

# L'usage des données textuelles sur les plateformes DECIDIM

**Problématique :** *Les données textuelles présentes sur les plateformes influencent-elles quantitativement et qualitativement les contributions déposées ?*

## **Étape 1 : Recueil et élaboration de l'enquête**

### **1. Quel est l'objectif d'une enquête de contextualisation ?**

La contextualisation des données textuelles des plateformes DECIDIM pourrait potentiellement permettre d'approfondir, de rendre compte de subtilités et de justifier certains résultats et interprétations de l'analyse linguistique des contributions. On cherche ainsi à rendre compte du rôle et de l'intérêt du texte selon le type de plateforme.

### **2. Quelles sont les informations nécessaires pour contextualiser des données textuelles ?**

L'enquête porte sur vingt-quatre plateformes DECIDIM dont trois plateformes **privées** (MGEN, ALPTIS, Décathlon) quatre **associations** (Agorassos, CodeForFrance, NEC et APTIC) et dix-sept plateformes **publiques**. Parmi les plateformes publiques quatre **institutions nationales** (le Sénat, ETALAB, la CNDP et BOSA) et treize **institutions locales** (Angers, la Corse, l'Indre et Loire, le Loiret, Loire-Atlantique, MEL, l'Université de Bordeaux, Nouvelle-Aquitaine, Rilleux-la-Pape, Roubaix, Saint-Jean-de Braye, le Val de Marne, la Vendée).

Les données textuelles présentes sur chacune de ces plateformes sont rédigées par deux acteurs. Dans un premier temps **les consultants de chez OSP** s'occupent de rédiger les notes d'informations qui permettent de guider le lecteur dans la consultation de la plateforme et l'élaboration de sa future contribution. Les consultants d'Open Source Politics travaillent au plus proche des clients afin de rédiger avec eux des foires aux questions cohérentes avec la consultation mais aussi les conditions générales d'utilisation. En effet, l'objectif d'OSP est de guider les clients dans la démarche d'élaboration de la plateforme en leur faisant des propositions de contenu qui sont toutefois généralement modifiées et adaptées par le client. Ainsi, **le client se charge de rédiger l'ensemble des textes de présentation** avec pour objectif de présenter la plateforme et son projet de démocratie numérique.

### 3. Comment récolter ces informations ?

Il est nécessaire d'extraire et d'analyser l'ensemble des textes des plateformes qui sont susceptibles de conditionner les contributions déposées. Pour ce faire, on a procédé à l'extraction manuelle de l'ensemble des données textuelles présentes sur les plateformes et plus précisément sur les pages d'accueil et des concertations, assemblées ou pétitions. On a volontairement choisi de ne pas procéder à une extraction automatique via un extracteur de données textuelles tel que Gromoteur car la phase de nettoyage des données aurait été beaucoup trop contraignante compte tenu de la faible quantité de texte à relever. Une fois l'extraction terminée, les données ont été mises en forme dans un document txt encodé en UTF-8 avec l'utilisation principale des balises suivantes :

<categorie-plateforme=prive> ou <categorie-plateforme=public>

<type-plateforme=association ou institution publique ou institution locale> (si client public)

<nom-plateforme=numéro de référence (entre 1 et 29).nom>

<espace=accueil ou concertations ou assemblées ou initiatives>

## Étape 2 : Déterminer les stratégies d'argumentation mises en place par le client pour faire participer le visiteur de la plateforme

Après avoir parcouru les 24 plateformes mentionnées, un premier constat a pu être dressé. L'ensemble des plateformes semblent avoir recours à des textes majoritairement argumentatifs et peu descriptifs. Le texte argumentatif développe un raisonnement, qui vise à faire reconnaître au lecteur la validité d'une thèse, ou au contraire à la réfuter. L'auteur du texte cherche ainsi à influencer la pensée du destinataire en l'amenant à modifier son comportement ou ses opinions.

Pour ce faire, on peut essayer de **convaincre** son lectorat en faisant appel à un raisonnement logique construit sur un ensemble irréfutable de connaissances et d'expériences. On a limité les critères d'observations et d'analyses à la présence d'une articulation logique et d'une démonstration dans le texte à travers des connecteurs logiques<sup>1</sup> et des données factuelles (budget, dates, réalisations passées, etc). Un texte argumentatif convaincant peut aussi utiliser des descriptions objectives dénuées de sentiments, avec notamment l'utilisation d'un présent de vérité général.

---

<sup>1</sup> d'abord, puis, ensuite, enfin, de même que, ainsi que, ensuite, d'ailleurs, encore, de plus, quant à, mais encore, mais, or bien que, quoique, tandis que, alors que, même si, cependant, pourtant, toutefois, néanmoins, en revanche, au contraire, malgré tout, certes, malgré, car, parce que, puisque, étant donné que, comme, en effet, grâce à, en raison de, par exemple, ainsi, en effet, notamment, en d'autres termes, c'est à dire, autrement dit, d'ailleurs, donc, et de sorte que, si bien que, finalement, ainsi, voilà pourquoi, c'est pourquoi, par conséquent, afin que, de, afin de, en vue de, si, en cas de, donc ainsi

À l'inverse, on peut aussi **persuader** le lectorat en faisant appel à leurs sentiments ou à leurs émotions. Un texte persuasif se fonde généralement sur des valeurs et des principes communs aux individus de la société ou du groupe social visé tels que : la liberté, l'égalité, la confiance, l'honnêteté, etc. L'objectif de ce genre de texte est alors de rallier les lecteurs à la cause partagée et défendue à travers une forte expressivité dans le discours. L'usage de la première personne du pluriel « nous » et de ses formes dérivées « nos » et « notre » permet de créer un sentiment d'unicité à propos d'une cause commune. Le texte argumentatif persuasif est identifiable à travers une modalisation très forte notamment avec la présence de jugements de valeur avec l'utilisation de termes mélioratifs ou péjoratifs. En effet, pour persuader le lecteur, l'auteur doit faire transparaître des émotions fortes telles que l'indignation ou l'enthousiasme qui sont souvent matérialisées par un registre de langue pathétique et une ponctuation exclamative excessive.

À partir de ce premier constat, nous allons déterminer si il existe une stratégie d'argumentation spécifique pour chaque type de plateforme.

### **Étape 3 : Évaluation des stratégies d'argumentation selon le type de plateforme**

Le corpus élaboré en amont a fait l'objet d'une analyse quantitative et qualitative. À partir des ressources et des critères mentionnés précédemment pour identifier un texte persuasif ou convaincant, on a dressé les tableaux d'analyse suivants à partir de calculs de fréquences.

