CO-CONSTRUCTION DES PROGRAMMES POLITIQUES : DU PORTE-À-PORTE AUX CIVIC TECH, QUE NOUS APPRENNENT LES MUNICIPALES 2020 ?

Art et la Matière, Mercredi 21 octobre 2020, 11h-12h45

DÉBAT INSPIRANT ORGANISÉ PAR DÉCIDER ENSEMBLE

Durant les campagnes électorales, candidats et candidates ont recours à différents outils pour organiser l'activité des militant·e·s, co-construire les programmes, ou encore améliorer leur communication électorale en produisant un discours ciblé et adapté aux enjeux micro-locaux. Les applications numériques des « poltech » et « civic tech » ont pris une place importante dans ces outils. Cette table-ronde sera l'occasion d'interroger les objectifs et les résultats des différents types d'outils, ainsi que la manière dont ils préparent la politique participative des nouvelles municipalités. En partant de l'expérience des listes Grenoble en Commun (présentée par Anne-Sophie Olmos) et Suresnes J'aime (présentée par Coline Vanneroy, Cap Collectif), nous ouvrirons la discussion. Chargé·e·s de campagne, élu·e·s et agent·e·s seront invité·e·s à témoigner et à échanger leurs retours d'expérience, tout comme les entreprises spécialistes des méthodes (numériques ou non) de mobilisation électorale.

Avec l'intervention de :

- **Anne-Sophie Olmos**, Élue à la ville de Grenoble, Grenoble en Commun
- **Coline Vanneroy**, Directrice du développement, Cap Collectif

Animé par :

- **Tatiana De Feraudy**, Responsable de l'Observatoire des Civic Tech & de la Démocratie Numérique, Décider Ensemble

En quoi le recours à de plateformes de participation citoyenne, ou « civic tech », se distingue-t-il de l'usage de « poltech », dans le cadre d'une campagne électorale ?

INTERVENTION DE COLINE VANNEROY : LE RETOUR D'EXPÉRIENCE DE CAP COLLECTIF DANS L'ACCOMPAGNEMENT DE CANDIDAT·E·S EN CAMPAGNES ÉLECTORALES DÉSIREUX DE CO-CONSTRUIRE LEURS PROGRAMMES POLITIQUES

Selon une enquête commandée par Cap Collectif sur le rapport des Français·e·s aux élections municipales, **89% des personnes interrogées considéraient que les candidat·e·s aux élections doivent impliquer les citoyen·ne·s dans l'élaboration de leur programme**. Ce besoin de participation, exprimé par les citoyen·ne·s, se retrouve **aussi chez les candidat·e·s** : une quarantaine d'équipes de campagne ont sollicité Cap Collectif (12 ont finalement travaillé avec la civic tech : Paris, Lyon, Vénissieux, Brest, Chaville, Suresnes J'aime, etc.)

Plusieurs questionnements étaient récurrents chez les équipes de campagne, et pouvaient freiner l'ambition :

- La démarche de co-construction est singulière, permet de **se distinguer** de la concurrence, mais **prise de risque** du·de la candidat·e : en campagne, pas le droit à l'erreur, « crash test grandeur nature ».
- **La question des ressources** : dans un mandat, des services existent pour accompagner ce genre de projets, mais pendant les campagnes ce sont surtout des bénévoles, qui n'ont pas toujours les compétences techniques voire les appétences.
- Inquiétude des candidat·e·s quant à **l'utilisation de la plateforme comme un défouloir** (vision biaisée par les réseaux sociaux).
- Appréhension des candidat·e·s quant à **la récupération d'idées déposées sur la plateforme** par des concurrent·e·s politiques.

Présentation d'un des projets d'accompagnement d'équipes de campagne par Cap Collectif, « Suresnes J'aime » :

Suresnes est une collectivité francilienne, d'environ 50 000 habitant·e·s. La liste n'était pas sortante, mais de la même couleur politique que le maire sortant, qui ne s'est pas représenté. L'équipe de campagne souhaitait expérimenter **une campagne participative avec la plateforme numérique** car elle se projetait déjà dans le mandat à venir (même si elle n'était pas sûre de gagner à 100%). Au vu des ambitions dans leur programme politique, l'objectif était de **réfléchir dès la campagne à la stratégie participative du mandat,** de **tester de nouvelles méthodes de travail**.

Comment a été utilisée la plateforme ?

