

PAROLES D'ACTEURS

NUMERO 11 - JUILLET 2024

Entretiens avec **Flora Rossi**, directrice territoriale Val d'Oise, Paris, Strasbourg, Lille et Roubaix, et **Betty Hautbout**, directrice territoriale sud de l'association **VoisinMalin**.



Action autour du livre à Vénissieux avec les habitants

VoisinMalin est une association créée en 2010 qui agit dans les quartiers populaires pour renforcer le pouvoir d'agir des habitants et recréer du lien entre eux et avec les institutions. Dans leurs quartiers, en porte-à-porte, les Voisins alins, écoutent, informent et mobilisent les habitants sur les sujets, projets, services et droits qui les concernent mais qu'ils n'utilisent pas par manque d'information, sentiment de non légitimité ou méfiance envers les institutions. Agissant en partenariat avec les acteurs locaux, les Voisins Malins, salariés de l'association, facilitent leur relation avec les habitants et l'adaptation de leurs services en les renseignant précisément sur les réalités, les besoins et les freins des personnes.

Pourquoi est né VoisinMalin ?

Flora Rossi : Anne Charpy, fondatrice de l'association, constatait une rupture de dialogue entre les institutions et les habitants des quartiers prioritaires, avec toutes les conséquences et les difficultés cumulées que cela peut engendrer (repli sur soi, méconnaissance de l'accès aux droits...). Elle a donc créé VoisinMalin il y a près d'une quinzaine d'années en Essonne (91), pour y remédier.

Quelle solution propose l'association ?

FR : Pour VoisinMalin, le seul moyen de résoudre cet éloignement entre citoyens et institutions est de s'appuyer sur des habitants qui résident, connaissent et restent dans le quartier.

Concrètement, comment faites-vous ?

FR : Nous salarions des habitants en CDI une quinzaine d'heures par mois, sans vouloir les transformer en médiateurs professionnels. Le risque serait de changer leur regard or nous souhaitons au contraire qu'ils restent avant tout des habitants du quartier. Leur mission est de mener des campagnes de porte-à-porte sur des sujets aussi variés que l'habitat, la santé, l'accès aux droits, l'éducation, le cadre de vie, la consommation énergétique ou la culture, même si ce sujet est moins souvent traité, faute de moyens.

Comment se passe une campagne de porte-à-porte ?

FR : Chaque campagne est préparée en amont avec les Voisins Malins et des partenaires du territoire pertinents sur le sujet. Sur place, un responsable de site en CDI à temps plein encadre une équipe d'une dizaine à une quinzaine d'habitants salariés, les Voisins Malins. Ensemble, ils montent les campagnes en partenariat avec des acteurs de la ville comme la mairie, les bailleurs sociaux, des associations ou des entreprises du quartier. C'est le rôle du responsable de site de repérer et de créer du lien avec les parties prenantes concernées. Pour ne pas perdre les personnes avec de trop de ressources sur un sujet donné, nous prenons le temps d'en choisir quelques-unes fiables, gratuites, intelligibles et accessibles à tous. Ces étapes de cadrage et de préparation de la campagne sont essentielles.

Que se passe-t-il ensuite ?

FR : Nous élaborons une trame d'entretien et les Voisins Malins s'entraînent grâce à des mises en situation. Ils sont formés par les responsables de site et les partenaires, sur le fond comme sur la manière de se présenter.

OBSERVATOIRE DE LA MÉDIATION CULTURELLE **CULTURES DU COEUR**

Puis, il est capital qu'ils se réapproprient le discours : ce sont eux qui vont ensuite devoir transmettre facilement les messages aux habitants, les traduire dans les langues parlées dans le quartier. Enfin, le porte-à-porte est mis en place, en coordination avec les conseils syndicaux lorsque la copropriété est privée, ou les bailleurs sociaux. Nous prenons soin de prévenir les habitants par un avis de passage, remettons des badges aux Voisins Malins. Ensuite, le bouche-à-oreille fonctionne assez bien pour que les résidents ouvrent sereinement leur porte. Chaque Voisin Malin est équipé d'une tablette numérique pour planifier son emploi du temps comme il le souhaite. En cas de porte fermée, trois tentatives à des créneaux différents seront faites pour rencontrer la personne.