<b>Les plateformes privées</b>					
		<b>MGEN</b>	<b>ALPTIS</b>	<b>DÉCATHLON</b>	<b>Moyenne</b>
<b>PERSUADER</b>	<b>Nous, nos, notre</b>	1	0,34	0,04	0,46
	<b>Exclamations</b>	0,06	0,14	0,04	0,08
	<b>Impératif</b>	0,19	0,12	0,06	0,12
	<b>Questions rhétoriques</b>	0,1	0,25	0	0,11
	<b>Comparaison</b>	1 (comparaison du numérique avec un danger invisible)	0	0	0,33
	<b>Accumulations</b>	1 (La solidarité, la responsabilité, l'indépendance, la non-lucrativité, la liberté et la démocratie)	0	1 (Decathloniens, clients, voisins et sportifs)	0,66
	<b>Arguments d'autorité</b>	1 (Directrice Générale de Super demain et Fréquence écoles ; Nicolas Hazard, fondateur d'INCO ; Valentin Chaput, fondateur d'Open Source Politics)	0	0	0,33

## Les plateformes privées

		MGEN	ALPTIS	DÉCATHLON	Moyenne
	<b>Jugement de valeur / Argument par les valeurs</b>	1 (on regarde un écosystème qui n'est ni homogène dans son fonctionnement ni dans les valeurs qu'il véhicule) (La solidarité, la responsabilité, l'indépendance, la non-lucrativité, la liberté et la démocratie)	0	1 Véritable référence, à la hauteur de ses valeurs, l'ambition et l'exigence, ...	0,66
	<b>Champ associatif de l'unicité</b>	1 (conscience collective, de notre envie commune de nous engager et de notre volonté de défendre nos convictions que nous pourrions réellement changer les choses et nous assurer ensemble du développement d'un numérique responsable.)	1 (Construisons ensemble)	1 (ensemble, collectivement)	1
	<b>Le problème</b>	1 (les valeurs de solidarité et de responsabilité que nous portons pourraient être mises en danger.)	0	1 imaginer tous ensemble le futur du campus	0,66
	<b>La cause</b>	1 (le monde numérique)	0	0	0,33
	<b>La solution</b>	1 (la plateforme de la MGEN)	0	1 concevoir le projet de renaissance de ce site emblématique	0,66
	<b>L'appel à l'action</b>	1 (Formulez avec le groupe MGEN ses futurs engagements pour un numérique responsable)	1 (participez !)	1 Rendez-vous à la rentrée pour la présentation de la synthèse et des prochaines étapes.	1
<b>CONVAINCRE</b>	<b>Articulation logique</b>	1 (car, et pourtant, en effet, d'une part, d'autre part, ainsi)	0	0	0,33
	<b>Démonstration logique</b>	0	0	0	0
	<b>Descriptions objectives</b>	0	1 (Cette plateforme de concertation est donc un lieu dédié aux échanges pour faciliter et permettre à tous les acteurs concernés de participer à ces évolutions.)	0	0,33
<b>Formes</b>		602	368	188	386
<b>Occurrences</b>		1494	862	358	904

## Les associations

		AGORASSOS	CODE FOR	NEC	APTIC	Moyenne
	<b>Nous, nos, notre</b>	0,42	0,23	0,21	0,06	0,23
	<b>Exclamations</b>	0,14	0,04	0,08	0,19	0,11
	<b>Impératif</b>	0,08	0,06	0,23	0,23	0,15

Les associations						
		AGORASSOS	CODE FOR	NEC	APTIC	Moyenne
PERSUADER	Questions rhétoriques	0,17	0	0,04	0,04	0,06
	Comparaison	0	0	1	0	0,25
	Accumulations (faire des propositions, de débattre, de voter, de consulter, d'organiser des réunions, et même de suivre l'avancée des réalisations)	1	0	1 créer une « narration » commune de l'ensemble des événements nec ; mettre en lumière les actions, projets, ressources, livrables produits ou diffusés dans le cadre de chaque nec pour les valoriser, créer les connexions utiles entre les communautés d'acteurs, renforcer leur utilisation et leur impact ; faire ressortir de chaque nec local des enseignements et pistes d'actions utiles au-delà de ce cadre ; connecter chaque nec local avec les autres et avec nec nationa	0	0,5
	Arguments d'autorité	0	0	0	0	0
	Jugement de valeur / registre de la morale (éthique & déontologie, confidentialité des informations ; citoyenneté ; démocratie ; solidarité )	1	1 (liberté, égalité, solidarité)	1 (liberté, éthique)	1 amender en toute confiance dans un cadre sécurisé)	1
	Champ associatif de l'unicité Solidaire ; communauté ; ensemble	1	1 commun, collectif, convivial,	1 commun, collectif, ensemble	1 (co-construction de nos outils communs)	1
	Le problème	0	0	0	0	0
	La cause	0	0	0	0	0
	La solution	0	0	1 la construction d'une société numérique éthique, inclusive et soutenable	1 (Agile et évolutif, #APTIC améliore et adapte les différents outils mis en places (charte, référentiel, ...). Comme toujours, #APTIC implique les parties prenantes dans les démarches entreprises.)	0,5
	L'appel à l'action	0	0	1 vous souhaitez contribuer à l'écriture d'une société numérique éthique, inclusive et durable ? organisez votre nec local !	1 (Rendez-vous à la prochaine concertation pour la co-construction de nos outils communs !)	0,5
Articulation logique (ainsi, mais)	1	0	1 Ainsi ; aussi ; c'est pourquoi	0	0,5	

Les associations						
		AGORASSOS	CODE FOR	NEC	APTIC	Moyenne
CONVAINCRE	Démonstration logique (données, faits, ...)	0	1 nous coordonnons également quelques actions ponctuelles, comme lors du paris open source summit 2018 où nous avons partagé des propositions concrètes pour rendre le secteur du numérique ouvert plus inclusif, ou encore lors de diverses interventions dans les médias. aujourd'hui, nous sommes en train de rédiger collectivement un toolkit pratique pour organiser des conférences inclusives.	1 (cette année, 63 % des 850 participants à numérique en commun[s] (...) les 13 et 14 septembre, à nantes, nous avons posé les bases d'un vocabulaire de travail commun,...) une subvention jusqu'à 5 000€ pour couvrir des frais liés à l'organisation de l'événement (lieu, matériel, scénographie, etc.). frais de communication frais en lien avec la programmation..)	0	0,5
	Descriptions objectives	1 cette plateforme permet de faire des propositions, de débattre, de voter, de consulter, d'organiser des réunions, et même de suivre l'avancée des réalisations. en tant qu'association, vous pouvez demander à obtenir un espace sur cette plateforme.	1 code for france initie et accompagne d'autres collectifs à porter des projets d'intérêt général. sur ces pages vous trouverez toutes les informations utiles (liens vers les sites des projets, budgets, etc.) et des outils pour contribuer aux différents projets (agendas, suivi d'avancement, dépôts de code...).	1 Cet espace est une assemblée. elle regroupe des membres de la communauté nec intéressés par une thématique spécifique ou composant une instance particulière. grâce à decidim, une assemblée peut tenir des réunions, organiser des prises de décision, partager des documents. une assemblée peut être ouverte à tou-tes les participant-es ou restreinte à une liste d'inscrit-es.	1 (cette plateforme de concertation est donc un lieu dédié aux échanges pour faciliter et permettre à tous les acteurs concernés de participer à ces évolutions. la concertation intègre plusieurs parties prenantes, pour autant chaque typologie d'acteurs doit pouvoir interagir au sein d'un espace qui lui est propre.)	1
Formes		923	239	494	172	457
Occurrences		2625	458	1601	368	1263

Les plateformes publiques						
		ETALAB	CNDP	SENAT	BOSA	Moyenne
PERSUADER	Nous, nos, notre	0,02	0	0	0	0,005
	Exclamations	0,1	0,08	0	0,04	0,055
	Impératif	0,17	0,31	0	0,14	0,155
	Questions rhétoriques	0,02	0,04	0	0,02	0,02
	Comparaison	1 considérez ces modules comme des outils à votre disposition pour façonner le processus participatif qui vous convient	0	0	0	0,25
	Accumulations	0	0	0	0	0

