



# Avis

Consultation sur la participation aux  
élections municipales à Montréal

Commission de la présidence du conseil  
20 septembre 2022





Centre d'écologie  
urbaine de Montréal



## À propos du Centre d'écologie urbaine de Montréal (CEUM)

Le Centre d'écologie urbaine de Montréal (CEUM) est un OBNL qui a pour mission de développer et de proposer des pratiques et des politiques urbaines contribuant à créer des villes écologiques, démocratiques et en santé. Depuis plus de 25 ans, le CEUM a permis à des milliers de citoyens<sup>1</sup> de participer activement aux projets d'aménagement urbain, et à des organisations et des décideurs de concevoir des espaces publics sécuritaires et conviviaux répondant aux besoins de leurs citoyens.

Dans son approche, le Centre favorise la conjugaison des savoirs citoyens et professionnels en proposant des solutions d'aménagement durable pour des villes à échelle humaine et en impliquant les citoyens dans la transformation de leur milieu de vie. Le CEUM favorise le développement d'une véritable culture de l'urbanisme participatif à Montréal, au Québec et au Canada et agit activement pour multiplier les initiatives de participation citoyenne tel que le mouvement démocratique du budget participatif.

Le CEUM a développé une expertise plus spécifique dans les champs suivants :

- Aménagement et mobilité active : interventions sur l'environnement bâti urbain de manière à le rendre plus favorable à la marche et au vélo.
- Démocratie participative et citoyenneté : interventions en faveur de la pleine participation de tous les citoyens aux décisions concernant le devenir de leur milieu de vie.
- Aménagements écologiques et verdissement : lutte contre les îlots de chaleur urbains, déminéralisation et intégration de la nature en ville.

Le CEUM partage son expertise avec les collectivités d'ici et d'ailleurs, tant à Montréal qu'au Québec et au Canada. Le développement du pouvoir d'agir des citoyens et des capacités des communautés à agir ensemble pour une ville à échelle humaine est au cœur de notre impact.

<sup>1</sup> Le CEUM est en révision de sa politique de communication afin d'adopter une politique d'écriture inclusive

## IMPACT

Le Centre développe le pouvoir d'agir des citoyens et augmente les capacités des communautés à agir ensemble pour une ville à échelle humaine.

## LEVIERS D'ACTION

**Processus participatif** : Nous outillons les citoyens et organisations à toutes les échelles de la participation citoyenne afin de créer les conditions au développement du pouvoir d'agir - informer et sensibiliser, consulter et recueillir de l'information, discuter, engager, codécider.

### Expertise – Urbanisme

**participatif** : Nous proposons des connaissances, des outils et techniques, des compétences pour former, accompagner et conseiller les citoyens et organisations afin de réaliser des projets et des interventions dans l'environnement bâti pour une ville à l'échelle humaine.

## PROCESSUS ET MÉTHODES DE CONSULTATION

Développés par le CEUM et présentés dans les ouvrages suivants :

- Le guide [L'urbanisme participatif ; Aménager la ville avec et pour ses citoyens](#)
- Le site [urbanismeparticipatif.ca](http://urbanismeparticipatif.ca)
- Le site [lesespacespublics.com](http://lesespacespublics.com)

## BUDGET PARTICIPATIF

Le CEUM accompagne les municipalités dans la mise en place, la livraison et l'évaluation de processus de budget participatif.

# Table des matières

---

<b>À propos du Centre d'écologie urbaine de Montréal (CEUM)</b> .....	<b>3</b>
<b>Introduction</b> .....	<b>5</b>
<b>Les défis</b> .....	<b>5</b>
<i>Le désintérêt des jeunes</i> .....	5
<i>La complexité du sujet et la référence aux pairs</i> .....	5
<i>La disponibilité des électeurs (prendre le temps de voter)</i> .....	6
<i>Le cadre du vote en transformation (les façons de voter)</i> .....	6
<i>Les outils de communication</i> .....	6
<b>Les pistes d'action</b> .....	<b>7</b>
<i>Orientation stratégique</i> .....	7
<i>Piste d'action 1</i> .....	7
Élaborer et mettre en œuvre, avec l'appui du gouvernement du Québec, les instances pertinentes et associations municipales une stratégie intentionnelle de développement de la culture du vote chez les jeunes avec des cibles partagées .....	7
<i>Piste d'action 2</i> .....	7
Faire la promotion de projets et d'enjeux électoraux qui touchent directement les jeunes .....	7
<i>Piste d'action 3</i> .....	8
Adopter des stratégies de communication et de mobilisation adaptées au public des jeunes tout au long des cycles électoraux .....	8
<b>Conclusion</b> .....	<b>9</b>