- **Comme un site d'information** : la plateforme a été conçue comme un site de campagne, pour informer les habitant·e·s, présenter l'agenda des réunions, des ateliers de travail, et d'en publier les comptes-rendus pour que la plateforme et les réunions en présentiel soient deux dynamiques qui s'alimentent.
- **Comme une plateforme de recueil et de test d'idées** : la boîte à idée thématique a **d'abord été alimentée par les équipes de campagne**, qui ont présenté des propositions qu'elles souhaitaient tester dans un premier temps avec un cercle de militant·e·s et d'habitant·e·s restreint, puis dans un second temps, avec un cercle plus élargi, avec **l'ouverture d'un espace plus libre de contributions**.

Quels résultats ?

- Les équipes municipales ont testé de nouvelles manières de faire et souhaitent ainsi **conserver le participatif comme outil de politique publique** dans leur mandat.
- Un **impact limité** : la plateforme a essentiellement mobilisé **le 1er cercle de militant·e·s**. Mais c'est aussi essentiel de consolider sa base militante pour les faire pleinement adhérer au projet.
- **Expérience répétée chez Paris en Commun**, qui a déployé sa plateforme en octobre 2019 : la plateforme était une sorte de show-room où l'on s'adressait prioritairement aux militant·e·s et sympathisant·e·s, dans un dialogue avec des commissions de travail mises en place en présence.
- La **difficulté des ressources** (en termes de communication notamment), **du défaut d'expérience et de temps** des équipes de campagne. Ceci pose la question de **l'alliance entre ces outils** qui permettent de recueillir des données et de co-construire, **et des outils de la poltech** qui répondent plutôt à une stratégie d'acquisition, pour dépasser le 1er cercle et toucher les habitant·e·s.

INTERVENTION D'ANNE-SOPHIE OLMOS : RETOUR SUR L'EXPÉRIENCE DE LA LISTE GRENOBLE EN COMMUN

Contexte : **campagne de réélection en 2020 d'une équipe déjà élue en 2014**. L'enjeu était d'**apporter un renouveau**, de nouvelles énergies, de nouvelles personnes, sans rompre totalement avec la dynamique instaurée dès 2014 (50% de renouvellement des candidat·e·s sur la liste).

1. Les leçons tirées du 1er mandat de 2014-2020

- Pendant la campagne électorale de 2014 : **co-construction du programme politique**, mais seulement **en cercle restreint** avec les mouvements politiques et associatifs locaux.
- Pendant le mandat 2014-2020 : **3 piliers de démocratie participative**, à savoir un budget participatif (grand succès), des conseils citoyens indépendants (échec), et un système de pétition/votation – RIC (tests relativement réussis).

2. La campagne métropolitaine comme test grandeur nature

- **Utilité d'une plateforme participative** (Decidim) : toucher le plus de monde possible à une échelle géographique aussi étendue.
- **Contrainte dans l'usage d'une plateforme** : elle repose sur un logiciel libre (réputation d'être un outil peu gérable), et manque de financements donc recrutement d'informaticien·ne·s volontaires pour tester l'outil et l'adapter aux besoins.
- **Complémentarité entre plateforme numérique et rencontres physiques** : 4 rencontres publiques organisées par l'équipe de facilitateurs Scop Semawe, qui ont aidé à co-construire des propositions, ensuite reportées sur la plateforme. Temps conviviaux, de partages, qui permettent de toucher plus de monde qu'une démarche exclusivement numérique (danger de la fracture numérique).
- **Réticences initiales de l'équipe politique de communicant·e·s vis-à-vis de la plateforme** en termes de trolls d'utilisateur·rice·s : au début, pré-propositions lancées par les équipes de campagne sur lesquelles les utilisateur·rice·s ne pouvaient que réagir, voter, puis finalement devant le bon déroulement des contributions, la plateforme a pu être ouverte aux propositions libres.

3. La concrétisation de la démarche : la campagne électorale municipale de 2019

- **Développement d'un site internet multi-outils** qui renvoie sur la plateforme participative.
- **Alliance du présentiel et du numérique** : « Fabrique en ligne » (plateforme) et « Fabrique en ville » (temps publics de co-construction, animés par les facilitateurs Scop Semawe).
- **Accompagnement d'Open Source Politics** en termes de budget et de financement pour la campagne.
- **Pas de pré-propositions formulées par les équipes** de campagne cette fois-ci : ouverture à toutes les propositions.
- **Importance du renouvellement**, de la fraîcheur : 50% de nouveaux et nouvelles candidat·e·s sur la liste.

- Résultats : **202 participant·e·s, 706 propositions** (2/3 en présentiel), **9 rencontres** réunissant **entre 40 et 150 participant·e·s** à chaque fois.
- **Étape de traitement des données assez longue** : entre 10 et 15 jours pour mettre en forme les propositions et aboutir à un projet cohérent.

