

médiation environnementale

Pierre-Yves GUIHENEUF. Association GEYSER

Les fondements méthodologiques de la médiation

1

Distinguer le traitement du problème et la gestion des relations interpersonnelles

- Traiter d'abord les relations
- Tenter de dissiper malentendus et préjugés
- Mutualiser l'information, acquérir une vision partagée

www.comedie.org

2

Identifier les intérêts (besoins) et ne pas s'arrêter aux positions (revendications)

- Identifier les besoins par l'écoute active
- Ne pas contredire, ne pas juger
- Chercher à satisfaire les besoins de chacun
- Pas de débat sur les principes et les valeurs

www.comedie.org

3

Mettre les protagonistes en situation de recherche

- Faire appel à la créativité
- Rechercher les solutions collectivement
- S'enquérir de la satisfaction de chacun :
chercher des solutions gagnant-gagnant
- Veiller à ce que les concessions éventuelles
soient équilibrées

www.comedie.org

4

Etre conciliant avec les personnes

- Admettre qu'il y a diverses formes de
rationalité et diverses échelles de valeur.
- Admettre que ce qui est important, c'est la
perception de la réalité et non pas la réalité
en soi.
- Ne pas bloquer l'expression des émotions ;
mais garder la maîtrise de ses propres
émotions (pas d'agressivité ni d'ironie).
- Préserver l'amour-propre de l'autre ; lui
permettre de sauver la face.

5

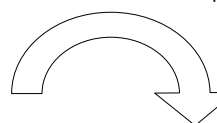
Séparer les phases

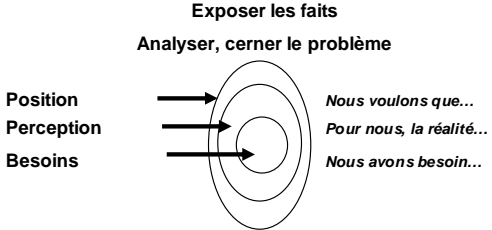
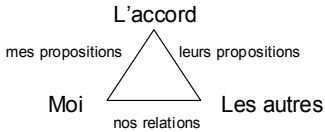
Phase
d'exposé des
positions et
d'analyse du
problème :

se mettre
d'accord sur
le désaccord

Phase de
recherche de
solutions :
créativité,
absence de critique

Phase de
choix :
acceptabilité,
faisabilité

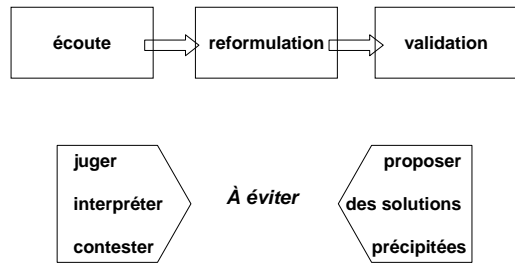


<p><i>Participants</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • N'oublier personne <i>Processus ouverts ou fermés</i> • Représentativité et légitimité <i>Discussion sur le choix des acteurs</i> • Relation délégués - groupes <i>Qualité de l'information</i> • La participation de la population <i>Information et écoute</i> 	<p><i>Préparer la concertation</i></p> <p>Contacter les protagonistes</p> <p>Créer une instance de médiation</p> <p>Définir les modalités <i>diagnostic, participation, rôle et légitimité de l'animateur...</i></p>
<p><i>Des positions aux besoins</i></p> <div style="text-align: center;"> <p>Exposer les faits Analyser, cerner le problème</p>  </div> <p>Position Perception Besoins</p>	<p><i>Le diagnostic</i></p> <p>Situer le problème <i>incompréhension, désaccord, conflit</i></p> <p>Connaître la situation <i>information sur le milieu « naturel »</i></p> <p>Créer des outils <i>cartes, mesures, inventaires...</i></p> <p>Favoriser le dialogue <i>diagnostic partagé</i></p>
<p>Règles</p> <p>Respect des interlocuteurs <i>exprimer les émotions, freiner les agressions</i></p> <p>Accord à la fin par les participants <i>pas de décision imposée</i></p> <p>Accords et informations <i>mutualisation</i></p> <p>Liberté <i>interruption de séances, apartés</i></p>	<p><i>L'accord</i></p> <p>Objectif Mieux satisfaire ses besoins (et non pas dominer l'adversaire)</p> <p>Le triangle de la négociation</p> <div style="text-align: center;">  </div>
<p><i>Ouvrir le champ des solutions</i></p> <p>Créativité <i>imagination, non-autocensure, non-jugement</i></p> <p>Questions d'amont <i>recherche des objectifs premiers</i></p> <p>Recherches <i>visites</i> <i>témoignages</i> <i>films, lectures...</i> <i>recherches techniques</i></p>	<p><i>Choix des solutions</i></p> <p>Examen des possibles <i>avantages, inconvénients, coûts...</i></p> <p>Hiérarchisation <i>acceptabilité et faisabilité</i></p> <p>Choix <i>définition des modalités, accord</i></p>

