

LES ESSENTIELS

# Réussir son bilan de mi-mandat

Méthodes, outils et retours d'expérience

**Amélie Salmon**

Conseillère en communication  
politique et relations institutionnelles

**CAP** LE RÉSEAU DE LA  
**COM** COMMUNICATION  
PUBLIQUE  
ET TERRITORIALE

**territorial** éditions



# Réussir son bilan de mi-mandat

Méthodes, outils et retours d'expérience

Faire un premier bilan et le communiquer à mi-parcours de son mandat est désormais une étape incontournable pour tous les élus, quel(s) que soi(en)t leur(s) mandat(s). Cet ouvrage a été conçu comme un guide pratique à leur attention ainsi que celle de leurs collaborateurs.

S'inspirant des expériences de l'auteure et de celles des élus, collaborateurs et consultants avec lesquels elle a échangé pour le préparer, cet ouvrage propose une méthode simple pour réaliser le bilan à mi-mandat et une « boîte à outils » (*print*, *digitaux*, *presse*, ...) pour le communiquer.

Au-delà des aspects organisationnels, juridiques et financiers de l'exercice, l'ouvrage aborde également « l'après-bilan » : comment préparer la prochaine échéance électorale en fonction de son mandat, de son premier bilan et selon que l'on relève de la majorité ou de l'opposition ? Comment ouvrir des perspectives d'action publique au-delà du mandat actuel ? Ou plus simplement, comment traiter les problématiques classiques qui émergent à l'occasion de la réalisation du bilan ?



**Amélie SALMON** est conseillère en communication politique et relations institutionnelles depuis une quinzaine d'années. Dirigeante de BALLAST, elle est également formatrice (élus et professionnels) et enseigne la communication politique, la communication publique et les affaires publiques dans plusieurs universités et grandes écoles.

**LES ESSENTIELS**

[boutique.territorial.fr](http://boutique.territorial.fr)

ISSN : 2553-5803

ISBN : 978-2-8186-2087-8

© The KonG/adobeStock.com

**territorial** éditions

# Réussir son bilan de mi-mandat

Méthodes, outils et retours d'expérience

**Amélie Salmon**

Conseillère en communication  
politique et relations  
institutionnelles

**territorial** éditions

Référence TBK 389A



**Vous souhaitez  
nous contacter  
à propos de votre ouvrage ?**

## **C'est simple !**

Il vous suffit d'**envoyer un mail à :**  
[service-client-editions@territorial.fr](mailto:service-client-editions@territorial.fr)  
en précisant l'objet de votre demande.

Pour connaître l'ensemble de nos publications,  
rendez-vous sur notre boutique en ligne  
[www.boutique.territorial.fr](http://www.boutique.territorial.fr)

### **Avertissement de l'éditeur :**

La lecture de cet ouvrage ne peut en aucun cas dispenser le lecteur  
de recourir à un professionnel du droit.

Nous sommes vigilants concernant les autorisations  
de reproduction et indiquons systématiquement  
les sources des schémas, images, tableaux, etc.

Pour toute demande de modification, mise à jour  
ou suppression d'un élément au sein de cet ouvrage,  
merci de contacter les éditions Territorial.

 <p><b>DANGER</b> LE PHOTOCOPIAGE TUE LE LIVRE</p>	<p>Il est interdit de reproduire intégralement ou partiellement la présente publication sans autorisation du Centre Français d'exploitation du droit de Copie. <b>CFC</b> 20, rue des Grands-Augustins 75006 Paris. Tél.: 0144 07 47 70</p>
---	---



# Sommaire

Introduction .....	p.7
--------------------	-----

## Partie 1

### **Réaliser son bilan de mi-mandat**

#### Chapitre I

<b>Quelles ressources mobiliser ?</b> .....	p.11
A - Votre majorité .....	p.11
B - Le groupe politique .....	p.12
C - Les collaborateurs politiques .....	p.12
D - Les services .....	p.14
E - Vos militants, vos sympathisants .....	p.14
F - Et pourquoi pas vos administrés ? .....	p.15

