

Washington Metropolitan Area Transit Authority (WMATA) PLAN DE PARTICIPATION PUBLIQUE 2017-2020

Résumé

Contexte

La Régie des Transports de la Région Métropolitaine de Washington (Washington Metropolitan Area Transit Authority, WMATA) s'efforce de mener des opérations de communication, de participation et de sensibilisation du public, sur le thème des transports. Le plan de participation publique (PPP) de la WMATA sert d'outil d'orientation afin de garantir une communication bilatérale de haute qualité, de transmettre les commentaires de toutes les parties affectées par les projets prévus, et de satisfaire toutes les obligations fédérales.

En tant que bénéficiaire des fonds fédéraux, et conformément au Titre VI de la Civil Rights Act (loi sur les droits civils) de 1964, la WMATA doit transmettre à l'Administration fédérale des transports (Federal Transit Administration, FTA), un plan de participation publique détaillant les plans et stratégies de l'Autorité afin de favoriser la participation des minorités ethniques et culturelles et ayant une maîtrise limitée de l'anglais (Limited English Proficient, LEP) à ses activités de planification et de programmation. Bien que ce plan ait été développé afin de satisfaire la disposition du Titre VI, son cadre est conçu pour être appliqué à tous les efforts de sensibilisation de l'Autorité, qu'ils soient « obligatoires » ou non.

Principes directeurs

Le plan de participation publique de la WMATA a mis en place des principes directeurs, des objectifs et des buts illustrant la philosophie de la Régie en faveur d'un engagement élargi pour la participation du public, l'équité et l'excellence en matière de service public. Pour les projets qui déclenchent le plan de participation publique, ces principes doivent être suivis.

Les quatre principes directeurs de la WMATA relatifs à la Participation publique



Inclusion

Faciliter activement l'implication de toutes les communautés susceptibles d'être affectées dans le processus de participation publique.



Collaboration

Travailler conjointement avec la communauté tout au long du processus de planification et de développement du projet.



Temps de réponse

Relier de manière proactive les commentaires du public aux résultats, de manière à créer la confiance.



Cohérence

Veiller à ce que les directives mises en place à partir du plan de participation publique soient suivies dans l'ensemble de la WMATA.

Développement d'un PPP pour la communication et sensibilisation à un projet

D'après les recommandations de la première édition du PPP et les données fournies par les différentes parties en présence, la WMATA a désormais adopté un processus standardisé de planification de la participation publique. En respectant ce processus, la conformité et la cohérence sont garanties pour toutes les méthodes de communication et de sensibilisation prévues sur des projets.

La WMATA possède un large éventail de projets et d'initiatives qui nécessite l'activation du plan de participation publique. Globalement, tout projet ayant un impact sur les clients ou exigeant les commentaires du public doit respecter les directives du PPP.

Le bureau des relations extérieures (Office of External Relations) de la WMATA, ainsi que les autres bureaux partenaires, travaillent avec les chefs de projet et points de contact du service afin de garantir la simplification et la ponctualité du processus PPP. Cela comprend la collecte des informations critiques relatives à un projet, dont le périmètre/le calendrier, les informations démographiques sur la population concernée, le budget et la communication ainsi que l'objet des données fournies. Lorsque les informations du projet auront été partagées, le bureau des relations extérieures

travaillera avec le chef de projet et autres personnes afin de créer un plan de communication et de sensibilisation sur le projet (Project Communication and Outreach Plan, PCOP) spécifiquement adapté à ce projet. Chaque plan accorde une attention particulière aux impacts sur les communautés mentionnées dans le Titre VI, et vérifie le respect des exigences du plan d'accès linguistique de la WMATA.

Depuis la mise en œuvre du plan de participation publique en 2015, la WMATA effectue désormais un suivi du déploiement de tous les plans de communication et de sensibilisation sur les projets, via des indicateurs de mesures discrètes. Ces mesures des performances sont suivies par l'intermédiaire du système de gestion de la participation publique (Public Participation Management System, PPMS), le tout nouvel outil de suivi en ligne des PPP de la WMATA, qui propose un nouveau mode de suivi des projets PPP et crée une vaste base de données destinée au contrôle et la déclaration de conformité à la FTA.

