

SYNTHESE DE LA FORMATION ACTION CULTURE JEUNESSE

Fontenay-sous-Bois, 2024-2025 : mieux se connaître pour mieux travailler ensemble.



La direction des affaires culturelles et le service jeunesse de la ville de Fontenay-sous-Bois ont analysé mutuellement leurs besoins et ont choisi de mener une formation-action sur l'année scolaire 2024-2025, facilitée par le consultant Benoît Labourdette. Cela afin de contribuer à plus de liens entre les équipes, à fonder et poser des jalons pour une culture commune, notamment sur la création, sur la compréhension de la jeunesse, de son fonctionnement, de ses besoins, de ses pratiques, notamment numériques. L'objectif est d'œuvrer à co-construire d'une manière renouvelée, avec une meilleure synergie dans la relation à la jeunesse et aux projets qui lui sont proposés par la ville de Fontenay-sous-Bois. Cela vise à œuvrer plus en profondeur dans le sens des valeurs du service public, au bénéfice des jeunes et dans le respect des droits culturels.

Cette action s'est incarnée lors de cinq séances de co-construction thématique, toutes préparées conjointement entre le service jeunesse et le service culturel avec Benoît Labourdette. Cela afin de pouvoir, au fur et à mesure, adapter les contenus de travail proposés ainsi que les méthodes d'activation de l'intelligence collective. L'objectif est de construire des liens de confiance et des liens concrets et pérennes au bénéfice d'un travail en meilleure synergie sur le long terme.

C'est pour cette raison-là que ce projet a été qualifié de « formation-action ». C'est par des actions communes que les sujets de fond ont été abordés de façon profonde, informée, partagée dans l'enrichissement mutuel des compétences des uns et des autres. Mais toujours ancré dans la réalité, en conscience des opportunités et des freins, des cultures, des problématiques d'accueil, de la manière de mener des projets, de communiquer, de transmettre et de donner de la valeur à ce qui se partage. L'objectif est toujours de favoriser l'émancipation des jeunes citoyennes et citoyens de Fontenay-sous-Bois dans le respect de leurs identités, de leur diversité, de leurs cultures singulières et dans l'ouverture à l'enrichissement mutuel dans tous les contextes opérés par les agents des services culture et jeunesse de Fontenay-sous-Bois, et cela en lien évidemment avec les élu·es, les agents des autres services, les partenaires associatifs et privés de la ville, le territoire lui-même, le vivant, et les citoyens en général.

Le fait d'expérimenter, comme en un creuset, des modalités d'interconnaissance, de coopérations différentes, le fait de choisir de travailler un peu autrement, de se risquer à être enrichi par l'autre est sans doute une énergie qui peut infuser et nourrir les manières de faire avec la jeunesse.

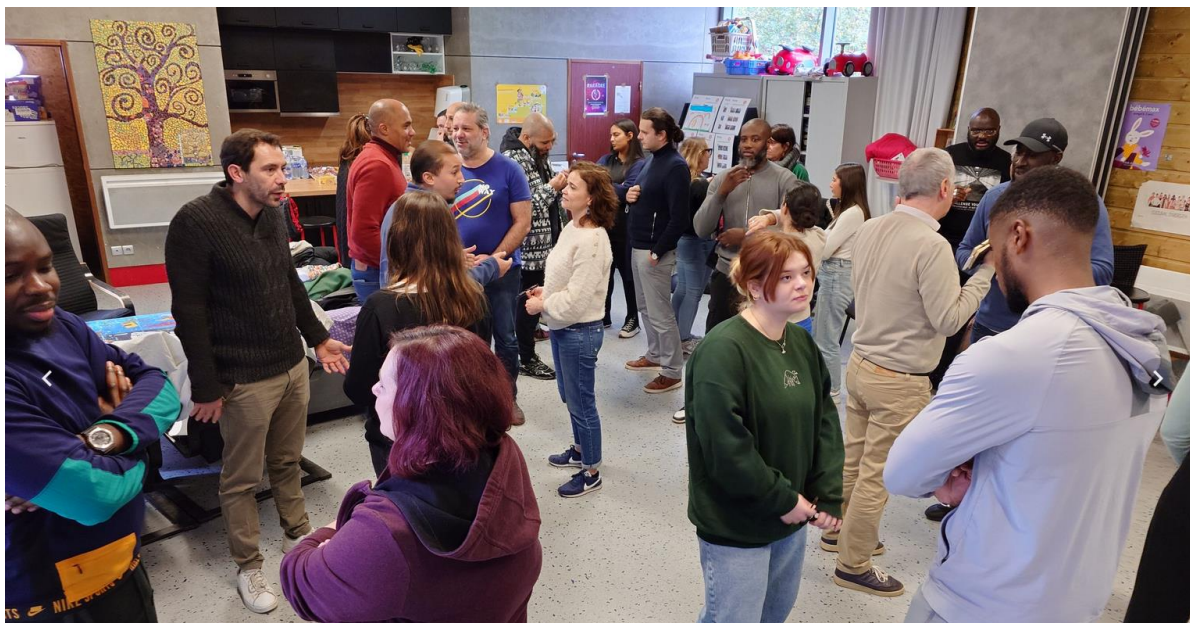
Chacune des séances de travail a commencé par la présence d'une bibliothèque mobile de livres consacrés à la culture et à la jeunesse afin que puissent être partagés et consultés des références sociologique, psychanalytique, pédagogique et au sujet des politiques culturelles et des politiques jeunesse, ainsi que des droits culturels.

Table des matières

– Séance 1 –	4
Qu'est-ce que la jeunesse ? Qu'est-ce que la culture ?	4
Objectifs de la première réunion	5
Introduction de l'élue à la culture	5
Introduction de l'élue à la jeunesse	5
Introduction du DGA	6
Introduction de Benoît Labourdette	6
Assis-debout	7
Échanges en binômes	7
« Culture et jeunesse : vers des projets et collaborations plus efficaces »	9
Atelier cartographie	18
– Séance 2 –	25
L'accueil	25
Programme de la séance	25
Atelier 1 – On s'accueille	26
Atelier 2 – Groupes thématiques (échanges structurés et partage d'expériences)	29
Restitution	32
– Séance 3 –	43
Le projet	43
Objectif de la séance	43
Méthode de travail	43
Guide des méthodes d'enquête auprès des jeunes	44
Guide de ressources pour monter des projets avec les jeunes	49
Exemples de projets	53
– Séance 4 –	57
La communication	57
Objectifs de la séance	57
Programme de la séance	57
Stratégie de communication et jeunesse : introduction par Benoît Labourdette	58
Synthèse de l'échange collectif sur le sujet de la communication	60
Stratégies de communication	63
Projets communs	66
Supports de communication	68
Implication des jeunes	71
.....	72
– Séance 5 –	73
Pédagogie de la gratuité	73
Objectif de la séance	73
Programme de la séance	73
La valeur des pratiques culturelles pour les jeunes	74
Récit des échanges	76
Synthèse des échanges	77
Annexes	80
Bibliographie	80
Tous les dessins de la première carte	83

– SEANCE 1 –

QU'EST-CE QUE LA JEUNESSE ? QU'EST-CE QUE LA CULTURE ?



Cette première réunion a été construite en quatre moments :

- Les élus, culture et jeunesse, le directeur général adjoint des services, la directrice des affaires culturelles et le responsable du service jeunesse municipal, ont introduit ce cycle de rencontres, afin de situer cette formation-action dans le cadre du projet politique et citoyen soutenu par la municipalité.
- Un deuxième moment d'intelligence collective où, par binômes successifs et différents, les agents des services culture et des services jeunesse ont partagé un à un leurs définitions respectives de la culture et de la jeunesse, afin de partager les points de vue de façon riche, personnelle, et de recevoir la vision des autres sur ces sujets. Ce fut une manière d'éprouver très rapidement dès la première séance, la vision de l'autre et de s'en enrichir. Le travail individuel permet vraiment cela.
- Un troisième moment, une conférence de Benoît Labourdette, spécialiste des politiques culturelles jeunesse et pédagogue, par ailleurs facilitateur de l'ensemble de la démarche, pour poser des bases dans la relation à la jeunesse sur le territoire.
- Et enfin, dans un dernier temps, avant un déjeuner convivial en commun, l'ensemble des agents se sont mis en cercle et ont fabriqué de façon graphique avec des feutres sur des feuilles de papier tous les lieux concernant la jeunesse et la culture dans la ville de Fontenay-sous-Bois afin de créer au sol une cartographie collective qui a été un support de dialogue qui a fait commun entre toutes les personnes assises autour pour débattre et définir, éprouver les visions de ce que sont la jeunesse et la culture. Et ce de façon complètement ancrée dans le territoire de Fontenay-sous-Bois, pas du tout d'une manière théorique, mais d'une manière pratique. Dans cette cartographie, s'est révélée une frontière géographique et sociale et culturelle qui existe dans la ville de Fontenay-sous-Bois et qui, de façon absolument naturelle, s'est dessinée au sol. Ce qui s'est discuté dans les échanges, sachant que nous relatons ici au mieux ce qui s'est dit, mais n'oublions jamais justement que c'est une formation-action et que l'essentiel du travail que nous avons produit, c'est le travail du lien, c'est la défense de la valeur du mouvement, de l'enrichissement par l'autre professionnel et par les jeunes, de l'apprentissage par l'expérience.

Objectifs de la première réunion

Ainsi ce document n'a en aucun cas comme objectif de définir pour toujours des axes, mais plutôt d'ouvrir des pistes dans les manières de coopérer, des pistes dans l'autorisation que l'on peut se donner à aller vers l'autre, quand bien même, de prime abord, nous pouvons avoir l'impression qu'il n'y a que peu d'éléments communs dans nos cultures respectives.

C'est pourquoi le fait d'avoir démarré ce travail par une cartographie identifie qu'il y a du commun à l'évidence, il s'agit du territoire, des personnes vivant et agissant sur ce territoire, des ressources de ce territoire, ses contraintes, son histoire, sa géographie, sa sociologie, ses tensions conflictuelles et ses moments de rencontres notamment festives.

Donc, commencer par identifier par une cartographie ce qui est en commun peut sembler de prime abord un peu simpliste, mais pose en réalité l'appui profond, les fondations pour pouvoir mener des projets en commun ou même tout simplement en lien avec les autres acteurs du territoire, avec les autres professionnels.

Cette proposition cartographique est aussi un outil que nous proposons au partage dans ce document de restitution, car cet outil-là d'intelligence collective est reproductible dans diverses situations. On peut d'ailleurs faire ce qu'on appelle des cartes sensibles. Une cartographie n'a pas forcément à être objective. Elle est toujours subjective en réalité. Et ce qui va faire lien c'est précisément le partage des subjectivités et c'est ce qui s'est opéré pendant ce moment.



Introduction de l'élue à la culture

Je suis très heureuse que vous travailliez sur cette formation avec les deux services. Merci d'être présents ce matin. Je me réjouis de ce projet de co-construction qui s'étendra sur toute la saison avec des rendez-vous réguliers. Cette démarche va favoriser la rencontre, l'apprentissage mutuel et une meilleure compréhension de vos méthodes de travail respectives.

Vous possédez une richesse dans vos pratiques et vos métiers, et pour nous, élus, il est crucial de développer la transversalité. Nous avons posé cette ambition dès le début du mandat en nous rencontrant rapidement avec les services pour voir comment travailler ensemble.

Nous traversons actuellement des contextes budgétaires très difficiles au niveau national, ce qui pèse sur notre commune, notre moral et notre vision. Ces moments de formation sont essentiels pour redonner du sens et identifier ce qui importe vraiment dans vos métiers, certes difficiles, mais aussi joyeux et motivants.

Introduction de l'élue à la jeunesse

Je suis ravie d'être avec vous ce matin. Notre collaboration témoigne d'un excellent travail de transversalité entre nos délégations. Notre secteur montre une belle dynamique, et je tiens à souligner le travail remarquable des agents des services culture et jeunesse. On constate de vraies passerelles dans notre mission de service public pour la jeunesse.

Je vous remercie pour votre engagement auprès des jeunes, particulièrement dans ce contexte où le service public est souvent critiqué. J'ai eu le plaisir de découvrir votre secteur avec Jean-François et Brian, et j'ai trouvé la programmation très riche, notamment concernant l'accueil du public.

Je vous souhaite une excellente formation et me réjouis de voir cette dynamique enfin se concrétiser.

Introduction du DGA

Je me réjouis que nous ayons réussi à créer cette collaboration stratégique entre nos directions de la jeunesse et de la culture, qui jusqu'ici ne travaillaient ensemble que sur des projets ponctuels. Notre défi aujourd'hui est de préserver nos spécificités tout en développant des espaces stratégiques communs dans l'élaboration de nos politiques publiques.

Il est devenu nécessaire de mutualiser nos efforts. Les projets que nous développerons ensemble, en partageant nos ressources et nos moyens, nous permettront de continuer à être utiles aux citoyens - et cette utilité est au cœur de notre mission.



Introduction de Benoît Labourdette

Je m'appelle Benoît Labourdette. Je suis cinéaste, mais aussi pédagogue intervenant sur l'innovation culturelle. Je travaille constamment avec des jeunes et des services culturels. Ce sujet, je le connais bien pour être sur le terrain. D'ailleurs, j'ai réalisé ces dernières années des projections itinérantes, des projections de films la nuit avec le Kosmos comme cadre. Pour cette matinée jusqu'à midi, voici ce que nous allons faire ensemble. Nous l'avons appelé "formation-action" car au-delà de mon partage d'informations, ce seront surtout des moments participatifs créés pour vous. L'idée est de partager et de s'enrichir mutuellement. Je considère que lorsqu'on est rassemblés comme maintenant, nous formons une somme d'intelligence collective - chacune et chacun étant intelligent. Comment faire émerger le meilleur de cette situation? Pour moi, une seule personne qui parle aux autres n'est pas suffisant, car l'intelligence n'est pas assez mobilisée.

Notre programme ce matin commencera par un mini-jeu de deux minutes appelé "assis debout". Ensuite, nous bougerons dans l'espace pour échanger en binômes - avec quelqu'un qui n'est pas de votre service - afin de définir la jeunesse et la culture. Ce moment de prise de parole individuelle durera dix minutes.

Je vous présenterai ensuite des éléments sur les politiques jeunesse, les politiques culturelles, leur histoire, et des dimensions psychosociales sur les jeunes et ce qu'ils vivent. J'aborderai également des questions de posture professionnelle face aux jeunes, notamment la construction de l'empathie.

Enfin, nous réaliserons ensemble une cartographie en plusieurs étapes - c'est probablement le moment qui sera le plus concret. Avec les feutres et papiers que nous avons apportés, chacun

écrira ou dessinera les lieux de Fontenay - existants et rêvés - et nous les placerons au sol pour créer une carte collective. Dans une deuxième étape, nous identifierons les acteurs présents dans ces lieux, tant ceux qui existent que ceux dont on pourrait rêver. Et finalement, nous placerons les jeunes: leurs typologies et où ils se trouvent. Autour de cette cartographie, nous échangerons pour identifier ce qui fait commun dans nos diversités de regards.

Assis-debout

Je vous propose un petit exercice ludique et simple. J'ai préparé une liste de questions rapides. Si votre réponse est "oui", levez-vous de votre chaise (ou faites semblant si vous êtes déjà debout). Si c'est "non", restez assis :

- Qui a des enfants ?
- Qui a des adolescents ?
- Qui travaille directement avec des jeunes ?
- Qui est venu en vélo ou trottinette ?
- Qui est venu en train ?
- Qui se sent toujours jeune dans sa tête ?
- Qui pense que les réseaux sociaux sont dangereux ?
- Qui passe plus de 5 heures par jour devant des écrans ?
- Qui a la télévision chez soi ?
- Qui est abonné à Netflix ?
- Qui pense que regarder un film sur un téléphone est une mauvaise expérience ?
- Qui a TikTok sur son téléphone ?

Cet exercice "assis-debout" permet de visualiser facilement ce qui fait communauté ou pas. On obtient parfois des résultats attendus, parfois des surprises. C'est intéressant de choisir des questions liées au sujet qu'on traite. Ça fonctionne bien avec les jeunes aussi. L'important est que ce soit rapide et que les questions soient légèrement provocatrices, sans être trop polémiques.

Échanges en binômes

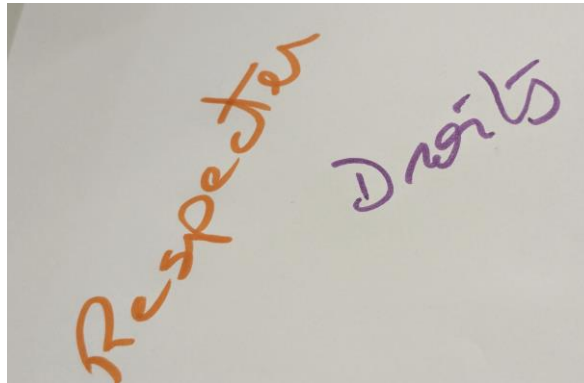


Maintenant, je vous propose une deuxième activité. Nous allons tous nous mettre debout et nous déplacer dans l'espace pendant une minute. Quand je dirai "top", arrêtez-vous et formez un binôme avec une personne proche de vous, idéalement quelqu'un que vous connaissez peu. L'un des deux expliquera à l'autre sa définition de la jeunesse pendant deux minutes, puis on

inversera les rôles. Ensuite, nous recommencerons l'exercice avec de nouveaux binômes pour définir la culture.

Ce serait intéressant que les binômes soient constitués d'une personne du service jeunesse et d'une personne du service culturel, car nous avons tous dans nos têtes des définitions que nous n'avons peut-être pas vraiment formulées. Commençons tout de suite !

Cet exercice est une occasion de dialoguer de façon proche avec plusieurs personnes, qu'on ne connaissait pas ou très peu, on y construit sa pensée, des liens, et la connaissance fine de la pensée de l'autre.



« Culture et jeunesse : vers des projets et collaborations plus efficaces »

Intervention de Benoît Labourdette.



Les mécanismes d'apprentissage et l'importance du cadre sécurisant

L'apprentissage constitue fondamentalement un processus de résistance cognitive contre soi-même. Comme l'explique Olivier Houdé dans "Apprendre à résister", nous devons lutter contre nos automatismes de pensée pour intégrer de nouvelles informations. Ce processus neurologique exige un environnement sécurisant, car lorsqu'on se sent menacé ou jugé, le cerveau passe en mode protection, bloquant tout apprentissage véritable.

La mise en confiance des personnes apparaît donc comme une condition préalable essentielle à toute proposition culturelle, sportive ou intellectuelle. Les neurosciences confirment que le cerveau ne peut créer de nouvelles connexions neuronales – c'est-à-dire apprendre – que dans un contexte où l'individu se sent rassuré et confortable.

- apprendre c'est résister !

Ma sécurité
de penser.

ça va plaire aux
jeunes :

Depuis 700 avant JC
les enfants ont des tyrans

La bonne culture !

- L'absence de cadre
créé l'angoisse !

Le Cadre c'est l'écoute !

Si tu m'autorises je te donne !