#### Chapitre II

<b>Quels outils pour réaliser votre bilan ?</b> .....	p.17
A - Un « tableau de bord » .....	p.17
B - Un séminaire de mi-mandat .....	p.18
C - Un sondage .....	p.19
1. Le sondage par un institut (professionnel) .....	p.19
2. Le sondage « artisanal » .....	p.21
D - Des outils mobilisant les administrés .....	p.22

#### Chapitre III

<b>Quelles étapes de la réalisation du bilan de mi-mandat ?</b> .....	p.25
A - Réaliser une première analyse « comptable » de votre bilan .....	p.25
1. Les mesures réalisées ou en cours de réalisation .....	p.26
2. Les mesures profondément remaniées ou abandonnées .....	p.26
3. Les mesures « bonus » .....	p.28

<b>B - Déterminer les mesures que vous mettrez en avant dans votre bilan de mi-mandat</b> .....	p.28
1. Suivre l'organisation de votre programme électoral ou projet de mandat.....	p.29
2. « Noter » vos mesures selon une grille d'analyse.....	p.29
3. Cibler votre communication sur les attentes de vos cibles.....	p.30
<b>C - Faire émerger les messages clés de votre bilan de mi-mandat</b> .....	p.30

## Partie 2

# Communiquer son bilan de mi-mandat

### Chapitre I

#### Comment communiquer en règle ?.....

p.35

<b>A - Prendre garde aux périodes de campagne électorale</b> .....	p.36
<b>B - Donner sa juste place à l'expression de l'opposition</b> .....	p.37
<b>C - Les options de financement du bilan de mi-mandat et leurs conséquences</b> .....	p.38
1. Sur les deniers de votre collectivité.....	p.38
2. <i>Via</i> une association ou un microparti.....	p.40
3. La possible combinaison de différents financements.....	p.40

### Chapitre II

#### Quand communiquer son bilan ?.....

p.41

<b>A - Quelques éléments de calendrier</b> .....	p.41
<b>B - Réagir à la diffusion d'un bilan par l'opposition</b> .....	p.43
1. Vous n'avez pas encore finalisé votre bilan et/ou vous n'envisagez pas de communiquer avant quelques semaines ou mois.....	p.43
2. Votre bilan est finalisé, sur le point d'être communiqué.....	p.44
3. Vous avez déjà communiqué sur votre bilan.....	p.45

### Chapitre III

#### Quels outils pour communiquer son bilan ?.....

p.47

<b>A - Élaborer une stratégie de communication</b> .....	p.47
<b>B - Choisir les supports de communication les plus adaptés et en tirer le meilleur profit</b> .....	p.49
1. Les supports imprimés.....	p.51
2. Les supports numériques.....	p.53
3. Les actions « de terrain ».....	p.56
4. Les supports destinés à la presse.....	p.57
<b>C - Créer, utiliser et mettre à disposition des éléments de langage</b> .....	p.60
1. Un seul message, abordé sous tous les angles.....	p.60
2. Une mise en page structurée pour en faciliter l'utilisation.....	p.61

## Partie 3

# S'appuyer sur le bilan de mi-mandat pour...

### Chapitre I

#### Traiter les problématiques identifiées lors de l'analyse

<b>du bilan de mi-mandat</b> .....	p.65
<b>A - Le manque de notoriété de vos actions</b> .....	p.65
1. Vous ne communiquez pas suffisamment ou pas régulièrement, faute de temps et/ou de moyens .....	p.65
2. Vous ne communiquez pas (suffisamment/clairement) sur les sujets qui préoccupent vos administrés .....	p.66
3. Vous ne communiquez pas par les bons canaux .....	p.67
4. Vous communiquez indirectement, en négligeant le bouche-à-oreille .....	p.67
<b>B - Le manque de notoriété</b> .....	p.67
<b>C - Les difficultés de mise en œuvre de votre action politique par les services</b> ...	p.69
<b>D - Les démissions d'élus au sein de l'équipe</b> .....	p.70

