



A.S.B.L.

COMPTE RENDU DE LA RENCONTRE

La diffusion et l'aide à la création dans les centres culturels

Ambitions, sens et conséquences de l'action

Du 20 juin 2011 au Centre culturel Marcel Hicter (La Marlagne)

Asspropro asbl - Association des Programmateurs Professionnels
Avenue Reine Astrid, 22 - 5000 Namur

Tél.: 32 (0)81 73 59 46 – fax : 32 (0)81 74 21 59 - E-mail : info@asspropro.be

Site : <http://www.asspropro.be>

TABLE DES MATIERES

PREAMBULE	p 3
PARTICIPANTS	p 4
INTRODUCTION	p 4
INTERVENTIONS	
Pourquoi une enquête sur la diffusion et l'aide à la création « en arts vivants » dans les centres culturels ?	p 5
Présentation des résultats de l'enquête.....	p 6
QUESTIONS-REPONSES	p 7
CONCLUSIONS PROVISOIRES ET INTRODUCTION AUX ATELIERS	p 10
ATELIERS	
Atelier 1 : L'aide à la création dans les centres culturels	p 12
Atelier 2 : Les politiques de diffusion des centres culturels	p 15
Atelier 3 : La circulation des spectacles au sein des centres culturels	p 20
Atelier 4 : La diffusion Jeune Public par les centres culturels	p 25
CONCLUSIONS	p 30
REMERCIEMENTS	p 30
SYNTHESE DES ECHANGES	p 31

PREAMBULE

En 2008, le Ministère de la Communauté française chargeait l'Observatoire des Politiques Culturelles d'établir un état des lieux de la diffusion et de l'aide à la création « en arts vivants » dans les centres culturels reconnus en Communauté française Wallonie-Bruxelles.

L'objectif poursuivi : avoir une meilleure représentation de la situation de la diffusion et de la création dans les centres culturels, en connaître la dynamique et en dégager les principales caractéristiques.

Les résultats de l'enquête ont été publiés fin mars 2011 et démontre (entre autres) une importante activité de diffusion et d'aide à la création au sein des centres culturels.

Le 20 juin, Asspropro invitait les Centres culturels à une journée de réflexion et de travail afin de partager les données, croiser les lectures, débattre des activités et politiques de diffusion et d'aide à la création dans les centres culturels.

L'objectif de cette rencontre consistait ainsi à apporter des éléments de réponses aux questions suivantes : les résultats de l'enquête correspondent-ils aux ressentis des professionnels ? Quels sens et éclairages complémentaires apporter aux données statistiques ? Quels enjeux recouvrent la diffusion ? Quels rôles, méthodes, moyens les centres culturels mettent-ils en place afin de rencontrer ces enjeux ? En quoi cette enquête éclaire-t-elle sur les défis futurs du secteur ? ...

Programme

Le programme de la journée était annoncé comme suit :

Introduction & modération

Par Christian Debaere, Président d'Asspropro (Centre culturel de Mouscron)

Interventions :

- Pourquoi une enquête sur la diffusion et l'aide à la création « en arts vivants » dans les centres culturels ?
Par Christine Guillaume, Directrice générale de la Culture au Ministère de la CFWB.
- Présentation des résultats de l'enquête.
Par Michel Guérin, Directeur de l'Observatoire des Politiques Culturelles.

Questions-réponses avec l'assemblée.

Conclusions provisoires et introduction aux ateliers de l'après-midi

Par Alain Thomas, Administrateur d'Asspropro (Centre culturel de Bertrix)

Ateliers

- Atelier 1 : L'aide à la création dans les centres culturels
- Atelier 2 : Les politiques de diffusion des centres culturels
- Atelier 3 : La circulation des spectacles au sein des centres culturels
- Atelier 4 : La diffusion Jeune Public par les centres culturels

Ces quatre ateliers visaient à interroger, selon les axes retenus :

- Les politiques de diffusion / d'aide à la création dans les CC.
- Les critères sur lesquels se définissent ces politiques.
- Les objectifs visés et la façon dont leur rencontre est évaluée.
- Les relations avec d'autres politiques culturelles menées au niveau local.
- L'impact de l'action des CC sur la création, l'impact sur les publics et populations.
- Les avantages que tirent les CC de leurs activités de diffusion / d'aide à la création.
- Les contextes dans lesquels les politiques des CC s'inscrivent et l'évolution de ceux-ci.
- Les constats, attentes, besoins et perspectives.
- Les enjeux de la diffusion / de l'aide à la création dans les CC.

Rapport d'ateliers et perspectives thématiques en séance plénière

Conclusion et perspectives globales

Par Alain Thomas, Administrateur d'Asspropro (Centre culturel de Bertrix)

PARTICIPANTS

73 participants ont participé à cette rencontre :

Hanane Ajrhourh (Asspropro)	Cécile Hoornaert (Asspropro)
Bernadette Baeken (CCR Dinant)	Martine Houben (CCR Verviers)
Nouzha Bensalah (CFWB - Service Formation)	Fernand Houdart (MC Arlon)
Jean-François Bemelmans (CC Braine-Le-Comte)	Jean-Pierre Houet (CC Engis)
Frédérique Bigonville (ASTRAC)	Julien Hutombo (CRAC'S - CC Sambreville)
Audrey Bonhomme (CCR Verviers)	Lefebvre Jean-Marie
Bernadette Bourdouxhe (CC Saint-Georges)	Anaëlle Kins (MC Tournai)
Martine Cartiaux (CRAC'S – CC Sambreville)	Bernadette Lambotte (CCR Dinant)
Vanessa Chabothier (CC Wanze)	Betty Lamoulié (CC Evere)
Philippe Content (CCA Huy)	Lionel Larue (CFWB – Service de la Diffusion)
Audrey Dambermont (CC Chênée)	Thierry Leflot (CC Marcel Hicter - La Marlagne)
Thomas Dardenne (CC Amay)	Sophie Levêque (CFWB - Direction des CC)
Marie-Celine Dardenne (CC Welkenraedt)	Christophe Loyen (CC Chênée)
Christian Debaere (CC Mouscron)	Françoise Nicaise (CFWB - Service Formation)
Anne-Florence Delannay (MC Ath)	Michel Mainil (CCR Centre)
Bruno Delmotte (MC Tournai)	Myriam Masson (CCR Brabant Wallon)
Laurence Delsaute (CC Welkenraedt)	Véronique Michel (CC Les Chiroux)
Philippe Deman (MC Tournai)	Bernard Mottet (CC Rossignol)
Diane Dernouchamps (Cabinet de Mme Laanan)	Pierre Noel (CC Charleroi)
Christian Destiné (MC Famenne-Ardenne)	Romina Pace (CC Chênée)
Michèle Detry (MC Ath)	Isabelle Paindavoine (CIFOP)
Hubert Fiasse (MC Famenne-Ardenne)	Emmanuel Paye (CC Vallée de la Nethen)
Karin Fontaine (CC Evere)	Brigitte Peremans (CC Rixensart)
Nathalie Franceschi (CC Welkenraedt)	Benoît Raoult (CC Eghezée)
Eddy Gijssens (CC Amay)	François Rapaille (CC Welkenraedt)
Pierre Gilles (CCR Action Sud)	Jean-Pierre Rapaille (CC Welkenraedt)
Elodie Glibert (CC Braine-L'Alleud)	Toni Santoccono (CC Chapelle-lez-Herlaimont)
Géraldine Gogneaux (CC Floreffe)	Michel Schoonbroodt (Fédération des JM)
Michèle Gonay (CC Theux)	Jean-Laurent Simonis (Asspropro)
Marie Goor (CC Chênée)	Anne Soggia (CRAC'S - CC Sambreville)
Emmanuelle Greindl (CCA Huy)	Alain Thomas (CC Bertrix)
Michel Guérin (OPC)	Marylène Toussaint (CCR -Théâtre de Namur)
Thierry Guérin (CC Saint-Georges)	Nathalie Van Liefferinge (Asspropro)
Christine Guillaume (CFWB - DG Culture)	Liesbeth Vandersteene (ASTRAC)
Jean-Luc Gustin (CC Sprimont)	Georges Venturini (CC Couvinois Christian Colle)
Arielle Harcq (CCR - Théâtre de Namur)	Danielle Voss (CC Bertrix)
Pascale Hers (Ferme de Martinrou)	Thierry Wenes (CC Jette)

INTRODUCTION

Par Christian Debaere, Président d'Asspropro (Centre culturel de Mouscron)

Christian Debaere rappelle l'origine de l'étude autour de laquelle nous sommes rassemblés aujourd'hui. Cette étude a été réalisée à l'initiative de la Direction Générale de la Culture du Ministère de la Communauté française (DG Culture), laquelle a chargé l'Observatoire des Politiques Culturelles (OPC) d'établir un état des lieux de la diffusion et de l'aide à la création « en arts vivants » dans les centres culturels reconnus en Communauté française Wallonie-Bruxelles. Cette étude a été dirigée par l'OPC et réalisée par le Centre Interuniversitaire de Formation Permanente (CIFoP).

Pour la réalisation de cette enquête, Asspropro s'est positionné comme facilitateur (réunions et courriels d'informations).

INTERVENTIONS

Pourquoi une enquête sur la diffusion et l'aide à la création « en arts vivants » dans les centres culturels ?

Par Christine Guillaume, Directrice générale de la Culture au Ministère de la CFWB.

L'objectif de l'enquête consistait à avoir une meilleure représentation de la situation de la diffusion et de la création dans les centres culturels, en connaître la dynamique et en dégager les principales caractéristiques.

Ce travail semblait nécessaire à l'Administration pour deux raisons :

- permettre au secteur des CC d'avoir un retour d'image sur son activité propre de diffusion et ainsi lui donner des éléments pour en faire l'analyse et dégager des pistes d'orientation dans le travail mené quotidiennement ;
- éclairer le monde artistique et politique sur le rôle et l'impact des CC en matière de diffusion et d'aide à la création, sur les conditions de la décentralisation.

Pour l'Administration, il est évident depuis longtemps que les CC sont les principaux acteurs de la diffusion, des relais extrêmement importants de la décentralisation, même si cette activité n'est pas leur mission première. En effet, depuis qu'Art et Vie existe (début 70'), l'Administration dispose de statistiques sur la circulation des artistes. Ces données, bien qu'incomplètes, permettent d'identifier que 60 à 80% de la diffusion Art et Vie est opérée par les CC (il existe aussi un grand volume de diffusion réalisé par les CC qui n'est pas identifié tels que les spectacles diffusés sans l'intervention des pouvoirs publics, les spectacles étrangers).

De plus, il est incontestable que les CC ont joué (et jouent encore) un rôle capital dans la professionnalisation artistique, notamment via la professionnalisation de l'accueil, de la diffusion. Il est également acquis que les CC sont inscrits dans une relation de proximité avec les populations.

Or, les artistes ne considèrent pas de façon systématique que les CC sont les bons relais pour la diffusion, des interlocuteurs qui méritent ce titre. Bien souvent, les lieux de création sont préférés par les artistes pour la diffusion ou coproduction de leurs œuvres, estimant ces lieux plus professionnels, plus respectables. En cause notamment : une incompréhension quant au rôle des CC (missions, activités, publics cibles) et quant aux réalités de ceux-ci (réalités locales, institutionnelles, moyens budgétaires, capacité technique, volume de personnel, etc.).

Ceci pose des difficultés pour l'Administration qui tente d'organiser ou de structurer des opérations de promotion pour différentes catégories d'artistes et qui constate que le lien entre monde artistique et les CC ne se fait pas.

D'autant que la grande majorité des artistes sera *in fine* amenée à s'adresser aux CC pour que leurs œuvres soit diffusées, décentralisées, car il existe peu de théâtres en Wallonie, les lieux de création produisent généralement leurs propres spectacles (ou coproduisent entre eux) et la création est pléthorique (il existe 6 écoles supérieures d'art ainsi qu'une multitude d'écoles privées).

Or pour qu'une œuvre circule, il est nécessaire d'interroger dès le moment de la création, les conditions de décentralisation, en ce compris les attentes du public (il n'est ici pas question de cadrer la création, mais d'inviter les créateurs à penser la manière de rencontrer le public, de se préoccuper de celui-ci).

Il semblait donc important pour l'Administration que le monde artistique identifie les CC, possède une bonne représentation de la réalité des CC, d'autant que les CC sont actifs tant en matière d'aide à la création que d'aide à la diffusion.

L'administration estimait ainsi utile et positif, pour chacun des deux interlocuteurs (artistes et programmeurs), de préciser le rôle des CC, d'identifier le volume et le type de diffusion, en lien avec les missions, contraintes et les réalités des structures. Un regard devait également être porté sur l'aide à la création.

Christine Guillaume est aujourd'hui heureuse du travail réalisé, même si celui-ci reste incomplet, imparfait. En effet, certaines informations restent manquantes (notamment concernant la diffusion à Bruxelles) et l'étude ne propose pas d'analyse qualitative (ex : type de production qui circule, type de publics qui fréquentent les salles) laquelle aurait nécessité un autre travail d'enquête.

Ceci étant, cette étude permettra certainement :

- des analyses complémentaires, notamment au départ des réflexions qui émergeront du secteur des CC et seront portées par les professionnels, dès cette après-midi déjà, au vu des intitulés des différents ateliers planifiés ;
- de réduire le décalage existant entre les attentes de milieux qui sont contraints à travailler ensemble : le monde artistique et les CC.

Pour ce faire, Christine Guillaume invite à relayer les informations contenues dans cette étude et à en discuter. Elle souhaite que cette enquête soit exposée aux différentes instances d'avis, lesquelles réunissent notamment des artistes ou opérateurs artistiques et des programmeurs (parfois diffuseurs en CC).

A noter qu'il serait également intéressant d'analyser la vision et les réalités de la diffusion sous l'angle artistique. Il existe une série d'entraves à la circulation qu'il serait certainement intéressant d'explicitier aussi de ce point de vue.

Pour conclure, Christine Guillaume remercie les CC qui ont répondu à cette enquête, le Comité de pilotage pour son investissement et Asspropro pour son travail de facilitateur.

Présentation des résultats de l'enquête.

Par Michel Guérin, Directeur de l'Observatoire des Politiques Culturelles.

Michel Guérin rappelle le cadre de la recherche : étude commanditée par la Direction Générale de la Culture du Ministère de la Communauté française, dirigée par l'Observatoire des Politiques Culturelles, réalisée par le Centre Interuniversitaire de Formation Permanente (CIFoP) et suivie par un Comité d'accompagnement.

L'objectif de l'étude consistait à avoir une représentation générale et la plus complète possible de la dynamique de la diffusion dans les CC. Il n'y avait jusqu'à ce jour pas d'outil qui permettait de prendre la mesure de cette dynamique.

Il ne s'agissait pas d'une étude de performance. Des craintes avaient été formulées à ce propos : crainte que la dynamique des CC ne soit estimée qu'à l'aune de la seule diffusion, laquelle ne constitue pourtant qu'une partie de leur activité. L'enquête a donc tenu compte de cette réalité en questionnant le poids de la diffusion par rapport aux autres missions des CC.

L'enquête était déclinée en deux parties : la première ayant trait aux caractéristiques générales des CC en CFWB, l'autre ayant trait à l'activité spécifique de diffusion.

L'enquête s'est avérée très fastidieuse pour les lieux, surtout dans sa seconde partie. Au vu du volume mais aussi du fait aussi que tous ne conservent pas la mémoire des chiffres de la même façon. En particulier, des conclusions concernant l'activité de diffusion des CC en région Bruxelloise n'ont pas pu être menées faute de représentativité, trop peu de lieux ayant répondu à ce volet de l'enquête.

Pour la présentation de la méthodologie et des résultats de l'enquête, le lecteur intéressé est invité à télécharger l'étude à l'adresse <http://www.opc.cfwb.be/index.php?id=diffusionculturelle>.

Si cette étude – première du genre – est représentative de l'activité de diffusion des CC en CFWB, on ne peut malheureusement pas comparer les données recensées avec des données antérieures. Il n'est donc pas possible, à l'heure actuelle, de mesurer l'évolution de la diffusion. La diffusion est-elle croissante ? De quelle manière s'opère-t-elle ? Avec quelle évolution du public ?

