Causons Culture, retour sur le premier volet d'une campagne de plaidoyer

ÉBAUCHÉ EN FÉVRIER 2026 · PUBLIÉ EN MAI 2026

CE TEXTE S'EST NOURRI D'ÉCHANGES AVEC
Ondine CHAURIN, chargée de plaidoyer du Mouvement associatif Hauts-de-France

Lison RENARD, chargée des affaires publiques du Syndicat des musiques actuelles

En réponse à un souhait récurrent des structures adhérentes et de la gouvernance de Haute Fidélité, l'équipe salariée a planché sur une démarche de plaidoyer avec les municipales de mars 2026 en ligne de mire. « Causons Culture » est le premier plaidoyer structuré du pôle, et a été l'occasion d'apprendre en faisant. Il est surtout important dans un contexte où les secteurs culturel et associatif sont remis en cause dans leurs fondements, et leurs acteur·rices enjoint·es à la « neutralité ». Retour sur cette initiative, instructive dans ce qu'elle raconte pour mieux préparer l'avenir.

Faire du plaidoyer en ignorant ce que c'est

A l'occasion de plusieurs concertations territoriales en 2024-2025, les adhérents de Haute Fidélité ont cité le plaidoyer comme une des priorités du pôle. Tout le monde était d'accord pour dire qu'il était très important de défendre notre secteur, de valoriser la diversité des activités et des acteur·rices qui l'incarnent. Surtout dans un contexte économique, social et politique tendu, qui inquiétait de plus en plus largement dans le champ culturel. C'était aussi une conviction forte de la gouvernance du pôle d'aller sur ce sujet capital.

L'évidence était tellement partagée qu'on n'avait alors jamais discuté sérieusement la question de savoir ce qu'était le plaidoyer. En réalité, la plupart d'entre nous l'ignoraient. On pensait de manière très abstraite quelque chose qui est en fait très concret. Le plaidoyer s'incarne dans des objectifs réalistes et des moyens d'action palpables, répond à des visées de changement pragmatiques. Il a donc fallu donner corps à un souhait collectif très vague. C'est-à-dire questionner entre autres le périmètre de notre plaidoyer (qu'est-ce qu'on défend ou non ?), ses finalités (à quoi cette démarche nous sert ?), ses cibles (qui veut-on convaincre ?) et sa mise en œuvre (comment construit-on un plaidoyer qui serve nos objectifs, quelle forme prend-il ?).

Mais avant de dessiner une stratégie ajustée, il a fallu prendre conscience de sa nécessité. Le printemps 2025 a été décisif pour cela. Les riches échanges, internes à l'équipe salariée de Haute Fidélité et avec des têtes de réseaux alliées (notamment au sein de la Mobilisation et Coopération Art et Culture [1]), ont alimenté la rédaction d'un « ça dit quoi ?! » autour de l'extrême droite, de la nécessité pour le secteur culturel de réaliser son introspection et des stratégies potentielles à adopter [2]. En écho, ils ont nourri plusieurs tables rondes durant nos rencontres professionnelles, interrogeant le déclin apparent de l'engagement des artistes ou du soutien politique à la culture. Mais aussi un atelier sur le plaidoyer, préparé en lien avec la chargée de plaidoyer du Mouvement associatif Hauts-de-France (LMAHDF). Ce temps a permis de cerner quelques enjeux de définition du plaidoyer et d'en ressortir avec trois pistes de travail : un groupe de travail interne dédié au plaidoyer, un Kit du plaidoyer pour outiller les adhérents, une veille

partagée sur les dates de commissions d'attribution de subventions de collectivités moins visibles.

Cela a été un bon point de départ pour évaluer nos forces et nos faiblesses, au vu des quatre principaux modes d'action du plaidoyer : expertise et recherche, relations décideurs et lobbying, travail et relations aux médias, mobilisation citoyenne et campagne digitale. Globalement, nous faisions le constat d'être pas mauvais sur les deux premiers, avec de nettes perspectives d'amélioration sur le troisième et inexistant sur le dernier. S'en sont suivies plusieurs réunions de travail internes à l'équipe salariée, pour voir comment on travaillait concrètement le plaidoyer au sein du pôle, les articulations avec les autres missions (observation et information-ressource en tête), et clarifier ce que le pôle mettait déjà en place ou ce qui faisait défaut.