## Les plateformes publiques

		ETALAB	CNDP	SENAT	BOSA	Moyenne
	<b>Arguments d'autorité</b>	0	0	0	0	0
	<b>Jugement de valeur / registre de la morale</b>	1 <small>(extrêmement complet, lieu véritablement unique)</small>	0	0	1 <small>(une politique publique qui répond mieux aux besoins et attentes des citoyens ; une jolie place ; démocratie)</small>	0,5
	<b>Champ associatif de l'unicité</b>	0	0	1 <small>commun, collectif, ensemble</small>	0	0,25
	<b>Le problème</b>	0	0	0	0	0
	<b>La cause</b>	0	0	0	1 <small>de l'échelle nationale comme à l'échelle locale, plus de décideurs politiques et des citoyens co-crèent une politique publique qui répond mieux aux besoins et attentes des citoyens.</small>	0,25
	<b>La solution</b>	0	0	0	1 <small>le plateforme monopinione vous permet d'organiser des processus participatives, y compris des appels à idées, des enquêtes, ou bien des budgets participatives.</small>	0,25
	<b>L'appel à l'action</b>	0	1 <small>(construisez votre propre point de vue ! ; déposez votre propre contribution pour le débat ! ; participez au débat en ligne)</small>	0	1 <small>l'opinion des citoyens compte ! tous ensemble, pour une administration plus performante !</small>	0,5
<b>CONVAINCRE</b>	<b>Articulation logique</b>	1 <small>(ainsi, donc, par ailleurs, enfin, mais aussi)</small>	0	1 <small>si, donc</small>	1 <small>(ainsi, donc, mais aussi)</small>	0,75
	<b>Démonstration logique (données, faits,...)</b>	1 <small>vous pouvez par ailleurs faire en sorte que certains modules ne soient activés qu'à certaines étapes. vous pouvez bien entendu les renommer : par exemple, sur la plateforme decidim de la ville d'angers, "propositions" devient "je dépose mes idées". enfin, vous pouvez personnaliser cette page de présentation en y intégrant certes du texte, mais aussi des documents, des images et des vidéos. à titre d'exemple, voici la personnalisation choisie par la mairie de villeurbanne pour sa plateforme.</small>	0	1 <small>les pétitions ayant recueilli au moins 100 000 signatures dans un délai de 6 mois sont transmises à la conférence des présidents.</small>	1 <small>(selon un récent sondage d'opinion européen (eurobaromètre, février 2018), 83 % des européens considèrent les fake news comme une menace pour la démocratie.)</small>	0,75

## Les plateformes publiques

		ETALAB	CNDP	SENAT	BOSA	Moyenne
Descriptions objectives		1 Cette concertation va vous permettre de découvrir les fonctionnalités participatives de decidim. les concertations sont structurées dans le temps par des étapes. vous pouvez en prendre connaissance à droite du panneau de titre de la consultation.	1 cet espace participatif vous permet de : partager votre point de vue sur le projet, et commenter les avis déjà exprimés (avis), poser vos questions sur le projet à la direction générale de l'énergie et du climat (dgec), et à réseau transport d'électricité (rte) (questions-réponses)...	1 la plateforme e-pétitions du sénat permet de déposer une pétition ou de soutenir une pétition déjà publiée.. ces pétitions permettent, si plusieurs conditions sont réunies, de pouvoir saisir le sénat d'une demande d'inscription à l'ordre du jour d'un texte législatif ou de création d'une mission de contrôle sénatoriale.	1 le plateforme monopinion vous permet d'organiser des processus participatives, y compris des appels à idées, des enquêtes, ou bien des budgets participatives. participez au débat sur les fake news...	1
	Formes	347	141	84	305	219,25
Occurrences		667	344	211	868	522,5

## Les plateformes publiques

		ANGERS	CORSE	INDRE-LOIRE	Moyenne
PERSUADER	Nous, nos, notre	0,08	0,08	0,10	0,086
	Exclamations	0,10	0	0,04	0,04
	Impératif	0,25	0,02	0,10	0,12
	Questions rhétoriques	0,34	0,1	0,04	0,16
	Comparaison	0	0	0	0
	Accumulations	0	1 un moyen d'agir, de se développer, de s'émanciper.	1 c'est vous qui connaissez le mieux les lieux où vous habitez, où vous travaillez, étudiez, où vous vous divertissez	0,66
	Arguments d'autorité	0	0	0	0
	Jugement de valeur / registre de la morale	1 (extremement complet, lieu véritablement unique)	1 (developpement haermonieux, souhaitable)	1 (confiance ; fier de)	1
	Champ associatif de l'unicité	0	0	0	0
	Le problème	0	1 pour ne pas subir le numérique et être en position d'agir, il est nécessaire de s'en rendre maitre et possesseurs. / quel numérique voulons nous pour la corse ?	1 un projet qui vous tient à cœur ?	0,66
	La cause	0	0	0	0
La solution	0	1 - faire de la corse une corse connectée - faire de la corse un territoire inclusif - faire de la corse un territoire en transition	1 le département d'indre-et-loire vous donne la parole dans le cadre de son budget participatif.	0,66	



## Les plateformes publiques

		ANGERS	CORSE	INDRE-LOIRE	Moyenne
	<b>L'appel à l'action</b>	<b>1</b> informez-vous, donnez votre avis, proposez vos idées et projets pour angers	<b>1</b> pour répondre à cette question, nous vous invitons à contribuer de deux façons sur la plateforme smart-isula	<b>1</b> nous comptons sur votre mobilisation pour faire de ce budget participatif une réussite.	<b>1</b>
<b>CONVAINCRE</b>	<b>Articulation logique</b>	<b>1</b> (donc, ainsi, puis)	<b>1</b> (ainsi, mais aussi)	<b>1</b> (donc)	<b>1</b>
	<b>Démonstration logique (données, faits,...)</b>	<b>1</b> (Depuis 2 ans, les habitants du quartier déposent un projet ambitieux pour ce site dans le cadre du budget participatif. ce projet est estimé à 180 000€ et n'a pas obtenu suffisamment de votes pour être réaliser jusqu'à présent. (...) il est décidé, plutôt que de remettre des jeux similaires au même endroit, de prévoir un budget de 40 000€ pour réaliser dès 2020 un espace repensé prenant en compte une partie des attentes des citoyens et ne dépendant pas exclusivement des résultats du budget participatif.)	<b>1</b> (ce comité élaboré spécifiquement pour la réalisation du sdtan réunit les principales institutions publiques de corse et plus largement les acteurs du numérique publics et privés de corse (liste des organisations membres ici). suite à la finalisation du sdtan,...) des premiers projets ont été élaborés lors de la journée de travail du 29 novembre 2019 et la journée de travail sur la médiation numérique du 13 février 2020, la construction des projets se poursuit désormais en ligne.§	<b>1</b> les projets retenus, c'est-à-dire ceux qui seront jugés faisables par les services du département, seront soumis aux suffrages de tous les habitants âgés de moins de 18 ans de ce département. et ceux qui seront choisis au terme de ce vote, seront réalisés dans le cadre d'une enveloppe annuelle dédiée de 300 000 euros.	<b>1</b>
	<b>Descriptions objectives</b>	<b>1</b> (pour être recevable une idée doit respecter les critères suivants : relever du budget d'investissement de la ville, c'est à dire engendrer und dépense ponctuelle, (aménagement ou constructions, achat de matériel ou mobilier) qui limite les coûts de maintenance ou de personnels ultérieurs. concerner les compétences municipales et le domaine public...)	<b>1</b> l'objectif de la démarche smart-isula, par l'intermédiaire de la réalisation du sdtan, est de concevoir une feuille de route de projets numériques pour une mise en application dès 2021.	<b>1</b> l'indre-et-loire est l'un des premiers départements en france, après le gers, à mettre en place un dispositif de budget participatif.	<b>1</b>
<b>Formes</b>		493	284	143	306,6
<b>Occurrences</b>		1242	656	473	790,3