# Introduction

---

Le but de cette consultation est de mieux comprendre le faible taux de participation et d'identifier ce qui pourrait augmenter la participation aux prochaines élections municipales à Montréal. Le CEUM partage certains de ses constats et des préoccupations quant à la vitalité de la démocratie municipale. Plusieurs facteurs peuvent être en cause pour expliquer la baisse de la participation aux élections municipales 2021. Bien que la complexité du phénomène ne soit pas entièrement comprise, il importe d'apporter des solutions dès maintenant aux problèmes connus pour renverser la tendance du déclin de la participation électorale.

Pour cet avis, le CEUM a choisi de se concentrer sur l'engagement des jeunes 12-30 ans. Les réflexions partagées s'appuient sur les défis et l'expérience du CEUM au cours des démarches consultatives ces dernières années. Des pistes de solution sont ensuite proposées.

## Les défis

---

### **Le désintérêt des jeunes**

En 2020, le Centre d'écologie urbaine de Montréal (CEUM) a réalisé un rapport sectoriel intitulé *Consultation des citoyens dans le cadre de la démarche Dialogue Montréal*<sup>2</sup> qui faisait le point sur une démarche consultative visant à proposer des recommandations pour permettre à la Ville de Montréal de renouveler ses pratiques de participation publique et d'engagement citoyen. Un des constats de cet exercice est le désintérêt des jeunes envers la politique municipale en général. En effet, 38% des jeunes rencontrés au cours de la démarche ont mentionné avoir une faible connaissance ou un désintérêt pour les processus démocratiques municipaux<sup>3</sup>. Plus spécifiquement, ces personnes ont évoqué ne pas se sentir écoutées par les administrations municipales, que leur opinion n'est pas prise en compte et qu'ils manquent de confiance envers les instances municipales. Par le biais d'un sondage, des répondants (pas seulement les jeunes) ont aussi indiqué craindre avoir peu d'impact sur les processus décisionnels, de même qu'un manque de connaissance du fonctionnement et de la structure de la démocratie municipale qui est souvent perçue comme étant trop complexe.

### **La complexité du sujet et la référence aux pairs**

L'approche actuelle d'Élections Montréal de se concentrer sur l'éducation des électeurs amène une partie des solutions au déclin de la participation électorale. À cet effet, la Table de concertation des forums jeunesse régionaux du Québec affirme que « l'éducation à la citoyenneté est primordiale pour augmenter la participation : les principaux facteurs qui déterminent le vote des jeunes sont l'intérêt et le niveau de connaissance de la politique »<sup>4</sup>. À cette approche pourrait s'ajouter la dimension socioculturelle du vote. En situation complexe et incertaine, la référence à l'autre est la stratégie la plus souvent empruntée pour résoudre la situation. Selon les modèles théoriques actuels expliquant le comportement des électeurs, le facteur le plus important pour inciter les gens à voter est en fait la confiance que les personnes votant portent à leurs pairs, aux membres de leurs groupes sociaux, familles, amis, et collègues<sup>5</sup>. C'est, de fait, la surcharge d'informations complexes sur un sujet qui va inciter les gens à s'y désintéresser et à se fier à ce que les autres autour d'eux font pour faire de même. Dans le cadre du mandat Montréal Dialogue,

---

<sup>2</sup> <https://www.realisonsmtl.ca/9291/widgets/37581/documents/54334>

<sup>3</sup> Dialogue Montréal, 742 participants au cours de la démarche Tournée d'espaces publics avec la Bécane à idées, un vélo-cargo utilisé comme un kiosque mobile.

<sup>4</sup> Partenariat dans le cadre des élections municipales 2021

<sup>5</sup> Antunes, R. 2010. *Theoretical models of voting behaviour*. Coimbra, Portugal : Exedra, no 4, p. 145-170. [http://exedra.esec.pt/docs/N4/10C\\_Rui-Antunes\\_pp\\_145-170.pdf](http://exedra.esec.pt/docs/N4/10C_Rui-Antunes_pp_145-170.pdf)

réalisé par le CEUM en 2019-2020, plusieurs personnes consultées qui sont en situation de vulnérabilité socioéconomique ont d'ailleurs admis se sentir « perdues à travers les sources d'information existantes » et s'y désintéresser subséquemment<sup>6</sup>.