"La jeunesse est une ressource" Walid "

RESISTER À SES PRÉJUGÉS
POUR APPRENDRE

LE NON-ESPOIR DANS
LA JEUNESSE NOUS
ACCOMPAGNE DEPUIS LA
NAISSANCE DE LA CIVILISATION
MULTIPLICITE' DE FORME
DE CE QU'ON APPELLE LA
JEUNESSE

Comment définir la jeunesse de la
jeunesse ?

Qu'est-ce qu'un ministère de la
culture ? Est-il forcément
émancipateur ?

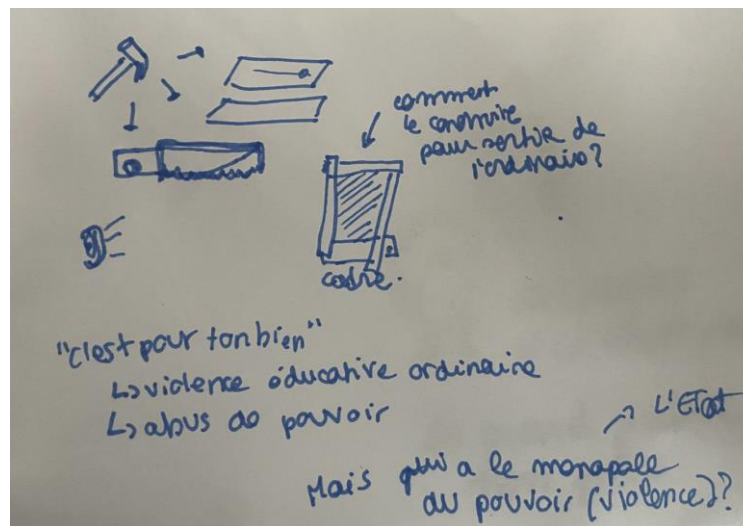
Création de la culture a
 été séparée d'une culture
 populaire (cf. Education
 populaire → conférences
 gestuclées) **LES NOYENS**
COMMENT DONNER À
L'INSTITUTION DE RÉPONDRE
AUX DROITS CULTURELS DE
CHACUN.
LE DROIT CULTUREL
S'INSCRIT DANS UN CADRE
QUI RESPECTE L'ENSEMBLE
DES PERSONNES QUI S'Y
TROUVENT.
LE CADRE NE N'INTERDIT PAS
il n'autorise à être moi-même
dans son périmètre.

C'EST PAR L'ÉCOUTE
QUE COMMENCE LE
PROCESSUS ÉDUCATIF.
VIOLENCE D'ÊTRE
IGNORÉ POUVE À UNE
VIOLENCE PHYSIQUE
C'EST PAR LE CHOIX
DE L'OBJET QUE L'ON VA
CRÉER UN LIEU AU TRAVERS
DE CE DERNIER.

La stigmatisation historique de la jeunesse

La perception négative de la jeunesse s'inscrit dans une longue tradition historique. Comme le documente Salomé Saqué dans "Sois jeune et tais-toi", déjà en 720 avant J.-C., Hésiode écrivait : "Je n'ai plus aucun espoir pour l'avenir de notre pays si la jeunesse d'aujourd'hui prend le commandement demain. Parce que cette jeunesse est insupportable, sans retenue simplement, terrible." Deux siècles plus tard, Socrate déplorait que "nos jeunes aiment le luxe, font de mauvaises manières, se moquent de l'autorité et n'ont aucun respect pour l'âge. À notre époque, les enfants sont des tyrans."

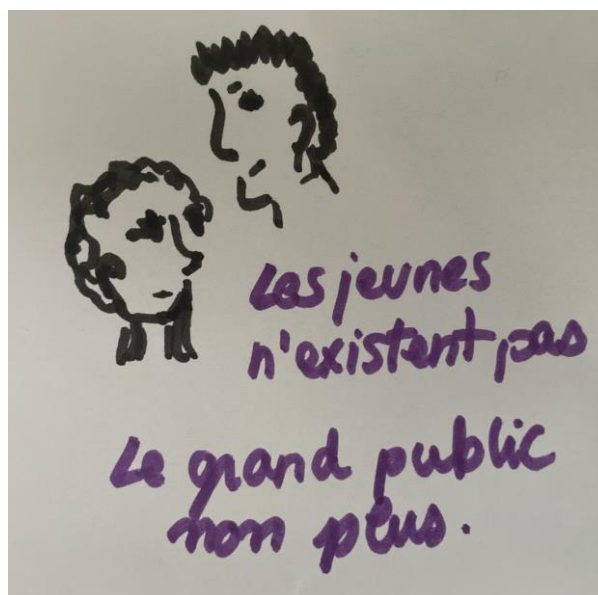
Cette continuité historique dans la critique de la jeunesse révèle davantage sur nos sociétés que sur les jeunes eux-mêmes.



La jeunesse : une catégorie fondamentalement hétérogène

L'idée d'une jeunesse homogène ne résiste pas à l'analyse sociologique. Comme le démontre Camille Peugny dans "Pour une politique de la jeunesse", l'affirmation "ça va plaire aux jeunes" est sociologiquement absurde. Les goûts culturels dépendent davantage des personnalités et des catégories socio-culturelles que de l'âge. Les études révèlent que les individus conservent généralement les mêmes préférences culturelles à 15, 20, 25 ou 35 ans, avec un changement notable seulement à partir de 65 ans.

La seule caractéristique commune à la jeunesse contemporaine serait plutôt un sentiment partagé de précarité face à la réalité sociale, indépendamment des différences socio-économiques objectives qui existent entre eux.



L'héritage problématique du ministère de la Culture

La création du ministère de la Culture par André Malraux en 1958-1959 s'est faite dans un contexte de fortes résistances. Ce ministère a été constitué en prélevant des ressources de l'éducation nationale et de l'éducation populaire, ce qui a naturellement suscité des oppositions significatives.

Cette naissance s'apparente à une "entreprise colonisatrice" au sein même du territoire français. Des personnes ayant travaillé dans les colonies africaines ont été recrutées pour déployer le ministère en France, avec une vision descendante où la "haute culture" devait

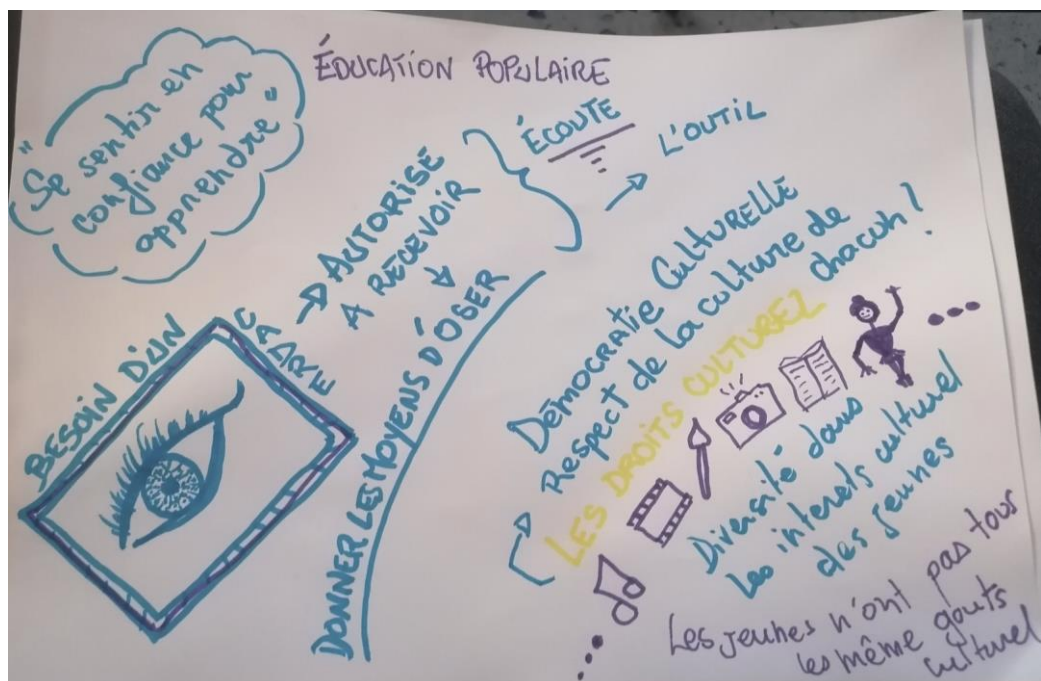
être apportée aux territoires. Cette approche, empreinte d'une certaine condescendance, a fonctionné pendant les Trente Glorieuses, mais apparaît aujourd'hui déconnectée des attentes des citoyens, particulièrement des jeunes qui ne se reconnaissent pas dans l'offre culturelle existante.

Les droits culturels : un outil conceptuel puissant

Les droits culturels, formalisés dans la Déclaration de Fribourg de 2007, envisagent la culture dans son sens anthropologique - tout ce qui constitue l'identité des personnes: quartier d'habitation, références culturelles, habitudes alimentaires, pratiques religieuses...

Les institutions doivent respecter ces droits culturels, car lorsqu'une personne sent que sa culture n'est pas respectée ou est jugée négativement (par exemple quand on dit "la musique que tu écoutes, c'est de la merde"), elle ne peut pas reconnaître la valeur de sa propre culture ni participer pleinement à la vie démocratique. Ce respect n'est pas de la démagogie ou une affirmation que "tout se vaut", mais permet un véritable échange et une reconnaissance mutuelle.

Prendre l'autre en compte
Respect de la personnalité, de la culture.
Eh à l'écoute - Faire confiance
=> M'en servir d'une action
dans un cadre bien défini

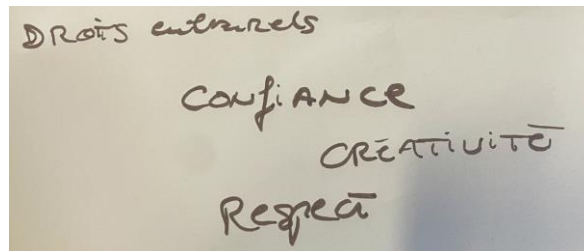


De la démocratisation culturelle à la démocratie culturelle

Deux approches fondamentalement différentes coexistent:

- La **démocratisation culturelle**: propositions venant "d'en haut", des spécialistes vers le public (projet initial du ministère)
- La **démocratie culturelle**: échange et enrichissement mutuel entre tous les acteurs

L'évolution récente du ministère de la Culture, avec la création d'une délégation pour la démocratie culturelle, témoigne d'une prise de conscience institutionnelle. Cette évolution légitime une approche plus proche de l'éducation populaire, longtemps considérée comme moins prestigieuse que la "haute culture".

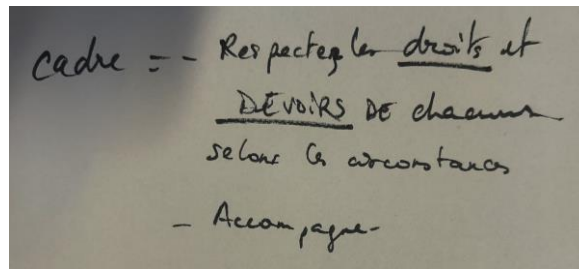


Repenser le cadre : de l'interdiction à l'autorisation

La notion de cadre est souvent confondue avec une collection d'interdits. Or, le cadre n'est pas ce qui interdit mais ce qui autorise - un dispositif dont les personnes en position de responsabilité sont garantes et qui permet aux participants de se sentir en confiance pour recevoir, participer et s'exprimer.

Cette réflexion rejoint l'analyse d'Alice Miller dans "C'est pour ton bien" (1984) sur les racines de la violence dans l'éducation. Le véritable pouvoir consiste à écouter l'autre pour qu'il se sente en confiance et autorisé à s'exprimer, plutôt qu'à exercer un contrôle coercitif.





L'objet comme médiateur : expériences pratiques

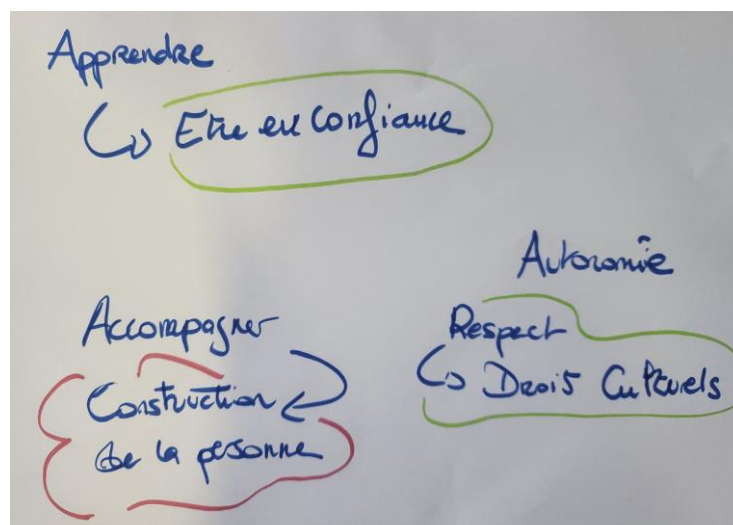
L'utilisation d'objets comme médiateurs de relation s'avère particulièrement efficace dans le travail avec les jeunes. Par exemple, l'introduction d'un drone dans un quartier en démolition peut servir d'"objet transitionnel" pour établir un contact. L'objet devient un médiateur qui permet de fluidifier la relation, contrairement à une relation duelle plus figée.

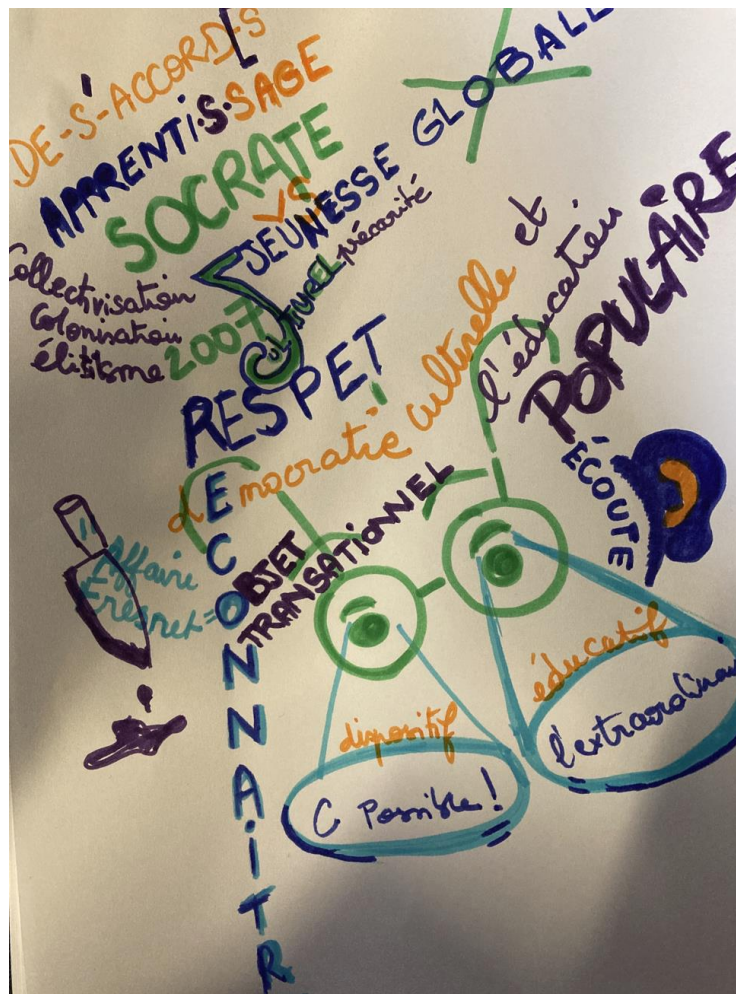
Il est crucial de choisir des objets dont on n'a pas peur qu'ils soient endommagés, pour pouvoir établir une véritable relation de confiance avec les jeunes. La crainte de voir l'objet abîmé empêche la confiance nécessaire à l'établissement d'une relation constructive.

La pédagogie de Célestin Freinet illustre parfaitement cette approche. En organisant sa classe autour de la production d'un journal, il permettait à chaque élève de contribuer selon ses compétences et n'exerçait pas de contrôle éditorial sur le contenu. Cette autonomie accordée aux jeunes, même lorsqu'elle peut être controversée (comme dans "l'affaire Freinet" où un élève avait écrit avoir rêvé que son professeur tuait le maire), crée un espace d'expression authentique.

Cette approche centrée sur l'autonomie, où l'on fournit des outils et des dispositifs permettant aux jeunes d'inventer et de s'approprier la démarche, s'avère plus féconde qu'une pédagogie strictement directive qui dicterait "fais comme je t'ai dit".

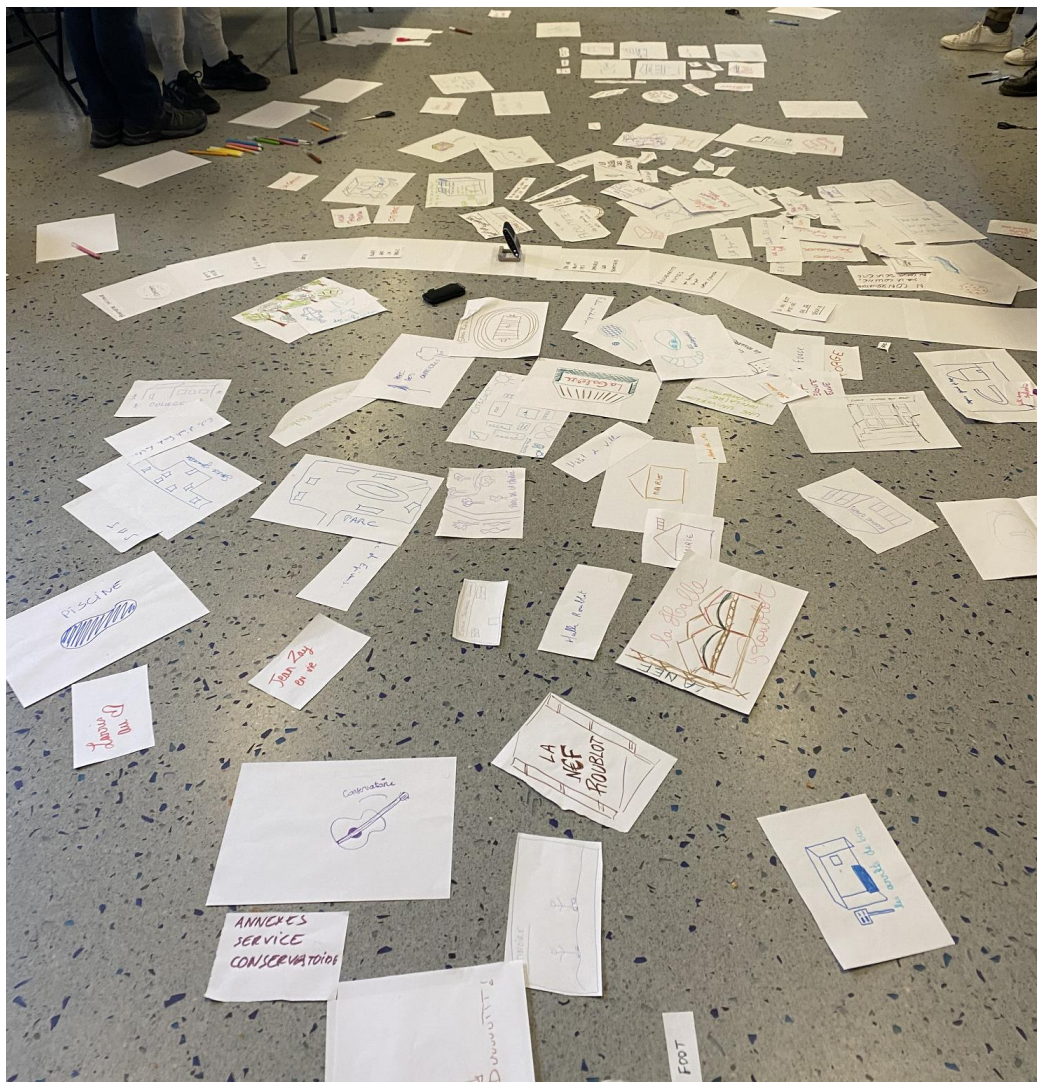
En définitive, la qualité de la médiation culturelle repose sur l'écoute, le respect des identités culturelles des personnes, et l'établissement d'un cadre qui autorise plutôt qu'il n'interdit. Cette posture est essentielle pour établir une véritable rencontre entre les institutions culturelles et les jeunes, dans toute leur diversité.