## Les plateformes publiques

		LOIRE-ATLANT	LOIRET	MEL	AQUITAINE	Moyenne
	<b>Nous, nos, notre</b>	0,02	0,02	0,55	0,02	0,15
	<b>Exclamations</b>	0	0,08	0,25	0	0,08
	<b>Impératif</b>	0,12	0,19	0,46	0,02	0,19
	<b>Questions rhétoriques</b>	0	0,04	0,27	0,06	0,09
	<b>Comparaison</b>	0	0	0	0	0

## Les plateformes publiques

		LOIRE-ATLANT	LOIRET	MEL	AQUITAINE	Moyenne
<b>PERSUADER</b>	<b>Accumulations</b>	1 habitant-e-s, associations, partenaires,	1 qualité de l'air, eau, énergie, déplacements, émissions de gaz à effet de serre, mobilité, biodiversité, économie circulaire... Rejoignez, participer et décidez	1 Anaphore Pour + nous/nos/ notre citoyens, associations, collectifs, élus, entreprises, chercheurs, étudiants, panel de citoyens, acteurs socio-économiques,	1 conception, la définition, l'évaluation et, autant que possible, la mise en œuvre de ces politiques	1
	<b>Arguments d'autorité</b>	0	0	0	1 Le président alain rousset a souhaité inscrire la refondation de la politique culturelle et linguistique régionale sous le signe de la co-construction. cette volonté est en parfaite cohérence avec les récentes dispositions législatives (loi notre portant nouvelle organisation territoriale de la république du 7 août 2015 et loi relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine du 7 juillet 2016).	0,25
	<b>Jugement de valeur / registre de la morale</b>	0	0	1 démocratie, citoyenneté, solidarité	1 citoyennete, respect / véritable	0,5
	<b>Champ associatif de l'unicité</b>	0	0	1 ensemble (4), commun (2) collaboratif (1) collectif (2)	1 Ensemble (2) commun (1)	0,5
	<b>Le problème</b>	1 Le projet d'aménagement du port de la turballe	0	1 dans le cadre des réflexions sur l'avenir du commerce sur son territoire	1 politique culturelle et linguistique.	0,75
	<b>La cause</b>	1 pour répondre aux besoins croissants et conserver sa compétitivité	0	1 pandémie du COVID-19	1 cette volonté est en parfaite cohérence avec les récentes dispositions législatives (loi notre portant nouvelle organisation territoriale de la république du 7 août 2015 et loi relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine du 7 juillet 2016).	0,75
	<b>La solution</b>	1 le département de loire-atlantique a engagé un projet d'aménagement visant à renforcer les activités historiques du port ainsi que l'accueil d'activités nouvelles.	0	1 la métropole européenne de lille (mel) engage un plan de relance de l'économie métropolitaine.	1 la région nouvelle aquitaine construit son engagement dans le domaine des politiques culturelles	0,75
	<b>L'appel à l'action</b>	1 exprimez-vous et partagez vos idées.	1 Rejoignez, participer et décidez	1 débattez, discutez et enrichissez les échanges de vos points de vue.	1 participez à l'action régionale en nouvelle-aquitaine	1

## Les plateformes publiques

		LOIRE-ATLANT	LOIRET	MEL	AQUITAINE	Moyenne
<b>CONVAINCRE</b>	<b>Articulation logique</b>	1 Ainsi (3)	1 Ainsi (2) Donc (2)	1 ainsi (4) désormais (6) Afin de (5)	1 Ainsi (1) Donc (1) Par ailleurs (1) d'abord (1) En effet (1)	1
	<b>Démonstration logique (données, faits, ...)</b>	1 classé 2 <sup>e</sup> port français avec ses 9372 tonnes de produits de la pêche vendue à la criée pour 24,2 millions d'euros	1 un terrain de beach-volley (10 000 €), un terrain de pétanque (6 000 €), deux tables de ping-pong en béton (2 000 €), une aire de jeu pour enfants (30 000 €).	1 8 conseils des maires, 4 dialogues de rue, climathon sur la nature en ville, 6 réunions du panel citoyen autour de la question de l'accompagnement au changement, 10 cafés citoyens sur l'ensemble du territoire métropolitain, 8 ateliers avec les acteurs socio-économiques locaux,	1 26 732 emplois 900 compagnies 810 lieux	1
	<b>Descriptions objectives</b>	1 le département de loire-atlantique met en place un comité consultatif local composé d'une vingtaine de représentant-e-s issues des associations environnementales, des usager-ère-s du port et de la vie locale. ces représentant-e-s sont amené-e-s à participer à des réunions plénières et à travailler en sous-groupe sur des problématiques précises lors de commissions spécifiques.	1 des collèves et des collégiens ont proposé des projets dans le cadre d'un budget participatif lancé par le département sur le thème de l'environnement. jusqu'au 31 mars 2020, 30 projets ont été soumis aux votes des loirétains. suite à près de 11 000 votes, 20 projets ont été retenus. ils seront mis en oeuvre en 2020/2021.	1 le site de réflexion couvre environ 20 hectares. il est ceinturé par deux zones d'activité, des quartiers d'habitation, la rue de wervicq ainsi que par un délaissé de la lys au nord, servant de frontière avec la belgique où se trouve le site du balokken. la zone est actuellement desservie par un chemin communal où il existe une servitude liée à un réseau d'assainissement.	1 la conférence territoriale de la culture se réunit à raison de deux plénières par an. les plénières ont pour but de permettre un échange et une synthèse sur l'avancée des travaux des différents ateliers. c'est également l'occasion de raccrocher les travaux des concertations sectorielles.	1
<b>Formes</b>		231	282	642	464	404,75
<b>Occurrences</b>		510	706	1924	1236	1094

## Les plateformes publiques

		RILLIEUX LA PAPE	ROUBAIX	St JEAN DE BRAYE	Moyenne
<b>PERSUADER</b>	<b>Nous, nos, notre</b>	0	0,1	0,02	0,04
	<b>Exclamations</b>	0,04	0,12	0,36	0,17
	<b>Impératif</b>	0,02	0,02	0,21	0,08
	<b>Questions rhétoriques</b>	0	0,23	0,1	0,11
	<b>Comparaison</b>	0	0	0	0
	<b>Accumulations</b>	1 6 années d'existence, 242 habitants mobilisés, 512 propositions dont 137 réalisées et 260 en cours de réalisation	1 solidarité, nature, culture, sport, vélo	1 sobriété énergétique, recyclage des déchets, économie d'eau, gestion des espaces verts (publics et privés), déplacement en ville,	1