Aussi, un autre objectif consiste à analyser la possibilité de concevoir un outil destiné à recenser de façon régulière (via internet) un certain nombre de données relatives à la diffusion. Ceci autoriserait des études comparatives de la diffusion, sur plusieurs années.

Un tel outil permettrait au secteur des CC d'obtenir une représentation au moins annuelle de sa dynamique en termes de diffusion. Ceci lui permettrait d'ajuster ses analyses, ses politiques, son discours, etc.

Par ailleurs, parallèlement aux données recensées, il serait intéressant de développer une analyse qualitative de la diffusion. Ex : quels sont les objectifs poursuivis par les politiques de diffusion ? Comment on évalue l'impact de la diffusion auprès des jeunes publics ? Quelle est la place de la diffusion au sein des politiques culturelles régionales ?

Plus encore, ces analyses pourraient être corrélées avec des informations déjà recensées par l'actuelle enquête. Il serait possible d'analyser les types de diffusion selon différentes variables et d'identifier d'éventuelles tendances. Pour exemple : l'étude démontre que les CC se situent souvent dans des communes « centres », « résidentielles » ou avec « activités socio-économiques » (selon la typologie Dexia). L'incidence des différents clusters de la typologie Dexia (des variables niveau des revenus, affectation du sol, structure de la population active, etc.) sur la diffusion des CC pourrait faire l'objet de recherches complémentaires.

Une volonté du groupe de pilotage était d'ailleurs de réfléchir à comment approfondir la recherche d'un point de vue qualitatif. Celui-ci pourrait ainsi se nourrir des différentes réflexions, lectures, hypothèses qui émergeront cette après-midi lors des travaux en atelier.

QUESTIONS-REPONSES

Avec l'assemblée.

Q - PL : A l'occasion de l'enquête, pourquoi ne pas avoir sollicité les Petits Lieux, dont certains disposent d'une grande capacité de diffusion, et participent aussi, avec les CC, à la circulation des artistes ?

R - OPC : En effet, cette enquête s'est limitée aux CC car le périmètre était plus facilement identifiable. Cerner le périmètre des Petits Lieux aurait été nettement plus délicat méthodologiquement. Ceci étant, il existe des données à l'Administration qui permettent d'avoir une certaine vision de l'impact des Petits Lieux sur la circulation des artistes.

Q - CC : Le prix d'entrée moyen semble éloigné de la pratique de certains CC. Quelle en est l'explication possible ?

R - OPC : Ce montant correspond à la moyenne des tarifs, hors gratuit, tout genre confondu. Il est donc le reflet d'une réalité. Bien entendu, selon les disciplines artistiques, les prix d'entrée varient. Pour certaines les prix des places sont plus élevées (ex : la chanson française à 15 € en moyenne), pour d'autres elles sont nettement plus démocratiques (ex : les Arts forains et les spectacles Jeune Public).

Rmq - CC : Il est d'ailleurs intéressant de remarquer que le prix moyen pratiqué par les CC correspond au prix que les individus sont prêts à dépenser pour un spectacle (Cf. : Etude de l'OPC sur les pratiques culturelles). Ceci prouve le travail de démocratisation réalisé par les CC. Un rapide calcul démontre d'ailleurs que les CC absorberaient un « déficit » moyen de 3,31 € par spectateur résultant de la différence entre un coût moyen de 11,01 € (coût global de 5.023.921 € + frais artistiques annexés de 1.107.095 divisés par le nombre de spectateurs 556.831) et une recette moyenne de 7,7 €. Il s'agit bien entendu ici de mouvements financiers « décaissés » qui ne tiennent pas compte des coûts externes en terme de personnel ni des coûts liés aux infrastructures et matériels.

Q – CC : Une étude similaire a-t-elle été réalisée sur la diffusion effectuée par les théâtres ?

R – CFWB : Non mais la chose serait intéressante. D'autant qu'il y a certainement un grand nombre de créations qui ne sont pas destinées à circuler, par défaut d'anticipation et de prise en compte quant aux conditions de cette circulation.

Q – CC : La diffusion scolaire semble être sous-estimée au vu de la dynamique du secteur. De même, la rotation moyenne des spectacles semble ne pas être le reflet de la réalité Jeune Public. En effet, 700 représentations Jeune Public sont identifiées par l'enquête. Or en 2008, Art et Vie recensait plus de 1.500 subventions Spectacles à l'École, pour majorité concernant des CC.

Rmq - Asspropro : Disposant des informations relatives à ses activités, Asspropro a remarqué que le nombre de représentations concernant ses tournées était également sous estimé.

R – CFWB / OPC : Il est possible qu'un hiatus existe à ce niveau. Un CC a récemment témoigné ne pas avoir rempli une fiche par représentation, mais uniquement par spectacle, compte tenu précisément du volume de la diffusion Jeune Public et de la quantité de travail que la déclaration des différentes représentations aurait nécessité. Il n'a donc pas déclaré l'ensemble de sa programmation. Si d'autres témoignages allaient dans ce sens, ceci signifierait que les données pourraient être sous-estimées. Des petits correctifs sont toujours nécessaires en statistique. L'enquête reste néanmoins significative. Enfin, la rotation des spectacles Jeune Public en particulier n'a pas été estimée.

Q – CC : L'enquête met en lumière des appréciations divergentes quant à l'importance des collaborations entre CC selon les points de vue en présence (les CCR estimant les collaborations avec les CCL importantes, les CCL estimant les collaborations avec les CCR peu importantes). Dispose-t-on d'informations complémentaires qui permettraient de mieux comprendre la teneur des rapports entre CCL et CCR ?

R – CFWB / OPC : L'étude réalisée ne visait pas à comprendre la nature de cette collaboration. Cette divergence d'appréciation n'est donc pas expliquée par l'enquête. A noter que les CCL ne comptent pas tous un CCR dans leur espace géographique. Ceci pourrait expliquer pour partie cette différence d'appréciation.

Q – CC : En 2008, l'inspection a mené un travail d'approche sur la diffusion (notamment dans le Hainaut). Qu'est-il advenu de ce travail ? Quelles en sont les conclusions ? Les informations recensées par l'inspection ont-elles été croisées avec les données de cette enquête ?

R – CFWB : Non, aucun rapport concernant la diffusion dans les CC n'a été communiqué par l'inspection.

Rmq – CC : Aux yeux d'un CC, cette enquête est intéressante pour 2 raisons :

1° Elle resitue la place de la diffusion au sein du secteur des CC. Dans la méthodologie d'élaboration des contrats-programmes et des auto-évaluations des CC, la diffusion n'a pas suffisamment de place (sentiment que l'inspection sanctionne rapidement un CC qui ne fait pas assez d'éducation permanente, et que l'inverse est peu vrai).

2° Elle octroie un poids, du répondant, aux CC dans leurs rapports avec les interlocuteurs commerciaux. En effet, qu'on le veuille ou non, les CC sont en contact avec le milieu des industries culturelles, en contact avec des entreprises qui évoluent sur un marché, qui travaillent à un profit maximum via la construction du vedettariat. Les CC sont ainsi confrontés aux logiques commerciales des maisons de disque, entrepreneurs de spectacles, voire des médias dominants.

Q – CC : Dans le cadre du projet de refinancement des CC, Madame La Ministre a déposé une note envisageant 4 métiers spécifiques, dont le métier de la Scène (du plateau et il est vrai qu'il existe un réel déterminisme du plateau). Cette étude permet-elle de justifier l'émergence de ce type de métier ?

R – CFWB : Cette enquête n'a pas été faite dans ce but. Elle peut néanmoins être saisie par chacun, à différents niveaux, pour analyse.

Q – CC : Les CC sont situés dans différents milieux (urbanisés, ruraux, semi-ruraux, etc.) D'un point de vue sociologique, dispose-t-on d'informations sur les publics cibles (par tranche d'âge, par origine sociale, etc.). Pour mesurer l'objectif de démocratisation dans l'accès à la Culture, il serait intéressant d'avoir des informations à ce niveau, d'avoir une représentation du public.

R – OPC : L'OPC ne dispose pas de données spécifiques sur les publics des CC. L'étude a permis d'identifier que 43 % des CC mènent des enquêtes de profils destinés à mieux connaître leur public, mais il n'y a pas eu d'analyse des enquêtes opérées par les CC en la matière.

L'OPC dispose d'informations générales sur le type de public qui fréquente les institutions culturelles en CFWB. La diffusion en CC s'inscrit dans le champ de la culture dite savante (par opposition à la culture populaire). Les personnes concernées sont généralement les populations d'un niveau d'éducation supérieur voire universitaire. Ce sont donc ces personnes qui forment la grande masse du public. Même pour ce qui concerne les publics des festivals, on ne s'éloigne pas du profil type des personnes qui fréquentent les institutions culturelles.

Une telle analyse affinée sur les publics cibles des CC seraient évidemment intéressante dans la mesure où des CC orientent leur travail de façon à élargir leurs publics, visant différentes catégories sociales, organisant une politique de mixité.

Une analyse globale des profils des publics sera le propos d'une étude que l'OPC est occupée à préparer (et qui sera plus qualitative). L'objet de cette future étude sera de cerner la réception (la qualité, le sens) d'une pratique culturelle par les populations. Ce projet d'étude s'inscrit dans la continuité d'une enquête déjà effectuée sur les pratiques culturelles.

Q – CC : L'étude révèle qu'une quarantaine de CC mènent des enquêtes pour analyser leurs publics. Les informations recensées par les CC sont cependant certainement différentes. Pourrait-on envisager de travailler sur un canevas commun ? Rassembler les CC qui étudient de façon volontaire leurs publics permettrait d'élaborer en commun une méthodologie, un questionnaire type, une grille d'analyse et donc de rendre exploitables les informations recensées déjà à ce niveau. Ensuite, le cas échéant, cette grille pourrait servir de socle pour une enquête globale d'analyse des publics.

R - OPC : Cette suggestion est très intéressante. Ce travail nécessite cependant des moyens et l'OPC n'a pas la liberté de prendre une décision à ce sujet.

Q - CC : Pour revenir aux préambules. Un CC exprime son sentiment d'une part :

1° Concernant le manque de motivation des CC à répondre à l'étude : il s'agit pour les CC de boucler des budgets dans un contexte difficile. Le rapport avec le financier est ainsi parfois tendu. L'enquête n'a pas été perçue comme pouvant aider à une meilleure subsidiarité des CC. Des craintes quant à la finalité de l'étude, commanditée par les bailleurs des CC, sont certainement à l'origine de la réserve de certains. Ce CC se dit à présent rassuré quant à la motivation de l'enquête.

2° Concernant les relations CC/Artistes : les CC sont en contact régulier avec un certain nombre d'artistes (les artistes émergents, les artistes désireux de circuler). Ces contacts ne concernent évidemment pas tous les artistes et la chose est bien naturelle ; la création peut avoir des exigences dépassant la capacité d'accueil des CC (qui sont limitées).

R – CFWB : Cette enquête n'émergeait pas d'une volonté de contrôle, et n'avait pas pour objectif d'augmenter ou de réduire les subventions des CC au vu de leur volume de diffusion. L'objectif était de mettre en lumière la dynamique de la diffusion opérée par les CC. Par ailleurs, si beaucoup d'artistes sont en effet en contact avec les CC, beaucoup aussi ne le sont pas : il existe bel et bien un décalage entre la production et la diffusion et une nécessité de réduire ce décalage.

Q – CC : Les CC sont submergés de propositions artistiques. Ils doivent donc décliner un nombre important de demandes d'artistes, car dans l'incapacité d'absorber toute la demande. Il n'est dès lors pas étonnant que les CC renvoient une image négative au sein du monde artistique.

Ceci pose aussi question quant à la viabilité des compagnies. N'y a-t-il pas trop de créations par rapport au nombre de lieux, à leur capacité de diffusion (en termes de budget et de publics susceptibles d'être intéressés par ces productions). Ceci semble être confirmé par l'étude qui évalue la rotation d'un spectacle à 2,6 représentations. Qu'en est-il alors de la viabilité de la création globalement (dont les productions des CC font partie) ?

R – OPC : En effet, la demande de diffusion excède de loin la capacité des CC d'y répondre. Par ailleurs, les CC soutiennent la création. Ainsi 322 aides à la création ont été réalisées par 42 CC en 2008 (soit une moyenne de 7 projets annuels soutenus à la création par les CC). Une analyse qualitative de l'aide à la création opérée par les CC serait intéressante. Elle permettrait de mieux comprendre les critères de ce soutien (les critères qualitatifs qui proviennent notamment du type de travail mené avec les publics). Elle permettrait de mieux appréhender comment le CC envisage le soutien en fonction de son projet, de son implantation, de son public, de son orientation spécifique. Il existe différents arguments qui ne sont pas identifiés et qu'il serait intéressant d'explicitier. Notamment, pour nourrir le dialogue avec le monde artistique.

Rmq – CC : Ces questions sont complexes elles renvoient à la place et au rôle des artistes dans nos sociétés, ou plus fondamentalement à la place et au rôle de la Culture et les Arts. Il importe aussi d'interroger la médiation : comment stimuler la rencontre entre la création et les publics. La création n'a pas de sens si aucune rencontre avec le public n'est possible.

Q – CC : Afin de communiquer les résultats de cette analyse, un temps de rencontre ou une séance d'information avec les artistes sont-ils prévus ? A l'occasion des Entre Vues par exemple ?

R – CFWB : Actuellement, une telle rencontre n'est pas prévue. La difficulté consiste à identifier et à mobiliser les artistes. Et effet, beaucoup d'artistes ne sont pas fédérés ou non représentés au sein des fédérations existantes. Une piste serait peut-être de présenter cette étude à l'occasion des bilans

des instances d'avis. Les Entre Vues ne mobilisent pas l'ensemble du champ artistique et les artistes présents sont occupés par la présentation de leur spectacle.

Rmq – CC : Une communication à la presse serait également intéressante. Un relais par les médias permettrait à chacun d'avoir connaissance de l'existence de cette enquête.

Q – Asspropro : Le réseau Asspropro rencontre à différents endroits les Cies ou fédérations d'artistes. Les artistes sont généralement intéressés à débattre de la diffusion pour ce qui concerne leur propre discipline. Est-il possible de s'adresser à l'OPC pour obtenir des infos complémentaires, affinées selon les genres artistiques ? Toutes les informations disponibles ne sont certainement pas présentées dans la publication.

R – OPC : Oui, si les données existent, elles pourront être communiquées.

Q – CC : L'étude révèle que 6% des représentations diffusées par les CC concerne des Cies étrangères et seulement 3,8 % des Cies flamandes. Un programme est-il prévu, à terme, pour faciliter les collaborations ? Politiquement n'est-il pas urgent d'encourager de telles collaborations ?

R – CFWB : Les Communautés réfléchissent à un accord, mais il n'est pas encore prêt.

Q – CC : La comptabilité des CC a été harmonisée. Ne serait-il pas possible d'extraire des informations comptables que l'OPC pourrait analyser ? Ceci permettrait d'estimer l'implication des CC sur les différents terrains (diffusion, création).

R - CFWB : En effet, il sera prochainement possible de croiser les données. Ceci va pouvoir se mettre en œuvre. Il s'agit uniquement d'un manque de personnel au sein de l'Administration.

Q – CC : Les CC fournissent également beaucoup d'informations (d'analyses qualitatives et quantitatives) dans les rapports d'activités annuels. Peut-on imaginer croiser ces informations avec celles identifiées par l'enquête ?

R – OPC : La difficulté majeure est que tous les CC ne communiquent pas les mêmes informations dans les rapports. Les outils ne sont pas standardisés.

Rmq – CC : Toute la difficulté de l'enquête a été de veiller à ce qu'elle ne soit pas trop lourde pour les CC. Il a donc fallu opérer des choix quant aux objets d'étude (concernant des informations quantitatives et qualitatives). A défaut, aucun CC n'aurait pris la peine de répondre au questionnaire.

CONCLUSIONS PROVISOIRES ET INTRODUCTION AUX ATELIERS

Par Alain Thomas, Administrateur d'Asspropro (Centre culturel de Bertrix)

Alain Thomas identifie trois éléments qui ressortent de ces premiers échanges :

- 1° L'intérêt des participants pour cette enquête : pour son contenu ; au vu des questions qu'elle ouvre ; quant aux finalités ; etc.
- 2° La volonté d'approfondir le travail entrepris, au départ des données quantitatives recensées :
 - en menant des analyses plus qualitatives : approfondir l'étude des contextes, des critères artistiques, des publics concernés, etc. ;
 - en menant des analyses complémentaires, au départ de données recensées par les différents services de l'Administration ou par les CC eux-mêmes.
- 3° Un questionnement d'ordre « politique » : concernant les finalités de l'activité de diffusion, de création et de médiation ; ses conditions de survie ; leur inscription dans la société.