Atelier cartographie



Déroulement de l'atelier

L'atelier proposait aux agents du service jeunesse et du service culture de Fontenay-sous-Bois de réaliser une cartographie à la fois géographique et sensible de la ville. La démarche consistait initialement à identifier les lieux (existants et idéaux), puis à y placer les acteurs et enfin les jeunes. Face à la complexité croissante de la carte, les participants ont choisi, sur suggestion d'une participante, d'aborder les lieux un par un en discutant directement des acteurs et des jeunes qui y sont associés.



Contenu de l'atelier : « la géographie culturelle et sportive de Fontenay-sous-Bois : une ville à deux versants »

Un constat majeur émerge des échanges : l'existence d'une "frontière invisible" qui divise la ville entre le Vieux Fontenay et le Val de Fontenay.

"En fait, ce qui est marrant à Fontenay, c'est qu'il y a une frontière invisible. La frontière invisible, elle est à Verdun. C'est qu'en fait, tous les espaces culturels, aujourd'hui, ils sont dans le vieux Fontenay. Et tous les espaces sportifs, ils sont dans le bas de Fontenay."

Cette séparation géographique des équipements n'est pas sans conséquence sur l'accès aux services. Un participant précise que *"le pôle culturel, dans la mesure du possible, s'installe sur cette ligne de crête"* (théâtre, médiathèque, espace Gérard Philippe, école d'arts plastiques), tandis que les espaces sportifs sont davantage dans le bas de Fontenay.

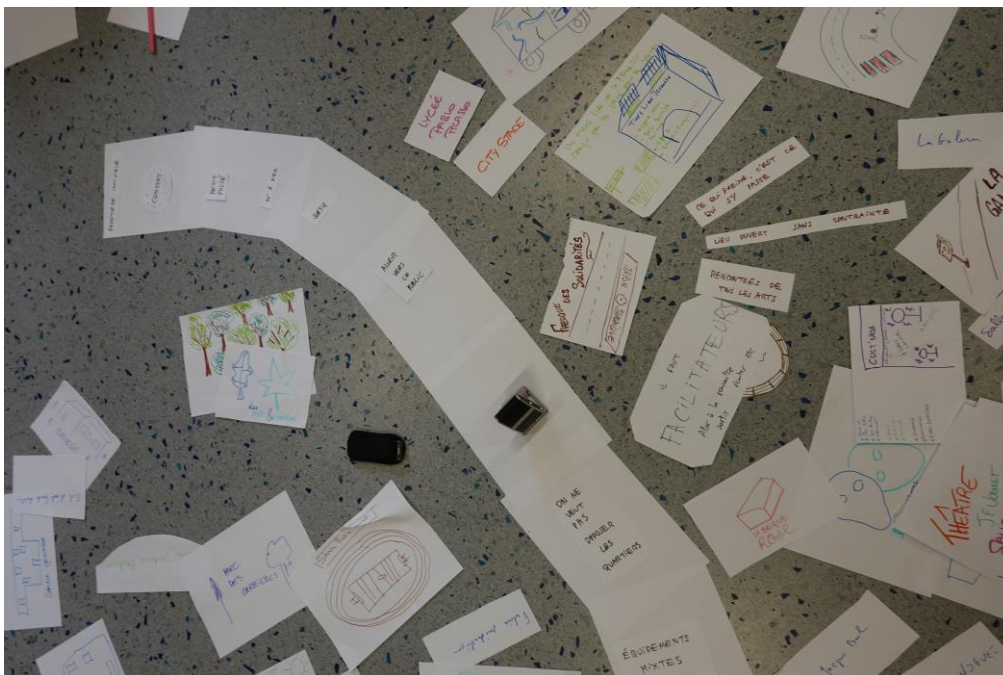
Le théâtre Jean-François Voguet à la Redoute est cité comme un exemple positif récent d'équipement qui rassemble les deux parties de la ville. Le projet de centre de santé *"au milieu d'une cité"* est également perçu comme un pas dans cette direction.

Les espaces de liberté pour les jeunes

Les participants soulignent l'importance des espaces non institutionnels pour les jeunes :

"Le parc des Épipans, les stades, [...] c'est des lieux où les jeunes se retrouvent pour un espace de liberté. [...] Il n'y a pas forcément quelque chose d'indépendant, mais je pense que c'est aussi important que ce soit des espaces où ils se retrouvent."

Un débat émerge sur la question de l'animation occasionnelle de ces espaces par des institutions ou associations, tout en préservant leur caractère libre.



Les propositions d'amélioration

L'arène des arts

Un participant propose la création d'une "arène des arts", un lieu ouvert dédié à toutes les formes d'expression artistique et sportive :

"Une arène des arts [...] quelque chose d'ouvert, donc ce qui fait que ça ne freine pas les jeunes, parce que les lieux dédiés à la culture, ça freine, effectivement, des fois les jeunes [...] alors que l'art, c'est la rencontre de tous les arts, ça peut être les arts de combat, du sport, ça peut être des batailles de hip-hop."

Cette proposition suscite un débat, certains estimant qu'il faut plutôt adapter les lieux existants que créer de nouveaux espaces.

Le "hors les murs"

Plusieurs participants insistent sur l'importance d'aller vers les publics plutôt que d'attendre qu'ils viennent aux équipements :

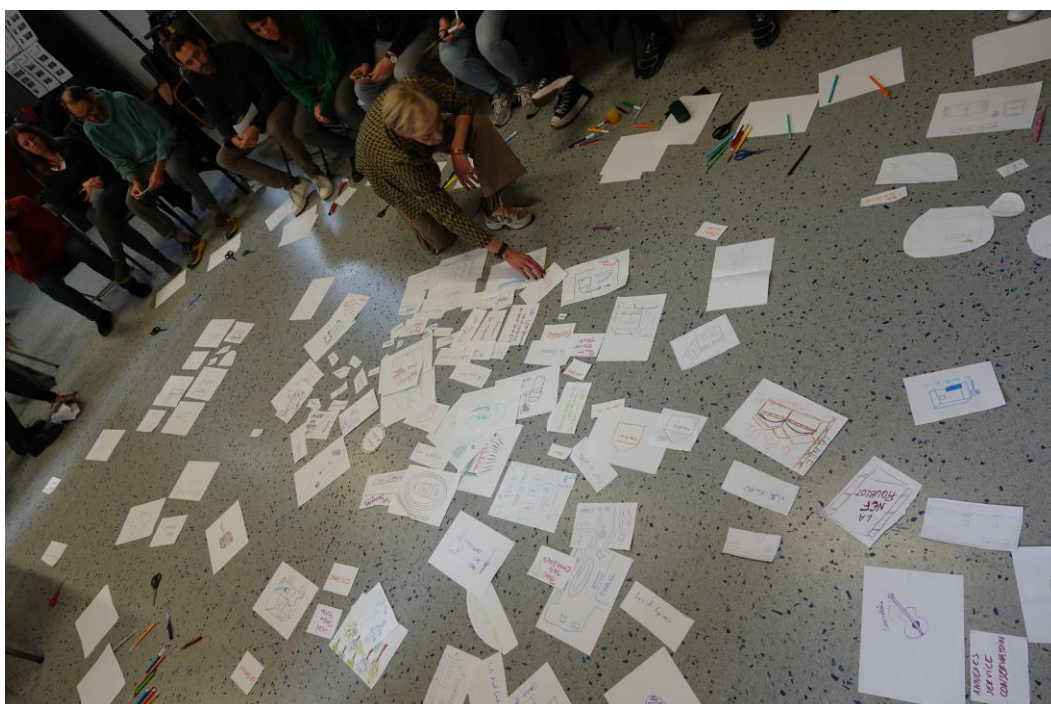
"C'est plus aller justement à la rencontre des gens, se déplacer, sortir un petit peu de son train-train, de son quotidien [...] je vais aller à l'encontre des gens, je vais toquer aux portes, je vais proposer quelque chose, je vais sortir une table."

Cette approche est vue comme particulièrement pertinente face à la division géographique des équipements. L'exemple de l'école d'art est cité, qui a travaillé avec les

Conclusion sur les perspectives de collaboration

L'atelier se conclut sur l'importance du partenariat entre les services pour augmenter leur visibilité et leur impact auprès des jeunes. Un participant du service jeunesse évoque la possibilité d'introduire la culture musicale aux jeunes lors d'événements de quartier, illustrant une approche concrète de collaboration intersectorielle.

La nouvelle médiathèque prévue pour 2025 et le développement d'annexes délocalisées du conservatoire apparaissent comme des opportunités pour redéfinir l'offre culturelle et son accessibilité sur l'ensemble du territoire de Fontenay-sous-Bois.





– SEANCE 2 –

L'ACCUEIL



Programme de la séance

- **Introduction** : qu'est-ce qu'accueillir, bases conceptuelles, par Benoît Labourdette.
- **Atelier 1 – On s'accueille**
 - On installe 10 chaises sur lesquelles 10 personnes s'asseyent, tandis que les autres circulent et se font accueillir par celles et ceux qui sont assis. On accueille plusieurs personnes. Ensuite, on tourne (3 tours, 5 minutes par tour) : d'autres personnes s'assoient et les autres se font accueillir. L'objectif est que chaque personne ait été accueillie par presque tous les autres, et vice-versa.
 - L'objectif de l'accueil est de rencontrer l'autre. Accueillir, ce n'est pas juste dire bonjour, c'est s'intéresser à l'autre. Ce n'est pas donner des informations sur soi, mais écouter l'autre. C'est cela qui crée le lien. On peut aussi demander à l'autre s'il a envie d'en savoir plus sur le lieu dans lequel on l'accueille.
- **Atelier 2 – Groupes thématiques**
 - Organisation de l'atelier : On forme trois sous-groupes de 10 personnes, installés sur 3 grandes tables, avec des feuilles A3 et des feutres, pour noter et approfondir les idées partagées. Chaque groupe travaillera successivement sur les deux mêmes thématiques, et ce sera partagé à la restitution.
 - Thématique 1 : Les qualités pour accueillir. La personne.
 - Thématique 2 : Les conditions opérationnelles qui permettent de réussir un bon accueil. L'environnement et les outils.
 - Règles du jeu :

- Nommer un référent sur le sujet, qui anime, prend des notes et fera la restitution finale.
- Commencer par un brainstorming sur le sujet, on note sur le papier toutes les idées qui viennent.
- Organiser et structurer les idées, sur une autre feuille A3.
- **Restitution des ressources** construites sur l'accueil
 - On reprend les trois thématiques de travail une à une, 15 minutes par thématique.
 - Les 3 personnes responsables de cette thématique pour chaque groupe viennent faire une synthèse de 2 minutes chacun sur ce qui a été élaboré à ce sujet dans le groupe, puis il y a une discussion collective. On enregistre l'audio en podcast.

Atelier 1 – On s'accueille



Il y avait 27 participants, et seulement 9 chaises furent disposées dans la salle. La consigne donnée était simple : les participants debout devaient se faire accueillir par ceux assis, le tout en cinq minutes.

L'un des participants posa une question pertinente en préambule : fallait-il incarner un rôle spécifique (par exemple, accueillir comme un commissaire de police) ou simplement accueillir de manière générale ? Chacun.e avait la liberté à chacun d'interpréter l'exercice à sa manière.



L'activité s'est révélée particulièrement dynamique, portée par une énergie globalement très positive. Certains participants ont proposé des formes d'accueil très succinctes, voire abruptes – comme un simple "Je ne peux pas vous aider" – ce qui a fait surgir, de manière inattendue, des problématiques plus profondes liées à la relation à l'autre. Une participante a fait remarquer que la proximité physique des chaises permettait d'entendre les échanges entre les binômes, ce qui enrichissait l'expérience globale en ouvrant à une forme d'écoute collective.

L'exercice a duré environ vingt minutes, permettant à chacun.e d'expérimenter les deux postures : celle d'accueillant et celle d'accueilli. Au fil des interactions, on a pu distinguer trois grandes typologies dans les façons d'accueillir :

- Accueillir une personne seule ;
- Accueillir un groupe de personnes ;
- Être en attente d'accueillir, sans que personne ne vienne.

Du côté des personnes accueillies, trois situations principales ont été relevées :

- Être accueilli individuellement ;
- Faire partie d'un groupe accueilli collectivement ;
- Rester en attente, sans être sollicité ni accueilli, bref, attendre en vain qu'on s'intéresse à soi.

Cette activité a ainsi permis de faire émerger des perceptions assez fines autour de la place de chacun.e dans le groupe, des formes d'attention, et du sentiment d'inclusion ou d'exclusion, ainsi que des réflexions sur les dynamiques relationnelles et les attentes implicites dans une situation d'accueil.



Atelier 2 – Groupes thématiques (échanges structurés et partage d'expériences)



Déroulement global

L'exercice s'est déroulé dans un grand calme, avec une dynamique de groupe très structurée dès le départ. Les participants ont rapidement abordé les concepts clés.

Travail en sous-groupes et synthèse

En circulant parmi les groupes, on a constaté que certains pensaient avoir terminé après avoir listé les qualités nécessaires à l'accueil. On les a alors invités à approfondir leur réflexion en se demandant :

- *Comment cultiver ces qualités dans des situations particulières ?*
Cette relance a permis une proposition intéressante : évoquer des **situations concrètes** pour illustrer les mécanismes d'accueil. Cette piste pourrait déboucher sur la création d'outils pratiques, ce que j'intégrerai au point 3 de l'animation.



Importance du partage d'expériences

Les concepts étant assimilés rapidement, les participants ont eu besoin de guidance. On leur a suggéré de s'appuyer sur leurs **expériences vécues** – une approche qu'on aurait pu mentionner dès le départ. Le partage de vécus constitue en effet la base des échanges : il rend les discussions tangibles et favorise une co-construction d'outils pertinents. J'ai noté que le groupe a besoin d'un temps de "chauffage" avant que les interactions ne deviennent plus intenses.

Gestion du temps

La première séquence a dépassé les 15 minutes prévues (pour atteindre 25 minutes), car les échanges étaient riches et porteurs. Plutôt que d'interrompre des discussions importantes, on a adapté le timing et reporté la pause après cette séquence.

Adaptations du deuxième atelier

On a recentré le travail sur deux thématiques au lieu de trois (en écartant la transmission, jugée moins centrale). Les axes retenus étaient :

1. Les qualités nécessaires pour bien accueillir,
2. Les conditions opérationnelles d'un accueil réussi.

Cette simplification a permis un **approfondissement des échanges**, confirmant que le dispositif doit servir la qualité des discussions plutôt que l'inverse.



Points clés à retenir

- Le partage d'expériences concrètes est un levier essentiel pour des échanges productifs.
- La flexibilité dans le timing est nécessaire pour respecter la dynamique du groupe.
- Recentrer les thématiques favorise une réflexion plus approfondie.





Restitution



Les qualités essentielles pour un accueil réussi en service public

Synthèse des restitutions orales et écrites :

L'accueil est un **métier à part entière**, qui requiert à la fois des **compétences professionnelles** et des **qualités humaines**. Un bon accueil crée un environnement favorable pour les professionnels comme pour les publics, en facilitant la communication, en répondant aux besoins et en gérant les situations parfois complexes.

Les réflexions ont distingué trois axes principaux :

1. Les **qualités humaines et professionnelles** nécessaires à un bon accueil.
2. La **gestion des situations complexes** (agressivité, conflits).
3. L'importance du **travail d'équipe** et du **sens du service public**.

1. Les qualités indispensables pour un accueil réussi

A. Qualités humaines

Pour inspirer confiance et donner envie aux publics de s'adresser à nous, plusieurs traits sont essentiels :

- **Bienveillance** : Créer un climat de confiance.
- **Écoute active** : Savoir entendre et comprendre les besoins.
- **Empathie** : Se mettre à la place de l'autre.
- **Accessibilité** : Être disponible et approchable.
- **Respect** : Traiter chacun avec dignité.
- **Curiosité** : S'intéresser aux personnes et à leurs parcours.

B. Compétences professionnelles

Au-delà des qualités relationnelles, des **savoirs-faire** sont indispensables :

- **Éloquence** : Communiquer avec clarté et précision.
- **Pédagogie** : Expliquer simplement (ex. : démarches administratives).
- **Connaissance du territoire** : Orienter efficacement vers les bons interlocuteurs.
- **Gestion du stress** : Rester calme sous pression.

Exemple concret :

Dans les structures jeunesse, la bienveillance passe par la **proximité** (comprendre les codes des jeunes) et la **patience** (prendre le temps d'expliquer).

2. Gérer les situations difficiles

A. Face à l'agressivité

- **Posture à adopter** :
 - Rester calme et baisser la voix pour désamorcer.
 - Maîtriser son sujet pour rassurer.
 - Garder une **neutralité bienveillante** (ex. : ne pas répondre à la provocation).
- **Outils** :
 - Reformulation ("Je comprends votre frustration...").
 - Recadrage ferme mais poli ("Je ne peux pas accepter ce langage").

Témoignage :

"Lorsqu'un usager m'a insultée, j'ai gardé mon calme et un collègue a pris le relais. Le

travail d'équipe est crucial pour ne pas rester isolé face à la violence."

B. Limites et relais

- Savoir **passer le relais** à un collègue ou un supérieur quand la situation dépasse nos capacités.
- **Exemple** : Un agent ayant perdu sa mère récemment ne devrait pas gérer seul une insulte comme "Nique ta mère".

3. Le sens du service public et le travail d'équipe

A. Créer un lien de confiance

- L'accueil ne se limite pas à un "bonjour" : c'est le **début d'un parcours** (ex. : orientation vers des ateliers, un soutien spécifique).
- **Enjeu** : Faire en sorte que les publics (surtout les jeunes) se sentent "**chez eux**" dans nos structures.

