

*Mieux comprendre aujourd'hui  
pour bien préparer demain*



## *Aux côtés des acteurs, au coeur des sociétés*

L'action publique est au coeur de la légitimité des conseils généraux. Le contrat social passé avec une population diffère certes en fonction des territoires mais il repose indéfectiblement sur la garantie d'une politique qui agit au nom du « bien commun ». Cependant, ces politiques doivent, pour être mises au crédit de leur initiateur, être visibles, comprises, cohérentes, reconnues et répondre aux véritables besoins de leurs bénéficiaires.

Depuis 20 ans, SCP Communication accompagne les collectivités locales et les institutions dans la définition, la mise en œuvre et la communication de leurs politiques publiques. Nous intervenons principalement dans quatre domaines : la culture, les jeunes et l'éducation, les espaces verts, les ressources humaines et la concertation de projets d'envergure.

En tant qu'Institut d'études et de conseils, nous avons fait le choix d'une posture originale, celle de réaliser des études fondées sur une véritable démarche sociologique et non sur des études marketing qui ne peuvent fournir des réponses précises dans ces domaines d'intervention.

Notre maîtrise des différentes techniques offertes par les sciences sociales, qu'il s'agisse des sondages, des études qualitatives, de l'analyse de discours ou de l'ethnographie, nous permet de vous proposer de véritables outils d'aide à la décision.

De plus, à partir de notre expérience et de la compréhension technique et politique de vos enjeux, nous sommes en mesure de vous proposer un conseil et un accompagnement stratégique et communicationnel adaptés à votre problématique.

Chaque étude et chaque accompagnement revêtent pour nous un enjeu particulier car ce qui vous occupe nécessite une réponse « sur mesure », pour ce faire, nous vous apportons une analyse et des préconisations sans concession intellectuelle qui vous assurent l'avenir de votre démarche et de vos projets.

**Stéphane Wahnich**

Directeur Général

Professeur associé à l'Université Paris XII

# ■ Analyse sociologique d'un territoire

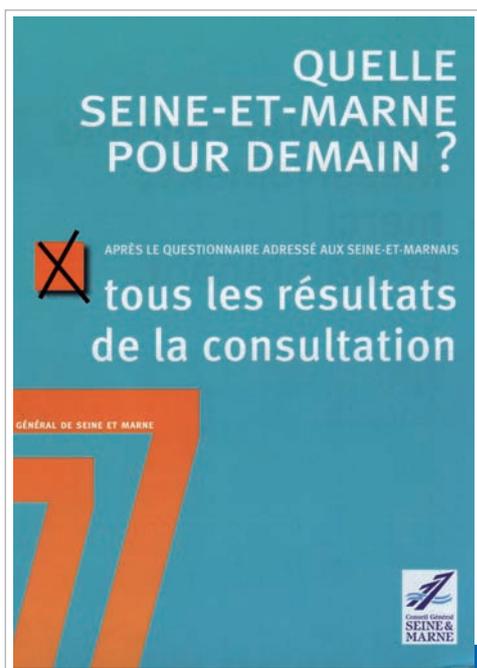
Être en synergie avec les attentes des citoyens

Mieux comprendre aujourd'hui pour bien préparer demain.

Définir un projet de territoire implique au préalable d'établir un diagnostic précis de la population concernée ainsi que de ses valeurs. En effet, la structuration d'une population, ses perceptions, ses satisfactions ou encore ses attentes sont autant de questionnements auxquels le politique doit savoir répondre pour mettre en œuvre des politiques publiques pertinentes et efficaces. De ce fait, prioriser l'action publique, cibler ses bénéficiaires constitue un exercice délicat.

SCP Communication se consacre à ces analyses générales sociologiques qui permettent de définir les enjeux majeurs et de faire face aux diverses problématiques qui coexistent dans un Département. Dans ce cadre, les études de SCP Communication vous aident également à évaluer l'urgence à agir et à décider en toute connaissance de cause. ■

## Exemple d'expériences



- **Conseil général de Seine et Marne, Quelle Seine-et-Marne pour demain ?**

Analyse qualitative, questionnaire auto-administré (18000 réponses), baromètre départemental de satisfaction des services publics

- **Conseil général du Territoire de Belfort, Les attentes et les besoins des habitants du Territoire**

Analyse qualitative, étude de corrélation statistique électorale, baromètre départemental de satisfaction des services publics

## Nos compétences

- Analyse cartographique INSEE
- Baromètre départemental
- Evaluation de la satisfaction des services publics
- Étude sociologique générale de la collectivité
- Étude sociologique sur les quartiers sensibles

## > Client référent

**Florence Labigne**  
Secrétaire générale  
Conseil général de Seine-et-Marne

Tel: 01 64 14 61 09

# Conseil, accompagnement et concertation

## Faire reconnaître l'action de l'institution

Mieux comprendre aujourd'hui pour bien préparer demain.