Pour rappel, en provoquant la présente rencontre, la volonté d'Asspropro était double :

- 1° D'une part, débattre de cette enquête avec le secteur des CC et ainsi permettre à chacun d'exprimer son sentiment par rapport à celle-ci (sentiment de concordance ou de discordance entre les données statistiques et les expériences ou pratiques de terrain).
- 2° D'autre part, d'offrir un temps de réflexion destiné à dégager des éléments d'analyse qualitatifs.

En conclusion provisoire, chacun est à présent invité à nourrir la réflexion lors des ateliers de cette après-midi.

ATELIERS

Atelier 1 – L'aide à la création dans les centres culturels

Animateur : Fernand Houdart (MC Arlon)

Prise de notes : Emmanuelle Greindl (CCA Huy)

Pistes de réflexions proposées :

Quelle est l'aide à la création opérée par les CC ? Pourquoi et comment s'organise-t-elle ? Quelles sont les formes artistiques bénéficiaires de ces actions (caractéristiques) ? Ces formes sont-elles également soutenues à la création par les pouvoirs publics ? Quelles sont les finalités et impacts de ces activités et pratiques d'aide à la création pour les CC ? Quels bénéfices directs ou indirects en tirent les partenaires (CC et artistes) ? Les aides à la création permettent-elles de rencontrer des objectifs transversaux pour les CC ? Comment les CC justifient-ils ces pratiques en regard de leurs missions ? Comment les CC financent-ils ces actions ? Les CC actifs dans le domaine de l'aide à la création rencontrent-ils des difficultés et lesquelles ? Quelles sont les évolutions et tendances nouvelles perçues dans ce domaine ? Pourquoi les collaborations entre opérateurs culturels en matière d'aide à la création sont-elles rares ? Quelles sont les perspectives ?

Participants :

Karin Fontaine (Centre culturel d'Evere), Pierre Gilles (Centre culturel Régional Action Sud), Julien Hutombo (Centre culturel de Sambreville), Bernard Mottet (Centre culturel de Rossignol), Liesbeth Vandersteene (ASTRAC), Sophie Levêque (CFWB – Service des Centres culturels), Philippe Deman (Maison de la Culture de Tournai), Anaëlle Kins (Maison de la Culture Tournai), Christian Destiné (Maison de la Culture Famenne-Ardenne), Nathalie Francesci (Centre culturel de Welkenraedt), Jean-Pierre Houet (Centre culturel d'Engis), Audrey Dambermont (Centre culturel de Chênée), Christophe Loyer (Centre culturel de Chênée), Romina Pace (Centre culturel de Chênée), Pascales Hers (Ferme de Martinrou), Thierry Guérin (Centre culturel de Saint-Georges), Eddy Gijssens (Centre culturel d'Amay), Myriam Masson (Centre culturel Régional du Brabant-Wallon), Emmanuelle Greindl (Centre culturel de l'Arrondissement de Huy), Fernand Houdart (Maison de la Culture d'Arlon), Emmanuel Paye (Centre culturel de Vallée la Nethen), Jean-Laurent Simonis (Asspropro)

Ressentis par rapport aux résultats de l'enquête :

L'enquête révèle que (en 2008) 80 % des CC déclarent faire de l'aide à la création de projets, et ce, quelle que soit leur catégorie de reconnaissance. Dans cet atelier, toutes les catégories de CC sont représentées. Chaque CC affirme pratiquer, sous différentes formes, l'aide à la création. Les participants ne relèvent aucune discordance concernant cette activité entre les données de l'enquête et leurs pratiques. Ils notent cependant que l'enquête ne permet pas d'estimer les efforts consentis par les CC en la matière.

Confrontation des expériences de terrain et partage des analyses :

Les bénéficiaires de l'aide à la création

Au vu de leur expérience, les participants estiment que les CC soutiennent la création dans toutes les disciplines artistiques (danse, théâtre, musique, cirque, etc.). Cette aide concerne tant des créations d'artistes amateurs que des créations d'artistes professionnels. Les artistes bénéficiaires (amateurs ou professionnels) peuvent se situer sur l'entité comme en dehors.

Les choix d'aides à la création des CC sont souvent liés à l'existence d'une affinité (affinité entre projets, structures ou personnes). Plus encore, le partage d'une préoccupation commune CC-Cie (préoccupation partagée par les structures ou les personnes) est dit essentiel. En particulier, l'aide à la création de projets amateurs suppose que les artistes aient identifié le CC comme soutien potentiel et l'existence de relations privilégiées facilite bien entendu le processus.

Les artistes professionnels qui font appel aux CC pour obtenir un soutien à la création s'adressent également aux pouvoirs publics. Ceci étant, tous n'obtiennent pas l'aide au projet attendue. La majorité des demandes d'aide à la création adressées aux CC est formulée par des artistes non encore reconnus, concerne des projets non subsidiés. En apportant leur soutien à ces artistes ou projets émergents, les CC estiment contribuer à la professionnalisation des artistes. Il est à noter cependant que le caractère professionnel ou non d'un projet est parfois difficile à définir. Certains artistes non reconnus ont ainsi la stature d'un professionnel.

Enfin, les participants ont le sentiment que les demandes d'aide à la création sont de plus en plus nombreuses. Ceci pose question : ce phénomène est-il dû au nombre croissant d'artistes ? Et/ou au manque de structures reconnues comme lieu de création en CFWB ? Et/ou à l'étranglement de l'enveloppe budgétaire CFWB consacrée aux aides à la création (avec des aides octroyées à une seule minorité d'artistes et pour des montants insuffisants) ?

Les formes de l'aide à la création

Selon les lieux, demandes et besoins des artistes, l'aide à la création apportée par les CC peut prendre diverses formes. L'amplitude de cette aide est également variable. Parmi les grands axes d'interventions, les participants identifient :

- La mise à disposition de locaux, de salles ;
- La mise à disposition de matériel / personnel de régie ;
- L'apport de compétences en communication (ex : la promotion vis-à-vis de la presse, des programmeurs, etc.) ; l'apport de compétences en graphisme (réalisation d'affiches, de folders, de logos, de dossiers de presse, etc.) ;
- Le conseil institutionnel et l'aide administrative (dossiers, contacts, démarches vis-à-vis des instances ; travail de secrétariat, etc.) ;
- Le préachat du spectacle ;
- L'apport financier. Ceci est surtout pratiqué par les CC régionaux mais pas uniquement. Selon les participants, les aides vont de 500 € à 1.500 €. NB : il est tout à fait impossible dans l'état actuel des finances que l'aide à la création apportées par les CC couvre la rémunération des artistes en résidence (par exemple, durant les répétitions).
- L'organisation de showcases, de bancs d'essais, etc.
- Le conseil artistique (regard extérieur).

Il s'agit donc de mettre des outils, des compétences et parfois même des moyens financiers au service des artistes.

Il est à noter que le préachat constitue la forme d'aide la plus demandée par les Cies. En effet, pour obtenir une aide des pouvoirs publics, les Cies doivent présenter un projet de diffusion (3 séances doivent être prévues au minimum). Or selon l'enquête ce n'est pas l'aide la plus fréquemment allouée par les CC. La mise à disposition d'aides-services ou la coproduction étant les aides les plus fréquemment octroyées.

Par ailleurs, la diffusion est identifiée également comme une forme d'aide à la création.

Le cadre, les motifs et les objectifs de l'aide à la création par les CC

Les CC n'ont pas pour mission d'aider à la création. Pourtant, la grande majorité poursuit un tel objectif. Cette activité émerge donc de la seule volonté des lieux.

Via cette activité, les participants estiment contribuer au développement de carrières des artistes et au développement des disciplines artistiques, ce qui est en cohérence avec la finalité d'un CC.

Par ailleurs les CC étant les lieux par excellence de rencontre entre des œuvres et des publics, il leur semble opportun de jouer un rôle de médiation entre les artistes et les publics, au moment de la création.

L'aide apportée par le CC n'est pas systématiquement estimée, valorisée, d'autant lorsque l'aide consiste en un apport de compétences. Ceci étant, une majorité des participants signalent valoriser les apports au sein d'une convention de partenariat, de coproduction ou autre selon l'aide apportée. Ces conventions ont l'avantage d'apporter un cadre à la collaboration, de préciser les engagements de part et d'autre (artistes et CC).

Un « return » peut être (ou non) demandé par les CC, return proportionnel (ou non) à l'aide octroyée. Quoi qu'il en soit, le CC partage le risque de la création avec la Cie. En effet, personne ne peut garantir le résultat et donc le return. L'aide à la création s'apparente donc à un contrat de confiance entre la Cie et le lieu. Il n'est possible que lorsque le programmateur dispose de suffisamment de latitude d'action pour engager la structure sur un tel pari.

D'une façon générale, les Cies ou groupes soutenus par les CC sont invités à prendre part au projet des CC, à rencontrer les préoccupations des CC. Le return peut donc se concrétiser de différentes manières :

- L'animation d'ateliers en lien avec le projet de création.
- La participation à un conseil culturel, à un forum, à une conférence, etc.
- La participation à une rencontre avec des associations autour de la thématique abordée par le projet de création.
- La réalisation de bancs d'essais. (Voir infra).
- Des représentations effectuées gratuitement par la Cie (généralement de 1 à 3 représentations).
- Un pourcentage sur les ventes futures du spectacle (le pourcentage est alors estimé de sorte que le CC retrouve partie de son investissement).

Toutes ces activités (à l'exception de la dernière) permettent au CC de rencontrer leurs propres missions. Selon les cas de figure, le « return » demandé à la Cie permet au CC de réaliser des objectifs en termes de diffusion, de créativité, d'éducation permanente, de médiation, d'information, etc. L'aide à la création permet donc de rencontrer des objectifs transversaux pour les CC.

A noter que les bancs d'essais constituent tant un apport de la Cie qu'un apport du CC. En effet, la Cie tire avantage du banc d'essai pour confronter son spectacle à un public tandis que le CC tire avantage du banc d'essai dans une perspective de sensibilisation à la création. Le banc d'essai contribue à la médiation œuvre-public, au bénéfice de tous.

Le cas du CC de Chênée

Parmi les participants, seul le CC de Chênée a un projet d'activités en termes d'aide et de soutien à la création défini dans le cadre de son contrat-programme. Il a obtenu un budget de 10.000 € de la CFWB pour ce poste. Ceci s'inscrit dans un contexte tout particulier. Liège compte dorénavant une CCR (Concertation culturelle régionale) qui rassemble 9 CCL développant chacun un pôle de compétence (Jeune Public, Chanson, aide à la création, etc.). Le CC de Chênée a pour pôle de compétence l'aide à la création (au vu de l'adéquation de la structure notamment) et la CCR met à disposition un emploi à $\frac{3}{4}$ temps destiné à organiser cette aide à la création en région liégeoise, au service de l'ensemble des CC. Ce système vise ainsi à soutenir la création via la mise à disposition d'un lieu mais aussi via la mise à disposition de compétences, de liquidités parfois, de conseils artistiques, de soutiens administratifs, etc., tirant profit des expertises des différents CCL. Ce projet est en développement depuis un an.

Pistes de réflexion

Au vu de ce qui précède, les participants ouvrent deux pistes de réflexion :

- Ne serait-il pas intéressant d'établir un cadre référentiel pour l'aide à la création supportée par les CC ? En effet, définir un canevas permettrait d'une part, de rémunérer des artistes en résidence, d'autre part, de légitimer l'activité des CC en la matière. Certains évoquent, par exemple, la possibilité d'articuler les missions des CC avec celles des structures dont la finalité est l'aide à la création. Créer des partenariats avec ces différentes structures pourrait peut-être ouvrir des horizons et permettre de dégager des moyens.
- L'analyse faite par L'Observatoire des Politiques Culturelles ne permet pas de mesurer l'investissement et le travail qui se fait dans les CC au niveau de l'aide à la création. Or, visiblement cette activité est importante. Ne serait-ce pas utile d'établir une analyse plus approfondie, détaillée des actions, des coûts, des modalités, des compétences développées au sein des CC de la CFWB ? Ceci permettrait d'identifier les finalités que poursuivent les CC via cette action, de légitimer l'activité et, peut-être, de dégager des moyens.

Atelier 2 – Les politiques de diffusion des centres culturels

Animateur : Christian Debaere (CC Mouscron)

Prise de notes : Cécile Hoornaert (Asspropro)

Pistes de réflexions proposées :

Quelles sont les politiques de diffusion des CC ? Comment s'organisent-elles ? Dans quels buts ? Quelles sont les causes de cet important développement de la diffusion ? Quels enjeux recouvrent la diffusion ? Le terme « diffusion » revêt-il le même sens pour tous ? Comment la diffusion s'articule-t-elle avec les autres missions des CC ? La diffusion permet-elle de rencontrer des objectifs transversaux ? Quelles sont les avantages et difficultés liés à cette activité ? Comment les CC appréhendent-ils les populations et définissent-ils leurs publics ? Comment les programmations se conçoivent-elles ? Quelles sont les évolutions en termes de profil et de compétences des équipes des CC ? Pourquoi les collaborations entre CC sont-elles ressenties de façon différenciées et parfois comme faisant défaut ?

Participants

Bernadette Baeken (Centre Culturel Régional de Dinant), Frédéricque Bigonville (ASTRAC), Vanessa Chabothier (Centre Culturel de Wanze), Thomas Dardenne (Centre Culturel d'Amay), Christian Debaere (Centre Culturel de Mouscron), Michèle Detry (Maison Culturelle d'Ath), Hubert Fiasse (Maison de la Culture Famenne-Ardenne), Géraldine Gogneaux (Centre Culturel de Floreffe), Jean-Luc Gustin (Centre Culturel de Sprimont), Cécile Hoornaert (Asspropro), Betty Lamoulié (Centre culturel d'Evere), Thierry Leflot (Centre Culturel Marcel Hicter), Brigitte Peremans (Centre Culturel de Rixensart), Benoît Raoult (Centre Culturel d'Eghezée), François Rapaille (Centre Culturel de Welkenraedt), Jean-Pierre Rapaille (Centre Culturel de Welkenraedt), Georges Venturini (Centre Culturel Couvinois Christian Colle), Martine Cartiaux (CRAC'S - Centre Culturel de Sambreville).

Ressentis par rapport aux résultats de l'enquête :

Les infrastructures :

L'enquête révèle une appréciation globalement positive sur l'état des infrastructures et leur adéquation à la diffusion des différents genres artistiques.

Les participants estiment que le taux élevé de satisfaction quant à l'équipement des salles ne traduit pas une réelle qualité des infrastructures mais plutôt la capacité des CC à fonctionner quel que soit l'état des infrastructures, adaptant alors leurs activités.

Les besoins en équipement sont fréquents. Ils se révèlent notamment dans le cadre des tournées Asspropro, soit que les CC signalent ne pas avoir la capacité technique d'accueillir le spectacle, soit qu'ils chargent Asspropro d'effectuer une location commune de matériel.

Les collaborations entre centres culturels

L'enquête met en lumière des appréciations divergentes quant à l'importance des collaborations entre CC selon les points de vue en présence (les CCR estimant les collaborations avec les CCL importantes, les CCL estimant les collaborations avec les CCR peu importantes).

Les participants évoquent la possibilité que cette discordance résulte du fait que toutes les régions ne disposent pas de CCR. Une autre explication est également avancée : une possible mésinterprétation de la question posée. En effet, la question de l'importance des collaborations aux yeux des CC a été différemment comprise : une mesure des collaborations existantes (collaboration estimée réelle) versus une mesure des attentes en termes de collaboration (important besoin de collaboration).

La fréquentation des salles et les catégories de publics

Selon l'enquête, l'objectif des CC en termes de fréquentation est rencontré dans 91 % des cas.

Les participants confirment que les CC estiment de façon très réaliste la fréquentation possible des publics pour un spectacle donné. Globalement, les CC définissent de mieux en mieux leurs objectifs.

La circulation des spectacles

L'enquête identifie une rotation moyenne des spectacles de 2,6.

