

Acte Certifié exécutoire

Envoi : 20/11/2013

Réception par le Prefet : 20/11/2013

Publication : 22/11/2013



Conseil Général Haut-Rhin

Communication

à la Commission Permanente

Pour le Président du Conseil Général
et par délégation
Ludovic LIONS
Chef du Service Administratif de
l'Assemblée

Séance du vendredi 15 novembre 2013

COMMUNICATION EVALUATION, BILAN ET COMITE DE SUIVI DANS LE CADRE DE PARTENARIATS

La Commission Permanente du Conseil Général,

- VU l'article L 3211-2 du Code Général des Collectivités Territoriales relatif aux compétences de la Commission Permanente ;
- VU la délibération du Conseil Général n° CG-2011-1-1-4 du 31 mars 2011 relative aux délégations de compétences du Conseil Général à la Commission Permanente ;
- VU la délibération du Conseil Général n° CG-2012-6-7-3 du 05 décembre 2012 relative au Budget Primitif 2013 en faveur du Développement Culturel ;
- VU la convention du 4 juin 2008 et ses avenants N° 1 en date du 27 novembre 2009 et N° 2 en date du 8 décembre 2012 entre le Département et la ville Mulhouse portant sur le développement culturel de la ville
- VU le Contrat de Territoire de Vie de la Région Mulhousienne en date du 5 novembre 2010
- VU la convention du 21 juin 2010 entre le Département, la ville de Saint-Louis et la SEML La Coupole, portant sur le Théâtre la Coupole ;
- VU le rapport du Président du Conseil Général.

Donne acte au Président des communications relatives :

- à l'évaluation conduite par la Mission Contrôle de Gestion portant sur le Contrat culture 2008/2013 entre le Département et la Ville de Mulhouse ;
- au bilan évaluatif mené par le Service du Développement Culturel portant sur le partenariat 2010/2013 entre le Département, la Ville de Saint-Louis et la SEML La Coupole pour le Théâtre ;
- au comité de suivi du 18 septembre 2013 dans le cadre du Contrat Culture 2010/2013 entre le Département, la Communauté de Communes Thann/Cernay et l'Espace Culturel Grün.

LE PRESIDENT

Charles BUTTNER

Conseil Général Haut-Rhin

Hôtel du Département
100 Avenue d'Alsace – BP 20351
68006 COLMAR CEDEX

**EVALUATION DE LA CONVENTION DE PARTENARIAT
POUR LE DÉVELOPPEMENT CULTUREL – 2008-2013
« CONTRAT CULTURE »**

Département du Haut-Rhin / Ville de Mulhouse

**PARTENARIAT MIS EN ŒUVRE
DANS LE CADRE DE LA POLITIQUE DEPARTEMENTALE
POUR L'ACTION CULTURELLE**

REMERCIEMENTS

Cette évaluation a été menée par la Mission Contrôle de Gestion avec l'appui précieux d'un comité de pilotage que nous remercions pour son implication tout au long du processus : Mme MANSON du Laboratoire Vétérinaire Départemental, M. REICHLING de la Délégation à l'Action Territorialisée, ainsi que Mmes STRUSS et STRICHER du Service de Développement Culturel.

Merci à Mme VONNA du Service de l'Environnement et de l'Agriculture qui s'est chargée de la réalisation de la carte présentée dans ce rapport.

Finalement, nous tenons à remercier les différentes personnes ayant mis à notre disposition les données nécessaires et nous ayant accordé des entretiens.

Conseil Général	Mme STRUSS Mme STRICHER
Ville de Mulhouse	M. SAMUEL WEIS M. WILLME
▪ Service de l'animation culturelle	M. VINCENT Mme TELEGA
▪ Kunsthalle	Mme WYMAN Mme KIRY
▪ Ateliers Pédagogiques d'Arts Plastiques	M. AJILI M. SAINT-CRICQ.
▪ Orchestre Symphonique de Mulhouse	M. THOREZ Mme BOYARD Mme MULON Mme RENAUD M. RUFET
Mairies et Communautés de Communes	Mme KUHN (Sainte-Marie-aux-Mines) M. HUSSER (Communauté de communes du Pays de Brisach) M. SIMON (Orbey) M. REINHART (Hirsingue) Mme NUSSBAUMER (Hirsingue) Mme CHRISTEN (Ensisheim)
Collèges	M. BOGNER (Volgelsheim) M. KAENNERLEN (Hirsingue) Mme KAUFFMANN-MATHIEU (Hirsingue) M. HUND (Ensisheim) Mme HUFSCMITT (Ensisheim) Mme BERG (Ensisheim) Mme TUAILLON (Ensisheim) M. GILLMANN (Munster) Mme STEMPLOWSKI (Munster) et les élèves du Collège de Munster...
Agence Culturelle d'Alsace	M. GELIN
Office du tourisme de Mulhouse	M. COLOMBO

PROPOS LIMINAIRES

La convention de partenariat pour le développement culturel établie entre le Conseil Général du Haut Rhin et la Ville de Mulhouse, dit « Contrat Culture », arrive à son terme à la fin 2013. Le présent rapport présente les résultats de l'évaluation finale prévue par l'Article 6 de la convention.

L'évaluation s'est déroulée entre avril et juillet 2013. Elle s'inscrit dans une nouvelle démarche du Conseil Général consistant à développer l'évaluation des politiques publiques.