RÉSUMÉ DES ÉCHANGES AVEC LES PARTICIPANTES

Après leurs présentations successives, les intervenantes ont entamé une discussion avec le public, qui s'est articulée autour de quatre thèmes majeurs.

L'APPRÉHENSION VIS-À-VIS DES LOGIQUES DE RÉSEAUX SOCIAUX SUR LES PLATEFORMES

Anne-Sophie Olmos et Coline Vanneroy soulignent **l'appréhension récurrente des équipes de campagne du détournement des plateformes participatives par des « trolls »**, c'est-à-dire des perturbateur·rice·s guidé·e·s par l'unique désir de gêner le débat (par des interventions intempestives, des critiques, etc.). Or, si ce sont des mécanismes et logiques sont prégnantes sur les réseaux sociaux, il semblerait que ce soit **moins le cas sur les plateformes participatives** : alors que les réseaux sociaux reposent sur un mode de fonctionnement d'interpellations directes entre utilisateurs et utilisatrices, **les plateformes sont caractérisées par des logiques d'argumentation individuelles**, **sur un temps plus long,** qui ne nécessite pas d'échanges entre les utilisateur·rice·s. De fait, le taux de modération de Cap Collectif sur les plateformes déployées dans 800 projets n'excède pas 0,01% en 2016.

LES PROCESSUS D'ACCULTURATION AUX PLATEFORMES

Un aspect important des démarches de co-construction des programmes politiques est celui de **la montée en compétences des équipes de campagne**. Elles sont, dans un premier temps, **dans une démarche d'apprentissage de l'outil, voire de la démarche participative** en elle-même ; c'est la condition pour qu'elles soient, dans un second temps, **en mesure d'accompagner les habitant·e·s dans leurs propositions**. Cela se traduit par **une démarche pédagogique** de la part des équipes : publication de vidéos, infographies, allers-retours permanents entre numérique et présentiel, onglet « aidez-moi » sur la plateforme à Grenoble (documentations pour saisir les compétences et enjeux de la métropole), etc.

L'ENJEU D'IMPACTER AU-DELÀ DU 1ER CERCLE DE MILITANTS

Si les deux intervenantes ont conclu sur la pertinence d'une plateforme pour faire travailler les militant·e·s ensemble, toutes deux conviennent de **l'importance de toucher**

au-delà du cercle des pseudo-convaincu·e·s. La liste Grenoble en commun a en effet dû, **dans un premier temps, rassembler ses militant·e·s**, passant de 5 mouvements à 13 à unir sous la même bannière entre le premier et le second mandat. Pour élargir au-delà de ce cercle, les équipes ont surtout compté sur **le rôle de relais joués par leurs militant·e·s, ou par l'attractivité de leurs réunions publiques**. Coline Vanneroy insiste sur **les compétences techniques et le budget qu'une stratégie d'acquisition implique**. Ceci témoigne d'une véritable difficulté pour les équipes de mobiliser largement pendant la campagne. Il serait donc crucial de **solidifier les bases militantes pendant la campagne de co-construction, puis d'élargir au cours du mandat**.

La question de la pérennité des plateformes

Toutes les équipes accompagnées par Cap Collectif se sont projetées sur **une utilisation pérenne de la plateforme pendant le mandat** : le champ des possibles ouvert lors de campagne s'est vu véritablement investi dans le cadre du mandat, **les ressources étant plus adaptées pour mettre en œuvre et d'animer des projets d'envergure**. A Grenoble, en revanche, l'attention des équipes s'est portée sur la réactivation des dispositifs de participation en présentiel ; la plateforme est alors seulement conçue comme un soutien à ces démarches préexistantes, et non comme un espace de propositions permanent.

POINTS À RETENIR

- Le besoin de co-construction des programmes électoraux se fait ressentir à la fois chez les citoyen·ne·s mais aussi chez les candidat·e·s.

- Les plateformes participatives sont généralement moins la cible de trolls utilisateurs que les réseaux sociaux.

- Pendant les campagnes électorales, les outils numériques mobilisent essentiellement le premier cercle de militant·e·s. Pour toucher un public plus large, du temps et des ressources humaines, financières et techniques sont nécessaires.

- La co-construction des programmes électoraux à l'aide des civic tech doit s'inscrire dans une volonté d'inclure les citoyen·ne·s à long-terme et les outils numériques doivent être accompagnés par d'autres outils pour garantir une inclusion plus large des publics.

Compte-rendu réalisé avec le soutien des étudiant·e·s du Master 2 Ingénierie de la Concertation 2020 – Paris 1 Panthéon-Sorbonne : www.concerteurs.fr