Comment savez-vous si une campagne est "réussie" ?

FR : Une évaluation qualitative reposant sur des questions d'impact travaillées en amont est prévue à l'issue de chaque campagne, doublé d'un bilan quantitatif (nombre de portes ouvertes...). On s'interroge sur ce qui a été dit, les freins éventuels, etc. Lors de l'évaluation en présence des partenaires, le dialogue initialement rompu entre habitants et institutions se recrée.

Sur quels sujets avez-vous travaillé depuis votre arrivée chez VoisinMalin ?

FR : J'ai pris un poste de responsable de site en Seine-Saint-Denis, il y a 8 ans et demi. J'y encadrais une dizaine de Voisins Malins avec qui j'ai mené des campagnes sur l'accès au numérique, les personnes âgées, l'habitat, l'eau avec une approche très technique et concrète en montrant aux habitants comment relever leur compteur pour éviter des retards de paiement ou limiter leur consommation pour maîtriser leur facture. Chaque campagne a un double effet : elle donne l'occasion d'informer sur un sujet en particulier, de flécher un lieu du quartier, mais aussi de créer du lien, de parler avec des personnes isolées, âgées... Et comme les Voisins Malins sont actifs depuis plusieurs années, une relation se tisse entre les habitants, faites pour rencontrer la personne.

Vous avez également lancé une campagne sur la désacralisation des livres et de la lecture...

FR : En 2018, nous avons sollicité la fondation ADP alors que nous souhaitions lancer une action sur les relations parents/enfants et l'éducation.

OBSERVATOIRE DE LA MÉDIATION CULTURELLE **CULTURES DU COEUR**

Grâce à ce soutien, nous avons en effet démarré un projet reposant sur les livres et la lecture, qui nous permettait d'aborder également des facettes de la parentalité. Notre action s'est coordonnée avec un dispositif existant sur le territoire, Des livres à soi, porté par le Salon du Livre et de la Presse Jeunesse de Montreuil. Les Voisins Malins disposaient de livres pour les 0-3 ans, 3-6 ans et 6-12 ans. Sonnant à chaque porte, ils présentaient les différents types de livres aux parents, informaient sur la bibliothèque et ce qu'on peut y faire pour les inciter à s'y rendre. L'objectif était de désacraliser la lecture en se centrant plus sur l'objet livre que sur la compétence de lecture. Cela donnait l'occasion de montrer qu'on peut passer du temps familial autour d'un livre plutôt qu'un écran, et de faire connaître un atelier du centre social de proximité réalisé par le Salon du Livre et de la Presse Jeunesse de Montreuil. Renouvelée, cette action a ensuite inspiré une campagne dans le quartier des Minguettes, à Vénissieux (69), qui a été jusqu'à emmener les habitants à la médiathèque.



Pourquoi avez-vous monté cette action à Vénissieux ?

Betty Hautbout : Une partie des Voisins Malins sur place sont parents. Ils ont eu envie de connaître et de faire découvrir des lieux ou des dispositifs utiles aux parents comme l'aide aux devoirs du centre social, le point écoute famille... Avec la Maison de quartier, la médiathèque, la cité éducative, la ville et une association culturelle, nous avons ainsi conçu un projet transversal autour du livre et lecture. Partenaire clé, l'association A Livre ouvert a pour vocation de faciliter l'accès aux livres et à la lecture dès le plus jeune âge. C'est elle qui a formé les Voisins Malins.

A quoi ont-ils été formés ?

BH : A Livre ouvert a travaillé avec les Voisins Malins sur la posture à adopter, la façon d'aborder le sujet de la lecture avec les parents, les différents usages d'un livre, qui permet de se retrouver autour d'un même objet, de regarder ensemble des images, de développer le langage, la curiosité, l'attention des enfants...

OBSERVATOIRE DE LA MÉDIATION CULTURELLE

CULTURES DU COEUR

Comment s'est déroulé le porte-à-porte ?