Un comité de pilotage a été constitué intégrant la Mission Contrôle de Gestion (pilote), les services concernés par la convention et un membre d'un autre service pour l'œil extérieur (cf. Remerciements). Ce comité s'est réuni 3 fois et a été associé tout au long du processus : définition des questions et indicateurs d'évaluation, recueil d'informations et réalisation d'entretiens, analyse du rapport.

Les observations faites par le Service du Développement Culturel sur les constats et recommandations émises sont annexées au rapport (cf. Annexe 16). La Ville de Mulhouse n'a quant à elle pas communiqué d'observations.

Recueil d'informations

Méthodes utilisées :

- Recueil de données chiffrées,
- Réalisation d'entretiens individuels et collectifs (21 entretiens),
- Réalisation d'une enquête auprès des collégiens de Munster (29 questionnaires recueillis).

Sources d'information :

- Partenaires signataires (différents services de la Ville de Mulhouse),
- Service du Développement Culturel,
- Acteurs extérieurs : Agence Culturelle d'Alsace et Office du tourisme de Mulhouse,
- Considérant le poids de l'aide allouée aux actions décentralisées, d'autres acteurs ont été consultés en plus des membres de l'OSM :
 - Sélection de 5 communes parmi les 22 bénéficiaires d'un concert décentralisé : entretien avec les personnes référentes pour l'organisation des concerts,
 - Les 4 collèges bénéficiaires d'un parcours pédagogique : entretien avec les principaux et les équipes pédagogiques ; enquête auprès des élèves de Munster.

Certains éléments n'ont pu être collectés malgré la volonté de collaboration des partenaires mulhousiens. Cette évaluation s'est en effet déroulée durant la préparation d'événements majeurs mis en place par la Ville.

SOMMAIRE

1	INTRODUCTION	1
1.1	Questions évaluatives.....	1
1.2	Aperçu des documents contractuels	1
2	SYNTHESE ET CONCLUSIONS GENERALES DE L'EVALUATION.....	3
3	LES PRINCIPAUX CONSTATS	4
3.1	Constats sur les actions mises en place	4
3.1.1	Points forts.....	4
3.1.2	Points faibles.....	5
3.2	Constats généraux	6
4	LES PRINCIPALES RECOMMANDATIONS.....	7
4.1	Recommandations sur les actions mises en place	7
4.1.1	Actions décentralisées de l'OSM.....	7
4.1.2	Animation culturelle de la Ville	8
4.1.3	Arts plastiques	8
4.2	Recommandations générales	9
5	ANALYSE DÉTAILLÉE.....	10
5.1	Orchestre Symphonique de Mulhouse.....	10
5.1.1	Concerts décentralisés : en quoi ont-ils permis de développer l'accès à la culture des publics ciblés dans les territoires choisis ?.....	10
5.1.2	Parcours pédagogiques : en quoi ont-ils permis de développer l'accès à la culture des collégiens dans les territoires choisis ?.....	17
5.2	Programme d'animation culturelle de la Ville de Mulhouse	22
5.2.1	Festival Scènes de Rue : En quoi a-t-il permis de dynamiser le territoire mulhousien sur la durée de la convention ?	22
5.2.2	Mulhouse 00 + Kunsthalle : L'ouverture de l'offre culturelle sur le champ des arts contemporains a-t-elle eu les impacts escomptés en termes de diversification et sensibilisation des publics ?	26
5.3	Questions générales	31
5.3.1	Pertinence de l'action par rapport au contexte du territoire.....	31
5.3.2	Cohérence du soutien départemental global sur les différents territoires.....	31
5.3.3	Cohérence de la convention	33
5.3.4	Bilan financier et poids du Conseil Général dans le financement des actions (Cf. Annexe 13).....	34
5.3.5	Visibilité du Conseil Général dans la communication des évènements	35
5.3.6	Suivi et évaluation.....	35

1 INTRODUCTION

1.1 Questions évaluatives

L'objectif principal de la politique culturelle du Conseil Général est l'accès à la culture pour tous, via une double approche **par les publics** (ouverture de la culture au plus grand nombre et diversification de ses voies d'accès) **et par les territoires** (favoriser la place de la culture dans le développement et l'aménagement des territoires). Les publics ciblés sont le grand public en général, et les publics départementaux en particulier (collégiens, personnes en difficultés socio-économiques, personnes âgées, personnes en situation de handicap).

Dans cette perspective, il a été décidé d'étudier :

- L'accessibilité des publics au travers des actions décentralisées mises en place par l'OSM,
- La dynamisation du territoire au travers du festival Scènes de Rue,
- L'accessibilité via la médiation culturelle au travers de l'évènement Mulhouse 00 et de la Kunsthalle.

Les notions de cohérence, de visibilité du Département, le bilan financier et les avancées obtenues par rapport aux recommandations de l'évaluation passée sont analysées par ailleurs.

1.2 Aperçu des documents contractuels

Le document de référence de cette évaluation est la convention de partenariat elle-même, autrement dite « Contrat culture », ainsi que les projets culturels qui lui sont annexés.

1.2.1 Contrat culture

La convention initiale couvre la période 2008 – 2011. Un avenant est venu étendre sa durée jusqu'en 2013.