B. Solidarité entre collègues

- **S'épauler** dans les moments difficiles.
- **Partager les expériences** (retours d'usagers, stratégies efficaces).
- **Former ensemble** : Organiser des ateliers sur la gestion des conflits.

Message clé :

"Le service public, c'est une équipe. Personne ne devrait affronter seul une agression ou une insulte."

Conclusion

Pour résumer, un accueil réussi repose sur :

1. Un **savoir-être** exigeant (écoute, empathie).
2. Des **compétences techniques** (pédagogie, gestion de conflits).
3. Une **culture d'équipe solidaire**.

Les conditions pour accueillir



Cette synthèse regroupe les contributions des trois groupes de travail sur les conditions nécessaires pour un accueil de qualité dans les services publics culturels et de jeunesse. La réflexion s'articule autour de plusieurs axes complémentaires qui définissent ensemble un cadre d'accueil optimal.

1. Une approche centrée sur les besoins et parcours des usagers

- **Priorité aux besoins du public** : Adapter le service en fonction des besoins multiformes des usagers
- **Parcours usager** : Réfléchir à l'expérience complète de l'utilisateur en se mettant à sa place
- **Inclusion** : Prendre en compte tous les publics (situation de handicap, nouveaux arrivants)
- **Accueil équitable** : Se mettre au "même niveau" physique que l'utilisateur pour faciliter la communication

2. Cadre institutionnel et projet d'accueil

- **Projet d'accueil structuré** : Basé sur les intentions des professionnels, les besoins des usagers et les missions du service
- **Cadre réglementaire** : Règlement cohérent et pertinent pour le public
- **Charte d'accueil** : Document de référence pour harmoniser les pratiques des professionnels
- **Politique d'accueil favorable** : Démarche institutionnelle valorisant l'accueil comme fonction essentielle

3. Conditions matérielles et environnementales

- **Qualité du lieu** : Espace agréable, accueillant, accessible et adapté à l'activité proposée
- **Confort de base** : Lieu étanche, chauffé et chaleureux
- **Mobilier adapté** : Équipement correspondant aux besoins des usagers et des

activités

- **Sécurité** : Protection des biens et des personnes comme condition fondamentale

4. Accessibilité à plusieurs niveaux

- **Accessibilité** : Adaptation aux différents publics et à leurs spécificités
- **Ressources et moyens nécessaires géographique** : Impact de l'emplacement sur la fréquentation, proximité avec les quartiers
- **Accessibilité des services** : Gratuité de l'accès à l'information

5. Accessibilité inclusive

- **Ressources humaines** : Personnel compétent et en nombre suffisant
- **Ressources financières** : Budget approprié pour valoriser les actions envers le public
- **Ressources matérielles et techniques** :
 - Équipements fonctionnels et adaptés
 - Outils professionnels adéquats (logiciels performants)
 - Technologies correspondant aux évolutions sociétales

6. Communication et information

- **Signalétique claire** : Orientation facilitée dans les espaces
- **Supports d'information** : Dépliants actualisés, affichage clair et inclusif
- **Communication multicanale** : Diversité des moyens pour toucher tous les publics
- **Valorisation des ressources** : Mise en avant des services disponibles (matériels et immatériels)

7. Adaptation aux évolutions

- **Évolution des métiers** : Adaptation des compétences aux nouveaux besoins
- **Évolution des lieux** : Transformation des espaces (exemple : médiathèque comme tiers-lieu)
- **Évolution technologique** : Intégration des outils numériques dans l'accueil

Conclusion

Les conditions pour un accueil de qualité reposent sur une approche globale qui articule projet institutionnel, ressources adaptées, espaces accueillants et pratiques professionnelles centrées sur l'utilisateur. Cette démarche doit être dynamique pour s'adapter continuellement aux évolutions des besoins du public et aux transformations sociétales.

En résumé, un accueil réussi repose sur une **démarche globale** intégrant :

- **L'humain** (besoins, compétences).
- **Le matériel** (lieu, outils).
- **Le stratégique** (projet, communication).

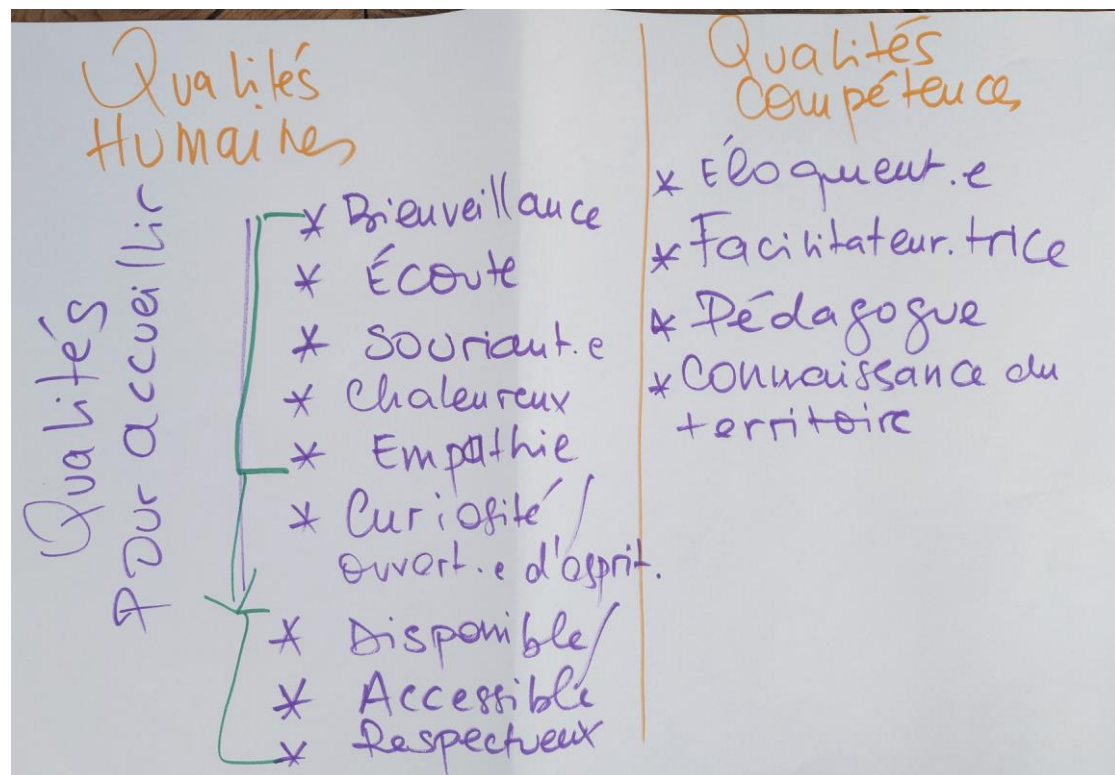
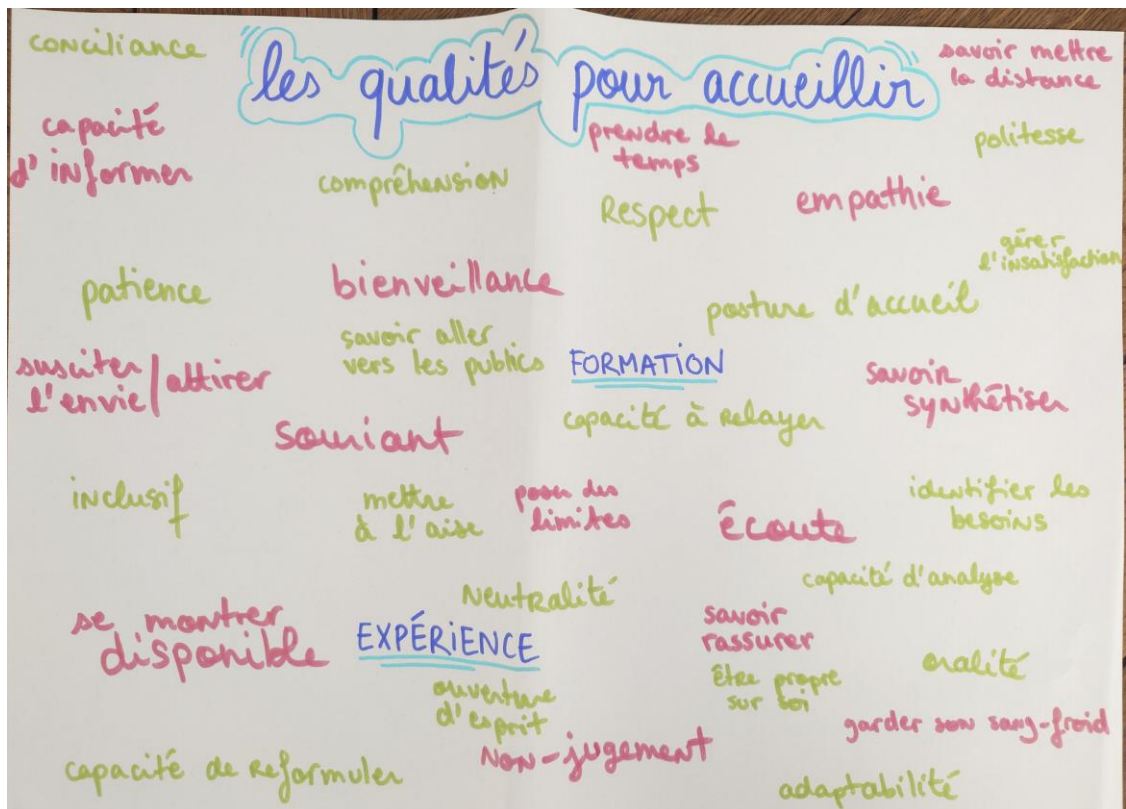
Les échanges ont souligné l'importance de **l'écoute active**, de **l'inclusion** et de **l'agilité** pour s'adapter en permanence.

Conditions opérationnelles

Règlement / Cadre

- Projet cohérent et pertinent
- lieu agréable accueillant
- se sentir en sécurité
- Disposer des ressources et des informations
- Visible - être accessible à tous les publics
- un lieu adapté à l'activité
- Communication / Affichage
- mobilier adapté
- Fonctionnelle
- Diffuser les outils de com
- Clair et inclusif
- Gratuité - Outil adapté
- Logiciel...
- Favoriser la Politique d'Accueil
- Charte accueil.

- Discussion avec les jeunes
- Constat: implique les jeunes
- Manque confiance, dépaysement
- manque de culture
- ~~de soi~~, manque de connaissance
- des lieux culturels de
- ~~fontenay~~ [Problématique: Comment sensibiliser jeunes culture co-construction]
- Mise en place d'un projet
- Randonnée "ludique" des lieux
- culturel de la ville.
- Pour découverte enlever
- les préjugés "ex méditerranéenne sibérienne"
- voir comment les utiliser



Conditions opérationnelles

- Projet d'accueil basé sur les intentions des pros des usagers en lien avec nos missions.
- Définition des conditions impératives opérationnelles pour réussir notre ^{aménagement} accueil.
- Réfléchir le parcours usagers

Bonnes conditions d'accueil.

- Étanche chaud et chaleureux
- Signalétique
- Moyens adaptés
- Dépliant actualisés.
- Accueil / à Niveau.

Conditions opérationnelles

- V de bonnes conditions
- Étanche chaud et chaleureux
 - à Niveau.
 - Signalétique.
 - Dépliant, actualisés
 - Moyens adaptés

Projet d'aménagement basé sur les intentions des pros de nouvelles missions

- définition des conditions impératives opérationnelles pour réussir notre accueil.
- Réfléchir le parcours usagers.

Qu'est-ce qu'on entend
par bienveillance/écoute ?

L'Écoute → Calme
→ Sérénité

Situat° d'agressivité

Stratégie face à de l'agressivité

c'est de baisser la voix face à la personne
agressive.

* Maîtriser son sujet

* Respect / Posture (équité, croire dans les
valeurs qu'on défend)

* Neutralité, avoir de l'éloquence

avec honnêteté et subtilité

* Désamorcer la situat° dans un échange
conflictuel.

la bienveillance avec le public jeune

* C'est avoir de la proximité avec eux,

* C'est comprendre leurs codes.

* C'est prendre le temps d'expliquer

* C'est être pédagogue (avoir le
sens du public)

- qualités
- souriant.e
 - bonne posture
 - bonne écoute (active)
 - avenant.e
 - ↳ la bienveillance
 - patience
 - savoir prendre du recul
 - comprendre où est notre place.
 - (⇒ leur faire sentir que "c'est chez eux"
d'origine : créer une confiance mutuelle)
 - cœ son lieu
 - humour
 - empathie → comprendre l'autre.
↳ se mettre à la place de l'autre
 - articuler - être intelligible
 - ↳ adapter son discours (être accessible)
 - s'adapter
 - qualités humaines
 - posture
 - compétences.
- l'accueil pour l'investissement du jeune.
- être au service de
 - mettre de côté les a priori's

- Multiformes / adaptables aux besoins
- [Le lieu / signification / un lieu / un lieu / un lieu]
- Le budget
 - Evolution pour aller vers le public.
 - Inclusion [handicap, ...]
 - + personnels / moyens humains / formations
 - Conditions Techniques
 - Impact géographique du lieu
 - Valorisation des Ressources.
 - Communication

– SEANCE 3 –

LE PROJET



Objectif de la séance

Nous avons identifié ces sujets, qui ont été travaillés collectivement :

- Comment écouter les jeunes ?
- Comment identifier les besoins des jeunes ?
- Comment monter des projets avec les jeunes ?
- Quelles sont les natures de projets vraiment adaptés aux jeunes ?

Méthode de travail

Nous avons constitué des trios de travail, qui ont partagé leurs compétences pour élaborer des recommandations, dans trois axes :

- Enquêter auprès des jeunes
- Comment monter des projets avec des jeunes
- Exemples de projets vraiment adaptés aux jeunes



Guide des méthodes d'enquête auprès des jeunes

Les différentes approches développées montrent qu'il y a une grande diversité de méthodes pour enquêter auprès des jeunes. Les points communs qui émergent sont :

- L'importance d'aller vers les jeunes plutôt que d'attendre qu'ils viennent
- La nécessité de créer un climat de confiance
- L'utilisation d'outils adaptés à leurs pratiques (notamment numériques)
- La co-construction comme principe fondamental
- Le caractère continu de l'enquête pour s'adapter à l'évolution des jeunes

1. L'approche par les intervenants jeunesse

Principe fondamental

Se rapprocher d'abord des personnes qui travaillent habituellement avec les jeunes avant d'aller directement vers eux.

Avantages de cette approche

- **Maîtrise du langage** : Les intervenants jeunesse connaissent les codes de communication des jeunes
- **Contexte favorable** : Ils ont développé des habitudes pour accueillir les jeunes de manière naturelle
- **Lieux dédiés** : Les jeunes viennent volontairement dans ces espaces
- **Relation de confiance préétablie** : Le lien existe déjà entre les intervenants et les jeunes

Méthodologie en deux temps

1. Phase 1 : Collaboration avec les intervenants

- Échanger avec les professionnels jeunesse
- Comprendre les techniques de communication (dosage du vocabulaire pour créer de la proximité sans fossé générationnel)
- S'appuyer sur leur expertise relationnelle

2. Phase 2 : Rencontre avec les jeunes

- Se présenter oralement aux jeunes, idéalement accompagné des intervenants
- Poursuivre et renforcer la relation de confiance déjà construite
- Utiliser les codes de communication appris

2. L'enquête pour co-construire

Objectif principal

Enquêter pour connaître les besoins des jeunes afin de construire ou co-construire des projets qui leur correspondent.

Principes clés

- **Démarche proactive** : Les jeunes ne viendront pas spontanément exprimer leurs besoins
- **Questionnement actif** : Il faut aller vers eux et poser des questions
- **Espaces propices** : Privilégier les lieux où ils se sentent en confiance

Lieux et moments favorables

- **Espaces jeunesse** : Lieux identifiés où les jeunes se sentent à l'aise
- **Environnement convivial** : Mobilier adapté, temps de repas, goûters
- **Moments informels** : Propices au dialogue et à l'expression des envies

Défis spécifiques en bibliothèque

- Les jeunes viennent souvent pour se poser ou rester entre eux
- Difficulté à créer des temps d'échange naturels
- Nécessité de s'appuyer sur :
 - Les statistiques de prêts
 - L'observation de la fréquentation
 - La collaboration avec les espaces jeunesse pour développer des méthodes d'approche adaptées

3. L'approche sociologique

Méthodologie complète d'enquête

1. Étude de l'environnement et de l'existant

- Analyser l'environnement social et géographique des jeunes
- Identifier leurs lieux de fréquentation
- Comprendre leurs réseaux sociaux
- Cartographier leur écosystème

2. Immersion et création de liens

- Aller vers différents partenaires :
 - Éducateurs de proximité
 - animateurs jeunesse
 - Enseignants et professeurs (art, théâtre, etc.)
 - Familles
- Créer un réseau de contacts variés

3. Collecte de données qualitatives

- **Identifier les difficultés :**
 - Situations financières
 - Déscolarisation
 - Problématiques spécifiques
- **Valoriser les ressources :**
 - Forces et compétences
 - Projets déjà menés
 - Centres d'intérêt et passions

4. Principe de la rationalité du locuteur

- Partir du principe que tout raisonnement est rationnel pour celui qui l'exprime
- Même en cas de désaccord, maintenir cette posture pour permettre le dialogue
- Distinguer "comprendre" et "accepter"
- Éviter les jugements qui créent des barrières

5. Co-construction basée sur les témoignages

- S'appuyer sur les paroles des jeunes
- Construire les projets avec eux, pas pour eux
- Considérer l'enquête comme un processus continu car les jeunes évoluent

4. Les outils numériques et moments opportuns

Timing et disponibilité

- **Moments à privilégier :** Périodes où les jeunes sont disponibles
- **Moments à éviter :** Veille des vacances, périodes d'examens

Outils de collecte privilégiés

- **Sondages numériques :**
 - Questionnaires co-construits SMJ/Culture
 - Format simple, rapide mais représentatif
 - Utilisation de TikTok et Snapchat
 - QR codes lors d'événements (concerts)

Stratégies de mobilisation

- **Jeunes ressources :** S'appuyer sur des jeunes pour toucher d'autres jeunes
- **Structures relais :**
 - Éducation nationale
 - Associations
 - Clubs sportifs
- **Expertise du SMJ :** Utiliser les compétences en entretiens individuels et collectifs

Moment opportun identifié

- **Présentation des vœux à la jeunesse :** 800-900 jeunes présents, concentration idéale pour diffuser des questionnaires

5. Le questionnaire participatif

Méthodologie en groupe

Phase 1 : Questionnaire individuel

- Partir d'un groupe de jeunes constitué
- Proposer un questionnaire à remplir individuellement
- Permettre une réflexion personnelle en amont

Phase 2 : Restitution collective

- Organiser un débat pour la restitution
- Permettre à chacun d'exprimer ses envies et idées
- Créer une dynamique de groupe constructive

Outils complémentaires

- **Réseaux sociaux** : Utiliser leurs outils de communication habituels
- **Nouvelles technologies** : S'appuyer sur leurs compétences numériques
- **Appropriation** : Faire en sorte qu'ils s'approprient le projet dès le départ

Champs d'application

- Projets culturels
- Projets socio-culturels
- Nouvelles activités non présentes sur le territoire
- Réponse aux besoins identifiés collectivement

6. Aller vers les jeunes hors structures

Méthodes pour toucher les jeunes non-usagers

- **Micro-trottoirs** : Pour rencontrer les jeunes qui ne fréquentent pas les équipements
- **Conversations continues** : Maintenir le dialogue dans la durée
- **QCM dynamiques** : Format ludique et accessible
- **Mises en situation** : Jeux de rôles suivis de temps d'échange
- **Débriefing post-activité** : Discussion après les mises en situation

7. Les méthodes concrètes terrain

Outils classiques

- Questionnaires traditionnels
- Boîtes à idées
- Sondages multi-canaux

Approche qualitative

- **Débriefing à chaud** : Parler aux jeunes immédiatement après les activités
- **Questions ciblées** : Qu'est-ce qui a plu ? Qu'est-ce qui n'a pas plu ?