Évaluation 2014-2017

Le plan de participation publique 2014-2017 de la WMATA a été développé via un processus d'une année, en plusieurs étapes et dirigé par une équipe interservices composée de représentants des bureaux et services actuellement engagés dans des activités de sensibilisation du public.

Depuis que le plan de participation publique a été développé, plus de 35 projets planifiés ont suivi le processus PPP avec plus de 1 000 activités achevées, comprenant des événements « pop-up », des visites aux organisations communautaires, des enquêtes, des événements portes ouvertes et autres stratégies de sensibilisation.

Les principales conclusions du tout premier développement du plan de participation publique ne se démentent pas pour l'édition 2017-2020. Ces conclusions ont été utilisées afin de formaliser les plans de communication et de sensibilisation et fournissent une base solide à un grand nombre des succès enregistrés ces dernières années.

- 1 Pour impliquer les populations mentionnées dans le Titre VI, aller à leur rencontre.** L'organisation d'événements de proximité dans des lieux tels que les centres de transit, les CBO, les centres commerciaux et les festivals, pour les minorités ethniques et culturelles, les populations à faibles revenus et LEP — constitue la méthode la plus efficace pour engager ces populations.
- 2 Faire preuve de sensibilité aux spécificités culturelles.** Connaissiez votre public et faites venir le personnel WMATA approprié (en matière d'expertise technique, culturelle et linguistique), aux événements et réunions.
- 3 Faciliter la participation aux événements et adaptez les formats des événements aux préférences des groupes dont la contribution est recherchée.** Les formats des réunions doivent être adaptés aux préférences des groupes ou communautés; cela s'applique aussi bien aux réunions présentiels que virtuelles. Des dispositions doivent également être prises afin d'inclure les enfants, par exemple en proposant des activités pour les enfants permettant aux parents d'assister et de participer à la réunion.
- 4 Traduire les supports d'information et utiliser des éléments graphiques.** Les supports d'information doivent être disponibles dans la langue préférée de la population cible, et doivent être culturellement bien conçus en tenant compte du public visé et en créant un message clair grâce au recours aux graphiques et à une utilisation efficace du texte.
- 5 Utiliser des supports dans plusieurs langues et variez les points de distribution.** Les supports doivent être distribués par divers canaux et sites fréquentés par de nombreux voyageurs, y compris dans les bus, aux arrêts de bus et aux stations de Metrorail. Les matériels doivent également être distribués dans les lieux qui ne sont pas nécessairement liés au transport, tels que les organisations communautaires, les bibliothèques, les épiceries et les foyers. La publicité dans la presse est toujours efficace et représente un mode privilégié de réception des informations communautaires pour un grand nombre de personnes.
- 6 Reconnaître la valeur des contributions et en faire usage.** La manière dont les contributions du public seront utilisées dans le processus décisionnel doit être explicitement évidente.
- 7 Mettre en place un cadre institutionnel pour la participation publique comprenant un service principal.** Un service doit être spécifiquement chargé de surveiller la participation publique et/ou un processus qui facilite la participation de plusieurs services.

suite en page suivante

- 8 **Travailler avec les organisations communautaires pour nouer des relations et instaurer la confiance entre les diverses populations.** Ces groupes à but non lucratif soutiennent les communautés locales et figurent parmi les ressources disponibles les plus efficaces pour une agence de transport, afin de faciliter le contact fréquent nécessaire pour susciter la confiance et créer des relations mutuellement profitables.
- 9 **Utiliser un large éventail de tactiques pour diffuser le message.** Envisager l'emploi d'autres techniques, telles que l'utilisation des périodes de distribution des bulletins scolaires pour transmettre des informations aux familles ou le porte-à-porte dans les zones ciblées.
- 10 **Utiliser la technologie manière appropriée.** Bien qu'elle ait sa place dans la participation publique, la technologie doit compléter les autres formes de sensibilisation.
- 11 **Utiliser un forum public récurrent pour permettre aux membres du public de transmettre leurs commentaires à la WMATA sur leurs préoccupations.** Ces commentaires compléteront les opportunités existantes de commenter sur des projets, propositions et plans spécifiques.