Les sentiments sont partagés. Certains estiment cette donnée crédible au vu du nombre de créations qui voient le jour sans lendemain (qu'elles soient amateurs ou professionnelles) ou qui sont d'emblée destinées à la diffusion internationale ; d'autres l'estiment non représentative au vu du nombre important de spectacles qui tournent dans différents lieux ou bénéficient de séries dans quelques lieux.

Confrontation des expériences de terrain et partage des analyses :

L'impact des infrastructures sur les politiques de diffusion

Depuis l'enquête, le CC de Rixensart dispose d'une salle de spectacles entièrement rénovée. Avec ce nouvel outil, le CC a pu fidéliser un nouveau public, principalement sur base d'une stratégie d'abonnement, et parallèlement augmenter son volume de diffusion.

La MC de Marche, Centre culturel régional, couvre un arrondissement de 14 communes. Elle dispose d'une infrastructure en mauvais état. Ayant observé une baisse de la fréquentation (du fait de l'inconfort de la salle), la MC a diminué le volume de sa diffusion en propre pour privilégier l'action régionale, dont la décentralisation de spectacles en région.

Le CCL de Welkenraedt dispose d'une salle de spectacles de grande jauge, bien équipée, mais située dans une région à faible densité de population et dans un environnement de forte concurrence (proximité de Liège). Le CCL a pour obligation de faire vivre la salle de spectacle. Etant donné que le public local est limité, le CCL doit penser sa programmation de sorte à mobiliser un public extérieur à l'entité. Une stratégie consiste alors à composer une programmation partiellement axée sur des artistes à haute notoriété.

L'état des infrastructures et la capacité des salles déterminent donc les politiques de diffusion (dont le public cible, le volume et type de diffusion). En particulier, le confort des salles est une condition à la fidélisation des publics.

Par ailleurs, tel que précédemment mentionné, l'équipement des salles n'est pas optimal (contrairement à une interprétation possible des résultats de l'enquête). Il est pourtant une condition à la circulation des œuvres et des artistes.

Les politiques ou stratégies de diffusion concertées

Les participants estiment que les collaborations entre CC ont avantage à s'organiser à la lumière des bassins de vie. En effet, les bassins de vie traduisent notamment les flux de déplacement des populations et donc des publics.

Dès lors, des CC partageant un bassin de vie commun ont intérêt à coordonner leur programmation en vue d'éviter la concurrence.

A l'inverse, des CC situés dans des bassins de vie distincts ne sont pas en situation de concurrence. Dans ce cas, il s'avère particulièrement intéressant de travailler, entre CC, au renforcement du réseautage, notamment :

- pour organiser la circulation de spectacles et provoquer un effet « saumon », c.-à-d. bénéficier d'un public mobilisé du fait d'avoir positivement identifié ces spectacles (NB : auparavant, les

CC en décentralisation recherchaient une certaine exclusivité. A présent, ils préfèrent que les spectacles aient déjà circulés et se soient dotés d'une certaine notoriété) ;

- pour dégager des stratégies de promotion commune autour d'une même diffusion. Stratégiquement, une promotion portée par plusieurs CC renforce la crédibilité de la programmation de chacun des lieux.

Ainsi pour exemple :

- Le CCR de Dinant ne partage pas le même bassin de vie que le CC de Ciney. Il n'existe pas de circulation des publics entre ces deux CC. A l'inverse, le CCR de Dinant partage le même bassin de vie que la MC de Marche. Pourtant, ces deux centres culturels régionaux couvrent des arrondissements différents.
- Le public du CC de Sprimont ne se déplace pas à Theux ou à Chênée ; il est davantage tourné vers Liège. Inversement, les publics de Theux ou Chênée ne se déplacent pas à Sprimont. Ces CC peuvent donc programmer les mêmes spectacles sans risque de concurrence.

Ceci étant, les politiques culturelles régionales qui organisent une mobilité des publics peuvent être difficiles à assumer pour les CCL. En effet, dans un intérêt souvent politicien, les conseils d'administration attendent que leur CC travaille prioritairement pour la population locale, d'autant que la mobilisation de publics extérieurs à l'entité n'est pas perçue comme étant une mission des CCL. Par ailleurs, il existe une réelle attente des populations pour des spectacles de proximité, diffusés au plus près de leur lieu de vie. Enfin, la mobilité des publics pose question du fait de son impact financier et écologique.

Les publics visés et touchés

Les CC ciblent différentes catégories de populations : les publics sont mixtes. Et pour toucher des publics diversifiés, les CC élaborent des programmations également diversifiées.

Les publics touchés proviennent pour majorité de la localité ou du bassin de vie dans lequel le CC se situe. Et les CCL s'adressent prioritairement aux populations locales.

La mixité des publics est une question de survie pour les structures : si leur activité de diffusion ne concernait que le milieu associatif ou des catégories de population fragilisées, les pouvoirs publics locaux seraient nombreux à se désengager de l'action culturelle. Il en irait de même si leur activité de diffusion ne concernait principalement qu'un public étranger à la localité.

A noter que les CC éprouvent des difficultés à mobiliser certaines catégories de population, en particulier les personnes à faible niveau d'éducation (niveau d'éducation et ouverture aux arts sont corrélés) et les jeunes (voir ci-après).

Les politiques de diffusion : raisons et objectifs

Deux approches de la diffusion sont présentées, de façon très caricaturale :

- Une diffusion de type « grande scène », inscrite dans une logique de marché, qui implique des relations avec le secteur privé, une mobilité des publics et un important travail de promotion.
- Une diffusion de type « scène locale », inscrite dans une logique de proximité, qui implique des relations avec la vie associative ou les artistes locaux et offre à la population locale des possibilités d'expression.

Si certains CC, du fait d'une réalité de terrain spécifique, peuvent privilégier l'une de ces approches (ex : infrastructure en mauvais état > politique d'aide à la création amateur en décentralisation ; salle de grande jauge > politique d'attraction d'un public hors entité), la majorité des participants estiment que leur activité de diffusion se situe entre ces deux pôles, gage d'une accessibilité la plus étendue possible.

En effet, l'activité de diffusion des CC poursuit des objectifs transversaux et rencontre différentes missions :

- 1° Les CC estiment être les garants d'une offre artistique de qualité, diversifiée et de proximité. Ils assument ainsi une diffusion artistique à caractère professionnel qui permet aux

populations de découvrir des artistes de grande qualité (tous genres confondus) et de s'épanouir ou de s'émanciper au contact des œuvres. La diffusion est ici une fin en soi (même si elle peut dans le même temps rencontrer des objectifs d'éducation permanente).

Cette action a également un impact sur la création puisqu'elle permet aux artistes de travailler et/ou de se développer ;

- 2° D'autre part, les CC estiment devoir répondre aux demandes de diffusion des associations et groupes locaux. Ils assument alors une diffusion à caractère associatif ou amateur, d'exigence qualitative moindre. La diffusion est ici un moyen (une modalité d'aide service, un soutien à l'expression).

A noter que la diffusion constitue la partie émergée, visible, de l'action des CC. Si chacun s'accorde à dire que les CC tirent avantage de cette visibilité, elle a également un prix. Elle suscite des tentatives d'ingérence à différents niveaux de pouvoirs. Le danger est alors de voir les programmations se polariser (autour d'un genre ou d'une forme artistique) avec pour conséquence une ségrégation des publics.

Pour que la diffusion serve un objectif d'accessibilité aux arts vivants, l'enjeu des CC est ainsi de construire une programmation qui soit reconnue par la population, gage d'une reconnaissance des pouvoirs publics.

L'exercice est cependant de plus en plus difficile pour les CC, en particulier pour les CCL, compte tenu de l'évolution des coûts des spectacles (et frais annexes).

Par ailleurs, au vu de la multiplicité des objectifs et formes de diffusion des CC, il importe de situer les activités. Notamment pour permettre à la population d'identifier la programmation professionnelle parmi l'offre culturelle globale.

Le programmeur

Construire une programmation professionnelle en CC implique l'intervention du programmeur. Celui-ci participe à définir la politique de diffusion du CC. Il identifie des objectifs, mesure les moyens, effectue des choix, développe des stratégies, etc.

Le programmeur est aussi un médiateur. Il assure une médiation vis-à-vis des instances du CC, des populations mais également des artistes (ex : expliciter le pourquoi des actions menées, préciser les réalités de tournée, organiser des échanges avec le public, etc.)

Pour certains, la programmation d'un CC reflète les préférences esthétiques du programmeur. D'autres ne partagent pas l'avis, assurant que leur programmation couvre toutes les esthétiques. Il arrive néanmoins que les équipes des CC (souvent limitées en nombre et de ce fait peu renouvelées) éprouvent des difficultés à suivre l'évolution et l'émergence de chaque genre artistique.

Les animateurs ou animateurs-directeurs des CC s'investissent dans l'activité de programmation, y prenant plaisir. Elle ne constitue cependant pour la plupart qu'une partie de leur travail en CC.

Circulation des spectacles & politique de diffusion

Tel que précédemment évoqué, le taux de rotation des spectacles identifié par l'enquête interpelle.

Quelle que soit la réalité de cette donnée, les CC estiment qu'une politique culturelle qui, pour renforcer des logiques d'aides à la création consenties en amont, imposerait la circulation d'un nombre choisi d'artistes ou de spectacles serait contre-productive. De telles logiques descendantes ne sont pas compatibles avec la finalité, les missions, les réalités et la structuration des CC en décentralisation.

En ce qui concerne les formes amateurs (ex : fanfares locales), elles circulent logiquement peu. Un participant interroge la faisabilité d'envisager des échanges entre CC dans l'objectif de soutenir davantage l'expression artistique.

Les CC et la modernité (jeunesse, musiques actuelles et nouvelles technologies)

Les musiques actuelles sont rarement programmées par les CC. Parallèlement, la jeunesse fréquente peu les CC qui leur préfèrent généralement des lieux dits alternatifs. Enfin, l'apparition de nouvelles technologies de l'information modifie les pratiques et consommations culturelles.

Des participants s'interrogent sur un risque de perte de modernité des CC.

Pour ce qui concerne les musiques actuelles, différentes caractéristiques sont évoquées :

- Ces musiques naissent et se développent en dehors des institutions, dans des lieux alternatifs, souvent éphémères.
- Elles suivent des logiques d'autoproduction et d'autodiffusion (autorisée par l'apparition de nouvelles technologies).
- Les groupes apparaissent, évoluent ou disparaissent rapidement.
- Aux musiques actuelles commercialisées s'apparente un public mobile et volatile, inscrit dans une logique de consommation.

Or, les CC sont souvent peu adaptés à répondre à l'immédiateté. Les programmations des CC sont généralement planifiées longtemps à l'avance, notamment du fait des agendas locaux mais aussi des logiques d'abonnement. De plus, les CC travaillent majoritairement dans un objectif de fidélisation d'un public principalement local. Enfin, les CC sont des structures et les tentatives d'institutionnalisation des musiques actuelles ne semblent pas porter leurs fruits. En France, le subventionnement de scènes de musiques actuelles a eu pour effet pervers d'en éloigner le public originel.

Ceci étant, des CC estiment néanmoins pouvoir intervenir sur le champ des musiques actuelles (ou de différents champs artistiques émergents) et dans le même temps renouer avec la jeunesse via :

- La diffusion : en dégageant des collaborations pour identifier et organiser des concerts ou des premières parties, au sein du CC ou dans des lieux dits alternatifs (privés). Les Maisons de Jeunes sont ainsi identifiées comme des partenaires privilégiés pour la mise en œuvre de programmations à destination de la jeunesse. Ceci implique alors de dégager des plages temporelles autorisant des programmations/collaborations tardives.
- L'aide à la création et à la promotion : suivant la logique des pépinières d'artistes.

A noter, qu'il s'agit de ne pas confondre le soutien à l'émergence artistique, le soutien à l'expression culturelle et la diffusion professionnelle. Il n'est certainement pas pertinent ni réaliste de poursuivre l'objectif d'offrir une scène à chacun des jeunes développant une pratique musicale. Ainsi, si les Maisons de Jeunes sont en recherche de scènes, les CC répondent différemment aux appels en termes de partenariats, selon les projets.

Atelier 3 – La circulation des spectacles au sein des centres culturels

Animateur : Alain Thomas (CC Bertrix)

Prise de notes : Nathalie Van Liefferinge (Asspropro)

Pistes de réflexions proposées :

Quels sont les enjeux de la décentralisation et de la circulation des artistes ?

Quel est l'impact de l'activité de diffusion sur et pour le secteur artistique, les populations et les publics, le secteur culturel lui-même ? Quels sont les investissements consentis par les CC dans la diffusion ? Depuis 2008, quelles sont les évolutions constatées dans la fréquentation des salles, dans la participation des publics et populations ? Quelles sont les évolutions constatées au niveau de la création et des productions artistiques ? Avec quelles incidences ? Comment expliquer la diversité des spectacles programmés et dans le même temps la prédominance du théâtre ? Comment expliquer la faible circulation (rotation) de certains spectacles ? Que représente le programme Art et Vie pour les CC ? Quel est le rôle et l'impact des tournées Asspropro pour les CC ? Est-il encore souhaitable et possible d'augmenter le volume de diffusion ? Quels sont les freins ou leviers à un développement qualitatif et/ou quantitatif de la diffusion ?

Participants

Philippe Content (Centre Culturel de l'Arrondissement de Huy), Elodie Glibert (Centre Culturel de Braine-L'Alleud), Michèle Gonay (Centre Culturel de Theux), Martine Houben (Centre Culturel Régional de Verviers), Audrey Bonhomme (Centre Culturel Régional de Verviers), Jean-Marie Lefebvre, Lionel Larue (CFWB – Service de la Diffusion), Michel Mainil (Centre Culturel Régional du Centre), Pierre Noel (Centre Culturel Régional de Charleroi), Toni Santoccono (Centre Culturel Chapelle-lez-Herlaimont), Alain Thomas (Centre Culturel de Bertrix), Thierry Wenes (Centre culturel de Jette), Nathalie Van Liefferinge (Asspropro).

Ressentis par rapport aux résultats de l'enquête :

La circulation des spectacles

L'importance du travail de diffusion (Tout Public et Jeune Public) effectué par les CC est soulignée. L'importance de la diffusion Jeune Public par rapport à l'ensemble de la diffusion est également relevée.

Le volume de représentation de la danse contemporaine Tout Public étonne certains qui s'interrogent quant à une possible confusion entre spectacles Tout Public et spectacles Jeune Public diffusés hors temps scolaire.

Les prix d'entrées et coûts des spectacles

Pour certains participants, différentes données semblent être sous-estimées (ex : le prix moyen d'entrée des spectacles de 7,70 €, le cachet moyen des spectacles de 1.889 € et les frais artistiques moyens de 511 €). Pour d'autres ces données semblent réalistes si on se réfère à leur ventilation par genre artistique (ex : les tarifs des spectacles Jeune Public ou d'Arts forains font chuter les moyennes).

Quoi qu'il en soit, il ne s'agit que de moyennes et il est certain que les pratiques des lieux diffèrent selon la situation géographique des CC, leur catégorie, etc.

Par ailleurs, une distinction apparaîtrait certainement sur ces points si l'on différenciait les spectacles reconnus Art de Vie de ceux non reconnus.

Confrontation des expériences de terrain et partage des analyses :

La fréquentation

La fréquentation des CC wallons est estimée (en 2008) à 700.000 spectateurs sachant que ce nombre représente le volume d'entrées et qu'une même personne peut ainsi être comptabilisée plusieurs fois. Si ce nombre est important en valeur absolue, il semble insuffisant aux yeux de certains au vu du volume global de la population (NDLR : la population wallonne compte près de 3.500.000 habitants).

Depuis 2008, la perception de l'évolution de la fréquentation diffère selon les lieux.

Aucune tendance générale ne peut dès lors être affirmée, au départ des expériences des participants, quant à l'évolution de la fréquentation dans les CC. En effet, les réalités sont toutes spécifiques et amènent à des constats divers (augmentation, baisse ou stabilisation de la fréquentation ; augmentation, baisse ou stabilisation du nombre d'abonnés).