Notre intervention constitue en un accompagnement stratégique des politiques publiques mais aussi un suivi de ces dernières, non pas dans leur définition technique mais dans la façon dont elles vont être développées et communiquées auprès du public. Il s'agit donc bien de faire adhérer la population au projet afin que ce dernier ne soit ni freiné, ni rejeté par les citoyens, d'une part, mais aussi que ce projet soit co-produit par tous, d'autre part.

En effet, la participation citoyenne est désormais à la base d'un rapport nouveau à la population et la communication politique et publique doit prendre en compte ces aspirations nouvelles. Un des enjeux de notre accompagnement par la concertation est de faire en sorte que les citoyens comprennent les changements et les projets, y prennent part en tant qu'acteurs qualifiés et que le projet ainsi co-produit soit le meilleur possible pour le territoire et ses habitants. ■

### Exemple d'expériences



- **Conseil général du Territoire de Belfort, les Rencontres du Territoire (éditions 2006 et 2007)**

Concertation annuelle avec les habitants sur les orientations budgétaires du Conseil général

- **Conseil général du Val de Marne, Elaboration concertée du Schéma Directeur Départemental d'Assainissement**

Concertation auprès des acteurs et de la population

- **Conseil général de l'Essonne, Agenda 21 départemental, sondage et concertation, évaluation des engagements**

### Nos compétences

- Conseil en stratégie de communication
- Organisation de dispositifs de concertation
- Évaluation des enjeux de la concertation
- Brief des acteurs
- Définition et rédaction des outils et des supports de communication acteurs ou grand public
- Synthèse des opérations de concertation
- Rédaction de Chartes et Schémas Départementaux

### > Client référent

**Marie-Pierre Chenel**  
Directrice de Cabinet  
du Président du Conseil  
général du Territoire de  
Belfort

Tel : 03 84 90 90 04

# Les politiques culturelles

Une politique culturelle pour tous, de la culture pour chacun

Mieux comprendre aujourd'hui pour bien préparer demain.

Toute politique culturelle doit s'appuyer sur ses publics et ses acteurs. Quelle que soit l'action mise en oeuvre en faveur de la culture, elle nécessite d'être appréhendée par le prisme des publics qu'elle touche. De ce fait, optimiser les lieux de culture et de sociabilité doit être intimement lié à l'opinion des acteurs qui les animent et aux attentes des fréquentants qui les font vivre.

C'est pourquoi, la mise en oeuvre d'une politique culturelle ou d'un évènement culturel nouveau doit faire l'objet d'une réflexion tant sur sa définition, son évolution, sa mise en réseau avec d'autres équipements que sur les outils pertinents de son évaluation.

SCP Communication a acquis dans ce domaine une solide expérience, et vous accompagne dans les moments structurants de vos politiques culturelles. ■

## Exemple d'expériences



- **Ville de Paris, Schéma Directeur des bibliothèques de la Ville de Paris**

Études qualitatives et quantitatives auprès des acteurs, des fréquentants et des non fréquentants des bibliothèques parisiennes

- **Le Festival des Eurockéennes de Belfort Études qualitatives et quantitatives**

évaluation des attentes et des besoins des festivaliers

- **Conseil général de l'Essonne, accompagnement sur le projet de la Direction de la Culture, évaluation des pratiques culturelles des Essonniens**

Sondage auprès des Essonniens et accompagnement stratégique sur le projet de Direction et du domaine de Chamarande.

## Nos compétences

- Évaluation des pratiques culturelles
- Étude d'accompagnement dans la mise en place de bibliothèques/médiathèques
- Étude de mise en réseau et d'évaluation des équipements culturels
- Évaluation de la satisfaction et des attentes des publics (pratiquants, non pratiquants, acteurs)
- Définition et évaluation de festivals culturels
- Conseil en politique culturelle

## > Client référent

**Serge Aguilar**  
Directeur général adjoint  
du Conseil général de  
l'Essonne

Tel: 01 46 25 62 42

# Jeunesse et éducation

## Des conditions de réussite optimales

Mieux comprendre aujourd'hui pour bien préparer demain.

