

DELEGATION DE M. Michel DUCHENE

D -20080557

Participation à une initiative sociale PEUPLADE.

Monsieur Michel DUCHENE, Adjoint au Maire, présente le rapport suivant :
Mesdames, Messieurs,

La Ville de Bordeaux a la volonté de promouvoir des actions qui contribuent à une vie de quartier animée, au renforcement des liens entre les habitants, à l'implication citoyenne, à l'intégration de tous dans la société, au dialogue entre les générations.

L'Association *Peuplade* s'est donné pour objet le renforcement du lien social et de l'animation locale. L'association a créé ce qu'elle a appelé un média de vie sociale. D'abord menée dans un arrondissement parisien, cette expérience a été développée dans d'autres villes, notamment à Grenoble.

Son projet s'appuie,

- d'une part, sur une plateforme technologique originale, un média de vie sociale accessible sur Internet (*peuplade.fr*)
- d'autre part, sur une équipe de terrain, constituée d'habitants actifs et concernés par leur vie locale, chargée de relayer toute occasion de lien entre les habitants d'un quartier.

Le passage par internet est un facilitateur : il enregistre, sur la base du volontariat, les services, les manifestations ou les rencontres envisagés à l'échelle du quartier que chacun de ses habitants accepte de partager. Le support permet de recenser les initiatives, d'organiser leur présentation et d'entrer facilement en contact. Mais le vecteur internet n'est pas exclusif : le but de l'action est bien de bâtir des liens sociaux réels, à l'échelle d'une rue, d'un quartier, d'une ville. C'est pourquoi une équipe dédiée est nécessaire qui active les liens avec et entre les habitants et les associations. L'expérience développée par l'Association *Peuplade* montre d'ailleurs que les habitants non connectés sont informés des projets et rencontres de voisinage par les autres habitants.

L'accès à la plateforme *Peuplade* et l'information sur les initiatives proposées seront relayées sur les supports d'information de la Ville, notamment le portail bordeaux.fr

L'équipe *Peuplade* à Bordeaux sera chargée de :

- o Animer la plateforme à travers une stratégie de contenus adaptée qui puisse intégrer tous les acteurs actifs sur le terrain.
- o Garantir la modération du site.
- o Offrir des fonctionnalités en ligne dans l'esprit de cohésion sociale du projet.
- o Veiller au respect de la vie privée et de l'indépendance des acteurs.

Afin de mettre en œuvre ce projet, l'Association *Peuplade* sollicite la Ville de Bordeaux pour une subvention de 95 000 € couvrant une phase préparatoire de trois mois puis une contribution aux frais de fonctionnement de la première année.

C'est pourquoi il vous est demandé, d'une part, d'autoriser M. le Maire à signer la convention qui vous est soumise aujourd'hui et, d'autre part, de verser la subvention demandée.

Ville de Bordeaux - Association *Peuplade*

Projet de convention pour l'octroi d'une
subvention à l'Association *Peuplade*
en vue de la création et de l'animation d'un média
social à Bordeaux

**CONVENTION DE SUBVENTION
ENTRE LA VILLE DE BORDEAUX ET L'ASSOCIATION PEUPLADE**

"Entre :

L'Association *Peuplade*, association loi 1901, éditrice du média de vie sociale "*Peuplade*", ayant son siège social au 51 rue Lemercier, 75017 Paris, représentée par son président Nathan Stern (ci-après "*L'Association Peuplade*")

D'une part ;

Et :

La Ville de Bordeaux, domiciliée Place Pey Berland, 33077 Bordeaux Cedex, représentée par son maire, Monsieur Alain Juppé, dûment habilité aux fins des présentes par délibération du Conseil municipal en date du [...] transmise en Préfecture au contrôle de légalité [...] (ci-après la " Ville de Bordeaux ")

D'autre part.

Il a été préalablement exposé ce qui suit :

La Ville de Bordeaux a la volonté de promouvoir des actions qui contribuent à une vie de quartier animée, au renforcement des liens entre les habitants, à l'implication citoyenne, à l'intégration de tous dans la société, au dialogue entre les générations.

L'Association *Peuplade* s'est donné pour objet le renforcement du lien social et de l'animation locale. Son projet s'appuie, d'une part, sur une plateforme technologique originale, un média de vie sociale accessible sur Internet (*Peuplade.fr*) et, d'autre part, sur une équipe de terrain, constituée d'habitants actifs et concernés par leur vie locale chargée de relayer toute occasion de lien entre les habitants d'un quartier.

Après avoir mis en oeuvre son dispositif à Paris et à Grenoble, l'Association *Peuplade* propose de se déployer sur le territoire de la ville de Bordeaux.

Le développement du projet comprend :

- La création et l'animation sur le terrain d'un dispositif d'animation sociale à travers une équipe locale, qui contribue ainsi à :
 - o Mobiliser des acteurs non investis dans la vie associative et des habitants, notamment ceux qui ne sont pas impliqués
 - o Favoriser sur l'ensemble du territoire municipal, l'organisation d'initiatives de proximité et de voisinages, ouvertes à tous et mises en oeuvre par les habitants eux-mêmes, porteuses de valeurs de rencontres, de solidarité et de convivialité.
 - o Construire des cadres alternatifs aux cadres de socialisation existants (unions de quartiers, cadres professionnels, cadres associatifs...) redéfinis par les habitants eux-mêmes.
 - o S'appuyer sur des leviers d'adhésion positifs et constructifs (ni défensifs, ni revendicatifs, ni politiques, ni sous-tendus par une logique de charité ou de rivalité).
- L'animation et la modération d'un média de vie sociale qui facilite les échanges, les rendez-vous et les projets entre les habitants d'une ville, en particulier à l'échelle des quartiers.