Début juillet 2025, quatre objectifs prioritaires ont émergé : monter en compétences (formation, lectures), mobiliser et outiller les adhérents, (continuer à) participer aux espaces de plaidoyer sur la défense du secteur culturel et associatif, développer des relations aux médias et des liens personnalisés avec les journalistes. Un meilleur ciblage des publics semblait également nécessaire, nos catégories de cibles étant alors trop généralistes, désincarnées (élu·es et technicien·nes de collectivités, structures adhérentes du pôle et acteur·rices du secteur culturel, journalistes et médias, citoyen·nes). En abordant la question du calendrier, nous nous sommes demandés si l'échéance des municipales de mars 2026 était un enjeu pour cette démarche et, le cas échéant, quelles actions étaient à prioriser. A partir de là, nous avons posé les bases de notre stratégie de plaidoyer, et de ce qui est devenu « Causons Culture ».

Une direction, des moyens d'action et pas mal de questions

Nous avons alors distingué deux échelles de travail dans notre chantier. D'une part, le plaidoyer de « long terme », qui vise à faire monter en compétences l'équipe salariée du pôle, les membres de sa gouvernance et idéalement l'ensemble des structures adhérentes, et à formaliser une vision commune pour avancer collectivement. De l'autre, le plaidoyer de « court terme », pour répondre à la fenêtre d'opportunité des municipales de mars 2026, pensé comme une sorte de crash-test en vue d'ajuster notre stratégie au long cours. Deux échelles pas totalement dissociées en pratique, mais appelant des temporalités, des objectifs et des moyens d'action spécifiques.

Pour les municipales, deux enjeux locaux prioritaires ont été ciblés par l'équipe salariée du pôle : réinscrire la culture, les enjeux et préoccupations de ses acteur·rices, dans l'agenda politique et médiatique ; sanctuariser les budgets culture des municipalités et des établissements publics de coopération intercommunale (EPCI) en 2026, en tenant compte de l'inflation.

Assez classiquement, nous avons travaillé à partir de septembre 2025 sur un kit de mobilisation pour outiller les structures adhérentes du pôle , et plus largement les acteur·rices culturel·les souhaitant s'en emparer [3]. Le fil directeur étant d'avoir un ensemble de ressources communes pour nourrir le dialogue avec les candidat·es et les élu·es locaux et locales, à partir de nos enjeux et préoccupations. Parmi lesquelles un document synthétique avec des éléments de langage et des chiffres clés autour de l'écosystème musical et de ses retombées socio-économiques, ou encore une liste de 10 questions type pour interpeller les listes candidates aux élections, sur leur vision de la culture et des politiques culturelles qu'elles entendent mener. Le Kit a ensuite été enrichi au fur et à mesure, pour être le plus opérationnel possible : guide de prise en main, modèles de courrier aux élu·es, modèle de communiqué de presse, aide-mémoire à la prise de parole publique, série de 15 engagements municipaux en faveur de la vie musicale, visuels et supports de communication.

En parallèle du Kit, la stratégie d'action collective à adopter nous interrogeait : valait-il mieux coordonner les différentes filières du secteur culturel à l'échelle locale, autour de mots d'ordre et de ressources communes, ou participer à une mobilisation « musiques actuelles » à l'échelle nationale ? Pouvait-on efficacement concilier ces deux axes de mobilisation, pour remplir nos objectifs et compte tenu de nos

(maigres) moyens ?

Mais le manque de visibilité sur les différentes initiatives en préparation nous empêchait d'y voir clair. Aussi, nous avons lancé en octobre 2025 un état des lieux des initiatives de plaidoyer pour les municipales au sein du secteur culturel et de l'ESS, doublé d'un appel ouvert à un travail collectif auprès de 70 partenaires clés : organisations et groupements nationaux membres de MCAC, syndicats, pôles, fédérations et réseaux culture en Hauts-de-France, acteur·rices mobilisé·es au sein du Collectif Régional Arts et Culture des Hauts-de-France (CRAC) et structures de l'ESS en région. L'idée étant de voir s'il y avait des « forces vives » et si nous pouvions trouver des objectifs et un discours partagés pour l'échéance des municipales. Le très faible nombre de retours et les premiers échanges nous ont vite laissé dubitatif quant à la capacité des acteur·rices à se mobiliser conjointement. Pour la petite histoire, les organisations de l'ESS ont été bien plus volontaires que celles de la culture [4]. Confirmation d'un sentiment, qui nous taraudait depuis un moment : la mobilisation du secteur culturel était timide et en ordre dispersé. Or la remise en cause du soutien public et les attaques croissantes à son encontre appelaient, plus que jamais, à une réflexion stratégique et coordonnée sur notre discours, notre positionnement, non seulement en défense du secteur mais aussi de manière plus proactive en direction des citoyen·nes. Peu à peu, nous parvenions toutefois à articuler des choses – avec la campagne nationale menée par le Syndicat des musiques actuelles (SMA), avec d'autres pôles régionaux musiques actuelles en échangeant sur nos stratégies et nos ressources respectives – et à créer une émulation dans des espaces qui ont fort à faire sur le sujet (le CRAC).

