



LA PARTICIPATION DES PUBLICS

RÉFLÉXIONS ISSUES DE L'ATELIER-RENCONTRE : GOUTEZ À L'ACC DU 4 NOVEMBRE 2013

Centre culturel de Schaerbeek - Animation : Carine Dechaux (Animatrice-Directrice - CC Rochefort).

1. Préambule :

La présente note est le fruit des réflexions menées lors de l'atelier du 4 novembre 2013. Elle rassemble des visions articulées par Carine Dechaux, l'animatrice de l'atelier et par les participants. Les conclusions des ateliers nous ont permis de dégager une synthèse. Cette note induit des idées complémentaires à la réflexion menée. Il faut donc lire ce document, non exhaustif, comme un axe de réflexion sur la thématique de la participation des publics. Elle est le résultat d'un temps de partage d'expériences et de dialogue.

2. Présentation :

La participation des publics est au cœur des préoccupations de chaque opérateur s'inscrivant dans une démarche d'action culturelle locale. **Il s'agit non seulement d'assurer la vitalité des lieux et l'accès à la création mais aussi de garantir la démocratie culturelle et la construction d'un avenir commun.**

En ce sens, les enjeux majeurs se composent autour d'une approche double : Celle qui vise à permettre à chacun de découvrir la diffusion artistique et celle qui permet à tous de s'y investir en qualité de citoyen actif. La réflexion sur les publics ne se construit pas dans l'opposition de ces deux actions mais en établissant des ponts entre elles.

Ainsi, un public qui s'intéresse à une programmation artistique ne doit pas être opposé à un public qui s'investit dans l'action culturelle. **L'approche des publics est plurielle et ne peut se contenter d'une seule vision.**

3. Construction en actions diversifiées :

Pour impliquer le plus de publics différents, selon ses échelles et ses identités, il faut les approcher par un maximum d'axes variés. Pour cela, il convient d'établir un planning reprenant les différentes phases d'actions afin de s'assurer que les publics ne sont jamais acquis et que le renouvellement des activités est continu. Une notion qui induit la nécessaire **vitalité des équipes d'animations et l'actualisation des outils** pour toucher transversalement les personnes et associations.

L'établissement de rapports de confiance assure la participation des publics et la diversification de leurs fréquentations. Il est indispensable que ce rapport de confiance soit



réciproque et que l'opérateur comme la « personne publique » soit impliqué avec une attitude de découverte et d'intérêt à la rencontre.

Fidéliser un public est important mais non fondamental à l'écriture d'une programmation sur un territoire donné. La création de projets destinés à inscrire certains groupes et personnes ciblées ne doit pas forcément se solder par une continuité de collaboration. **La vitalité culturelle repose sur l'alternance des implications.** Un noyau de base doit cependant persister pour assurer une poursuite de sens et l'implantation de l'action dans le paysage social immédiat.

La construction de l'approche des publics peut donc s'imaginer autour de moments et d'évènements ciblés. **C'est un processus long** qui peut se solder par des résultats divers, des instants marqués par l'échec de la participation ou la réussite collective d'instant magiques. La participation ne peut se réduire à une analyse quantifiée de tel ou tel projet, elle doit se penser sur le long terme et se concentrer sur l'articulation de ses actions et non seulement sur les chiffres de fréquentation.

Une articulation par projet permettra de garantir une approche plurielle.

4. Les publics captifs

Faut-il établir son action culturelle uniquement avec des publics actifs ? L'empreinte de la démocratie culturelle stigmatise parfois l'attitude des organisateurs qui s'imposent une exigence de réussite par l'implication des publics présents par leur propre volonté. Pour certains opérateurs culturels, la réussite repose plus sur le type de participation que sur le succès à la transmission d'un message.

La notion de publics captifs n'est pas toujours bien perçue car il existe plusieurs formes de publics dits captifs. Toutes n'ont pas la même portée et ces formes multiples définissent des attitudes différentes à adopter.

Captifs par appartenance à un collectif : Il s'agit ici de personnes qui sont présentes par appartenance à un groupe dans lequel elles se sont inscrites (Ex : groupes scolaires, publics accompagnés en association etc.). Les opérateurs culturels collaborent souvent avec ces publics car ils permettent de cibler un public large et assure une présence culturelle. C'est aussi une opportunité importante pour « accrocher » des personnes « oubliées » de la vie culturelle.

