

# du bon usage des dispositifs

**JEAN-MICHEL LUCAS**

directeur régional des  
affaires culturelles d'aquitaine  
1992/1998

**L**es acteurs des musiques amplifiées découvrent progressivement les dispositifs d'aides publiques, mais ont parfois quelques difficultés à se repérer dans le dédale des procédures existantes.

Le réflexe est souvent celui de s'adresser aux guichets culturels des pouvoirs publics.

Le parcours est déjà complexe, puisque les communes, les regroupements de communes, les départements, les régions, et les Drac sont susceptibles d'être des interlocuteurs, sans compter les services chargés de la jeunesse et des sports qui ont montré fréquemment leur intérêt pour des projets artistiques liés aux musiques amplifiées.

La première difficulté tient au fait que chaque interlocuteur a sa vision des musiques amplifiées, qui peut varier d'un extrême à l'autre, du franc soutien à l'hostilité déclarée.

La seconde difficulté est certainement que les services concernés acceptent de moins en moins d'être pris pour des guichets, distributeurs de subventions.

L'état d'esprit est plutôt celui du partenariat. Cette attitude n'est pas homogène, mais elle a tendance à se répandre de plus en plus.

Cela signifie que l'interlocuteur public établit des priorités, définit des programmes d'actions et souhaite que les porteurs de projets contribuent à la mise en œuvre de ces priorités en contrepartie de l'aide accordée.

Dans le meilleur des cas, l'heure est donc à la négociation.

Autrement dit, il n'y a pas de guides de la subvention, de recettes toutes faites pour obtenir des subventions des uns et des autres. Il y a d'abord le contact personnel, le dialogue, l'échange de perspectives, pour mieux concilier le projet artistique et les priorités particulières de chacun des partenaires publics.

Ceux qui ont essayé cette voie savent qu'il est alors préférable de spécialiser un membre de l'équipe dans le contact régulier avec les services des collectivités et de l'État, car le chemin est long, aride et sinueux.

Le premier conseil que l'on peut donner est de se garantir contre tout problème dans le fonctionnement réglementaire de la structure. Inutile d'aller voir les pouvoirs publics si l'association porteuse du projet a d'énormes déficits ou pire, si son conseil d'administration est purement fictif, etc.

Le second conseil est de déterminer, sous forme d'un document adopté par le conseil d'administration, le projet

artistique du directeur de la structure. C'est un peu quitte ou double, mais il ne sert pas dans le moyen terme de se présenter comme des défenseurs de la chanson française de variétés si le projet artistique est de soutenir des groupes éloignés du conformisme ambiant !!!

Le porteur de projet doit pouvoir assumer ses choix et revendiquer leur importance, sans compromis sur l'artistique.

Par contre, un projet culturel doit être associé au projet artistique. Le projet culturel décrit de fait l'impact attendu du projet artistique. Il indique le type d'actions que l'association est disposée à organiser en direction de populations ciblées : ateliers en milieu scolaire, formation d'amateurs, présence dans les centres sociaux des quartiers, organisation de concert avec des jeunes du milieu rural, etc.

Le projet culturel est fait pour ouvrir la voie à des actions susceptibles de s'inscrire dans les priorités du partenaire public et d'être alors négociées avec lui, en veillant, bien entendu, à ne pas faire de propositions qui heurteraient la déontologie de ladite association et lui ferait perdre le sens du projet artistique.

Le conseil est ici d'afficher des intentions, de tracer des perspectives plutôt que de présenter immédiatement des projets déjà bouclés.

Le partenaire public exigera certainement des preuves pratiques, montrant la capacité réelle du porteur de projet à réaliser concrètement les intentions affichées. Il est d'ailleurs probable qu'au départ, l'interlocuteur public sera prudent et qu'il ne s'engagera que sur des opérations tests.

De ce point de vue, il est souhaitable de commencer les négociations en indiquant les autres partenaires publics qui font déjà confiance à la structure. Le collègue ou le lycée voisin de la structure qui peut témoigner du sérieux d'une collaboration antérieure est, par exemple, un bon allié pour ouvrir la discussion avec confiance.

Car l'essentiel dans la négociation est là, dans la confiance et la meilleure manière de l'établir.

De ce point de vue, il n'est pas inutile de rappeler une dernière évidence: ne jamais aller voir un interlocuteur public sans avoir pris les renseignements suffisants sur les priorités de sa politique. Inutile de plaider son dossier si on ne sait pas ce qui intéresse celui auquel on s'adresse.

Pour ceux qui acceptent de s'inscrire dans cet état d'esprit où le dialogue s'accompagne d'engagements réciproques, les dispositifs d'aides publiques peuvent alors s'élargir.

# d'aides publiques

On constate, en effet, de plus en plus que de nombreux secteurs de l'action publique tirent un bilan positif de leur partenariat avec les structures de musiques amplifiées.

Les exemples deviennent significatifs en matière d'interventions impliquant les services de l'éducation, de la prévention, de l'intégration, de l'environnement, du développement rural, de l'animation de la ville et de ses quartiers, de l'action internationale.

Dans un système décentralisé comme la France, les opportunités ne manquent pas et il reste bien délicat d'en faire une liste exhaustive.

A priori, l'intérêt des interlocuteurs publics chargés de ces politiques ne porte pas explicitement sur le domaine culturel et encore moins sur les musiques amplifiées. Par contre, il est fréquemment possible de montrer que les politiques conduites par le partenaire public gagneraient à prendre en compte les musiques amplifiées compte tenu de leur impact sur les populations concernées.

Il est bon de ce point de vue de faire un peu de pédagogie et de prendre des exemples d'actions réalisées avec succès par des structures identiques.

