



La Présidentielle **↑nversée**

**En 2027, ne demandez pas le programme.
Faites-le !**

La société civile propose • Les citoyen·nes priorisent • Les candidat·es s'engagent

Les Françaises et les Français n'ont pas renoncé à la démocratie. Ils ont renoncé à croire qu'on les écoute.

82 %

estiment que la démocratie
reste le meilleur système
pour gouverner le pays

15 %

font encore confiance
aux partis politiques

81 %

veulent que les citoyens
soient davantage associés
aux grandes décisions



L'écart entre 82 % et 15 %, c'est exactement l'espace que ce projet occupe.

La demande existe. L'offre politique y répond mal.

La campagne présidentielle ne parle pas assez des sujets de fond.

1

Une poignée d'états-majors écrit les programmes

Quelques dizaines de personnes fixent les thèmes de la campagne, dans des réunions dont vous ne saurez rien.

2

Le débat se déplace sur les personnes

Les médias commentent les candidats, les alliances, les sondages. Les mesures passent au second plan.

3

Il vous reste à ratifier un bloc

Un seul bulletin pour deux cents mesures. À prendre ou à laisser, sans pouvoir trier.

CE QUE ÇA PRODUIT

26 %

d'abstention au premier tour de la présidentielle 2022 — et 28 % au second tour, un record depuis 1969.

**Ce n'est pas de
l'indifférence.
C'est de l'impuissance.**

Les expertises et expériences des organisations de la société civile ne sont pas assez valorisées et utilisées.

Pourquoi la campagne présidentielle ne fait-elle pas plus de place aux propositions de ces organisations ?

- Une association sur l'éducation ou l'écologie
- Une fédération professionnelle sur le numérique ou la réindustrialisation
- Un syndicat sur les retraites et la qualité de vie au travail
- Une mutuelle sur la santé et la prévention
- Une fondation sur la jeunesse ou la lutte contre la pauvreté
- Un think tank sur la géopolitique ou l'économie
- Une coopérative sur l'énergie ou l'agriculture et l'alimentation

Sur plusieurs enjeux déterminants pour la société, les corps intermédiaires et la société civile organisée doivent être davantage écoutés.

Éparpillés, nous sommes inaudibles

Les propositions des organisations de la société civile sont nombreuses, mais dispersées, peu visibles et rarement converties en engagements politiques mesurables.

Une logique descendante

Les thématiques de campagne sont fixées par les candidat·es et les organisations dominantes.

Les citoyen·nes sont contraint·es de voter en bloc, sans pouvoir exprimer leurs priorités, mesure par mesure.



Des plaidoyers isolés

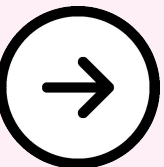
Chaque association, mouvement citoyen, syndicat, fédération professionnelle et entreprise porte des propositions et tente d'influencer les candidat·es, **en espérant que sa revendication sera entendue et prise en compte.**



Un espace médiatique saturé

Dans le flux médiatique, **les sujets de fond peinent à émerger** et les mesures innovantes et/ou approuvées par le plus grand nombre peuvent rester inaudibles.

Résultat : un débat appauvri, des solutions utiles et applicables qui restent inaudibles et une défiance démocratique qui augmente.



La Présidentielle inversée change la donne

Même calendrier. Même scrutin. Même bulletin. Mais un rapport de force différent.

1

La société civile propose

Associations, fondations, syndicats, think tanks, fédérations professionnelles et entreprises déposent gratuitement sur la plateforme leurs plaidoyers.

2

Les citoyen·nes priorisent

Via la plateforme, des centaines de milliers de personnes évaluent et votent pour les propositions des organisations de la société civile.

3

Les candidat·es s'engagent

Ils indiquent publiquement les mesures qu'ils souhaitent reprendre. Leurs engagements sont comparables, opposables et suivis après l'élection.

Un dispositif indépendant des partis politiques et des candidat·es qui remet les enjeux — et non les seules personnalités — au centre de l'élection.