### **La disponibilité des électeurs (prendre le temps de voter)**

La disponibilité des électeurs pour participer aux activités les informant des processus électoraux et de la gouvernance de la Ville de Montréal est aussi un défi non-négligeable. Lors de la démarche Montréal Dialogue, 46% des jeunes consultés ont identifié le manque de temps pour s'engager dans les activités de participation publique offertes par la Ville de Montréal. Ces gens ont affirmé que la participation n'est pas une priorité dans leur agenda, qu'ils rencontrent des enjeux de conciliation travail-famille ou encore que leur état de santé ne leur permette pas de contribuer aux processus participatifs<sup>7</sup>. Les périodes restrictives d'inscription sur la liste électorale ou encore la mobilité des jeunes liés à leur adresse de vote ajoutent un obstacle à la disponibilité déjà limitée des électeurs. Bien que certains de ces changements relèvent du gouvernement du Québec, des pistes devraient être explorées pour faciliter l'inscription et la possibilité de voter pour les jeunes.

### **Le cadre du vote en transformation (les façons de voter)**

Un autre défi pour réussir à augmenter la participation aux élections municipales est la transformation du cadre du vote. Le *Bilan de l'Élection générale des 6 et 7 novembre 2021*<sup>8</sup> mentionne que le contexte de pandémie a provoqué une transformation du cadre des élections. En ce sens, les méthodes alternatives au vote en présentiel la journée des élections, soit le vote par correspondance et le vote par anticipation, ont généralement été plus populaires dans tous les arrondissements comparativement aux élections précédentes (p. 90-92).

L'obstacle identifié par le CEUM est surtout la complexité du processus de vote. Malgré la multiplication des méthodes de vote, il est probable que lorsqu'associé à une disponibilité et un intérêt limité, que les électeurs manquent d'attention pour respecter les délais ou qu'ils se découragent vu leur incapacité à voter en présentiel la journée des élections. Le rapport indiquait d'ailleurs que l'admissibilité des votes par correspondance « laisse peu ou aucune marge d'erreur aux électrices ou électeurs » (p. 90). Malgré l'envoi d'une trousse et une démarche intentionnelle de la part de l'électeur, c'est seulement 63% des électeurs et des électrices pour lesquels une trousse de vote a été envoyée qui ont vu leur vote être comptabilisé dans les élections.

Bien que le contexte de la pandémie fût exceptionnel, dans la mesure où un virage vers les méthodes alternatives au vote en présentiel s'est opéré rapidement, il n'est pas exclu que cette tendance se maintienne pour les prochaines élections, surtout si les critères d'admissibilité pour le vote par correspondance sont élargis, que les campagnes informant les électeurs du processus sont stratégiquement déployées au bon moment, et que les électeurs ayant usé de ces méthodes partagent leur succès dans leurs groupes sociaux.

### **Les outils de communication**

Dans ce contexte de transformation du cadre des élections et dans le but d'intéresser les jeunes électeurs, il faut réfléchir à l'utilisation stratégique des outils de communication, particulièrement les réseaux sociaux. Deux constats ont émergé de la démarche Dialogue Montréal. D'abord les jeunes mentionnent généralement que les meilleurs médiums de communication pour susciter leur intérêt sont les réseaux sociaux. Ensuite, une proportion importante des commentaires formulés sur les réseaux sociaux dans le cadre de la démarche a mentionné le manque de confiance envers l'appareil politique montréalais. Ceci révèle d'abord une rupture dans la relation des jeunes avec la démocratie représentative et ensuite que la stratégie de communication sur les réseaux sociaux doit être en mesure de surmonter cette rupture pour les rejoindre et les mobiliser.