Attitudes du médiateur

- Ecoute active, questionnement et empathie
- Prudence envers l'interprétation des discours
 - Neutralité (ou impartialité)

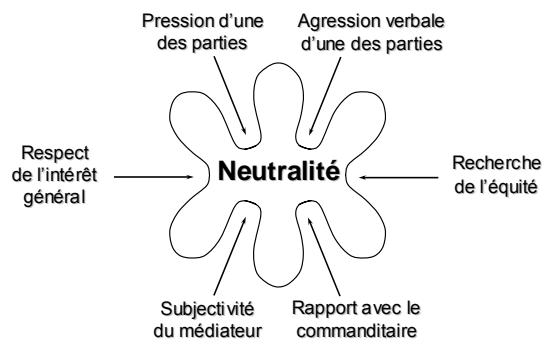
l'écoute active



Le chemin de la médiation

Prendre parti <i>voie interdite</i>
Rechercher l'équité Renforcer la participation d'une partie – veiller à l'intérêt général <i>voie latérale</i>
Rester neutre Faciliter le dialogue et la recherche de solutions par les parties <i>voie principale (fil conducteur)</i>
Fournir une expertise Donner un avis – proposer des solutions <i>voie latérale</i>
Défendre ses propres intérêts – prendre part à la décision <i>voie interdite</i>

Menaces sur la neutralité du médiateur



Pour en savoir plus...

Guide pratique du dialogue territorial

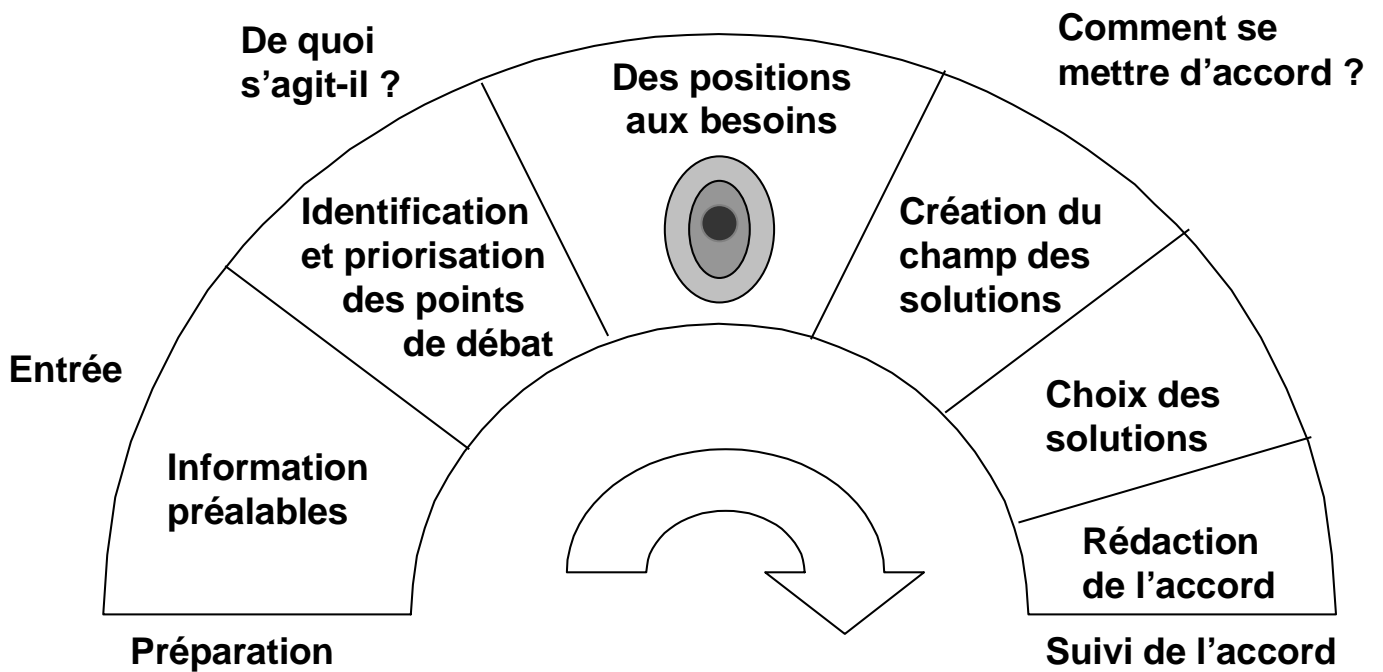
Ph. BARRET et al., GEYSER
 Ed. Fondation de France, 2003.