Stratégies et mise en œuvre recommandées à partir du PPP 2014-2017

Conformément aux exigences de la FTA relatives au PPP, la WMATA a identifié des stratégies proactives mobilisant les minorités ethniques et culturelles, à faibles revenus et ayant une maîtrise limitée de l'anglais (Limited English Proficient, LEP), créé un processus ainsi qu'un ensemble de procédures qui faciliteront la participation inclusive, et développé un ensemble de mesures de la performance permettant de déterminer si l'agence atteint ou non ses objectifs. Le PPP 2014-2017 comprenait quatre stratégies principales qui garantissaient l'efficacité, l'efficacité et le respect, par les activités de participation publique de la WMATA, des exigences fédérales relatives à la participation publique inclusive. Le PPP comprenait également des recommandations secondaires supplémentaires, dont un grand nombre ont été gérées par le biais des stratégies principales.

La WMATA était responsable envers la FTA de s'assurer du succès de la mise en œuvre des stratégies procédurales adoptées par l'Autorité dans le PPP. Ci-dessous se trouvent les quatre recommandations principales proposées dans le PPP 2014-2017, accompagnées d'une brève description de la manière dont la WMATA a respecté ces recommandations pendant la période considérée.

Guide de la participation publique et plan de communication/sensibilisation sur les projets

Le PPP recommandait que la WMATA conçoive un guide destiné à aider le personnel à planifier une sensibilisation efficace, avec un plan de communications/sensibilisation sur les projets (Project Communications/Outreach Plan, PCOP) que chaque projet de WMATA utiliserait afin de planifier les activités de participation publique. Le PPP recommandait également que la WMATA mette en place un comité de sensibilisation des organisations communautaires (Community Based Organization, CBO) comme moyen de collaborer avec les CBO locales afin de développer des stratégies adaptées aux propositions de projet spécifiques, et de garantir la participation significative d'un large public, et de créer une nouvelle voie pour le transfert des connaissances entre la WMATA et les CBO.

Le bureau des relations extérieures (Office of External Relations) a travaillé en étroite collaboration avec le groupe des applications Web (Web Applications Group) au sein du service de technologie de l'information afin de transformer la trousse à outils définie dans le PPP 2014-2017 en un outil de suivi de projet en ligne convivial. Cet outil, appelé système de gestion de la participation publique (Public Participation Management System, PPMS), a la capacité d'exporter à la demande les rapports d'activité et mesures de la performance, d'offrir aux chefs de projet la possibilité de développer un PCOP en collaboration avec le Bureau des relations extérieures (Office of External Relations), et de permettre la saisie des données démographiques et des indicateurs de participation. D'après une évaluation des meilleures pratiques d'une agence similaire, ce guide ce pourrait être le premier de son genre dans la participation publique en matière de transport.

Le développement du premier comité de sensibilisation des organisations communautaires (Community Based Organization Outreach Committee) a commencé en 2015, en tant qu'initiative pilotée par le bureau de l'équité en matière d'emploi (Office of Equal Employment Opportunity, OEEO). La première réunion de planification du Comité de sensibilisation des CBO s'est tenue en décembre 2015. Sept représentants des CBO locales ont participé et apporté des contributions sur la manière de renforcer le développement du comité et d'en assurer la pérennité. Depuis les deux premières réunions de planification, les réunions du comité de sensibilisation des CBO ont été utilisées pour se concentrer sur les sujets liés à Metro. Le groupe a également communiqué par e-mail et reçoit régulièrement des informations sur les projets et occasions d'apporter des contributions.