L'accès à la plateforme *Peuplade* et l'information sur les initiatives proposées seront relayées sur les supports d'information de la Ville, notamment le portail bordeaux.fr

L'équipe *Peuplade* à Bordeaux sera chargée de :

- Animer la plateforme à travers une stratégie de contenus adaptée qui puisse intégrer tous les acteurs actifs sur le terrain.
- Garantir la modération du site.
- Offrir des fonctionnalités en ligne dans l'esprit de cohésion sociale du projet.
- Veiller au respect de la vie privée et de l'indépendance des acteurs.

Afin de mettre en œuvre ce projet, l'Association *Peuplade* sollicite la Ville de Bordeaux pour une subvention de 95 000 euros pour contribuer au lancement de ce service avec une phase préparatoire de trois mois puis une première année de fonctionnement.

Ceci ayant été exposé, il est convenu et arrêté ce qui suit :

Article 1. Objet

La Ville de Bordeaux, qui souhaite favoriser le développement d'outils originaux faisant la promotion de la vie de quartier et susceptibles de renforcer les liens sociaux et la convivialité au sein des quartiers, attribue une subvention de 95 000 euros à l'Association *Peuplade*, afin de développer et mettre en œuvre à Bordeaux son projet de média social.

La subvention concerne la couverture des frais de préparation (3 mois) et une partie du fonctionnement pour 12 mois. La subvention sera versée en deux parties :

- 40 000 Euros à la signature de la convention
- 55 000 Euros à l'ouverture du service (début 2009)

Article 2. Charte *Peuplade*

L'Association *Peuplade* a fixé, dans un document intitulé « Charte *Peuplade* », annexé à la présente Convention, les principes généraux qui régissent l'utilisation de *Peuplade* auxquels tout utilisateur du service s'engage à adhérer (la « Charte *Peuplade* »).

L'Association *Peuplade* s'engage à maintenir en vigueur la Charte *Peuplade* pendant toute la durée de la Convention.

Plus particulièrement, si L'Association *Peuplade* souhaite apporter des changements à la Charte *Peuplade*, elle en informera préalablement la Ville de Bordeaux par tous moyens et cette dernière pourra faire connaître ses observations dans un délai de 7jours.

Article 3. Financement de *Peuplade* à Bordeaux

Afin de financer le fonctionnement de *Peuplade* à Bordeaux, L'Association *Peuplade* conclura des partenariats avec des entreprises privées ou publiques (les « Partenaires »). En contrepartie de leur soutien financier, les logos des Partenaires pourront notamment apparaître sur la page d'accueil dédiée aux habitants de Bordeaux du site *Peuplade.fr* et figurer sur les éléments de promotion de *Peuplade* à Bordeaux. Les Partenaires pourront

également mettre en avant les actions de vie sociale qu'ils souhaitent promouvoir dans le respect de la Charte *Peuplade*.

Article 4. Présentation de la ville de Bordeaux sur le média social *Peuplade*

Dans les limites prévues par la Charte *Peuplade*, l'Association *Peuplade* publiera sur *Peuplade.fr* :

- l'information de toutes les actions de vie sociale que la Ville de Bordeaux souhaite diffuser en faveur du service public local ;
- une fiche d'identité spécifique à la Ville de Bordeaux incluant la liste des dernières actions de vie sociale proposées par la Ville de Bordeaux ;
- le logo de la Ville de Bordeaux sur la page d'accueil de Bordeaux *Peuplade* ;

Article 5. Actions conjointes

L'Association *Peuplade* pourra proposer à la Ville de Bordeaux des actions conjointes dans le cadre de *Peuplade*. Elles pourront consister en actions de médiation sociale ciblées s'appuyant sur *Peuplade* ou en actions de sensibilisation à *Peuplade* auprès de populations restées à l'écart du dispositif.

La Ville de Bordeaux pourra également demander à L'Association *Peuplade* de participer à la réalisation ou à la conception d'actions conjointes.

Tant la Ville de Bordeaux que L'Association *Peuplade* seront libres de refuser de participer à toute action conjointe.

Article 6. Prise d'effet et durée de la convention

La présente Convention est conclue pour une durée quinze mois à compter de sa date de signature.

Article 7. Renouvellement, résiliation

Le renouvellement de la présente interviendra de manière expresse, par échange de courrier entre les deux contractants. Elle pourra être renouvelée annuellement.

La présente convention peut être résiliée par lettre recommandée avec accusé de réception, au cas d'inexécution par l'une ou l'autre des parties de l'une de ses obligations, moyennant un préavis de 45 jours.

La Ville de Bordeaux conserve pour sa part la faculté de résilier les présentes pour tout motif d'intérêt général.

