



**Mobiliser,
c'est donner envie
de participer**



- **2mn pour réfléchir individuellement :**
- Comment je veux être quand je mobilise le public ?
- Qu'est-ce qui est important pour moi dans la mobilisation ?

- *Mobiliser : Pourquoi ?*
- *Mobiliser : de quoi s'agit-il ?*
- *Comment s'y prendre pour réussir ?*

Les plus-values de la mobilisation

Mieux mobiliser le public bénéficiaire potentiel d'une action de formation, c'est :

- améliorer l'accès à la formation des agricultrices et agriculteurs,
- leur fournir des moyens d'accompagnement du changement, de leurs projets.
- une économie de moyens et d'énergie, car les projets de formation seront moins souvent annulés.

MOBILISER, c'est ...

- **Un processus, et non une action ponctuelle**
- **Cibler, connaître puis intéresser le public**
- Conjuguer des moyens
- **Zoom sur la conduite d'un entretien**

MOBILISER, c'est un processus

Différentes actions, tout au long du projet, contribuent à la mobilisation des personnes en formation :

- **En amont du projet**

Il s'agit de savoir **à qui on s'adresse** (cibler le public) et **pour quoi faire** (ses besoins et les objectifs de la formation), et d'étudier **ce qui va pouvoir motiver les stagiaires** que ce soit sur le fond (les messages) ou sur la forme (les relais, les écrits...)

- **Avant la formation**

Il s'agit de prévoir des **moyens de mobilisation** divers et s'adressant directement aux stagiaires

MOBILISER, c'est un processus

- **Pendant la formation**

La mobilisation n'est pas terminée : il s'agit alors de leur donner envie de rester et de s'impliquer en tant qu'acteurs de la formation

- **Après la formation**

Il s'agit d'évaluer et de capitaliser pour ajuster le dispositif de formation et mobiliser de nouveaux publics

MOBILISER, c'est un processus

Tout au long de la démarche formation, il est intéressant de se poser la question suivante :

« Comment puis-je utiliser cette étape pour la mobilisation, pour leur donner envie de venir, de s'impliquer ? »

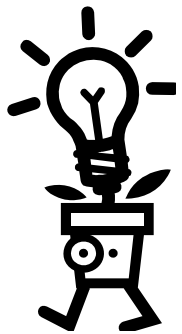
MOBILISER, c'est cibler, connaître et intéresser le public

La mobilisation du public comporte plusieurs étapes :

- **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

MOBILISER, c'est cibler et mieux connaître le public

- **Lier mobilisation et écoute des besoins** : préciser le public visé par l'action de formation permet de s'interroger sur ses besoins et pratiques
- Pour une première mise en place
 - ❖ Travailler avec des partenaires ou collègues qui connaissent bien les agriculteurs
 - ❖ Prévoir des temps d'écoute des besoins des agriculteurs
 - ❖ Associer de futurs bénéficiaires à l'élaboration de l'action
 - ❖ Repérer les publics les plus faciles à mobiliser pour expérimenter l'action de formation
- Pour le renouvellement d'une formation
 - ❖ S'assurer que le public est le même et que les besoins sont identiques



Mobiliser, c'est intéresser le public

- **Sensibiliser** ces personnes : les rendre attentives à nos propositions en communiquant de façon adaptée
- **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 ...
 - ❖ Reprendre 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 : repérer dans les paroles du public potentiel ce qui va motiver les personnes à venir, ce qui va pouvoir être utilisé pour les mobiliser
 - ❖ « Tester » son argumentaire auprès de quelques agriculteurs
 - ❖ Se poser la question : « *Le titre de mon action: il est informatif, il traduit les objectifs de l'action mais s'adresse-il aux stagiaires?* »



MOBILISER, c'est intéresser le public

Pour mobiliser des personnes, il faut se rappeler :

- **Les éléments de motivation vis-à-vis de la formation**
 - Envie d'apprendre sur des sujets concrets
 - Intérêt des visites de terrain, ...
 - Passion pour la technique, la relation au vivant

MOBILISER, c'est intéresser le public

Il faut se rappeler aussi :

■ Les éléments de blocage vis-à-vis de la formation

- Manque de temps
- Sentiment de rejet des autres agriculteurs
- Manque de reconnaissance, absence de statut
- Complexe par rapport à leur niveau de formation
- Angoisse par rapport aux papiers