Ceci étant, à différents endroits, une évolution du mode de consommation culturelle est identifiée : les réservations anticipées (ex : abonnements) sont en diminution et parallèlement les réservations de dernière minute en augmentation. Par ailleurs, les populations (et publics) apparaissent plus « frileux », moins « curieux ». Enfin, les politiques de tarifications semble avoir peu d'impact concernant les artistes/spectacles à haute notoriété (une augmentation des tarifs n'a pas d'impact sur le taux de fréquentation, les spectacles aux prix d'entrée les plus élevés étant même généralement les plus prisés). Les participants avancent plusieurs hypothèses (liste non exhaustive) pour éclairer cette évolution du mode de consommation culturelle :

- Un possible phénomène de génération (culture du zapping), où les choix de sorties culturelles s'effectuent sur le tard selon une logique de « coup de cœur » et « d'actualité ».
- Une mobilité et une information accrues des publics qui se déplacent vers des lieux de diffusion parfois éloignés les uns des autres, en fonction de l'offre. Les publics sont ainsi plus « volatiles », de moins en moins « attachés » à un lieu en particulier.
- Un certain désengagement : les populations étant moins engagées, moins militantes, et donc moins proche de l'action des CC, les publics pourraient avoir des difficultés à opérer des choix, dans un contexte où l'offre culturelle est toujours plus large et, de ce fait, se rabattre sur des valeurs dites sûres (c.-à-d. des artistes ou formes qui leurs sont déjà familiers).
- L'activité même de diffusion qui, dans les faits, trouve son public premier parmi la population socio-économiquement favorisée. Population qui souffre moins que d'autres de contraintes financières et pour laquelle une hausse tarifaire ne poserait pas de difficulté majeure.

Par ailleurs, les CC qui rencontrent une baisse de la fréquentation avancent d'autres analyses :

- Les conséquences de la crise économique : une baisse du pouvoir d'achat des populations de leur entité (unique public potentiel).
- Mais aussi, et surtout, une fracture culturelle de plus en plus prononcée résultant d'une fracture économique toujours plus affirmée.
- Des créations qui, dans ce contexte, correspondent peu aux attentes des populations (créations estimées trop éloignées des préoccupations des gens, qui ne tiennent pas suffisamment compte des conditions d'appropriation de la culture par les populations). Bref, des créations qui permettent difficilement d'aller à la rencontre des populations.
- Une offre culturelle trop importante pour le public disponible, entraînant une concurrence entre les lieux. Cet effet de concurrence étant renforcé par la multiplication des festivals et des événements gratuits.
- Un public peu enclin à la découverte artistique, préférant l'événementiel. (Voir supra).

Enfin, les participants interrogent la pertinence de la fréquentation comme critère d'évaluation de l'activité de diffusion des CC. D'autres critères tels que le profil des publics concernés, la qualité des spectacles programmés, le nombre d'artistes engagés ne sont-ils pas tout aussi pertinent pour juger de la qualité du travail d'un CC ?

Les publics visés par les CC

Les participants estiment que l'enjeu pour les CC consiste à identifier leur public, en définir les contours, comprendre leurs attentes et réalités, pour déterminer une action culturelle cohérente.

Ainsi les résultats de l'enquête concernant le nombre de CC ayant recours à une analyse des publics étonnent (43 % des CC, avec un faible développement de cette pratique au sein des CCR).

La question du profil des publics est posée (pour quels publics travaillent réellement les CC). Les participants estiment que, dans les faits, la diffusion touche principalement un public à haut niveau socioculturel, de plus en plus éloignés des idéaux de mai 68, de moins en moins militants. Conscients de cette réalité, les CC en tiennent compte dans la définition de leurs objectifs de diffusion, d'une part pour fidéliser le grand public, d'autre part pour concerner d'autres profils.

En effet, certaines voies permettent d'élargir le public. Un CC signale avoir mené une étude sociologique de son public, étude qui a permis d'identifier les catégories de population non touchées et de réorienter l'action. A présent le CC touche un plus large public, notamment via la mise en place d'activités et de programmations diversifiées.

Par ailleurs, la provenance des publics des CC est également posée. L'enquête révèle que si en moyenne 56% des publics proviennent de l'entité, 33% de l'arrondissement et 11% hors arrondissement, ces rapports s'inversent à certains endroits. Ainsi le CCA de Huy et certains CCL identifient parmi leur public des populations qui semblent être éloignées de leur entité. Les bassins de vie permettent ici de comprendre ce phénomène de flux de population, de mobilité des publics.

Selon la spécificité des CC, l'activité de diffusion poursuit ainsi des objectifs multiples en termes de publics et déterminés par toute une série de variables : sa catégorie, sa situation géographique, le volume et les caractéristiques de sa population (socio-économique, en termes d'âge), le bassin de vie dans lequel il se situe, etc.

Le métier de programmateur s'invente donc de façon différente selon les CC.

La médiation, l'offre artistique et la création dans ses perspectives de diffusion

Si les CC sont confrontés à des réalités toutes différentes, des participants estiment que le militantisme s'amenuise un peu partout (au sein des populations, au sein des CC, au sein des Cies) à l'image globale de la société.

Selon certains, il importe de résister et de réinvestir dans la médiation, avec l'aide des artistes. A ce sujet, il est regretté que le Théâtre National ne diffuse plus en décentralisation. La rencontre avec les publics est pourtant nécessaire pour nourrir la création.

Revenant à la question des attentes des publics potentiels, un participant signale avoir le sentiment que les spectacles reconnus au catalogue Art et Vie correspondent de moins en moins à celles-ci. La création subventionnée serait en décalage par rapport aux attentes des publics. L'avis n'est globalement pas partagé, du moins quant aux possibilités offertes par le catalogue Art et Vie. Celui-ci intègre près de 1.000 spectacles d'esthétiques, de formes et de contenus très divers. Les programmateurs trouvent heureuse une telle diversité, leur permettant une large latitude d'action.

Ceci étant, l'offre artistique, et en particulier son volume, pose question en termes de gestion pour les CC : un participant relève qu'il reçoit chaque année plus de 450 propositions de spectacles entre septembre et avril. Il est donc impossible pour les CC d'offrir des débouchés à la toute grande majorité des créations. D'aucuns précisent qu'ils n'ont simplement plus le temps de répondre aux propositions des Cies, au vu du volume. De plus, du fait de cette pression artistique (mais aussi de la concurrence concernant l'offre culturelle), la temporalité des programmations évoluent : des spectacles de théâtre sont à présent « mis sur le marché » dans la perspective d'être diffusés deux saisons plus tard. Ainsi, pour les CC tout doit se définir plus tôt, s'organiser à l'avance : boucler la saison, lancer les abonnements, la promotion...

De plus, la viabilité de la création et sa pérennité n'apparaît pas garantie dans l'état : les participants voient une incohérence dans le système actuel estimant qu'une grande partie des aides à la création sont consacrés à des projets qui ne tournent pas, qui ne sont pas diffusés. Les subsides octroyés sont pourtant conséquents mais ne sont alloués qu'à quelques compagnies/groupes artistiques pour des projets qui bien souvent peinent à trouver un public.

Or les CC qui soutiennent des projets en assurent la diffusion. Une autre logique pourrait être de subventionner les CC qui pratiquent l'aide à la création. Il s'agirait ainsi de soutenir la création de manière indirecte, via les CC. Ce système offrirait davantage de garantie quant à la circulation des spectacles bénéficiaires de l'aide. De plus, ce système renforcerait la médiation puisque bien souvent, les CC soutiennent les projets artistiques avec pour contrepartie la réalisation d'animations par les compagnies.

Les moyens disponibles : la quadrature du cercle

Ainsi globalement, les participants partagent le constat que les Cies qui circulent au sein des CC ne sont pas suffisamment soutenues à la création.

Non subventionnées pour la réalisation de leur projet, les compagnies sont dès lors contraintes d'amortir les coûts sur la diffusion. Les compagnies sont alors amenées à :

- augmenter le prix de leurs spectacles, d'une part ;
- externaliser toute une série de coûts en demandant aux CC de prendre en charge la régie, le matériel technique, etc., d'autre part

La conséquence est un étranglement financier des CC, contraints d'assumer le surcoût. En effet, les CC ne peuvent pas indéfiniment répercuter l'augmentation des coûts sur les prix d'entrée puisqu'ils pratiquent une politique de tarification démocratique. A noter que dans cette logique, une partie des subsides Art et Vie octroyés sert dorénavant à soutenir la création et non plus la diffusion (ceci peut notamment se lire à la différence des barèmes Art & Vie appliqués pour le théâtre et la musique, le théâtre nécessitant davantage de coût à la création).

Le phénomène est particulièrement vrai en ce qui concerne les compagnies Jeune Public. Malgré leur professionnalisme, la qualité de leurs spectacles, la dynamique de leur diffusion, ces compagnies restent peu soutenues à la création. Pour tenter de résorber partie de leurs coûts de création, dans un contexte d'inflation, ces compagnies sont amenées à externaliser les frais (de matériel, de déplacement, de repas, etc.). Auparavant les spectacles Jeune Public étaient ce qu'on appelle « clé en main ». Ce temps est à présent révolu.

Comme les coûts des spectacles ont augmenté de façon exponentielle et qu'il n'est pas possible de les répercuter sur le prix des places, où les CC vont-ils chercher les finances nécessaires ?

Les participants évoquent différentes stratégies (appliquées ou en réflexion) :

- Une montée de catégorie.
- Une augmentation de la production locale de spectacles (type de diffusion rentable puisqu'elle coûte peu et amène du public) en vue de financer l'activité de diffusion (professionnelle, largement déficitaire). D'autant que ce type de production permet bien souvent de recréer du lien entre les populations, autre mission des CC.
- Viser d'autres propositions artistiques (émergentes, donc moins onéreuses) en ouvrant des plages de programmation, et travailler ainsi à court terme (immédiateté), du moins en partie.
- Stabiliser, voire réduire le volume de diffusion, c'est-à-dire limiter le coût de la diffusion et dans le même temps les frais d'infrastructure et de personnel.
- Augmenter la location des salles.
- Inviter les Cies à proposer des cachets différenciés selon les jauges des salles. Et inviter les Cies JP à revenir à un cachet incluant tous les frais annexes.
- Développer des politiques de diffusion plus efficaces, notamment les concertations entre CC (dont les CCR et CCL). Ainsi, les CCR pourraient être attentifs à laisser les spectacles de cachet moindre aux plus petites salles, manière de les soutenir dans leur activité de diffusion.

A noter également que, pour beaucoup de CC, la revalorisation du subside a servi à faire face aux 5 index salariaux de ces dernières années. Un CCR rapporte que d'ici 2 ans sa subvention ne couvrira plus que la masse salariale et les coûts de fonctionnement. Dans ces conditions, il devient de plus en plus périlleux de continuer à faire de la diffusion, laquelle est nécessairement déficitaire pour des lieux qui travaillent en marge du vedettariat, de l'évènementiel.

Les spectacles reconnus Art & Vie et les tournées Asspropro

Selon l'enquête, les tournées Art & Vie représente 50 % du volume de diffusion des CC. Ainsi, la moitié de la diffusion des CC concernerait des spectacles reconnus mais programmés sans subsides (après épuisement des quotas) et des spectacles locaux ou internationaux (non subventionnés Art & Vie).

Les participants confirment le manque de quotas et l'importance de l'aide à la diffusion. Certains CCL signalent ainsi que leur quota Art & Vie leur permet à peine d'accueillir 3 ou 4 spectacles reconnus par an. Sans ce soutien, aucune diffusion ne leur serait permise.

Dans ce contexte, les tournées Asspropro sont une réelle bouffée d'oxygène pour les lieux. Elles permettent aux CC d'augmenter ponctuellement leur volume de diffusion, voire simplement de le maintenir.

Par ailleurs, les tournées Art & Vie comme les tournées Asspropro sont des opérations qui autorisent la prise de risque sur certains spectacles. Enfin, elles soutiennent efficacement la circulation des artistes, premiers bénéficiaires.

L'action d'Asspropro est estimée particulièrement précieuse pour les CCL ainsi que pour les artistes en marge des logiques commerciales ou en développement de carrière.

Le Service de la Diffusion rappelle que les changements dans le fonctionnement d'Art & Vie (intervention barémique et non plus proportionnelle au cachet) ont engendré une baisse des cachets des spectacles musicaux. Concernant les spectacles théâtraux, les tarifs sont restés en moyenne stables ; ils se sont donc avérés moins négociables. En ce qui concerne le programme Spectacles à l'Ecole (soit la diffusion en temps scolaire), la base de calcul étant toujours un pourcentage du cachet, elle n'encouragerait pas les Cies à baisser ce dernier.

Atelier 4 - La diffusion Jeune Public par les centres culturels

Animatrice : Arielle Harcq (CCR Namur)
Prise de notes : Marie Goor (CC Chênée)

Pistes de réflexions proposées :

Quelle est la diffusion Jeune Public opérée par les CC ? Pourquoi et comment s'organise-t-elle ?
Quels sont les critères de diffusion de spectacles Jeune Public des CC ? Avec quelles contraintes ou facilités ? Avec quelles conséquences ? Comment les CC ciblent-ils leurs jeunes publics ou publics scolaires ? Comment les CC évaluent-ils leur action vis-à-vis du milieu scolaire à court et moyen terme ? Comment les relations entre les mondes scolaires, artistiques et culturels évoluent-ils ? Comment les CC financent-ils la diffusion Jeune Public ? Des difficultés ou avantages spécifiques à la diffusion Jeune Public sont-ils identifiés ? Quelles sont les évolutions et tendances nouvelles perçues en la matière ?

Participants

Anne Soggia (Centre culturel de Sambreville), Marie-Céline Dardenne (Centre culturel de Welkenraedt), Bernadette Bourdouxhe (Centre culturel de Saint-Georges), Danièle Voss (Centre culturel de Bertrix), Anne-Florence Delannay (Maison Culturelle d'Ath), Bernadette Lambotte (Centre culturel Régional de Dinant), Michel Schoonbroodt (Fédération des Jeunesses Musicales), Marie Goor (Centre culturel de Chênée), Véronique Michel (Centre culturel Les Chiroux), Bruno Delmotte (Maison de la Culture de Tournai), Arielle Harcq (Centre culturel Régional de Namur), Hanane Ajrhourh (Asspropro).

Ressentis par rapport aux résultats de l'enquête :

Les participants partagent le sentiment que les résultats de l'enquête sont peu représentatifs du secteur Jeune Public.

D'une part, la diffusion Jeune Public réalisée par les CC semble largement sous-estimée.

En effet, au vu de l'enquête, +/- 700 représentations de spectacles Jeune Public (tout genre artistique confondu) ont été organisées par les CC en 2008.

Or, selon le Service de la Diffusion, en 2008, les seules séances subventionnées via Spectacles à l'Ecole représentaient plus de 1.500 séances à destination du Jeune Public (en temps scolaire), auxquelles il faut encore ajouter l'ensemble des séances à destination du Jeune Public (hors temps scolaire ou hors quotas). Même si toutes les séances subventionnées ne sont pas organisées par les seuls CC, du fait de la programmation par les écoles ou d'autres opérateurs, il n'en reste pas moins que les CC sont les principaux diffuseurs.

Cette sous-estimation s'expliquerait par le fait que certains organisateurs auraient rempli une fiche par spectacle (et non par représentation), du fait du nombre notamment.

D'autre part, la rotation moyenne des spectacles Jeune Public n'est pas lisible

Au vu de l'enquête, la rotation moyenne des spectacles (tous secteurs confondus) est de 2,6 représentations. Compte tenu de la pratique de séries en Jeune Public, cette donnée apparaît largement sous-estimée pour ce secteur (ainsi que de façon générale, puisque la diffusion Jeune Public pèse un certain poids dans le volume global de diffusion). Différents programmeurs précisent ainsi que régulièrement, leur CC est occupé une semaine durant par un même spectacle Jeune Public.

En outre, la diffusion Jeune Public est multiple

La diffusion Jeune Public concerne des publics de 0 à 18 ans. Cette diffusion est multiple :

- Diffusion de type scolaire : à destination du fondamental, du secondaire et du supérieur ; parfois également à destination des crèches et des écoles normales.
- Diffusion de type familial : à destination du tout public ;
- Diffusion de type associatif : à destination ou en partenariat avec le monde associatif (pour une offre culturelle à destination de publics moins favorisés).

De plus, la réalité des jauges imposées est une spécificité du secteur Jeune Public

Les jauges limitées sont la norme en diffusion Jeune Public. Les petites jauges sont systématiques pour les spectacles à destination des maternelles. Ceci détermine nécessairement les moyennes de fréquentation en termes de public.