En terme d'éducation, les collèges constituent aujourd'hui un enjeu fort pour la réussite scolaire, l'égalité des chances et la poursuite d'études. Nos études prouvent que le spatial agit sur cette réussite, détermine en partie les comportements et revêt des effets structurants sur l'avenir des collégiens. La prise en compte des satisfactions et des demandes des différents acteurs de la communauté éducative à l'égard des collèges par exemple permet la mise en place d'actions concertées et efficaces pour créer des lieux de vie pertinents d'apprentissage et d'épanouissement pour chacun.

Au delà, les politiques envers la jeunesse structurent les territoires durablement. En effet, la jeunesse passée dans son département impliquera en partie d'y vivre ou non sa vie future. De fait, les modes d'intégration sociale et politique des jeunes, leurs attentes dans le domaine socioculturel, leur position en matière de consommation et leur vision de l'avenir sont aujourd'hui des questionnements qui nécessitent une approche spécifique si l'on veut que les politiques mises en œuvre trouvent écho sur le long terme. ■

### Exemple d'expériences



- **Conseil général de Seine-et-Marne, les Rencontres de la Jeunesse**  
Questionnaire auto-administré auprès des jeunes (13000 réponses), concertation
- **Conseil général du Val de Marne, Les nouveaux collèges du Val de Marne**  
Etude qualitative et ethnographique au sein des collèges, concertation, rédaction de la Charte

### Nos compétences

- Etudes des valeurs, des pratiques et des attentes des jeunes
- Définition d'outils de communication à l'égard des jeunes
- Evaluation des besoins de rénovation des collèges
- Rédaction de Charte de construction/rénovation des collèges
- Observation ethnographique des comportements au sein d'un collège

### > Client référent

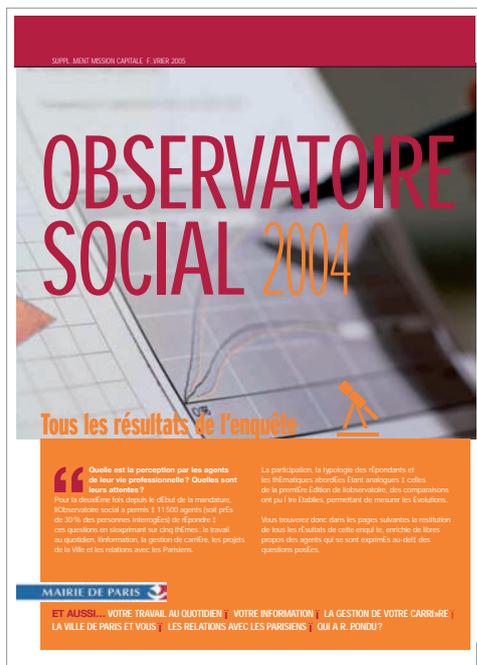
**Frédéric Houx**  
Directeur de Cabinet  
du Président du Conseil  
général du Val de Marne

Tel: 01 43 99 70 12

Les agents sont les relais indispensables, sur le terrain, de la mise en œuvre des politiques publiques sur le territoire départemental. Ils représentent l'image de l'action publique. De surcroît, l'arrivée des agents TOS au sein d'un Conseil général constitue un enjeu majeur en terme d'intégration, d'identité et de communication interne. De ce fait, connaître le climat interne des services, évaluer les satisfactions et les attentes des agents, analyser de leur volonté d'implication au sein de la collectivité et optimiser la communication interne sont autant de problématiques que les élus et la Direction générale doivent maîtriser.

SCP Communication est en mesure d'apporter des préconisations concrètes pour favoriser l'intégration et l'adhésion des agents au projet de leur institution. ■

## Exemple d'expériences



- **Ville de Paris, Baromètres de l'Observatoire social (2002 - 2004 - 2006)**  
Étude qualitative et questionnaire auto-administré auprès des 40000 agents de la Ville de Paris
- **Conseil général de Seine-et-Marne, La communication interne du Conseil général**  
Étude qualitative et questionnaire auto-administré auprès des agents du département

## Nos compétences

- Baromètre du climat social
- Accompagnement du changement
- Intégration des Agents TOS
- Evaluation de la communication interne
- Analyse de la mobilité interne

