

Livret de communication publique

Face à la haine, une communication
au service du lien social

Retours d'expérience à Bordeaux, Oslo, Lyon, Lille,
Berlin, Paris, Saint-Denis, Helsinki et Gennevilliers

Témoignages d'experts d'Emmanuel Rivière,
Diana Filippova, Tristan Mendès-France et Elliot Lepers



SOMMAIRE



05

Édito

06

S'adresser aux citoyens

Initiatives & parole d'expert :

*Tristan Mendès-France,
Seine-Saint-Denis, Bordeaux et Oslo*

10

Créer du lien social

Initiatives & parole d'experts :

*Elliot Lepers, Emmanuel Rivière,
Lyon, Lille et Berlin*

16

Passer à l'action

Initiatives & parole d'expert :

*Diana Filippova,
Forcalquier, Helsinki, Saint-Denis et Gennivilliers*

20

JAAM

Présentation de l'agence JAAM



► Édito

Une communication au service du lien social

Dans deux ans, tous les maires de France remettront leurs mandats en jeu. Les derniers rendez-vous électoraux, européennes et législatives, ont profondément bouleversé la carte électorale du pays. La percée du Rassemblement National se poursuivra-t-elle lors des élections municipales de 2026 ? Certainement pas dans les mêmes proportions mais suffisamment pour bouculer les équilibres politiques des villes.

Pour éviter ce coup de tonnerre politique, les exécutifs des municipalités doivent, dès aujourd'hui, créer les conditions du recul de l'extrême droite. Il faut d'urgence réinventer le dialogue avec les habitants, recréer du lien social et faire œuvre de pédagogie sur un certain nombre de sujets. En un mot, repenser sa communication. Ce guide, réalisé par l'agence JAAM a pour ambition de mettre en lumière des expériences vertueuses de Bordeaux à Genevilliers, de Berlin à Oslo, et d'offrir des témoignages et des retours d'expérience de professionnels de premier plan sur les actions menées avec succès. Que ce foisonnement d'initiatives puisse être inspirant et utile aux équipes de communication des municipalités dans leur mission.

Arnauld Champremier-Trigano
Directeur associé de l'agence JAAM



“S’adresser aux citoyens”

SEINE-SAINT-DENIS

“Fake off” la désinformation !

Fake Off est une association de journalistes, issus de tous médias, engagée dans le développement de l’esprit critique et contre la désinformation de masse. Né au cœur de la Seine-Saint-Denis, et notamment à Sevran, ce comité a pour but de mobiliser les habitants face à la désinformation et aux discours extrémistes. L’objectif est de sensibiliser le public aux dangers de la manipulation médiatique et des fake news, souvent utilisées par des mouvements populistes tels que le RN. À travers cette démarche, *Fake Off* souhaite renforcer la vigilance et l’esprit critique des citoyens.

L’initiative comprend plusieurs leviers pour toucher le plus grand nombre. Parmi eux, des sessions de formation sous forme d’ateliers gratuits, où les participants apprennent à **analyser de manière critique les informations** qu’ils trouvent en ligne. Ces formations se font en partenariat avec des associations locales et des journalistes professionnels, apportant des outils concrets pour repérer les contenus trompeurs. Le comité a également lancé une plateforme en ligne, accessible à tous, où les citoyens peuvent accéder à une série de ressources variées. Sur ce site, ils trouveront des outils interactifs pour détecter la désinformation, ainsi que des guides pratiques pour s’informer de manière responsable. L’initiative s’inscrit dans une démarche proactive pour lutter contre l’influence des discours populistes et renforcer la cohésion sociale.



Département de Seine-Saint-Denis - Photographie

BORDEAUX

Les Assises de la Démocratie Permanente

La ville de Bordeaux organise les *Assises de la Démocratie Permanente*, un événement phare visant à renforcer l'implication des citoyens dans la vie politique locale. Ce cycle de rencontres permet aux habitants de s'exprimer sur les enjeux locaux et d'échanger des idées pour répondre aux défis actuels. Ces Assises ont pour objectif de lutter contre le repli identitaire et la montée des extrêmes en favorisant le dialogue et la participation. Pour assurer une large mobilisation, la ville de Bordeaux a déployé plusieurs moyens de communication. Des affiches et des flyers ont été distribués dans les lieux publics tels que les bureaux de vote, les mairies de quartier, les écoles et les centres culturels. Ces supports visent à encourager les citoyens à participer activement aux débats et aux rencontres organisées.

En parallèle, une forte campagne sur les réseaux sociaux et sur le site internet de la ville permet de promouvoir ces débats. La ville a également créé le "*Parlement mobile*", un **lieu mobile de 80 places** qui s'installe dans chaque quartier de Bordeaux de juillet à septembre, et qui **permet aux habitants de se réunir** et de **participer directement aux rencontres**. Ces débats publics, avec des élus et des experts, permettent une interaction directe avec les citoyens.