L'aide fléchée répond à la **double approche par les publics et par les territoires** du Conseil Général. Pour cela, il est attendu que la Ville de Mulhouse mette en œuvre des projets de médiation culturelle en direction des publics relevant en priorité de sa compétence (collégiens, personnes âgées, handicapées et en difficultés socioéconomiques) et des projets transversaux élaborés en concertation avec d'autres partenaires.

La convention détermine les actions concrètes soutenues:

A. Programme d'Animation culturelle de la Ville de Mulhouse

- *Arts visuels*
 - ↳ Ateliers Pédagogiques d'Arts Plastiques (APAP) en direction des scolaires,
 - ↳ Opérations de sensibilisation du grand public (notamment "Ateliers Ouverts"),
 - ↳ Manifestation d'art contemporain "Mulhouse 00",
 - ↳ Opérations de sensibilisation des publics menées par la Kunsthalle¹.

¹ Cette liste d'activités tient compte de l'avenant 1 à la convention, édité en 2009 : réalisation de la manifestation Mulhouse 00 en biennale donc soutien 1 année sur 2 ; soutien l'autre année aux actions de médiation mises en place par une nouvelle structure : la Kunsthalle.

- *Animation culturelle*
 - ↳ Festival Scènes de rue,
 - ↳ Jeudis du Parc.

B. Orchestre Symphonique de Mulhouse (OSM)

- ↳ 4 concerts décentralisés,
- ↳ Parcours pédagogiques à l'intention des collégiens en lien et en amont de deux concerts "décentralisés".

La convention attribue une aide globale de 1 418 000 € répartie annuellement, avec des variations entre les années : 250 000 € annuellement sur la période 2008 – 2011 et 210 000 € sur la période 2012 – 2013.

1.2.2 Projet d'animation culturelle de la ville

Ce projet indique que l'objectif global de la Ville sur la période 2008/2011 est de **développer la sensibilisation des publics aux formes d'expressions culturelles** via l'événementiel culturel et par des actions d'éducation artistique. Le public cible est le grand public d'une part et le jeune public et les scolaires d'autre part.

Il décline l'ensemble des actions prévues pour atteindre ces objectifs, réparties dans deux pôles d'initiatives : arts visuels et animation culturelle.

1.2.3 Projet culturel et pédagogique de l'OSM

Le projet de l'Orchestre s'articule autour de 4 axes : la **diffusion**, la **création musicale**, le **développement des publics** et le **développement des partenariats**.

Parmi ces 4 axes, 2 relèvent directement du champ du contrat culture :

- La diffusion : parmi la centaine de concerts programmés, 4 sont des concerts décentralisés organisés à l'initiative du Département.
- Le développement des publics : Parmi la dizaine de dispositifs mis en place par l'OSM en direction des différents publics, il y a 2 parcours pédagogiques organisés dans 2 collèges.

2 SYNTHÈSE ET CONCLUSIONS GÉNÉRALES DE L'ÉVALUATION

La réflexion menée au long de cette évaluation cherche toujours à analyser dans quelle mesure les principales actions financées répondent à l'objectif permanent de la politique culturelle du Conseil Général qui est l'accès à la culture pour tous, via une double approche territoriale et d'élargissement des publics ; les publics ciblés étant le grand public en général, et les publics départementaux en particulier (collégiens, personnes en difficultés socioéconomiques, personnes âgées, personnes en situation de handicap). Considérant la réalité socioéconomique du territoire mulhousien, une attention particulière a été portée aux personnes en difficultés socioéconomiques.

Les deux catégories d'actions ayant permis de répondre pour le mieux à l'objectif départemental sont les suivantes :

- Des actions fortes du volet animation culturelle de la Ville de Mulhouse, telles que le festival Scènes de Rue, qui permettent à la fois de dynamiser le territoire mulhousien et de toucher un public nombreux, varié et pour qui l'accès à la culture n'est pas spontané.
- Des initiatives riches de médiation culturelle ayant pour but de diffuser des disciplines artistiques plus difficiles d'accès dans l'opinion publique : les parcours pédagogiques mis en place dans les collèges par l'OSM pour la musique « dite savante » et les actions menées par la Kunsthalle ou les APAP pour les arts plastiques.

En revanche, deux autres actions ont eu un effet limité pour des raisons diverses :

- Malgré les efforts poursuivis par l'Orchestre pour rendre accessible la musique « dite savante » à un public non averti lors des concerts décentralisés, la principale difficulté est de réussir à faire venir ce type de public aux concerts.
- L'objectif premier de Mulhouse 00 est de développer une image culturelle de la ville notamment par le soutien à la jeune création. Ainsi, l'axe de l'accessibilité de tous les publics à cette forme d'expression culturelle, pourtant suggéré dans la convention, n'a pas été développé.

Paradoxalement, il est constaté que 68% de l'aide allouée au Contrat culture est fléchée pour des actions se déroulant hors du territoire de la Ville de Mulhouse et hors du Territoire de Vie de la région mulhousienne.