Et la question des transports une réelle problématique pour la diffusion scolaire

L'enquête identifie une difficulté d'accès aux infrastructures par manque de transports en commun mais non pas la problématique, bien réelle, de la mobilité des groupes scolaires. Nombre d'enfants restent pourtant à l'écart de la diffusion scolaire faute de transports organisés dû au coût supplémentaire que cela engendre.

Enfin, la diffusion Jeune Public est également réalisée par quelques autres importants opérateurs, non étudiés dans l'enquête.

Sont cités pour exemple : la Montagne Magique, le CDWEJ, Pierre de Lune, les Jeunesses Musicales (avec 1.500 représentations annuelles, en milieu scolaire ou en tout public, qui concernent 300 artistes), etc.

Une estimation de la diffusion réalisée par ces opérateurs non CC permettrait d'avoir une meilleure vision de la circulation des artistes et des potentiels de diffusion des spectacles Jeune Public.

Conclusion

Les participants manifestent leur intérêt pour la réalisation d'une enquête spécifique au secteur Jeune Public ou du moins un approfondissement de l'enquête concernant la problématique de la diffusion Jeune Public.

Ceci permettrait de rendre visible l'importante action culturelle réalisée à destination des jeunes publics et de mettre en lumière les logiques propres à ce secteur.

Confrontation des expériences de terrain et partage des analyses :

Les critères de diffusion

Les CC élaborent leur programmation Jeune Public selon différents critères. Le choix d'un spectacle dépendra ainsi notamment des facteurs suivants :

- De la qualité du spectacle (que le spectacle soit reconnu par les pouvoirs publics ou non ; il existe en effet des spectacles de grande qualité non subventionnés en temps scolaire).
- De la thématique du spectacle (et de son potentiel de « résonance » au sein de l'école).
- Pour certains, de l'accessibilité du spectacle. En effet, il est noté une certaine réserve à programmer des spectacles dits « difficiles », nécessitant un accompagnement spécifique (un travail en amont ou en aval). Cette réserve peut être le fait de plusieurs facteurs : le manque de temps, de personnel, de moyens, de compétences, de motivation, etc., dans le chef des CC comme des Cies, tous deux impliqués dans la médiation du spectacle (en particulier, l'animateur Jeune Public doit généralement porter d'autres activités que la diffusion) ;
- De la reconnaissance du spectacle par les pouvoirs publics (puisque de cette reconnaissance dépend le subventionnement du spectacle via les programmes Art & Vie ou Spectacles à l'Ecole).

- Du quota Art & Vie ou Spectacles à l'École dont dispose le CC. A noter que tous les participants qualifient les quotas d'insuffisants au vu du potentiel. Ce manque de quotas contraint les CC à s'orienter vers d'autres circuits de diffusion. (Voir infra).
- Des conditions financières du spectacle (estimées de plus en plus lourdes).
- Des exigences techniques du spectacle comparativement à l'équipement de la salle. A ce sujet, les participants constatent une augmentation des exigences techniques (corrélées à la professionnalisation des Cies). Les spectacles autonomes se font de plus en plus rares.
- De l'esthétique et de la forme du spectacle (volonté de proposer une programmation diversifiée).
- De la tranche d'âge du spectacle (nécessité de proposer une programmation à tous les niveaux d'enseignement).
- De la jauge (nécessité d'accessibilité pour le plus grand nombre pour les CC ; nécessité de proposer des spectacles de proximité pour les maternelles). A noter une tendance des Cies à diminuer les jauges, même pour les hautes tranches d'âges, de façon à établir un contact (estimé de plus en plus difficile) avec les jeunes.
- Du nombre de séances minimum exigé par la compagnie (certaines compagnies n'acceptant que des séries de 2 ou 3 séances minimum).
- De l'agenda de la compagnie (certains spectacles étant peu disponibles du fait d'une demande importante en CFWB ou à l'étranger).

La problématique de l'équilibre financier

Les contraintes financières sont importantes en diffusion Jeune Public.

Ainsi, pour certains spectacles, il peut s'avérer impossible pour un CC de trouver un équilibre financier au vu de la limitation de la jauge et compte tenu des prix d'entrées (4 € pour le prix médian). Si les prix d'entrée ont d'ailleurs légèrement évolué ces dernières années, cette hausse n'est pas proportionnelle à l'augmentation des coûts des spectacles.

De même, l'absentéisme (principalement en secondaire) dégrève les budgets puisque, pour majorité, les CC facturent aux écoles sur base du nombre d'élèves présents (et non inscrits). Il existe néanmoins des cas où les écoles sont mises à contribution en cas d'absentéisme : l'oubli ou l'empêchement de groupe est généralement partiellement facturé, modalité parfois prévue dans le cadre d'une convention entre le CC et l'école.

Or, l'équilibre financier est souvent (pas toujours) exigé au sein des structures pour la diffusion Jeune Public. Pour certains programmeurs, un objectif de saison consiste ainsi à maintenir un relatif équilibre financier sur l'ensemble de la programmation (avec recherche de bénéfices sur certains spectacles pour permettre de combler les déficits d'autres). Ceci étant, la chose n'est pas toujours possible, tout le temps, pour tous.

Ainsi, au vu de l'évolution des coûts, maintenir l'équilibre financier signifie bien souvent réduire l'offre.

La relation avec les publics

Le Tout public :

- Les publics cibles : selon les réalités du territoire, les CC s'adressent à des publics plus fragilisés, aux familles (de la localité ou extérieures à la localité), aux abonnés, etc. Selon les CC, des priorités ou objectifs en termes de participation des différentes catégories de publics peuvent être définies (ex : un nombre de sièges prioritaires pour l'accueil de groupes d'enfants ciblés). A noter que mobiliser des publics jeunes (en groupe ou en famille) s'avère bien plus difficile que mobiliser les plus petits. La diffusion à destination des plus de 8 ou 9 ans est ainsi moins fréquente.
- Les partenariats : pour concerner les publics dits fragilisés ou plus éloignés, les CC développent des partenariats avec différentes associations/structures en contact avec ces populations (Ligue des familles, associations d'écoles de devoirs, CEC, CPAS, C-paje, échevinat, organisations de Jeunesse, centres de réfugiés, etc.). L'objectif est clairement ici de toucher des enfants qui, à défaut de cette action menée en partenariat, n'auraient pas l'occasion d'accéder aux spectacles. Il existe un réel potentiel en termes de public à ce niveau, une difficulté consiste à multiplier et pérenniser les partenariats, du fait du manque de

quotas de diffusion Art et Vie. A noter qu'engager des partenariats n'est pas toujours chose aisée, notamment du fait de manque de disponibilités des associations (ayant leurs propres activités, des partenaires multiples).

- La communication / promotion : pour s'adresser au tout public, les CC utilisent leurs outils de communication habituels (fichier du CC, fichier famille de la ville ou de la commune, plaquette de saison, outils de promotion, communication dans les écoles, etc.)
- La fidélisation : selon les CC et le volume de diffusion Jeune Public, différentes stratégies de fidélisation sont mises en place (une formule d'abonnement de saison intégrant les spectacles Jeune Public ; une formule d'abonnement spécifique au Jeune Public ; des cartes de fidélité famille ou des « Pass Culture » donnant à terme l'accès gratuit à un spectacle. NB : la formule d'abonnement spécifique n'est possible que s'il y a un nombre suffisant de propositions pour la même tranche d'âge).
- La médiation : pour permettre au tout public de mieux appréhender les codes théâtraux (ou artistiques) les programmeurs travaillent à la médiation tantôt directement (ex : en organisant des rencontres avec les artistes) ou indirectement (ex : en organisant des formations à la médiation à destination des animateurs, accompagnants de groupes). Ceci étant, une problématique récurrente est le « choc » qui peut intervenir entre le public familial et les groupes accompagnés du fait de référents culturels différents, de dynamiques distinctes (logique individuelle versus de groupe). Les programmeurs expriment avoir des difficultés à gérer les conflits qui en résulte. Réunir différents publics reste une gageure.

Le Scolaire

- Les publics cibles : selon les réalités du territoire, les CC s'adressent aux écoles maternelles et/ou primaires et/ou secondaires des différents réseaux d'enseignement, certains également aux crèches et écoles normales (visant ainsi les futurs professeurs). A noter que mobiliser le secondaire s'avère bien plus complexe que pour les autres niveaux d'enseignement (du fait, notamment, de la complexité de l'organisation scolaire et de la multiplicité des activités).
- Les partenariats : de nombreux CC développent des projets avec les écoles autour ou parallèlement à la diffusion scolaire. Les partenariats avec le milieu associatif (non scolaire) sont rares dans la mesure où les quotas Spectacles à l'Ecole disponibles sont déjà insuffisants pour répondre à la seule demande scolaire. Ainsi, certains CC rapportent être dans l'incapacité de répondre positivement aux demandes de réservation de groupes d'adultes (ex : Art 27) lors de séances scolaires. Il existe pourtant une réelle demande pour les groupes d'adultes qui sont dans l'impossibilité d'accéder aux structures culturelles en soirée (groupes de personnes porteuses de handicap, groupes de personnes immigrées, etc.) ;
- La relation aux écoles :
 - La diffusion scolaire s'organise le plus souvent grâce à la mobilisation de professeurs relais (contact direct entre le programmeur et l'enseignant). Les directions d'école sont généralement moins promptes à relayer les informations et à mobiliser les classes (enseignants et élèves).
 - Pour mobiliser les écoles, les CC vont à la rencontre de celles-ci : séances d'informations/de concertation avec les enseignants (au CC ou dans l'école) ; réunion avec les directions d'écoles (au CC ou dans l'école) ; rencontre avec les élèves (dans les classes, à l'invitation d'un professeur) ; mise en place de commissions scolaires ; tenue de permanences ; etc. Cette démarche a cependant une limite : les rencontres ne peuvent pas être multipliées à l'infini.
 - Les relations sont estimées de plus en plus complexes au fil des ans et de la gradation des cycles (relations particulièrement complexes avec le secondaire) : formalités administratives et contraintes horaires plus lourdes ; organisation plus chaotique ; professeurs relais moins disponibles ; directions moins concernées ; projets scolaires et activités extérieures plus nombreux ; attrait pour les « classiques » plus affirmé ; etc.
- La médiation et l'évaluation :
 - La médiation en temps scolaire consiste, avant toute chose, à communiquer des informations aux enseignants (dossiers pédagogiques, pistes d'exploitation du spectacle, etc). Un travail de médiation spécifique à l'adresse des jeunes publics peut également être entrepris en amont ou en aval du spectacle (animations, rencontres avec les artistes, ateliers, etc), selon le spectacle ou le public en présence. La chose n'est cependant pas concevable (faute de moyens des CC, de temps des

programmateurs, de disponibilités des écoles, etc.) ni même nécessaire pour tous les spectacles.

- L'évaluation est également une modalité possible de médiation. S'il est impossible que chaque représentation fasse l'objet d'une analyse spécifique, différents CC évaluent néanmoins certaines d'entre elles (généralement les séances les plus problématiques ou inscrites dans le cadre de projets spécifiques), notamment en recueillant le sentiment de l'enseignant. Cette démarche d'évaluation permet au programmateur d'être à l'écoute du monde scolaire (et éventuellement d'ajuster l'action, pas nécessairement la programmation), d'insuffler une dynamique de collaboration avec l'enseignant, de resituer l'action si nécessaire (repréciser le sens et les objectifs de la diffusion), enfin, de faire un retour à la compagnie (via la communication d'une synthèse de l'évaluation par exemple). De telles évaluations peuvent être effectuées via questionnaire, via contact téléphonique, de visu ou à l'occasion d'une réunion de bilan. Elles concernent tous les aspects de la diffusion (communication, accueil, réception du spectacle, organisation, animation, etc.)
- Les déplacements : les modalités et prises en charge des déplacements sont extrêmement variables. Certaines écoles disposent de bus scolaires, d'autres non ; certaines communes organisent les transports pour tous les réseaux d'enseignements, d'autres seulement pour le communal, d'autres encore jamais ; les déplacements à pied, via les transports en commun ou organisés par les parents sont parfois possibles, parfois non ; certains CC sont capables de participer financièrement à la prise en charge des déplacements, d'autres pas ; etc. Quoi qu'il en soit, les déplacements sont coûteux (financièrement et temporellement) et, pour certaines écoles, un véritable obstacle à la réalisation d'activités culturelles.

Des publics à renouveler constamment :

Le tout public, les publics scolaires et, dans une moindre mesure, les professeurs relais sont, par définition, en constante évolution. De plus, les profils des enfants (niveau culturel, socio-économique), ainsi que la structure scolaire sont également en constante évolution. Les CC sont ainsi amenés à toujours renouveler les publics et les relais, ce qui nécessite créativité et vigilance.

L'évolution du secteur

Les participants constatent un réel étranglement du secteur de la diffusion Jeune Public : les budgets d'aide à la diffusion stagnent, voire diminuent, pour les organisateurs (car distribués sur un plus grand nombre d'opérateurs) alors que le coût des spectacles et des frais annexes (technique, transport, accueil) augmentent (au vu du contexte d'inflation et du fait de la professionnalisation du secteur) et que les jauges des spectacles diminuent (pour établir une proximité avec les publics).

Or les budgets activités des CC sont par ailleurs de plus en plus limités (inflation, prolongement des contrats-programmes).

Ceci a pour conséquence une diminution de la capacité de diffusion Jeune Public des CC (devenus de moins en moins capables de financer la diffusion sur fonds propres) alors que le nombre de compagnies est en constante évolution. La viabilité des compagnies de notre Communauté est ainsi mise à mal.

Pour répondre à la demande scolaire toujours pressante, les programmateurs tentent de dégager des alternatives au circuit de diffusion classique (Spectacles à l'Ecole) :

- diffusion de spectacles non reconnus Spectacles à l'Ecole (négociés à moindre coût) ;
- travail en réseau via les tournées Asspropro (tournées JP étrangères qui bénéficient d'un soutien de WBI et pour lesquelles les frais annexes sont mutualisés entre les opérateurs) ;
- partenariat avec les Jeunesses Musicales ;
- programmation de spectacles tout public en temps scolaire à destination des adolescents (notamment des spectacles en tournée Asspropro) ;
- organisation de bancs d'essais ;
- coproduction de spectacles (les compagnies jouant alors à la recette) ;
- développement de partenariats avec le milieu associatif ;
- etc.

CONCLUSIONS

Par Alain Thomas, Administrateur d'Asspropro (Centre culturel de Bertrix)

Tel qu'évoqué ce matin, les conclusions de l'étude commanditée par la DG de la Culture et dirigée par l'OPC sont bien accueillies par le secteur des CC.

L'intérêt pour celle-ci (en termes de contenus, de perspectives d'analyse, quant aux finalités, etc.) est confirmé par les participants et les craintes d'instrumentalisation de l'outil au dépend des CC se sont dissipées.

Plus encore, des demandes de compléments d'analyse sont formulées. Il a ainsi été exprimé un intérêt pour une étude approfondie de certaines dynamiques (ex : l'aide à la création et l'estimation de l'investissement financier des CC en la matière), de certains éléments de mesure de l'action culturelle (ex : le profil des publics des CC), voire de certains secteurs spécifiques (ex : la diffusion Jeune Public).

Par ailleurs, bien que les ressentis puissent diverger quant à l'interprétation de différentes données (rotation des spectacles, volume de diffusion Jeune Public, etc.), l'étude paraît refléter relativement fidèlement les pratiques de diffusion et d'aide à la création des CC.

Loin de diviser le secteur des CC, cette enquête permet donc bien d'identifier des dynamiques qui le traverse, sachant que chaque CC est spécifique. Elle permet aussi au secteur de revenir aux fondamentaux et d'interroger les activités de diffusion, d'aide à la création, de médiation et plus largement l'action culturelle, ainsi que les politiques qui les encadrent.

Les ateliers de cette après-midi ont permis de dégager des analyses plus qualitatives. Celles-ci seront retranscrites au sein d'un compte-rendu et communiquées aux participants prochainement. Parmi les analyses partagées, plusieurs se rejoignent. Il s'agira de mettre en évidence ce qui nous rassemble, ce qui nous effraye, ce qui nous pose question collectivement.