Inauguration de l'espace de concertation mobile le 20 mai 2021 - Photographie : Guillaume Bonnaud

OSLO

Campagne "No Hate Speech Youth"

Le Mouvement contre le discours de haine est une campagne de jeunesse menée par le Service de la jeunesse du Conseil de l'Europe, qui appelle les jeunes à se mobiliser pour lutter contre le discours de haine et promouvoir les droits de l'homme en ligne. Cette campagne a été reprise nationalement par 45 pays. En Norvège, la ville d'Oslo a lancé l'initiative « *No Hate Oslo* », visant à combattre la montée des discours de haine et des idées populistes. Face à la recrudescence de la xénophobie et de l'intolérance, cette campagne a pour but de sensibiliser les citoyens, en particulier les jeunes et les groupes vulnérables, aux valeurs fondamentales de respect, d'inclusion et de tolérance. La municipalité, en étroite collaboration avec des partenaires locaux, met en place une série d'actions concrètes pour encourager une société plus harmonieuse et juste.

L'un des principaux leviers de cette campagne repose sur l'éducation des jeunes à travers des programmes innovants dans les écoles. **Des ateliers pédagogiques interactifs sont organisés pour discuter de la tolérance, du respect de l'autre et de l'impact des fake news.** Ces programmes utilisent des outils visuels et numériques pour rendre les sessions plus attractives et impactantes. De plus, la campagne « *No Hate Oslo* » s'étend aussi aux réseaux sociaux et aux espaces publics, où des supports de communication modernes et visuels sont diffusés pour toucher un large public.

Parallèlement, des événements communautaires sont mis en place pour favoriser le dialogue intergénérationnel et interculturel, renforçant ainsi la cohésion sociale dans la ville.

Répondre à la désinformation est devenu une nécessité

Tristan MENDES-FRANCE

Tristan Mendès-France est maître de conférences à l'Université de Paris essayiste universitaire et spécialiste des cultures numériques. Engagé dans la lutte contre les discours complotistes et la désinformation en ligne, il est membre de l'Observatoire du conspirationnisme (Conspiracy Watch). Tristan Mendès-France intervient régulièrement dans les médias pour analyser les dynamiques des fake news et des théories du complot, tout en sensibilisant le public aux dangers des dérives numériques sur la cohésion sociale et la démocratie.



Agence Jaam : On associe souvent la propagation des fake news avec les percées électorales de l'extrême droite et plus largement des partis populistes, pensez-vous qu'il y ait un lien direct ?

Tristan Mendès-France : Oui, de nombreux sondages montrent aujourd'hui un lien entre les partis d'extrême droite et l'adhésion aux théories complotistes. Dans l'imaginaire de l'extrême droite, certaines thématiques résonnent naturellement avec ces récits, comme l'idée d'un 'système' ou d'un 'État profond' qui chercherait à écraser toute opposition ou les 'patriotes' en général.

De plus, la rhétorique complotiste s'avère être un véhicule de propagande politique particulièrement efficace pour l'extrême droite. Elle simplifie des problématiques complexes et pointe souvent du doigt des communautés spécifiques, présentées comme responsables des difficultés de la société. Ce procédé leur permet de fournir aux électeurs un récit simple, qui donne l'impression de contrôler les causes de leurs problèmes, tout en canalisant leurs frustrations vers des cibles identifiables.

Quand on entend fake news pendant les campagnes on pense surtout à Trump, Bolsonaro ou Milei, observe-t-on le même phénomène en Europe et plus particulièrement en France ?

Il est clair qu'en période électorale, les partis populistes, particulièrement ceux d'extrême droite, et plus rarement d'extrême gauche, s'emparent fréquemment de rhétoriques complotistes, notamment en recourant à ce qu'on appelle le 'complotisme électoral'.

Trump a été l'un des porte-voix les plus bruyants de cette rhétorique, dès 2016. Il a intensifié ses discours autour de

supposées fraudes électorales en 2020, ce qui a mené aux émeutes du 6 janvier au Capitole. Ce type de discours n'a pas de frontière : il a aussi été utilisé par Bolsonaro au Brésil, et d'une manière générale par de nombreux dirigeants populistes à travers le monde lorsqu'ils se trouvent en difficulté électorale. En France, il est probable que ce ressort complotiste soit également activé lors des prochaines échéances électorales, en particulier par les partis d'extrême droite.

On parle souvent de déficit de la parole publique, les institutions doivent-elles davantage communiquer pour remettre un peu de raison dans le débat ?

Il est toujours délicat pour la parole publique de toucher efficacement les audiences qu'elle cherche à convaincre. Aujourd'hui, nous évoluons dans un écosystème d'information façonné par les réseaux sociaux, où de nombreuses communautés, parfois idéologiquement marquées, consomment des contenus dans des bulles informationnelles bien fermées. Ces bulles rendent difficile l'accès de la parole institutionnelle ou publique. La communication publique reste néanmoins cruciale, qu'elle soit institutionnelle ou politique, car elle doit convaincre l'opinion sur des sujets clés. Mais le défi est de taille : comment atteindre ceux qui s'informent presque exclusivement par les plateformes sociales ? Et surtout, comment briser ces filtres et bulles informationnelles ?

« Les partis populistes (...) recourent à ce qu'on appelle le 'complotisme électoral'. »

Cette parole institutionnelle doit-elle être une parole plus rationnelle ou doit-elle directement chercher à s'attaquer aux fausses informations ?

