

Louis Simard  
Université d'Ottawa

***La professionnalisation  
de la participation  
publique : quelques  
repères***

***Les professionnel(le)s de la  
participation publique : un  
nouveau métier ?***

VRM-OCPM-IAP2

Montréal, 19-20 novembre 2015

---

# Introduction : la professionnalisation

- *Acceptabilité sociale* : la pointe de l'iceberg et....  
l'**institutionnalisation** de la participation publique
- Invitation à déplacer le regard sur les **dispositifs** pour le porter sur les **acteurs**
- **Professionnalisation**, une question de degrés : profession, groupes professionnels, « occupations », métiers...
  - Formalisation des savoirs;
  - Mise en place de formations, organisations/associations;
  - Création de guides, de codes, de principes, de pratiques normalisées;
  - Obtention d'un monopole légal;
  - Obtention de protections diverses et variées;
  - Légitimité, autonomie et identité...

# Les professionnel(le)s de la PP : qui sont-ils?

- **Définition** : individus qui travaillent dans les secteurs public, privé ou communautaire dont les principales activités consistent à concevoir (design), mettre en oeuvre, faciliter et évaluer les activités participatives au sens large (Chilvers, 2008). Experts des dispositifs et intermédiaires entre les différentes parties prenantes (Chilvers 2008 b)
- Origines, parcours et domaines de pratiques **diversifiés**, champ de pratiques **fragmenté**

### Orchestrateurs

Commanditaires,  
promoteurs, organisateurs,  
décideurs des principes  
directeurs

### Praticiens

Concepteurs(design),  
facilitateurs,  
rapporteurs des dispositifs,  
évaluateurs

### Coordonnateurs

« Réseauteurs »,  
agents de renforcement  
des capacités,  
formateurs,  
développeurs de la  
profession

### Analystes

Chercheurs,  
théoriciens,  
évaluateurs

# Les professionnel(le)s de la PP : où sont-ils (firmes privées)?

- Deux grandes catégories de firmes : très petite/petite entreprise (63 %) et grande entreprise (15 %)
- Proportion significative de firmes récentes (35 %)
- 2/3 des firmes principalement dans les secteurs de l'environnement ou des communications
- Nombre significatif de firmes spécialisées en PP (15 %)
- Échelles : des firmes qui opèrent aussi au Canada et à l'international mais la PP demeure très québécoise
- Clients : 50 % secteur public (municipalités/MRC, 21 %, secteur privé 21 %, OBNL 17 %)

# Les professionnel(le)s de la PP : que font-ils (firmes privées)?

- Les types de services

1. Lobbying et représentation
2. Conseil, communication et information
3. Consultation, concertation et co-construction
4. Gestion de crise, médiation, négociation
5. Formation et développement des capacités à l'interne
6. Établissement et entretien des relations externes (long terme)

- Est-ce que l'ensemble de ces services sont compatibles au sein d'une même forme?

# Conclusion : quelques enjeux

- Pratiques et dispositifs : standardisation vs diversité/flexibilité
- Faire ou faire faire ( PP une activité de nature particulière) : organisation intégrée vs organisation spécialisée
- Autonomie et influence : taille du marché VS prestance des promoteurs
- La professionnalisation à quelle fin ?  
démocratie (neutralité) vs faire accepter (client)