- **Analyse professionnelle** : Utiliser l'expertise des animateurs pour évaluer

Principe fondamental

"Pour travailler avec les jeunes, si on travaille pour les jeunes, on travaille avec les jeunes."

8. L'approche mixte données/terrain

Phase 1 : Recherche documentaire

- Consulter les données institutionnelles (INSEE, INJEP)
- S'appuyer sur des ressources fiables
- Avoir une base de connaissances solides

Phase 2 : Enquête de terrain

- **Publics cibles** :
 - Usagers des structures
 - Jeunes via les collègues du SMJ
 - Élèves via les établissements scolaires
- **Sujets d'échange** :
 - Attentes et besoins
 - Pratiques actuelles
 - Centres d'intérêt
 - Motivations

Objectifs pédagogiques

- Créer un véritable échange
- Développer l'esprit critique
- Favoriser l'ouverture au monde

9. L'observation participative

Méthodes d'enquête

Observation

- Analyser comment les jeunes utilisent les différents espaces
- Comprendre leurs comportements et habitudes

Outils de collecte

- **Questionnaires informels** : Éviter les formats trop rigides
- **Jeux et débats** : Créer des situations ludiques pour recueillir les avis
- **Sondages smartphones** : Utiliser leurs outils quotidiens

Principes d'approche

- **Lieux de rencontre** : Privilégier leurs espaces de fréquentation habituels (éviter le cadre scolaire qui peut bloquer la parole)

- **Diversité des interlocuteurs** : Mélanger personnes connues et nouvelles rencontres
- **Discussion informelle** : Favoriser les échanges naturels
- **Démarche participative** : Impliquer les jeunes dès la phase de questionnement



Guide de ressources pour monter des projets avec les jeunes

La réussite d'un projet avec les jeunes repose sur des principes communs : la confiance, la co-construction, le temps long, l'adaptation à leurs besoins et centres d'intérêt, et surtout, leur positionnement comme véritables acteurs du projet. Toutes ces méthodes convergent vers l'importance de ne pas imposer, mais d'accompagner et de faire émerger les projets des jeunes eux-mêmes.

1. Considérer et comprendre les jeunes

Principes fondamentaux

- **Considérer les jeunes avant tout** : Leur donner de l'importance pour gagner leur confiance - condition sine qua non pour la réussite de tout projet
- **S'intéresser à leur environnement** :
 - Comprendre l'importance des réseaux sociaux dans leur quotidien
 - Identifier leurs besoins réels
 - Analyser leur place dans la société actuelle
 - Prendre en compte leur parcours, leur vécu social et leur contexte géopolitique

Méthodologie d'intervention

- **Développer l'esprit critique** des jeunes à travers :
 - Des ateliers participatifs
 - Des entretiens individuels
 - Des discussions en groupe

2. L'implication totale des jeunes

Stratégie d'engagement

- **Impliquer les jeunes sur toute l'organisation** du projet
- **Créer un climat de confiance** :
 - Mettre le jeune en confiance dès le départ

- Lui donner envie de participer
- Identifier ses centres d'intérêt

Points clés

- **Ne jamais imposer** des activités ou des projets
- **Créer du lien avec les parents** : la confiance des parents facilite celle du jeune
- **Le jeune doit être acteur** : les projets doivent émaner des jeunes, pas des idées de l'animateur

3. Co-construction et accompagnement

Méthodologie de projet

- **Partir de l'enquête** : analyse de la réalité du terrain
- **Ne pas penser à leur place** : co-construire avec eux
- **Les jeunes fixent** :
 - Les objectifs
 - Les moyens
 - La finalité du projet
- **L'intervenant est une personne ressource** qui oriente vers les ressources nécessaires

Éléments essentiels

- **Temporalité** : privilégier le temps long pour permettre aux jeunes d'être véritablement acteurs (réflexion, mise en place, allers-retours)
- **Partenariats** :
 - Partenariats primaires (ex: DAC-SMJ)
 - Prestataires extérieurs
 - Ressources internes aux services
- **Pédagogie innovante** :
 - Confronter les points de vue
 - Savoir désobéir aux règles établies pour explorer de nouveaux possibles
 - S'adapter aux sensibilités rencontrées

Rôle de l'accompagnant

- Sortir de l'ego
- Partir du principe de l'enrichissement mutuel
- S'inspirer du concept du "maître ignorant" de Jacques Rancière
- Se former continuellement
- Accepter ses limites et solliciter des partenaires extérieurs si nécessaire

4. Exemple concret d'un court-métrage

Structure du projet

- **Les jeunes sont acteurs** du projet (non prédéfini)
- **Public cible** : jeunes de 14 à 18 ans
- **Format** : court-métrage sur 3 semaines

Organisation pratique

- **Identification de la thématique** par les jeunes
- **Recherches** sur le thème choisi
- **Budget** : appel à un intervenant spécialisé
- **Rythme** : deux demi-journées par semaine
- **Aspects techniques** :
 - Repérage des lieux et de l'environnement
 - Gestion du droit à l'image
 - Attribution de rôles alternatifs (son, caméra) pour ceux qui ne souhaitent pas être filmés
- **Valorisation** du travail réalisé

5. Innovation et collaboration

Outils et méthodes

- **Analyse de situation** avec des outils comme le SWOT
- **Proposer des projets innovants** : théâtre, danse - activités auxquelles ils n'ont pas forcément accès
- **Gérer la résistance initiale** pour aboutir à la satisfaction finale

Collaboration inter-services

- Se renseigner sur tous les services disponibles dans la ville
- **Insérer les jeunes dans les réunions** inter-services pour :
 - Qu'ils s'autonomisent
 - Qu'ils identifient les personnes ressources
 - Qu'ils comprennent les objectifs de chaque service

6. Projet de découverte culturelle

Démarche participative

- **Discussion informelle** autour d'un goûter pour mettre à l'aise
- **Constats identifiés** :
 - Manque de connaissance des lieux culturels de la ville
 - Manque de confiance en soi
 - Déficit culturel

Projet développé

- **Randonnée ludique** des lieux culturels de la ville
- **Objectifs** :
 - Faire découvrir l'ensemble des lieux culturels
 - Déconstruire les préjugés (ex: "on ne parle pas fort à la médiathèque")
 - Montrer comment utiliser ces lieux dans leur vie personnelle

7. Expérimentation et accompagnement

Approche méthodologique

- **Identifier les personnes ressources** et intervenants extérieurs
- **Co-construire et expérimenter** avec les jeunes
- **Mettre à disposition du matériel** avec accompagnement :
 - Technique
 - Juridique
- **Public** : 15-20 ans

Objectifs pédagogiques

- Développer l'esprit critique
- Expérimenter et s'ouvrir au monde
- Découvrir techniques et cultures diverses
- S'émanciper et prendre ses responsabilités
- **Proposer des expériences** qui partent de leurs attentes tout en les sortant de leur zone de confort

8. Projet médiathèque sur la durée

Conception du projet

- **Projet de longue durée** (non spontané)
- **Structuration progressive** :
 - D'abord par l'adulte
 - Puis appropriation par les jeunes
- **Problématique de départ** : les jeunes ne fréquentent pas la médiathèque

Mise en œuvre

- **Familiarisation** : visites régulières des locaux
- **Création de livres** avec des intervenants (toujours les mêmes pour la continuité)
- **Sujets choisis** selon les enquêtes préalables
- **Valorisation concrète** :
 - Présentations publiques
 - Livre conservé à la médiathèque (visite possible avec les familles)

9. Projet musical et responsabilisation

Structure participative

- **Associer les jeunes à la co-construction**
- **Sensibiliser aux objectifs** du projet
- **Créer un jury** de jeunes pour la sélection des groupes

Apprentissage des contraintes

- Sensibilisation aux contraintes :
 - Budgétaires
 - Techniques
 - Administratives
- **Encourager la création d'une association** de jeunes pour :
 - La gestion de la buvette
 - La coordination de la soirée
- **Associer les jeunes au bilan** du projet



Exemples de projets

Projet de signalétique pour l'Espace jeunesse

- **Contexte** : L'Espace jeunesse du quartier Jean Zay va déménager dans un nouvel espace
- **Objectif** : Permettre aux jeunes de s'approprier leur nouveau lieu
- **Méthodologie** :
 - Échanges en amont avec les jeunes pour présenter le projet
 - Création d'une signalétique personnalisée par les jeunes
 - Partenariat avec La Forge de Gournay-sous-Bois
 - Création d'objets en 3D, de petits personnages et d'éléments de décoration
 - Mise en place d'une affiche pour mobiliser les participants

Projet de co-acquisitions Manga

- **Durée** : 2 ans
- **Origine** : Constat d'une forte rotation des prêts manga à la médiathèque
- **Actions menées** :
 - Travail collaboratif avec les jeunes sur le choix des nouveautés manga
 - Développement de l'esprit critique (analyse des auteurs, illustrations, etc.)
 - Échanges sur les lectures et préférences
 - Achats effectués pour la médiathèque selon les recommandations

Atelier BD

- **Format** : Atelier avec intervenant spécialisé
- **Public** : Jeunes du SMJ et des antennes
- **Date** : Semaine suivant la réunion

Projets culturels variés

- Projet Slam
- Projet Manga

- Projet Stand-up
- Projet 39-45
- Projet de jumelage avec une ville partenaire (en collaboration avec le Kosmos)

Projet BD collaboratif

- **Période** : Première semaine des vacances scolaires
- **Partenaires** : Service jeunesse, culture et médiathèque
- **Contenu** :
 - Création d'une nouvelle BD avec intervenant professionnel
 - Travail d'écriture collaboratif
 - Une séance à l'école d'arts plastiques
- **Particularité** : Mixité territoriale des participants (jeunes du Bois Cadet, de l'Intergé, du Vieux Fontenay et de la Redoute)
- **Objectifs** :
 - Création artistique
 - Rencontres inter-quartiers
 - Apprentissage mutuel entre jeunes ne se connaissant pas

Projet "Viens comme tu es" - Festival de comédie musicale inter-quartiers

- **Concept** : Unir tous les Fontenaisiens à travers la création artistique
- **Quartiers concernés** : Larisse, Redoute, Bois-Cadet, Alouettes, Vieux-Fontenay
- **Déroulement** :
 - Chaque quartier crée sa propre comédie musicale
 - Représentations dans chaque quartier concerné
 - Valorisation locale ("je fais quelque chose en bas de chez moi")
- **Partenaires mobilisés** :
 - Services jeunesse et culture
 - Théâtre et conservatoire
 - Éducation nationale (à intégrer)
- **Sensibilisation innovante** :
 - Sortie au Kosmos/Théâtre Jean-François Avogé
 - Visionnage d'une comédie musicale professionnelle pour inspiration
- **Finalité** : Voyage à Broadway pour tous les participants

Projet découverte des métiers via podcasts

- **Cadre** : Stages de 3ème
- **Processus** :
 1. Rencontre avec un professionnel sur son lieu de travail
 2. Entretien sur le métier
 3. Étapes de création du podcast :
 - Recueil d'informations
 - Écriture du script
 - Répétitions
 - Enregistrement en studio
- **Valorisation** : Podcasts disponibles sur le site du SMJ

Projet Les Ambassadeurs

- **Format** : Création d'un ciné-club par et pour les jeunes
- **Participants** : 9 lycéens actuellement
- **Mission** : Programmer et animer des séances de films de répertoire au cinéma

Projet de création de courts-métrages

- **Partenariat** : SMJ et cinéma

Projet "Clip, Clap, Cloup" - Clip musical

- **Objectif** : Permettre aux jeunes de réaliser un clip musical
- **Approche pédagogique** :
 - Jeunes acteurs du projet
 - Découverte de toutes les dimensions : artistiques, techniques, juridiques, financières
 - Éducation à l'image avec le Kosmos
 - Utilisation du studio pour répétitions et enregistrements
 - Mise en valeur des jeunes talents du SMJ
- **Ressources mobilisées** : Réalisateurs professionnels, studio d'enregistrement

Projet court-métrage sur l'addiction aux jeux vidéo

- **Origine** : Enquête menée par les jeunes (questionnaires, réseaux sociaux)
- **Thématique** : Addiction aux jeux vidéo et ses conséquences (désocialisation, dérives)
- **Méthodologie** :
 - Co-écriture avec intervenant expert en cinéma
 - Jeux d'improvisation pour nourrir le scénario
 - Définition des rôles : acteurs, caméramans, repéreurs
 - Participation à la mise en scène
 - Apprentissage des métiers du cinéma
- **Valorisation** : Projection au Kosmos avec invitation large des jeunes
- **Approche** : Démarche pédagogique par les pairs (jeunes qui parlent aux jeunes)

Note importante : Débat soulevé sur le terme "addiction" concernant les jeux vidéo - controverse scientifique sur l'existence réelle d'une addiction (processus cognitifs différents des substances). Important d'aborder cette complexité avec les jeunes.

Tentative de bal de fin d'année au collège

- **Résultat** : Échec du projet
- **Cause** : Les jeunes organisateurs sont arrivés une semaine trop tard pour présenter le projet et le budget à la principale
- **Enseignement** : Importance du respect des délais dans la gestion de projet

Fêtes de quartier

- **Constat** : Existence de projets de durées variées
 - Gros projets sur plusieurs mois/semaines
 - Projets ponctuels sur une journée
- **Exemples mentionnés** :
 - Fêtes de quartier
 - Projet 3.45
 - Stage BD
 - Projets avec le Kosmos
- **Intérêt** : Les rencontres ponctuelles d'une journée peuvent suffire pour travailler ensemble efficacement

Sondage lors des vœux à la jeunesse

- **Constat** : Forte demande des jeunes pour monter sur scène (musique, chant)
- **Historique** : Ancien projet "Tremplin musical jeunes" qui fonctionnait très bien

Proposition de nouveau tremplin musical

- **Principe** :
 - Les jeunes deviennent acteurs du projet et de la programmation
 - Ils constituent le jury pour sélectionner les maquettes

- Format : 4-5 groupes par tremplin, 2-3 fois par an
- Le grand gagnant passe en première partie d'une tête d'affiche
- **Avantages de la co-construction :**
 - Attraction de 10 fois plus de jeunes (bouche-à-oreille)
 - Programmation qui touche vraiment le public jeunesse
 - Appropriation du projet par les jeunes

Stage d'observation de 3ème "Art et Culture"

- **Partenariat :** Avec le PIJ
- **Format :** Les stagiaires sont en structure du mardi au jeudi, avec la jeunesse/PIJ les lundis et vendredis
- **Programme :**
 - Activités à l'école d'arts plastiques
 - Balade découverte du street art et graff à Fontenay
 - Découverte de l'art et la culture locale
- **Impact :** Les jeunes découvrent leur ville sous un angle artistique méconnu

Comité de programmation

- **Initiative :** Mise en place depuis un an
- **Objectif :** Intégrer des jeunes dans la programmation culturelle
- **Constat :** Les jeunes n'ont pas répondu présent à l'appel
- **Perspective :** Nécessité de trouver d'autres moyens pour susciter leur intérêt et leur participation

– SEANCE 4 –

LA COMMUNICATION



Objectifs de la séance

Nous avons identifié ces sujets à travailler collectivement :

- Comment mobiliser les jeunes ?
- Faire savoir / Aller vers / Faire venir.
- Les supports : ce qu'on y dit, comment on exprime les choses.
- Coopération avec les jeunes pour créer la communication ?

Le but est de construire des ressources utiles sur le sujet de la communication. Chacune des 4 équipes va créer un petit « guide » écrit sur sa thématique de travail.



Programme de la séance

- **Fondamentaux de la communication pour la jeunesse.** Par Benoît Labourdette. Pour orienter le travail et cadrer le sujet de la communication, en abordant des notions sur la question du numérique, les pratiques culturelles des jeunes en lien avec le numérique, ainsi que la différence entre communication et médiation.
- **Discussion collective** sur la communication.
- Constitution des quatre équipes :
 - Une équipe de 7 personnes par thématique :
 - Comment mobiliser les jeunes ?

- Faire savoir / Aller vers / Faire venir.
- Les supports : ce qu'on y dit, comment on exprime les choses.
- Coopération avec les jeunes pour créer la communication ?
- **Travail en équipes :**
 - **Brainstorming.** Dans chaque équipe, brainstorming : jeter des idées, sur des petits papiers, sur la thématique. Que des idées concrètes, et des questions importantes.
 - **Organisation.** Dans chaque équipe, on structure des pistes concrètes à approfondir, du même nombre que le nombre de membres de l'équipe.
 - **Définition des rôles.** Dans chaque équipe, on définit qui va travailler sur chaque piste.
 - **Travail de fond.** Chaque personne creuse individuellement son sujet, rédige des recommandations pratiques.
 - **Partage avec l'équipe.** Chaque personne présente brièvement son travail aux autres membres de l'équipe.
 - **Création graphique des affiches.** Sur des feuilles A3 qui seront affichées ensuite, les équipes font la mise en page et le collage de leurs contributions sur les pages, afin de créer une mini expo (qui sera ensuite scannée).
- **Visite collective de l'exposition sur les 4 thématiques.**



Stratégie de communication et jeunesse : introduction par Benoît Labourdette

Les axes de réflexion proposés aujourd'hui :

- Le premier axe concerne la mobilisation des jeunes. Comment réussir à les attirer et les engager dans nos actions ? Cette question fondamentale mérite qu'on y consacre une réflexion approfondie pour identifier les leviers les plus efficaces.
- Le deuxième axe explore la dialectique entre faire savoir, aller vers et faire venir. Ces trois approches complémentaires soulèvent des questions essentielles sur notre manière d'entrer en relation avec les jeunes et de les impliquer dans nos projets.
- Le troisième axe porte sur les supports de communication. Faut-il privilégier le numérique ou conserver des supports traditionnels ? Comment impliquer les jeunes dans la création de ces supports ? Ces choix techniques ont des implications importantes sur l'efficacité de notre communication.
- Le quatrième axe interroge la pertinence de la coopération avec les jeunes pour créer la communication elle-même. Cette approche participative mérite d'être questionnée et explorée dans ses différentes dimensions.