Il est essentiel de déconstruire les fausses informations et de fournir un discours de contreponds face aux propos complotistes dans cet écosystème informationnel. Répondre aux désinformations est donc une nécessité.

Le défi, cependant, est d'ordre logistique : les institutions et les responsables politiques disposent rarement de la même portée virale que certains influenceurs complotistes d'extrême droite, qui peuvent diffuser une désinformation beaucoup plus rapidement et largement que le discours officiel.

Malgré cela, il est crucial que cette parole institutionnelle reste rationnelle et factuelle. Elle doit être perçue comme neutre et experte, et non comme un argument partisan. En adoptant un ton posé et analytique, les institutions peuvent offrir une alternative crédible aux discours de désinformation, sans risquer d'être perçues comme un acteur idéologique.

Y a-t-il encore de la place pour un discours de vérité de la part des institutions publiques ?

Un discours de vérité, basé sur un consensus scientifique ou une expertise sur des événements d'actualité, est aujourd'hui absolument essentiel, plus que jamais. Avec la montée en puissance de la désinformation mondiale, renforcée par les réseaux sociaux et leurs algorithmes, cette parole rationnelle est d'autant plus nécessaire.

Ce n'est pas seulement une question de place, mais bien de nécessité : la parole publique doit offrir un contre-récit face à la désinformation, en fournissant une interprétation rationnelle des événements sur lesquels elle choisit de s'exprimer.

“Créer du lien social”



Fonction Nicolas Hulot - L'appel des solidarités
HAVAS PARIS

VILLES DE FRANCE

“L'Appel des Solidarités”

Lancé en 2017, ce mouvement est à l'initiative de Nicolas Hulot et de Thierry Kuhn, le président d'Emmaüs. Soutenu par un collectif d'ONG, d'associations et de personnalités publiques, il se présente comme un mouvement citoyen destiné à rassembler les forces vives de la société autour de valeurs essentielles telles que l'entraide, la justice sociale et la solidarité. Cette initiative a vu le jour dans un contexte de montée des discours populistes et de repli identitaire, portés notamment par le RN et d'autres partis prônant la fermeture des frontières et la division entre les citoyens. *L'Appel des Solidarités* s'oppose fermement à ces idées et défend la conviction que les réponses aux inégalités sociales, économiques et environnementales ne peuvent venir que d'une plus grande solidarité entre les peuples. En encourageant les actions collectives, il promeut un modèle de société inclusif où chacun a sa place, quelle que soit son origine ou sa condition sociale.

Pour mobiliser un maximum de citoyens et faire entendre sa voix, *l'Appel des Solidarités* utilise divers leviers de communication. Parmi eux, le lancement de pétitions nationales, qui sont largement relayées sur les réseaux sociaux et les plateformes en ligne. Ces pétitions, souvent soutenues par des personnalités publiques, visent à sensibiliser les Français aux dangers des politiques de division portées par le RN. En parallèle, des campagnes de communication à grande échelle sont mises en place pour promouvoir des alternatives basées sur la solidarité et l'unité, appelant à des solutions collectives face aux défis sociaux actuels.

Des événements publics, des rassemblements citoyens et des débats sont aussi organisés à travers le pays pour encourager le dialogue et faire émerger des solutions solidaires. Cette mobilisation vise à montrer que la solidarité reste le meilleur rempart contre les discours de haine et de repli sur soi.

LILLE

Le Conseil citoyen, dans les quartiers populaires

La métropole de Lille a instauré des *Conseils citoyens* dans les quartiers populaires pour impliquer les habitants dans les décisions locales. Ces conseils, composés de résidents et d'acteurs associatifs, collaborent avec les autorités pour améliorer la qualité de vie des quartiers et développer des projets adaptés aux besoins locaux, qu'il s'agisse d'infrastructures ou de services publics.

Cette initiative repose sur une démarche participative, permettant aux habitants de définir les priorités de leur quartier. Ce modèle renforce le sentiment d'appartenance des citoyens, en leur donnant une voix active dans la gouvernance locale, tout en facilitant la coopération entre résidents et autorités locales. Ce processus démocratique permet de répondre aux préoccupations locales tout en contrant les tentations populistes. Les *Conseils citoyens* de Lille favorisent ainsi la cohésion sociale et apportent des solutions collectives aux défis rencontrés dans les quartiers, en encourageant un engagement citoyen plus fort et une solidarité accrue.

LYON

Le Café des Enfants

Né en 1999 avec le *Cafézoïde* à Paris, le *Café des Enfants* est un concept qui s'est développé en France et en Europe. À Lyon, ce lieu emblématique favorise la rencontre intergénérationnelle où parents et enfants participent à des activités variées. Il se distingue par son approche inclusive, accueillant toutes les familles, quelles que soient leurs origines sociales ou culturelles. Implanté dans les quartiers populaires, il renforce les liens familiaux et crée un réseau de solidarité entre les habitants, contribuant à lutter contre l'isolement en ville.