Recommandation principale 2014-2017

1

Recommandation principale 2014-2017

2

Mesures de la performance

Le PPP recommandait des données de mesure de la performance axées sur les données démographiques des participants ; les commentaires des participants et le suivi des participants devant être recueillis pour chaque projet de participation publique parallèlement à un rapport de performance annuel compilant les données de chaque projet ainsi que les résultats d'une enquête annuelle auprès des CBO.

La mise en œuvre a commencé au milieu de l'année 2015, avec le déploiement du tout nouveau système de gestion de la participation publique (Public Participation Management System, PPMS). Plus de 1000 activités ont ainsi été suivies dans le système PPMS en 2015 et 2016. Chacune de ces activités inclut tous les indicateurs de participation concernés, les types de commentaires et la manière dont ont été abordées les populations ayant une Maîtrise limitée de l'anglais. D'après les projets ayant fait l'objet d'un suivi dans le nouveau système PPMS, la WMATA a atteint une note moyenne de 98 % entre toutes les mesures de la performance suivies.

Recommandation principale 2014-2017

3

Formation à la participation publique

Afin de garantir l'adoption réussie et uniforme du guide, et la compréhension, au sein de la Régie, des exigences du Titre VI relatives à la participation publique, le PPP recommandait que le personnel de la WMATA participant à la sensibilisation du public soit tenu d'utiliser le guide et bénéficie d'une formation.

Depuis la mise en place du PPP, la WMATA a formé plus de 100 chefs de projet pendant quatre sessions de formation programmées entre mai 2015 et août 2016. Des classeurs de formation ont été fournis à tous les participants, et les matériels, avec une vidéo « Présentation du plan de participation publique », sont également à la disposition des employés de la WMATA, sur Metroweb, l'intranet de la WMATA.

Recommandation principale 2014-2017

4

Bureau centralisé de la participation publique

Parallèlement au guide, le PPP recommandait que la WMATA crée un bureau centralisé afin de gérer la sensibilisation du public. Le bureau des relations extérieures (Office of External Relations, EREL) a donc été chargé de fournir une assistance d'expert au personnel de projet/planification pour des projets spécifiques, de gérer toutes les activités de participation publique basées sur des projets, et d'assurer le contrôle et la coordination de la participation publique au sein de la WMATA. Le bureau pour l'équité en matière d'emploi (Office of Equal Employment Opportunity, OEEO) a quant à lui été chargé de fonctions supplémentaires, en lien avec la gestion des relations et de la sensibilisation auprès des organisations communautaires (Community Based Organizations, CBO).

La WMATA a créé une équipe en charge des programmes de participation publique au sein du bureau des relations extérieures entraînant la réaffectation d'un membre du personnel afin de gérer le programme, ainsi que le recrutement de deux employés supplémentaires au cours du printemps/été 2015. La structure actuelle sous l'égide du directeur des relations extérieures comprend un gestionnaire des programmes de participation publique et deux spécialistes de la sensibilisation/directeurs de projets spéciaux.

Depuis sa mise en place en 2015, cette équipe a coordonné plus de 1 000 activités de communication et de sensibilisation dans le cadre des projets planifiés au sein de l'agence, travaillant en étroite collaboration avec les autres services internes afin de coordonner les projets et d'assurer la conformité. Deux postes supplémentaires, un coordinateur de la traduction et un coordinateur de projet, seront, espérons-le, ajoutés à l'équipe mais sont actuellement en attente, en raison des contraintes budgétaires.

Le bureau pour l'égalité des chances en matière d'emploi (Office of Equal Employment Opportunity) a également recruté un nouveau membre du personnel afin de gérer les relations avec les organisations communautaires et travaille actuellement à la revitalisation des activités des CBO.

Pour l'avenir : recommandations 2017-2020

Au cours des dernières années, la WMATA a transformé son mode de communication et de collecte des commentaires du public. Avec de nouveaux projets commençant chaque semaine et des milliers de voyageurs affectés, la WMATA continue de s'efforcer de trouver des manières plus efficaces de parler aux clients, notamment ceux des communautés difficiles à atteindre.

