

## Coutances mer et bocage

### Tok Tok

## DIAGNOSTIC PARTICIPATIF ET ITINÉRANT à la rencontre des habitants du territoire



639 km<sup>2</sup> de superficie  
49 communes  
48 500 habitants  
Territoire essentiellement rural  
Commune la plus importante :  
Coutances avec 8501 hab (2017)

### L'ESSENTIEL

En septembre 2020, Coutances mer et bocage a organisé une démarche de concertation citoyenne itinérante sur son territoire : « Tok Tok, la tournée pour parler jeunesse, famille et mobilité ». La tournée Tok Tok va à la rencontre des habitants, plus particulièrement des jeunes du territoire, au moyen d'une camionnette itinérante dotée d'outils participatifs innovants et d'une équipe d'animateurs recueillant les points de vue, les besoins et les idées (loisirs, parentalité, mobilité, etc.). Suivie et partagée par les partenaires institutionnels et associatifs du territoire, l'initiative touche un grand nombre de citoyens. La démarche est menée en régie limitant les coûts pour la collectivité.

### L'ORIGINE DU PROJET

Coutances mer et bocage élabore sa Stratégie de mobilité rurale et se mobilise aussi sur son Projet éducatif social local (PESL). Pour ces deux actions, la collectivité souhaite interroger les jeunes et leur famille sur leurs besoins, leurs modes de vie, leurs envies et de façon plus détaillée sur leurs problèmes de mobilité. Elle souhaite aussi inciter les participants à devenir acteurs de leur territoire en formulant des propositions et en nourrissant les projets de la collectivité. Étant un territoire rural, Coutances mer et bocage décide « d'aller vers » les habitants, notamment les jeunes souvent « exclus » ou « s'excluant » des échanges avec la collectivité.



#### EN CHIFFRES

Durée total du diagnostic

**6 mois**

**2** chargées de projets

**3** stagiaires

Budget

**13 500 €**

# L'ACTION PAS À PAS

## Cadrer la démarche en interne

La démarche est pilotée en interne et de manière transversale par les deux cheffes de projets en charge du PESL et de la transition écologique, toutes deux rattachées à la Direction générale des services. Trois stagiaires en fin d'études master développement local, géographie sont recrutés en tant qu'animateurs afin de préparer l'enquête et réaliser cette concertation. Le projet est également suivi et partagé avec les partenaires institutionnels et associatifs du territoire.

L'action est menée en régie pour des raisons économiques tout en s'affranchissant aussi des contraintes liées aux marchés publics. La concertation est appelée Tok Tok pour faire écho à Tik-Tok, l'application vidéo très utilisée par les jeunes. Tok Tok est aussi un homonyme de l'expression toc toc utilisée pour signifier que l'on frappe à la porte.

## Définir les moyens

Coutances mer et bocage choisit de mener sa concertation en itinérance pour « aller vers » les habitants de son territoire étendu, afin de connaître les besoins pour nourrir les projets de la collectivité. Les animateurs utilisent pour l'essentiel une tente et des chaises et optent pour la location d'une camionnette pendant le mois de la concertation. Les porteurs de projet ont choisi de rendre la camionnette facilement identifiable en installant des visuels magnétiques rendant la démarche visible et attractive et suscitant aussi la curiosité. Le choix de visuels magnétiques pour l'habillage de la camionnette répondait à deux enjeux : un premier, environnemental, le visuel n'est pas éphémère et un second, prospectif, rendant possible la réutilisation de cet habillage pour d'autres projets en étant déjà bien identifié par la population.

## Créer les outils

La collectivité a conçu et créé six outils participatifs en régie que les animateurs utilisent lors des échanges avec les habitants. Le service technique de la collectivité a confectionné les outils pour un coût de 300 euros lié à l'achat des fournitures. Les outils pourront être réutilisés ensuite pour d'autres projets portés par la collectivité.

## Communiquer sur l'événement

La campagne de communication de Tok Tok est lancée au mois d'août 2020, soit un mois avant le début des rencontres avec les habitants. Une graphiste indépendante, résidant sur le territoire, s'est chargée de la création des visuels. Des affiches sont distribuées dans les commerces et les mairies, ou affichées en extérieur. La collectivité utilise aussi les cities, les écrans numériques et le site web de la Ville de Coutances. Elle relaie l'information également sur les réseaux sociaux. Les partenaires locaux sont aussi largement informés par un [communiqué de presse](#) et une conférence de presse est organisée début septembre.