Article 8. Obligation de l'Association *Peuplade*

L'Association *Peuplade* s'engage à utiliser la subvention de la Ville de Bordeaux dans le cadre de l'exercice de son activité à Bordeaux, telle que définie par la présente Convention.

Conformément à l'article L1611-4 de la loi 96-142 1996-02-21 du 24 février 1996, l'Association *Peuplade* fournira à la Ville de Bordeaux une copie certifiée de son budget et

de ses comptes de l'exercice écoulé, ainsi que tous les documents faisant connaître les résultats de son activité.

Article 9. Notification

Toute notification ou demande de conciliation faite au titre de la Convention devra être adressée à :

Pour L'Association *Peuplade* : Nathan Stern, Association *Peuplade*, 51 rue Lemercier, 75017 Paris.

Pour la Ville de Bordeaux : Maire de Bordeaux, Mairie de Bordeaux, Place Pey-Berland, 33000 Bordeaux.

Article 10. Clause Attributive de Compétence

La Convention est régie par la loi française.

Tous litige relatifs à l'interprétation des présentes ou à l'exécution des présentes seront soumis en tant que de besoin, aux juridictions compétentes siégeant à Bordeaux.

Fait à Bordeaux, le [●] 2008, en 3 exemplaires originaux, dont un pour L'Association *Peuplade* et deux pour la Ville de Bordeaux.

Pour la Ville de Bordeaux

Pour l'association *Peuplade*

Annexe 1 : Le déploiement de Peuplade à Bordeaux

L'Equipe *Peuplade* locale assure la mise en place de la dynamique participative. Celle-ci comporte trois phases principales : la préparation, le lancement officiel et le déploiement.

. Phase 1 : Préparation

- Définition de la stratégie d'implantation
 - Identification des acteurs et des publics rapidement mobilisables
 - Choix des premières aires d'implantation
- Définition de la stratégie de communication
 - Identification des ressources mobilisables
 - Préparation du plan de relations publiques
 - Sensibilisation des leaders d'opinion clés et des têtes de réseaux
- Personnalisation de la version locale de la plateforme
 - Constitution de l'Equipe locale *Peuplade*
 - Recrutement des membres de l'Equipe *Peuplade* locale
 - Formation et accompagnement de l'équipe

. Phase 2 : Lancement

- Ouverture officielle du site Internet

- Campagne de relation publique
 - Conférence de presse
 - Diffusion du communiqué de presse auprès des journalistes
 - Présentation de l'Equipe *Peuplade* locale

- Mise en route de la dynamique participative
 - Campagne d'affichage
 - Sensibilisation du tissu associatif
 - Organisation des premières rencontres de voisinage par l'Equipe *Peuplade* locale
 - Ouverture du blog local pour documenter les premiers succès

. Phase 3 : Consolidation

- Renforcement du maillage géographique
 - Accompagnement accru sur les aires moins connectées
 - Constitution des équipes d'accueil local
- Constitution de groupes thématiques ciblés
 - Jeunes parents
 - Personnes en recherche d'emploi
 - Personnes à mobilité réduite

. Phase 4 : Diversification

- Mise en place d'institutions participatives locales : Pédibus, Groupes d'entraide...
- Expérimentation de nouvelles formes sociales
- Et en continu :
 - Animation offline et online
 - Modération des contenus
 - Promotion du dispositif
 - Accompagnement des habitants
 - Mobilisation continue des associations et des institutions locales
 - Documentation des résultats obtenus

Annexe 2 : Budget de fonctionnement prévisionnel la première année

	Préparation (3 mois)	Lancement (2 mois)	Consolidation (4 mois)	Diversification (3 mois)
<u>Equipe Peuplade</u>				
Chef de projet	7 480	7 480	14 960	11 220
Coordinateur terrain	-	-	10 200	7 650
Responsable partenariats	2 550	5 100	10 200	7 650
Stagiaire	300	600	1 200	900
Formation	3 588		1 794	-
<u>Coûts liés au site Internet</u>				
Location de la plateforme	Offert	Offert	Offert	Offert
Adaptation de la plateforme	1 794	-	-	-
Hébergement et bande passante	239	879	2 292	2 177
Notifications	-	315	842	880
Modération du site Internet	-	700	1 700	1 650
<u>Frais de lancement</u>				
Etude préalable	12 558	-	-	-
Campagne de relations publiques	1 250	3 250	1 000	1 000
<u>Communication</u>				
Conception des supports	5 980	-	-	-
Réalisation des supports	2 500	-	1 500	1 500
Distribution des supports	-	1 000	400	300
Achat d'espace	-	-	-	-
<u>Frais de structure</u>				
Bureau	3 000	1 500	3 000	2 250
Mobilier	1 750	-	-	-
Equipements	4 000	-	-	-
Déplacements	1 500	750	1 000	750
Divers	500	1 000	2 000	1 500
Abonnements	500	500	1 000	750
Total	65 635	23 074	53 089	40 177

Annexe 3 : La Charte Peuplade

Peuplade se donne pour mission d'offrir aux habitants d'un même territoire l'envie et les moyens de vivre ensemble dans un esprit d'ouverture, de liberté, de responsabilité et de justice.