L'objectif est de favoriser l'intégration sociale à l'échelle locale en encourageant la cohésion, particulièrement dans les quartiers où les familles peuvent se sentir déconnectées. Les activités sont conçues pour créer des moments de partage et d'apprentissage, tout en permettant aux familles de tisser des liens durables. Des actions de terrain sont au cœur de cette initiative. Les équipes se déplacent dans les quartiers pour rencontrer les familles et leur présenter les activités du Café. **Des événements communautaires comme des fêtes de quartier et des ateliers en plein air renforcent les échanges entre habitants.** En parallèle, une stratégie digitale permet de toucher un public plus large via les réseaux sociaux, en mettant en avant les activités à venir et en partageant les succès des événements passés. Cela permet d'attirer de nouvelles familles et de sensibiliser la communauté aux valeurs d'inclusion et de solidarité portées par le *Café des Enfants*.

BERLIN

Mobiliser les mères

À Berlin, le programme *Neighborhood Mothers (Mütter im Kiez)* offre une opportunité unique d'intégration en mobilisant les mères immigrées comme ressources au sein de leur propre communauté. Ces mères, formées par le programme, aident d'autres familles migrantes à s'adapter à la vie dans leur quartier en leur fournissant des informations essentielles sur les services sociaux, le système éducatif et les soins de santé. Grâce à leur expérience et leur capacité à comprendre les défis auxquels font face les nouvelles familles migrantes, elles jouent un rôle de médiatrices culturelles. Le programme vise non seulement à renforcer les liens entre les habitants des quartiers multiculturels de Berlin, mais aussi à lutter contre l'isolement que peuvent ressentir certaines familles, souvent marginalisées ou coupées du tissu social. De plus, cette initiative s'efforce de prévenir les tensions sociales qui pourraient être exacerbées par des discours populistes ou xénophobes. Le programme repose sur une approche directe pour atteindre les familles dans le besoin. Les ateliers communautaires, organisés régulièrement, permettent d'aborder des thèmes variés comme l'éducation, la santé, et les droits sociaux. Ces sessions créent des espaces d'échange et d'apprentissage, tout en facilitant l'intégration des nouveaux arrivants. De plus, **les mères du programme réalisent des actions de porte-à-porte, ce qui leur permet de tisser des liens personnels avec les familles isolées** et de leur fournir un accompagnement personnalisé. Enfin, des événements de quartier sont organisés pour célébrer la diversité et encourager le dialogue interculturel, renforçant ainsi le sentiment d'appartenance à une communauté unie.

Le numérique doit être un vecteur de lien social et non un outil d'isolement

Elliot LEPERS

Elliot Lepers est un activiste écologiste français et entrepreneur social, connu pour ses campagnes numériques engagées, comme « On Est Prêt » et « L'Affaire du Siècle ». Utilisant les médias sociaux pour sensibiliser aux enjeux environnementaux, il mobilise le public autour de la justice climatique et sociale. Diplômé de Sciences Po Paris, il combine créativité numérique et action citoyenne pour promouvoir une transition écologique et inclusive.



Agence Jaam : Vous êtes à l'origine de nombreuses campagnes en particulier pour des ONG, pensez-vous que les outils numériques sont à même de recréer du lien social ?

Elliot Lepers : Les outils numériques ont autant de valeur que l'usage qu'on en fait. Certes, ils ont accéléré l'isolement et fragilisé certains liens de solidarité, mais ils sont aussi capables de reconnecter les gens et renforcer l'appartenance sociale. L'enjeu réside dans notre capacité à les maîtriser et à les transformer en biens communs au service de la société. Le risque majeur vient du fait que l'idéal d'internet est détourné par des intérêts commerciaux depuis la fin des années 2000. Retrouver notre souveraineté numérique est donc clé pour en faire un vecteur de réconciliation et non un outil de contrôle.

Avez-vous un exemple de campagne que vous avez menée et qui a débouché sur une mobilisation physique ?

En 2018, la COP24 en Pologne devait faire le bilan de l'Accord de Paris. Un bilan qui promettait d'être catastrophique, menaçant de plomber la mobilisation pour le climat. Il nous est apparu crucial de construire un récit qui inspire l'action plutôt que la résignation, pour préserver l'espoir initié par la COP21 en 2015. Nous avons alors lancé « OnEstPrêt » : pendant un mois, une centaine de personnalités issues du monde de la culture, du sport ou encore des créateurs et créatrices de contenus, se sont engagées à mobiliser leurs communautés autour d'un défi écologique par jour, jusqu'à signer l'Affaire du Siècle, pétition record en soutien à la plainte contre l'État pour inaction en matière de lutte contre le réchauffement climatique. En parallèle, la démission surprise du ministre de la Transition écologique fin août de cette

année a marqué un tournant, matérialisant l'inaction des pouvoirs publics et déclenchant une mobilisation massive : dans les semaines suivantes, 4 marches pour le climat allaient rassembler des dizaines de milliers de personnes.

Cette dynamique a fait émerger une « génération climat » et a placé l'écologie durablement dans les priorités des Françaises et des Français. Mais elle a également très vite été contredite par un mouvement de rejet des politiques fiscales injustes, en particulier les Gilets jaunes. Ces deux mouvements ont fait la démonstration qu'il n'y a pas de politique écologiste sans justice sociale.