Captifs par rapport à une action culturelle : Il s'agit ici de personnes ayant volontairement choisi de participer à une action culturelle mais dont la programmation de l'action dévie de son objet premier. Par exemple des personnes s'abonnant à une programmation culturelle définie mais dont les activités s'éloignent de ce qui est présenté. C'est une approche des publics qui peut permettre d'ouvrir les horizons mais qui est périlleuse car elle peut engendrer des frustrations et un rejet vis-à-vis de l'organisateur.



De manière générale, il convient donc d'entrevoir avec prudence la question des publics captifs et d'éviter toute prise en otage. L'objet premier sera d'offrir diverses opportunités dans un esprit d'ouverture.

5. Définition des publics

Pour approcher les publics, il est important de pouvoir les définir et de pouvoir se positionner en lien à ces interprétations. On le voit avec la question des publics captifs, établir des qualificatifs pour les publics est intéressant mais derrière chacune de ces définitions des limites doivent être observées et définies : Sont-elle en lien avec l'action culturelle que je souhaite mener ?

Une réflexion possible pour préparer l'approche des publics consiste en l'écriture de termes qualifiant les publics pour ensuite les mettre en opposition et ainsi mieux appréhender leurs identités : Ce qui est / ce qui n'est pas.

Ce travail met en lumière l'idée que l'opposition n'est pas toujours absolue et que certains concepts même antagonistes peuvent se croiser.

Exercice collectif de définitions : comment qualifie-t-on les publics ?

Concerné	Potentiel	Cible	Habitant	Acteur
Participant	Consommateur	Local	Recherché	Citoyen
Nous	Difficile	Tout public	Lecteur	Fragile
Scolaire	Acquis	Pluriel	Défavorisé	Habituel
Indifférent	Inculte	Bête	Facile	Grand
Scolaire	Passif	Occasionnel	De passage	Jeune public
Public jeune	Ancien	Satisfait	Invisible	Fidélisé
Absent	Curieux	Comptabilisé	Actif	Éloigné
Hétérogène				

Mise en opposition de ces qualificatifs :

Concerné v. indifférent	Acquis v. invisible
-------------------------	---------------------



Local v. éloigné	Habitant v. de passage
Habituel v. occasionnel	Acteur v. consommateur
Actif v. passif	Nous v. eux
Jeune public v. ancien	Potentiel v. fidèle
Tout public v. scolaire	Lecteur v. Non lecteur
Acteur v. actif	Citoyen v. indifférent
Facile v. difficile	Acquis v. absent/à conquérir
Grand public v. public alternatif	Recherché v. consommateur

Au sein de chaque cellule reprise dans le tableau, on peut décliner une priorité et définir ses propres enjeux et cibler son travail.

Croiser son contrat-programme et ses intentions d'action avec chacune des cellules permet de préparer l'approche des publics.

6. Préparer l'approche des publics

Une deuxième entrée en matière pour préparer l'approche des publics consiste en la définition de pôle de réflexions à mettre en parallèle avec les qualificatifs opposés (identifiés plus haut). Après avoir établi des qualificatifs pour le public, puis un travail d'opposition entre ces termes, des pistes de réflexions peuvent être envisagées. Prenons ici des pôles liés aux préoccupations des Centres culturels. Cinq axes de réflexions peuvent être retenus (voir ci-dessous). Il est intéressant de les confronter par pôle à des paires opposées. Le résultat d'une discussion partagée sur ces notions peut engendrer des attitudes ou postulats à utiliser dans la mise en pratique.

Axe 1 : Craintes et risques dans l'approche des publics :

Définition du champ de réflexion au travers quelques termes suscités : projections, intimidations, absences, révolution, stigmatisation, besoins, insatisfactions.

Prenons, comme exemple, l'opposition public invisible vs public habituel.

Les publics invisibles suscitent un imaginaire projeté : des personnes que l'on pourrait toucher et que l'on ne connaît pas. Il est beaucoup plus facile d'identifier les publics habituels car ils sont



présents. La prise de risque est limitée lorsque l'on travaille avec des publics connus mais les faiblesses de ce public sont plus difficiles à établir.