Méthodologie de travail :

Chaque groupe commencera par un temps de brainstorming pour faire émerger les idées, puis organisera sa réflexion avant d'approfondir les propositions retenues. Les productions seront réalisées sur des feuilles A3 et A4 qui seront ensuite affichées pour permettre une lecture

collective. En fin de matinée, nous prendrons vingt à trente minutes pour échanger sur l'ensemble des travaux. Cette mise en commun me permettra de réaliser une synthèse qui vous sera restituée ultérieurement.

De la communication à la stratégie

Il me semble important de reformuler notre sujet en parlant de stratégie de communication plutôt que de simple communication. La communication en elle-même n'est qu'une technique, un moyen au service d'objectifs précis. Trop souvent, nous nous disons qu'il faut communiquer et nous multiplions les actions sans vraiment évaluer leur impact. Nous publions massivement sur les réseaux sociaux en pensant que c'est important, mais avons-nous réellement mesuré ce que cela apporte ?

Une véritable stratégie de communication implique de définir des objectifs clairs, de choisir les moyens adaptés et d'évaluer les résultats. C'est dans cette perspective d'une stratégie de communication utile et efficace par rapport à la jeunesse que je vous propose de réfléchir aujourd'hui.

La communication présente également plusieurs niveaux qu'il convient de distinguer. S'agit-il d'une communication grand public ou d'une communication ciblée vers un groupe déjà constitué ? Vise-t-elle à informer largement ou à assurer le suivi d'actions en cours ? Ces différents niveaux appellent des approches et des outils différents.

Le numérique entre communication et médiation

La question du numérique est particulièrement complexe car elle recouvre deux réalités distinctes. D'un côté, nous avons la communication numérique qui utilise des plateformes comme Instagram, TikTok ou WhatsApp pour toucher et mobiliser les jeunes. De l'autre, nous trouvons la médiation numérique qui utilise ces mêmes outils dans une logique différente. Prenons un exemple concret. Si je mets en ligne une vidéo réalisée par des jeunes, ce n'est pas nécessairement de la communication. L'objectif n'est pas forcément d'attirer du public ou de faire participer, mais d'utiliser le numérique comme un espace de médiation, une sorte de salle virtuelle où l'on peut découvrir cette création. De même, un groupe WhatsApp peut servir à partager des photos dans le cadre d'un atelier créatif. Dans ce cas, nous sommes dans une logique de médiation et non de communication au sens de recherche de visibilité. Cette distinction est fondamentale car elle détermine nos objectifs et nos méthodes. Comprendre cette nuance nous permettra d'utiliser les outils numériques de manière plus pertinente et efficace dans notre travail avec les jeunes.

Perspectives pour notre réflexion

Notre séance de travail doit nous permettre de construire ensemble une approche stratégique adaptée aux enjeux actuels de la jeunesse. Les questions qui guideront notre réflexion sont nombreuses. Comment définir des objectifs réellement mesurables ? Quelle place accorder aux jeunes dans l'élaboration de nos stratégies ? Comment articuler intelligemment outils numériques et approches plus traditionnelles ? Comment passer d'une logique de diffusion unidirectionnelle à une véritable dynamique participative ?

Ces interrogations nourriront nos échanges tout au long de notre séance et nous permettront, je l'espère, de dégager des pistes d'action concrètes et innovantes pour améliorer notre communication en direction de la jeunesse.



Synthèse de l'échange collectif sur le sujet de la communication



Entre médiation et communication : une clarification nécessaire

D'emblée, la discussion s'est cristallisée autour d'une distinction fondamentale entre médiation et communication. Un participant a tenu à préciser sa vision : pour lui, la médiation relève d'une communication verbale en face-à-face avec les publics, tandis que les éléments transmis via le web restent du domaine de l'information. Cette position a suscité un débat nourri. Une médiatrice numérique de médiathèque a apporté un éclairage intéressant en expliquant que la médiation est le nouveau terme pour ce qu'on appelait autrefois vulgarisation - un mot devenu péjoratif car étymologiquement lié au "vulgaire", à la plèbe. Pour elle, issue de la médiation scientifique, il s'agit avant tout de créer une transition entre des savoirs à transmettre et des publics à toucher.

L'exemple de l'atelier "Tendre l'oreille" du conservatoire a illustré concrètement cette

notion de médiation : un professeur d'analyse musicale déconstruit chaque jeudi des œuvres variées, du rock au rap, dans une relation directe avec le public. La médiation, ont convenu plusieurs participants, se fait "à l'instant T", dans l'adresse directe. Néanmoins, la possibilité d'utiliser le numérique comme outil de médiation - par exemple via un live TikTok permettant une participation à distance - a été évoquée, même si certains y voient une forme de distanciation problématique.

Les pratiques actuelles : entre bricolage et adaptation

Les échanges ont révélé une réalité contrastée des pratiques de communication dans les différents services. Au service jeunesse, les animateurs utilisent principalement Snapchat pour maintenir le contact avec les jeunes, rappeler les horaires d'activités ou les lieux de rendez-vous. WhatsApp est également mobilisé pour ceux qui n'ont pas accès aux réseaux sociaux. Ces outils servent essentiellement à de l'information pratique et au maintien du lien.

Du côté culturel, le théâtre s'appuie sur un réseau d'ambassadeurs - des habitants relais qui promeuvent l'offre culturelle dans leurs quartiers, chez les commerçants ou via leurs propres réseaux sociaux. Cependant, l'absence criante de jeunes dans ces dispositifs participatifs a été soulignée comme une difficulté récurrente. Le Point Information Jeunesse a tenté une approche intéressante en faisant appel à des jeunes ayant bénéficié de ses services pour témoigner de leur expérience sur les réseaux sociaux - une forme de communication par les pairs qui semble porter ses fruits.

Le diagnostic partagé : une communication "basique" face à des enjeux complexes

Un constat sans appel a émergé des discussions : la communication actuelle est jugée "basique" par plusieurs participants. On pourrait même parfois déplorer l'absence de véritables stratégies de communication en amont des projets. "On balance quelques flyers et quelques photos sur les réseaux sociaux et on attend"... parfois l'approche est trop passive et peu réfléchie.

Cette situation s'explique en partie par un manque de moyens humains et financiers - "on n'a pas une armée", a rappelé un participant - mais aussi par l'absence de formation adéquate. Une professionnelle a témoigné de ses difficultés avec certains outils numériques, soulignant que la communication est devenue une part importante du travail sans que les agents disposent nécessairement des compétences requises. "La communication, c'est un métier", a rappelé une autre participante, évoquant les années d'études nécessaires pour maîtriser ces compétences.

L'enjeu de la saturation informationnelle

La discussion a mis en évidence un paradoxe contemporain : dans une société où les jeunes sont "littéralement noyés" par les flux d'information, comment faire entendre sa voix ? Les participants ont reconnu que les jeunes ne font plus le tri dans cette masse d'informations et ne vont plus chercher activement ce qui pourrait les intéresser. Face à ce constat, plusieurs pistes ont été évoquées : casser les codes, créer des messages qui "choquent" pour attirer l'attention, ou encore développer des applications dédiées avec système de notifications.

Mais c'est surtout le pouvoir de la recommandation et du bouche-à-oreille qui a été mis en avant. Un animateur de la discussion a rappelé que l'efficacité de la recommandation est dix fois supérieure à celle de l'information directe. Cette donnée invite à repenser la communication non plus comme une transmission directe d'informations vers des "cibles", mais comme la création de contenus que les personnes auront envie de partager avec leurs pairs. L'implication des jeunes comme relais de communication apparaît ainsi comme une stratégie prometteuse, à condition de leur donner de l'intérêt et de les

investir d'une mission.

La valorisation et l'archivage : un enjeu négligé

Un aspect souvent oublié mais crucial a été soulevé : la question de la valorisation des actions menées et de leur archivage. Les participants ont reconnu être "très mauvais" sur ce point, étant tellement pris dans l'action qu'ils négligent de documenter et de conserver les traces de leurs initiatives. Or, ces traces sont essentielles à plusieurs titres : elles permettent aux publics de mieux mémoriser ce qu'ils ont vécu, elles constituent des supports pour l'évaluation des politiques publiques, et elles peuvent justifier les financements futurs.

L'exemple de l'Intergé a illustré de manière frappante cette problématique : après des années d'actions, aucune exposition n'a pu valoriser tout ce qui avait été créé faute d'archivage adéquat. Cette perte de mémoire institutionnelle est d'autant plus dommageable qu'elle touche à l'identité même des services et de la ville.

Les contraintes institutionnelles : une réalité incontournable

Les échanges se sont conclus sur un rappel important : les services ne sont pas isolés mais dépendent d'une communication institutionnelle qui définit la politique globale de la collectivité. L'annonce d'une réforme réduisant drastiquement les campagnes d'affichage - passant par exemple d'une communication régulière à une seule campagne par trimestre - illustre ces contraintes descendantes auxquelles les services doivent s'adapter.

Vers des pistes d'action collective

Face à ces constats, plusieurs groupes de travail ont été proposés pour approfondir la réflexion : un groupe sur les stratégies de communication, un autre sur l'implication des jeunes dans la communication, et un troisième sur le développement de projets de communication communs entre services. L'idée de créer des gabarits réutilisables, déjà expérimentée dans certains services, a été citée comme un exemple de mutualisation efficace permettant de gagner du temps tout en harmonisant l'image institutionnelle.

Ces échanges ont finalement révélé une profession en pleine mutation, confrontée à la nécessité de repenser ses pratiques face à des publics jeunes aux comportements communicationnels radicalement différents. Entre contraintes budgétaires, déficit de compétences et saturation informationnelle, les professionnels de la culture et de la jeunesse cherchent collectivement des solutions pour maintenir et renforcer le lien avec leurs publics. On sent une volonté partagée de ne pas subir ces transformations mais de les accompagner de manière réfléchie et concertée.



Stratégies de communication

La communication institutionnelle s'articulera autour de plusieurs axes. Nous créerons des espaces de rencontre et d'échange qui favoriseront le dialogue direct. Les outils numériques compléteront cette approche en permettant une diffusion large et rapide de l'information. Parallèlement, nous maintiendrons des supports physiques traditionnels pour assurer l'accessibilité à tous.

L'ensemble de cette stratégie vise à construire une communication inclusive qui répond aux besoins variés de notre public. Nous privilégierons une approche participative où chaque acteur devient partie prenante de la diffusion de l'information, créant ainsi un réseau de communication vivant et dynamique.

Synthèse :

1. Cadre structurant

- Établir une fiche de route comme document directeur
- Définir le rapport institutionnel de la communication
- Intégrer la dimension transversale dans toute la stratégie

2. Points d'entrée et d'accueil

- Créer un lien d'accueil centralisé
- Développer des espaces physiques de rencontre
- Maintenir une approche publique et ouverte

3. Outils de visibilité

- **Supports visuels**
 - Concevoir des affiches avec iconographie accessible
 - Utiliser des codes couleur (vert et violet dominants)
 - Intégrer des symboles universels (maisons, personnages, objets)
- **Canaux de diffusion**
 - Déployer des outils numériques
 - Maintenir des supports physiques traditionnels
 - Créer une multiplicité de points de contact

4. Approches communicationnelles

- Privilégier la communication institutionnelle structurée
- Développer une communication participative
- Assurer l'accessibilité universelle des messages

5. Objectifs opérationnels

- Rendre visible la communication à tous les niveaux
- Créer un réseau de communication vivant
- Garantir l'inclusion de tous les publics
- Transcender les barrières linguistiques par le visuel

Projets communs

PROJETS COMMUNS

Projet commun Culture/Jeunes de communication

- Stratégie de com' globale → rencontre des équipes régulièrement
 - Qui?
 - Compétence du groupe de W
 - Quand?
 - Où?
 - Pourquoi?
- Com' sur projet commun
 - à l'attention des jeunes
 - Tout public
 - com' ville
- les personnes, ressources de la com'
 - équipe de com'
 - studio graphique

INTRO

- les projets culture-jeunes.
 - les réseaux
 - PUBLIC
- ex: BD.
 - les ateliers / festival
 - Stand up.

- les rendez-vous
 - présentation de saison
- Théâtre en juin

OUTRO

1. Projet
 - le contenu à travailler en commun
 - la programmation culturelle à l'adresse des jeunes
 - Public Jeunes com.
- ex: Comment elle s'inscrit dans la troupe ado.
x 800 jeunes envoya ET Porteur du projet.

Modalités de Travail

1. Diagnostic.
 - x identifier les ressources existantes
 - les personnes "communication" pas services culturels pas service jeunesse.
 - les productions.

Dégage des priorités - identifier collectivement quelques projets communs.

2

2. GROUPE DE TRAVAIL
 - citage de 2 à 3 projets
 - x Représentants - équipe "programmation"
 - Représentants
 - 1 représentant des jeunes.
 - 1 représentant des com'
 - 1 représentant des services de communication
 - Réunion 2: avec la com'
 - ex: stand up, comme projet commun.
 - la VALORISATION des événements

• Benchmark "veille sur l'ailleurs"

3. les Moyens

- Jeunesse
 - agile.
 - Culture
 - institutionnel.
- la "rencontre" de ces 2 modes

- impliqués:
 - x Travailler le message.
 - x Travailler d'autres moyens: la bouche à oreille.

ex: les ambassadeurs.

- x Travailler d'implantation des affiches.

- la communication de proximité → sorte d'école
 - x flyers distribués → Tractage
 - x chez les commerçants. format A4 MAX.

4. Outils de communication des projets communs

- L'ont ou s'adresse aux jeunes?
- Le visuel.
- La simplicité des messages, faciles à saisir.
- Quels supports?
 - Print?
 - Web?
- Stratégie:
 - Jeunesse.
 - les expertises des services Culturels

- les réseaux existants

Structuration et gouvernance

Nous devons établir une stratégie globale claire qui définisse précisément ce qu'est un projet commun. Créons des équipes républicaines avec des compétences identifiées et formons des groupes de travail opérationnels. Chaque groupe aura des représentants désignés pour assurer un équilibre dans la programmation.

Actions culturelles pour la jeunesse

- Développons une programmation culturelle spécifiquement orientée vers le public jeune.
- Mettons en place des stages de communication adaptés et créons des projets culturels innovants qui répondent aux attentes des jeunes.
- Intégrons systématiquement les jeunes dans nos processus de décision et de création.

Mutualisation des ressources

- Créons immédiatement un pool de ressources communes accessibles à tous les acteurs.
- Identifions et partageons les compétences disponibles au sein de notre réseau.
- Établissons un diagnostic précis des ressources existantes pour optimiser leur utilisation collective.

Communication et coordination

- Organisons des rencontres régulières entre les services culturels et jeunesse pour améliorer la communication.
- Développons des outils de communication de proximité et travaillons sur la valorisation continue de notre mouvement.
- Créons une stratégie web cohérente et moderne pour toucher nos publics cibles.

Méthode de travail collaborative

- Adoptons une approche collégiale dans toutes nos décisions.
- Simplifions nos messages pour les rendre accessibles à tous.
- Assurons la qualité de chaque projet engagé en établissant des critères d'évaluation clairs.
- Travaillons l'implantation territoriale de nos affiliés de manière stratégique.

Actions concrètes immédiates

- Lançons un premier groupe de travail dès maintenant avec des représentants de chaque secteur
- Programmons une série de rencontres institutionnelles pour formaliser nos partenariats
- Développons des outils de communication communs (format A4, fiches distribuées)
- Créons une plateforme web partagée pour centraliser nos ressources
- Organisons des sessions de travail dans les écoles pour toucher directement les jeunes
- Cette approche nous permettra de transformer nos projets communs en réalités concrètes et durables, avec une attention particulière portée à l'inclusion des jeunes et à la mutualisation efficace de nos moyens.

Supports de communication



Déployons une gamme complète de supports physiques pour toucher tous les publics. Créons des affiches percutantes à placer dans les lieux stratégiques, développons des plaquettes dépliant informatifs et des brochures détaillées sous forme de livrets ou formulaires. Distribuons massivement des flyers dans les zones à fort passage et créons des calicots (kakémonos) pour marquer notre présence lors d'événements. Innovons avec des marque-pages utiles au quotidien, des pochoirs de rue pour investir l'espace urbain, des cartes postales virales, des autocollants militants et des magnets ou goodies comme les tote bags qui prolongeront notre message dans le temps.

Investissons massivement le numérique et les réseaux sociaux pour amplifier notre portée. Utilisons Snapchat et TikTok pour toucher les plus jeunes, Facebook pour les publics plus larges, et développons une stratégie multicanale incluant mails ciblés, SMS directs et appels téléphoniques personnalisés. Créons du contenu adapté pour YouTube, WhatsApp, Telegram et Instagram, en respectant une ligne éditoriale claire : échangeons, publions, postons des vidéos engageantes, mais évitons les interactions superficielles qui diluent notre message.

Organisons des événements participatifs et des espaces de dialogue pour créer une véritable dynamique communautaire. Mettons en place des forums de discussion, des débats publics et des espaces type "Agora" où chacun peut s'exprimer. Produisons des podcasts réguliers et des vidéos thématiques pour maintenir le lien avec notre audience. Privilégions les formats originaux qui interpellent, notamment les jeunes, en travaillant sur un graphisme moderne et impactant.

Structurons notre distribution selon une logique territoriale efficace. Identifions les lieux

stratégiques comme les centres culturels (type "Hacklon"), les salles de spectacle et les espaces de passage. Établissons des partenariats avec ces lieux pour une présence régulière. Formons des équipes de distribution qui connaissent bien le terrain et peuvent engager des conversations directes avec le public.

Développons une approche intégrée mêlant communication descendante et remontante. Créons des boucles de feedback via nos différents canaux pour écouter notre communauté. Utilisons les retours terrain pour ajuster nos messages et nos supports. Mettons en place un système de veille sur tous nos canaux numériques pour réagir rapidement aux tendances et aux attentes.

Cette stratégie globale nous permettra de créer un écosystème de communication cohérent, où chaque support et chaque action se renforcent mutuellement pour maximiser notre impact et mobiliser efficacement notre communauté autour de nos objectifs.

