

CAMPAGNE ET KIT PLAIDOYER
PRÉSENTATION ET GUIDE D'UTILISATION

CONTEXTE

Nous assistons ces deux dernières années à une remise en cause aigüe du soutien public à la culture et à la vie associative, toutes collectivités et tous partis confondus. Des attaques provenant d'un spectre politico-médiatique de plus en plus large sont portées contre ces deux secteurs, parmi d'autres, et contre les libertés sous-jacentes (création et diffusion artistiques, associatives...). Nous avons plus que jamais besoin, à titre individuel et collectif, de repères et de réaffirmer l'importance de nos voix, de nos engagements, de notre capacité à faire cause commune.

Haute Fidélité, pôle des musiques actuelles en Hauts-de-France, souhaite s'emparer des campagnes électorales des quatre prochaines années pour réinjecter les enjeux artistiques et culturels dans le débat démocratique.

Les élections municipales des 15 et 22 mars 2026 serviront ainsi de « test » pour ajuster notre plaidoyer.

OBJECTIF

Vous aider à convaincre les futur·es élus·es municipaux et communautaires qu'ensemble, nous pouvons faire de la culture un enjeu essentiel de politique publique.

Il s'agit d'organiser notre mobilisation sur les territoires pour amener les futur·es élus·es à s'engager pour la culture et les arts :

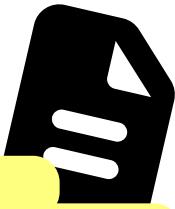
- en engageant un dialogue de qualité à partir de nos enjeux et préoccupations ;
- en sanctuarisant les budgets culture des municipalités et des Établissement public de coopération intercommunale EPCI) en 2026, en tenant compte de l'inflation.

UN KIT D'OUTILS À VOUS APPROPRIER LIBREMENT

DES ARGUMENTS POUR CONVAINCRE



DES RESSOURCES
PRÊTES À L'EMPLOI



10 QUESTIONS POUR INTERPELLER



DES CONSEILS ET MÉTHODOS STRATÉGIQUES



CAMPAGNE ET KIT PLAIDOYER
PRÉSENTATION ET GUIDE D'UTILISATION**DES ARGUMENTS POUR CONVAINCRE**

UNE FICHE SYNTHÉTIQUE QUI CARACTÉRISE NOTRE ÉCOSYSTÈME MUSICAL EN QUELQUES ENJEUX ET CHIFFRES CLÉS POUR LES FUTUR·ES ÉLU·ES. L'IDÉE EST DE CADRER LE DÉBAT AUTOUR D'INFORMATIONS ET DE DONNÉES QUALIFIÉES PAR NOS SOINS, AVEC DES THÉMATIQUES CHOISIES ET QU'ON JUGE STRATÉGIQUES À METTRE SUR LA TABLE.

**L'ÉCOSYSTÈME MUSICAL,
SOURCE DE RICHESSE LOCALE****UNE SÉRIE DE RECOMMANDATIONS POUR LE SECTEUR MUSICAL**

DES PROPOSITIONS D'ENGAGEMENTS MUNICIPAUX VISANT À CONSTRUIRE ENSEMBLE L'ÉCOSYSTÈME MUSICAL DE DEMAIN, AU SERVICE DE LA VITALITÉ DES TERRITOIRES, DU DÉVELOPPEMENT LOCAL ET POUR MIEUX GARANTIR L'ACCÈS À LA MUSIQUE, DANS SA DIVERSITÉ, PARTOUT ET POUR TOUS·TES.

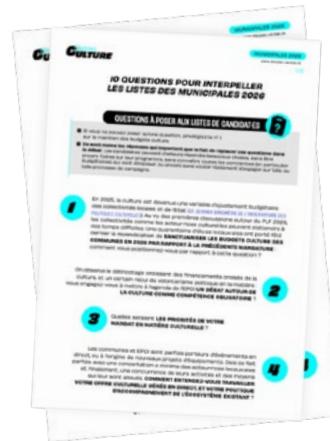
CAMPAGNE ET KIT PLAIDOYER
PRÉSENTATION ET GUIDE D'UTILISATION

**10 QUESTIONS POUR INTERPELLER
LES CANDIDAT·ES**



**POUR INTERROGER LES PROGRAMMES ET
LES POSITIONS DES LISTES CANDIDATES.**

- ☞ VOUS TROUVEREZ AUSSI UNE PROPOSITION DE COURRIER POUR LEUR DEMANDER UN RENDEZ-VOUS AVANT LES ÉLECTIONS, AFIN DE LEUR PRÉSENTER VOTRE PROJET AINSI QUE LA STRUCTURATION DE NOTRE FILIÈRE ET SES ENJEUX LOCAUX.
- ☞ N'HÉSITEZ PAS : À ADAPTER CE COURRIER À VOTRE SITUATION LOCALE ET/OU À JOINDRE AU COURRIER LA FICHE SYNTHÉTIQUE SUR L'ÉCOSYSTÈME MUSICAL PRÉSENTÉE CI-DESSUS



**DES RESSOURCES
PRÊTES À L'EMPLOI**



UN MODÈLE DE
COMMUNIQUÉ
DE PRESSE

FAISANT ÉTAT DU DÉBAT PUBLIC,
SI VOUS EN ORGANISEZ UN ; OU
PLUS GÉNÉRALEMENT DE VOTRE
PARTICIPIATION À LA CAMPAGNE
«CAUSONS CULTURE»