## Les plateformes publiques

		RILLIEUX LA PAPE	ROUBAIX	St JEAN DE BRAYE	Moyenne
	<b>Arguments d'autorité</b>	0	0	0	0
	<b>Jugement de valeur / registre de la morale</b>	1 <small>Solidarité</small>	1 <small>solidarité,</small>	0	0,66
	<b>Champ associatif de l'unicité</b>	0	1 <small>(rencontre, collaboration, solidarité)</small>	1 <small>ensemble (2) commun(1) Collectif (1) Collectivité (2)</small>	0,66
	<b>Le problème ; L'objectif</b>	0	0	1 <small>pérenniser le développement durable de saint-jean de braye.</small>	0,33
	<b>La cause</b>	0	0	0	0
	<b>La solution</b>	0	0	1 <small>les abraysiens sont invités à travailler ensemble et avec la municipalité au développement des bonnes pratiques de gestion durable de la cité.</small>	0,33
	<b>L'appel à l'action</b>	1 <small>donner votre avis sur des sujets précis, proposer des idées ou projets, participez à l'une des instances de la ville!</small>	1 <small>toutes les personnes qui fréquentent roubaix sont invitées à participer !</small>	1 <small>débattez, discutez et enrichissez les échanges de vos points de vue.</small>	1
<b>CONVAINCRE</b>	<b>Articulation logique</b>	0	1 <small>aussi(2)</small>	1 <small>mais(1) Ainsi (3) En effet (1)...</small>	0,66
	<b>Démonstration logique (données, faits, ...)</b>	1 <small>conseil municipal des enfants : 24 années d'existence, plus de 500 enfants impliqués et 80 projets développés conseil municipal des jeunes : 4 années d'existence, 9 projets menés avec 72 jeunes de 15 à 18 ans.</small>	1 <small>après étude des 59 propositions d'aménagement déposées, 14 projets issus des propositions ont été soumis à votre vote du 23 avril au 12 mai.</small>	1 <small>les 13 premiers projets atteignant la limite des 200 000 € ont ainsi été retenus : une bricothèque : 67 voix une tyrolienne : 62 voix un vélo bus : 61 voix des fleurs pour les abeilles : 55 voix un circuit sécurité à vélo : 48 voix un aménagement du bois de coquille : 48 voix un fab lab : 42 voix du paillage et compost en libre service : 42 voix un potager au collège st exupéry : 40 voix des kits écologie bien-être : 39 voix des agrès de fitness en bord de loire : 39 voix un troc de plantes (extension cabane à dons) : 38 voix des abris vélos devant les écoles et les équipements sportifs : 37 voix</small>	1
	<b>Descriptions objectives</b>	1 <small>le conseil municipal des enfants, plus communément appelé « cme », a été créé en 1996 pour faire participer les rilliards de moins de 18 ans qui n'ont pas encore le droit de vote, à la vie de la commune.</small>	1 <small>en raison du contexte sanitaire du premier semestre 2020, certains projets lauréats de l'édition 2019 ne pourront pas être réalisés avant juillet 2020, comme initialement annoncé.</small>	1 <small>ces projets vont maintenant se réaliser avec la participative active des auteurs des idées, ou bien de citoyens volontaires, en lien avec les services de la ville et le tissu associatif local.</small>	1
<b>Formes</b>		210	333	453	332
<b>Occurrences</b>		566	884	1026	825,33

## Les plateformes publiques

		UNIV BORDEAUX	VAL DE MARNE	VENDEE	Moyenne
<b>PERSUADER</b>	<b>Nous, nos, notre</b>	0	0,06	0	0,02
	<b>Exclamations</b>	0,06	0,02	0,04	0,04
	<b>Impératif</b>	0,14	0,17	0,08	0,13
	<b>Questions rhétoriques</b>	0,06	0,12	0,08	0,08
	<b>Comparaison</b>	0	0	0	0
	<b>Accumulations</b>	1 <small>social, sanitaire, culturel et sportif</small>	1	1	0,33
	<b>Arguments d'autorité</b>	0	0	0	0
	<b>Jugement de valeur / registre de la morale</b>	0	1 <small>Démocratie ;</small>	0	0,33
	<b>Champ associatif de l'unicité</b>	1 <small>ensemble communauté</small>	1 <small>ensemble(3)</small>	1 <small>Communauté Collectivité Ensemble</small>	1
	<b>Le problème ; L'objectif</b>	0	1 <small>l'écologie et le vivre-ensemble dans les parcs.</small>	1 <small>permettre la participation effective du public à l'élaboration du projet final du programme d'actions de prévention contre les inondations (papi)</small>	0,66
	<b>La cause</b>	0	0	1 <small>la lutte contre le changement climatique, par l'atténuation de nos émissions de gaz à effet de serre et la réduction de nos consommations d'énergie, l'adaptation aux changements en cours et à venir, pour rendre le territoire plus résilient.</small>	0,33
	<b>La solution</b>	0	0	1 <small>un diagnostic approfondi et partagé du territoire face aux risques fluvio-maritimes : une stratégie de réduction de la vulnérabilité face aux risques fluvio-maritimes, un programme d'actions opérationnel sur 6 ans.</small>	0,33
<b>L'appel à l'action</b>	1 <small>sur cette plateforme de participation, informez-vous, donnez votre avis, proposez vos idées pour améliorer vos campus ! vous pouvez même voter pour que l'université de bordeaux réalise vos projets préférés !</small>	1 <small>débattez, discutez et enrichissez les échanges de vos points de vue.</small>	1 <small>cette plateforme est faite pour vous !</small>	1	
<b>Articulation logique</b>	0	1 <small>ainsi afin de</small>	1 <small>Ainsi Désormais Afin de</small>	0,66	