---

<sup>6</sup> Dialogue Montréal

<sup>7</sup> Dialogue Montréal

<sup>8</sup> [https://elections.montreal.ca/wp-content/uploads/2022/06/Bilan\\_EG2021\\_20220607.pdf](https://elections.montreal.ca/wp-content/uploads/2022/06/Bilan_EG2021_20220607.pdf)

## Orientation stratégique

**Pour augmenter la participation aux élections municipales, le CEUM est d'avis qu'il faut viser à développer une culture du vote et faire des élections un événement significatif et porteur de sens pour les électeurs. Le CEUM croit aussi que l'intérêt des jeunes (12-30 ans) dans les élections municipales doit faire objet des principaux efforts.**

Par culture du vote, il est entendu le sens qu'attribuent les électeurs aux élections et le comportement qui en découle. On cherche à déterminer comment le vote s'insère dans la vie de tous les jours des électeurs; comment passer d'un comportement qui est réfléchi pour aller voter à un comportement qui est automatique, le « réflexe vote », afin de laisser les électeurs porter leur attention sur qui et quoi voter plutôt que mettre des efforts à comprendre comment voter. Le CEUM estime que la transformation du cadre des élections fait en sorte qu'un changement de culture est déjà en train de s'opérer dans la façon de voter et qu'il faudrait saisir cette opportunité pour renouveler l'intérêt des jeunes dans les élections.

## Piste d'action 1

**Élaborer et mettre en œuvre, avec l'appui du gouvernement du Québec, les instances pertinentes et associations municipales, une stratégie intentionnelle de développement de la culture du vote chez les jeunes avec des cibles partagées.**

Pour opérer un changement de culture du vote, l'adoption d'une approche concertée à l'échelle municipale, provinciale et fédérale, pourrait être mise en place. Et surtout, la promotion de cette culture doit être associée à des intérêts et habitudes de vie qui touchent directement les gens. Si, par exemple, mon groupe social de référence est un groupe d'amis avec qui je m'entraîne en gymnase, il faudrait alors, pour m'interpeller, que la promotion de la culture du vote touche à mon intérêt pour l'entraînement ou le sport. Ainsi, les outils de communication abordés pourraient faire appel au sentiment d'appartenance des personnes pour établir un lien entre leur identité, leur groupe social et le vote.

## Piste d'action 2

**Faire la promotion de projets et d'enjeux électoraux qui touchent directement les jeunes.**

Pour susciter l'intérêt des jeunes, il pourrait être intéressant de compiler des projets réalisés dans différentes municipalités en leur faveur. Il faut constamment démontrer le rôle que jouent les municipalités dans leur vie de tous les jours et identifier des enjeux électoraux qui les concernent ou qui concernent leur groupe social. Ces exemples permettraient de démontrer que les municipalités peuvent répondre concrètement aux besoins des jeunes, et que ces derniers ont ainsi un réel intérêt à voter<sup>9</sup>.

Une des illustrations développées dans le cadre d'un mandat réalisé pour Élections Montréal en amont des élections municipales 2021.



<sup>9</sup> Partenariat dans le cadre des élections municipales 2021

### Piste d'action 3

Adopter des stratégies de communication et de mobilisation adaptées au public des jeunes, tout au long des cycles électoraux, en suivant les objectifs suivants :

- Indiquer pourquoi voter, qui peut voter et quand voter.
- Vulgariser l'inscription sur la liste électorale et les méthodes de vote
- Traduire l'information en plusieurs langues.

La transformation du cadre des élections doit faire l'objet d'études approfondies, afin de déterminer comment l'élargissement des critères d'admissibilité du vote par correspondance pourrait mener à une croissance de la participation dans un contexte de changement de culture du vote. Ces études doivent permettre de cibler le profil des électeurs qui convient à chaque mode de vote. Il ne s'agit pas seulement d'étudier la capacité des électeurs à employer l'une ou l'autre des méthodes, mais aussi d'examiner quelle méthode est populaire au sein de quel groupe culturel et pourquoi. Ceci permettra subséquemment de lier le cadre électoral à la culture du vote, de déterminer quel groupe culturel peut être potentiellement ciblé pour susciter leur intérêt et d'orienter la stratégie de communication en conséquence.

La complexité du cadre électoral fait en sorte que les outils éducatifs et de vulgarisation sont nécessaires auprès des jeunes. Ils peuvent d'ailleurs être utilisés par des professeurs dans les écoles. Il importe aussi de réfléchir à adapter ces outils au contexte numérique. Les campagnes se déroulent progressivement davantage sur les réseaux sociaux que dans les rues de la ville. Ces outils doivent généralement être informatifs pour convenir au contexte numérique et permettre de réduire l'incertitude liée au cadre électoral. Le succès passé du CEUM avec des outils numériques est souvent attribué d'une part à la simplicité du graphisme, ses couleurs attrayantes, la synthèse des informations, une diversité de personnages et des dessins éloquents<sup>10</sup> et d'autre part au partenariat établi avec la Coalition montréalaise des tables de quartier (CMTQ) pour leur diffusion.