« Retrouver notre souveraineté numérique »

Comment peut-on encourager des espaces de dialogue entre des citoyens aux opinions divergentes pour désamorcer les tensions ?

Nous vivons une crise de la conversation. À la télévision, notre expérience du conflit se résume à une succession de clashes. Les réseaux sociaux entretiennent des biais algorithmiques qui amplifient la colère et la désinformation. Dans l'intime, cela se traduit par une raréfaction des échanges et une forme de repli.

On a tendance à diaboliser le conflit, donc on peine à composer avec les différences. Le conflit est au contraire une chance immense si on l'accepte. La colère est une transformation émotionnelle de la peur. Souvent, comprendre d'où vient la peur est bien plus fertile que de vouloir s'opposer à la colère.

Le philosophe Habermas voyait la communication comme la base de l'émancipation, une

façon d'établir une société équilibrée. Ce qui nous manque, ce sont des espaces politiques qui accueillent le désaccord, l'altérité et la complexité. Cela signifie des espaces où l'intime et la vulnérabilité ont une valeur.

« Souvent, comprendre d'où vient la peur est bien plus fertile que de vouloir s'opposer à la colère »

Croyez-vous que ces actions peuvent faire reculer les idées d'extrême droite ?

Il n'existe pas de solution miracle pour contrer les idées d'extrême droite. Le vote d'extrême droite devient un signal de reconnaissance, voire de revanche une affirmation de dignité plus qu'une adhésion idéologique.

Mais rien ne serait possible sans un profond sentiment de perte de contrôle d'un côté, et de marginalisation de l'autre. La gauche et les écologistes luttent au quotidien pour reprendre du terrain aux lobbies, à la concentration des médias, aux dénis de démocratie, mais les marges de succès sont très limitées. En revanche, notre projet politique est aujourd'hui celui qui génère le plus d'inquiétude. Cela devrait être notre obsession : garantir un avenir dans lequel chacun trouve sa place.

Consulter pour changer

Emmanuel RIVIERE

Emmanuel Rivière est politologue, ancien directeur international pour les Études politiques de l'Institut de sondage Kantar Public et ancien Directeur Associé de l'Agence Grand Public, Vice-Président de la Maison de l'Europe de Paris, Membre du Comité scientifique du Think tank EuropaNova et Enseignant à Sciences Po et Paris I.



Agence Jaam : Vous avez consacré votre carrière à travailler sur l'opinion publique, d'abord dans un institut de sondage puis dans une agence de concertation. Quels sont les différences et les points communs entre ces deux mondes ?

Emmanuel Rivière : Il y a une vraie continuité parce que finalement sonder, faire des sondages, faire du quali, tendre le micro relève un peu de la même volonté que celle d'un élu, d'un décideur, qui souhaite s'assurer que le contrat démocratique qui a été noué à un moment est toujours en place. Pour cela, il faut comprendre ce que veut le corps social et lui permettre de s'exprimer sur les enjeux à venir.

Après, il y a une vraie différence entre ces exercices. Dans l'un on écoute, regarde, analyse, mais avec des individus sondés qui se contentent de livrer ce qu'ils ont à dire, souvent dans l'espoir que ça serve, mais sans garantie. Dans le second, les personnes interrogées rentrent vraiment dans un dialogue avec ceux qui les sondent.

« C'est en France que le discrédit du politique est le plus accentué »

C'est particulièrement important en France qui est l'un des pays où le discrédit du politique est le plus accentué. Cela vient particulièrement du fait que des gens se sentent négligés, voire méprisés par les dirigeants et qui ont le sentiment que ceux qui décident en haut lieu, au mieux, ne les connaissent pas, ou pire, les connaissent, mais ne comprennent pas la vie qu'ils mènent et prennent des décisions qui leur font mal. Donc ce sentiment à la fois de manque de considération, voire de mépris, on l'entend dans des entretiens. Une des

raisons d'ailleurs pour lesquelles les collectivités locales y échappent, c'est qu'ils ont malgré tout des modes d'action, de contact, d'interaction je dirais, qui maintiennent un sentiment de proximité bien supérieur qu'à l'échelon national.

Et ces opérations de consultation et de dialogue, permettent-elles vraiment de recréer du lien social ?

Oui, évidemment, mais à plusieurs conditions. D'une part à la condition express qu'on aille vraiment chercher ces gens qui ne sont jamais entendus. Si on ne fait pas un effort colossal pour aller les chercher, on se retrouve dans des réunions où il n'y a pas grand monde et toujours les mêmes. Il faut surtout les convaincre qu'on va vraiment leur donner la parole et non pas leur délivrer un message. Puis c'est vrai qu'il y a un enjeu de communication spécifique aussi, c'est qu'il faut le faire savoir, c'est-à-dire qu'il faut que les gens se disent oui, il s'est passé là quelque chose qui s'est fait un peu en mon nom. Qu'ils se disent « cette fois, j'ai été entendu. » Ce sont des opérations qui doivent être fortement accompagnées par tous les relais de communication dont disposent les collectivités locales. Et ça à la fois avant pour solliciter l'engagement et après pour valoriser le fait que ça a eu un effet politique.

