

ASSOCIATIONS ET COLLECTIFS CITOYENS



**LA MAISON DE LA
CONVERSATION**

**LA MAISON DE LA
CONVERSATION**

La démarche s'inscrit dans un
cadre réglementaire

☐

OUI

☒

NON

La démarche est

☐

PONCTUELLE

☒

PÉRENNE

THÈMES

CULTURE

INCLUSION

LIEN SOCIAL

SOLIDARITÉ

MIXITÉ

RÉSUMÉ DE LA DÉMARCHE

La maison de la Conversation est un tiers-lieu d'innovation sociale situé dans le 18^e arrondissement de Paris, où l'on recrée une forme contemporaine de la place du village. Ouverte à toutes et tous, elle propose des formats conversationnels qui décroissent, relient et transforment. Sa méthode repose sur trois types de conversation – avec la tête, le cœur et le corps – pour faire émerger des idées, développer des compétences sociales et agir collectivement. Lieu artisanal, elle mobilise des publics très divers : habitants du quartier, jeunes, associations, institutions, entreprises. Véritable laboratoire citoyen, elle inverse les logiques descendantes en partant des personnes pour transformer les politiques publiques. Chaque action est coconstruite, évaluée, pensée pour être transmise. La MDC est un prototype vivant, conçu pour essaimer dans d'autres territoires.

LA DÉMARCHE

PRÉPARATION

* contexte, qui initie le projet, objectifs poursuivis, date de mise en place du projet, coût total du projet, territoire concerné, transparence des documents et de la démarche depuis sa mise en place, calendrier de suivi, communication, etc.

GENÈSE DU PROJET

Notre société est de plus en plus fragmentée. La solitude, chez les jeunes et les plus précaires, s'intensifie : 1 Français sur 3 n'a aucun réseau de sociabilité. À cela s'ajoutent le repli sur soi, les bulles d'opinion alimentées par les réseaux sociaux, et la disparition des lieux de rencontre. La maison de la Conversation est née pour répondre à cette urgence : remettre la parole, la rencontre et l'échange au quotidien. Xavier Cazard, initiateur du projet, a porté cette intuition simple : remettre la conversation au cœur de nos vies pour recréer du lien et de la démocratie au quotidien. La maison de la Conversation (MDC) est née après le premier confinement, à un moment de forte fracture sociale et de défiance démocratique. Inaugurée en septembre 2021, dans un quartier Politique de la Ville, elle s'est donnée pour mission de régénérer le lien social autour d'un outil simple et fondamental : la conversation.

NOS AMBITIONS

La MDC propose un espace de parole accessible à toutes et tous. Elle agit comme un outil de démocratie vivante, sans étiquette partisane, pour recréer une culture du débat et du désaccord fécond. On y vient du quartier comme des beaux quartiers. On y débat, on s'y rencontre, on y apprend les uns des autres. C'est un lieu de mixité sociale, d'hybridation des expériences, de décroissement. Les objectifs de la maison sont de :

- Créer du lien social par des formats accessibles, participatifs et répliquables ;
- Développer les compétences citoyennes ;
- Encourager la participation sous toutes ses formes ;



- Réhabiliter des espaces publics comme lieux de dialogue ;
- Proposer des méthodes nouvelles d'engagement et de mobilisation, format participatif open source.

NOS ACTIONS

La maison est implantée dans le nord du 18e arrondissement, à la frontière de cinq quartiers classés en Politique de la Ville. C'est un territoire jeune, cosmopolite, dense, où cohabitent précarité, créativité et besoin de reconnaissance. Elle met ses objectifs en oeuvre grâce à -une programmation quotidienne et gratuite - ateliers, rencontres, événements, festivals, cercles de parole. L'approche repose sur trois types de conversation : avec la tête (faire avancer les idées), avec le cœur (développer les compétences sociales), avec le corps (se mettre en mouvement). -des actions ciblées qui se déploient en parallèle, comme La Base, la rue de la Conversation, Convx visant à s'ancrer dans le temps et à essaimer dans d'autres quartiers, d'autres villes, d'autres territoires.