Cet aspect du problème est essentiel car les musiques amplifiées ne font pas l'unanimité. Votre interlocuteur même si il est bien disposé aura probablement lui-même à justifier auprès de sa hiérarchie, son intérêt pour une négociation avec votre structure. Il est nécessaire qu'il dispose de références, de précédents réalisés ailleurs, pour mieux défendre sa position par rapport aux réactions réservées sinon hostiles qu'il rencontrera au sein même de son institution.

Bien évidemment, ces exercices pratiques de négociations en milieu méfiant sont déconseillés aux impatientes.

Pourtant, il faut en parler car de nouvelles pistes pourraient être ouvertes dans les mois qui suivent.

Ne faisons pas dans l'illusion.

Il faut d'abord que les structures de musiques amplifiées soient en situation de devenir opérateurs de politiques publiques (cf. le texte sur la rencontre partenariale).

Il s'impose ainsi qu'elles se pensent elles-mêmes comme des pôles de ressources culturelles, sans se limiter par exemple à faire de la diffusion de concerts dans un seul lieu.

Sous ces conditions, il peut être intéressant de suivre avec attention les négociations entre l'État et les régions concernant le contrat de plan.

Deux aspects sont à retenir :

1) La circulaire de la ministre chargée de l'aménagement du territoire précise que les projets prioritaires à retenir dans les contrats État-Région devront contribuer au développement durable et répondre particulièrement dans le domaine culturel "aux besoins de proximité des habitants".

La circulaire insiste aussi sur les projets qui contribueront à renforcer la cohésion territoriale et l'intégration des populations.

A priori, il n'est pas inconcevable qu'une structure de musiques amplifiées solidement constituée et revendiquant une mission de pôle de ressources puisse prétendre développer des actions répondant à ces objectifs.

Plus concrètement, les préfets ont à établir un document appelé "stratégie de l'État en région" qui indique la manière dont les grandes orientations précédentes seront traduites dans chacune des régions.

Si, par exemple, le document "stratégie de l'État en région" mentionne l'idée que "l'État veillera à soutenir les projets structurants visant à répondre aux attentes des habitants, en particulier des jeunes, dans les quartiers défavorisés" vous pouvez ouvrir l'œil et vous préparer à négocier. De même, si le document évoque les soutiens possibles "aux pôles culturels qui contribuent au rayonnement européen de la région", vous pouvez aussi commencer à prendre date.

A retenir particulièrement le principe de lier le contrat de plan à des contrats avec des agglomérations et des "pays". Le rôle des élus locaux n'est donc pas à négliger; ils auront dans les agglomérations et dans les "pays" leur mot à dire pour proposer et défendre des projets qui s'inscriront dans une politique locale globale.

Par ailleurs, chaque président de région prépare son document d'orientation pour la négociation avec le préfet, qui se déroulera, semble-t-il, entre novembre et juin.

A vous de vérifier ce que contiennent ces documents par rapport à vos activités présentes et futures. Pas de naïveté. À ce stade, vous ne trouverez probablement rien qui vous concerne directement dans ces textes d'orientation.

Néanmoins, en faire une lecture attentive vous conduira à contacter vos élus de proximité pour en discuter et réfléchir aux propositions que vous pourriez faire ensemble dans le cadre des objectifs énoncés.

2) Si la négociation sur le contrat de plan est importante, c'est qu'elle doit inclure pour la première fois une dimension culturelle significative.

En effet, la loi sur l'aménagement du territoire doit conduire à mettre en œuvre un schéma des services collectifs culturels dans chaque région.

Le texte de référence figure en annexe des délibérations du Comité interministériel de l'aménagement et du développement du territoire (CIADT du 15 décembre 1997).

Les lignes directrices des schémas de services collectifs culturels y sont tracées.

Elles rappellent d'abord que "l'accès aux biens, aux services, aux pratiques culturelles et artistiques pour toute personne vivant sur le territoire de notre pays constitue un principe fondamental de citoyenneté et d'intégration".

Elles précisent que "des territoires d'intervention prioritaire seront notamment identifiés afin de concentrer les efforts et les moyens publics sur la réduction des inégalités et des déséquilibres constatés tant à l'échelle nationale qu'à l'échelle régionale ou locale".

Elles comprennent aussi l'idée de "pôles de compétences culturelles de rayonnement national ou international, basés sur des spécificités ou des vocations à renforcer, dans la région.

Elles visent, de surcroît, à "organiser la cohérence de l'offre culturelle en veillant aux zones faiblement pourvues" et "à renforcer les complémentarités entre les structures".

Il est aussi dit que "l'action culturelle doit s'exercer localement en liaison avec les politiques sociales, éducatives, économiques".

Pour qui sait lire, ces quelques orientations ouvrent d'importantes voies de négociations qui convergent avec les intentions du ministère de la culture de favoriser les pôles de ressources culturelles.

Vérifier surtout si votre rayon d'action relève de territoires prioritaires et si votre équipe a résolument l'intention de s'engager dans des projets contractualisés avec des partenaires publics, en direction des populations les plus concernées par les objectifs de ces textes.

Evidemment si vous restez obstinément attaché à limiter votre action à la diffusion pour votre public habituel, il y a fort à parier que le contrat de plan n'est pas pour vous.

Par contre, si votre ambition est plus large, soyez attentifs et interrogez les élus locaux sur l'évolution des négociations sur les projets et programmes qui seront retenus dans le cadre du contrat de plan.

Rien n'est joué pour autant. Disons simplement que la période qui s'ouvre n'a jamais été aussi propice, pour ceux qui sauront comprendre et respecter les règles de ces jeux institutionnels, souvent complexes, mais jamais désespérants ■