REMERCIEMENTS

Tous nos remerciements :

- aux intervenants pour la pertinence de leur discours ;
- à notre modérateur pour sa plaisante rigueur ;
- aux animateurs d'ateliers pour la qualité de leur conduite ;
- aux rapporteurs d'ateliers pour l'acuité de leur synthèse ;
- aux participants pour la richesse de leurs réflexions et échanges ;
- aux relecteurs du présent compte-rendu pour la finesse de leur regard ;

Rapport rédigé par Cécile Hoornaert,
avec l'aide des notes des rapporteurs d'ateliers

SYNTHESE DES ECHANGES

QUESTIONS-REPONSES

- L'étude n'a pas concerné les Petits Lieux à leur regret. En effet, elle s'est limitée aux CC pour des questions de méthodologie ; ce périmètre était plus facilement identifiable.
- Le prix d'entrée moyen semble éloigné de la pratique de certains CC. Cette moyenne s'explique par le poids de la diffusion de spectacles dont les prix d'entrée sont très démocratiques (ex : les Arts forains et les spectacles Jeune Public).
- Un CC remarque que le prix moyen pratiqué par les CC correspond au prix que les individus sont prêts à dépenser pour un spectacle (Cf. : Etude de l'OPC sur les pratiques culturelles). Ceci prouve le travail de démocratisation réalisé par les CC. Un rapide calcul démontre que les CC absorberaient un « déficit » moyen de 3,31 € par spectateur résultant de la différence entre un coût moyen de 11,01 € (coût global de 5.023.921 € + frais artistiques annexés de 1.107.095 € divisés par le nombre de spectateurs 556.831) et une recette moyenne de 7,7 €.
- Il n'existe pas d'étude similaire sur la diffusion effectuée par les théâtres, mais la chose intéresse différents participants de l'assemblée.
- La diffusion scolaire semble être sous-estimée au vu de la dynamique du secteur. De même, la rotation moyenne des spectacles semble ne pas correspondre à la réalité du Jeune Public. Un hiatus pourrait exister à ce niveau (certains CC pourraient ne pas avoir déclaré l'ensemble de leur programmation). Les données pourraient ainsi être sous-estimées. Par ailleurs, la rotation des spectacles Jeune Public en particulier n'a pas été estimée. Ceci étant, l'enquête est significative.
- L'enquête met en lumière des appréciations divergentes quant à l'importance des collaborations entre CC selon les points de vue en présence (CCL ou CCR). Ces appréciations ne sont pas explicitées par l'enquête. A noter que les CCL ne comptent pas tous un CCR dans leur espace géographique, ce qui pourrait expliquer pour partie cette différence d'appréciation.
- Les CC sont situés dans différents milieux (urbanisés, ruraux, semi-ruraux, etc.). Pour mesurer l'objectif de démocratisation dans l'accès à la culture, il est proposé de recueillir des informations concernant les publics cibles (par tranche d'âge, par origine sociale, etc.), ce qui permettrait d'avoir une représentation du public. A noter que l'OPC dispose d'informations générales sur le type de public qui fréquente les institutions culturelles en CFWB. Les personnes concernées sont généralement les populations d'un niveau d'éducation supérieur voire universitaire. Une analyse globale des profils des publics sera le propos d'une étude que l'OPC est occupée à préparer (et qui sera plus qualitative). L'objet de cette future étude sera de cerner la réception (la qualité, le sens) d'une pratique culturelle par les populations.
- A ce sujet, un CC propose de rassembler les opérateurs qui étudient de façon volontaire leurs publics afin d'élaborer en commun une méthodologie, un questionnaire type, une grille d'analyse et donc de rendre exploitables les informations déjà recensées à ce niveau. Ensuite, le cas échéant, cette grille pourrait servir de socle pour une enquête globale d'analyse des publics.
- Des CC questionnent la possibilité de confronter cette enquête aux différentes données recueillies par les pouvoirs publics :
 - Le travail d'approche mené par l'Inspection sur la diffusion en 2008.
 - Les informations comptables (harmonisées) des CC transmises à l'Administration.
 - Les informations quantitatives et qualitatives transmises à l'Administration via les rapports d'activités. La difficulté majeure serait ici de standardiser les outils.Ceci permettrait d'estimer l'implication des CC sur les différents terrains (diffusion, création).
- Des CC expriment des questionnements quant à la finalité de l'étude : une visée de contrôle ou de justification d'un métier de la Scène ? Rappel est alors fait de l'objectif de l'enquête, qui est tout autre : avoir une meilleure représentation de la situation de la diffusion et de la création dans les centres culturels, en connaître la dynamique et en dégager les principales caractéristiques. Notamment pour nourrir le dialogue entre secteurs (artistique / CC).
- Cette enquête intéresse également certains car elle resitue la place de la diffusion au sein du secteur des CC et pourrait nourrir la réflexion pour l'élaboration des contrats-programmes et des auto-évaluations des CC. Par ailleurs, elle octroie un poids, du répondant, aux CC dans leurs rapports avec les interlocuteurs commerciaux (les industries culturelles, les entrepreneurs de spectacles, voire les médias dominants).
- Les CC signalent être submergés de propositions artistiques et devoir décliner un nombre

important de demandes d'artistes, même s'ils sont pourtant en contact régulier avec beaucoup d'entre eux. Il n'est ainsi pas étonnant que les CC renvoient une image négative au sein du monde artistique. Ceci pose aussi question quant à la viabilité des compagnies. N'y a-t-il pas trop de créations par rapport au nombre de lieux, à leur capacité de diffusion (en termes de budget et de publics susceptibles d'être intéressés par ces productions) ? Ceci semble être confirmé par l'étude qui évalue la rotation d'un spectacle à 2,6 représentations. Qu'en est-il alors de la viabilité de la création globalement (dont les productions des CC font partie) ?

- Selon l'Administration, si beaucoup d'artistes sont en contact avec les CC, beaucoup aussi ne le sont pas : il existe un décalage entre la production et la diffusion et une nécessité de réduire ce décalage.
- Selon l'OPC, une analyse qualitative de l'aide à la création opérée par les CC permettrait de mieux appréhender comment le CC envisage le soutien en fonction de son projet, de son implantation, de son public, de son orientation spécifique. Il existe différents arguments qui ne sont pas identifiés et qu'il serait intéressant d'explicitier. Egalement, pour nourrir le dialogue avec le monde artistique.
- L'étude révèle que 6% des représentations diffusées par les CC concerne des Cies étrangères et seulement 3,8 % des Cies flamandes. Un CC rappelle l'intérêt d'un accord entre Communautés pour faciliter les collaborations. Un tel accord est actuellement en réflexion au sein des Communautés, mais non encore finalisé.
- Afin de partager les résultats de l'étude avec le monde artistique, différentes communications sont envisagées : un temps de rencontre ou une séance d'information avec les artistes (à l'occasion des Entre Vues par exemple), la difficulté consiste alors à identifier et à mobiliser les artistes ; une communication à la presse ; une présentation à l'occasion des bilans des instances d'avis.

NB : il est possible de s'adresser à l'OPC pour obtenir des infos complémentaires, affinées selon les genres artistiques. Si ces données existent, elles pourront être communiquées.

Atelier 1 – L'aide à la création dans les centres culturels

- Tous les CC présents dans cet atelier confirment soutenir la création.
- Toutes les disciplines artistiques sont concernées.
- Les bénéficiaires de l'aide sont des artistes situés sur l'entité comme en dehors. Il s'agit d'artistes professionnels comme d'artistes amateurs, avec une majorité d'artistes dits « non-professionnels » c.-à-d. non encore reconnus par la CFWB (via l'aide à la création ou à la diffusion), en voie de professionnalisation.
- Le nombre de demandes d'aides formulées par les artistes est croissant. Le nombre de refus que les CC ont à opposer aux Cie est donc également croissant.
- Pour qu'un CC octroie une aide à la création, il importe qu'il y ait une rencontre entre son projet propre et celui de la Cie/des artistes (une préoccupation commune).
- L'aide à la création apportée par les CC consiste à mettre au service des artistes du matériel (salle, régie), des outils (communication), des compétences et services (administratifs, techniques, de conseil), des projets (bancs d'essai), et parfois des moyens financiers (apport financier de 500 € à 1.500 €). La résidence consiste en une forme d'aide à la création, le préachat également (soutenir la création, c'est aussi la diffuser). Il est cependant impossible pour les CC de rémunérer les artistes en création.
- L'aide à la création consiste en une prise de risque pour les CC, qui demeurent incertains quant aux résultats. Elle s'apparente à un contrat de confiance entre le CC et la Cie/les artistes.
- Une contrepartie à l'aide peut-être demandée aux Cies/artistes par les CC. Cette contrepartie est multiforme (séances gratuites, animations, ateliers, rencontres, return sur vente, etc.). Elle permet alors dans la plupart des cas au CC de réaliser ses propres objectifs. L'aide à la création permet donc aux CC de rencontrer d'autres missions (créativité, diffusion, éducation permanente, etc.).
- L'aide à la création apportée par les CC n'a pas de cadre décretaal, mais des conventions peuvent déterminer les modalités de l'accord entre CC/Cies. Seul le CC de Chênée est subventionné, avec inscription au contrat-programme, pour son activité d'aide à la création.
- Les aides ne sont pas systématiquement estimées et l'action des CC dans ce domaine n'est pas valorisée.

- Les participants justifient leur activité d'aide à la création :
 - par le fait que celle-ci permet de rencontrer d'autres missions. (Voir supra) ;
 - en évoquant la cohérence pour un CC de contribuer au développement de carrière des artistes et au développement des esthétiques au vu de leurs expertises et ressources ;
 - du fait de leur rôle de médiateur, favorisant les rencontres entre les artistes et les publics.
- Au vu de ce qui précède, les participants ouvrent deux pistes de réflexion :
 - Mesurer l'investissement et le travail qui se fait dans les CC au niveau de l'aide à la création qui est visiblement importante. Etablir une analyse plus approfondie, détaillée des actions, des coûts, des modalités, des compétences développées au sein des CC de la CFWB pourrait permettre d'identifier les finalités que poursuivent les CC via cette action, de légitimer l'activité et, peut-être, dégager des moyens.
 - Réfléchir à l'opportunité d'établir un cadre référentiel pour l'aide à la création supportée par les CC. Définir un canevas permettrait d'une part, de rémunérer des artistes en résidence, d'autre part, de légitimer l'activité des CC en la matière (ex : articuler les missions des CC avec celles des structures dont la finalité est l'aide à la création).

Atelier 2 – Les politiques de diffusion des Centres culturels

- L'état des infrastructures et la capacité des salles déterminent les politiques de diffusion (dont le public cible, le volume et type de diffusion). En particulier, le confort des salles est une condition à la fidélisation des publics.
- L'équipement des salles n'est pas optimal (contrairement à une interprétation possible des résultats de l'enquête). Il est pourtant une condition à la circulation des œuvres et des artistes.
- Les CC estiment pertinent de penser les politiques de diffusion en fonction des bassins de vie.
- La teneur des collaborations entre CC est (ou pourrait être) déterminée par les bassins de vie dans lesquels ils se situent : objectif de réduction de la concurrence (pour les CC inscrits dans un même bassin) ou de renforcement du réseautage (pour les CC inscrits dans des bassins différents).
- Les CC signalent estimer de façon réaliste la participation des publics, tel que relevé par l'enquête.
- Les CC cherchent à mobiliser toutes les catégories de population. La mixité des publics est d'ailleurs une condition de la survie des CC (elle garantit l'implication des pouvoirs locaux).
- Pour toucher des publics diversifiés, les CC doivent élaborer des programmations également diversifiées. A contrario, une polarisation des programmations (autour d'un genre ou d'une forme artistique) a pour conséquence une ségrégation des publics.
- Les CC éprouvent des difficultés à mobiliser certaines catégories de population, soit les personnes à faible niveau d'éducation et les jeunes. (Voir infra).
- Des CC estiment néanmoins pouvoir renouer avec la jeunesse en intervenant sur différents champs. Ainsi, la diffusion en collaboration (ex : avec les Maisons de Jeunes) ou l'aide à la création et à la promotion (suivant la logique des pépinières d'artistes) sont des pistes estimées intéressantes à poursuivre.
- A noter que la diffusion des musiques actuelles par les CC eux-mêmes est rarement estimée concluante. En cause, des logiques différentes (temporelles, de production, de public, de rapport aux institutions, de rapport à l'économie, etc.)
- Les CC ciblent principalement les populations locales (en demande d'une offre culturelle de proximité), mais non exclusivement (ex : les populations inscrites dans le bassin de vie). En particulier, les CCL ont injonction des pouvoirs locaux de concerner prioritairement la population locale. Ainsi, organiser la mobilité des publics s'avère une difficile entreprise pour les CCL, au vu des attentes des publics et pouvoirs locaux. Elle pose également des questions d'ordre économique et écologique.
- L'activité de diffusion des CC se situe généralement à mi-chemin entre une diffusion de type « grande-scène » et de type « scène locale ». Elle poursuit des objectifs multiples (transversaux) :
 - La diffusion comme finalité :
 - Au service des populations : la garantie d'une offre artistique de qualité (professionnelle), diversifiée (mixité) et de proximité (accessible) dont

l'objectif consiste à permettre à une population la plus large possible de s'épanouir ou de s'émanciper au contact des œuvres.

- Au service des artistes : stimuler la circulation des artistes et soutenir de ce fait la création (viabilité des compagnies, développement de carrière, etc.)
 - La diffusion comme moyen : une modalité d'aide service, un soutien à l'expression, etc. (diffusion à caractère associatif ou amateur).

La diffusion rencontre ainsi différentes missions des CC.

- L'augmentation des coûts des spectacles (et frais annexes) est devenue une réelle problématique pour tous les CC, en particulier pour les CCL.
- La diffusion constitue la partie émergée de l'action des CC dont ils tirent avantage en termes de visibilité mais qui suscite également des convoitises (tentatives d'ingérences à différents niveaux de pouvoirs).
- Le rôle du programmateur consiste, entre autres, à définir la politique de diffusion du CC (identifier des objectifs, mesurer les moyens, effectuer des choix, développer des stratégies, etc.), assurer la médiation (vis-à-vis des instances du CC, des populations mais également des artistes, etc.)
- Les préférences esthétiques du programmateur peuvent influencer les politiques de programmation, mais pas nécessairement. Néanmoins, les équipes des CC (souvent limitées et donc peu renouvelées) peuvent éprouver des difficultés à suivre l'évolution et l'émergence de tous les genres artistiques (vieillesse des équipes). Les professionnels s'investissent dans cette activité de programmation, y prenant plaisir. Elle ne constitue cependant pour la plupart qu'une partie de leur travail en CC.
- L'enjeu des CC est de construire des programmations reconnues (et identifiées) par la population, également gage d'une reconnaissance par les pouvoirs publics.
- La moyenne de rotation de spectacles identifiés par l'enquête interroge quant à sa représentativité. Si ces données devaient être confirmées, la question de la viabilité de la création se poserait de façon urgente.
- Quoi qu'il en soit, en matière de diffusion, les logiques descendantes sont estimées contre-productives du fait de la finalité, des missions, des réalités et de la structuration des CC en décentralisation (ex : une politique culturelle qui, pour renforcer des logiques d'aides à la création consenties en amont, imposerait la circulation d'un nombre choisis d'artistes ou de spectacles).

Atelier 3 – La circulation des spectacles au sein des centres culturels

- L'importance du travail de diffusion réalisée par les CC est soulignée (diffusion Tout Public et Jeune Public). L'importance de la diffusion Jeune Public (38 % du volume global de diffusion) est également relevée.
- Différentes données de l'enquête semblent surestimées au vu des pratiques des participants : le volume de diffusion de la danse contemporaine, le taux de remplissage des salles ainsi que le prix moyen des spectacles. Ces données apparaissent cependant réalistes si l'on considère que le nombre de représentations de spectacles de danse contemporaine peut comprendre des spectacles Jeune Public, le taux de remplissage est estimé en fonction des objectifs poursuivis, le prix moyen des spectacles est modéré du fait de l'impact des tarifs des spectacles Jeune Public et d'Art forains notamment.
- Il est constaté une offre culturelle en constante augmentation (proposée par les CC ainsi que bien d'autres opérateurs). La concurrence entre opérateurs est ainsi de plus en plus présente et contraint à travailler de façon toujours plus anticipée (fixer la programmation, ouvrir les abonnements, lancer la promotion, etc.).
- Ceci étant, le volume de la population touchée par la diffusion des CC reste insuffisant aux yeux de certains.
- Aucune tendance générale ne peut être affirmée, au départ des expériences des participants, quant à l'évolution de la fréquentation dans les CC. En effet, les réalités sont toutes spécifiques et amènent à des constats divers (augmentation, baisse ou stabilisation de la fréquentation ; augmentation, baisse ou stabilisation du nombre d'abonnés).
- Ceci étant, à différents endroits, une évolution du mode de consommation culturelle est identifiée : les réservations anticipées (ex : abonnements) sont en diminution et parallèlement les réservations de dernières minutes en augmentation. Par ailleurs, les populations (et publics) apparaissent plus « frileux », moins « curieux ». Enfin, les politiques de tarifications

semble avoir peu d'impact concernant les artistes/spectacles à haute notoriété (une augmentation des tarifs n'a pas d'impact sur le taux de fréquentation).