## Client référent

**François Blouvac**  
Directeur de Cabinet  
adjoint du Maire de Paris

Tel : 01 42 76 62 43

# Espaces verts et de loisirs

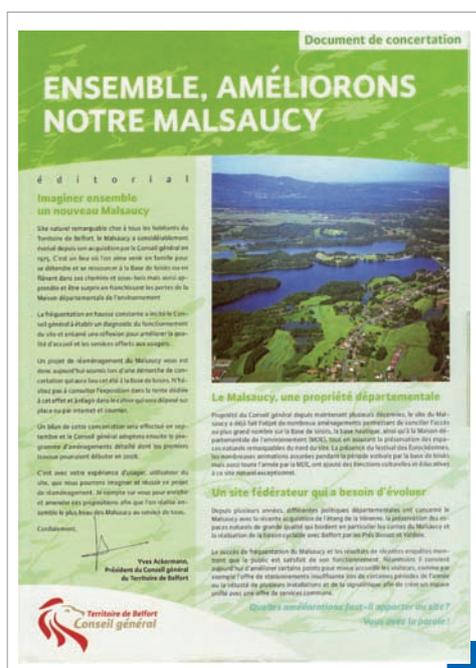
## Concilier sociabilités et nature

Mieux comprendre aujourd'hui pour bien préparer demain.

Les espaces verts et de loisirs sont des lieux privilégiés pour la population. En effet, qu'il s'agisse de base de loisirs, de parcs départementaux ou encore d'espaces naturels, ils représentent pour ceux qui les fréquentent des lieux de détente, de calme, de sociabilité ou de pratiques sportives. De ce fait, ils constituent un enjeu important pour un territoire puisqu'ils sont synonymes à la fois de pratiques culturelles, de lien avec la nature et ils font souvent partie intégrante de l'urbanisme.

Construire ou rénover un espace vert ou de loisirs départemental doit répondre aux besoins et aux attentes de ses fréquentants mais aussi et surtout tenir compte des sociabilités, des pratiques et des spécificités liées à l'espace afin d'éviter par exemple l'exclusion de certains publics de fréquentants ou de pratiquants. Pour y parvenir des outils d'analyse et de communication spécifiques sont nécessaires. ■

### Exemple d'expériences



- **Conseil général du Val de Marne, Les fréquentants des parcs départementaux**  
Étude qualitative, ethnographique et quantitative au sein de 15 des 21 parcs départementaux

- **Conseil général du Territoire de Belfort, Le site départemental du Malsaucy**  
Étude qualitative et ethnographique auprès des fréquentants de la base de loisirs, de la base nautique et des promeneurs des deux étangs

### Nos compétences

- Observation ethnographique des comportements
- Analyse de la pertinence des aménagements
- Évaluation des pratiques et des parcours culturels et sportifs complémentaires
- Sondage de fréquentation et de satisfaction des publics
- Préconisations d'aménagements, d'animations...

### Client référent

**Alain Nicaise**  
Directeur des espaces verts  
et du paysage  
du Conseil général du Val  
de Marne

Tel : 01 43 99 82 00

# Politiques de solidarité

## Redonner de la fierté aux bénéficiaires

Mieux comprendre aujourd'hui pour bien préparer demain.

Les politiques sociales constituent le premier poste budgétaire des Conseil généraux, elles touchent à la vie quotidienne de très nombreux habitants sans pour autant que ces derniers en aient conscience. Par ailleurs, les bénéficiaires de cette action sociale et solidaire constituent des publics difficiles à toucher et, de fait, à connaître. Ainsi, mener une opération de réhabilitation ou de reconstruction de logement social, mettre en œuvre une opération de sensibilisation dans le domaine de l'Aide sociale à l'enfance, évaluer les attentes et les besoins de familles de seniors en grande dépendance ou encore évaluer des dispositifs d'insertion nécessite une grande maîtrise des enjeux liés à ces publics afin de créer une politique globale qui donne du sens et de la visibilité positive à l'action sociale. ■

### Exemple d'expériences

Stéphane Wahnich, sociologue et directeur de Scp Communication

### "La fête des Solidarités : des moments rares d'humanité"

Retour avec Stéphane Wahnich, directeur du cabinet Scp Communication, sur l'édition 2006 de la fête des Solidarités. Bilan et perspectives.

**En 2006, 200 000 personnes se sont rendues à la fête des Solidarités. Qui étaient-elles ?**  
Stéphane Wahnich : Beaucoup de bénévoles, le plus souvent des femmes âgées. Des familles aussi, surtout des mamans avec leurs enfants. Enfin, des jeunes, travailleurs ou en recherche d'emploi, plutôt isolés. Nous avons immédiatement observé que leurs motivations premières étaient l'échange et la découverte. Les spectacles, les discussions, le café... ont été d'intenses moments conviviaux, de partage, de rencontre de l'autre. Pour eux, la solidarité n'est pas d'emblée synonyme d'aide financière : c'est d'abord une question d'état d'esprit, d'attention à l'autre, à celui qui est à côté et qui fin ne connaît pas. Cela s'est retrouvé dans la fête.

