

WEBINAIRE - ATELIER DEBUT DE MANDAT

Compte-rendu du 29 septembre 2020

SUJET :

Redynamiser mon territoire grâce aux quartiers culturels et au patrimoine

LES INTERVENANTS

- **Vincent GOLLAIN**, Directeur Département Economie à l'Institut Paris Région
vincent.gollain@institutparisregion.fr
- **Jean ABITEBOUL**, Maire de La Houssaye en Brie (77)
jeanabtbl@gmail.com / www.valbriard.eu

POINT PRINCIPAUX DES INTERVENTIONS

Introduction de M. Frédéric VALLETOUX, Maire de Fontainebleau (77)

M. Valletoux a remercié le président Stéphane Beaudet, les équipes et les intervenants pour avoir travaillé sur ce sujet très important, y compris pour les plus petites communes qui ont du patrimoine et de la culture à valoriser.

La période démontre que les français sont attachés à ce qui est leurs racines, au local, à la proximité. Ces tendances étaient déjà perçues avant la crise sanitaire. Aujourd'hui, on voyage moins dans le monde mais on a toujours besoin de sentir des racines fortes. On voit des mouvements en IDF où on quitte la grande ville et le cœur parisien car on veut aller vers des contextes plus apaisés avec un cadre de vie plus qualitatif et où il y a une notion de proximité avec le patrimoine qui est vecteur de sens. Au cœur de tout ça il y a les politiques touristiques, patrimoniales, culturelles. Les habitants portent un regard positif sur ces politiques.

Le voyage en France va peut-être devenir une tendance de fond au-delà de la contrainte de cet été. Les personnes veulent voir du patrimoine bâti mais aussi du patrimoine naturel comme on a pu le voir cet été, les gens ont redécouvert leur proximité. C'est porteur d'envie pour nous aussi élus de valoriser ce patrimoine-là.

Il y a aussi des politiques mises en place ces dernières années pour aider les communes à valoriser ce patrimoine : la Région Ile-de-France, la Fondation du Patrimoine qui apporte des solutions de fundraising et d'ingénierie au niveau notamment du « petit patrimoine », appelé aussi patrimoine courant. Il y a un certain nombre d'accompagnements que l'on peut trouver ; les politiques publiques permettent aujourd'hui d'avoir de vrais leviers. C'est notre responsabilité de prendre soin de ce qu'on hérite pour le transmettre à ceux qui nous suivent, et c'est pourquoi cet atelier arrive au bon moment car ce sont des politiques de long terme qui doivent commencer en début de mandat.

Présentation de Vincent GOLLAIN, Directeur département Economie à l'Institut Paris Région

A l'Institut Paris Région, lieu de production technique et d'expérimentations, on fait beaucoup de benchmarks et cela donne un panorama de ce qui a été fait. Ces sources d'inspirations sont

WEBINAIRE - ATELIER DEBUT DE MANDAT

Compte-rendu du 29 septembre 2020

disponibles sur le site internet : www.institutparisregion.fr. On voit un mouvement assez fort à l'étranger des quartiers culturels et créatifs.

On peut tirer de tout cela 5 grandes idées pour répondre à ce sujet en essayant de sortir de la logique de l'offre qui ne se focalise pas assez sur la demande, sur les publics.

- **Idée 1 : on ne peut pas attirer tout le monde.**

Même en Ile-de-France, car on a des publics qui ont des CSP différentes, des attentes différentes. La première question à se poser est : cette offre, que je veux mettre en avant, auprès de qui je vais la mettre en avant? D'un point de vue géographique, social, type d'activité... Par exemple les randonneurs ne sont pas tous les mêmes : ils n'ont pas les mêmes pratiques et donc ils n'ont pas les mêmes usages d'un lieu.

- **Idée 2 : S'intéresser aux moments de prise de décision.**

Il faut réfléchir au parcours de l'utilisateur : du moment où il réfléchit jusqu'au moment où il va sur le site et en repart. Ce parcours il est important de l'avoir en tête pour le travailler. Ce parcours a été désigné avec le Welcome City Lab : en 5 étapes :

- L'inspiration / l'exploration sur internet, qui amène à une liste de destination
- Phase de décision : on recherche un peu plus d'infos et on décide du lieu
- Préparation de la visite : réservations. Il peut y avoir une déception à cette étape et un changement de destination.
- L'expérience vécue, sur laquelle le marketing est important
- L'expérience mémorisée : si elle est forte, cela donne lieu à des « fans » du territoire qui viendront plus fréquemment.