MOBILISER, c'est cibler, connaître et intéresser le public

il est intéressant de se poser la question suivante :

« L'argumentaire que j'ai construit à partir de ma connaissance du public ciblé et de ses besoins,

Peut-il leur donner envie de venir, de s'impliquer ? »

« Comment puis-je m'en assurer ? »

Zoom : Conduire un entretien pour faire adhérer son interlocuteur

- ***Planter le décor***

- **Veiller à « planter le décor »** : Quels sont le contexte, les enjeux, les objectifs de la rencontre ? être à l'écoute de notre interlocuteur pour adapter le projet, ou le convaincre à tout prix du bien-fondé de ce projet ?
- Se poser la question : ***d'où part notre interlocuteur par rapport au projet concerné ?*** Souvent, il aura très peu de connaissance sur le projet ; il sera donc essentiel de partager le diagnostic déclencheur du projet avec lui, de lui préciser les finalités du projet avant de lui décrire.
- **Travailler la question de départ** : après avoir « planter le décor », réfléchir la question posée à l'interlocuteur ; si possible, tester ce début d'entretien avec des collègues.
- L'entretien gagnera à avoir lieu **très en amont de la formation** pour pouvoir donner à l'interlocuteur une place d'acteur et non de simple relais de l'information.

Conduire un entretien pour faire adhérer son interlocuteur

- ***Créer du lien***

- Rester aussi **ouvert** que possible sans se laisser enfermer par ses propres préjugés et représentations sur notre interlocuteur ou sa structure. Avoir en tête l'adage suivant : « ***Ce que je sais de lui m'empêche de le découvrir.*** »
- **Préserver un temps de prise de contact** entre les personnes avant d'entrer dans l'objet de la rencontre : prévoir un temps « mammifère » où on se frotte, on se renifle ... pour faire du lien avec la personne, pour générer de la sécurité dans la relation.
- **Etre à l'écoute de l'autre : repérer les faits vécus** exprimés par l'interlocuteur (activités, contraintes...) pour les faire préciser, expliciter. Repérer également les mots traduisant un sentiment ou une **émotion**, qui situent là où il se sent impliqué. Reformuler pour inviter la personne à approfondir. Ses centres d'intérêt et de préoccupation peuvent être des points d'ancrage pour développer son implication dans le projet de formation.

Conduire un entretien pour faire adhérer son interlocuteur

- ***Créer du lien***

- **Trouver les mots appropriés** : le choix du vocabulaire est important pour éviter d'utiliser des mots trop chargés en sens qui pourraient prêter à des interprétations ou à des biais, et masqueraient l'orientation de la question. Il est important de rester attentif à l'impact des mots utilisés sur la personne.
- **Sécuriser la personne** en répondant à ses questions.
- **Se méfier de la prise de notes** qui peut faire obstacle au contact direct avec son interlocuteur en captant notre regard vers l'écrit. Utilisée ponctuellement, elle peut néanmoins marquer la prise en compte de ce qui est dit. Il est alors important de dire à l'interlocuteur ce que l'on prend en notes et comment nous allons nous en servir.
- Une **trace écrite du projet** à partager avec l'interlocuteur peut faciliter les échanges : c'est pour lui un repère visuel qui peut faciliter sa compréhension, donc son implication.

Conduire un entretien pour faire adhérer son interlocuteur

- ***Jouer gagnant / gagnant***

- Avoir comme fil rouge de l'entretien la question : **quels intérêts** mon interlocuteur peut trouver à s'associer au projet que je lui présente ? S'il s'agit d'un **responsable professionnel**, il est intéressant d'échanger avec lui sur **ce qu'il a à gagner lui-même** en jouant ce rôle de relais, mais aussi sur **l'impact de ce projet pour l'intérêt général**.
- **Co-construire avec l'interlocuteur un argumentaire** commun pour relayer le projet, sur la base de : « *Qu'ont-ils à gagner (les publics ciblés) à participer à ce projet ?* »
- **Accepter les temps de silence** dans la conversation. Ils permettent la réflexion et sont donc nécessaires pour approfondir ce qui est dit.

MOBILISER, c'est conduire des entretiens avec des prescripteurs et avec le public

il est intéressant de se poser la question suivante :

« Quelle est la place que je réserve à mon interlocuteur dans ce projet de formation ? »

« Est-ce que je lui donne les moyens de prendre cette place ? »

- **Quelques minutes pour partager vos remarques et interrogations...**