Une fusée à trois étages

Disposer d'un outil performant . Mobiliser les acteur·rices de la démocratie . Mobiliser un nombre de votes significatifs pour engager les candidat·es.



La plateforme du Grand Débat national de 2019 — 1,5 million de participants — a été développée par Cap Collectif. Son équipe a déployé des plateformes numérique de consultation pour plus de 600 clients

Une plateforme de participation citoyenne

Un outil puissant pour favoriser le débat d'idées et la réconciliation. La plateforme ne favorise aucune orientation politique et accueille des propositions concurrentes portées par des acteurs aux visions divergentes ou opposées.

FONCTIONNEMENT

Un outil numérique français open source, éprouvé et sécurisé :

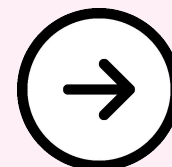
- Valorisation des propositions dans un format adapté / synthétique ;
- Campagne d'acquisition et processus de gamification ;
- Compteur des votes en temps réel ;
- Structuration des axes/propositions clés.

PRINCIPES

Une plateforme ouverte et pluraliste :

- Accueillir des visions divergentes ;
- Cadrer les propositions recevables grâce à une charte ;
- Mettre les propositions en visibilité ;
- Laisser les citoyen·nes trancher.

L'arbitrage ne se fait pas par consensus entre organisations : il se fait par le vote citoyen.

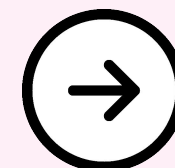


Redonner une raison concrète de voter

Un outil pour rendre les propositions accessibles, une gamification pour amplifier les participations



Un parcours simple et engageant, relayé avec des médias, créateurs et streamers à forte audience jeune.



Une charte pour encadrer la recevabilité des propositions

Caractère propositionnel

Une mesure concrète et actionnable, formulée positivement, non un slogan ou une dénonciation.

Non-opposition des publics

Aucune désignation d'un groupe comme adversaire ou responsable, aucune stigmatisation.

Respect du cadre républicain et des droits fondamentaux

Conformité à la loi, respect de la dignité et de la non-discrimination, aucune incitation à la haine ou à la violence.

Périmètre présidentiel

Un enjeu relevant de l'action de la présidence de la République et des politiques nationales.

Clarté et sincérité

Une proposition compréhensible, précise, sans affirmation manifestement fausse ou trompeuse.

Absence de finalité commerciale ou personnelle

Ni promotion d'intérêts privés, ni mise en cause d'une personne nommément.

Un cadre crédible, neutre et protecteur

Neutralité

Ouverture à toutes les organisations et les candidat·es.

Éthique

Modération a posteriori des propositions si elles ne respectent pas la charte.

Équité

Même format de débat pour chaque candidat·e, dans le respect des règles.

Transparence

Données disponibles en open data.

Conformité

Respect du RGPD et du RGAA.

Un dispositif de mobilisation tripartite

Mobilisation des corps intermédiaires

- Associations et fédérations associatives
- Fédérations professionnelles
- Syndicats
- Entreprises
- Fondations
- Think tanks

→ Un dispositif complémentaire à leurs plaidoyers et initiatives classiques

→ La possibilité de contribuer seul et/ou en collectif

Objectif : 300 structures contributrices

Acquisition de votants citoyens

- Mobilisation des communautés des organisations contributrices
- Achat média en fonction des soutiens financiers :
 - Radio / Presse
 - Réseaux sociaux

→ Un pic de visibilité en janv. et févr.