Il faut se demander ce que je peux faire dans chacune de ces étapes. Ce travail est en ligne sur le site de l'Institut Paris Région : www.institutparisregion.fr. La méthode est assez simple.

Exemple de Auvers sur Oise

Travail sur la phase d'inspiration : on a regardé quelle était l'image de la destination. La première perception de la destination se fait sur Internet. C'est là où il faut faire rêver, susciter l'intérêt. La clé du succès, c'est la **mise en situation** des cibles. Il faut utiliser la projection individuelle. L'usage du digital va différer selon les publics. Mais il faut faire un investissement important sur le digital. C'est un investissement qui est important en termes de compréhension des outils, mais c'est un investissement très rentable in fine.

- **Idée 3 : Les prises de décision des visiteurs ne sont pas rationnelles**

Les perceptions sont importantes car les prises de décisions sont notamment émotives. Au-delà des aspirations, il faut notamment anticiper les craintes des publics : par exemple en IDF, celle de prendre les transports. Il faut donc mettre en avant les bénéfices que va procurer cette expérience. Attention, il ne faut pas partir du présupposé que tout le monde désire du culturel. Il faut sortir du champ purement culturel et patrimonial, et penser l'expérience globale, notamment se restaurer, dormir, avoir d'autres activités pour les enfants.

Exemple du profil des seniors actifs

Comment les faire venir ? Il s'agit d'un petit groupe d'amis, mobiles. Ils ne veulent pas subir les moments de foule, veulent une offre culturelle, mais aussi maîtriser les dépenses tout en pouvant se faire plaisir pour une activité précise. La définition de ce profil est basé sur des études de comportement.

WEBINAIRE - ATELIER DEBUT DE MANDAT

Compte-rendu du 29 septembre 2020

Une fois qu'on commence à qualifier ces comportements, on essaie de voir comment le territoire peut répondre en construisant une expérience par rapport à ces cibles.

- **Idée 4 : Un monument, un patrimoine n'est pas suffisant pour susciter la venue.**

Si on prend l'exemple du Château de Versailles, en temps normal il attire énormément de monde, mais les retombées sur le territoire ne sont pas si fortes en dehors du château sur le territoire. Le patrimoine ne suffit pas à être différenciant, ou alors les visiteurs vont juste venir visiter le monument et repartir sans rester sur le territoire. Il faut que les personnes aient une expérience plus large que celle du patrimoine. Il faut donc intensifier la destination.

Comme solution, il y a une théorie américaine inspirée de la France et de l'Italie qui s'appelle la **règle des 10 activités** : pour redynamiser un lieu à partir de l'expérience des utilisateurs. Ils n'ont pas changé le lieu, mais ils l'ont ré-éditorialisé. On va proposer plusieurs activités et lieux. Les usagers peuvent se projeter à partir du moment où il y a 10 activités. Cette technique est facile à utiliser pour marier le patrimoine avec l'espace public.

- **Idée 5 : s'affirmer comme une destination animée autour d'une identité perçue**

En conséquence de la théorie des 10 activités, on a considéré qu'il y avait 10 univers sur lesquels on pouvait travailler : univers sensoriel (plantes odorantes), le numérique avec des services particuliers, la nature, l'art, le fonctionnel, la capacité des lieux à pouvoir échanger pour les personnes, les mobilités actives, le sanitaire. On peut travailler l'expérience avec l'identité qu'on veut pour le lieu. Travailler l'identité permet de se distinguer des autres, s'affirmer comme une destination en soi.

Exemple du Quartier des musées à Rouen

C'est un quartier qui a une construction. Les musées se sont dit qu'il fallait travailler avec la ville, avec l'agglo, avec les entreprises, etc, dans le but d'aider l'utilisateur à comprendre ce qu'est le quartier des musées.