Tous les acteurs du territoire sont invités à prendre part à la mise en œuvre de ce projet social, qu'il s'agisse de particuliers, d'associations, de commerçants, de grandes entreprises ou d'institutions publiques.

Cette participation consiste en actions de vie sociale, lesquelles rassemblent les habitants autour d'un événement — s'il s'agit d'un rendez-vous — ou d'une réalisation à venir — s'il s'agit d'un projet.

Peuplade encourage les acteurs du territoire à concevoir et à lancer des actions de vie sociale qui s'inspirent, autant que possible, des principes suivants :

- **Réalité**

Une action de vie sociale donne lieu à des actions et à des faits plutôt qu'à des discours et des échanges virtuels

Elle privilégie des dispositifs concrets et faciles à mettre en place

Elle crée des événements publics

- **Cohésion**

Une action de vie sociale vise à créer de la cohésion et un sentiment de complicité entre les participants

Elle engage tous les participants à se connaître, à se reconnaître et à s'accepter

Elle favorise la coopération plutôt que la compétition, la solidarité plutôt que les intérêts particuliers

- **Universalisme**

Une action de vie sociale privilégie les rencontres qui transcendent les différences d'apparence, de milieu, d'âge, de sexe ou de culture

Elle fait passer au second plan fonctions et statuts et invite les participants à ne pas se confondre avec leurs rôles sociaux

Elle fédère des participants de tous bords autour d'un projet ou d'un événement, plutôt qu'autour d'une communauté d'opinion, d'intérêts, d'origine ou d'affinité

- **Non sélectivité**

Une action de vie sociale s'efforce, dans la mesure du possible, de tendre vers la gratuité afin d'être accessible au plus grand nombre

Elle témoigne d'une attitude d'ouverture et d'hospitalité à l'égard de tous

Elle est intégratrice, notamment pour ceux qui souffrent de handicaps sociaux

- **Dynamique collective**

Une action de vie sociale favorise l'esprit d'initiative

Elle privilégie l'implication et la participation active des individus

Elle encourage les créations collectives

- **Mutualisation des talents**

Une action de vie sociale est l'occasion, pour les individus, d'échanger ou d'acquérir savoirs et savoir-faire

Elle met en avant les individus dans leur singularité

Elle encourage leur créativité et l'expression de leurs talents

· **Indépendance**

Une action de vie sociale se met au service des personnes, et non des structures ou des causes

Elle développe l'indépendance et l'autonomie des personnes

Elle engage chacun à faire usage de sa liberté

Ces principes trouvent leur traduction opérationnelle dans les critères et recommandations du *vade-mecum technique de Peuplade*.

Ce *vade-mecum technique*, constamment nourri et mis à jour, encadre et facilite le lancement d'actions de vie sociale répondant aux principes énoncés dans la présente charte.

Peuplade assure l'édition des actions de vie sociale qui lui sont soumises en fonction de leur fidélité à ces principes.

M. DUCHENE. -

Monsieur le Maire, nous vous proposons de participer à une initiative sociale proposée par une association intitulée Peuplade.

Cette association s'appuie sur un outil, Internet. Elle permet aux habitants d'un quartier, d'une rue, de se retrouver, d'échanger, de créer de la convivialité, des rencontres.

Elle s'appuie aussi sur une équipe de terrain qui permet de dynamiser le site et, aux habitants de cette rue, de ce quartier, de lancer des initiatives accompagnées par cette équipe d'animation et que peut soutenir aussi la municipalité.

Cette opération a été déjà lancée sur Paris. Elle a eu un impact très important car des dizaines de milliers de personnes se sont connectées à Peuplade.

Elle a aussi débutée à Grenoble où de nombreuses initiatives par rues et par quartiers ont été réalisées.

C'est une opération qui permet non seulement de créer de la convivialité, mais aussi d'atteindre des personnes qui ne sont pas touchées aujourd'hui par nos structures : maisons de quartiers, centres d'animation, conseils de quartiers. Nous savons tous, pour ceux qui participent à la vie sociale de notre ville, qu'un grand nombre d'habitants sont, d'eux-mêmes peut-être parfois, exclus de ces structures.

Le site de l'opération Peuplade permet à ceux qui n'adhèrent pas à ce type de structures de créer une animation de quartier, de rencontrer d'autres habitants.

C'est un moyen de créer du lien social et, aux nouveaux habitants d'une ville de s'intégrer peut-être plus facilement.

Par rapport à ceux qui s'inquiètent parfois des institutions, peut-être même du politique, c'est un moyen de créer eux-mêmes des animations dans leurs quartiers, des relations sociales au sein de ceux-ci et aussi de créer une forme d'autonomie.

Nous essayons grâce à cette opération de rendre les habitants plus autonomes pour qu'ils créent leurs animations, leurs relations, et se sentent plus forts, mieux acceptés dans leurs quartiers.

Cette opération va durer plusieurs années. Dans un premier temps, elle s'appuiera sur une préparation de trois ou quatre mois et ensuite sur un développement d'un an.

Le financement est de l'ordre de 95.000 euros que nous financerons sur deux exercices.

On pourrait s'interroger sur la somme prévue qui n'est pas si importante que cela. Le budget est bien sûr beaucoup plus conséquent. Il s'appuiera sur les financements des internautes, mais surtout aussi sur des participations de sponsors.