Doit-on en conclure que la clef du succès c'est qu'il y ait des effets concrets ?

En fait, il est effectivement très important que ce type d'opération ait des effets. Il y a d'ailleurs un phénomène que j'ai à chaque fois observé qui est très intéressant, c'est que les mêmes gens, qui dans un contexte sondagé vont avoir une attitude extrêmement critique, un peu grinçante parfois, vont, dans le cadre d'une consultation, si elle est prise au sérieux, complètement changer de posture.

Donc on voit bien que ce qui est important c'est non seulement de donner la parole, mais surtout de donner un rôle.

Et donner un rôle aux citoyens cela relève surtout des pouvoirs publics ?

Absolument, ceux qui conduisent ces opérations doivent aussi changer. J'ai pu l'observer, là où ça a un impact, c'est quand les décideurs ont vraiment envie de changer. Quand ils considèrent qu'il y a un problème, ça, c'est une des clés de la réussite. J'ai vu mille fois des décideurs de tous niveaux conduire des enquêtes en espérant au fond y trouver la confirmation de ce qu'ils ont toujours pensé et en s'interrogeant sur la manière dont l'enquête va les aider à convaincre les gens. Dans ce cas-là, c'est de la perte de temps et d'argent, autant ne rien faire. C'est peut-être un autre modèle de leadership, mais moi en tant que praticien, il ne m'intéresse pas. Faire bouger les lignes, c'est d'abord sur l'échelon décisionnel qui doit finalement s'approprier aussi une responsabilité.

C'est-à-dire ?

Les décideurs ont une part de responsabilité dans le divorce entre les élites, pour le dire de manière un peu caricaturale, et les citoyens. Je ne sais pas si je suis hors sujet, mais je le dis quand même, moi je suis assez fatigué de constater que maintenant il n'y a plus un responsable politique de haut rang qui ne disserte pas sur la crise démocratique, la fatigue des citoyens. J'ai envie de dire à chaque fois, mais du coup qu'est-ce que vous avez changé vous ? Parce qu'au fond, on l'entend de la bouche de gens qui font de la politique de la même manière depuis qu'ils font de la politique. Or la première conclusion qu'on doit tenir d'un tel constat, c'est qu'il y a quelque chose qui ne va pas dans la manière de faire de la politique.

“Passer à l’Action” ▶



Helsinki Hub on Emotions, Populism & Polarisation
- Logotype

FORCALQUIER

Des ateliers au cœur du quartier

Le projet *Graines de Savoirs* à Forcalquier propose des ateliers d'éducation populaire. Ces ateliers offrent aux habitants des activités artistiques, éducatives et pratiques pour les aider à s'organiser localement. **L'objectif est d'améliorer la qualité de vie tout en renforçant la solidarité de quartier.** Les ateliers créent des espaces d'échange pour développer des compétences pratiques et encourager l'engagement communautaire. *Graines de Savoirs* contribue à la cohésion sociale et réduit l'isolement ressenti dans les quartiers urbains. En impliquant les habitants, l'initiative aide aussi à **réduire l'influence des discours populistes en misant sur la coopération et la solidarité.**

Les ateliers sont accessibles directement dans les quartiers, facilitant ainsi la participation des habitants. Les thèmes abordés varient entre arts et compétences pratiques, encourageant la participation de toute la communauté. En parallèle, *Graines de Savoirs* utilise les réseaux sociaux pour promouvoir les activités et attirer plus de participants. Ce dispositif permet de toucher un public plus large et de renforcer l'impact de l'initiative.

Des événements de quartier, comme des expositions et des fêtes locales, sont régulièrement organisés pour célébrer les réalisations des habitants et renforcer les liens sociaux.

HELSINKI

Le savoir face à l'intolérance

L'Université d'Helsinki possède un programme qui combat la montée des extrêmes grâce à des conférences : *Hub on Emotions, Populism, and Polarisation* (HEPPSinki). Dans la continuité de ce programme, l'université a lancé avec la ville une campagne « *Helsinki Acts for Tolerance* », qui vise à impliquer pleinement les citoyens dans la lutte contre la radicalisation, les discours populistes et l'intolérance. Ce projet est un appel à la mobilisation collective pour promouvoir des valeurs de tolérance, de respect et de diversité. Il encourage à la fois des actions concrètes au niveau local et une sensibilisation plus large sur les risques liés à l'extrémisme. Cette campagne repose en partie sur des projets collaboratifs organisés dans les différents quartiers de la ville. **Des événements culturels variés, des débats publics et des ateliers communautaires sont mis en place pour permettre aux citoyens de s'exprimer, d'échanger leurs idées et de discuter des enjeux liés à la montée des extrêmes.** L'objectif est de donner aux habitants les moyens d'agir ensemble pour protéger la tolérance et favoriser la cohésion sociale. En participant activement à ces initiatives, chacun peut contribuer à la préservation des valeurs démocratiques et à la lutte contre la marginalisation.

Parallèlement, « *Helsinki Acts for Tolerance* » mène des campagnes de sensibilisation à plus grande échelle. Ces campagnes visent à informer, mobiliser et engager un public diversifié, afin de renforcer l'unité et la solidarité dans la lutte contre toutes formes d'intolérance.