Pour cela on peut travailler sur 5 éléments : l'identité, le décor (travailler le design des bâtiments, repeindre, mettre des façades plus actives, charter le design des commerces...), les événements, les espaces ouverts, les services.

Exemple d'Enghien-les-Bains

L'IPR a réalisé des cartes pour identifier les polarités commerciales, artistiques, les hôtels, et pour regarder quels étaient les parcours en fonction de profils précis. La même destination parle à des publics différents et le territoire a des propositions différentes pour les différents profils.

Témoignage de Jean ABITEBOUL, Maire de la Houssaye en Brie (77)

Monsieur le Maire est également vice-président en charge de la culture et des innovations numériques auprès de la communauté de communes du Val Briard composées de communes rurales (jusqu'à 2500 hab) sans ville pilote plus importante, point primordial. L'approche marketing présentée par M. Gollain est très pertinente pour partir d'un constat empirique : trouver le cœur de cible pour être attractif.

WEBINAIRE - ATELIER DEBUT DE MANDAT

Compte-rendu du 29 septembre 2020

Dans ces façons d'être attractif, un élément important est la partie culturelle des territoires. Concernant le patrimoine, les visiteurs viennent souvent d'ailleurs, mais la question de la culture est une approche différente car elle fait partie de la qualité du cadre de vie pour les habitants. La communauté du Val Briard se distingue par une offre culturelle inégalée sur les autres territoires ruraux. La difficulté pour les communes rurales, c'est que la culture est mise de côté pour des raisons budgétaires. La culture n'est pas transférée dans la loi NOTRe donc tout dépend de la volonté des territoires de transférer cette compétence.

La pertinence d'un événement se mesure à l'aune de l'audience qu'elle reçoit. La difficulté est d'ancrer cette habitude, cette politique dans le territoire. Sur sa commune, ils ont réussi à recruter les bonnes personnes : 3 personnes dans la direction culturelle. Lorsqu'on parle de culture, il ne s'agit pas seulement d'animation mais d'attractivité du territoire, de notoriété, d'image du territoire. Tout cela, les collègues et homologues l'ont bien compris grâce à des actions simples qui ne coûtent pas si chères. L'ambition de départ était de permettre aux gens de pratiquer le théâtre et de se produire dans les villages. A l'époque en 2014, ils étaient 9 communes, et maintenant 21. D'année en année on s'est aperçu qu'il y avait un réel besoin. L'engouement faisant il y a eu de plus en plus de monde, et une vice-présidence à la culture a été créée. La politique culturelle a monté petit à petit pour atteindre un niveau qui n'est pas atteint ailleurs. Cette politique a mené à la création d'un lieu qui se veut devenir un pôle culturel régional, car il n'existe pas encore sur la région : salle de création de décor, de costumes, résidence d'artiste. Le budget a été voté, le chantier est en cours, la livraison est prévue pour 2022-2023.

Les salles de spectacle ont aujourd'hui des difficultés à attirer du public (sans parler du covid), malgré une programmation exceptionnelle. C'est pourquoi ils ont voulu changer la logique et apporter la culture au cœur même des villages. Ils produisent des spectacles de très grande qualité dans les villages qui se jouent aujourd'hui à guichet fermé. Ce lieu va se créer et pourra attirer des spectacles qui ne peuvent techniquement pas venir dans les communes du Val Briard pour l'instant.

C'est extrêmement important pour l'attractivité du territoire, sinon la culture n'est accessible qu'à Paris et coûte cher. Dans la communauté de communes du Val Briard, la place est à 10 euros quel que soit le spectacle.

Le Festival Bri'Art est le point d'orgue de la saison culturelle. Le festival attire beaucoup de monde : environ 15 000 entrées. C'est le plus long festival de théâtre, de musique, de danse, au monde puisqu'il dure 5 semaines. Là tout est gratuit, tous les spectacles, ateliers, master class. Tous les scolaires sont invités. Les transports sont pris en charge. Les chapiteaux changent de villages tous les ans.

L'année prochaine, le festival fêtera ses dix ans et aura lieu en mars-avril à Neufmoutiers en Brie.