### Chapitre II

#### Intégrer et communiquer de nouvelles perspectives

.....	p.73
<b>A - L'abandon ou la réorientation d'un projet</b> .....	p.73
<b>B - Donner à voir plus loin que le terme du mandat en cours</b> .....	p.74

### Chapitre III

<b>Renouer avec les citoyens</b> .....	p.77
--	------

## Partie 4

# Les particularités du bilan de mi-mandat en fonction du mandat et de la position de l' élu

### Chapitre I

#### Le bilan de mi-mandat municipal et intercommunal

.....	p.83
<b>A - Le mandat municipal de la majorité</b> .....	p.83
<b>B - Le mandat intercommunal</b> .....	p.85
1. Le bilan de mi-mandat de l'institution .....	p.85
2. Le bilan de mi-mandat des conseillers communautaires .....	p.86

## Chapitre II

### **Le bilan de mi-mandat du conseiller départemental ou régional** ..... p.89

#### **A - Le conseiller départemental** ..... p.89

1. Le conseiller départemental de la majorité ..... p.89

2. Le conseiller départemental de l'opposition ..... p.91

3. Le conseiller départemental sans étiquette ..... p.93

#### **B - Le bilan de mi-mandat à l'échelle du conseil régional** ..... p.93

## Chapitre III

### **Le bilan de mi-mandat des élus nationaux** ..... p.95

#### **A - Les députés** ..... p.95

#### **B - Les sénateurs** ..... p.97

#### **C - Les eurodéputés** ..... p.98

## Conclusion

### **Bilan de mandat ou de mi-mandat, quelles différences ?** ..... p.103

# Annexes

## Annexe 1

### **Exemple de statuts d'association type microparti** ..... p.107

## Annexe 2

### **Exemple de rétroplanning pour le bilan de mi-mandat** ..... p.113

## Annexe 3

### **Exemple de fiche d'éléments de langage pour la communication d'un bilan de mi-mandat** ..... p.117

## Annexe 4

### **Modèle de matrice SWOT personnelle pour un(e) élu(e)** ..... p.119

### Liste des contributeurs et remerciements ..... p.121

## Introduction

En 2017, année de mi-mandat municipal, une enquête<sup>1</sup> montrait que le bilan de l'équipe sortante serait déterminant ou important pour 92 % des électeurs en 2020<sup>2</sup>, corroborant cette analyse d'un ancien Premier ministre : « *Certes, on n'est pas élu sur un bilan, mais si le bilan est mauvais, on ne gagne pas.* »<sup>3</sup> »

Si la plupart des élus se plient, de plus ou moins bonne grâce, à l'exercice du bilan de mandat, ils sont encore trop nombreux à expédier l'étape préliminaire du bilan de mi-mandat à l'occasion de la cérémonie de vœux de l'année correspondante ou, pire, à ne pas s'en préoccuper du tout, se coupant par là même d'une occasion unique de reprendre contact avec leurs électeurs en dehors de tout scrutin.

Pourtant, échanger sur son bilan de mi-mandat me semble d'autant plus justifié par le contexte de restrictions sanitaires des derniers scrutins et débuts de mandats, qui a eu pour corollaire un déficit prolongé de contacts entre élus et citoyens. C'est aussi l'opportunité de réajuster ses priorités d'action d'ici à la fin du mandat et de le faire savoir, tant en interne qu'en externe.

### Interview : Les sept objectifs du bilan de mi-mandat

Marc Thébault, consultant et formateur

*« Un bilan de mi-mandat n'est ni un rituel obligé, ni une action de communication isolée ! Il s'envisage au contraire en coordination avec les autres actions et supports de communication de la collectivité (projet de mandat, rapport annuel, magazine municipal, documents et débats budgétaires, numérique, etc.). Pour être efficace, il doit inspirer confiance et pour cela, il doit être réalisé en toute transparence et s'appuyer sur une communication très pédagogique et fondée sur la réalité. »*