BH : Cette action a été intégrée au dispositif Quartiers d'été, du ministère de la Culture, de juin à septembre 2023. A la sortie des écoles, sur les marchés, les Voisins Malins ont incité les habitants à participer. Puis ils ont sonné aux portes en proposant la lecture d'un des livres dont ils disposaient avec le parent et ses enfants présents à la maison. Le livre était ensuite donné à la famille, en même temps que des informations sur la médiathèque, ses activités, ou celles du centre social sur l'aide aux devoirs. Arriver avec un livre fait rapidement rentrer dans la sphère privée, voire intime, et soulève en filigrane la perception de la relation parent/enfant.

Quels ont été les enseignements de ce projet ?

BH : Nous avons associé à notre action le Centsept, un laboratoire d'innovation sociale lyonnais. Son objectif est de faire coopérer des acteurs publics, privés et de l'ESS pour développer des projets à impact social et environnemental autour de Lyon. Les réunions de bilan très riches avec les partenaires et les Voisins Malins animées par le Centsept entre octobre et décembre ont fait émerger quelques constats : les parents allaient dans la maison de quartier et le centre social mais pour bénéficier seulement de certaines activités.

S'y sentant illégitimes, ils fréquentaient peu la médiathèque, mal identifiée et perçue comme un lieu où les enfants vont exclusivement avec l'école. Grâce aux ateliers de construction de solutions proposés par le Centsept, nous avons pu amplifier notre action pour avoir plus d'impact.

Qu'avez-vous mis en place face à ce bilan ?

BH : Pour que les habitants fréquentent la médiathèque, il fallait qu'ils la découvrent une première fois. Nous avons déployé beaucoup d'énergie pour communiquer dans le quartier via des distributions de flyers, d'affiches, la mobilisation de tous les acteurs relais pour que les parents puissent être accompagnés physiquement dans le bâtiment. Deux points de rendez-vous différents ont été donnés dans le quartier pour emmener deux groupes à la médiathèque où ils ont été accueillis par un atelier de lecture pour les parents et les enfants, réalisé par l'association A Livre ouvert. Sur place, il était possible de souscrire un abonnement gratuit à la médiathèque. Ses agents ne s'attendaient pas à une si forte mobilisation : une centaine de personnes ont participé à l'événement. La maison de quartier a également ouvert ses portes pour des visites. Sa responsable, qui a trouvé cette initiative très bénéfique, souhaiterait la répéter. C'est un succès pour tous.

OBSERVATOIRE DE LA MÉDIATION CULTURELLE CULTURES DU COEUR

Quelles freins éventuels peut-on rencontrer dans ce type d'action ?

BH : La difficulté est ensuite de maintenir le lien avec les habitants, objectif de la médiathèque. Tandis que les Voisins Malins ont entamé un nouveau porte-à-porte complémentaire sur l'aide aux devoirs. La mobilisation des habitants réclame une grande organisation et l'implication de tous les acteurs. Faute de temps, il peut être difficile pour un des partenaires de se saisir d'un événement ou de prendre en charge sa coordination. Le manque de ressources, humaines comme financières, est aussi une des composantes à pallier de ce type de projet, pour aller du porte-à-porte dans les immeubles jusqu'à l'intérieur de la bibliothèque avec les habitants. Néanmoins, l'expérience a été suffisamment convaincante pour être dupliquée à Vaulx-En-Velin où, grâce au financement du Pacte des Solidarités, VoisinMalin espère que les parents engagés avec la Cité Educative pourront s'en saisir.



Comment Les Voisins Malins ont-ils eux-mêmes vécu cette action ?

BH : Cette campagne les a beaucoup touchés et a bousculé leurs représentations. Ils ont aussi (re)découvert la médiathèque, ce que les livres ou la lecture permettent. De plus, ils étaient vraiment heureux d'amener les habitants jusqu'à l'intérieur de l'établissement, et dans la maison de quartier : grâce au Centsept, pouvoir transformer leur campagne de porte-à-porte en solution concrète dans leur quartier a été une expérience très forte.

Soutenu
par



GOUVERNEMENT

Liberté
Égalité
Fraternité

<https://www.culturesducoeur.org/Observatoire>

Tel : 01 46 73 92 20

cdc@culturesducoeur.org

Avec le soutien financier de l'ANCT et du ministère de la culture



CULTURES
DU CŒUR