→ Des partenariats médias visant une pluralité éditoriale : le groupe *Combat* (***Les Inrocks*** et ***Radio Nova***) a annoncé son partenariat

Objectif : 2 millions de votants

Recueil des engagements de candidat·es

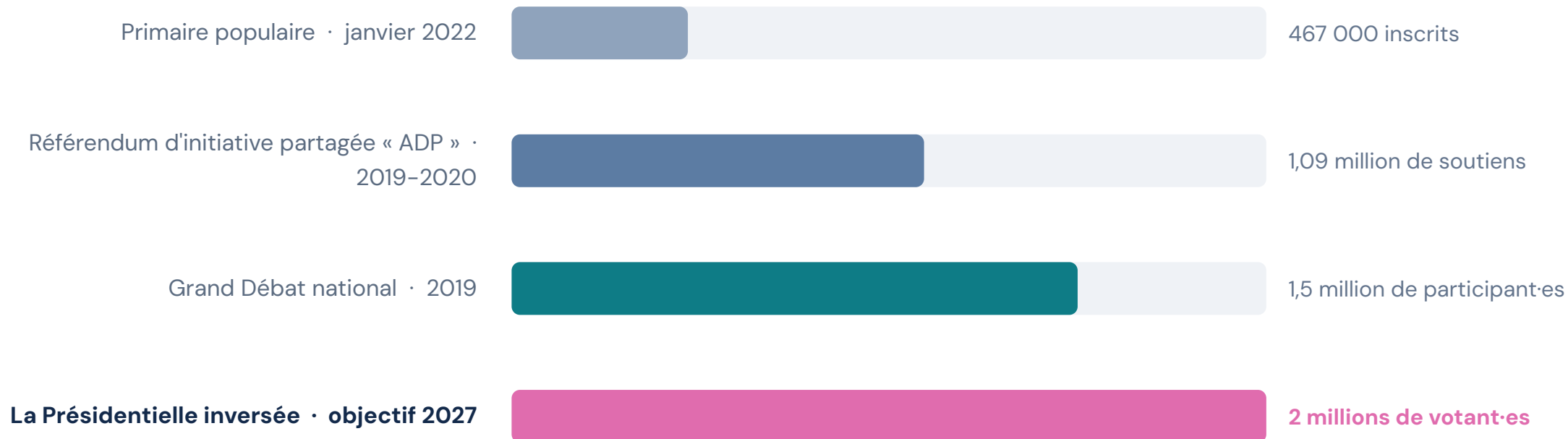
- Contacts avec toutes les équipes de campagne
- Invitation à engagement
- Médiatisation de l'engagement
- Intégration de propositions à leur programme
- Suivi des engagements

→ Prise de position sur les propositions de février à avril
Débats citoyen·nes / candidat·es

Objectif : mettre les propositions clés en débat et aux programmes

Deux millions : le seuil où l'on ne peut plus nous ignorer

En dessous, c'est un sondage de plus. Au-dessus, c'est une donnée politique qu'aucune équipe de campagne ne peut écarter.



Atteindre deux millions de votant·es ferait de La Présidentielle inversée la plus grande mobilisation citoyenne jamais organisée en France **en dehors des scrutins officiels. Les candidat·es ne pourront pas l'ignorer.**

Une mobilisation en cascade

Chaque cercle atteint un public que le précédent ne touche pas.

1

Les réseaux des organisations contributrices

300 organisations mobilisent leurs adhérent-es et leurs sympathisant-es.

UN PREMIER CERCLE DE PERSONNES INTÉRESSÉES PAR LES ENJEUX SOCIÉTAUX

2

Un dispositif pour aller chercher la jeunesse

Les réseaux sociaux, les influenceurs, des dispositifs éditoriaux et publicitaires ciblés ... pour engager la participation des 18/35 ans

LE CANAL DES MOINS DE 35 ANS · LA TRANCHE QUI S'ABSTIENT LE PLUS

3

L'amplification ciblée

Radio, presse et digital, pour aller chercher celles et ceux qui ne suivent personne et ne viendront jamais d'eux-mêmes.

DES CANAUX POUR TOUCHER LES ABSTENTIONNISTES

Des débats dédiés avec les candidat·es

Des débats en streaming sont organisés avec les candidat·es qui ont accepté de reprendre des propositions via la plateforme.

1

Un format maîtrisé

Égalité de traitement
entre candidat·es.

2

Les priorités citoyennes

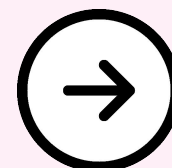
Les propositions
les plus soutenues
structurent l'échange.