Les différentes villes où le projet a été lancé : Paris, Grenoble et peut-être Marseille, ont soit financé directement, soit indirectement par de la publicité ou la participation de sponsors.

Je ne voudrais pas être trop long. Tout est dit dans la délibération.

M. LE MAIRE. -

Merci.

Mme VICTOR-RETALI.

MME VICTOR-RETALI. -

Désolée, je suis seule aujourd'hui donc j'interviens souvent.

La première question qui nous vient à l'esprit à la lecture de ce projet c'est : faut-il que la Ville de Bordeaux en soit arrivée à un tel degré d'émiettement et d'inadaptation de son tissu associatif pour qu'elle se sente obligée de faire appel à une structure parisienne créatrice d'un pompeux média de vie sociale, avec un coût partiel pour la Ville de Bordeaux de 95.000 euros, dont 37.500 euros mensuels pour le seul chef de projet ?

Lorsque le souhait de la Ville de Bordeaux est de promouvoir des actions qui contribuent à une vie de quartier animée, au renforcement des liens avec les habitants et à l'implication citoyenne, évidemment on ne peut pas être contre.

On peut par contre se demander si avant de recourir à une telle structure on ne doit pas attendre de la municipalité une évaluation et un bilan critique de son action dans ce domaine, notamment en revisitant le rôle des Conseils de quartiers, l'objectivité des critères d'attribution des subventions, ainsi que l'articulation entre les projets émanant de l'aide annuelle aux associations et les coups de pouce ponctuels selon le bon vouloir de l'adjoint de quartier dus au Fonds d'Intervention Local.

Peuplade affiche dans sa charte en annexe 3 de grands principes moraux s'appuyant sur des critères d'adhésion positifs et constructifs, ni défensifs, ni revendicatifs, ni politiques, ni sous-tendus par une logique de charité ou de rivalité – On se demande ce que viennent faire ces deux mots ensemble –

Mais les limites de son indépendance se sont vite révélées – article 3 – par l'appel à des partenariats avec des entreprises privées ou publiques qui pourraient mettre en avant les actions de vie sociale qu'ils souhaitent promouvoir.

Bref, plus grand chose à voir avec la vie associative et l'esprit de la loi de 1901. C'est pourquoi nous ne voterons pas cette délibération.

M. LE MAIRE. -

M. HURMIC.

M. HURMIC. -

Michel DUCHENE vient de nous indiquer que dans les villes dans lesquelles cette opération Peuplade a déjà fonctionné, des modes de financements assez disparates avaient eu lieu, tantôt financements publics, tantôt financements partenariaux autres.

Je note que d'une façon générale les porteurs de plates-formes technologiques sont souvent particulièrement inventifs en ce qui concerne leurs sources de financements. Je regretterais qu'à Bordeaux nous ayons la spécificité d'être le financeur important, le subventionneur important, le sponsor le plus conséquent de ce type d'initiative.

Donc peut-être si vous pouviez compléter un peu vos propos, Michel DUCHENE, pour nous indiquer la façon dont l'opération est financée dans d'autres villes que vous avez citées nous sommes porteurs de ce type d'informations. Merci.

M. LE MAIRE. -

M. ROUVEYRE.

M. ROUVEYRE. -

Monsieur le Maire, mes chers collègues, moi je trouve que l'initiative est intéressante. Finalement permettre à des habitants de créer des événements à partir d'un outil internet, de créer du lien social, soit. Mais je crois qu'il faut faire attention et que derrière ces bonnes valeurs on ne dissimule pas autre chose.

J'ai été attiré en commission préparatoire par la somme de 95.000 euros, et j'ai tout de suite posé des questions sur ce montant. J'ai demandé pourquoi ne pas greffer sur le site internet de la Mairie de Bordeaux ce module qui permettrait aux habitants de se rencontrer et de créer des événements, site internet, comme vous le savez, qui a coûté déjà extrêmement cher.

La réponse de M. DUCHENE a été de me dire : « Paris a aidé, donc rassurez-vous vos amis socialistes n'ont rien eu à redire », et ensuite vous m'avez dit ce que vous avez dit tout à l'heure : « mais vous comprenez, il y a des gens qui sont un peu effrayés par le côté institutionnel, politique, il faut qu'on puisse toucher ces personnes-là d'une autre manière ».

Alors, j'ai le dossier de presse de Paris. On peut lire page 10 du dossier de presse concernant cette initiative :

« Depuis les débuts des échanges avec les Ingénieurs Sociaux la ville avait posé comme principe de ne pas s'engager financièrement ».

Pièce n° 1. Je la verse au débat. Je la tiens à votre disposition.

Concernant ensuite « nous ne voulons pas effrayer les gens qui auraient un peu peur du politique », je trouve que c'est d'abord en contradiction avec les discours de Monsieur le

Maire du début de Conseil en disant : « Regardez, c'est formidable, les Conseils de quartiers il y a 200, 300, 400 personnes, tout le monde est content, tout le monde vient, c'est la liberté absolue », et nous dire d'un autre côté : « attention, on effraye quand même certaines personnes ».