Il y a un vrai engouement pour la culture. Il faut aller chercher les financements (département, région, DRAC, etc) mais paradoxalement, même si l'argent permet beaucoup de choses, il faut y aller en douceur, petit à petit, pour que les élus prennent conscience de l'importance de la politique culturelle.

WEBINAIRE - ATELIER DEBUT DE MANDAT

Compte-rendu du 29 septembre 2020

QUESTIONS/REPONSES

- ***Comment va-t-on chercher les visiteurs dans les communes ?***

Jean Abiteboul : Dans les territoires ruraux, les personnes sont habituées à avoir au moins un véhicule, donc ils viennent par leurs propres moyens. Pour les personnes sans mobilité ou dans les EPHAD, nous organisons un système de transports. On s'aperçoit ainsi que la culture crée des liens : les personnes organisent du covoiturage pour aller au théâtre et se retrouvent ensuite dans le train pour aller au travail sur Paris par exemple.

- ***Question de Jean Abiteboul à M. Gollain : vous avez développé une démarche tout à fait pertinente, ceci dit je regrette toujours que l'angle de l'attractivité se fasse bien souvent par les cœurs de ville dans grandes communes, il y a aussi des communes qui sont dans l'attente de ces politiques (politiques qui existent à la région, au département), mais ces politiques sont souvent orientées sur les villes. Les émissions sur la culture en IDF sont souvent dédiées uniquement à Paris, on ne parle pas de ce qui se fait dans les petites communes. Il y a de la vie et des initiatives dans les territoires qui sont extrêmement intéressantes. Les communes rurales sont totalement ignorées, il y a un déficit d'images, et il faut que les personnes qui y réfléchissent viennent voir. Vous êtes invités à venir voir, même si vous n'êtes pas responsables du tout de cette situation.***

Vincent Gollain : Merci pour l'invitation, je viendrai. Ma présentation était très tournée vers l'attractivité extérieure c'est vrai. Mais les exécutifs nous ont demandé depuis plusieurs années de mettre l'accent sur la grande couronne dans nos travaux d'observation et d'accompagnement, pour ne pas avoir trop de tropisme. Beaucoup d'efforts en moyens humains et financiers ont été faits là-dessus. On ne connaît pas encore toute la richesse des territoires, mais mes collègues qui travaillent sur la culture avaient identifié vos initiatives. Le deuxième point, et vous avez eu raison de le souligner, c'est vrai qu'il y a deux sujets dans la politique culturelle d'une commune : il y a en effet un sujet d'attractivité, un sujet identitaire, mais en effet c'est aussi un sujet très important pour les habitants. Ce sont avant tout une cible importante, parce que dans beaucoup de lieux d'Ile-de-France la mobilité est forte pour le travail mais pas pour les activités culturelles, et cela permet de recréer du lien social. C'est aussi un bon moyen d'ancrer les nouveaux habitants et faire société à l'échelle locale. Par exemple, la ferme du Buisson, pas très loin de du Val Briard, est un équipement majeur qui a pour objectif de faire corps avec son territoire, et non pas d'attirer des parisiens. C'est un bel exemple. Il y a beaucoup à faire en effet sur la région Ile-de-France pour valoriser et faire connaître toutes les initiatives.

- ***Comment développer la culture dans les territoires urbains de petites villes, dans les quartiers un peu éloignés des cœurs de ville où ces populations ne se déplacent pas ?***

Jean Abiteboul : Effectivement, c'est un problème qui est général, pas uniquement dans les cœurs de ville. Cette question se pose à tous les gestionnaires, à tous les acteurs publics : comment attirer le public dans les salles ? Sans avoir la réponse, je dirais simplement ce que nous avons fait, mais je serai incapable de dire si ça s'applique sur d'autres territoires. J'ai le sentiment profond que mettre des affiches et faire du tractage ne suffit pas. Nous sommes bien conscients de cette problématique pour le lieu que nous allons créer, c'est la raison pour