## Mener la concertation

La tournée Tok Tok a lieu pendant tout le mois de septembre 2020. Les animateurs vont à la rencontre des habitants de 21 des 49 communes qui composent le territoire, avec un intérêt prononcé pour les moins de 25 ans et leur famille et les étudiants non résidents mais vivant pendant la semaine sur le territoire. Au total, 31 étapes sont effectuées dans des lieux de passage : centres bourgs, marchés, commerces, missions locales, forum des associations, maison solidarité, écoles, collèges, lycées, etc. Cette démarche itinérante a permis de rencontrer plus de 825 habitants, dont 500 jeunes de moins de 25 ans. Les habitants s'expriment librement sur les sujets qui les intéressent, mais les questions de mobilités reviennent à chaque fois comme le sujet principal des préoccupations.

## Traiter et analyser les données

Les animateurs collectent les informations données lors des échanges avec les habitants à l'aide d'une méthode inspirée de la Recherche-action : prise de notes littérale, de type verbatim et portraits d'habitants lorsque l'échange est prolongé. Ensuite, les données sont finement analysées puis recoupées avec des enseignements issus de savoirs théoriques (articles scientifiques – sociologie, psychologie sociale, géographie sociale, rapports institutionnels, retours d'expériences sur d'autres territoires).

**||** Aller à la rencontre des habitants est essentiel pour connaître leurs besoins et nourrir les projets de la collectivité. **||**

## Produire un diagnostic participatif des mobilités

Les résultats obtenus viennent alimenter et enrichir les diagnostics des deux projets, mais également des projets d'autres structures comme le centre social ou les partenaires institutionnels. Les personnes rencontrées lors des échanges sont satisfaites des outils utilisés qu'elles jugent originaux et innovants. Les jeunes les ont également appréciés car ludiques et dans l'oralité.

### Premiers résultats sur le rapport des habitants aux déplacements

- ▶ Un sentiment dominant d'insécurité routière.
- ▶ La dépendance à la voiture : entre liberté et contrainte.
- ▶ Une vision critique des alternatives à la voiture et des transports publics, un sentiment d'isolement et d'éloignement pour les personnes sans voiture ou sans permis.

Retrouvez la [présentation de Tok Tok](#) lors de la formation IDEALCO

## LES 6 OUTILS de la concertation

**Le porteur de parole :** utilisation d'une phrase volontaire polémique pour susciter la réaction des passants. « La campagne, c'est mort » ; « Ça craint ici ! » ; « Les jeunes sont des fainéants, ils ne bougent jamais ». Le but est de recueillir des avis et des témoignages sur un sujet provocateur et ensuite d'interroger et de débattre avec les habitants.

**Le « jeu de pomme » :** jeu de société maison autour de questions en lien avec toutes les thématiques pour connaître les habitudes, les problèmes et les priorités des citoyens. Il est plus adapté aux adultes et aux familles qu'aux jeunes et permet d'approfondir les échanges.

**Le photolangage :** utilisation d'une image symbolisant la réponse à une question. « Choisissez une image qui évoque ce que vous n'aimez pas dans votre commune ? » ; « Choisissez une image qui évoque vos déplacements actuellement. Prenez-en une autre qui représente votre mobilité idéale ». Cet outil capte les représentations et les perceptions des habitants.

**La CartaMob :** outil cartographique pour représenter les difficultés et opportunités autour de la mobilité (route dangereuse, itinéraire, besoins de services ...). Les participants sont invités à représenter par des couleurs les axes difficiles pour circuler, les besoins en équipement pour favoriser les déplacements.