Enfin, ces mois de septembre-octobre 2025 ont aussi été un temps de formalisation et d'affinage de notre stratégie : élaboration d'un rétro-planning, d'une division du travail interne à Haute Fidélité avec des tâches prioritaires, écriture d'un document de capitalisation. Un enjeu structurant pour la réussite de la campagne revenait souvent dans les discussions de l'équipe : comment favoriser l'appropriation du Kit et gagner efficacement certains relais (médias locaux et nationaux, associations d'élu·es et de technicien·nes de collectivités, etc.) ?

On mesure rétrospectivement avoir fait « feu de tout bois », sans méthode suffisamment solide : participation à une rencontre au Club de la Presse Hauts-de-France avant la mobilisation du monde associatif du 11 octobre 2025, à l'invitation de LMAHDF [5] ; tentatives de mobiliser les radios associatives locales adhérentes du pôle et de la Fédération des radios associatives du Nord de la France (FRANF), pour voir comment gagner en pertinence sur le volet médias ; animation d'ateliers plaidoyer dans le cadre de nos rencontres territoriales, dans l'idée de confronter notre chantier en cours au regard des acteur·rices présent·es ; création d'une commission plaidoyer interne à Haute Fidélité avec des adhérent·es pour nous épauler sur la vision stratégique de la démarche... Si elles sont loin d'avoir été inutiles, ces actions auraient mérité d'être intégrées à une vision d'ensemble mieux structurée. Vision que des outils classiques du plaidoyer permettent de forger : la cartographie des parties prenantes et l'identification de cibles, d'allié·es et d'adversaires, la priorisation consécutive de stratégies, la planification (en ressources humaines, budget, temps…), etc. [6] Le manque de temps nous a contraint à aller vite et à l'essentiel, et un dialogue plus soutenu avec la diversité des adhérents aurait sûrement permis une meilleure appréhension de la démarche de leur côté.

Qui prétend faire de la culture sans prendre position ? [7]

Une fois ce travail à peu près abouti, nous sommes entrés dans la valorisation début décembre. Et là, patatras ! Premier webinaire de présentation du Kit aux adhérents du pôle, prévu sur 1h30 à la mi-décembre : deux personnes présentes sur 91 structures (avec un nombre estimé d'environ 600 salarié·es hors intermittent·es). Le second webinaire – public – était certes plus rempli, mais on touche là à une des limites (et déconvenues) de la campagne : proposer une démarche et des outils très concrets,

dont on espère qu'ils vont servir, mais une capacité des acteur·rices à se les approprier très relative. Cela alors même que tous·tes voient l'intérêt du plaidoyer (pour rappel, c'est une priorité du pôle qu'iels ont appelée de leurs vœux), et saluent la qualité du travail mené...

On peut toujours se demander quelles en sont les causes : a-t-on mal communiqué, n'a-t-on pas assez intégré les adhérents dans la démarche, a-t-on mal jaugé leurs réalités de travail et leurs possibilités d'implication concrètes, jugent-ils et elles cette initiative pas assez intéressante pour y consacrer un peu de temps, a-t-on mal expliqué les tenants et les aboutissants… Il y a probablement eu de multiples facteurs en jeu, parfois contradictoires entre eux. Ainsi l'équipe salariée ne demande qu'à impliquer davantage les adhérents dans la démarche, mais on sait qu'il leur sera difficile d'y dédier du temps [8]. Au-delà de ces freins classiques (manque de temps, de « pédagogie », sentiment d'illégitimité, etc.), cela dénote aussi probablement d'une mauvaise perception de ce qu'est « Causons Culture », et de ce que s'engager veut dire.