## Les plateformes publiques

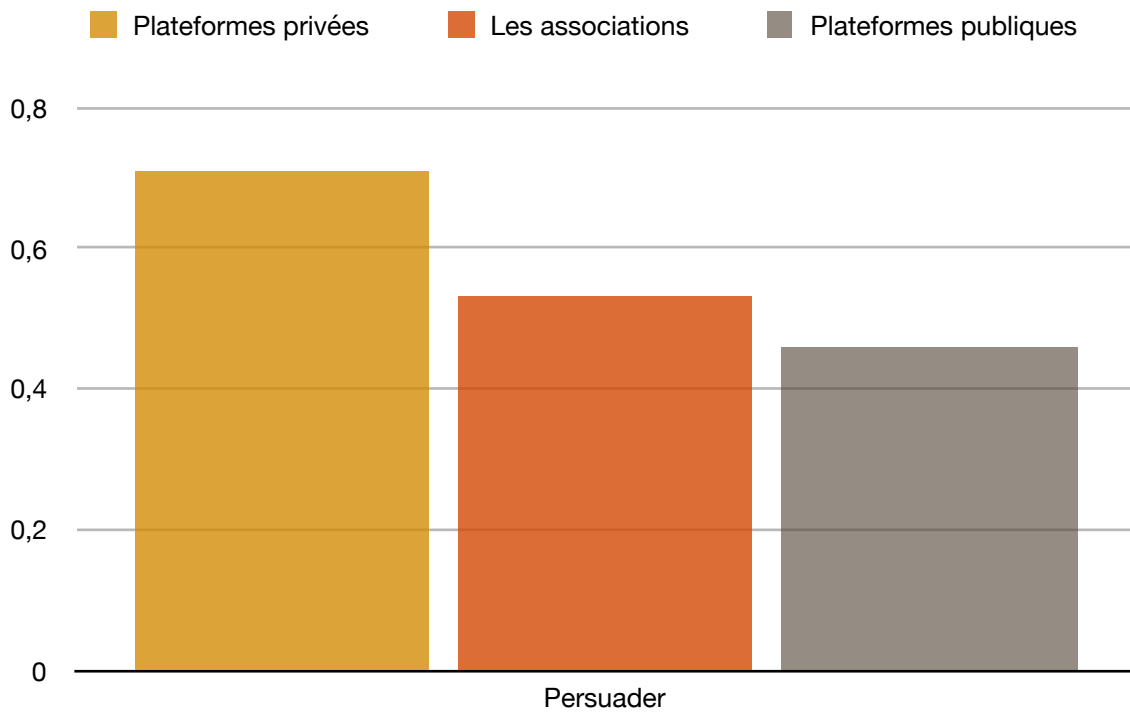
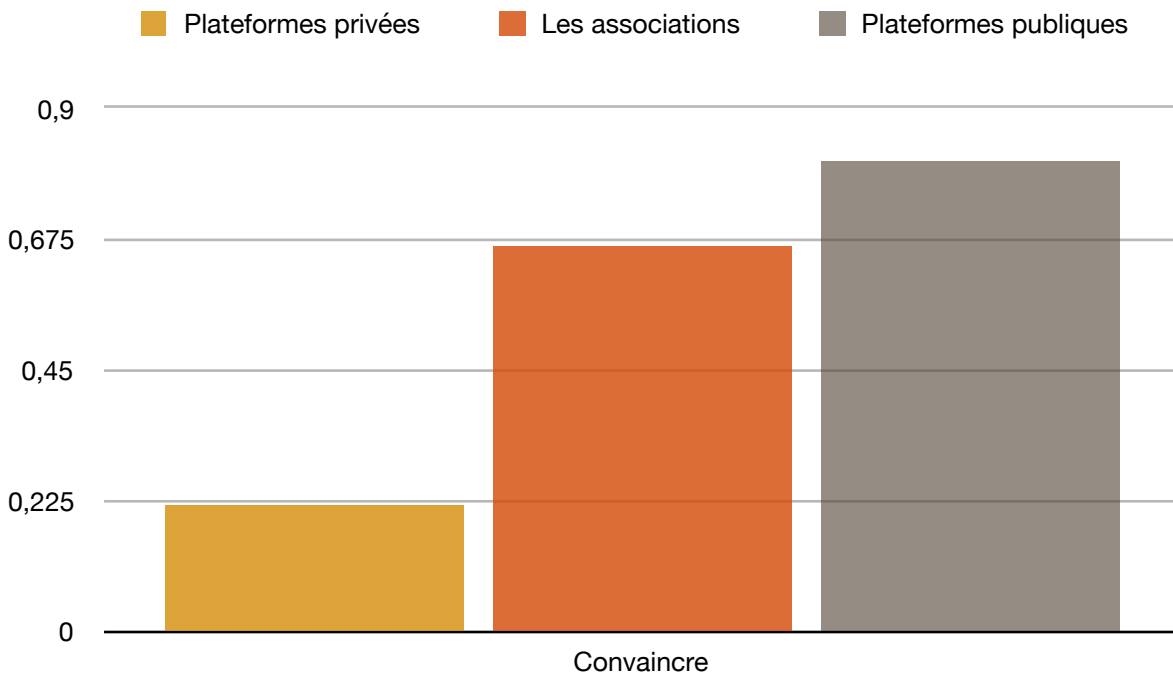
		UNIV BORDEAUX	VAL DE MARNE	VENDEE	Moyenne
<b>CONVAINCRE</b>	<b>Démonstration logique (données, faits, ...)</b>	1 une contribution vie étudiante et de campus a été instituée au profit des établissements d'enseignement supérieur par la loi du 8 mars 2018, et destinée à favoriser l'accueil et l'accompagnement social, sanitaire, culturel et sportif des étudiants et à conforter les actions de prévention et d'éducation à la santé réalisés à leur intention. le code de l'éducation prévoit que dans chaque établissement, les représentants des étudiants au ca et dans les autres conseils participent à la programmation des actions financées au titre de cet accompagnement.	1 le conseil départemental du val-de-marne propose aux habitants et aux habitantes, dès 11 ans, de soumettre leurs idées pour imaginer les parcs départementaux de demain. une enveloppe de 2,5 millions d'euros sera allouée à la réalisation des projets retenus par les citoyennes et citoyens.	1 en juin 2017, vendée grand littoral a été l'une des premières intercommunalités de vendée à s'engager dans un plan climat-air-énergie territorial, conjointement avec le pays des achards. document-cadre obligatoire de la politique énergétique et climatique de la collectivité, le pcaet a pour objet	1
	<b>Descriptions objectives</b>	1 vos propositions devront porter sur des petits projets d'investissement (c'est-à-dire des équipements et des aménagements nouveaux qui limitent les coûts de gestion ultérieurs) et seront soumises au vote de l'ensemble des étudiants de l'université de bordeaux qui sélectionneront ceux qu'ils préfèrent. votre projet devra être réalisable sur un campus dans les deux ans, entrer dans le champ de compétences de l'université et être en lien avec les objectifs de la cvec (pour plus d'informations, lire le règlement du bpe).	1 le budget citoyen, c'est quoi ? il s'agit d'une démarche démocratique où les citoyennes et citoyens sont placés au cœur du dispositif de participation. les val-de-marnais et les val-de-marnaises ont ainsi la possibilité de proposer et de choisir des projets mis en place dans les parcs et les espaces naturels départementaux.	1 le périmètre du papi des marais du payré inclut intégralement les communes littorales de talmont saint hilaire, jard sur mer et saint vincent sur jard en vendée. il comprend la partie littorale depuis le parc de la salle roy près de la baie de cayola sur la commune de talmont saint hilaire, jusqu'au littoral sableux à l'extrémité sud de la commune de saint vincent sur jard. il comprend également la majeure partie du bassin versant du payré, les marais du payré dans leur ensemble, ainsi que la rivière du goulet.	1
<b>Formes</b>		275	269	363	302,3
<b>Occurrences</b>		644	588	977	736,33

À la suite de ces analyses détaillées, nous avons dressé le tableau synthétique suivant qui montre les moyennes de chaque critère étudié pour les plateformes publiques, les plateformes privées et les associations.

		Plateformes privées	Associations	Plateformes publiques	Moyenne
PERSUADER	Nous, nos, notre	0,46	0,06	0,23	0,25
	Exclamations	0,08	0,07	0,11	0,08
	Impératif	0,12	0,15	0,15	0,14
	Questions rhétoriques	0,11	0,06	0,06	0,07
	Comparaison	0,33	0,25	0,12	0,23
	Accumulations	0,66	0,5	0,38	0,51
	Arguments d'autorité	0,33	0	0,03	0,12
	Jugement de valeur / registre de la morale	0,66	1	0,55	0,73
	Champ associatif de l'unicité	1	1	0,30	0,76
	Le problème ; L'objectif	0,66	0	0,30	0,32
	La cause	0,33	0	0,27	0,2
	La solution	0,66	0,5	0,39	0,51
	L'appel à l'action	1	0,5	0,75	0,75
	<b>Moyenne</b>	<b>0,71</b>	<b>0,53</b>	<b>0,46</b>	<b>0,57</b>
CONVAINCRE	Articulation logique (conjonction de coordination,...)	0,33	0,5	0,79	0,54
	Démonstration logique (données, faits, ...)	0	0,5	0,87	0,45
	Descriptions objectives	0,33	1	1	0,77
	<b>Moyenne</b>	<b>0,22</b>	<b>0,66</b>	<b>0,81</b>	<b>0,58</b>

- Interprétation des résultats obtenus

À partir de l'analyse qualitative et quantitative précédemment menée, nous pouvons dès à présent affirmer que l'ensemble des plateformes font usage de l'argumentation à la fois pour convaincre et pour persuader.





Toutefois, les clients du secteur privé utilisent davantage la persuasion que les clients du secteur public. En effet, l'appel au sentiment du lecteur pour l'inciter à participer au projet semble être récurrent dans le secteur privé tandis que les institutions et les associations sont plus enclines à faire usage de la logique à travers une argumentation plus objective.