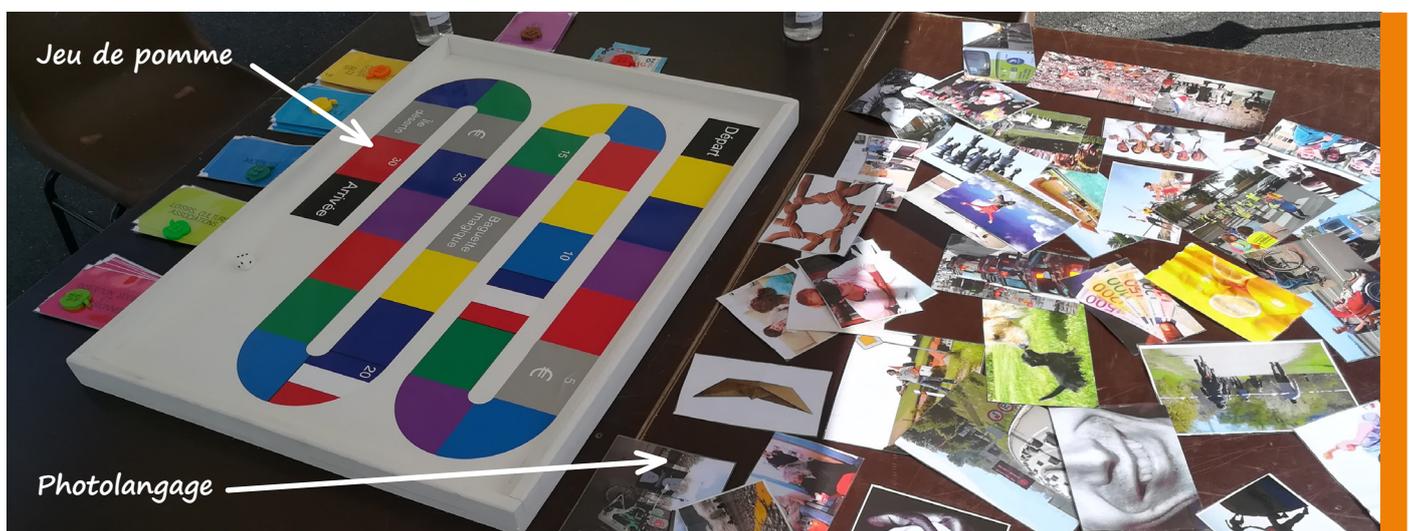
**La rivière du doute :** pour débattre en groupe et connaître les avis d'un groupe de personnes par rapport à un sujet donné. Exemples d'affirmations clivantes : « Ado : parents-taxi ? » ; « Si les jeunes voulaient vraiment trouver du travail, ils en trouveraient sur le territoire. » ; « Coutances mer et bocage : Terre de vieux ? » ; « Sans voiture, on ne peut rien faire ». Les participants sont invités à se positionner après chaque question sur l'une des deux rives de la rivière imaginaire symbolisant le « pour » et le « contre ».

**L'arbre à expressions :** identification des idées phares et des propositions d'actions. À l'aide de post-it de couleur, les personnes sont invitées à exprimer leurs idées. L'outil est particulièrement adapté aux jeunes et aux personnes peu à l'aise avec l'échange oral.



### 4 RAISONS POUR AGIR

- 1 Aller à la rencontre des habitants pour recueillir leurs avis.
- 2 Identifier les besoins des habitants du territoire.
- 3 Alimenter le diagnostic participatif du projet éducatif social local.
- 4 Faire contribuer les jeunes à la stratégie de mobilité rurale.



## POINTS DE VIGILANCE

- ▶ Les outils numériques ont été exclus car ils ne favorisent pas la participation des jeunes et des personnes en grande précarité.
- ▶ La tournée est menée pendant tout le mois de septembre 2020, après les élections pour ne pas en faire un objet de campagne électorale.

## SOLUTIONS DE MOBILITÉ identifiées

- ▶ Pratique du vélo durable et sécurisée : un enjeu de déplacement local fortement exprimé.
- ▶ Location de vélos à assistance électrique.
- ▶ Ouverture des bus scolaires à tous les publics.
- ▶ Utilisation des minibus plutôt que des grands cars vides.
- ▶ Essor du covoiturage entre parents.
- ▶ Mise en place d'un système d'autostop organisé (type rézopouce), déjà pratiqué par les jeunes.
- ▶ Rétablissement des services de proximité, services ambulants en lien avec le PLUI et l'aménagement urbain - commerces, soins.

## PERSPECTIVES

Ce diagnostic participatif vient conforter l'étude de mobilité classique. La dimension « démobilité » et l'attachement à la proximité mis en valeur dans la démarche Tok Tok semble être un angle mort des études de mobilité classiques ? - Cette approche qualitative contribuera à l'élaboration du plan d'actions.

## UN DOCUMENT pour la route !



### La mobilité des jeunes dans un territoire rural

Laboratoire de la mobilité inclusive, 2020

Synthèse de l'enquête réalisée auprès des habitants d'un village Vosgien pour mieux comprendre les difficultés de déplacements des jeunes.