WEBINAIRE - ATELIER DEBUT DE MANDAT

Compte-rendu du 29 septembre 2020

laquelle nous allons continuer à aller dans les villages pour aller susciter cette envie. Il faut aller chercher les gens quasiment chez eux, c'est paradoxal, c'est un travail de fond surtout en territoire urbain. Mais avoir dans un premier temps une action locale au niveau d'un quartier, et petit à petit les amener vers la salle du spectacle pourrait être la bonne approche car les gens ont du mal à se déplacer. Et puis la culture fait peur, surtout lorsqu'on n'a pas cette habitude-là, on pense que la culture est faite pour des gens « intelligents ». Ce sentiment est dramatique parce qu'il ferme la porte à des enfants qui pourraient trouver une évasion, voire une vocation. On fait du théâtre à domicile gratuitement. Petit à petit, cela les attire dans les salles. C'est le bouche-à-oreille qui fait qu'aujourd'hui on joue à guichets fermés. Parce qu'on n'arrive plus à communiquer, il y a trop de communication donc il faut décaler la communication. Il faut que les politiques culturelles soient beaucoup plus orientées « quartier », « local ». Et après quelques années, cela débouchera sur des gens dans les salles de théâtre.

Vincent Gollain : je souscris à tout ce que vous avez dit. Dans la ligne du théâtre à domicile, il y a même des techniques pour pousser les habitants à faire du théâtre et à aller ensuite jouer chez leurs amis, etc, jusqu'à créer des fans du domaine. Pour les lieux, il y a la question de l'hybridation. Je pense que vous avez raison de dire que la culture fait peur, et donc on ne veut pas aller dans un lieu où on risque d'être mis à mal. L'hybridation des lieux ou des événements permet de sortir d'un événement purement culturel et on peut se dire qu'on participe à un événement pour son village, pour son bourg. Dans cet événement il y a de la culture, mais aussi de la sociabilité, et des tas d'autres choses. Pour les lieux, on observe que les bâtiments culturels vont être de plus en plus hybrides, se transformer en tiers lieux et devenir un lieu de socialisation finalement. Cela permet aussi d'amener différents publics et la culture va jouer un rôle identitaire.

Concernant les publics extérieurs, il faut regarder les points d'entrée extérieurs quand un lieu ne fait pas destination. Ce lieu là on peut l'hybrider un petit peu : c'est un peu la stratégie de la ferme du Buisson ou bien dans l'urbanisme temporaire. On crée ainsi une destination qui va parler au plus grand nombre. Cela permet à ceux qui n'étaient pas venus pour ça d'être en contact avec la culture. On va éditorialiser aussi les parcours qui peuvent se faire dans ce lieu, cf. la règle des 10. Ce qui est vraiment important c'est de s'intéresser aux cheminements, se mettre dans la peau des différents publics. N'oublions pas la question de l'utilisation de la langue : on peut par exemple davantage utiliser les pictogrammes pour ceux qui ont du mal à parler français. Il faut être davantage dans la communication visuelle pour s'adapter à la société qui est plus dans l'image et le visuel. N'oublions pas non plus les personnes à mobilité réduite qui peuvent être gênées, parfois c'est un vrai scandale. Donc il faut aussi penser à ces parcours là (stationnement, accès aux toilettes). C'est ce qu'on appelle la mise en accessibilité ou la mise en convivialité du territoire.

- ***Témoignage : Bravo Mr ABITEBOUL, je vous rejoins. J'ai grandi au Val fourrée à Mantes la jolie. Vous avez raison la culture ça fait peur et comme vous le dites elle n'est réservée uniquement aux gens intelligents. A mon sens la culture commence dès l'école, je pense vraiment plus tôt les jeunes auront accès à différentes formes de cultures (théâtre, livre, dessins, activités manuelles, sportives...), plus tôt les jeunes s'intéresseront réellement à la culture. L'éducation nationale devrait vraiment réfléchir à investir des après-midis culturelles pour les enfants, les jeunes, les ados....***
- ***Témoignage : M. Fournier, adjoint délégué à la culture, au patrimoine et au développement durable à la commune du Tremblay sur Mauldre (78), commune de***