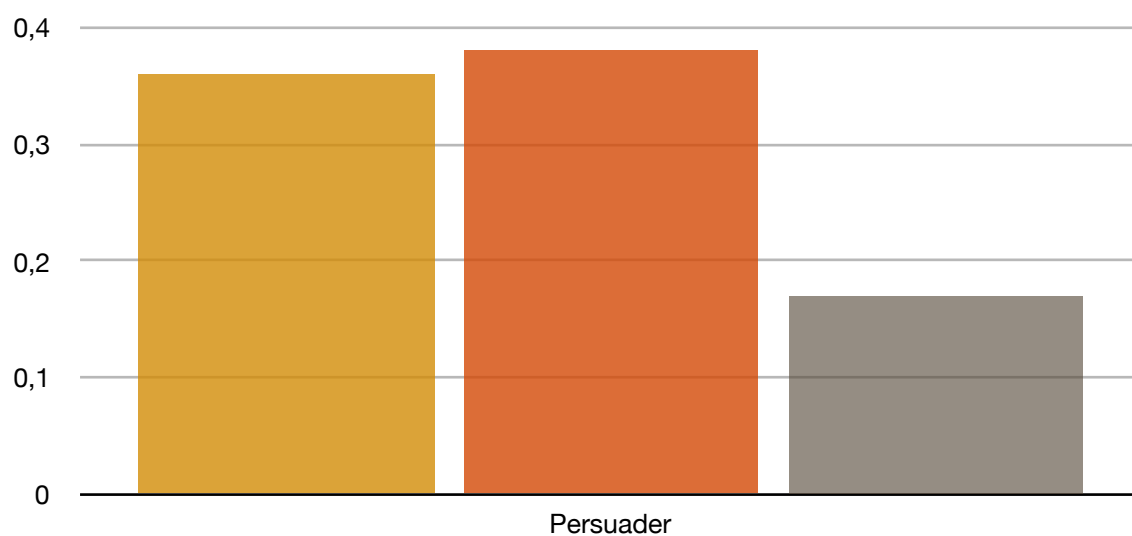
La persuasion est une stratégie courante dans le privé comme dans la publicité quand l'objectif de l'émetteur est de se valoriser. En effet, l'appel aux sentiments permet de toucher le destinataire avec notamment l'utilisation de valeurs fortes qui composent un monde idéalisé. Les clients privés cherchent à promouvoir leur image auprès de leur clientèle afin d'avoir une plus grande influence dans leur secteur d'activité. Nous pouvons prendre l'exemple de la MGEN qui a élaboré une plateforme de démocratie participative en ligne afin de faire adhérer leur nouvelle doctrine. Ici, les résultats sont sans appel et démontrent qu'il est plus facile pour les clients privés de susciter des émotions et de séduire les contributeurs plutôt que de les convaincre par des démonstrations logiques.

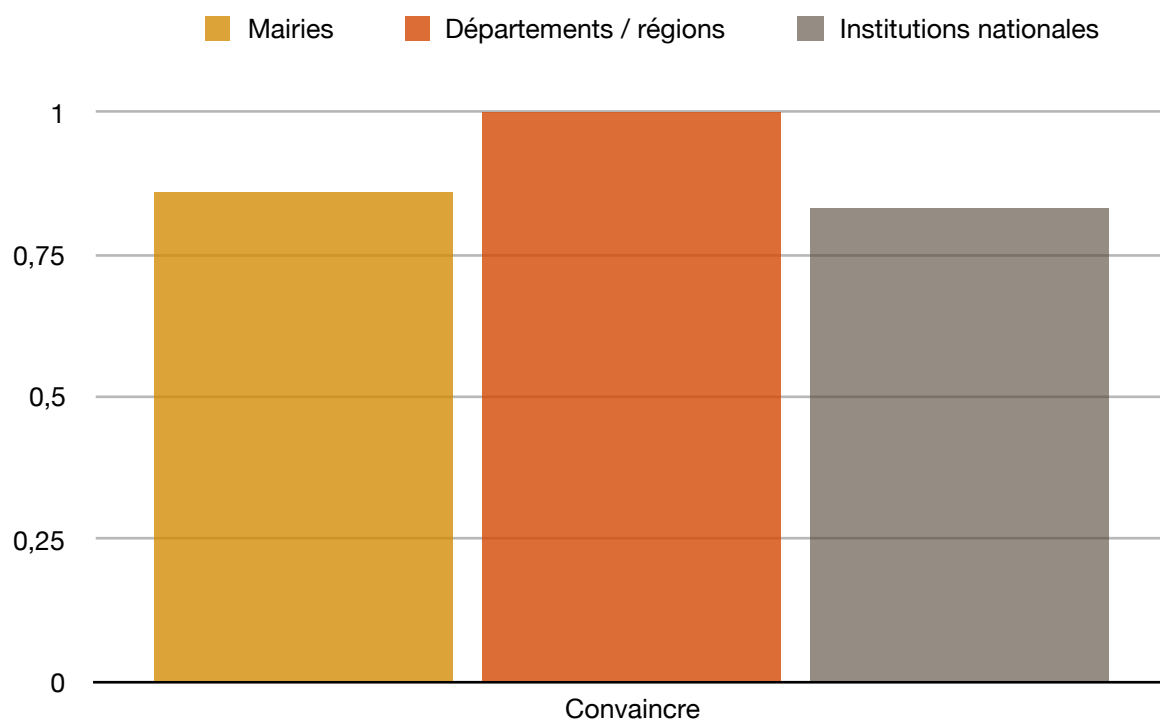
Les plateformes publiques sont quant à elles plus à même de proposer une argumentation objective qui se fonde sur des données réelles et des exemples concrets. Les textes de présentation de ces plateformes font moins appel à la modalisation mais plus à la description de faits. Toutefois, on peut constater une disparité des résultats au sein des plateformes publiques. En effet, les mairies, les départements, les régions et les institutions nationales semblent ne pas toutes utiliser la même stratégie d'argumentation.

		Mairies	Départements / régions	Institutions nationales	Moyenne
<b>PERSUADER</b>	Nous, nos, notre	0,15	0,04	0,005	0,06
	Exclamations	0,17	0,02	0,055	0,08
	Impératif	0,19	0,1	0,15	0,14
	Questions rhétoriques	0,18	0,06	0,02	0,08
	Comparaison	0	0	0,25	0,08
	Accumulations	0,8	0,71	0	0,5
	Arguments d'autorité	0	0,14	0	0,04

		Mairies	Départements / régions	Institutions nationales	Moyenne
	Jugement de valeur / registre de la morale	0,8	0,57	0,5	0,62
	Champ associatif de l'unicité	0,6	0,42	0,25	0,42
	Le problème ; L'objectif	0,4	0,85	0	0,41
	La cause	0,2	0,42	0,25	0,29
	La solution	0,4	0,71	0,25	0,45
	L'appel à l'action	0,8	1	0,5	0,76
	Moyenne	0,36	0,38	0,17	0,3
<b>CONVAINCRE</b>	Articulation logique	0,6	1	0,75	0,78
	Démonstration logique (données, faits,...)	1	1	0,75	0,91
	Descriptions objectives	1	1	1	1
	Moyenne	0,86	1	0,83	0,9