En plus de renseigner sur les méthodes disponibles pour voter, il faut porter une attention particulière à l'inscription des jeunes sur la liste électorale. Les jeunes étant souvent locataires, ils sont rarement inscrits sur la liste électorale de leur quartier et les délais d'inscription prescrits par la loi électorale complexifient le processus, d'autant plus que leur disponibilité est limitée telle que mentionnée précédemment. Élections Montréal pourrait à ce titre s'inspirer du provincial ou fédéral pour faciliter l'inscription des jeunes sur les listes électorales.

Parmi les outils de communication, il faut aussi considérer les élus eux-mêmes. Dans les publications et outils éducatifs, associer un visage aux candidatures les rend humains, permettant à la population de reconnaître les candidats-es dans l'espace public et les médias. Plusieurs personnes auraient souhaité et bénéficié de voir les photos des élus sur les infographies élaborées dans le cadre de la campagne de sensibilisation qui a été réalisée par le CEUM en partenariat avec Élections Montréal lors des élections de 2021<sup>11</sup>.

Extrait du guide pour les citoyens L'ABC de l'élection municipale réalisé dans le cadre d'un partenariat avec Élections Montréal en amont des élections municipales 2017



<sup>10</sup> Rapport synthèse – Partenariat dans le cadre des élections municipales 2021

<sup>11</sup> Les outils réalisés en 2017 par le CEUM permettaient de voir tous les candidats dont les photos avaient pu être repêchées sur les médias sociaux à quelques semaines des élections.

## Conclusion

Afin de voir un plus grand nombre de personnes de tout âge jouer leur rôle de citoyen, il importe de bâtir en continu une culture de la démocratie et de la participation à l'échelle de la Ville, et ce, au-delà du vote.

L'accompagnement pour assurer une participation diversifiée et inclusive aux différents mécanismes de participation et de citoyenneté devrait être un chantier continu. Plusieurs aspects sont à considérer.

- **La mobilisation** : Mettre de l'avant une diversité d'actions efficaces pour impliquer la population dans la planification et les décisions.
- **L'inclusion** : Adopter des méthodes adaptées pour assurer une participation des personnes représentant la diversité des caractéristiques démographiques de la population.
- **L'accessibilité** : S'assurer d'offrir des conditions qui facilitent l'accès aux lieux et aux activités pour y participer pleinement (ex. rampe, langage accessible).
- **L'équité** : Faire des efforts pour favoriser la participation des groupes marginalisés ou de ceux qui participent généralement le moins.<sup>12</sup>

Des instances telles que les conseils jeunesse de la Ville ou des arrondissements pourraient être des ressources intéressantes pour conseiller et soutenir la Ville dans la mise en place des conditions facilitant la participation des jeunes.

Enfin, toutes les démarches de consultation publique et de participation telle que le budget participatif sont des occasions privilégiées à saisir pour présenter des informations sur le fonctionnement de la Ville, les élus, leurs rôles et responsabilités qu'il faut saisir pour contribuer à susciter l'intérêt à voter.



Extrait d'une présentation d'un atelier d'idéation du budget participatif d'Ahuntsic-Cartierville, 2019.

<sup>12</sup> Propos inspirés de:

[www.sfu.ca/content/dam/sfu/dialogue/ImagesAndFiles/ProgramsPage/EDI/BeyondInclusion/Au-del%C3%A0%20de%20l%E2%80%99inclusion%20-%20L%E2%80%99C3%A9quit%C3%A9%20dans%20la%20mobilisation%20du%20public%20-%202020.pdf](http://www.sfu.ca/content/dam/sfu/dialogue/ImagesAndFiles/ProgramsPage/EDI/BeyondInclusion/Au-del%C3%A0%20de%20l%E2%80%99inclusion%20-%20L%E2%80%99C3%A9quit%C3%A9%20dans%20la%20mobilisation%20du%20public%20-%202020.pdf)





5333, avenue Casgrain, bureau 701

Montréal, Québec, H2T 1X3

514 282-8378

[info@ecologieurbaine.net](mailto:info@ecologieurbaine.net)