Un acteur culturel se doit de continuer à 'titiller' les publics et à être porteur de paroles nouvelles. Pour cela il doit donc **réfléchir à d'autres manières de rencontrer le public. La prise de risque est essentielle** pour sortir des pensées préétablies et permettre de s'ouvrir à des « public invisible ».

Axe 2 : Sentiments et attitudes à avoir lors de l'approche des publics :

Définition du champ de réflexion au travers quelques termes suscités : Plaisir, Partage, Accueil, Ecoute, Pour et Avec, Prise en compte, Réciprocité, Surprise, Déception.

Prenons, comme exemple, l'opposition public actif vs acteur culturel.

Le mariage de l'articulation : sentiments et attitudes avec l'opposition « actif-acteur » ne permet pas d'ouvrir une réflexion directement conjointe car les concepts ouvrent trop de notions diverses.

Axe 3 : Public de quoi ? Et public de qui ? (dans nos actions culturelles)

Définition du champ de réflexion au travers quelques termes suscités : de qualité, d'éclectisme de l'échevin,...

Prenons, comme exemple, l'opposition public consommateur vs public participant.

On identifie une question émergente autour des attentes du public, de ses besoins mais aussi des missions. Le public d'une activité orientée « éducation permanente » est en principe davantage un public participant. Mais le public d'une activité orientée « diffusion » est-il moins participant de par sa nature ? Pas forcément. **L'activité ne fait pas le public.**

Autre élément de questionnement : celui de l'**accessibilité**. Il y a l'accessibilité financière, l'accessibilité géographique (territoire) mais aussi en terme de mobilité (moyens de transport). Le public participant ou non d'un territoire l'est aussi en fonction des moyens mis en place pour lui permettre de prendre part à l'action culturelle.

Axe 4 : Démarches vers les publics:

A définir : Champ de réflexion au travers quelques termes suscités.

Prenons, comme exemple, l'opposition public lecteur vs public non lecteur (non lecteur étant une définition moins directe que public non cultivé ou inculte).

Une analyse des besoins pourra identifier qu'un effort doit être priorisé vers les publics non lecteurs. Ce qui permet l'amorce c'est **la notion de désir** et ce pour tous types de publics.



L'envie doit donc être prise en compte lorsqu'il y a réflexion (et actions) sur la participation. Cette notion d'envie est le déclencheur. Il y a à la fois l'envie du démarcheur (organisateur) comme l'envie du démarché (public). Il faut connaître où se situe le non lecteur et quelles pourraient être ses envies, comme on peut le faire dans le cas d'un lecteur. La notion même d'un non lecteur est donc très fragile car chacun est lecteur à son niveau. **La démarche vers les publics doit se construire en tenant compte des réalités de « niveau culturel » de chacun.**

Axe 5 : Évaluation dans l'approche des publics :

A définir : Champ de réflexion au-travers quelques termes suscités.

Prenons, comme exemple, l'opposition public concerné vs public indifférent.

On s'attache déjà à rapprocher cette opposition à celle de public ciblé vs public absent. Le cadre de réflexion doit être combiné entre les champs d'évaluation et l'opposition intérêt vs indifférence. Cela permet d'aboutir à l'idée que **c'est l'individu qui est au cœur de l'intérêt culturel.**

L'évaluation s'articulerait dans un principe d'action temporelle guidée par un comportement personnel : **Ce que j'ai voulu, ce que j'évalue et comment j'évolue.**

7. Conclusions

L'approche de publics s'imagine dans une structuration qui va au-delà de celle du programmateur vers le consommateur. Elle se construit à partir d'étapes et de principes de collaborations réciproques. Les attentes ne sont pas forcément partagées mais les envies existent de part et d'autre. La rencontre de ces volontés permet de réunir les attentes.

Il n'y a pas de recette miracle mais il convient de toujours réfléchir à la participation des publics sous forme à la fois de débats philosophiques et pragmatiques : qui désire quoi et comment assurer la mise en pratique de ces aspirations ?

Le temps imparti à la réflexion est toujours trop court et ne permet que rarement de répondre à toutes les questions. Il reste nécessaire de se poser continuellement les interrogations au sein des Centres culturels pour assurer le travail d'accessibilité à la culture. Le questionnement sur la fréquentation des publics comme sur la place qu'ils occupent dans l'organisation de l'action culturelle reste primordiale au départ de chaque nouvelle étape.