- Les participants avancent plusieurs hypothèses pour éclairer cette évolution du mode de consommation culturelle :
 - Un possible phénomène de génération (culture du zapping), où les choix culturels s'effectuent sur le tard selon une logique de « coup de cœur » et « d'actualité ».
 - Un public plus volatil du fait d'une mobilité et d'une information accrues.
 - Un certain désengagement : étant moins engagées, et donc moins proche de l'action des CC, les populations pourraient avoir des difficultés à opérer des choix, dans un contexte où l'offre culturelle est toujours plus large et, de ce fait, se rabattre sur des valeurs dites sûres (c.-à-d. des artistes ou formes qui leurs sont déjà familiers).
 - L'activité même de diffusion qui, dans les faits, trouve son public premier parmi la population socio-économiquement favorisée (laquelle souffre moins que d'autres de contraintes financières).
- Dans le même temps :
 - Certaines compagnies sollicitent les CC de plus en plus tôt (parfois 2 années avant la mise en tournée), amenant les lieux à déterminer leur saison également plus tôt (ceci résulte aussi d'un phénomène de concurrence face à l'offre culturelle).
 - Il est remarqué un certain désengagement des artistes et des équipes des CC (recul du militantisme, à l'image de la société). Ceci a pour effet d'entraver l'effort de médiation pourtant rendu de plus en plus nécessaire. Il importe pour les participants de résister et de réinvestir dans la médiation, avec l'aide des artistes. La rencontre avec les publics est nécessaire pour nourrir la création.
- Par ailleurs, les CC qui rencontrent une baisse de la fréquentation avancent d'autres analyses :
 - Les conséquences de la crise économique : une baisse du pouvoir d'achat des populations de leur entité (unique public potentiel).
 - Mais aussi, et surtout, une fracture culturelle de plus en plus prononcée résultant d'une fracture économique toujours plus affirmée.
 - Des créations qui, dans ce contexte, correspondent peu aux attentes des populations (trop éloignées des préoccupations des gens, qui ne tiennent pas suffisamment compte des conditions d'appropriation de la culture par les populations).
 - Une offre culturelle trop importante pour le public disponible, entraînant une concurrence entre les lieux. Effet de concurrence étant renforcé par la multiplication des festivals et des événements gratuits.
 - Un public peu enclin à la découverte artistique, préférant l'évènementiel. (Voir supra).
- Pour évaluer l'activité de diffusion, les participants estiment intéressant de prendre en considération différents facteurs autres que la fréquentation : le profil des publics concernés, la qualité des spectacles programmés, le nombre d'artistes engagés, etc.
- L'enjeu pour les CC consiste à identifier leur public pour déterminer une action culturelle cohérente. Ainsi les résultats de l'enquête concernant le nombre de CC ayant recours à une analyse des publics étonnent.
- Selon les participants, la diffusion touche principalement les populations d'un niveau économique et culturel élevé, les populations locales ou inscrites dans le même bassin de vie que le CC.
- Via la mise en place d'activités et de programmations diversifiées, les CC travaillent à fidéliser le public de base mais aussi à l'élargir, s'adressant à d'autres catégories socioculturelles.
- Selon les spécificités des CC, l'activité de diffusion poursuit des objectifs multiples en termes de publics et déterminés par toute une série de variables : la catégorie, la situation géographique, le volume et les caractéristiques de la population (socio-économique, en termes d'âge), le bassin de vie, etc.
- Le métier de programmateur s'invente donc de façon différente selon les CC.
- Le volume de l'offre artistique pose des difficultés en termes de gestion pour les CC (capacité de répondre aux propositions, trouver même le temps de communiquer).
- Les participants voient une incohérence dans le système actuel d'aide à la création, estimant qu'une grande partie des aides à la création est consacrée à des projets qui ne tournent pas, qui ne sont pas diffusés.
- Or les CC qui soutiennent des projets en assurent la diffusion. Une autre logique pourrait être de subventionner les CC qui pratiquent l'aide à la création. Il s'agirait ainsi de soutenir la création de manière indirecte, via les CC qui offrent davantage de garantie quant à la

circulation des spectacles. Ce système renforcerait aussi la médiation puisque souvent les CC soutiennent les projets artistiques avec pour contrepartie la réalisation d'animations par les compagnies.

- Par ailleurs, non subventionnées pour la réalisation de leur projet, les Cies qui circulent dans les CC amortissent alors les coûts de la création sur la diffusion (donc sur les CC). Elles sont ainsi amenées à augmenter le prix de leurs spectacles, d'une part ; externaliser toute une série de coûts en demandant aux CC de prendre en charge la régie, le matériel technique, des repas, etc., d'autre part.
- La conséquence est un étranglement financier des CC, contraints d'assumer le surcoût. En effet, les CC ne peuvent pas indéfiniment répercuter l'augmentation des coûts sur les prix d'entrée puisqu'ils pratiquent une politique de tarification démocratique. A noter que dans cette logique, une partie des subsides Art et Vie octroyés sert dorénavant à soutenir la création et non plus la diffusion (ceci peut notamment se lire à la différence des barèmes Art & Vie pour le théâtre et la musique, le théâtre nécessitant davantage de coût à la création).
- Le phénomène est particulièrement vrai en ce qui concerne les compagnies Jeune Public qui restent très peu soutenues à la création, malgré leur professionnalisme, la qualité de leurs spectacles, la dynamique de leur diffusion. Auparavant les spectacles Jeune Public étaient ce qu'on appelle « clé en main ». Ce temps est à présent révolu.
- Il est ainsi constaté depuis quelques années déjà une réelle explosion du coût des spectacles.
- Dans ces conditions, il devient de plus en plus périlleux de continuer à diffuser ; activité nécessairement déficitaire pour des lieux qui travaillent en marge du vedettariat, de l'évènementiel.
- Pour maintenir les budgets à l'équilibre, les participants évoquent différentes stratégies (appliquées ou en réflexion) : une montée de catégorie ; une augmentation de la production locale de spectacles en vue de financer l'activité de diffusion ; viser d'autres propositions artistiques (émergentes, donc moins onéreuses), en ouvrant des plages de programmation et travailler ainsi d'avantage à court terme (immédiateté) ; réduire le volume de diffusion (c'est-à-dire limiter le coût de la diffusion et dans le même temps les frais d'infrastructure et de personnel) ; augmenter la location des salles ; inviter les Cies à proposer des cachets différenciés selon les jauges des salles ; inviter les Cies JP à revenir à un cachet incluant tous les frais annexes ; développer des politiques de diffusion plus efficaces, notamment les concertations entre CC (dont les CCR et CCL).
- Dans ce contexte ; il est réaffirmé l'importance des aides à la diffusion (Art & Vie et Spectacles à l'Ecole), même si les quotas sont - d'avis unanime - insuffisants. Ces aides sont nécessaires tant pour les CC qui ont pour objectif de proposer une offre de qualité, de proximité et diversifiée, que pour les artistes de toute esthétique, dont la circulation est encouragée. Par ailleurs celles-ci permettent de maintenir un volume de diffusion minimum et/ou autorisent une prise de risque sur des spectacles estimés « difficiles » à programmer.
- Il en va de même concernant l'action d'Asspropro, estimée particulièrement précieuse pour les CCL ainsi que pour les artistes en marge des logiques commerciales ou en développement de carrière (circulation en CFWB ou internationale).

Atelier 4 - La diffusion Jeune Public par les centres culturels

- Les participants partagent le sentiment que les résultats de l'enquête sont peu représentatifs du secteur Jeune Public : la diffusion Jeune Public réalisée par les CC semble largement sous-estimée ; la rotation moyenne des spectacles Jeune Public n'est pas lisible et serait nettement supérieure à la moyenne identifiée de 2,6 représentations par spectacle.
- Les participants manifestent leur intérêt pour la réalisation d'une enquête spécifique au secteur Jeune Public ou du moins un approfondissement de l'enquête concernant la problématique de la diffusion Jeune Public qui permettrait d'identifier : la rotation moyenne des spectacles Jeune Public ; la diversité des publics (selon le type de diffusion : scolaire, familial et associatif) ; la fréquentation tenant compte des jauges imposées (spécificité du secteur Jeune Public) ; la problématique des transports scolaires ; la diffusion Jeune Public réalisée par quelques autres importants opérateurs, non CC.
- Les CC élaborent leur programmation Jeune Public selon différents critères : la qualité du spectacle (reconnu par les pouvoirs publics ou non) ; la thématique du spectacle (et de son potentiel de « résonance » au sein de l'école) ; l'accessibilité du spectacle (nécessité et possibilité d'organiser un accompagnement spécifique, car des freins existent : manque de temps, de personnel, de moyens, de compétences, de motivation, etc., dans le chef des CC

comme des Cies, tous deux impliqués dans la médiation du spectacle) ; la reconnaissance du spectacle par les pouvoirs publics (interventions Art & Vie ou Spectacles à l'Ecole) ; le quota Art & Vie ou Spectacles à l'Ecole dont dispose le CC ; les conditions financières et exigences techniques du spectacle (estimées de plus en plus lourdes) ; l'esthétique et la forme du spectacle (volonté de proposer une programmation diversifiée) ; la tranche d'âge du spectacle (nécessité de proposer une programmation à tous les niveaux d'enseignement) ; la jauge (nécessité d'accessibilité pour le plus grand nombre ; nécessité de proposer des spectacles de proximité pour les maternelles) ; le nombre de séances minimum exigé par la compagnie (possibilités de financer des séries) ; l'agenda de la compagnie (disponibilité).

- Les publics ciblés varient selon les réalités du territoire :
 - En tout public : les CC s'adressent à des publics plus fragilisés, aux familles (de la localité ou extérieures à la localité), aux abonnés, etc. Selon les CC, des priorités ou objectifs en termes de participation des différentes catégories de publics peuvent être définies. A noter que la diffusion à destination des plus de 8 ou 9 ans est moins fréquente, cette tranche d'âge étant plus difficile à mobiliser.
 - En scolaire : les CC s'adressent aux écoles maternelles et/ou primaires et/ou secondaires des différents réseaux d'enseignement, certains également aux crèches et écoles normales (visant ainsi les futurs enseignants). A noter que mobiliser le secondaire s'avère bien plus complexe que pour les autres niveaux d'enseignement (du fait, notamment, de la complexité de l'organisation scolaire et de la multiplicité des activités).
- Les partenariats :
 - En tout public : pour concerner les publics dits fragilisés ou plus éloignés, les CC développent des partenariats avec différentes associations/structures en contact avec ces populations. Il existe un réel potentiel à ce niveau. Une difficulté consiste cependant à multiplier et pérenniser les partenariats, du fait du manque de quotas de diffusion Art & Vie.
 - En scolaire : de nombreux CC développent des projets avec les écoles autour ou parallèlement à la diffusion scolaire. Les partenariats avec le milieu associatif (non scolaire) sont rares dans la mesure où les quotas Spectacles à l'Ecole disponibles sont déjà insuffisants pour répondre à la seule demande scolaire. Il existe pourtant une demande des associations.
- La relation aux publics :
 - En tout public : pour s'adresser au tout public, les CC utilisent les outils de communication habituels (fichier du CC, fichier famille de la ville ou de la commune, plaquette de saison, outils de promotion, communication dans les écoles, etc.). Par ailleurs, selon les CC et le volume de diffusion Jeune Public, différentes stratégies de fidélisation sont mises en place (une formule d'abonnement de saison intégrant les spectacles Jeune Public ; une formule d'abonnement spécifique au Jeune Public ; des cartes de fidélité famille ou des « Pass Culture »).
 - Avec les écoles : la diffusion scolaire s'organise grâce à la mobilisation de professeurs relais. Pour mobiliser les écoles, les CC vont à la rencontre de celles-ci. Les relations sont estimées de plus en plus complexes au fil des ans et de la gradation des cycles.
 - NB : le tout public, les publics scolaires et, dans une moindre mesure, les professeurs relais sont, par définition, en constante évolution. De plus, les profils des enfants (niveau socioculturel) ainsi que la structure scolaire sont également en constante évolution. Les CC sont ainsi amenés à toujours renouveler les publics et les relais, ce qui nécessite créativité et vigilance.
- La médiation :
 - En tout public : pour permettre une meilleure appréhension des codes artistiques, les programmeurs travaillent à la médiation tantôt directement (ex : en organisant des rencontres avec les artistes) ou indirectement (ex : en organisant des formations à la médiation à destination des animateurs, accompagnants de groupes).
 - En scolaire : l'action de médiation en temps scolaire revêt différentes formes :
 - communiquer des informations aux enseignants (dossiers pédagogiques, pistes d'exploitation du spectacle, etc.) ;
 - organiser un travail de médiation spécifique à l'adresse des jeunes publics en amont ou en aval du spectacle (animations, rencontres avec les artistes, ateliers, etc.), selon le spectacle ou le public en présence ;

- le processus d'évaluation est également entendu comme une modalité de médiation. Il permet au programmateur d'être à l'écoute du monde scolaire (et éventuellement d'ajuster l'action, pas nécessairement la programmation), d'insuffler une dynamique de collaboration avec l'enseignant, de resituer l'action si nécessaire (repréciser le sens et les objectifs de la diffusion), enfin, de faire un retour à la compagnie (via la communication d'une synthèse de l'évaluation par exemple).
- Les déplacements : les modalités et prises en charge des déplacements scolaires sont extrêmement variables selon les communes et CC. Quoi qu'il en soit, les déplacements sont coûteux (financièrement et temporellement) et, pour certaines écoles, un véritable obstacle à la réalisation d'activités culturelles.
- Les participants constatent un réel étranglement du secteur de la diffusion Jeune Public : les budgets d'aide à la diffusion (Art & Vie et Spectacles à l'Ecole) stagnent, voire diminuent car distribués sur un plus grand nombre d'opérateurs, alors que le coût des spectacles et des frais annexes (technique, transport, accueil) augmentent (au vu du contexte d'inflation et du fait de la professionnalisation du secteur) et que les jauges des spectacles diminuent (pour établir une proximité avec les publics). Or les budgets activités des CC sont par ailleurs de plus en plus limités (inflation, prolongement des contrats-programmes) et les prix d'entrée non élastiques (car démocratiques). Ceci a pour conséquence une diminution de la capacité de diffusion Jeune Public des CC alors que le nombre de compagnies est en constante évolution et que la demande scolaire est inassouvie.
- Ainsi, au vu de l'évolution des coûts, maintenir l'équilibre financier signifie bien souvent réduire l'offre.
- Et la viabilité des compagnies de notre Communauté est mise à mal.
- Et de nombreux étudiants restent sans accès aux Arts de la Scène en temps scolaire.
- Pour répondre à la demande scolaire toujours pressante, les programmateurs tentent de dégager des alternatives au circuit de diffusion classique (Spectacles à l'Ecole) : diffusion de spectacles non reconnus Spectacles à l'Ecole (négociés à moindre coût) ; travail en réseau via les tournées Asspropro (tournées JP étrangères qui bénéficient d'un soutien de WBI et pour lesquelles les frais annexes sont mutualisés entre les opérateurs) ; partenariat avec les Jeunesses Musicales ; programmation de spectacles tout public en temps scolaire à destination des adolescents (notamment des spectacles en tournée Asspropro) ; organisation de bancs d'essais ; coproduction de spectacles (les compagnies jouant alors à la recette) ; développement de partenariats avec le milieu associatif ; etc.