Au vu de ces considérations, nous suggérons des évolutions dans la répartition de l'aide départementale aux différentes actions dans le cadre du futur partenariat. Grâce à une nouvelle forme de « concerts décentralisés » permettant de réduire le coût/spectateur de 47 % (ou une réduction du nombre de concerts, le cas échéant), l'aide départementale à ces concerts serait réduite de 58 %. Cela permettrait d'augmenter le soutien :

- aux actions du volet animation culturelle de la Ville (festival Scènes de Rue, Jeudis du Parc) ➔ + 70%,
- aux actions de médiation culturelle en arts plastiques (concentration des moyens sur la Kunsthalle) ➔ + 32 %,
- aux actions de médiation culturelle mises en place par l'OSM ➔ + 55 %.

De plus, il est recommandé d'encourager une meilleure accessibilité des publics en définissant des cibles précises sur les actions soutenues (nbre de personnes touchées, etc.). Cela pourrait se faire notamment dans le cadre d'actions de médiation culturelle qui pourraient devenir des actions « Conseil Général » (au même titre que les parcours pédagogiques de l'OSM), permettant ainsi une meilleure visibilité du Département.

Indépendamment de cette recommandation d'évolution dans la répartition de l'aide, pour des raisons de cohérence du Contrat de Territoire de Vie (CTV), il est recommandé de soutenir les actions décentralisées de l'Orchestre par le biais d'une formule spécifique.

3 LES PRINCIPAUX CONSTATS

3.1 Constats sur les actions mises en place → Dans quelle mesure elles répondent aux objectifs départementaux

3.1.1 Points forts

a) FESTIVAL SCÈNES DE RUE

→ Il s'agit d'un festival d'arts de rue organisé annuellement par la Ville de Mulhouse.

- Le festival Scènes de Rue est l'action évaluée permettant de répondre au mieux à la double approche départementale, par les publics et par les territoires :
 - Le festival contribue à dynamiser le territoire mulhousien de différentes manières :
 - Grâce à son développement fulgurant, il est devenu un évènement phare dans le paysage culturel mulhousien, départemental, voire même régional. Il contribue à rendre la ville de Mulhouse plus attractive culturellement pour le grand public et les artistes,
 - Il investit de plus en plus de lieux publics divers et sur une plus longue durée,
 - Il s'enrichit de partenariats avec des acteurs socioéconomiques et culturels du territoire et les associe à son rayonnement.
 - Même si l'accessibilité des publics n'a pas été étudiée en profondeur, il s'agit d'un objectif très important pour l'équipe organisatrice : grâce à une offre de qualité mêlant des champs artistiques plus accessibles dans l'opinion publique et grâce à une démarche de médiation culturelle envers des publics pour qui l'accès à la culture n'est pas spontané, le festival touche un public nombreux, visiblement varié et « nouveau ».
- Le festival a atteint un seuil : pour le développer et passer à un niveau d'offre supérieur, des moyens financiers fortement accrus doivent être mis en œuvre.

b) KUNSTHALLE

→ C'est un centre d'art contemporain géré par la Ville de Mulhouse.

- La sensibilisation par la médiation culturelle et la recherche constante de nouveaux publics sont au cœur de l'action de la Kunsthalle. De nombreuses activités sont mises en place avec des publics variés.

c) PARCOURS PÉDAGOGIQUES

→ Ces parcours menés par l'OSM avec des collégiens se réalisent sur une période de quelques mois en collaboration avec une équipe pédagogique pluridisciplinaire. Ils répondent à une demande spécifique du Département.

- Parmi toutes les offres de services dont peut bénéficier un collègue, cette offre de l'OSM est considérée comme une des meilleures, exceptionnelle pour la qualité de son contenu et son prestige.
- L'enquête réalisée auprès des élèves et les retours des enseignants ont donné des résultats plutôt positifs tant en termes de satisfaction que d'effets (envies, changement de vision, compréhension) provoqués par le parcours sur les élèves.
- Les effets obtenus justifient les moyens engagés, même si le temps de préparation nécessaire est élevé au regard du nombre d'élèves touchés.

3.1.2 Points faibles

a) **CONCERTS DÉCENTRALISÉS**

→ **Il s'agit de concerts de « musique dite savante » réalisés par l'OSM dans différentes communes du Haut-Rhin. Ils répondent à une demande spécifique du Département.**

- Même si les concerts sont considérés comme une offre exceptionnelle et de grande qualité par les communes, l'objectif d'élargir l'accès à la culture des publics ne semble pas être atteint puisque, d'après les témoignages, les spectateurs sont principalement des avertis.
- La communication et la sensibilisation préalable des publics sont donc de réels enjeux. Les parcours pédagogiques mis en place dans les collèges en sont une bonne pratique.
- Par ailleurs, depuis 2003 une grande partie des concerts a été réalisée dans le triangle Colmar / Guebwiller / Mulhouse, zone dans laquelle se situe déjà les principaux lieux de diffusion musicale du Département. Cela remet en question l'accès aux territoires plus isolés culturellement.
- La question de la pertinence de ces concerts se pose donc, surtout si l'on considère leur coût particulièrement élevé : 63 014 € par représentation² et 201 € par spectateur³, c'est-à-dire 51 % plus cher que le coût/spectateur des concerts de l'OSM donnés à la Filature et au moins 3 fois plus cher que n'importe quelle autre offre analysée (concerts réalisés dans les communes et concerts donnés lors du Festival international de Colmar).

b) **MULHOUSE 00**

→ **C'est une manifestation biennale d'arts contemporains organisée par la Ville de Mulhouse.**

- L'objectif majeur est indiscutablement celui de la promotion de la création artistique. Il s'agit d'une manifestation ayant pour but de faire connaître de jeunes créateurs et donc destinée avant tout à un public de connaisseurs. En termes de médiation culturelle, les cibles évoquées dans le projet culturel annexé à la convention n'ont pas été atteintes.
- L'objectif de faire de Mulhouse 00 une manifestation européenne en réduisant petit à petit la part des artistes français au profit des étrangers n'a pas encore été atteint et demandera dans les prochaines années un engagement fort de l'équipe gestionnaire. Il lui sera donc difficile de développer en plus de cela la médiation culturelle.