1. Voir « La perspective du renouvellement de l'équipe municipale », <https://www.ifop.com/publication/le-regard-des-francais-sur-leur-maire-a-mi-mandat>, pages 12 et suivantes (enquête Ifop-SAS pour i>TELE et 20 Minutes réalisée par internet le 23 mars 2014 auprès d'un échantillon national de 2 760 personnes inscrites sur les listes électorales, extrait d'un échantillon de 3 003 personnes, représentatif de la population âgée de 18 ans et plus résidant dans les communes de 1 000 habitants et plus).
2. Les trois éléments considérés comme déterminants ou importants par les répondants étaient : le programme et les projets des listes en présence (93 %), le bilan de l'équipe municipale sortante (92 %) et la personnalité des candidats au poste de maire (91 %), en hausse respectivement de 6, 2 et 11 points depuis la précédente étude de mars 2014.
3. Alain Juppé, *Le Figaro*, 7 février 2007.

À mon sens, il doit permettre d'atteindre sept objectifs :

- 1) **rendre compte** : c'est un impératif démocratique, un « juste retour » de l'élection (malgré les taux d'abstention, notamment aux élections municipales et communautaires de 2020, et départementales et régionales de 2021) ;
- 2) **répondre au besoin légitime d'information des habitants** (c'est même un droit !) ;
- 3) **ouvrir un espace de valorisation de l'action publique** ;
- 4) **redonner, réexpliquer, le sens de l'action publique** ;
- 5) **prouver l'adéquation des actions avec les attentes des habitants** ;
- 6) **crédibiliser la parole publique** en délivrant, de manière sincère, les preuves que les promesses sont tenues (et présenter clairement celles qui ne le seront pas) ;
- 7) **ouvrir un espace de dialogue, de participation et de réflexion collective avec les habitants, les acteurs locaux, notamment pour se projeter dans l'avenir (deuxième partie du mandat).** »

Cet ouvrage a été conçu comme un guide pratique à l'attention des élus et de leurs collaborateurs, quels que soient leur mandat, leurs ressources humaines et financières, et leur positionnement politique (majorité, abstention). Il se base sur les propres expériences de l'auteur, ainsi que celles des élus, collaborateurs, agents et consultants avec qui elle a pu échanger pour le préparer.

Il ne prétend donc pas à l'exhaustivité, ni en termes de méthode ou d'outils à mobiliser, ni quant aux préconisations ici formulées qui, sans vision globale de chaque situation, ne peuvent se borner qu'à des généralités.

Si la préparation du bilan de mi-mandat demande objectivité et rigueur, elle reste relativement simple (partie 1).

Pour chaque élu, chaque mandat, l'approche, les outils et les objectifs de la mi-mandat peuvent différer (partie 4), mais pour tous, la plus grande complexité résidera dans les choix stratégiques de communication<sup>4</sup> (partie 2).

Par ailleurs, pour tirer le meilleur profit de cette étape clé du mandat, il faudra également analyser et proposer des pistes de solutions aux difficultés récurrentes qui ralentissent la bonne mise en œuvre de leur action (partie 3).

4. Voir, pour un résumé en cinq étapes : Lafosse Bruno, « Mi-mandat : cinq pistes pour construire son bilan », 2 janvier 2023 (<https://www.cap-com.org/actualit%C3%A9s/mi-mandat-5-pistes-pour-construire-son-bilan>).

# **Réaliser son bilan de mi-mandat**

Avant d'aborder la méthodologie (chapitre III), nous verrons tout d'abord qui mobiliser en soutien de sa démarche de bilan de mi-mandat (chapitre I), puis quels outils utiliser (chapitre II).

## Chapitre I

# Quelles ressources mobiliser ?

### A - Votre majorité

À la tête d'une équipe municipale ou d'une intercommunalité, la réalisation de votre bilan ne peut se concevoir qu'en équipe.