C'est aussi en contradiction avec ce que j'ai entendu au dernier Conseil de quartier, puisque j'y assiste, où on nous expliquait que la mairie allait mettre en place dans les fameux « quartiers périmètre cantons » des Conseils des jeunes, des Conseils associatifs... Bref, la mairie veut aller partout et je suis étonné que là elle décide de mettre de l'argent pour aller nulle part.

Pour poursuivre là-dedans, pour le coup j'aurais voulu être une petite souris, parce que j'aurais voulu comprendre, Monsieur le Maire et M. DUCHENE, ce qui vous a poussés à aider cette initiative.

En effet, finalement quand on regarde la manière dont les responsables de ce projet se sont adressés à la mairie pour obtenir des fonds publics, je trouve que la méthode est proprement scandaleuse et que l'accueil qu'ils ont reçu de la mairie, à mon avis n'est pas meilleur. Je vais prendre un exemple.

Quand un usager se connecte et s'identifie sur le site « Peuplade.fr » on peut se demander avec qui il est entré en relation. J'ai cité le nom tout à l'heure, il revient maintenant : les Ingénieurs Sociaux. C'est la pièce n°2 que, là encore, je verse au débat. Il s'agit d'un document imprimé tout à l'heure.

Vous regarderez, l'internaute est lié avec les Ingénieurs Sociaux.

Qui sont les Ingénieurs Sociaux ? C'est la société qui possède les marques Peuplade et autres. Article 17 du document. Donc cette société qui édite le site Peuplade a des liens avec le mouvement associatif. Vous nous le dites.

Et je voudrais verser en pièce n° 3 au débat un article de l'Expansion du 16 mars 2007 – je cite mes sources - :

« Edité par les Ingénieurs Sociaux, une SARL... - C'était d'abord une SARL mais elle a été transformée en Société par Actions Simplifiée – de 2005... » On nous donne le nom des fondateurs, dont Nathan Stern sur lequel nous reviendrons tout à l'heure.

Un autre des dirigeants, M. Chouraqui, dit :

« Pour moi, d'un point de vue juridique BNP Paris-Bas – Mme VICTOR-RETALI citait les partenaires - est un client... » précise Jérémie Chouraqui, responsable juridique et stratégique de l'entreprise. «... du coup... – et ça c'est le journaliste de l'Expansion qui observe ; je cite bien là encore un journal pas hyper gauchiste – du coup l'implication de la banque dans le quotidien du site sème une certaine confusion dans les valeurs de solidarité ou de complicité prônées par l'équipe de Nathan Stern. »

J'ajoute - là je vais vous poser une question un peu polémique, j'en ai bien conscience, mais vous avez des informations que je n'ai pas - quand on regarde le dirigeant de la société Les Ingénieurs Sociaux c'est un certain, non pas Nathan Stern mais Thomas Stern, qui a créé une société qui travaille maintenant pour Bolloré. Est-ce que vous pouvez nous dire s'il y a des liens particuliers ?

En réalité, pour résumer, le montage plutôt malhonnête est le suivant :

Pour tout ce qui va concerner les activités non lucratives de ce site on crée une association et on demande au passage aux pouvoirs publics de financer. Par contre pour tout ce qui va être financement de la publicité, par la publicité, encaissement des dividendes, on va créer une société qui s'appelle Les Ingénieurs Sociaux. Et là encore je verse au débat la pièce n° 4 que j'ai récupérée sur « société.com », vous pourrez le regarder également, c'est une société qui ne se porte pas trop mal ma foi, 200.000 euros de chiffre d'affaires, dont le siège social, je vous pose la question mais je suis sûr que vous avez répondu, dont le siège social est exactement le même que l'association : 51 rue Lemer cier à Paris 17^{ème}.

Pour terminer, vous aurez compris, le groupe Socialiste votera contre.

Je pense que là encore on est dans la même dimension que « Voisins solidaires » où on nous demande d'adhérer pour 10.000 euros, mais on ne voit pas exactement ce dont il s'agit, on ne voit pas non plus pourquoi ni comment dans les critères d'intervention une soit-disant association dont on s'aperçoit qu'elle est une société parisienne puisse bénéficier à hauteur de 95.000 euros de fonds publics.

Je pense que peut-être sur ces questions vous allez nous éclairer. Je doute que vous ayez la réponse. C'est la raison pour laquelle je vous demanderai d'enregistrer pour le groupe Socialiste un vote contre.

M. LE MAIRE. -

M. DUCHENE.

M. DUCHENE. -

M. ROUYEYERE, je ne me serais pas permis de parler de cette manière-là à vos amis socialistes en commission. En plus, sachant les différentes tendances au sein de votre parti je n'étais pas sûr de tomber juste en parlant de la Ville de Paris.

Concernant la Ville de Paris elle-même, elle n'a pas effectivement versé de subventions directes, mais pendant deux semaines elle a mis à la disposition de l'association 1200 panneaux Decaux. Elle a beaucoup investi en communication. Le maire lui-même s'est beaucoup investi aussi. De plus, la Ville de Paris a proposé à un certain nombre de sociétés qui travaillent pour la Ville de Paris de financer cette opération. Par exemple la société SFR a versé 120.000 euros à l'association.

La Ville de Grenoble, elle, a fait différemment. Elle verse 85.000 euros par an depuis mars 2007, et ensuite elle versera au fur et à mesure que l'opération se développera 50.000 euros.