² Moyenne des coûts des 19 concerts réalisés entre 2008 et 2012.

³ Moyenne des données de fréquentation approximative disponibles : 14 concerts

3.2 Constats généraux

- Cette convention a été intégrée depuis 2011 au CTV de la région mulhousienne, outil principal de la politique de territorialisation du Conseil Général. Or, sur la période de la convention, 68 % de l'aide départementale a été attribuée à des actions mises en place en dehors de ce territoire.
- Il y a une cohérence générale du soutien départemental dans les territoires analysés (Mulhouse + 5 communes bénéficiaires de concerts décentralisés).
- Les engagements quantitatifs définis dans la convention ont été partiellement respectés. Les décisions prises ont toujours été négociées entre les partenaires.
- Les attentes du Département ne sont pas toujours claires pour les partenaires de cette convention.
- Certaines analyses sont parfois difficiles à conduire en l'absence de démarche construite de recueil de données statistiques. Les données sont variables et pas toujours homogènes, et il y a peu d'informations sur les publics.

4 LES PRINCIPALES RECOMMANDATIONS

4.1 Recommandations sur les actions mises en place : nouvelle répartition budgétaire suggérée (Cf. Annexe 1) et stratégie

STRUCTURE	Montants 2013	Répartition suggérée*
A - Actions sur le territoire mulhousien	69 000 €	106 250 €
1) Arts plastiques :	29 000 €	38 250 €
APAP	3 000 €	0 €
Opérations type "Ateliers ouverts"	1 000 €	0 €
Mulhouse 00		0 €
Kunsthalle	25 000 €**	38 250 €
2) Animation culturelle :	40 000 €	68 000 €
Festival Scènes de rue	35 000 €	59 500 €
Jeudis du Parc	5 000 €	8 500 €
B - Actions décentralisées (OSM)	141 000 €	72 250 €
1) Concerts décentralisés	130 000 €	55 250 €
2) Parcours pédagogiques	11 000 €	17 000 €
TOTAL	210 000 €	178 500 €

* Scénario pessimiste : baisse de 15%

** Le soutien départemental alterne une année sur deux entre Mulhouse 00 et les actions de la Kunsthalle

- Afin de sécuriser le raisonnement financier, il a été décidé d'utiliser une simulation financière pessimiste, basée sur une diminution de 15% des aides départementales. Ce choix ne préjuge pas des discussions budgétaires à venir.
- La principale évolution se situe au niveau de l'équilibre entre l'appui aux actions décentralisées mises en place par l'OSM et l'appui aux autres actions de la Ville. Il est suggéré une répartition à 40% pour les actions décentralisées et 60% pour les actions mulhousiennes (contre 67% et 33% respectivement dans la présente convention).

4.1.1 Actions décentralisées de l'OSM

a) **Recommandations budgétaires**

1. Il est suggéré de réduire fortement l'aide aux concerts décentralisés de l'OSM. Pour cela, deux alternatives possibles :
 - o Organisation d'un grand événement annuel financé par le Conseil Général, donnant la possibilité à environ 1 000 habitants (dont les élèves des collèges) de communes plus isolées d'assister gratuitement à un concert à la Filature (Cf. Annexe 2). La prestation inclurait le transport en bus et le concert. Il s'agit de la **solution considérée la plus adaptée pour répondre aux différentes limites constatées**, que ce soit en termes d'efficience, d'accessibilité pour tous, de qualité de la prestation et de visibilité du Conseil Général.

Lors de la réunion de présentation du rapport à la Ville de Mulhouse, il a été évoqué de réaliser ce même évènement dans un lieu intermédiaire, disposant d'une jauge importante et se trouvant plus proche des communes sélectionnées (Thann par exemple).

- o Dans le cas où cette proposition ne serait pas retenue, il est suggéré de limiter le nombre de concerts en ne gardant que ceux qui sont associés à des parcours pédagogiques.
2. Le budget alloué aux actions pédagogiques serait, quant à lui, augmenté. Il est recommandé de réaliser des parcours dans deux collèges chaque année et d'impliquer davantage de classes.

b) Recommandations stratégiques

3. Choix des communes : cibler les territoires moins desservis culturellement et/ou plus éloignés des principaux lieux de diffusion musicale, tout en tenant compte de la distribution des communes bénéficiaires sur les années antérieures.
4. Calendrier : Le choix par le Département des communes et des collèges bénéficiaires devrait se faire plus en amont afin de permettre une planification participative et une efficacité accrue des actions.

Concerts décentralisés

5. Favoriser la participation de publics non avertis en travaillant par exemple sur une stratégie de communication passant par des partenariats, le choix de la programmation et la mise en place d'actions de sensibilisation.