À la suite d'une évaluation des leçons apprises, de l'analyse des meilleures pratiques des agences homologues, des commentaires des voyageurs et des employés, de la compréhension de l'orientation de Metro et de ses contraintes budgétaires, deux nouvelles recommandations ont été proposées.

Développer les stratégies et les processus internes afin de toucher les communautés ayant une maîtrise limitée de l'anglais (Limited English Proficient, LPE).

Grâce au développement du plan de participation publique 2014-2017, la WMATA a réalisé des progrès considérables en matière de sensibilisation des communautés LEP. Pour tous les projets planifiés, les populations cibles ont en effet été prises en compte dans le développement des plans de communication et de sensibilisation, qui tous contenaient une composante LEP.

Des équipes de sensibilisation bilingues, des panneaux, publicités et matériels traduits sont devenus la norme de toutes les activités de PPP. Cependant, avec l'augmentation de la charge de travail, il est devenu clair que de nouvelles stratégies devaient être mises en œuvre afin de gérer l'externalisation des traductions pour plusieurs projets, le contrôle de la qualité du travail et la compréhension des tendances des communications et positionnements média des populations LEP. Afin de faire face à ces problèmes et de gérer les nouvelles exigences du plan d'accès linguistique, la WMATA doit envisager les stratégies suivantes :

1. Créer des relations plus solides et recueillir les commentaires des organisations communautaires (Community Based Organizations, CBO) spécialisées dans les populations ayant une maîtrise limitée de l'anglais à propos des recommandations pour les communications et la sensibilisation. Cela comprend l'exploration des alternatives technologiques et de communication, susceptibles de mieux mobiliser les représentants surchargés des CBO, ainsi qu'une collaboration étroite avec le comité de sensibilisation des CBO afin d'évaluer les stratégies pour les personnes nécessitant une assistance linguistique.
2. Mettre en place un poste de coordinateur des projets de traduction afin de fournir un point de surveillance central de toutes les traductions et exigences linguistiques du PPP.
3. Obtenir une assistance téléphonique pour les fournisseurs de traductions et d'interprétation professionnels à sous-traiter pour les projets PPP.

Envisager des méthodes nouvelles et innovantes de collecter des commentaires et de communiquer sur les projets planifiés visant les communautés difficiles à atteindre, notamment les techniques qui économisent les ressources.

De nouveaux outils de communication inventifs ont été développés au cours des dernières années, qui peuvent s'avérer utiles pour certaines communautés cibles. Bien qu'il ait été prouvé que la sensibilisation en personne est une tactique plus efficace pour la sensibilisation des populations mentionnées dans le Titre VI, la fracture numérique se réduit à des rythmes encore plus rapides, grâce à une technologie et à des programmes moins coûteux permettant l'accès à Internet. D'autres méthodes peuvent consister à se rendre là où elles sont, grâce à la technologie.

Amplify, le portail communautaire en ligne de la WMATA, a démontré son intérêt pour ces types de mobilisations numériques. Ci-dessous se trouvent quelques stratégies que la WMATA devrait explorer :

1. L'utilisation de la technologie de géolocalisation comme mode de diffusion alternatif des informations et de collecte des commentaires de clients d'une zone concernée. L'utilisation de cette technologie, que ce soit via des enquêtes ou notifications, s'adresse essentiellement à des personnes localisées « virtuellement ».
2. Identification de nouvelles méthodes pour collecter des commentaires, y compris des tendances émergentes sur les forums de discussion en ligne, les kiosques à écran tactile et les bassins Twitter.

Conclusion

Le plan de participation publique de la WMATA est un document exhaustif comprenant des directives détaillées pour l'exécution d'un programme de sensibilisation public inclusif, cohérent, collaboratif et réactif. Dans la création de ce plan, la WMATA vise non seulement le respect des directives de la FTA, mais aussi à devenir un leader dans la participation publique progressive.

Recommandation

2017-2020

1

Recommandation

2017-2020

2