L'occasion notamment de :

- revenir ensemble aux sources de votre engagement dans ce mandat ;
- se remémorer les engagements pris lors de l'élaboration de votre programme électoral ;
- se rappeler pourquoi (sur quelles mesures) et comment vous avez été élus (largement, de justesse) ;
- évaluer la mise en œuvre de votre programme, vos méthodes de travail et votre communication ;
- peut-être le plus important, retrouver l'esprit qui avait soudé l'équipe pendant la campagne électorale pour vous mener vers la victoire.

Les séminaires<sup>5</sup> sont en cela un excellent moyen de vous concentrer sur « l'instant t » de la mi-mandat, si tant est que les objectifs soient précisés en amont et que le résultat de vos échanges soit consigné en aval dans un compte rendu auquel tous les membres de l'équipe pourront se référer jusqu'à la fin du mandat.

Par simplicité ou manque de temps, vous pouvez également envisager, en tant que chef de file, de soumettre aux membres de votre majorité un projet de bilan de mi-mandat dans ses grandes lignes, en leur demandant de vous faire leurs remarques et propositions par retour d'écrit. Vous pourrez ensuite les rassembler pour affiner votre projet et en discuter ensemble lors d'une réunion pour le finaliser.

---

5. Voir ci-après, partie 1, chapitre II, B.

### Quid de l'opposition ?

S'il semble, dans la plupart des cas, exclu de construire un bilan de mi-mandat avec les membres de l'opposition, il est nécessaire de :

- reprendre leur propre programme électoral et de vérifier comment ils ont avancé, avec vous, dans ce dernier.

Si vous souteniez des mesures similaires dans vos programmes respectifs, plusieurs options : s'il s'agit de points mineurs, il n'est peut-être pas utile de les reprendre à votre bilan, ou votre communication peut se borner à les considérer comme des « inévitables », « de bon sens ».

S'il s'agit de projets majeurs de mandature, alors il peut être pertinent de se positionner comme seul initiateur. En cela, l'indiquer fermement dans votre bilan de mi-mandat posera un premier jalon utile à votre future communication électorale en fin de mandat :

- répertorier les différentes critiques émises depuis le début du mandat pour pouvoir les anticiper lorsque vous diffuserez votre bilan de mi-mandat. L'objectif ici : préparer votre contre-argumentation, voire l'intégrer à votre communication de mi-mandat.

## B - Le groupe politique

En plus de votre majorité, vous appartenez à un groupe politique plus large ou plus restreint que celle-ci ? Dans ce cas, vous portez, en plus du bilan de mi-mandat de votre majorité et du vôtre, celui de votre groupe politique.

Généralement, le travail technique, et parfois les éléments de communication politique, du bilan de mi-mandat sont réalisés par le ou les collaborateurs du groupe, puis soumis à discussion, enfin à la validation politique des élus. Charge à eux, ensuite, de s'en emparer pour en diffuser les messages clés.



En tant qu'élu, il peut toutefois être intéressant de privilégier une approche individuelle, ciblée sur votre circonscription ou vos thématiques de mandat. Il s'agira alors d'isoler, dans le bilan de mi-mandat du groupe, les éléments qui vous semblent les plus pertinents au regard de votre positionnement, de votre électorat, ou de vos thématiques de travail et de communiquer sur ceux-ci.

## C - Les collaborateurs politiques

Les directeurs et chefs de cabinet (l'on croise aussi parfois des « chargés de mission projet de mandature ») ont un rôle crucial auprès des élus comme auprès des services, dans l'impulsion puis la logistique de la réalisation du bilan.

Ils peuvent par exemple soumettre aux élus un rétroplanning<sup>6</sup> du bilan de mi-mandat (avec des étapes telles que la réunion d'équipe, la finalisation de la rédaction, le choix des messages, outils et actions de communication...) auxquels les élus et les services pourront se référer et ainsi mieux anticiper besoins et demandes.

6. Voir un exemple en annexe 2.

Ils peuvent également, si cela n'a pas été fait dès le début du mandat, proposer un tableau de bord<sup>7</sup> des actions du mandat et le compléter, ou s'appuyer sur les services pour le préciser.

