : aller vite pour ne pas laisser s'installer des idées fausses, ne pas aller trop vite pour ne pas communiquer sur des intentions seulement...
- La remise sur le chantier de la réforme territoriale, avec la perspective d'une nouvelle loi d'ici fin 2012 devant notamment bouger les lignes sur les modalités institutionnelles relatives aux métropoles et pôles métropolitains, doit être prise en compte
- En toute hypothèse, la communication nous semble devoir porter à la fois sur le processus (la construction institutionnelle), les ambitions du Pôle Métropolitain (les messages forts : histoire, destin, usages) et sur les résultats (les projets au fur et à mesure de leur mise en œuvre).

## 4) Après de qui communiquer et au-delà ?

- Diverses « cibles » peuvent être distinguées : « grand public » avant tout atteint par les médias de base (presse ou télévisions régionales), « pratiquants métropolitains » selon les thématiques concernées (culture, économie, transports...), « citoyens éclairés » participant à telle ou telle

instance de démocratie participative (conseils de développement, conseils de quartier, associations diverses...)

- Des « médiateurs » importants sont à mobiliser : les élus des communes concernées en démultiplication du Forum des Maires – et sans oublier les conseillers municipaux de la jeunesse là où ils existent, les enseignants notamment à partir de leur mission d’instruction civique, les animateurs de diverses structures socio-culturelles ou d’éducation populaire...

#### 5) Avec quels mots communiquer et au-delà?

- Un tableau réalisé par le Conseil de Développement de Nord Isère permet de faire ressortir les mots et expressions qu’il semble important de réutiliser dans un travail en faveur de l’appropriation citoyenne (cf. Annexe)
- L’enquête en cours d’engagement avec la RUL auprès des citoyens ayant plus particulièrement des pratiques à l’échelle du Pôle Métropolitain viendra compléter ce travail sur la perception et les attentes par rapport à l’espace métropolitain
- Une urgence : trouver un nom au Pôle Métropolitain afin de permettre la communication.

#### 6) Quels messages communiquer et au-delà ?

Sans vouloir entrer dans la technicité de la communication qui ne relève pas de la compétence des CdD, certaines propositions peuvent être avancées :

- D’une communauté de vie, voire d’histoire, à une communauté de destin
- Le Pôle comme confirmation des pratiques et des usages
- Une amélioration de la qualité des services rendus et de la solidarité entre les territoires
- La création de valeur ajoutée par des actions qui ne seraient pas mises en œuvre sans cette coopération
- Des actions centrées sur des sujets d’intérêt métropolitain (subsidiarité, et non transfert de compétences)
- Pas de fiscalité propre, pas d’hégémonie lyonnaise (répartition des sièges, siège administratif à Givors...).

#### 7) De la communication à l’appropriation citoyenne : quelles actions engager ?

S’agissant de la communication de base, les canaux habituels sont à considérer :

- Utilisation des technologies de l'information et de la communication (visites virtuelles, pages communes sur les sites internet des différents EPCI...)
- Mobilisation des médias locaux, notamment télévisions locales (plateaux communs, émissions de présentation du Pôle, de son histoire...).

Pour contribuer à une appropriation symbolique du Pôle par les habitants, l'évènementiel paraît être un vecteur à privilégier :

- Organisation d'un événement grand public visant à faire découvrir les territoires des différentes agglomérations (visites, conférences, entrées gratuites aux musées...)
- Soutien à un spectacle vivant qui pourrait « raconter l'histoire commune et illustrer les perspectives » des territoires du Pôle... ; ce spectacle pourrait être récurrent et viser une audience nationale
- Mobilisation d'associations par un appel à projets dans l'objectif de créer un tel évènement fédérateur ayant une portée conviviale voire festive.

Pour renforcer cette appropriation et participation citoyenne, les Conseils de développement ont pour leur part engagé une réflexion sur la création d'un « document d'information civique » (sous forme d'un livret « accordéon » et sous une forme dématérialisée) à destination du plus grand nombre (niveau 4<sup>ème</sup>) avec deux options de contenu :

- Une approche par l'histoire (de l'intercommunalité...)
- Une approche par les usages (aux différentes échelles dont celle du Pôle Métropolitain).<sup>i</sup>

Un tel document, concrétisant une proposition émise dans leur Contribution de juin 2011, pourrait être utilisé à leur initiative, de manière spécifique à chaque CdD, dans une perspective qui serait ainsi pleinement complémentaire à toute démarche de communication engagée institutionnellement.

3 juillet 2012

---

<sup>i</sup> Cette approche par les usages est par exemple bien illustrée par l'exposition *Habitants métropolitains, qui êtes-vous ?*, organisée à l'initiative du CAUE du Rhône en partenariat avec l'Agence d'urbanisme pour le développement de l'agglomération lyonnaise et la RUL, et dont le contenu est visible sur [www.habitantsmetropolitains.fr](http://www.habitantsmetropolitains.fr)