3

Des questions ancrées

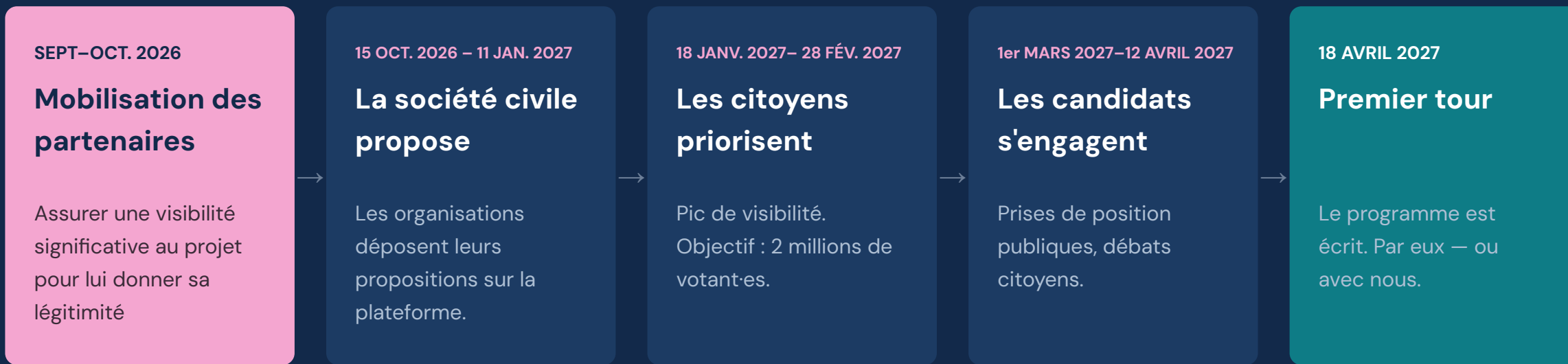
Organisations
contributrices
et citoyen·nes tiré·es au
sort interrogent les
candidat·es..

**Le·a citoyen·ne peut comparer les candidat·es,
globalement ou selon ses propres priorités.**



Il reste huit mois. Et la fenêtre se referme en octobre.

Le calendrier n'est pas négociable : il est fixé par le décret de convocation des électeurs.



NOUS SOMMES ICI

La force de l'initiative ne repose sur sa capacité à valoriser la richesse des propositions et à mobiliser largement : chaque contribution et relais compte !

Dates du scrutin arrêtées en Conseil des ministres : premier tour le 18 avril 2027, second tour le 2 mai 2027.

« Participer à ce projet, est-ce soutenir une opinion ? »

Non. Vous participez à un espace. La distinction est garantie par le dispositif lui-même.



Le collectif ne choisit aucune proposition

Toutes les organisations peuvent contribuer, y compris avec des visions opposées. La charte de recevabilité porte sur la forme, jamais sur l'orientation.



Le collectif ne pondère aucun vote

L'arbitrage n'est pas négocié entre organisations : il résulte du vote citoyen, comptabilisé en temps réel et publié.



Le collectif n'endosse aucun candidat

Tous les candidats sont contactés, invités et traités selon le même format de débat, dans le respect des règles du Conseil constitutionnel.

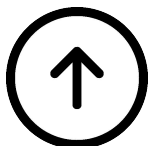


Les partenaires n'ont aucune main sur le contenu

Le partenariat ouvre droit à un reporting d'impact, jamais à une influence sur les propositions mises en visibilité.

Une démarche qui s'inscrit dans la durée

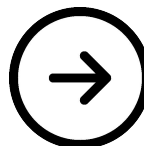
AUJOURD'HUI



Présidentielles

Faire émerger les priorités
et comparer les engagements.

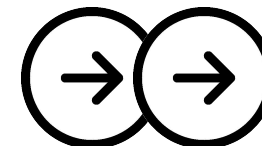
DEMAIN



Suivi des engagements

Rendre compte, après l'élection,
des mesures réalisées.