WEBINAIRE - ATELIER DEBUT DE MANDAT

Compte-rendu du 29 septembre 2020

930 habitants, et par ailleurs élu président de la commission Patrimoine et Culture du Parc Naturel de la Haute Vallée de Chevreuse. Je rejoins et suis très heureux de découvrir avec M. Abiteboul qu'une communauté de communes a pu s'emparer à bras le corps de la culture comme vous avez pu le faire depuis quelques années. Sur le parc naturel, avec le travail mené par les chargés de mission et le travail en tant que responsable d'un lieu à Saint Quentin en Yvelines, c'est l'occasion de toucher au plus près un territoire. Je trouve que le problème derrière c'est l'argent, c'est-à-dire comment financer tout ça ? Bien sûr il y a la DRAC, il y a la Région, il y a le département dans la mesure où il se sent concerné. Bien sûr il y a énormément de partenariats possibles mais les élus se sentent particulièrement démunis parce qu'ils ne connaissent pas les cheminements possibles. On a de la chance à Tremblay sur Mauldre d'être à la fois chargés de patrimoine et chargés de culture (château où ont résidé de nombreux artistes) ; c'est en s'appuyant sur cette richesse, en s'appuyant sur le partenariat avec le PNR qu'on va réussir à faire des choses. Je conseillerai aux élus d'aller voir au plus près ce qui se passe dans leurs communes ; il y a des histoires partout, dans chaque commune. Il faut aller chercher tout ça et parler de ces histoires (un film a été réalisé sur l'histoire du Tremblay avec les habitants). Le parc naturel a mis en place des balades culturelles, par exemple le dimanche 11 octobre dans 5 villages de l'Essonne pour découvrir des territoires à travers des prestations théâtrales. Et c'est complet. C'était très intéressant d'avoir cette visioconférence en début de mandat, et il serait intéressant de refaire un point avec les participants dans un an. Concernant la pratique artistique, il faut être prudent sur le lien entre activité artistique et activité culturelle. Je ne pense pas que c'est parce qu'on fait de la musique qu'on va aller écouter tous les concerts dans la commune. On pratique aussi les concerts à domicile.

Clémence LEGRAND : L'AMIF a une commission Culture et Patrimoine qui se réunira 5 fois dans l'année et qui pourra être le lieu de faire un bilan au bout d'un an, et d'échanger au fur et à mesure sur ses retours d'expérience. Les séances de commissions sont ouvertes à tous les élus, à leurs équipes et aux AMIF Partenaires. Pour retrouver l'agenda des commissions : rendez-vous sur www.amif.asso.fr

- ***Avez-vous de l'expérience sur des balades touristiques (culturelles) mises en place par les villes ?***

Jean ABITEBOUL : Les balades culturelles sont tout à fait intéressantes, nous organisons nous des balades sur le territoire pour tout le monde, avec des interventions d'artistes tout au long du parcours sur une randonnée vers un lieu patrimonial par exemple. Place à l'imagination, il ne faut pas hésiter à imaginer.

Concernant les propos de M. Fournier sur les moyens, effectivement la culture demande des moyens. Mais avant de demander des moyens pécuriaires, cela demande des moyens humains. La difficulté identifiée, avec Act'Art, association à l'échelle départementale sur la question culturelle, était la problématique des moyens humains, c'est-à-dire les personnes qui allaient s'emparer de la question culturelle et l'imposer au sein des conseils municipaux ou communautaires dans les débats. Aujourd'hui, on cherche à associer les villages, les associations car on ne fait pas à leur place mais on apporte un complément, y compris en moyen humain. Mais ce qui nous manque ce sont les personnes en local. Il doit y avoir des

WEBINAIRE - ATELIER DEBUT DE MANDAT

Compte-rendu du 29 septembre 2020

personnes relais et des personnes ressources au-delà des financements. Le financement est primordial mais j'ai le sentiment qu'aujourd'hui les politiques se portent sur la culture. D'autant plus que la crise que nous traversons fait apparaître le besoin primordial de rencontres, de liens, de contacts physiques. Les gens ont un besoin vital de se croiser physiquement, et ce même si on développe les moyens de communication modernes. La culture est le moyen de recréer tout ça, pour que les personnes se retrouvent dans un lieu et partagent une expérience commune.