Tout le monde s'accorde à peu près dans le secteur culturel et associatif sur les constats d'urgence et de risque existentiel, mais le passage à l'acte n'est pas pour autant évident. Beaucoup pensent qu'ils et elles outrepasseraient leur rôle, en s'engageant activement dans une démarche de ce type (« on ne fait pas de politique »). Comme si c'était déplacé d'interroger des candidat·es sur leurs intentions, leur programme. Ou de rappeler à ces candidat·es qu'on les attend sur l'enjeu du soutien financier ou des atteintes aux libertés de création et de diffusion. Dans une espèce de renversement bizarre, les acteur·rices culturel·les mettent à distance l'engagement citoyen. Intériorisant ainsi les injonctions à la dépolitisation, qui sous couvert de « neutralité » les placent dans un rôle de prestataires de service en échange de subventions [9]

Il faut donc rappeler que jouer un rôle d'interpellation est légitime, constitutif de la société civile et a fortiori du secteur associatif. Les prises de position dans le débat public relèvent d'un droit garanti aux associations subventionnées, restreint sous certaines conditions très précises (dans le cadre de l'exercice d'une mission de service public déléguée par exemple [10]. Pour rappel, l'étymologie du mot « politique » vient du grec politikos, « qui concerne les citoyens, l'Etat », lui-même dérivé de polis, la « cité » [11]. (Se) poser des questions, prendre du recul, interroger les rapports de force et la gouvernance des affaires publiques devrait être la norme pour les acteur·rices culturel·les, qui souvent se réclament de l'intérêt général. Penser et acter l'inverse, c'est faire le jeu des censeurs et se conformer au rôle qu'ils et elles vous assignent. On ne peut pas se plaindre d'un côté de la baisse des financements publics de nos activités, et de l'autre rester dans une posture passive et façonnée par le jeu des institutions. C'est schizophrène et contre-productif.

(Re)mobiliser et éclairer le débat public : vous en êtes ?

C'est pourquoi nous le soulignons à chaque fois : « Causons Culture » doit être comprise comme une campagne de mobilisation et d'information citoyenne. Il y a une double ambition de remobilisation des professionnel·les et d'éclaircissement du débat public. En posant des mots sur les enjeux et les besoins du secteur. En pensant à la façon d'engager un dialogue avec les candidat·es autour de leur programme culturel, pour qu'iels puissent exposer à chacun·e leur vision et que nous puissions leur partager des propositions d'actions. En rendant compte aux citoyen·nes, de façon claire et transparente, des arbitrages politiques qui sont faits et qui, au nom de la « dette publique », conduisent à l'asphyxie des secteurs culturel et associatif. Ce sont des choix de société qui nous engagent tous·tes, et qui derrière entraîneront inévitablement des répercussions très concrètes sur le quotidien de chacun·e. Des cours de danse, de théâtre ou de musique supprimés car l'école réduit la voilure, une fanfare qui ne peut plus répéter correctement faute de local, des programmes d'actualité et une valorisation du territoire silenciés car la radio associative locale n'émet plus, des actions culturelles dans les crèches ou les EPHAD restreintes faute de moyens, des liens de sociabilité et une présence artistique amenuisés car le café associatif du

coin met la clef sous la porte…

Dans ce climat de remise en cause et d'incertitudes profondes, et à l'aube de quatre années d'élections locales, nationales et européennes [12], on a 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. C'est pourquoi nous avons posé des jalons pour la suite, et récolté quelques fruits. Des outils et une méthode, à éprouver et peaufiner au long cours, de nouvelles relations avec des élu·es et des médias, des débats publics avec des listes candidates aux municipales qui ont montré un appétit pour le sujet culturel au vu de la belle affluence, une dynamique convergente avec d'autres têtes de réseaux. C'est peu et c'est beaucoup à la fois. Et quelques envies suscitées, aussi. A la fin d'un atelier dans l'Oise où nous échangions avec les participant·es autour de notre campagne, une professionnelle du secteur musical que nous ne connaissions pas confiait : « Merci, car je n'aurais pas songé à aller voir les candidats, mais je me sens plus armée pour les aborder : si les acteurs culturels n'y vont pas, qui ira le faire à leur place ? » On pense également au studio Lab'Ut à Strasbourg, qui s'est emparé des outils de « Causons Culture » pour interpeller les candidat·es locaux [13]. C'est pour ce type de déclics qu'on mène cette initiative.