NOTRE MODÈLE ÉCONOMIQUE

Le projet est porté par une association loi 1901, avec une gouvernance partagée en trois collèges : Fondateurs, éclaireurs, et acteurs. Ce fonctionnement garantit la représentativité des parties prenantes et une continuité démocratique dans les décisions. Une structure autofinancée. Le budget de l'association est en moyenne de 150.000€ par an. Pour financer ses frais de fonctionnement et ses actions, ses sources de financements sont variées :

- les cotisations de ses adhérents et les dons à travers des campagnes de mécénat
- les soutiens publics qui contribuent aux projets : Ville de Paris, Région Île-de-France, Impact 2024...
- les partenaires privés : Fondation de France, Fondation Société Générale, adidas,

Les documents budgétaires et bilans sont partagés, garantissant une transparence totale sur les objectifs, résultats et impacts. Formats et fonctionnement en open source. La maison est un laboratoire citoyen permanent. Elle incarne un projet d'intérêt général, à la croisée de la démocratie, de l'innovation sociale et de l'émancipation collective. C'est un prototype vivant avec l'ambition de se déployer dans d'autres territoires en France.

Elle fonctionne en transparence, avec une communication active , des restitutions publiques régulières et un suivi rigoureux. Les méthodologies conversationnelles sont partagées sous licence libre pour favoriser l'essaimage.

ÉTAPES ET DÉROULEMENT

* réalisation, animation, méthode, outils, prise en compte des citoyens à chaque étape, reconnaissance de la maîtrise d'usage, scénarios alternatifs, obstacles ou aléas rencontrés, innovations, etc.

NOTRE MÉTHODE D'ÉCOUTE ET DE CO-CONSTRUCTION

La maison de la Conversation est à la fois un lieu, une méthode et un écosystème. Chaque projet suit une démarche participative évolutive en quatre grandes étapes.

• 1. Diagnostic de terrain & écoute active

Tout commence par un ancrage réel dans le territoire. Dès 2020, avant même l'ouverture du lieu, l'équipe s'est immergée dans le quartier : rencontres avec les habitants, associations, institutions éducatives et sociales. Cette "période suspendue" post-confinement a permis de construire un diagnostic sensible, partagé et vivant et ainsi, élaboré une démarche de co-construction.

Depuis, chacune de nos actions naît de ce dialogue avec le terrain et les usagers pour :

- identifier usages, besoins, freins à la parole ou à l'engagement ;
- identifier les ressources et mettre en lumière les potentiels invisibles ;
- valoriser la maîtrise d'usage et intégrer les usagers dès la conception.

• 2. Co-construction, expérimentation & montée en compétence

La co-construction est un principe fondateur dans toutes nos actions. Les contenus sont pensés avec un réseau d'acteurs culturels, sociaux, éducatifs et citoyens.

La montée en compétence est transversale : nos actions développent à la fois des savoir-être (écoute, expression, partage, coopération) et des savoir-faire (facilitation/animation, gestion de projet, intelligence collective). Les habitants, les collectifs, les associations naissantes trouvent ici des espaces pour expérimenter et s'affirmer.

La maison devient un lieu d'apprentissage mutuel, où chacun peut tester, apprendre, grandir.

• 3. Activation du collectif & transformation de l'espace public

Les projets ne restent pas enfermés dans nos murs. Ils visent à activer des dynamiques collectives et à transformer les usages de l'espace public.

A titre d'exemple : le programme "Carrefour de l'entrepreneuriat", créé en collaboration avec Paris Initiative Entreprise et la Cité des sciences pour la BPI avec pour ambition de favoriser l'entrepreneuriat chez les jeunes des QPV le dispositif "la rue de la Conversation", mobilier urbain qui permet de recréer une forme contemporaine de la place du village : un lieu où l'on se croise, débat, se soutient et agit.

4. Évaluation, documentation, transmission

Chaque projet fait l'objet d'un suivi qualitatif et quantitatif. Nos contenus sont partagés en accès libre pour favoriser l'essaimage, et nous produisons des outils pour capitaliser et transmettre nos méthodes : Répertoire de format conversationnel : modélisation de formats, fiches outils explicative et méthodiques de participation citoyenne ; Guides d'activation dans l'espace public ;

NOS DÉFIS DU QUOTIDIEN

Mobiliser les publics éloignés prend du temps. La mobilisation des publics les plus éloignés (jeunes, femmes isolées, personnes précaires) demande une présence constante en multipliant les actions d'aller vers, des relais de confiance et surtout de la patience.