Ils jouent par ailleurs un rôle important quant aux messages politiques à communiquer sur le bilan de mi-mandat : en contact quotidien avec l'ensemble des élus, des services, de la presse, des institutionnels travaillant avec la collectivité, et bien sûr des administrés, leur vision du bilan et de son appréhension par ces différents acteurs est extrêmement complète.

De plus, leur position de « satellite » par rapport aux élus et aux services, autant que leur loyauté vis-à-vis des élus et leur connaissance étendue des dossiers de la collectivité, leur confèrent un point de vue à 360 degrés qui, à défaut d'être toujours objectif, constitue une ressource clé pour les élus dans cet exercice du bilan.

### **Pas de cabinet ? Pensez aux prestations externalisées !**

Si vous ne disposez pas de collaborateur de cabinet, il peut être intéressant de recourir pour ce temps spécifique de la mi-mandat à un conseiller politique indépendant ou une agence spécialisée qui mettra un consultant à votre disposition pour une mission externalisée de cabinet.

Il pourra vous aider à réaliser le bilan, avec l'avantage d'un point de vue objectif et d'une bonne connaissance de ce qui se fait dans les autres collectivités, mais aussi à préparer le déroulé ainsi qu'à animer votre séminaire de mi-mandat, puis à vous accompagner tout au long de votre communication (préparation des prises de parole et supports de réunions publiques, éléments de langage, préparation aux interviews et rédaction des communiqués et dossiers de presse, propositions éditoriales et graphiques ; etc.).

Au-delà de leur coût, extrêmement variable, veillez particulièrement au moment de choisir à :

- **avoir un excellent contact avec votre conseiller.**

Pour qu'une collaboration soit réellement efficace dans un temps aussi court, vous devez très rapidement vous sentir « sur la même longueur d'onde » avec votre conseil. Au terme de votre premier échange, il ou elle doit être capable de vous proposer quelques idées de stratégie qui répondent réellement à vos objectifs et besoins, sans les dépasser. Souvent, comme le veut la sagesse populaire, la première impression est la bonne... mais sachez que cette maxime est aussi suivie par le conseiller, jouez franc-jeu avec lui sans attendre, au risque de perdre un temps précieux ;

- **bien déterminer vos besoins et attentes en amont, pour faire le bon choix.**

Par exemple, si vous avez plusieurs mandats à votre actif, vous n'avez pas besoin d'un expert des collectivités et pouvez choisir de travailler plus spécifiquement avec un conseiller en communication numérique ou en relations presse si ce sont vos points de faiblesse. Vous pourrez compenser son manque de connaissance des affaires publiques et du milieu politique par votre propre expérience ; il ou elle vous apportera sa maîtrise des techniques de communication.

En revanche, si vous êtes dans votre premier mandat, mieux vaut concentrer votre recherche sur un profil polyvalent ayant une ou plusieurs expériences des collectivités, aux niveaux administratif et politique, pour vous faire monter en compétence dans le même temps qu'il vous accompagnera pendant la mi-mandat.

7. Voir ci-après, partie 1, chapitre II, A.

## D - Les services

Les services, quant à eux, sont traditionnellement sollicités pour fournir des éléments techniques, la plupart du temps chiffrés (par exemple : nombre de rencontres dans les permanences, éléments budgétaires, distance de voiries rénovées, etc.).

Pour qu'elle puisse être réalisée de manière pertinente, les élus, collaborateurs et chefs de service doivent garder en tête que cette mission s'exécute en sus des tâches allouées à chaque agent et qu'en conséquence, ils doivent être prévenus suffisamment en amont de la date de sa remise pour pouvoir correctement y répondre. Il peut aussi être utile de mettre à leur disposition un tableau de bord<sup>8</sup> reprenant les mesures du programme électoral ou du projet de mandature pour préciser les attendus.