Pour information, sur Grenoble, depuis la création du site Peuplade c'est 1480 opérations de quartiers et de rues qui se sont développées à l'initiative des habitants, et d'ailleurs sans subvention de la ville.

Concernant les deux structures, association et société, elles existent effectivement, mais à l'évidence l'organisation Peuplade est totalement indépendante et aucun fonds ne sera transféré sur les Ingénieurs Sociaux. Donc tout se fait en totale transparence. D'ailleurs à Marseille, le Conseil Général et deux arrondissements de Marseille prévoient de travailler dans les semaines qui viennent avec Peuplade.

Sur l'émiettement et sur l'éclatement, ce n'est pas du tout ça, Madame. C'est en réalité parce que même si nous savons tous que dans nos structures de dialogue, nous

rencontrons un certain nombre de personnes, nous savons aussi que nous ne rencontrons pas tous les habitants d'une ville. L'intérêt de Peuplade est justement de s'adresser à ceux qui ont peut-être un certain refus soit de la chose politique, soit des structures institutionnelles. C'est pour essayer de les capter, de les faire participer à la vie sociale.

Peuplade qu'est-ce que c'est ? C'est le contact avec l'autre, la rencontre avec l'autre, peut-être pour garder un enfant, peut-être pour monter une opération de quartier. En tout cas ce genre de site permet de créer du lien social dans le quartier.

Souvent lorsqu'on est confronté dans un quartier ou dans sa propre famille à des évènements un peu difficiles, il est bon de savoir qu'autour de soi on peut compter sur des relais, sur des personnes. Le site Peuplade permet ce genre de chose.

Prenons, par exemple, la Ville de Grenoble. La totalité de sa population change en trois ans, les nouveaux arrivants sont très nombreux – même si certains restent bien sûr plusieurs années – Cela veut dire que dans nos villes nous avons de nombreuses personnes qui tous les ans viennent, restent pour un temps et n'ont peut-être pas toujours le temps de participer aux structures que l'on connaît, nous, depuis de longues années, auxquelles on participe.

C'est donc un moyen de les attirer, de les faire participer, de leur donner de l'autonomie et de peut-être faire participer à des structures plus institutionnelles que sont les maisons de quartiers, les centres d'animations, les Conseils de quartiers, ou autres.

Je crois que les moyens financiers que nous mettons là permettront à un certain nombre de personnes de sortir de l'anonymat, mais à l'équipe de terrain de créer davantage d'animations, de lien social, de convivialité dans les quartiers.

Je crois que l'association est honnête et transparente. Si vraiment ils avaient posé des problèmes depuis quelques années, les autres villes telles que Paris, Grenoble ou Marseille ne se lanceraient pas dans ce genre d'opération.

M. LE MAIRE. -

Merci Monsieur l'Adjoint.

En tout cas, opposer nos méthodes disons traditionnelles de vie participative dans les quartiers telles que les Conseils de quartiers et puis ce projet-là ça me rappelle un peu la campagne électorale américaine : il y a M. McCain qui fait campagne comme il y a 20 ans et puis il y a M. Obama qui fait campagne nuit et jour sur le Net. Je ne sais pas qui va gagner, mais je pense que c'est l'avenir qui permettra de marquer des points, et cette technologie est une technologie d'avenir, cette méthode est une méthode d'avenir.

Je suis donc heureux que la Ville s'y lance à titre expérimental. Là aussi on fera le bilan de l'opération. Et si ça marche comme ça a marché à Paris et à Grenoble nous continuerons parce que c'est un complément, un supplément et non pas un substitut à ce que nous faisons depuis des années.

J'ai bien noté le vote négatif du groupe Socialiste, le vote négatif du groupe Communiste. Que font les verts ?

M. HURMIC. -

(Inaudible – Hors micro)

M. DUCHENE. -

Les internautes, la publicité, les entreprises et les opérations qu'ils montent. C'est la manière de financer.

M. HURMIC. -

Moi ce qui me préoccupe c'est la porosité entre l'association et la société, à savoir : si on va sur le site est-ce qu'on aura des publicités qui auront été au préalable négociées par la société commerciale, comme nous l'a dit notre collègue, ou est-ce qu'on a directement affaire à l'association indépendamment de tous messages publicitaires ?

M. DUCHENE. -

On aura affaire à l'association, et l'association sera en recherche de publicités. Elle essaiera d'en trouver évidemment pour se financer. Vous avez dû remarquer que nous avons le budget global de la structure qui est bien plus élevé que la subvention de la Ville. Le delta sera assumé par l'association et la publicité qu'elle trouvera.

Rien de très original. Cela fonctionne déjà ainsi sur Paris. Quand vous allez sur le site Peuplade, vous voyez aussi des encarts publicitaires.

M. LE MAIRE. -

Il est évident que la subvention de la Ville ne va pas couvrir la totalité du coût de l'opération et que donc les acteurs vont se procurer des ressources supplémentaires ailleurs.

Mme VCTOR-RETALI vous voulez ré-intervenir.

M. LE MAIRE. -

Oui, très rapidement pour deux ou trois remarques.

