

Le budget participatif

Objet :

Mettre en œuvre des projets d'intérêt général, imaginés par les citoyen·nes, décidés par un vote citoyen, réalisés et financés par la collectivité.

Objectifs :

- Associer les habitant·es aux projets d'intérêt général.
- Faire émerger des projets novateurs répondant aux besoins et attentes des habitant·es.

Public cible :

- L'ensemble des habitant·es du territoire.
- Possibilité de définir un public spécifique en fonction de la thématique choisie.

Fonctionnement du dispositif :

- Pas de modèle type de budget participatif. Cependant il est important de prendre en compte différents éléments.
- En moyenne, un budget participatif correspond à 5% du budget de la collectivité.

- Le recueil des idées ou projets doit être lisible et accessible (boîte à idées, plateforme numérique, etc.)
- Le vote doit être accessible, et son résultat respecté.
- L'attribution du budget concerne en général plusieurs projets.
- Les habitant·es peuvent être associé·es dans la réalisation des projets retenus.

Les étapes clefs

- Informer les habitant·es des grandes étapes (appel à projet, vote, résultats)
- S'assurer de la faisabilité technique et financière en lien avec les services concernés
- S'assurer que les projets proposés répondent bien aux contraintes du cahier des charges
- Ne pas rater le conseil municipal de validation du budget

Atouts :

Association des habitant·es aux projets du territoire.
Création d'une dynamique locale entre les habitant·es, les usager·eres, les porteur·euses de projets et la collectivité.
Production concrète qui donne confiance dans la participation citoyenne.

Limites :

Porter une vigilance quant aux actions de lobbying en s'assurant d'une diversité des publics et d'un nombre suffisant de participant·es. Les porteur·euses peuvent avoir des difficultés à s'engager durant toute la durée du projet.

Rubrique conseil :

Le délai entre la définition du budget et des objectifs, et le résultat final d'un budget participatif peut être long. Il est important de bien prendre le temps de réaliser toutes les étapes. Généralement, un budget participatif peut attendre un à deux ans avant que les réalisations se concrétisent.

Budget participatif citoyen – Ville de Rouen

Objectif pour la collectivité :

- Renouveler le dialogue démocratique.
- Favoriser l'implication directe des habitant·es dans la vie de leur cité.
- Faire émerger des projets novateurs et en lien direct avec les besoins des usager·es de l'espace public.

Calendrier :

21 mars – 13 mai 2018	<i>Dépôt des projets</i>	7 – 19 septembre 2018	<i>Votation citoyenne</i>
Mai 2018	<i>Réunion tableau des projets</i>	Fin novembre 2018	<i>Réunion de clôture</i>
Juin 2018	<i>Choix des projets à retenir</i>	Décembre 2018	<i>Conseil municipal</i>
Juin – 20 septembre 2018	<i>Instruction des projets</i>	2019 – 2021	<i>Réalisation des projets retenus</i>
Octobre 2018	<i>Promotion des projets</i>		

Les outils techniques mobilisés :



Réunion des adjoint·es de quartier, séances plénières des conseils de quartiers, réunion de l'assemblée de la vie participative

De nombreux stands et rencontres de terrain



Presse, magazine municipal, réseaux sociaux, exposition, guide, réseaux Decaux, site internet dédié à la participation citoyenne : rouensemble.fr



Difficultés et bonnes pratiques :

- Maintenir l'implication de tout·es les porteur·euses de projets pendant les trois années de réalisation.
- La mise en œuvre peut être chronophage lorsqu'on est face à un projet très novateur

Recommandations :

- Avoir une forte implication des élu·es.
- Impliquer bien en amont l'ensemble des directions et des services concernés par le projet (communication, techniques, finances, etc.)
- Réduire le temps entre le vote citoyen et la mise en œuvre des projets (3 ans est trop long).
- Développement des temps de rencontre entre les porteur·euses de projets et les habitant·es avant le vote.
- Développement d'un système de tutorat / parrainage pour aider les citoyen·nes à élaborer leurs projets. A minima, avoir un accompagnement par les technicien·nes de la collectivité.

Budget participatif citoyen édition 2019 – Ville de Paris

Budget : 10% du budget d'investissement de la Ville de Paris (plus de 100 millions d'euros en 2019)

Calendrier :

Du 7 janvier au 3 février	De mars à mai	De mars à septembre	Du 6 au 22 septembre	En décembre
Dépôts des projets ou association à des projets déjà déposés sur la plateforme en ligne dédiée.	Ateliers de co-construction de projets issus de propositions convergentes (même localisation, même thématique, ...)	Consultation libre des projets proposés pendant que les services de la Ville de Paris étudient leur faisabilité et leur coût.	Phase de vote organisée en ligne sur la plateforme dédiée ou dans des lieux de vote partout dans Paris (dans des lieux fixes ou grâce à des urnes mobiles).	Vote du budget de la Ville au Conseil de Paris permettant le financement des projets lauréats. Début de la mise en œuvre avec association des porteurs de projet.



Points faibles :

- **Cloisonnement** : manque de liens avec tout ce qui se fait par ailleurs en termes de subventions à l'investissement (FPH, Conseils de Quartiers...)
- **Détournement / Guichet** : le budget participatif a pu être instrumentalisé pour réintroduire des projets qui ne passaient pas par ailleurs
- **Morcellement** : des aménagements qui contrarient parfois une approche plus globale visant une certaine harmonie, dans les choix d'aménagement et de matériaux
- **Déconcentration** : faible ancrage territorial, à l'échelle de micro-quartiers
- **Légitimité démocratique des projets** : quelle délibération en amont de l'instruction ? Quelle modalité de sélection des projets lors du vote.

Points forts

- **Notoriété** : le budget participatif et la carte citoyenne sont les dispositifs municipaux les mieux identifiés.
- **Simplicité du dispositif** : un dispositif de non-spécialistes, qui nous contraint à nous adapter aux habitants et à tous les habitants.
- La **démocratie hors les murs** : sortir dans l'espace public et aller vers les habitants, c'est ce qui a permis d'améliorer la notoriété du dispositif au-delà des participants habituels de ces dispositifs
- La **force de la preuve** : la notoriété du dispositif se construit au travers des réalisations (enjeu de signalétique)
- Ce qui parle le plus, ce sont les projets, qui **répondent à des besoins**, qui réunissent du monde. Là-dessus, on a beaucoup progressé, en termes de diversité et de qualité des projets lauréats