Créer des passerelles entre les programmes : un défi persistant. Le public vient souvent pour un événement précis, en lien avec un intérêt ou un besoin identifié. Mais il est difficile de le faire revenir ou de le rediriger vers un autre programme plus éloigné de ses habitudes.

Ce cloisonnement des usages limite notre capacité à faire "écosystème".

Rendre la conversation accessible à toutes et tous. Le mot "Conversation", aussi riche soit-il, reste pour beaucoup abstrait, voire intimidant. La "maison de la Conversation" peut être perçue comme un lieu élitiste, intellectuel, "pas pour moi". Notre positionnement nécessite un effort pédagogique constant pour "désintellectualiser" notre approche, rassurer et inclure.

Être innovant pour créer du lien. La conversation est pensée comme un outil de transformation, capable de relier les parcours individuels, les expériences sensibles et les enjeux collectifs. Nous considérons la participation comme un levier d'émancipation, pas seulement de consultation. Ainsi, nous avons l'ambition de générer une hybridation inédite entre tiers-lieu, fabrique citoyenne et incubateur de projets locaux

IMPLICATION DES DIFFÉRENTS ACTEURS & ACTRICES

* parties prenantes, publics cibles, publics éloignés (nombre de personnes concernées), présence de contradictoire durant la démarche (quand (calendrier) et comment, quelles implications ?) etc.

NOS PARTIES PRENANTES

La maison est conçue comme un écosystème ouvert, où chaque partie prenante – habitant, institution, association, entreprise – contribue à la construction du commun dans une collaboration active.

• 1. Les acteurs associatifs

Ils sont invités à co-construire la programmation et à investir les lieux dans une logique de mutualisation ; exemple : avec le collectif "Zone 2024", la MDC a réuni six associations du quartier pour construire une saison dédiée aux femmes et au sport. Cette collaboration inédite a permis d'atteindre des publics très éloignés, dans une logique de mutualisation, d'inclusion et d'impact partagé.



• 2. Les partenaires publics et privés

Institutions publiques - Ville de Paris, EDL, Paris Habitat, lycées, mission locale... -, partenaires privés qui soutiennent nos actions, y sont associés, dans les respects de nos priorités et de nos valeurs. Les entreprises s'engagent également aux côtés de la MDC en soutenant des projets à impact social, en contribuant à des dispositifs d'insertion, de mentorat ou de sensibilisation citoyenne ;

• 3. Le public, principalement les habitants du quartier

La maison s'adresse d'abord aux habitants du territoire : jeunes, femmes isolées, personnes en situation de précarité, souvent éloignés de la parole publique. Dans un contexte de faible participation électorale et d'autocensure, elle agit pour redonner confiance et capacité d'agir. Chaque projet s'appuie sur ce constat et vise à remettre les habitants au cœur de la vie collective. La Porte de Montmartre est un carrefour urbain dense, populaire et marqué par une forte précarité, une jeunesse nombreuse et une diversité culturelle riche, ce territoire est aussi confronté à l'isolement social, à l'assignation identitaire et à un sentiment d'invisibilité dans la sphère publique.

La MDC agit au cœur d'un quartier marqué par une faible culture de la participation, une défiance envers les institutions et une autocensure forte.

Les publics cibles sont donc les publics les plus éloignés de la parole et des lieux de pouvoir : jeunes des QPV, femmes, personnes précaires, primo-arrivants... Les actions développées s'appuient sur :

- une démarche d'aller-vers (porte-à-porte, micro-trottoirs, réseau associatif) ;
- des formats accessibles et sensibles (café des mamans, théâtre d'improvisation, écriture, danse, atelier parents-enfants) ;
- une montée progressive en engagement : de la participation ponctuelle à la co-crédation puis au portage de projet.

LEUR IMPLICATION DANS NOTRE DÉMARCHE

La méthode conversationnelle repose sur l'idée de dissensus fécond. Les actions intègrent des espaces de confrontation bienveillante des points de vue tant dans la programmation que les projets ou encore la gouvernance.