**Pour la première fois, le chèque était préalablement envoyé à domicile. Quelle conséquence cela a-t-il eu ?**  
S. W. : La plupart des Val-de-Marais reçoivent leur chèque. Son envoi préalable a permis à la fête de devenir plus humaine. Car selon eux, avant, on venait pour le chèque, avec tous les préjugés que cela induit sans intention, tension, sentiment d'humiliation parfois... Là, la solidarité était avant tout de partager un moment de détente. L'ambiance s'en est ressentie. La qualité de l'accueil y a été pour beaucoup : elle a conforté chez les participants le sentiment d'être pris en compte comme des individus à part entière et non comme des bénéficiaires de l'action sociale. Dans le même registre, nous l'importance de l'insertion personnelle envoyée à domicile par le président du Conseil général : recevoir

**Quels sont les ingrédients indispensables à la réussite de l'édition 2007 ?**  
S. W. : Il faut d'abord s'attacher à l'organisation des lieux. La fête fonctionne très bien quand on peut tout faire au même endroit. Cela implique de disposer d'une grande salle, quand c'est possible. Il doit aussi y avoir un moment pour tout : pour se retrouver autour d'un café, pour les spectacles, pour le goûter, pour s'habiller... C'est un juste équilibre à trouver. Ensuite, les spectacles doivent être soignés : ils doivent être de qualité et permettre la découverte, car il existe une réelle exigence de la part du public. C'est l'addition de ces moments et des spectacles, notamment pour enfants, qui fait la réussite de la fête. Enfin, s'habiller pas que la découverte de l'autre se fait d'abord par la nouveauté : pouvoir partager sur place, même un sandwich, permet de ne pas engager l'ambivalence de cette journée, synonyme d'abord de découverte avec le voisin.

**Quelle valeur symbolique peut représenter un tel moment pour les participants ?**  
S. W. : Norme d'abord que cette journée a permis de montrer qu'une administration départementale, parfois perçue comme dédaigneuse ou "dépersonnalisante", peut être capable d'humanité, d'enthousiasme et de volontarisme (notamment grâce à l'engagement de ses agents bénévoles). Ce jour-là, il n'y a pas eu de place pour la charité : c'est important pour les participants. Plus globalement, cette expérience montre que, quand une institution organise de tels événements, les participants s'en

**1963 :** naissance à Nemours  
**1967 :** Scp Communication, cabinet d'étude et de conseil à Nemours-Abot  
**1999 :** devient professeur associé à l'université Paris XI-Orsay  
**Dec. 2006 :** élève à la direction du Conseil général, une équipe chargée de mener à terme des projets de développement de l'institution

**1963 :** naissance à Nemours  
**1967 :** Scp Communication, cabinet d'étude et de conseil à Nemours-Abot  
**1999 :** devient professeur associé à l'université Paris XI-Orsay  
**Dec. 2006 :** élève à la direction du Conseil général, une équipe chargée de mener à terme des projets de développement de l'institution

- Conseil général du Val de Marne, La Fête des solidarités, rencontre des droits sociaux

Étude qualitative et ethnographique auprès des festivaliers et des acteurs

- Conseil général du Territoire de Belfort, Les bénéficiaires de l'action sociale

Étude qualitative auprès des bénéficiaires et des acteurs de l'action sociale

### Nos compétences

- Evaluation de la Gestion Urbaine de Proximité
- Climat social des quartiers sensibles
- Opération de Rénovation urbaine
- Analyse de l'action des OPDHLM
- Stratégie de communication à l'égard des bénéficiaires de l'action sociale (APA, ASE, CDAE...)

### Client référent

Patricia Durand  
Collaboratrice du Cabinet du Vice Président aux Solidarités du Conseil général du Val de Marne

Tel : 01 43 99 70 51



# Pour nous contacter

**> Stéphane Wahnich**  
Directeur Général  
Tél : 01 49 77 78 78  
[sw@scpcommunication.com](mailto:sw@scpcommunication.com)

**> Élodie Raulet**  
Directrice des études  
Tél : 01 49 77 78 78  
[er@scpcommunication.com](mailto:er@scpcommunication.com)



**SONDAGES - ÉTUDES - CONSEILS**

SCP Communication - 2 rue Suchet - 94706 Maisons Alfort Cedex  
tél : 01 49 77 78 78 - [www.scpcommunication.com](http://www.scpcommunication.com)