UN AIDE-MÉMOIRE À LA
PRISE DE PAROLE DANS
LES MÉDIAS ET EN PUBLIC

QUI RAPPELLE LES ENJEUX DE CETTE PRISE DE PAROLE, LES OBJECTIFS ET LES MOYENS D'ACTION DE LA CAMPAGNE DE MOBILISATION, ET LES ARGUMENTS DE FOND À DÉVELOPPER

DES VISUELS DE
COMMUNICATION
POSTS DE RÉSEAUX
SOCIAUX, SIGNATURES
EMAILS, ETC



CAMPAGNE ET KIT PLAIDOYER
PRÉSENTATION ET GUIDE D'UTILISATION



DES CONSEILS ET MÉTHODOLOGIES STRATÉGIQUES

DES SUGGESTIONS DE CONTACTS CIBLES ET DESTINATAIRES RELAIS DE LA CAMPAGNE

ÉLU·ES, CONSEILLER·ÈRES ET TECHNICIEN·NES, MÉDIAS LOCAUX, STRUCTURES CULTURELLES, MAISONS DE QUARTIER, MISSIONS LOCALES, CCAS/CIAS, ETC.



DES ÉTAPES SIMPLES POUR CARTOGRAPHIER SON ENVIRONNEMENT DE PLAIDOYER

POUR INFLUENCER, IL FAUT CONNAÎTRE SON ENVIRONNEMENT. CARTOGRAPHIER LES PARTIES PRENANTES (CIBLES PRIORITAIRES ET SECONDAIRES, ALLIÉ·ES ET ADVERSAIRES) PERMET D'AVOIR UNE VISION D'ENSEMBLE ET DE MIEUX TRAVAILLER LES LEVIERS D'ACTION, LES CONTENUS ET LE BRANDING DE LA CAMPAGNE.

UN Outil DE SUIVI POUR RELAYER NOS ACTIONS RESPECTIVES

FAITES REMONTER ET RÉPERTORIEZ VOS INITIATIVES (INTERPELLATIONS, RELAIS PRESSE, DÉBATS, ...)



ORGANISEZ UN DÉBAT LOCAL

- ☒ VOUS TROUVEREZ AUSSI UNE PROPOSITION DE COURRIER POUR CONVIER LES CANDIDAT·ES
- ☒ N'HÉSITEZ PAS : INVITER LA PRESSE À ANNONCER ET COUVrir L'ÉVÉNEMENT, ENREGISTRER ET SYNTHÉTISER LA TENUE DES ÉCHANGES, NOUS INFORMER DU RENDEZ-VOUS
- ☒ À VOUS UNIR AUX ACTEUR·RICES CULTUREL·LES DE VOTRE TERRITOIRE (LIBRAIRIES ET BIBLIOTHÈQUES, MUSÉES, THÉÂTRES, CINÉMAS, COMPAGNIES, ETC.) ;
- ☒ À PENSER EN AMONT À ORGANISER LE DÉBAT DANS UN LIEU « NEUTRE » ET PROCHE DE LA VIE CITOYENNE



POURQUOI LES MUNICIPALES ?

Elles permettent d'élire les conseillers-ères municipaux·ales ET communautaires (qui siègent au sein des EPCI), pour un mandat de 6 ans renouvelable.

Ces élus·es << de proximité >> sont plus faciles à approcher et constituent les premiers relais des demandes de la société civile. De plus, le « bloc local » (communes et EPCI) est de loin le **premier financeur de la culture en France, réalisant 81 % des dépenses culturelles territoriales** totales en 2023. Leurs futur·es élus·es auront dans leurs mains la plus grande source de financement public de notre secteur (soit un peu plus de la moitié des subventions perçues par les acteurs de la musique en Hauts-de-France).

LA CULTURE, ET POURQUOI PAS SIMPLEMENT LA MUSIQUE ?

La polycrise actuelle qui touche le secteur culturel appelle plus que jamais à faire cause commune.

Surtout, il serait peu fructueux de dialoguer avec les futur·es élus·es spécifiquement sur la musique : encore faut-il qu'ils et elles aient une connaissance de l'écosystème et un discours réfléchi sur le sujet, et rien ne garantit que chaque commune ait une action construite en faveur de la musique.

Certains outils du kit sont donc profilés musique, mais d'autres sont assez larges pour être réappropriés par différentes filières culturelles, et ajustés à différentes tailles ou implantation de collectivités (rural/périurbain/urbain).

SUR QUOI INTERVIENNENT LES COMMUNES ET LES EPCI ?

Les communes et les EPCI ont des champs de compétences particuliers, qu'il faut à peu près situer pour ne pas << taper à côté >> dans les échanges avec les élus·es.

La culture est une compétence partagée entre les différentes collectivités, les communes ayant notamment à charge l'enseignement artistique, les bibliothèques, musées et archives, l'archéologie préventive et l'inventaire général du patrimoine culturel (sur transfert des Régions).

Les transferts de compétences faites par les communes aux EPCI concernent généralement la construction et la gestion d'équipements culturels reconnus d'intérêt communautaire, et parfois l'animation et la valorisation culturelle du territoire.

TÉLÉCHARGEZ LE KIT
ET DÉCOUVREZ LA CAMPAGNE SUR

WWW.CAUSONS-CULTURE.FR