



Rio, Paris, Glasgow... Comment passer de voyageur.euse à influenceur.euse dans les réseaux et grands événements internationaux

CONTEXTE

A partir d'un pitch de départ, " Mon élu.e veut absolument prendre la parole à la COP 26 ! », les saynètes jouées par les participant.e.s à l'atelier lors d'un théâtre forum ont permis de vivre le parcours de cet.te élu.e et de son agent.e, de l'idée à sa réalisation concrète. Au fil des échanges, de nombreuses questions ont été abordées : Quel intérêt pour la collectivité ? Quels enjeux et quelles limites ? Quelle meilleure stratégie à mettre en place/quels prérequis pour être visible sur un événement et faire avancer ses projets ? Vers quels réseaux se tourner ? Et surtout : quelle place pour l'agent ?

De vrais questionnements à l'heure où la place des collectivités locales sur les grands enjeux mondiaux est reconnue internationalement.

PRE-REQUIS

Avec des sollicitations souvent tardives, il faut savoir se tenir prêt.e :

- Réaliser un diagnostic des réseaux auxquels appartient la collectivité (pas uniquement via la Direction Europe et International). Il existe des réseaux par niveau de collectivité (AMF, ADF, FU, RdF...), des réseaux nationaux spécifiques à l'Europe et l'international généralistes (CUF, AFCCRE), des réseaux européens et internationaux généralistes (CGLU, PLATFORMA, etc.), des réseaux thématiques spécialisés ou non sur l'international (Amorce pour les déchets, PS-Eau pour l'eau, etc.) et même des réseaux pluri-acteurs avec un collège de collectivités territoriales (Climate Chance par exemple),
- Réaliser une veille des différentes manifestations à l'international susceptibles d'intéresser les élus.

OUTILS

Voir la feuille de route dessinée par la facilitatrice Sandrine BARRET qui résume le parcours réalisé par les participants à l'atelier lors d'un théâtre forum, jointe à cette fiche pratique.

Du théâtre forum, on peut retenir les étapes suivantes à mettre en place pour être visible sur un événement international :

1. Au moment de la commande politique d'un.e élu.e cherchant à se rendre à une manifestation :

- Asseoir la raison du déplacement pour l'élu (prise de parole, mise en réseau, envie de valoriser un projet en particulier... ?) et la posture de la collectivité territoriale (intervenante, participante... ?),
- Faire remonter les éléments au cabinet, ce sera son rôle de déterminer quel.le.s élu.e.s seraient impliqués (Maire ou Président.e ?) et de confirmer la posture de la collectivité,
- Checker les aspects logistiques de l'événement (appel à manifestation toujours ouvert, accréditation nécessaire, plan de vol complexe... ?)

2. Une fois la posture de la collectivité, le portage politique et la commande confirmés, le temps des stratégies d'alliances :

- Associer les collègues des services concernés à la démarche : quelles sont leurs attentes pour ce déplacement ? Ont-ils des messages à faire passer ? Ont-ils des personnes ressources, un réseau à activer pour accéder à la manifestation et/ou à rencontrer sur place ?
- Mobiliser les réseaux nationaux ou internationaux, thématiques ou généralistes, pertinents. En effet, ceux-ci ont souvent des quotas réservés pour l'accès aux manifestations (accréditations) et aux prises de paroles. Attention, les réseaux n'agissent pas forcément de concert, bien au contraire, et si la collectivité se déplace sous l'égide d'un réseau, il faut aussi porter la voix collective.
- Informer, en fonction de la posture de la collectivité, l'Etat (DAECT et Ambassade). Pour la plupart des manifestations, un stand France est mis à disposition des acteurs français, des séries de conférences, ateliers sont réservées, la mobilisation d'un.e ministre sur un temps de parole peut être envisagée, etc. L'Ambassade peut parfois débloquer une accréditation de dernière minute...
- Associer/informer les collectivités étrangères partenaires qui pourraient disposer de réseaux sur place, prendre une position commune, présenter un projet à deux voix, etc.

Rio, Paris, Glasgow... Comment passer de voyageur.euse à influenceur.euse dans les réseaux et grands événements internationaux

3. Monter le déplacement et préparer les éléments pour la délégation :

- Constituer une délégation si nécessaire (autres acteurs territoriaux pertinents par exemple),
- Prendre des rdv sur place en s'appuyant sur les parties-prenantes contactées auparavant,
- Fournir des notes, des éléments de langage, etc.,
- Prévoir la communication autour de la délégation (en lien avec le cabinet : communiqué de presse, autre).

Et quelle place de l'agent.e dans tout cela ?

En fonction des collectivités territoriales, le rôle de l'agent.e ne sera pas du tout le même. Dans certains cas, l'agent.e gère uniquement les aspects logistiques du déplacement (rdv sur place, calage des interventions, etc.) mais dans d'autres, l'agent.e peut être assimilé.e à un.e conseiller.ère politique (rédaction d'éléments de langage, conseils sur la posture de l'élu.e, etc.). Il faut veiller à peser ses mots, à rester en cohérence avec son rôle de technicien.e et le rôle et les compétences des collectivités sur des sujets internationaux.

Dans le cas où le déplacement se fait en lien avec un réseau, il ne faut pas hésiter à mobiliser les permanent.e.s du réseau pour obtenir des informations, des éléments, etc.

Et bien sûr, il faut rentabiliser le déplacement pour ses projets : caler des rendez-vous, faire de la mise en réseaux, collecter des ressources et information utiles, etc. !

POINTS DE VIGILANCE

Ne pas sous-estimer les aspects logistiques dans l'organisation d'un déplacement pour un événement international : l'absence d'une accréditation peut vite conduire le déplacement à l'échec !

A partir du moment où il existe une parole publique, le déplacement est politique. La mobilisation du cabinet assez tôt dans le processus apparaît comme essentielle.

Garder à l'esprit que l'accompagnement et la préparation des élus pour des déplacements sur de grandes manifestations à l'international ne constituent pas le cœur du métier d'agent.e Europe et International. Il faut savoir conseiller (et déconseiller !) en fonction de l'intérêt ou non d'une manifestation pour la collectivité, mais aussi prendre du recul sur l'impact réel de la « voix » des collectivités dans ces grands événements internationaux.

Pour vous impliquer davantage dans les travaux de l'ARRICOD - renseignez-vous sur arricod@gmail.com
Suivez-nous sur www.arricod.fr