SAINT-DENIS

Libérer la parole

La ville de Saint-Denis a lancé ce dispositif pour permettre des échanges sur des sujets sensibles tels que la montée des populismes et les discriminations. Cette campagne encourage les citoyens à s'engager activement dans la lutte contre les discours extrémistes et à défendre les valeurs de tolérance. L'un des axes principaux de la campagne repose sur l'organisation d'événements publics et de débats. **Des forums sont tenus dans les quartiers pour promouvoir le dialogue entre les citoyens, les élus et les associations locales.** Ces événements permettent à chacun d'exprimer ses points de vue et de réfléchir ensemble à des solutions concrètes. Ils sont largement diffusés par des affiches, des flyers distribués dans les boîtes aux lettres et relayés sur les réseaux sociaux de la ville, garantissant une large participation. Un autre volet clé de « *Paroles Citoyennes* » est constitué par les ateliers gratuits, conçus pour sensibiliser la population à la manipulation politique et aux fake news. Animés par des intervenants spécialisés, ces ateliers utilisent des supports numériques interactifs pour éduquer les habitants aux dangers de la désinformation et développer leur esprit critique face aux discours populistes. Grâce à ces actions, Saint-Denis favorise une mobilisation collective contre l'extrémisme et encourage un dialogue inclusif et constructif. Cette initiative renforce la participation citoyenne et contribue à créer une communauté plus solidaire et résiliente.

GENNEVILLIERS

Un nouvel art de vivre populaire

La ville de Gennevilliers a lancé une initiative visant à mobiliser ses citoyens. Pendant 16 mois, ils ont vécu au rythme de rencontres, d'échanges et de débats pour co-construire ensemble leur ville de demain. Une ville de la transition écologique, une ville attractive et dynamique, une ville de toutes les solidarités, une ville d'éducation et d'émancipation, une ville de créativité citoyenne, une ville qui défend et soutien un service public de qualité pour toutes et tous. Plusieurs leviers de communication sont utilisés pour encourager l'implication des citoyens. Parmi eux, des réunions publiques et des débats citoyens ont été organisés dans les quartiers. Ces forums offrent aux habitants un espace pour discuter de la montée des extrêmes et échanger des idées pour renforcer la solidarité locale et le lien social. **Dans le cadre du dispositif, des rencontres autour de l'éducation civique ont également été mises en place pour permettre de sensibiliser les jeunes à la citoyenneté, au vivre-ensemble et aux dangers des idéologies d'extrêmes.** L'objectif de cette initiative est que chacun des citoyens puissent s'exprimer et agir collectivement, pour co-construire leur ville au quotidien.

Sur l'installation de la 5G à Paris

Diana FILIPPOVA

Diana Filippova est auteure, entrepreneuse et spécialiste des questions politiques et technologiques. Impliquée dans le milieu du numérique et la transformation sociale, elle a cofondé le mouvement citoyen Place publique pour favoriser l'engagement citoyen et à travaillé 3 ans comme conseillère spéciale de la Mairie de Paris en charge, entre autre, de l'innovation et du numérique.



Agence Jaam : Vous avez mené des politiques de consultation autour de grands projets. Les consultations sont-elles encore un outil pertinent ?

Diana Filippova : Après les épisodes du grand débat national et ceux des cahiers de doléances post gilet jaune, s'est installée une méfiance généralisée des citoyens face à la démocratie participative. Il y a quelques années, c'était considéré comme une nouvelle façon de reconnecter les politiques publiques et les citoyens et puis ça a été vécu comme une instrumentalisation pour justifier des mesures qui n'ont rien à voir. Pour autant, quand c'est bien mené, ça reste un outil pertinent, la ville de Paris en a fait la démonstration.

« Il n'avait pas prévu qu'il y aurait une opposition très massive de la part des citoyens. »

Vous avez un exemple en particulier ? Je crois que vous avez travaillé entre autres à l'installation de la 5G à Paris ?

En effet, c'est le premier projet sur lequel j'ai dû travailler en 2020. À ce moment-là, il avait été déjà décidé par l'État qu'il y aurait un déploiement massif de la 5G dans les villes, sauf qu'il n'avait pas prévu qu'au moment où il allait y avoir une installation d'antenne par les opérateurs, il y aurait une opposition très massive de la part des citoyens.

Quel genre d'opposition ?

De toutes sortes, il y avait des inquiétudes sanitaires mais aussi un refus de la connexion permanente. Donc, dès l'annonce de l'arrivée de la 5G, des collectifs citoyens et des

associations se sont mobilisés pour demander aux villes de bloquer l'arrivée de la 5G. Des propositions très vite relayées par l'opposition mais aussi par une partie de notre majorité.