Parcours pédagogiques

6. Afin de rendre les parcours pédagogiques plus adaptés au public et efficaces, des moyens humains plus importants devraient être consacrés. Il est pour cela recommandé de faire appel à une personne spécialisée telle qu'un dumiste⁴ ou d'augmenter le temps consacré par le personnel de l'OSM à cette tâche.
7. Afin de garantir l'accessibilité à la culture à toute la population, favoriser la participation des élèves dont le bagage culturel préalable est moindre et qui sont habituellement plus réticents à l'éducation formelle.

Plusieurs recommandations ont été formulées pour améliorer le contenu et la conduite des actions décentralisées. Elles figurent dans l'analyse détaillée.

4.1.2 Animation culturelle de la Ville

8. La réduction de l'appui aux concerts décentralisés devrait profiter avant tout aux actions d'animation culturelle de la Ville, notamment le festival Scènes de Rue qui a besoin d'un levier pour soutenir son développement.

L'augmentation de l'aide permettrait à la fois de soutenir l'enrichissement de l'offre du festival et de mettre en place des actions de médiation culturelle en direction des publics départementaux.

4.1.3 Arts plastiques

9. Il est suggéré de supprimer l'appui à certaines actions : Mulhouse 00 et les subventions de faibles montants (manifestation Ateliers Ouverts et APAP).
10. L'aide départementale dans ce domaine serait donc concentrée sur la Kunsthalle. Il est recommandé de définir des cibles de médiation culturelle en direction des publics départementaux.

4.2 Recommandations générales

11. Pour garantir la cohérence du dispositif, il est recommandé de contractualiser les actions décentralisées de l'OSM à travers une autre formule.
12. Les objectifs départementaux doivent être mesurables afin de pouvoir les évaluer et les rendre plus lisibles pour les partenaires. Pour cela, des cibles concrètes, quantitatives ou qualitatives, devraient être définies dans le cadre de toutes les actions financées.
13. Favoriser la participation des publics départementaux : collégiens, tel que cela a été fait jusque là, mais aussi personnes âgées, personnes en situation de handicap et personnes en difficultés socioéconomiques.

Etant donné le contexte mulhousien, une attention particulière devrait être portée aux personnes en difficultés socioéconomiques.
14. Renforcer le recueil d'informations au fil de l'eau :
 - Mettre en place un tableau de bord permettant le recueil annuel des informations sollicitées auprès de la Ville.
 - Réaliser des enquêtes sur les types de public et leur satisfaction.
15. Intégrer aux missions du comité de suivi et évaluation d'une convention N, le suivi des recommandations retenues de l'évaluation de la convention N-1.

⁴ Personne détentrice d'un DUMI (Diplôme Universitaire de Musicien Intervenant)

5 ANALYSE DÉTAILLÉE

L'analyse s'articule autour de 3 grandes questions d'évaluation, permettant d'analyser comment chacune des principales actions soutenues a contribué aux objectifs définis dans la convention et à quels coûts.

Dans une première partie, les actions de l'OSM sont analysées sous l'angle de l'accessibilité par les publics.

Dans une deuxième partie, les principales actions du Programme d'animation culturelle de la Ville de Mulhouse sont analysées sous l'angle de la dynamisation du territoire dans le cas du festival Scènes de Rue et sous l'angle de l'accessibilité via la médiation culturelle pour l'évènement Mulhouse 00 et la Kunsthalle.

Finalement, les notions de cohérence, de visibilité du Département, le bilan financier et les avancées obtenues par rapport aux recommandations de l'évaluation passée sont analysées dans la troisième partie.

5.1 Orchestre Symphonique de Mulhouse

Dans les deux sous parties ci-dessous, nous allons analyser les deux initiatives décentralisées de cette convention (concerts et parcours pédagogiques) sous l'angle de l'accessibilité des publics.

Ces actions ont été mises en place sur demande du Conseil Général, depuis de nombreuses années dans le cas des concerts et avec l'instauration de cette convention dans le cas des parcours pédagogiques. Elles répondent à la volonté du Département de rendre accessible une offre culturelle de qualité à des personnes qui y ont moins accès pour des raisons géographiques notamment (notion d'accessibilité territoriale).

5.1.1 Concerts décentralisés : en quoi ont-ils permis de développer l'accès à la culture des publics ciblés dans les territoires choisis ?

Vérification des engagements quantitatifs définis dans la convention

Engagements	Résultat constaté
4 concerts décentralisés annuellement	PARTIELLEMENT 2008 – 2011 : 4 concerts → OUI 2012 - 2013 : 3 concerts → NON, mais il s'agit d'un accord entre le Conseil Général et la Ville de Mulhouse suite à la baisse de la subvention annuelle. Le défaut a donc été de ne pas l'avoir formalisé dans l'avenant 2 qui précisait pourtant la baisse de la subvention. Nous estimons que la décision de réaliser un concert en moins a été excessive : la diminution de la subvention pour les concerts n'est que de 19 000€, alors que la subvention moyenne par concert sur la période 2008-2012 était de 37 250€. Cela a eu comme conséquence l'augmentation du coût moyen par concert de 18 000€ (de 60 000€ à 78 000€) avec un financement de 68% du coût total du concert contre 62% auparavant.
Chef titulaire pour 1 concert / Chef associé pour 3 concerts	Erreur de formulation de l'indicateur : parmi les Chefs titulaires (sous contrat avec l'OSM), il y a le Chef principal et le Chef associé (ou assistant). Pour l'analyse du résultat, nous considérons l'attente du Conseil Général qui était d'avoir le Chef principal pour un concert et le Chef associé (ou