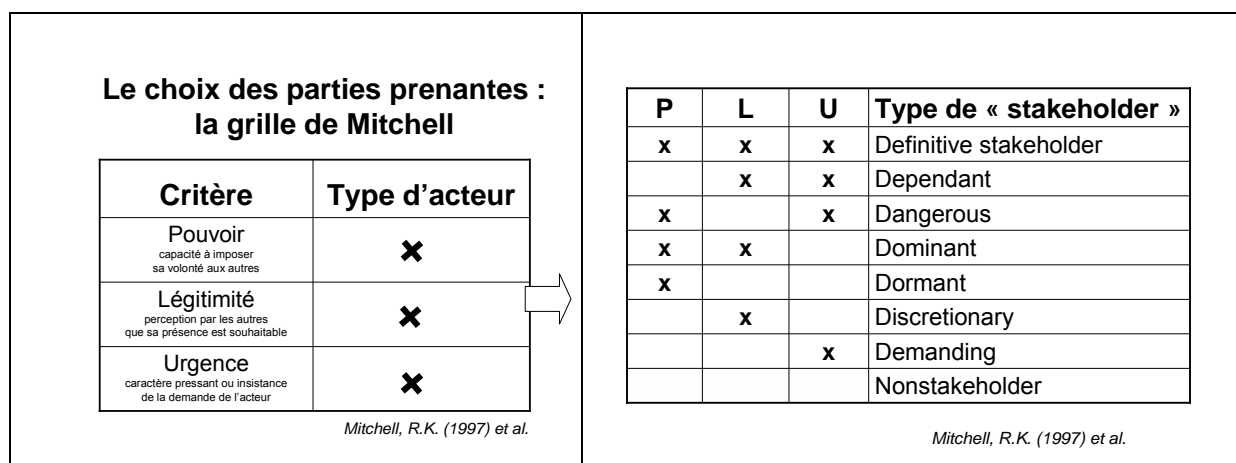
Site du programme Comédie

Bibliographie, liens, banque d'expériences,
 articles, outils méthodologiques...

www.comedie.org

Principales étapes d'un processus de concertation ou de médiation





Ronald P. Mitchell, du département de Sciences Politiques de l'Université de l'Oregon (Etats-Unis) a proposé en 1997 de classer les "stakeholders", ou parties prenantes dans un processus de participation ou de concertation en fonction de trois critères : le pouvoir, la légitimité et l'urgence.

Le pouvoir est la capacité (exprimée ou potentielle) d'un acteur à imposer sa volonté aux autres. La légitimité est l'appréciation, par les autres acteurs, que l'action du premier est désirable, convenable ou appropriée en fonction des systèmes de normes, valeurs, croyances et définitions socialement construits. L'urgence est le sentiment, par l'acteur lui-même, que sa propre demande est pressante ou importante.

Ces trois critères permettent de classer les parties prenantes en huit catégories. Ceux qui ont les trois attributs ci-dessus sont qualifiés de "definitive stakeholders" et doivent absolument être inclus dans la concertation. L'importance de la participation de l'acteur en question décroît ensuite en fonction du nombre d'attributs possédés.

Ceux qui ont deux attributs (expectant stakeholders) sont :

- les "dépendants" (possédant l'urgence et la légitimité)
- les "dangereux" (possédant pouvoir et urgence)
- les "dominants" (possédant pouvoir et légitimité)

Ceux qui ont un seul attribut sont :

- les "dormants" (pouvoir)
- les "discrétionnaires" (légitimité)
- les "demandeurs" (urgence)

Enfin, ceux qui n'ont aucun attribut sont qualifiés de "non-stakeholders" et peuvent ne pas être inclus dans la concertation.

P. Y. Guihéneuf. Article extrait de Wikipédia

• Friedman, M.T. ; Mason, D.S. (2004). A Stakeholder Approach to Understanding Economic Development Decision Making: Public Subsidies for professional Sport Facilities. *Economic Development Quarterly* 4 (3): 236-254.

• Mitchell, R.K., Agle, B.R., Wood, D.J. (1997). Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the Principle of Who or What Really Counts. *Academy of Management Review*, 22(4): 853-886.

• Mitchell, R.K., Agle, B.A (1997). Stakeholder identification and salience: Dialogue and operationalization. *International Association for Business and Society 1997 Proceedings*: 365-370, Destin Florida, March, 1997.