## CONTACTS

**Clara OSADTCHY**, Cheffe de projet Transition écologique  
Tél. : 02 31 67 14 76 / 06 02 59 68 49  
[c.osadtchy@communaute-coutances.fr](mailto:c.osadtchy@communaute-coutances.fr)

**Caroline BREILLAT**, Coord. Projet Éducatif Social Local  
[c.breillat@communaute-coutances.fr](mailto:c.breillat@communaute-coutances.fr) Tél. : 02 33 76 55 86

Communauté de communes de Coutances mer et bocage  
Hôtel de Ville - 50207 Coutances

Cette fiche de la collection "Retours d'expériences : des actions pour s'inspirer !" est une publication de l'Agence Normande de la Biodiversité et du Développement Durable septembre 2021

Rédaction/Mise en page : Catherine LARINIER (ANBDD)

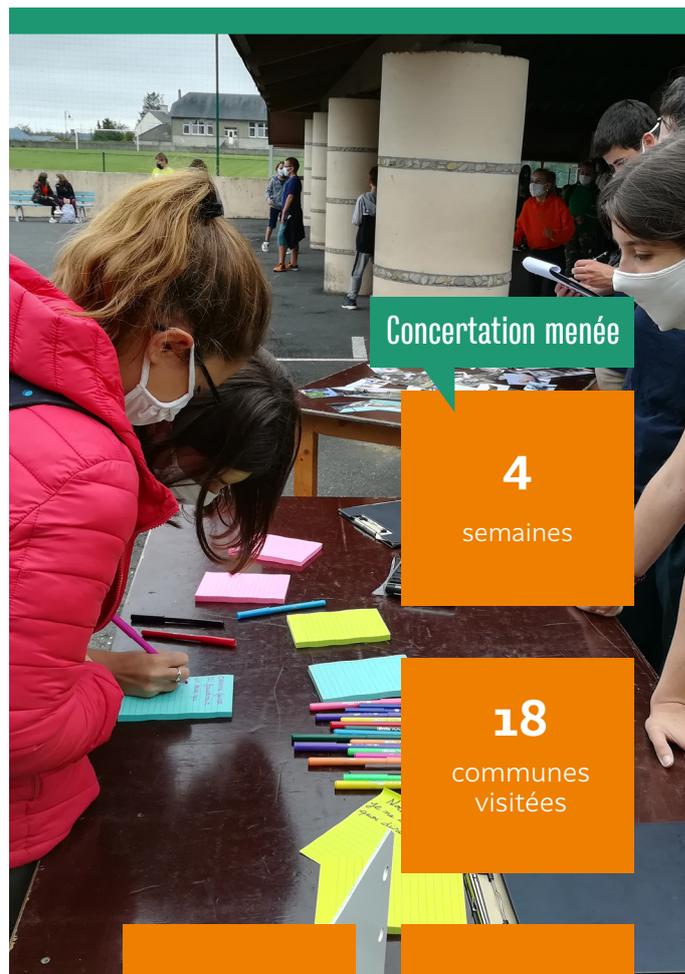
Relecture : Séverine HARDY, Anne-Sophie DE BESSES (ANBDD)

Photos : Communauté des communes Coutances mer et bocage

ANBDD - Site de Rouen : Atrium, 115, bd de l'Europe 76100 ROUEN

Site de Caen : Citis - Pentacle, 5 Avenue Tsukuba, 14200 Hérouville St Clair - [www.anbdd.fr](http://www.anbdd.fr)

Contact : Anne-Sophie DE BESSES - mail : [as.debesses@anbdd.fr](mailto:as.debesses@anbdd.fr) - Tél. : 02 35 15 78 13



Concertation menée

4

semaines

18

communes  
visitées

825

visiteurs

31

étapes ou arrêts  
dans l'espace  
public

## LE PROJET récompensé

Coutances mer et bocage est lauréate du [Grand Prix Cap'Com 2020](#) pour sa campagne Tok Tok dans la catégorie Communication citoyenne. Le Grand Prix Cap'Com récompense chaque année les campagnes de communication des collectivités locales, institutions publiques et associations. Au-delà de la reconnaissance de la qualité du travail des professionnels de la communication publique et territoriale, le Grand Prix Cap'Com est un véritable observatoire des tendances du secteur.

## FINANCEMENTS



## PARTENARIAT