Engagements	Résultat constaté
<p>→ Reformulation: Chef principal pour 1 concert / Chef associé pour 3 concerts</p>	<p>éventuellement un Chef invité) pour 3 concerts.</p> <p>PARTIELLEMENT. Les résultats sont hétérogènes en fonction des années. 2008 - 2010 → NON. Le Chef principal n'a assuré aucun concert. 2011 → OUI. Le Chef principal a assuré les 4 concerts décentralisés. 2012-2013 → OUI. Il n'y avait pas de Chef principal ; Le Chef associé a assuré son intérim et a dirigé tous les concerts décentralisés.</p>

Quelle est la plus-value des concerts réalisés par rapport à l'offre culturelle existante dans les communes choisies ?

L'analyse de cette question se base sur un choix de 5 communes parmi les 22 communes dans lesquelles un concert décentralisé a eu lieu sur la période de la convention : Sainte-Marie-aux-Mines, Orbey, EPCI Pays de Brisach (concert à Heiteren mais organisé par l'EPCI), Hirsingue et Ensisheim.

La qualité des concerts donnés ne fait pas de doute : les communes ont été satisfaites et reportent des retours positifs de la part des spectateurs, elles indiquent qu'il s'agit pour eux d'une offre exceptionnelle. Seuls quelques points plus négatifs ont été ponctuellement soulignés : manque de concertation avec la commune sur la programmation, possibilité de rendre plus accessible le contenu du concert.

Cependant, cela ne veut pas dire que la plus-value ait été si importante pour les communes. Les analyses menées grâce aux données quantitatives (cf. Annexe 4) et aux observations faites par les personnes référentes ont permis de mettre en valeur les différents facteurs qui ont influencé la plus-value des concerts:

➤ Offre culturelle sur le territoire :

Les données quantitatives indiquent une corrélation entre nombre de spectateurs et offre culturelle sur le territoire dans le cas de 3 des 5 communes (Orbey, Hirsingue et Ensisheim) : les concerts attireraient davantage de monde dans des territoires culturellement moins pourvus.

Le cas de Sainte Marie Aux Mines est particulier parce que l'offre culturelle globale ne semble pas très importante mais l'offre dans le champ de la musique « dite savante » est très développée. Quelques associations actives dans le domaine organisent diverses manifestations, telles que le Festival aux Chandelles qui a offert à lui seul 7 représentations en 2012. Ce qui laisse à supposer que le public de mélomanes est important sur ce territoire et dans les alentours, d'où l'important taux de remplissage.

Le cas du Pays de Brisach est également surprenant parce que malgré la faible offre culturelle (seulement 4 concerts par an en moyenne), le taux de remplissage a été relativement faible.

L'interprétation du nombre de manifestations culturelles est toutefois à nuancer : il est bien évident que cela ne donne pas d'indication sur leur qualité. Une grande partie de ces prestations fait appel à des formations de qualification, de renommée et de taille moindres que celle de l'Orchestre Symphonique ; aspect qui a été souligné à plusieurs reprises.

Au-delà de l'analyse quantitative, considérant que l'objectif est d'élargir l'accès à la culture aux publics, la plus-value est plus importante pour les territoires ne disposant pas d'une offre étoffée dans le domaine.

- Distance aux principaux lieux de diffusion départementaux : la plus-value est plus forte pour les communes plus éloignées. Il est en effet plus difficile pour un habitant d'Orbey de se rendre à Mulhouse pour assister à un concert d'un Orchestre Symphonique que pour un habitant d'Ensisheim.
- Type de spectateurs : Aucune statistique n'était disponible. Par contre, d'après les témoignages recueillis dans les 5 communes analysées, le public se compose principalement de connaisseurs, personnes généralement disposées à se déplacer à différents endroits du département pour accéder à ce type d'offre. 2 communes ont mentionné la présence de personnes des écoles de musique. Les curieux seraient quant à eux assez peu nombreux (estimation à moins de 20% du public⁵). **Les témoignages interrogent sur l'efficacité de ces concerts pour ouvrir à un public plus large le champ artistique de la musique « dite savante ».**
- Sensibilisation des publics : Les concerts sont davantage valorisés par les communes quand ils s'associent à des parcours pédagogiques dans les établissements scolaires.

Les concerts décentralisés de l'OSM sont considérés comme une offre exceptionnelle et de grande qualité par les communes.

Leur plus-value est variable selon le type de communes. Ils remplissent davantage leur objectif d'accessibilité territoriale à la culture quand ils sont réalisés dans des territoires plus isolés culturellement.

Néanmoins, dans n'importe quel cas, la grande limite à cette plus-value est le type de spectateurs attirés : selon les témoignages, le public est principalement constitué d'avertis, personnes disposées à se déplacer, pour qui le concert n'est souvent qu'une offre de plus.

