

La question des publics est-elle aujourd'hui autrement abordée que sous l'angle de la fréquentation des équipements culturels, du pourcentage de remplissage des salles ou des performances de billetteries ? Voir des grilles d'objectifs imposées aux directeurs de projets... et aux équipes de relations publiques ?!

Pour tenter de conjurer les résultats d'enquêtes sociologiques sur les « pratiques culturelles » qui obstinément confirment la permanence de fortes inégalités sociales dans l'accès à l'art et la culture, redoublée d'une forte stratification sociale (les plus diplômés, les plus aisés y ont un accès sensiblement « réservé »), les précautions méthodologiques et les perspectives critiques des plus éminents spécialistes⁽¹⁾ ne suffisent manifestement pas : « l'échec de la démocratisation culturelle » convient aux plus superficiels, aux plus cyniques, aux plus populistes... Justifiant ainsi, dans une relative indifférence, la crise des politiques publiques. (...)

Pourtant, tout le monde en conviendra, la société française a connu, en trente ans, de profonds bouleversements structurels : démocratisation scolaire, accès incomparablement facilités à toutes les industries culturelles (surtout CD, DVD, cinéma...) et aux médias, développement spectaculaire des pratiques audiovisuelles et aujourd'hui numériques, et bien sûr aussi pléthore de nouvelles offres institutionnelles souvent fortement plébiscitées (festivals, événements, musées, grandes fêtes culturelles, découverte du patrimoine...). (...)

Public, cher public...

La mesure du changement fait défaut. Simplement.

P.B.

Prendre le temps de mesurer les bouleversements qu'imposent les nouvelles pratiques culturelles, rapporter les pratiques des équipes professionnelles pour accompagner ces changements, rapporter leurs questions, leurs expériences, leurs essais, leurs réussites. En interrogeant ces bouleversements, nous construisons une expérience sur la production de "nouvelles communautés" et proposons une expertise originale sur les enjeux d'une communication interactive innovante en direction des milieux culturels.

(1) *Regards croisés sur les pratiques culturelles*, sous la dir. d'Olivier Donnat ; éd. par le ministère de la Culture et de la Communication. Paris : La Documentation française, 2003.

NOTRE OFFRE

Depuis 6 années, notre équipe accompagne la communication de 30 équipes culturelles. Elle a en outre produit et développé trois événements à destination des publics. Nous pouvons, avec vous, mener une étude sur votre communication, analyser la nature de vos contacts, des cibles et des potentiels de chacune de vos propositions.

En fonction des résultats obtenus, nous proposons des routines et des méthodes de travail adaptées à vos moyens et ressources humaines, en vue de rendre votre outil de communication plus performant, et de concrètement répondre aux besoins que nous aurons pu vous aider à identifier.

TARIFS
Nous consulter