Synthèse :

PRIORITÉ IMMÉDIATE : Établir les fondamentaux

Créer l'identité visuelle et les supports de base

- Développer une **charte graphique moderne** et interpellante (notamment pour les jeunes)
- Concevoir les supports essentiels : **affiches, flyers, plaquettes dépliant**
- Préparer un **kit de communication** de base (logos, templates, messages clés)

Structurer la présence numérique

- Ouvrir et paramétrer les comptes sur les réseaux prioritaires : **Instagram, Facebook, TikTok**
- Définir une **ligne éditoriale claire** : "échanger, publier, poster des vidéos" (éviter les interactions superficielles)
- Mettre en place un système de gestion des **emails et SMS**

PRIORITÉ SECONDAIRE : Développer l'engagement

Diversifier les supports de communication

- Produire des **brochures détaillées** et livrets thématiques
- Créer des objets promotionnels durables : **tote bags, magnets, autocollants**
- Développer des supports innovants : **marque-pages, cartes postales virales**

Investir l'espace public

- Installer des **calicots/kakémonos** lors d'événements
- Utiliser les **pochoirs de rue** pour marquer le territoire
- Organiser des **distributions ciblées** dans les lieux stratégiques

Créer du contenu multimédia

- Lancer une série de **podcasts réguliers**
- Produire des **vidéos engageantes** pour YouTube
- Développer des **formats originaux** adaptés à chaque plateforme (Snapchat, WhatsApp, Telegram)

PRIORITÉ À MOYEN TERME : Construire la communauté

Organiser des espaces de dialogue

- Mettre en place des **forums de discussion** réguliers
- Créer des événements type "**Agora**" pour les débats publics
- Organiser des **rencontres thématiques** dans des lieux culturels

Développer les partenariats territoriaux

- Identifier et collaborer avec les **lieux stratégiques** (centres culturels, salles de spectacle)
- Créer un **réseau de points de distribution** permanents
- Former des **ambassadeurs locaux** pour les échanges directs

PRIORITÉ À LONG TERME : Pérenniser et optimiser

Structurer le système de communication

- Établir des **procédures** pour la création et validation des contenus
- Mettre en place un **calendrier éditorial cross-canal**
- Créer un **système de veille** et d'analyse des retours

Développer une approche data-driven

- Installer des **outils de mesure d'impact** sur tous les canaux
- Analyser les **performances** et ajuster les stratégies
- Créer des **boucles de feedback** avec la communauté

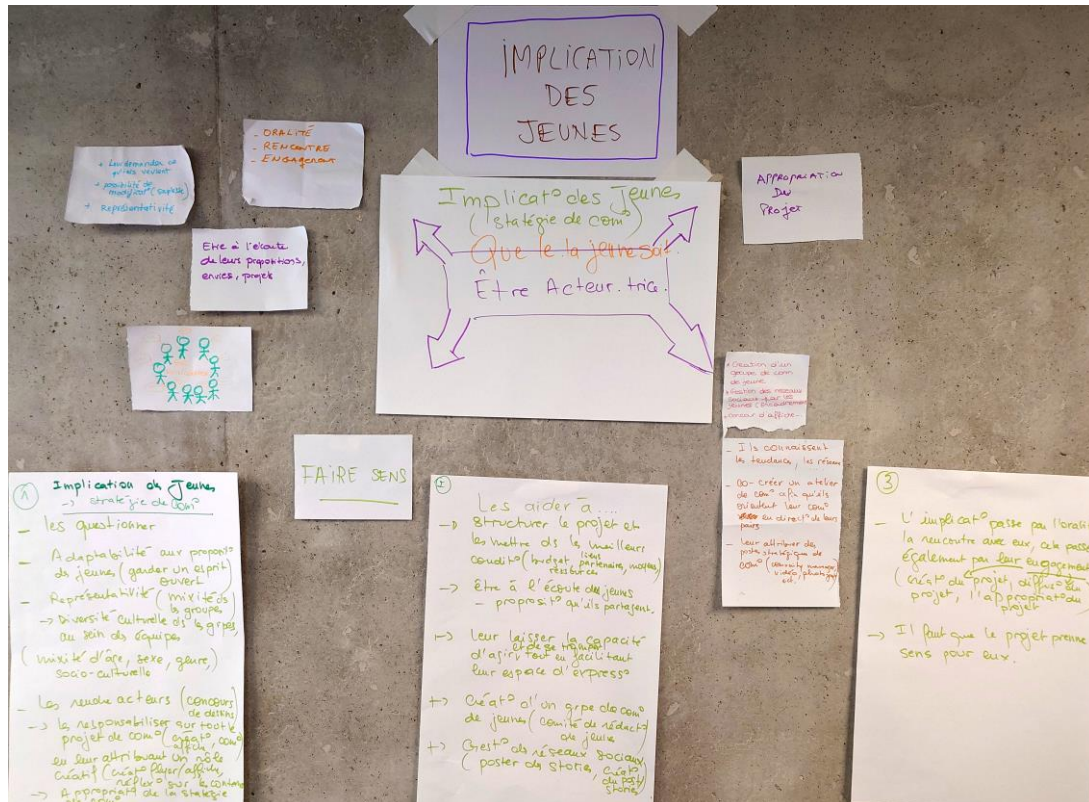
Innovation continue

- Tester régulièrement de **nouveaux formats** et supports
- Explorer les **technologies émergentes** (réalité augmentée, nouvelles plateformes)
- Maintenir une **veille** sur les pratiques innovantes de communication communautaire

POINTS D'ATTENTION TRANSVERSAUX

Cohérence : Assurer une uniformité du message sur tous les supports **Authenticité** : Privilégier les échanges sincères aux interactions superficielles **Accessibilité** : Adapter les contenus aux différents publics cibles **Agilité** : Rester flexible pour s'adapter aux retours et aux évolutions du contexte

Implication des jeunes



Réflexion sur l'implication des jeunes, avec comme idée centrale le passage d'une position où l'on serait simplement "de la jeunesse" à une posture où les jeunes deviennent "acteurs et actrices".

La démarche s'articule autour de l'oralité, de la rencontre et de l'engagement, en demandant ce que veulent les jeunes, en tenant compte de leur sensibilité, des projets qu'ils portent et de leur représentativité. Il s'agit d'être à l'écoute de leurs propositions, envies et projets.

Un point essentiel est que le projet doit faire sens pour eux et qu'ils puissent se l'approprier. Pour cela, il faut les aider à structurer le projet et les modalités où ils le veulent, les accompagner dans la construction concernant le budget, le lieu, les partenaires, le timing et les médias. Il convient d'être à l'écoute des jeunes, de proposer qu'ils partagent, et de leur laisser la capacité d'apprendre ou de faciliter leur capacité d'expression.

Parmi les actions concrètes envisagées figurent la création d'un groupe de communication de jeunes, sous forme de comité ou collectif, ainsi que la création et gestion de réseaux sociaux par les jeunes eux-mêmes, avec des posts, photos, stories et autres contenus.

La réflexion évoque également la nécessité de s'adapter aux propositions des jeunes en gardant un esprit ouvert, de prendre en compte la représentativité entre privilégiés et laissés de côté au sein des équipes, de se responsabiliser sur tout projet et de considérer les besoins des acteurs. Il est proposé de créer un atelier de communication selon leurs souhaits, d'être au devant de leurs peurs, et de leur attribuer des rôles et stratégies de communication adaptés.

Concept central : Passer de "Être de la jeunesse" (barré) à "Être Acteur.trice"

Axes principaux identifiés :

ORALITÉ - RENCONTRE - ENGAGEMENT

- En demandant ce que veulent

- Sensibilité
- Projets qu'ils portent
- Représentativité

Être à l'écoute de leurs propositions, envies, projets

FAIRE SENS - Il faut que le projet prenne sens pour eux

APPROPRIATION DU Projet

Actions concrètes proposées :

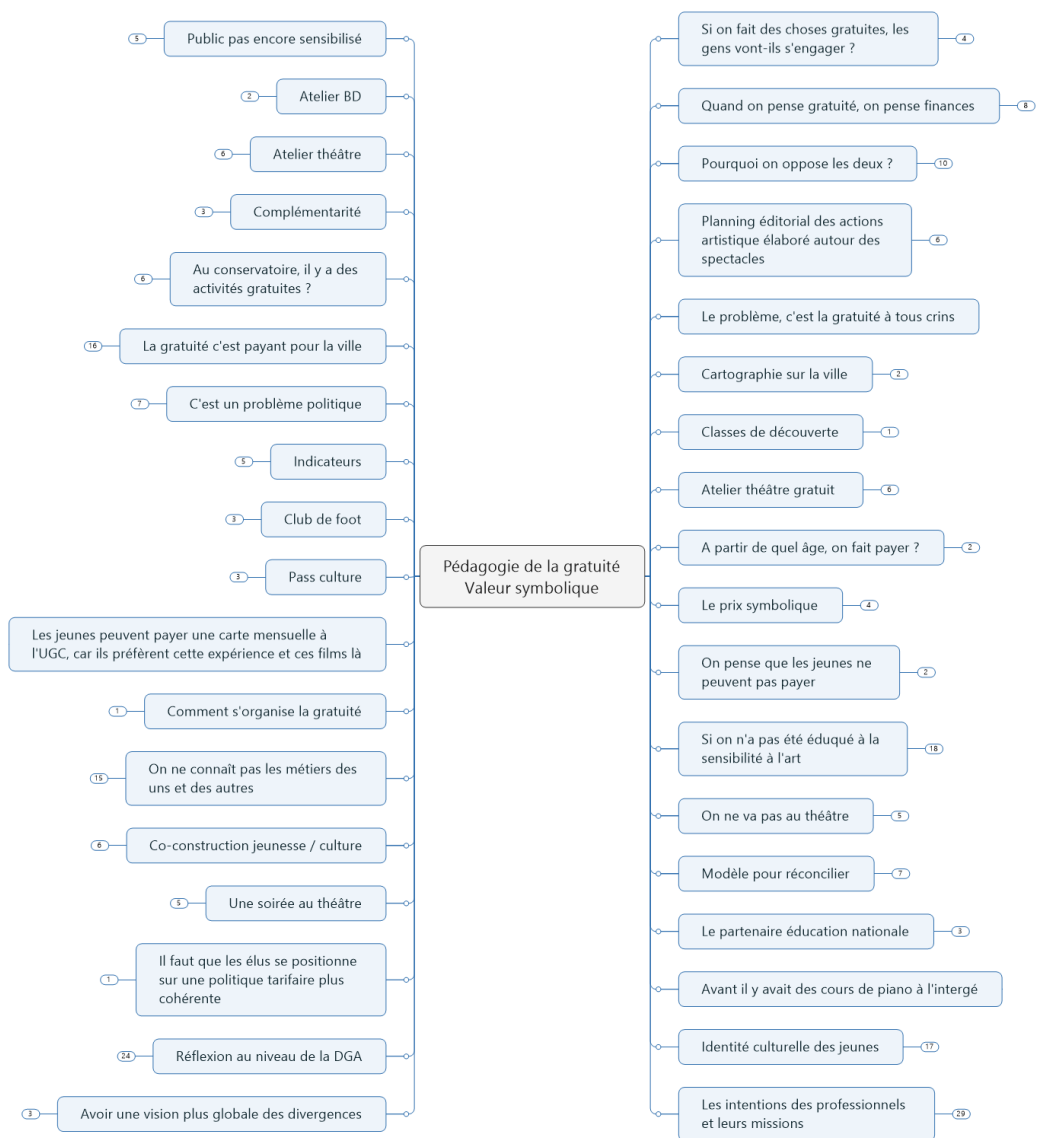
- Les aider à structurer le projet et les modalités où ils le veulent
- Construire (budget, lieu, partenaires, timing, média)
- Être à l'écoute des jeunes
- Proposer qu'ils partagent
- Leur laisser la capacité d'apprendre tout ou faciliter leur capacité d'exprimer
- Création d'un groupe de com de jeunes (comité ou collectif de jeunes)
- Création où réseaux sociaux (poster où photo, création du tool, story)

Autres éléments mentionnés :

- S'adapter aux propositions de jeunes (garder un esprit ouvert)
- Représentativité (privilegiés vs laissés de côté au sein des équipes)
- Se responsabiliser sur tout projet
- Créer un atelier de com' où qu'ils veulent leur com'
- Être au devant de leurs peurs
- Leur attribuer des rôles/stratégies de com'
- Connection d'un groupe et com'
- Création des réseaux sociaux gérés et créés
- Contenu et affiche

– SEANCE 5 –

PEDAGOGIE DE LA GRATUITE



Objectif de la séance

Travailler sur la pédagogie de la gratuité, c'est-à-dire comment attribuer une valeur symbolique via le prix ou d'autres symboles aux propositions que nous faisons aux jeunes, afin qu'ils puissent, par la suite et en autonomie, poursuivre les pratiques auxquelles nous les avons initiés. Et débattre sur le sujet.

Programme de la séance

- **De la valeur symbolique des choses.** Par Benoît Labourdette. Qu'est-ce que fait que quelque chose a une valeur pour nous ? Comment partager avec les jeunes la

construction de valeur symbolique ? Quels sont les changements de la valeur des choses à l'ère du numérique ? Notions de psychanalyse et d'anthropologie des technologies.

- **Discussion collective** sur la valeur des propositions pour les jeunes et débat sur les questions de gratuité.

La valeur des pratiques culturelles pour les jeunes

Par Benoît Labourdette.

Comprendre la valeur symbolique des pratiques culturelles

La question de la valeur des activités culturelles proposées aux jeunes dépasse largement celle de leur coût financier. Au cœur de notre réflexion doit se trouver la notion de valeur symbolique, c'est-à-dire ce que ces activités représentent pour les jeunes eux-mêmes. Comme le rappelait Jean-Jacques Rousseau, "ce n'est pas la valeur des choses qui compte, mais la valeur que nous leur accordons". Cette distinction fondamentale nous invite à repenser notre approche des politiques culturelles jeunesse.

Les pratiques culturelles fonctionnent comme des objets extérieurs qui permettent aux jeunes de se construire. Lorsqu'un adolescent s'investit dans une activité, qu'il s'agisse de théâtre, de musique, de dessin ou même de création de contenus numériques, il utilise cette pratique comme un miroir de son intériorité. Ces activités deviennent des espaces de symbolisation où les jeunes peuvent exprimer ce qu'ils ressentent, explorer leur identité et se projeter dans l'avenir. Plus encore, ces pratiques créent des espaces de rencontre précieux. Autour d'un intérêt commun, des jeunes d'horizons différents peuvent se retrouver, échanger et tisser des liens sociaux durables.

Le numérique comme pratique culturelle légitime

Il est essentiel aujourd'hui de reconnaître pleinement les pratiques numériques des jeunes comme de véritables pratiques culturelles. Trop souvent, nous observons de l'extérieur un jeune sur son téléphone sans comprendre la richesse des interactions et des créations qui s'y déploient. Les tendances TikTok, par exemple, créent des communautés éphémères mais intenses où des milliers de jeunes partagent des chorégraphies, des défis créatifs ou des contenus humoristiques. Ces pratiques ont une valeur symbolique forte pour ceux qui s'y investissent.

La période de confinement nous a d'ailleurs rappelé le caractère essentiel de ces pratiques culturelles numériques. Alors que les lieux culturels étaient fermés, c'est par le numérique que la culture a continué à circuler, à créer du lien et à maintenir une forme de vie sociale. Cette expérience nous oblige à dépasser nos préjugés sur le temps d'écran pour nous intéresser véritablement à ce que font les jeunes avec leurs outils numériques. La question n'est pas combien de temps ils passent devant un écran, mais comment ce temps est investi, quelles compétences ils développent et quels liens sociaux ils créent.

Repenser le débat entre gratuité et paiement

La question de la gratuité des activités culturelles pour les jeunes suscite régulièrement des débats passionnés au sein des équipes municipales. Ces débats révèlent en réalité des conceptions différentes de ce qui motive l'engagement des jeunes et de notre rôle en tant qu'agents publics.

D'un côté, le paiement, même symbolique, peut avoir plusieurs vertus. Il permet aux jeunes d'apprendre progressivement les codes du secteur culturel et de développer leur autonomie future. Quand un jeune comprend qu'un spectacle a un coût, qu'il implique des artistes, des techniciens, des lieux à entretenir, il intègre une réalité économique qui lui sera utile plus tard.

Le paiement peut aussi renforcer l'engagement et la valeur perçue de l'activité. L'expérience montre parfois qu'une participation financière, même minime, peut responsabiliser et impliquer davantage les participants.

De l'autre côté, la gratuité répond à un impératif d'égalité d'accès qui est au cœur de notre mission de service public. Pour de nombreux jeunes, la barrière financière reste un obstacle insurmontable qui les prive de découvertes culturelles essentielles à leur développement. La gratuité permet alors une véritable discrimination positive, offrant à tous les mêmes chances d'accès à la culture. Elle peut être la porte d'entrée vers des pratiques que les jeunes n'auraient jamais explorées autrement, avec des impacts positifs sur le long terme en termes de construction personnelle et d'insertion sociale.

La solution ne réside probablement pas dans le choix exclusif de l'une ou l'autre option, mais dans une approche nuancée qui sait adapter ses modalités selon les publics, les activités et les objectifs poursuivis. Certains ateliers de découverte peuvent être gratuits pour lever les barrières, tandis que des activités régulières peuvent demander une participation symbolique pour marquer l'engagement. L'essentiel est d'harmoniser ces pratiques entre services pour offrir une politique lisible et cohérente aux usagers.

Le positionnement professionnel des agents

Notre rôle d'agents municipaux nous place dans une position particulière où nous devons constamment articuler nos valeurs personnelles avec notre mission professionnelle. Cette distinction est fondamentale pour mener à bien nos missions. Nos convictions personnelles sur ce qui est bon pour les jeunes peuvent parfois entrer en tension avec les orientations politiques de la collectivité ou avec les attentes des publics eux-mêmes.

Dans ce contexte, notre expertise de terrain devient précieuse. Nous sommes les mieux placés pour observer les effets concrets de nos politiques, pour identifier les besoins non satisfaits et pour proposer des évolutions. Notre rôle d'aide à la décision implique de faire remonter ces observations, de les analyser et de formuler des propositions constructives. Nous devons veiller à ce que nos actions respectent les droits culturels des personnes, c'est-à-dire leur dignité et leur capacité à choisir librement leurs pratiques culturelles.

Cette posture professionnelle nous demande aussi de faire attention à la confusion possible entre nos pratiques personnelles et professionnelles, particulièrement sur les réseaux sociaux. Quand nous publions des contenus liés à nos activités professionnelles, nous représentons l'institution et devons veiller à la cohérence de nos messages avec la politique municipale.

Construire une politique culturelle jeunesse cohérente

Pour développer une politique culturelle jeunesse véritablement efficace, plusieurs points d'attention méritent d'être soulignés. La communication et l'accessibilité de nos propositions sont cruciales. Il ne suffit pas de rendre une activité gratuite si l'information n'est pas claire et facilement accessible. Nous devons penser l'accessibilité dans toutes ses dimensions : financière bien sûr, mais aussi temporelle, géographique et informationnelle. Certaines offres gratuites demandent tellement de démarches ou de disponibilité à des horaires spécifiques qu'elles excluent de fait les publics qu'elles prétendent cibler.

La pédagogie et l'accompagnement constituent un autre axe essentiel. Expliquer pourquoi certaines activités sont payantes, faire découvrir les métiers du secteur culturel, accompagner progressivement vers l'autonomie culturelle : autant de missions qui donnent du sens à notre action. Cette pédagogie passe aussi par la valorisation de toutes les formes de pratiques culturelles, y compris celles que les jeunes développent de manière autonome.

Enfin, la transversalité et la cohérence entre services apparaissent comme des conditions indispensables à l'efficacité de nos politiques. Les échanges réguliers entre collègues, le partage

d'expériences réussies, la construction collective de propositions innovantes permettent de dépasser les logiques de silo pour offrir aux jeunes une politique culturelle lisible et adaptée à leurs besoins.

