

ATTIRER LE PUBLIC – TOUCHER DES PUBLICS DIFFÉRENTS

(Traduit et publié par P Bertrand, actualisé en 2016 par l’équipe transition France)

Constatant que les réunions publiques attirent essentiellement des personnes déjà sensibilisées, proches de l’écologie et à l’aise avec les approches intellectuelles ; que même en utilisant la technique des forums ouverts (open space), il n’en sort pas toujours du concret ; nous avons défini la méthodologie suivante pour nos actions à venir.

**Objectifs :**

Attirer le public et surtout un public plus large sensibiliser à la transition

faire émerger des partenariats

Faciliter le lancement de groupes de travail thématiques

Communiquer sur la transition et notre existence

**Diversité des publics :**

Les motivations pour venir à une réunion sont très variées :

Acquérir des informations, débattre

Agir, faire ou fabriquer

Rompre l’isolement

Trouver une réponse à un besoin

La gamme des formules proposées doit pouvoir répondre à ces différentes motivations. Certains viendront parce qu’ils sont inquiets de l’avenir ou ont entendu parler de la transition, d’autres pour fabriquer un séchoir à légumes, d’autres pour trouver une solution à leurs problèmes de déplacement, etc.

Certains sont intellectuels, d’autres tournés vers l’action voire manuels.

Proposer une porte d’entrée et une place à chacun est essentielle.

En revanche, informer tout de suite sur les enjeux de l’avenir et de la transition n’est pas toujours nécessaire, il y a des personnes que ça rebute et que cela fait fuir. Ce n’est qu’une fois dans un atelier pratique ou un groupe de partage qu’elles commenceront à être ouvertes à ces questions.

**Méthodologie :**

Chaque événement ou manifestation publics devra intégrer plusieurs des axes suivants :

Un thème ou un projet très concret. Exemples : lancer un co-voiturage, diminuer sa facture énergétique, lancer une Repair café, commencer un jardin commun.

Un thème ou un projet touchant les gens de près ou répondant à un besoin, une

préoccupation, pas seulement à nos envies à nous.

Aller vers les gens plutôt qu’espérer qu’ils viendront vers nous.

Une formule conviviale et si possible originale. Ex : dégustation de produits locaux avec menus préparés par des restaurateurs, comme à Kinsale.

La possibilité d’intéresser des partenaires divers, notamment hors milieux de l’écologie (agriculteurs, entreprises, commerçants, associations culturelles ou sociales, etc.), et si possible de les impliquer en amont dans la préparation (ils servent ainsi aussi de relais dans leurs milieux respectifs).

Des formules différentes pour les approches différentes du public : conférences, ateliers pratiques, réunions thématiques plus restreintes vers les élus, les associations ou les socio-professionnels, forums ouverts, groupes de voisinage, intervention dans des manifestations d’associations ou de collectivités.

Un contenu et des outils de facilitation adaptés à chaque situation.

Inviter et communiquer sur l’événement, avant et après, dans des medias touchant des publics différents.

**Comment trouver des idées ou cibler des partenaires :**

Recenser l’existant dans sa ville, son quartier, son territoire : qui sont-ils, que font-ils ?

Ne pas penser qu’aux écologistes. Il y aussi les associations de quartier, les associations solidaires, les organisations professionnelles (union des commerçants, représentants agricoles, syndics, etc.). Et bien sûr les élus.

Se rendre sur le site du réseau Colibris, Amis de la Terre ou trouver une initiative près de vous : il fourmille d’initiatives et d’idées, on peut aussi localiser ce qui se passe près de chez soi.

Le livre « Tous éco citadins » de Terre vivante est une mine d’idées. Il existe d’autres publications semblables dans les librairies. Les livres de Rob Hopkins 21 histoires de transition et Ils changent le monde donnent les exemples concrètes.

De nombreux sites se consacrent à la permaculture, l’autonomie avec toujours des idées et réalisations dont s’inspirer.

**Communication :**

Toucher des publics variés, c’est aussi utiliser des media variés :

Presse écrite spécialisée, presse régionale, bulletin municipal

Journaux locaux s’ils existent

Radios locales, Radio Bleu

Votre blog/site/FB si vous en avez un

Sites d’informations locaux s’ils existent

Listes de diffusion, lettres d’information

Demander à d’autres structures de relayer l’info

Utiliser des personnes ou structures susceptibles de servir de relais vers d’autres milieux

**Déroulement :**

Les manifestations participatives, éventuellement en utilisant des forums ouverts ou des jeux, donnent de meilleurs résultats que des conférences-débats classiques. Nous utilisons des idées

provenant du Manuel de la transition, de notre formation à Totnes et d’ailleurs.