Si des personnes s'emparent de la question, les financements suivront. Petits à petits, les territoires ruraux sont de plus en plus considérés dans les politiques culturelles. On a démontré que c'était pertinent et que les habitants étaient demandeurs. Il faut aller chercher les budgets, chercher les subventions, et à mon sens il pourrait y avoir un écho favorable.

- ***Comment faire pour inciter les Communautés de Commune à intégrer la culture dans leurs compétences ? Quels leviers ?***

Jean ABITEBOUL : La culture n'est ni une compétence obligatoire, ni une compétence facultative au terme de la loi. C'est une vraie difficulté parce qu'on sait que la culture n'est pas prioritaire en termes de budgets. Il faut commencer par des petites actions qui vont prendre de l'importance avec le temps. Petit à petit, les choses s'installent dans l'esprit des élus lorsqu'ils s'aperçoivent qu'il y a du monde qui vient aux spectacles, que ça répond à un besoin. Il faut leur faire comprendre que c'est au cœur de leurs missions de répondre à ce besoin. Il ne faut pas négliger la nourriture de l'esprit qui permet aux gens de vivre sur un territoire et fait que ce territoire est attractif. Il n'y a pas de solutions miracles, mais à mon sens, tout part du local pour aller vers le global et non l'inverse. Les élus communautaires ne vont pas prendre en charge le sujet si ça ne vient pas du terrain.

Vincent GOLLAIN : On peut rajouter que l'enjeu ce n'est pas la culture pour la culture, mais c'est l'apport de la culture à l'animation du territoire. C'est ça que veulent les citoyens : de l'animation, des activités. Cette approche est un moyen de problématiser différemment les choses et montre la valeur ajoutée de la culture. Pour les citoyens, l'important n'est pas tant la culture, mais le fait qu'il se passe quelque chose sur leur territoire, qu'ils se sentent impliqués, que ça les touche, etc.

Pour rebondir sur les balades urbaines, en travaillant avec des artistes, le retour des artistes est qu'ils ont des projets, qu'ils montent des choses mais leur problématique est d'en vivre. Certains ont du mal à travailler avec les collectivités dans une logique gagnant-gagnant y compris business. Les parcours culturels doivent bien sûr animer la commune mais aussi permettre de faire venir une clientèle pour les artistes. Cette problématique-là apparaît parfois difficilement alors qu'elle est nécessaire et vitale. On n'est pas obligé de rechercher uniquement des financements publics, on peut avoir une approche plus hybride.

- ***Y a t il des associations identiques à Act'Art dans d'autres départements de la région IDF ? Se déplacent ils sur d'autres départements ?***

Vincent GOLLAIN : ART3000 des frères Aziosmanoff. Ils ont été très impliqués dans création et animation du Cube à Issy les Moulineaux. Réseau national et international.

Jean ABITEBOUL : Act'Art travaille localement. Son orientation a d'ailleurs changé dernièrement : au début ils produisaient des spectacles qui se produisaient dans les villages. On

WEBINAIRE - ATELIER DEBUT DE MANDAT

Compte-rendu du 29 septembre 2020

s'est aperçu qu'on avait du mal à aller chercher de nouveaux publics, c'était toujours les mêmes qui venaient. Mais l'idée était de permettre au plus grand nombre d'accéder à la culture. Ce n'était pas le prix du billet le frein, mais plutôt la communication. Act'Art travaille maintenant à aller susciter l'envie, susciter le besoin. Act'Art met en place des résidences d'artistes, en lien avec les élus. Aujourd'hui ce ne sont plus les élus qui sollicitent, mais c'est Act'Art qui va vers les élus pour mettre en place ces résidences. Et à partir de là, cela se fait avec les habitants. Il y a un cahier des charges pour les résidents, parce qu'on manque de moyens humains.

Pour rebondir sur les lieux hybrides mentionnés par M. Gollain, je suis en train d'en créer un sur ma commune en réunissant deux bibliothèques, avec un club d'aquariophilie, avec un fab-lab, avec un café. Un lieu qui va attirer différents publics avec pour objectif d'attirer notamment les jeunes vers la lecture. Cette expérience existe déjà et s'appelle la Coop dans un village de Seine-et-Marne : il y a aussi des services publics qui se sont mis dans ce lieu.