L'écoute des différentes parties prenantes a un impact direct sur le développement des projets : La programmation est ajustée en fonction des besoins remontés (ex. : horaires adaptés pour les mères isolées, formats courts pour les publics précaires). Des formats ont évolué ou été abandonnés si la mobilisation n'était pas au rendez-vous.

LA DÉMARCHE

Le studio d'expression de soi est né du constat du besoin d'espaces libres, sécurisants, d'expérimentation, formulé par les jeunes eux-mêmes.

La gouvernance elle-même a évolué à partir de cette logique d'écoute :

Mise en place de collèges représentatifs, dont un pour les acteurs du territoire (habitants, usagers, associations), avec participation au Conseil d'Administration.

Les citoyens ne sont pas seulement "participants" mais co-auteurs des orientations.

En août 2025, l'Université d'Été du Lien Social se tiendra à la Maison de la Conversation. Cet événement rassemblera 100 acteurs pour croiser leurs regards et co-construire des pistes concrètes afin de renforcer le lien social dans les organisations et dans la cité. Ce format collaboratif, inspirant et orienté vers l'action, marquera le début d'une communauté élargie autour des enjeux de conversation et de bien commun.

RETOURS

** évaluation en interne par le porteur de projet et par les citoyens, impact de la démarche sur le projet, suivi (retour auprès des habitants, continuité de l'association), expérience des citoyens, réussite ou échec et raisons ?*

La maison suit quatre grands objectifs d'impact social, autour desquels toutes ses actions sont pensées :

- Création de lien social
- Participation à la vie de la cité
- Participation à la vie culturelle
- Développement des compétences (notamment savoir-être)
- Pour chaque objectif, des indicateurs spécifiques sont suivis :
- Nombre d'activités mensuelles, jauge de participation, taux de récurrence ;
- Diversité des publics (genre, âge, situation) ;
- Fréquence de participation et implication dans la vie associative Ces données sont recueillies par des listes d'émargement, de l'observation terrain, des entretiens, et une enquête annuelle auprès des participants réguliers. Un suivi mensuel est opéré via des réunions internes.

NOS INDICATEURS D'IMPACT

indicateurs quantitatifs

Depuis son ouverture, la maison de la conversation, c'est :

- 65.000 personnes accueillies, dont plus de 20.000 jeunes dans le Studio d'expression de soi -3.000 événements, ateliers ou débats proposés gratuitement aux citoyens
- 128 acteurs impliqués dans la vie de la maison au quotidien
- 32.000 personnes qui suivent ses actions en ligne, sur les réseaux sociaux ou via sa newsletter



LA DÉMARCHE

- 230 jeunes accompagnés avec les actions telles que CONVx, Carrefour de l'entrepreneuriat ou la formation Jo'ose.

Indicateurs qualitatifs

- L'expérience vécue des participants est intégrée à toutes les étapes de la démarche.
- Des temps d'échanges informels, des discussions à chaud postateliers, ou des temps d'évaluation qualitative sont régulièrement proposés. Dans les projets comme CONVx, les jeunes formulent également eux-mêmes leur retour sur le processus, sur ce que cela leur a permis de transformer (confiance, expression, posture publique).
- De nombreux participants témoignent d'un sentiment de reconnaissance nouveau, d'un regain de confiance, et du fait que "la maison" est souvent le premier lieu où ils ont pris la parole en public ou porté un projet.

FIERTÉS ET AMÉLIORATIONS

Nos réussites marquantes :

- création d'un écosystème vivant, riche et varié de centaines d'acteurs locaux, par des projets communs documentés
- création d'un lieu phare pour des jeunes auparavant éloignés de toute dynamique collective, avec un véritable sentiment d'appropriation du lieu, même si cela a pris du temps

Les points à améliorer :

- complexité de la mesure de l'impact social : participation ne rime pas toujours avec transformation
- certains publics restent peu visibles (ex. : seniors isolés), ce qui demande de repenser nos canaux et formats
- des outils d'évaluation perfectibles, pour mieux connaître nos publics, partager nos méthodes, formaliser ses apprentissages, et mettre en commun les retours citoyens pour nourrir les politiques publiques locales.