Il me semble que baser un travail de lien social et de convivialité uniquement sur un intervenant qui n'utilise que le Net ça me paraît un peu limité, parce qu'il y a quand même un pourcentage sensible de la population qui n'a pas d'ordinateur. Ça, je voudrais quand même qu'on le prenne en compte, même si l'avenir... etc. Avec la pauvreté galopante je pense que ça ne va pas s'améliorer forcément. Donc le lien social, ce n'est pas pour tous.

Deuxièmement les associations ne sont pas toutes politiques, si ce n'est au sens noble du terme. Celle-ci semble ne pas échapper à la remarque.

Même si je n'ai pas eu les mêmes informations que Mathieu parce que je n'ai pas cherché ça, je ne suis toujours pas convaincu de la chose.

M. LE MAIRE. -

Je ne comprends pas du tout votre approche, Madame. Il ne s'agit pas de substituer Peuplade à l'ensemble du réseau associatif dont nous disposons. Le réseau associatif : les maisons de quartiers, les centres d'animation, les régies de quartiers, les associations, les médiateurs de rues, tout ceci s'adresse à un certain public. En revanche on sait très bien qu'il y a une partie du public bordelais qui ne vient pas dans ces structures et pas dans les structures associatives.

J'aimerais bien qu'on fasse le compte de la totalité des adhérents des associations de Bacalan et qu'on le rapporte à la population de Bacalan. Ce n'est pas pour diminuer la représentativité des associations, elles sont très utiles, mais il y a tout un public qu'elles ne touchent pas, en particulier le public jeune qui passe sa vie sur Internet.

Eh bien nous complétons notre offre par cette initiative. Il ne s'agit pas de la substituer à ce qui existe.

M. ROBERT.

M. ROBERT. -

Monsieur le Maire, j'ai testé, si j'ose dire, puisque je me suis inscrit sur ce site pour voir ce que ça donnait dans l'optique éventuelle d'un travail avec la mairie. Pour rassurer mes collègues, je n'ai jamais reçu en 4 mois la moindre publicité, le moindre prospectus ou la moindre « news-letter » commerciale, ce qui n'est pas le cas de beaucoup d'autres sites associatifs ou commerciaux.

M. LE MAIRE. -

Ecoutez, mes chers collègues, on va avancer. Chacun a défendu son point de vue...

M. ROUVEYRE, on ne va pas y passer la journée...

M. ROUVEYRE. -

Non. Très rapidement. D'ailleurs je suis content d'entendre que ça marche déjà. Je me demande pourquoi on finance. Je voudrais simplement enlever ma casquette d'élus et mettre celle de professionnel de l'Internet.

Je pense que vous faites une grosse erreur, parce que quand vous allez financer ces 95.000 euros vous avez bien vu que c'est pour financer des personnes qui vont enrichir le site. Le site est la propriété de la société. C'est les textes. Donc à partir du moment où l'argent public va servir à financer la valorisation d'un capital social d'une société on est véritablement en dehors des clous.

Je vous le dis parce que je possède un site similaire. Il ne m'est jamais venu à l'idée de poser la question ni de solliciter la moindre aide publique parce que ce n'est pas comme ça que ça fonctionne.

Je vais vous dire comment ça a dû se passer. Ils ont créé leur site. Ils n'ont pas trouvé de modèle économique parce qu'il n'y a pas aujourd'hui de modèle économique rentable sur ce type de site. Donc ils ont fait une scission juridique. Ils ont mis tout ce qui pouvait être lucratif : la publicité ciblée par adresse IP, etc, d'un côté, et tout ce qui va être animation non rentable de l'autre, et ils sollicitent.

Ce n'est pas ça les règles du jeu. Les règles du jeu c'est : on assume le package. On ne peut pas dire : la puissance publique va valoriser un capital social d'une société et aider à ça pour finalement ne pas... (inachevé). Enfin, excusez-moi, mais c'est hyper anti-concurrentiel.

M. LE MAIRE. -

On va arrêter ce débat théologique. Vous venez d'apporter la démonstration de la justification de l'opération.

Vous venez de nous dire qu'il n'y a pas de modèle économique et que si on veut développer ce type de prestation il faut bien une intervention de la puissance publique. CQFD. S'il y avait un modèle économique on ne nous demanderait pas de participer !

Si vous considérez que dès qu'il y a des ressources de caractère commercial dans une opération il faut que la puissance publique n'intervienne pas, alors il faut demander à la Région de cesser toutes ses aides économiques à toutes les activités économiques de la région, et nous-mêmes cesser de subventionner tout ce qu'on subventionne ! Ça n'a pas de sens.

Allez. Chacun prendra ses responsabilités.

Non, je regrette infiniment, vous vous êtes tous exprimés abondamment sur ce sujet, maintenant on passe au vote.

INTERVENANT. – (?)

(Hors micro)

M. LE MAIRE. -

J'ai déjà pris l'engagement de le faire. On le fera. Mais avant de faire un bilan encore faut-il que l'opération ne démarre.

ADOPTE A LA MAJORITE

VOTE CONTRE DU GROUPE SOCIALISTE

VOTE CONTRE DU GROUPE COMMUNISTE

VOTE POUR DU GROUPE DES VERTS AU VU DE L'ENGAGEMENT D'UN BILAN PROCHAIN,

ACCEPTÉ EN SEANCE