Vers une approche équilibrée et bienveillante

Notre mission fondamentale est d'accompagner les jeunes dans leur construction personnelle et sociale à travers des pratiques culturelles qui ont du sens pour eux. Cela implique de reconnaître la diversité des formes d'engagement, d'adapter nos propositions aux réalités multiples des publics, de valoriser toutes les pratiques culturelles y compris les plus contemporaines, et de construire des politiques à la fois ambitieuses et réalistes. L'enjeu n'est pas de trancher définitivement entre gratuité et paiement, entre pratiques traditionnelles et numériques, entre exigence artistique et accessibilité. Il s'agit plutôt de trouver, situation par situation, le juste équilibre qui permettra au plus grand nombre de jeunes de s'épanouir à travers des pratiques culturelles enrichissantes. Cette recherche d'équilibre nécessite une réflexion collective continue, nourrie par nos expériences de terrain et orientée vers l'intérêt supérieur des jeunes que nous accompagnons.

En définitive, notre rôle est de créer les conditions pour que chaque jeune puisse trouver dans l'offre culturelle municipale des espaces d'expression, de construction et de rencontre qui correspondent à ses aspirations et contribuent à son développement. C'est dans cette perspective ouverte et bienveillante que nous pourrions construire des politiques culturelles jeunesse véritablement inclusives et émancipatrices.

Récit des échanges

Le débat sur la gratuité a révélé des positions contrastées selon les services. Le service jeunesse défend avec conviction la gratuité comme moyen de toucher les publics éloignés de la culture. Les animateurs proposent des ateliers gratuits qu'ils conçoivent comme une première porte d'entrée vers les pratiques culturelles. L'un d'eux interroge : "Pourquoi ne pas rendre gratuit un atelier théâtre à l'année ? L'engagement viendra quand le jeune trouvera du plaisir dans l'activité". Cette position rejoint celle de la médiathèque qui pratique la gratuité universelle depuis que la ville l'a votée en 2017. Une médiatrice explique avec simplicité : "Je ne me suis jamais posé la question de faire payer. Nous avons un budget et des compétences internes, nous faisons notre travail".

Face à cette approche, le conservatoire et le théâtre défendent le principe d'une participation financière, même symbolique. Le conservatoire applique des tarifs selon le quotient familial, avec une première tranche à 40 euros par an, alors que le coût réel s'élève à 3000-3500 euros par élève. Le théâtre, quant à lui, organise des ateliers de médiation gratuits mais conditionne cette gratuité à l'achat ultérieur de places de spectacle. Un responsable argumente que "une participation symbolique permet de rappeler aux gens qu'ils investissent dans l'éducation de leurs enfants".

Ces divergences révèlent une problématique plus large : l'incohérence entre services municipaux. Les professionnels constatent avec frustration ce manque d'harmonisation. Le service jeunesse propose des activités gratuites tandis que l'école d'arts plastiques fait payer les mêmes ateliers. Plus problématique encore, les jeunes doivent parfois payer pour accéder au théâtre même dans le cadre de projets inter-services. Une intervenante témoigne de cette rigidité : "On m'a refusé la gratuité pour un atelier BD car cela créerait une inégalité avec les autres structures".

La question de l'engagement des participants cristallise également les débats. Certains professionnels estiment que la gratuité dévalue l'activité et réduit l'engagement des familles. D'autres réfutent cet argument en affirmant que leurs ateliers gratuits maintiennent une forte assiduité des jeunes, preuve que la motivation ne dépend pas du prix mais de la qualité de la proposition.

Au-delà de ces considérations tarifaires, les échanges ont mis en lumière un enjeu fondamental : l'éducation culturelle des familles. Les professionnels constatent que les familles manquent souvent de culture artistique pour accompagner leurs enfants dans ces découvertes. L'école constitue ainsi le premier contact avec la culture pour beaucoup d'enfants. Un animateur livre un témoignage personnel poignant : "J'ai 40 ans et quand je vais au musée, une œuvre ne me fait rien car je n'ai pas été éduqué pour ça". Cette réflexion souligne l'importance du rôle des professionnels dans la transmission culturelle.

Face à ces constats, plusieurs propositions émergent des échanges. La direction générale adjointe travaille déjà sur une harmonisation des tarifs entre les différents services - sports, culture, jeunesse, citoyenneté. Cette réforme prévoit l'application systématique du quotient familial, la création d'un tarif solidaire et des tarifs très favorables pour les moins de 25 ans. L'objectif est de construire une politique tarifaire plus cohérente et plus juste.

Les participants proposent également de développer la médiation culturelle à travers des parcours progressifs : des ateliers gratuits comme première approche, puis une pratique tarifée dans les structures culturelles. Cette approche permettrait de lever les freins psychologiques tout en valorisant l'engagement dans la durée. Le renforcement des partenariats avec l'Éducation nationale apparaît également comme une priorité pour toucher tous les enfants. L'amélioration de la co-construction entre services constitue un autre axe de travail identifié. Les professionnels souhaitent clarifier qui finance quoi dans les projets communs, développer le Projet Éducatif de Territoire pour mieux coordonner les actions, et surtout mieux connaître les missions et contraintes de chaque service. Cette meilleure connaissance mutuelle apparaît comme un préalable indispensable à une collaboration efficace.

Les directions s'engagent à donner suite à ces riches échanges. Une synthèse des cinq séances de travail sera produite et une restitution organisée avec les élus pour obtenir des orientations politiques claires. L'objectif est de poursuivre la réflexion sur une politique tarifaire cohérente et solidaire, tout en maintenant ces temps d'échange entre services qui ont prouvé leur utilité pour renforcer les collaborations.

Au final, ces débats révèlent la complexité de la question de l'accès à la culture, qui ne se résume pas à une simple opposition entre gratuité et tarification. Les professionnels expriment leur volonté de dépasser ces clivages pour construire ensemble une politique qui permette véritablement à tous les publics, et particulièrement aux plus éloignés, d'accéder à la richesse culturelle de leur territoire. Cette démarche collective témoigne d'une maturité professionnelle et d'une ambition partagée au service de l'émancipation culturelle de tous les habitants.

Synthèse des échanges

1. Les enjeux fondamentaux de la gratuité

L'engagement et la participation On interroge d'emblée une crainte récurrente : **la gratuité nuit-elle à l'engagement des usagers ?** Les participants nuancent cette approche en soulignant que l'engagement peut prendre différentes formes et que la gratuité peut justement constituer **un levier d'accès** pour des publics qui n'auraient pas autrement accès aux activités culturelles.

Au-delà de l'aspect financier La gratuité ne se limite pas à l'absence de coût monétaire. Elle implique aussi des **contraintes temporelles et organisationnelles** : il faut communiquer clairement sur les modalités d'accès, prévoir du temps pour que les usagers s'organisent (exemple des billets gratuits pour l'opéra à 18h).

2. La complémentarité gratuit/payant

Une fausse opposition Les professionnels rejettent l'idée d'une opposition binaire entre gratuit et payant. **La gratuité est présentée comme une "porte d'entrée"** qui doit ensuite permettre d'aller plus loin dans l'engagement. Le modèle proposé est progressif : un premier contact gratuit peut amener vers des pratiques payantes plus approfondies.

L'importance du prix symbolique On évoque l'intérêt d'une **"participation symbolique" (1€ par exemple)** qui permettrait un meilleur ancrage social tout en restant accessible. Cette approche vise à éviter la "gratuité à tous crins" jugée problématique.

3. Stratégies pédagogiques et médiation culturelle

Parcours d'accompagnement Les services développent des **plannings éditoriaux** structurés autour des spectacles, avec des ateliers gratuits conçus comme des parcours d'initiation. L'exemple du "parcours danse" illustre cette approche : ateliers gratuits conditionnés à la venue aux spectacles avec un tarif préférentiel.

Rôle de la médiation La **médiation culturelle est identifiée comme la première porte d'entrée**. Les professionnels insistent sur l'importance de créer des continuités entre les différentes étapes du parcours culturel.

4. Questions générationnelles et publics cibles

L'éducation à la sensibilité artistique On souligne que beaucoup d'adultes, y compris des professionnels, n'ont pas été éduqués à l'art. **L'introduction à la culture peut survenir tardivement** (exemple d'une personne découvrant la culture à 40 ans grâce à une éducatrice).

Les jeunes et leur rapport au paiement Une réflexion critique émerge sur les présupposés concernant les jeunes : ils possèdent souvent des objets coûteux (iPhone, baskets) mais on suppose qu'ils ne peuvent pas payer pour la culture. Les professionnels questionnent : **"À partir de quel âge fait-on payer ?"**

Construction de l'identité culturelle L'identité culturelle se construit différemment selon les contextes :

- À l'école : contact imposé, impact crucial de l'enseignant
- Hors école : implication possible des parents, mais inégalités culturelles familiales

5. Enjeux organisationnels et coordination

Manque d'harmonisation On fait état d'une **"cartographie sur la ville" révélant "aucune harmonisation"** entre les services. Cette situation nécessite un "énorme travail" de coordination.

Méconnaissance mutuelle des métiers Les professionnels constatent qu'ils ne connaissent pas suffisamment **les métiers et champs d'action de leurs collègues**. Cette méconnaissance complique la co-construction de projets.

Projets transversaux Les projets co-construits entre services (jeunesse/culture) soulèvent des questions de financement partagé et de définition des règles de collaboration.

6. Politique tarifaire et choix politiques

Vers une harmonisation Une **réflexion est menée au niveau de la DGA** (Direction Générale Adjointe) pour harmoniser les pratiques tarifaires entre les secteurs (sports, citoyenneté, culture, jeunesse). Cette harmonisation doit définir :

- Les publics cibles (seniors, jeunes de moins de 25 ans)
- Les modalités tarifaires (quotient familial)
- La cohérence des propositions politiques

Le quotient familial comme outil d'équité L'utilisation du **quotient familial** est présentée comme une réponse à intégrer davantage dans les politiques tarifaires pour assurer l'équité sociale.

7. Contraintes budgétaires et modèles économiques

Coût de la gratuité "La gratuité c'est payant pour la ville" : pour proposer de la gratuité, les services ont besoin de moyens. On illustre cette tension avec l'exemple de la médiathèque qui, faute de budget pour des intervenants, anime elle-même ses activités.

Modèles différenciés

- **Médiathèque** : gratuité universelle votée en 2017, financée par l'argent public
- **Conservatoire** : payant au quotient (40€/an minimum) pour un coût réel de 3500€/an par élève
- **Service jeunesse** : gratuité assumée par le service qui "paie pour les jeunes"

8. Exemples concrets et retours d'expérience

Succès identifiés

- **Ateliers théâtre gratuits** du service jeunesse : engagement des lycéens malgré leurs multiples activités
- **Atelier BD** : gratuit et créateur de liens sociaux
- **Activités régulières à la médiathèque** : gratuité permettant des activités pérennes

Difficultés rencontrées

- **Pass culture** : part individuelle peu consommée malgré la gratuité
- **Coordination entre services** : malentendus sur les coûts et financements
- **Information des familles** : difficulté à communiquer clairement sur l'offre culturelle

9. Perspectives et recommandations

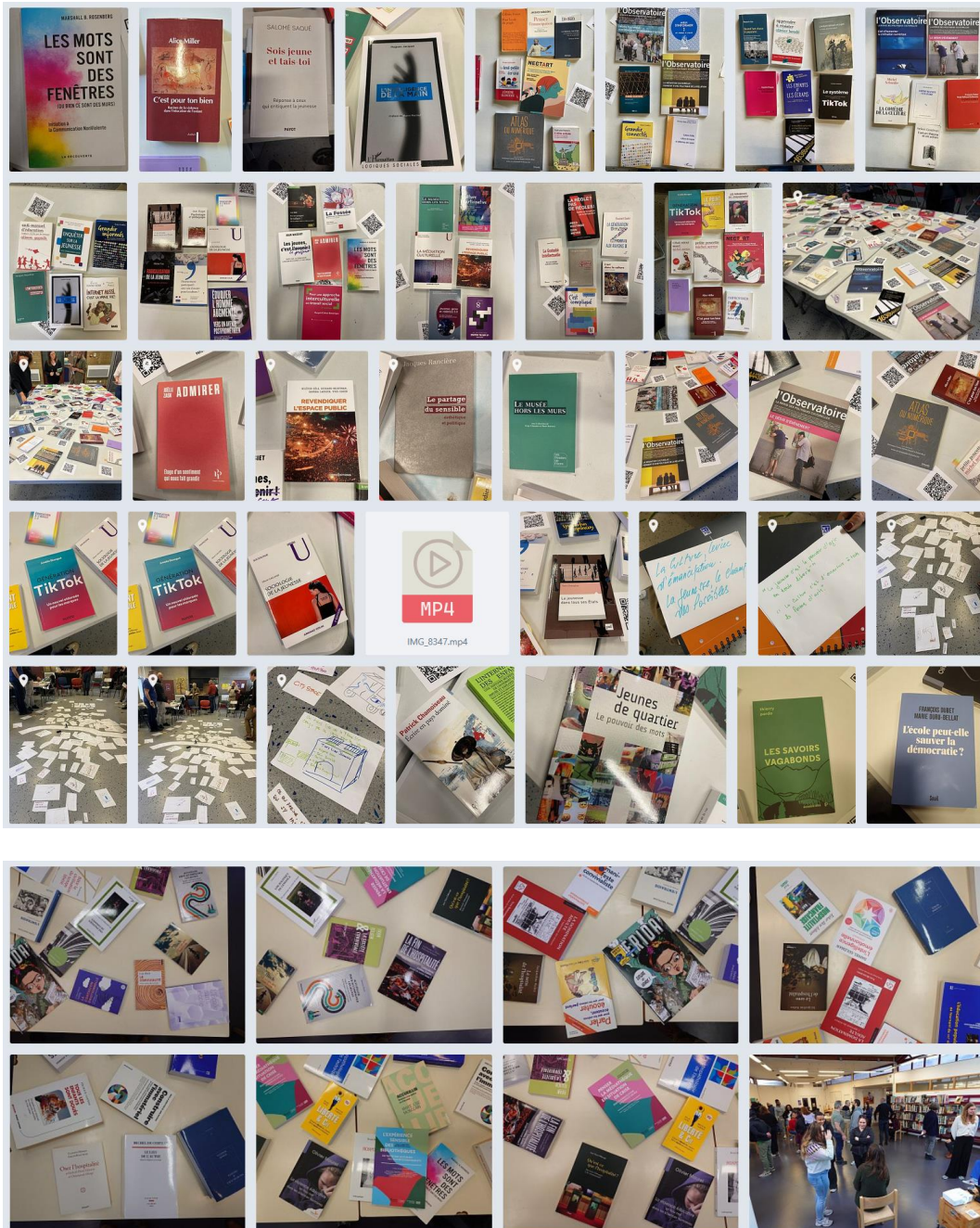
Vision globale nécessaire Les professionnels appellent à "**avoir une vision plus globale des divergences**" pour "pouvoir plus facilement converger" autour de la mission commune : "accès à la culture pour tous".

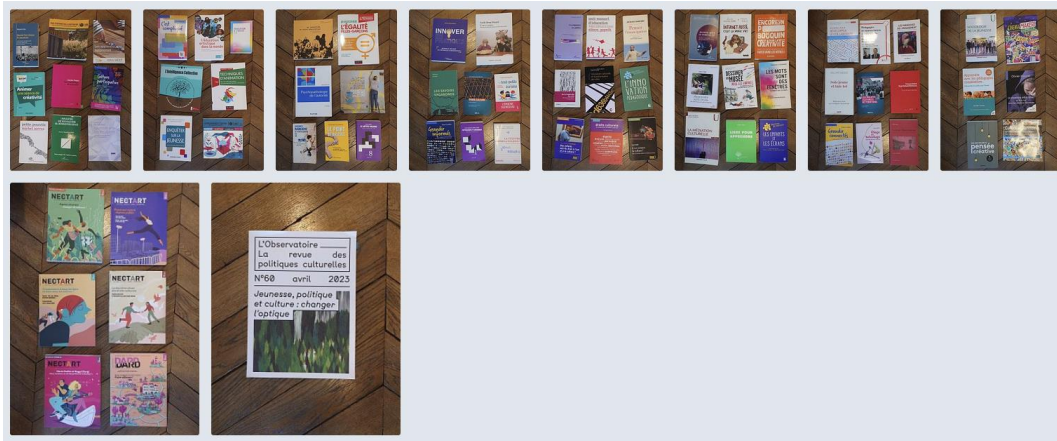
Prise en compte des coûts cachés Même quand l'activité est gratuite, **des coûts annexes subsistent** (transport, consommations), qu'il faut intégrer dans la réflexion globale.

Nécessité d'un positionnement politique On conclut sur l'importance que "**les élus se positionnent sur une politique tarifaire plus cohérente**" pour réduire les clivages et construire une approche harmonisée.

Annexes

Bibliographie





Communication Non Violente et Relations Humaines

- Les mots sont des fenêtres (ou bien ce sont des murs) – Initiation à la Communication NonViolente de Marshall B. Rosenberg

Éducation et Enfance

- C'est pour ton bien – Racines de la violence dans l'éducation de l'enfant de Alice Miller
- Tous les enfants sont doués de Cégèle B. Lupin
- Le tout-petit face aux écrans – L'épidémie silencieuse de Anne-Lise Ducanda
- Nos enfants ont-ils droit à l'art et à la culture ? de Jean-Gabriel Carasso
- Apprendre sans l'école – Des ressources pour agir et s'instruire de John Holt
- Libre pour apprendre de Peter Gray

Jeunesse et Société

- Sois jeune et tais-toi – Réponse à ceux qui critiquent la jeunesse de Salomé Saqué
- Pour une politique de la jeunesse de Camille Peugny
- Enquêter sur la jeunesse – Outils, pratiques d'enquête, analyses des : Yaëlle Amsellem-Mainguy, Arthur Vuattoux
- La jeunesse dans tous ses États de Tom Chevalier
- Radicalisation de la jeunesse – La montée des extrêmes de Michel Fize

Culture et Médiation

- La médiation culturelle
de Serge Chaumier, François Mairesse
- L'art en commun – Réinventer les formes du collectif en contexte démocratique
de Estelle Zhong Mengual
- Et si on partageait la culture ?
de Serge Saada
- La médiation, un enjeu démocratique

Numérique et Adolescents

- C'est compliqué – Les vies numériques des adolescents
de danah boyd
- Génération TikTok – Un nouvel eldorado pour les marques
de Amélie Ebongué
- Culture participative – Une conversation sur la jeunesse, l'éducation et l'action dans un monde connecté
de Henry Jenkins

Pédagogie et Apprentissage

- Apprendre avec les pédagogies coopératives – Démarches et outils pour l'école
de Sylvain Connac
- Le maître ignorant
de Jacques Rancière
- Pédagogies et neurosciences
de Philippe Grégoir

Art et Créativité

- Dessiner au musée avec les enfants – 22 ateliers sur le vif dans des lieux culturels
de Brigitte Lameaud Levy, Marion Brochet
- L'intelligence de la main
de Hugues Jacquet
- Improviser – Pourquoi l'imprévu favorise la créativité
de Robert Poynton

Sociologie et Politiques Culturelles

- Sociologie de la jeunesse
de Olivier Galland

- Politiques culturelles – Faire culture
Collectif
Observatoire des politiques culturelles
- Revendiquer l'espace public
des : Nilüfer Göle, Richard Rechtman, Sandra Laugier, Yves Cohen

Environnement et Société

Les savoirs vagabonds
de Thierry Pardo

Tous les dessins de la première carte