On a alors décidé de lancer une consultation avec une agence dont c'était la spécialité. Pas du tout pour passer en force ou pour rendre acceptable une décision déjà prise, mais plutôt pour trouver un chemin ensemble. On a mis en place une consultation avec une plateforme, des ateliers, des groupes de travail, à partir d'un panel d'un peu plus de 100 citoyens. Tout se faisait les samedis et en soirées pour que tout le monde puisse y participer et tournait autour de questions structurantes : quel est l'impact sur la santé ? Qu'est-ce qu'il faudrait mettre en place pour que la 5G n'ait pas d'accélération technologique ? Comment faire pour que la 5G n'ait pas d'influence sur notre consommation d'électricité, sur la surutilisation des matières premières et des terres vertes ? Etc...

Pour chaque question, nous proposons des réponses qui étaient soumises au vote. Beaucoup des pistes retenues avaient été déjà proposées mais on a aussi eu des propositions nouvelles.

De cela est sortie une charte de la 5G. La question du risque pour la santé était la plus délicate parce qu'à ce moment là on manquait vraiment de retour d'expérience. On a donc, dans le volet réglementaire de la charte, décidé de limiter les expositions aux ondes de la 5G en choisissant un plafond dix fois inférieur au plafond fixé par l'Union Européenne. Un choix très conservateur qui nous a permis de lever cette inquiétude.

Le second volet, était volet d'engagement, de proposition de la part des opérateurs, à savoir : s'engager à mettre en place des filières de recyclage, faire de la formation, de

la communication, s'engager à informer les copropriétaires en cas d'installation.

« La charte de la téléphonie mobile a été signée en grandes pompes par les quatre opérateurs »

Les opérateurs ont joué le jeu ?

La consultation a permis de sortir cette charte et une fois actée, les opérateurs ont dû s'y conformer. Le processus de consultation, essentiellement parce qu'elle était publique, nous a bien aidé dans la négociation avec eux. Oui, la charte de la téléphonie mobile a été signée en grandes pompes par les quatre opérateurs.

Et au final, il n'y a pas eu de contestation citoyenne ?

Non, vraiment aucune. Paris a été l'une des villes qui a le mieux réussi cette installation. Généralement les villes n'ont soit : pas mené de consultations et décidé tout ça au sein des conseils, soit mis en place des choses trop compliquées et surtout trop longues.

L'enseignement que j'ai tiré c'est que dans le cadre d'une consultation, on doit à la fois ne pas se lancer avec des idées trop arrêtées, mais aussi être très claire sur les objectifs. Dans ce cas là, on a organisé la consultation citoyenne pour en tirer exactement le type de contenu dont on avait besoin, une fois posée, il faut qu'elle soit structurée et encadrée pour être vraiment utile et efficace.

JAAM

Qui sommes nous ?





Agence de communication responsable qui accompagne celles et ceux qui changent le monde

Née de l'union de deux agences de communication, notre mission est d'accompagner les acteurs d'un monde juste et durable. Nos champs d'action ? S'engager au service du bien commun, grâce à une communication agile, créative et qui fait sens.

Notre raison d'être : élaborer des stratégies de communication utilisant de nouveaux modes de narration ayant pour but de générer de l'engagement et de l'impact.

Notre mission : à partir de consultation citoyenne, faire changer les perceptions et les comportements à travers des outils de communication utiles, agiles et authentiques.

JAAM accompagne les collectivités territoriales, les institutions publiques, les entreprises et les ONG pour construire ensemble, un monde juste et durable.

Nos savoir-faire ▶



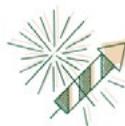
Consultation & stratégie



Identité de marque



Digital



Événementiel



Production



Influence



Strasbourg-Saint-Denis
— Campagne éducation



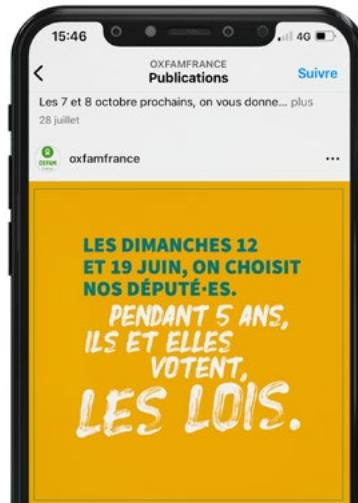
Mairie de Paris
— Campagne auprès des jeunes



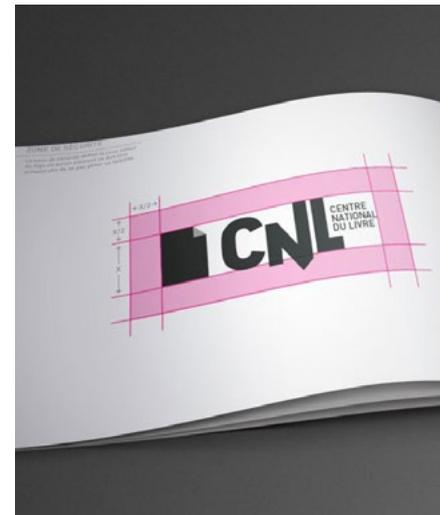
Est Ensemble
— Stratégie de communication



Métropole de Lyon
— Stratégie de communication



OXFAM/GREENPEACE
— Campagne d'appel aux votes



CNL
— Études quali/ quanti & Stratégie de marque

Adresse

115 rue du Faubourg du Temple, 75010 Paris

E-mail

contact@agence-jaam.fr