Le plaidoyer demande du temps et un investissement non négligeable, pour être fait sérieusement. Et oui, il y a des ratés et des imprévus : on court après le temps et les échéances sont repoussées, les perches tendues sont loin d'être saisies à chaque fois, l'appropriation peut être en-deçà des attentes compte tenu du travail fourni… Cela demande donc beaucoup de persévérance et de rester humble. Mais si le chemin n'est pas de tout repos ou pleinement satisfaisant, le jeu en vaut la chandelle et la partie vient seulement d'être lancée.

Notes

1 Née dans le contexte de la crise Covid et relancée en avril 2025, la Mobilisation et Coopération Art et Culture (MCAC) est un espace de coopération, de veille et de plaidoyer qui rassemble près de 80 réseaux et organisations professionnelles du secteur artistique et culturel (dont Haute Fidélité).

2 « Extrême droite et culture, un pacte faustien inenvisageable ? », Haute Fidélité, septembre 2025. Un article qui a été repris sur le média en ligne de l'Observatoire des politiques culturelles, ce qui lui a donné une belle visibilité.

3 Le périmètre de ce Kit nous a un temps posé question : travaille-t-on sur des ressources strictement destinées à la filière musicale, ou élargit-on à la culture ? Nous sommes parti·es du principe que la polycrise profonde du secteur culturel appelait plus que jamais à faire cause commune. Surtout, il nous semblait peu fructueux de dialoguer avec les futur·es élu·es spécifiquement sur la musique : encore faut-il qu'iels aient une connaissance de l'écosystème et un discours réfléchi sur le sujet, et chaque commune n'a pas une action construite dans ce domaine. En dernier lieu, le prisme culture était un moyen de faciliter la réappropriation et le travail collectif. 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).

4 Nous avons pu bénéficier de relectures et conseils des chargé·es de plaidoyer de LMAHDF et du Comité régional des associations de jeunesse et d'éducation populaire (CRAJEP) Hauts-de-France, sur l'appropriation du Kit ou bien l'évaluation de la démarche. Qu'iel·s en soient (encore) remercié·es !

5 « Cri du cœur : le mouvement associatif confie ses craintes devant le Club de la presse », Club de la presse Hauts-de-France, 7 octobre 2025.

6 L'excellent Guide du plaidoyer (Dunod, 2023) d'Elsa Foucraut est une ressource précieuse pour construire une stratégie adaptée. Voir aussi le document très complet produit par Sidaction, pour un exemple parlant : Construire une stratégie de plaidoyer. De l'analyse au suivi-évaluation, Edition 2020, 75 p.

7 Paraphrase de feu le rappeur Calbo du duo Ärsenik, qui dans le titre « Boxe avec les mots » écrivait « Qui prétend faire du rap sans prendre position ? » (Quelques gouttes suffisent… Delabel, novembre 1998).

8 En témoigne le peu de répondant des adhérents qui prennent part à la commission plaidoyer du pôle, malgré toute leur bonne volonté. Sans temps disponible pour lire les documents transmis par l'équipe salariée, ils n'ont pas le même niveau d'information ou de vision globale sur la démarche, et ne se sentent peut-être pas suffisamment légitime pour parler contenus et stratégie de plaidoyer.

9 A. Delfini et M. Garmadi, Neutraliser le monde associatif. Enquête sur une injonction à la dépolitisation, Observatoire des libertés associatives, février 2026, 55 p.

10 Ibid., p. 41 et suivantes.

11 Dictionnaire de l'Académie française, en ligne, consulté le 17 février 2026.

12 A la suite des élections municipales et communautaires de mars dernier, la moitié des membres du Sénat sera renouvelée par un scrutin indirect en septembre 2026, avant les présidentielles en 2027, les régionales et départementales en mars 2028, et les législatives et européennes en 2029.

13 Voir la série de podcasts disponibles sur leur chaîne Youtube.

Ce sujet vous fait réagir ? Retrouvez le texte en ligne et partagez votre avis :
https://www.haute-fidelite.org/caditquoi-7-retour-campagne-plaidoyer.html