■ Mairies    
■ Départements / régions    
■ Institutions nationales

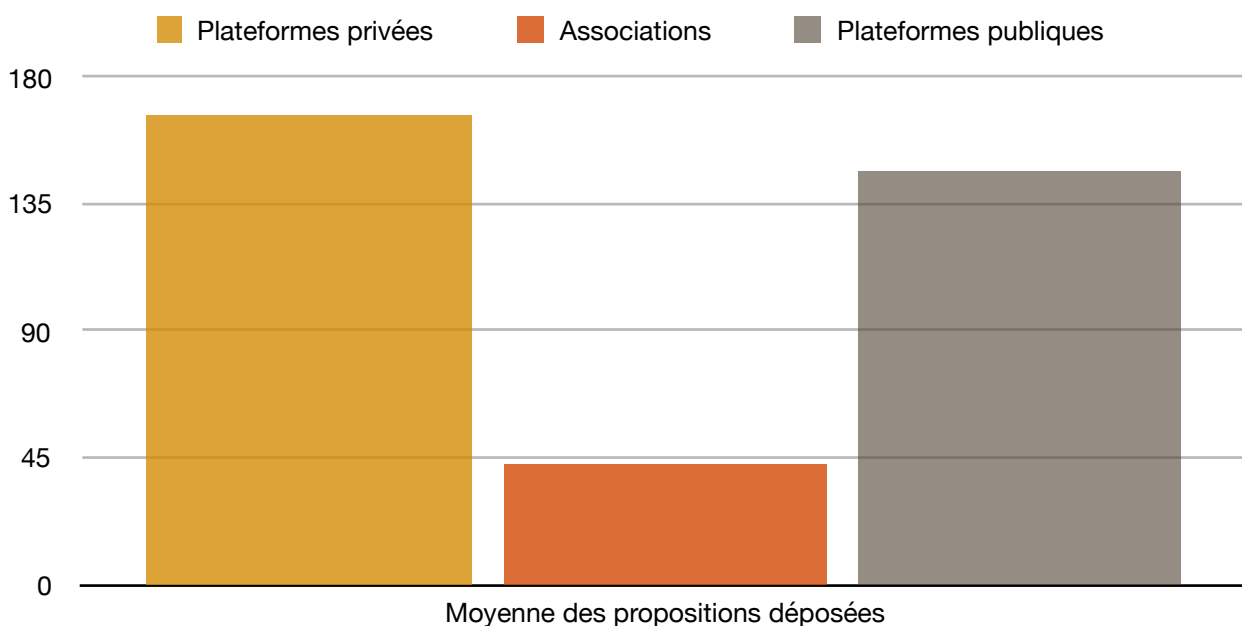
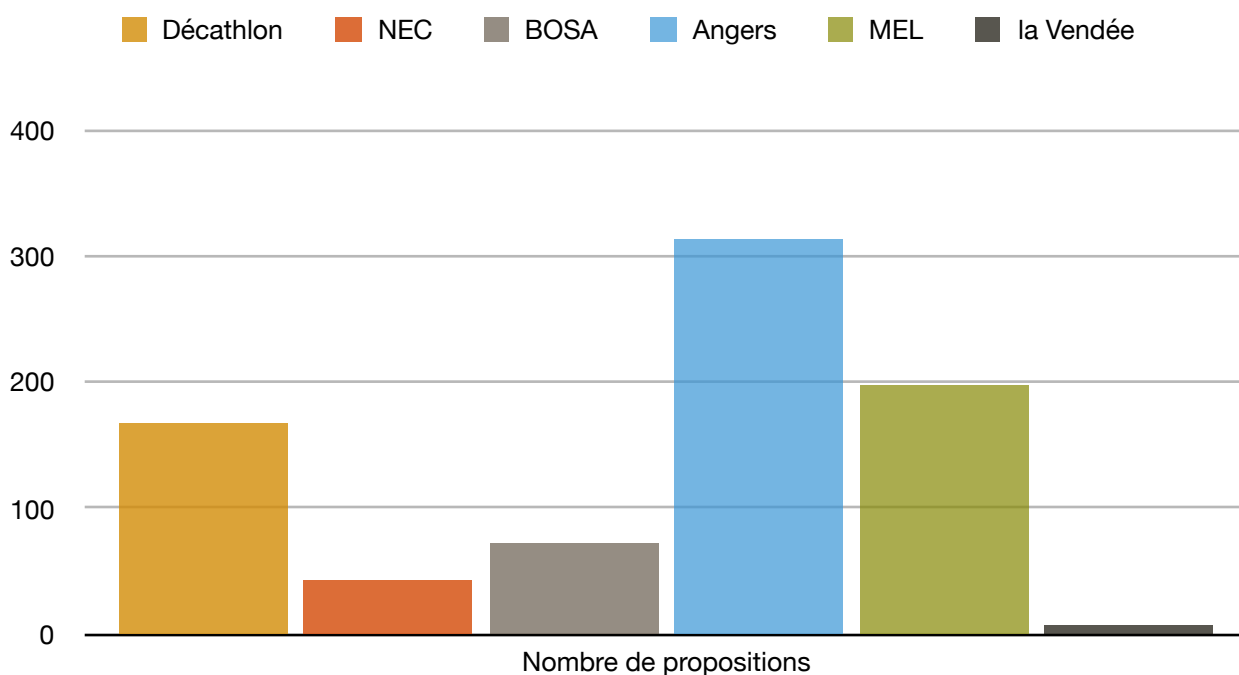




Nous pouvons constater à partir des graphiques ci-dessus une présence nettement plus importante de la persuasion au sein des textes présents sur les plateformes des mairies et des institutions régionales / départementales par rapport aux institutions nationales. Or, le champ de compétence des mairies et des institutions régionales / départementales est plus large que celui des institutions nationales qui ont des plateformes Decidim. En effet, les plateformes de cet échelon sont dédiées à des sujets précis, ce qui biaise quelque peu l'échantillon. Une hypothèse toutefois pourrait être que les institutions nationales sont plus enclines à consulter sur des sujets très circonscrits. De plus, la communication mise en place par chaque institution est susceptible d'influencer l'argumentation utilisée. Une étude plus approfondie permettrait ainsi d'affirmer ou d'infirmer chacune de ces hypothèses. Toutefois, l'argumentation objective pour convaincre est présente uniformément sur l'ensemble des plateformes publiques.

## Étape 4 : L'impact de ces stratégies d'argumentation sur la quantité des contributions déposées

On a recueilli les propositions des consultations fermées les plus récentes pour chaque plateforme. On a ainsi récupéré les données de Décathlon concernant les plateformes privées, NEC pour les associations, Bosa, Angers, la Vendée et MEL pour les institutions locales. On obtient la répartition et la moyenne des contributions déposées suivantes.



Les moyennes obtenues ne sont pas représentatives de l'ensemble des plateformes étudiées, toutefois ces premières données peuvent nous donner un aperçu de la participation aux différents projets selon le type de plateforme et de la stratégie d'argumentation mise en place. Ainsi, on retrouve un plus grand dépôt de contributions sur les plateformes privées que sur les plateformes publiques. Cette répartition laisse donc penser qu'une stratégie d'argumentation axée sur la persuasion est plus efficace pour inciter à la participation qu'une stratégie plus rationnelle.

### **Étape 5 : L'impact de ces stratégies d'argumentation sur la qualité des contributions déposées**

À partir des analyses précédemment menées, il serait intéressant d'approfondir l'enquête afin de pouvoir répondre à la problématique de départ. Ainsi, une fois les consultations terminées, on pourrait récupérer l'ensemble des contributions déposées pour les plateformes étudiées dans cette enquête afin d'en évaluer l'argumentation. Cette dernière étape sera primordiale pour pouvoir déterminer si la stratégie d'argumentation utilisée pour présenter chaque plateforme et faire participer les contributeurs a une incidence sur la force argumentative des propositions.

## Glossaire

- **Accumulation** : figure d'amplification lors de laquelle on accumule un grand nombre de termes pour multiplier les informations dans le but d'insister sur une idée. Les mots accumulés sont en général de même nature, de même fonction grammaticale ou de même sonorité afin de rendre l'expression plus cohérente.
- **Argument d'autorité** : Argument utilisé pour rendre crédible un propos en mettant en avant un expert ou un pseudo-expert et éviter ainsi tout débat.
- **Champs associatif** : ensemble de termes liés par le sens dans un regroupement thématique, touchant plusieurs classes grammaticales (contrairement au **champ lexical** qui est un ensemble de termes partageant la même classe grammaticale).