À TERME



Décision publique

Outiller gouvernements
et parlementaires en amont
des textes.

Trois expertises complémentaires, une même exigence

Ni un mouvement, ni un parti : un opérateur technique reconnu, une agence de communication d'intérêt général et une association habilitée à recevoir des dons.

L'OPÉRATEUR TECHNIQUE



Pionnier français de la civic tech. Plateforme de participation citoyenne open source, plus de 600 décideurs accompagnés : Grand Débat national, République Numérique, Région Île-de-France.

LA MOBILISATION



Agence coopérative de communication et d'influence dédiée à l'intérêt général depuis 2006. 350 clients : associations, fondations, fédérations, entreprises à impact.

LE VÉHICULE DU MÉCÉNAT



Association loi 1901 reconnue d'intérêt général, habilitée à émettre des reçus fiscaux. Porteuse du label Villes et Villages Citoyens — 850 communes candidates.



Un comité de soutien présidé par Bertrand Pancher

Ancien député, fondateur de l'association **Décider Ensemble**. Le comité accompagne, incarne et fait rayonner le projet.

« La démocratie fonctionne quand toutes les propositions sont portées en transparence. »

Cap Collectif : 12 ans de participation citoyenne

EXPERIENCES

Cap Collectif a imaginé des formats et organisé des centaines de consultations numériques :

- **600 organisations utilisatrices de la plateforme** de Cap Collectif, de toute taille et de tout type (Etat, universités, collectivités territoriales, syndicats, associations, entreprises).
- **1 500 projets menés sur la plateforme** : enquêtes publiques, débats, budgets participatifs, consultations et concertations.
- **3 millions de citoyennes et citoyens mobilisés** sur la plateforme.

REFERENCES

L'expérience des consultations nationales :

- Le Grand débat national (1,5 million de participants) ;
- Loi Egalim ;
- Loi pour une république numérique ;
- Les retraites ;
- La bioéthique.

L'agence RUP : 20 ans aux côtés des acteurs de l'intérêt général

EXPERIENCE

Depuis 2006, l'agence de communication utile pour idées essentielles

- **350 clients** : associations, fédérations, fondations, coopératives, entreprises à impact, mutuelles, acteurs publics.
- **Sur des thématiques spécifiques et transversales** : économie sociale et solidaires, environnement (biodiversité, énergie, mobilités, économie circulaire...), action sociale, santé, solidarités, enseignement, culture et sport, etc.

METIERS

Deux grands métiers au coeur d'écosystèmes complexes

- **Le conseil stratégique** : audit, positionnement, identité, discours, stratégie de marque, d'influence, de mobilisation et de levées de fonds.
- **L'accompagnement tactique** : création, production, campagne, planning stratégique, relations médias, communication digitale, événements, plaidoyer, fundraising.

Empreintes citoyennes : 12 ans au service des relations citoyennes

EXPERIENCE

Depuis 2014, Empreintes Citoyennes accompagne les collectivités et les élus dans l'animation du dialogue et de leur relation avec les citoyens.

→ **Plus de 850 collectivités accompagnées** en France, de la commune aux grandes collectivités.

→ Une expérience aux côtés des **élus, exécutifs locaux et acteurs des territoires**, pour concevoir, sécuriser et animer leurs démarches citoyennes.

→ **87 communes labellisées** « Village et Ville Citoyenne », un label national placé sous le **haut patronage du Président de la République** depuis 2019.

METIERS

Trois domaines d'action complémentaires

→ **La participation et le dialogue citoyens** : associer les citoyens aux projets, aux politiques publiques et aux décisions qui concernent leur territoire.

→ **L'engagement citoyen** : favoriser l'implication, les initiatives et les coopérations au service de l'intérêt général.

→ **L'éducation à la citoyenneté** : développer la culture citoyenne, la compréhension des enjeux collectifs et la capacité de chacun à agir.

Rejoignez-nous !



Inscrivez-vous :

<https://lapresidentielleinversee.fr/>

Contacts

contact@lapresidentielleinversee.fr

vincent@lagencerup.fr