Au-delà de cette mission classique qui leur est confiée, il peut être envisagé de les impliquer davantage dans le bilan de mi-mandat :

- en amont, en rencontrant les agents en contact avec les administrés pour mieux connaître leur perception et celle du public, tant des élus que de leurs réalisations depuis le début du mandat. Ces informations seront précieuses au moment de choisir les éléments du bilan sur lesquels vous communiquerez en priorité ;
- en aval, en leur communiquant avant même leur diffusion plus large aux citoyens ou à la presse, les données clés du bilan de mi-mandat (messages, chiffres). Les agents sont les meilleurs relais de communication des élus, ces derniers doivent leur donner les moyens « clé en main » de pouvoir diffuser leur bilan de mi-mandat.

En outre, formaliser un entretien « de mi-mandat » avec les chefs de service permet d'aller au-delà de la rétrospective pour leur donner l'occasion d'être force de proposition, que ce soit pour résoudre d'éventuelles difficultés dans l'organisation du travail (entre élus et services, au sein du service, avec les autres services, etc.) ou pour soumettre des idées concrètes à intégrer au projet politique de la seconde moitié de la mandature et au-delà.



Pour résumer, si la manière classique de s'appuyer pour l'élaboration du bilan de mi-mandat sur cette ressource essentielle que sont les services relève plutôt du « pointage », il faut aujourd'hui aller beaucoup plus loin, en les impliquant davantage sur le fond comme sur la forme, et accepter de les accompagner pour cela, en leur allouant le temps de préparation et d'échange nécessaire.

## E - Vos militants, vos sympathisants

Ils ont accompagné l'équipe de campagne, en venant en renfort logistique ou en offrant un soutien financier. L'étape de la mi-mandat est une excellente opportunité de reprendre contact et/ou de remobiliser.

Quand un microparti a été créé en vue de la campagne, la mi-mandat est le bon moment pour le réactiver s'il a été mis en veille. Par exemple, rassembler vos soutiens pour une réunion de présentation du bilan de mi-mandat, en leur réservant une sorte « d'avant-

8. Voir ci-après, partie 1, chapitre II, A.

première » conviviale permettra non seulement de resserrer des liens qui ont pu se distendre depuis le début du mandat, mais aussi de tester vos éléments de communication pour les peaufiner.

S'il n'avait pas été créé ou qu'il a été dissous, c'est le bon moment pour réfléchir à sa (re)constitution<sup>9</sup>, afin d'y rassembler vos sympathisants. Sans négliger un point crucial pour la campagne au terme du mandat actuel : commencer dès maintenant à récolter des dons, lesquels sont, pour rappel, déductibles à hauteur de 66 % des sommes versées dans la limite de 20 % du revenu imposable<sup>10</sup>.

## F - Et pourquoi pas vos administrés ?

Conséquence directe de la pandémie de Covid-19 : l'accroissement de la distance entre élus et administrés. Les deux ans de restrictions sanitaires ont laissé des traces et nombreux sont ceux, de part et d'autre, à s'en plaindre.

Prendre le pouls de vos administrés au stade de la réflexion sur le bilan de mi-mandat va vous permettre de mieux cibler leur perception de votre action politique mais aussi leurs attentes, indications précieuses quant à votre stratégie de communication.

La réunion publique classique, dans laquelle l'information est majoritairement descendante, n'est pas dans cette optique de la plus grande efficacité, d'autant qu'elle est souvent plus propice aux récriminations qu'au véritable échange et qu'elle attire en général toujours les mêmes participants.

Néanmoins, faute de temps et/ou de disponibilité, elle reste une option à envisager, en veillant à proposer un ou plusieurs horaires et lieux convenables pour le plus grand nombre, et à s'assurer d'une participation suffisante, éventuellement *via* des sessions de porte-à-porte pour informer directement vos administrés de la tenue de cette réunion et bien en expliquer l'objectif.

Plus efficace, mais nécessitant d'y consacrer plus de temps et de ressources : opter pour des réunions inspirées des *focus groups*, dont nous proposons plusieurs méthodes au chapitre suivant.

---

9. Voir quelques conseils, ressources et un modèle de statuts en annexe I.

10. Pour les conditions supplémentaires, voir notamment : <https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F427>

