



Mobilisation du public

Mise à jour : Juin 2005

1

De quoi s'agit-il ?

Quelques définitions éclairantes du verbe « mobiliser » :

- En droit : rendre meuble, c'est-à-dire qui peut être déplacé (par opposition à immeuble),
- En médecine : faire bouger (une articulation) pour la rééduquer,
- Recourir à : « mobiliser les partenaires sociaux »,
- Sensibiliser : « mobiliser l'opinion ».

La mobilisation du public comporte donc plusieurs étapes, en amont des actions de formation :

- Dans un premier temps, identifier les caractéristiques des bénéficiaires potentiels d'une formation, puis les repérer,
- Sensibiliser ces personnes : les rendre attentives à nos propositions en communiquant de façon pertinente (fonds et forme),
- Faire bouger ces personnes : favoriser leur envie d'explorer, de rencontrer, de questionner..., de se mettre en mouvement.

Pour mobiliser des personnes, il faut se rappeler :

- **Les éléments de blocage** vis à vis de la formation chez un certain nombre d'agriculteurs : le manque de temps, un complexe par rapport à leur niveau de formation et à leur capacité à « intellectualiser », l'angoisse vis à vis des papiers, le sentiment de rejet (ou le rejet explicite) par les agriculteurs de la commune ou le groupe professionnel local, le manque de reconnaissance chez certaines femmes.
- **Les éléments de motivation** : chez tous les agriculteurs, l'envie d'apprendre sur des sujets concrets d'où l'intérêt des visites de terrain et des échanges de pratiques ; la passion pour la technique chez certains, pour les relations au vivant chez d'autres, en particulier les femmes : « prendre soin des plantes et des animaux » ; le besoin de se valoriser en parlant de leurs savoir-faire liés aux métiers du vivant.

Pour augmenter le nombre de bénéficiaires de formation, ces éléments incitent à :

- Rechercher des objets communs tout en diversifiant les situations de formation. Il est donc intéressant d'envisager les actions de formation autour de sujets concrets, proches des préoccupations spécifiques de chaque agricultrice et agriculteur,
- Laisser du temps à l'échange et à la discussion ; dans certains cas, réunir des agriculteurs qui ne se connaissent pas afin de dépasser les préjugés et les jugements de personnes. Parfois, le groupe peut construire de nouvelles normes.

Quand l'utiliser ?

En amont de l'action de formation, il est nécessaire de conjuguer écoute, analyse des besoins et mobilisation.

Pour être accepté, un parcours de formation doit être co-construit avec les agriculteurs en amont, et accompagné.

Les entretiens confirment que les agriculteurs fragilisés ont une image dévalorisée de la formation : scolaire, loin du vécu, contraignante... Ils craignent aussi de ne pas se sentir à l'aise en collectif, de ne pas comprendre.

Mobiliser ces agriculteurs, c'est leur permettre de reprendre confiance : la formation doit donc avoir un sens pour eux, par rapport à leurs préoccupations, leurs représentations du métier. Le métier peut être une « accroche » motivante et les échanges d'expériences entre pairs le mettent en valeur.

méthodes

Fiche



Mobilisation du public

2

Mais il est aussi important de favoriser l'ouverture sur l'extérieur afin de faire évoluer les représentations, d'aider à se situer dans un environnement socioprofessionnel peu connu. Le rapport au temps et au travail est également un enjeu pour gérer l'évolution du métier et le développement des compétences.

Les résultats attendus

Mieux mobiliser le public bénéficiaire potentiel d'une action de formation, c'est améliorer l'accès à la formation des agricultrices et agriculteurs, c'est leur fournir des moyens d'accompagnement du changement, de leurs projets. Une meilleure mobilisation des agriculteurs entraînera aussi une économie de moyens et d'énergie, car les projets de formation seront moins souvent annulés.

Pour les agricultrices et les agriculteurs fragilisés, mettre en œuvre des modalités de mobilisation adaptées permet de les aider à sortir du processus de fragilisation dans lesquels ils sont enfermés : c'est leur « tendre la main », leur donner une opportunité de rebondir. L'analyse du rapport au savoir montre que la formation peut jouer un rôle pour limiter le processus de fragilisation (voire l'arrêter) en rompant le processus d'isolement qui en découle : la formation, par sa dimension collective, permet des échanges et favorise les liens entre les agriculteurs d'un même territoire ou des liens entre des personnes qui partagent des préoccupations communes. Le groupe permet de trouver du soutien et crée un sentiment d'appartenance. La dynamique du groupe, sa tolérance et sa capacité à produire des normes, à échanger sur ses pratiques, sont essentielles pour des personnes qui se sentent fragilisées.

Méthodes et outils

Conjuguer les moyens :

- **Développer des partenariats** : faire alliance avec d'autres organismes pertinents par rapport au projet, à la connaissance du public... pour mobiliser ; s'appuyer sur les réseaux existants (au niveau du territoire, d'une filière, ...) à condition de les impliquer dans le projet (appropriation des enjeux, diagnostic partagé...),
- Conjuguer mobilisation et analyse des besoins : envisager **des formes de restitution de l'analyse des besoins** appropriées au public enquêté, partenariat d'organismes avec répartition des rôles,...
- Associer les futurs bénéficiaires à l'élaboration de l'action,
- S'assurer de la crédibilité et de la légitimité de l'organisme promoteur de l'action aux yeux du public,
- Tenir compte de la disponibilité des personnes : durée de l'action de formation, durée d'une journée de formation et période des formations,
- Favoriser la proximité géographique de la formation,
- Identifier la place de la formation par rapport aux autres actions proposées dans le dispositif d'accompagnement,
- Travailler la qualité de l'argumentaire de mobilisation du public : promouvoir la formation dans le cadre du projet qu'elle accompagne, préciser les enjeux du public auquel elle est censée répondre, se centrer sur les personnes, leurs besoins, leurs questions ; trouver un titre accrocheur,...
- Préciser le public visé par l'action de formation (d'autant plus que cibler le public permet de s'interroger sur ses besoins et pratiques) : repérer les publics les plus faciles à mobiliser pour expérimenter l'action de formation,
- Comblent le besoin d'interaction interpersonnelle exprimé par les participants potentiels (source de motivation personnelle et de confiance accordée à l'organisme de formation) : combiner communication écrite et orale,
- Créer les conditions d'un échange direct et personnalisé pour promouvoir l'action : par le biais de relais locaux, dans le cadre de réunions collectives organisées par des partenaires...

méthodes

Fiche



Mobilisation du public

3

Conditions de réussite

- Communiquer sur l'action en conjuguant différentes formes : écrites, orales, en reprenant les paroles prononcées par les agriculteurs dans la phase d'écoute et d'analyse des besoins, en favorisant le désir d'en savoir plus à travers un titre accrocheur,
- Inventer des modalités de mise en mouvement des personnes : une journée sur du « concret », un bilan à chaud de la formation pour s'engager sur autre chose,...
- Varier les modes de formation et les modalités pédagogiques proposés.

Ressources complémentaires à la lecture de cette fiche :

- Fiche Méthodes Kaléinove : « Analyse des besoins »
- Fiche Méthodes Kaléinove : « Ecoute active »
- Fiche Méthodes Kaléinove : « Conduite d'entretien individuel »