Pour palier cette difficulté, il est recommandé de cibler sur des publics non avertis, en particulier les publics départementaux : collégiens, tel que cela a été fait jusque là, mais aussi personnes âgées, personnes en situation de handicap et personnes en difficultés socioéconomiques :

- Programmation : mêler à ce champ artistique perçu comme moins accessible des références « connues » par le grand public (invité « connu », répertoire « attendu », voire même fusion avec d'autres champs artistiques et genres musicaux). Un concert comme celui d'Hirsingue semble être une bonne pratique avec son programme « Symphonie du Nouveau monde » qui était attractif et « attendu ».
- Communication et partenariats : exiger des communes la mise en place de partenariats avec les acteurs éducatifs et socioculturels (collèges, écoles de musique, etc.) pour la communication de l'évènement. En effet, les publics moins familiarisés n'ont pas été ciblés par la communication. De plus, tant la qualité des supports comme le niveau de diffusion ont souvent été insatisfaisants.
- Mise en place d'actions diverses : réalisation au préalable d'actions pédagogiques et de sensibilisation (dans les collèges mais aussi les maisons de retraite, centre socioculturels, etc.), facilitation du transport (ramassage) et de l'accueil (personnes âgées et handicapées notamment).

⁵ Moyenne des résultats obtenus dans les différentes communes.

- **Format de concert pédagogique : différents formats ont été utilisés. Le format à plus fort contenu pédagogique (volonté de transmettre des clés d'écoute en début de concert) semble avoir été plus adapté pour un public non connaisseur. Cet aspect a d'ailleurs été valorisé dans la presse.**

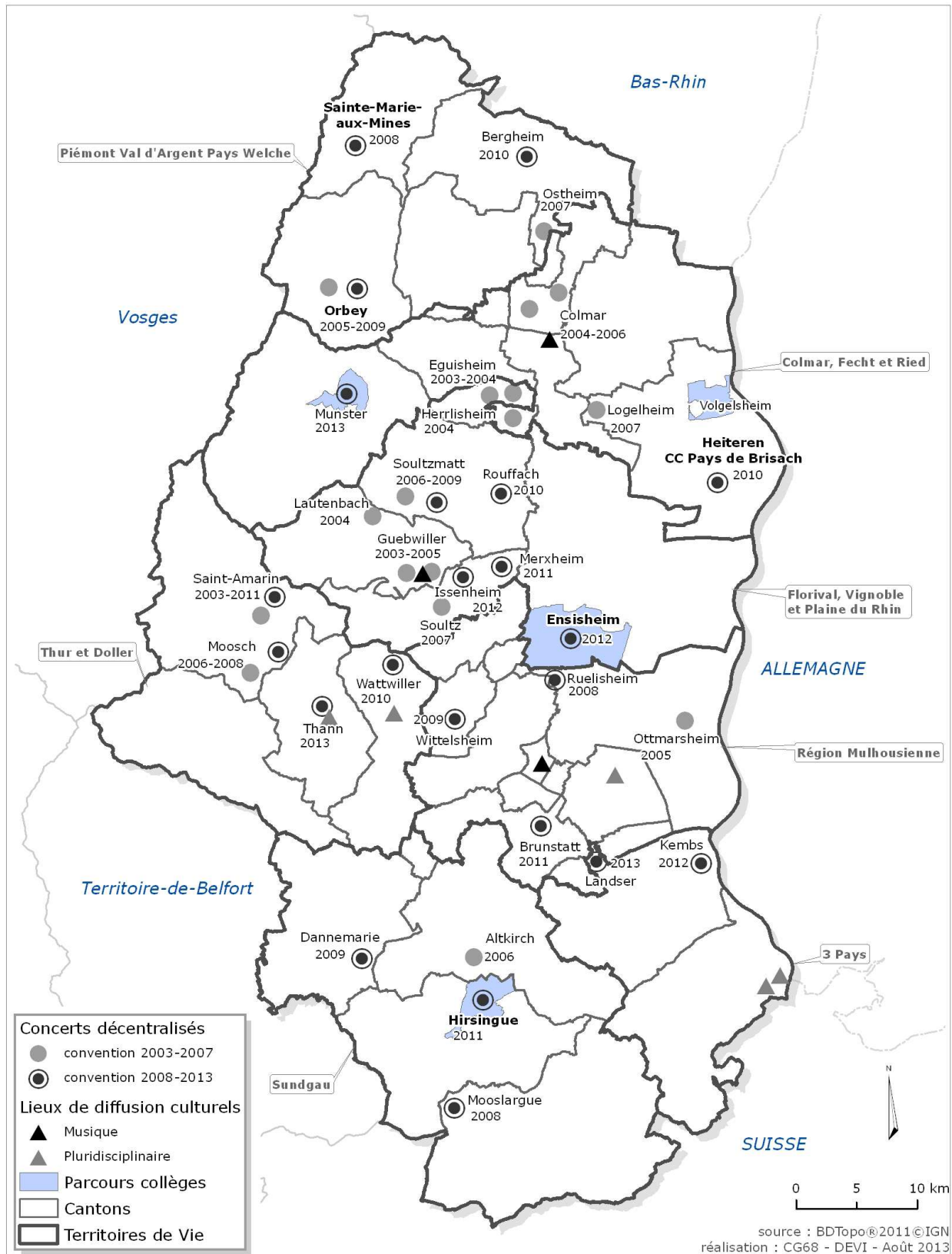
REALISATION DES CONCERTS
<p>FACTEURS DE RÉUSSITE :</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Personnes référentes bien identifiées dans les mairies et à l'OSM.▪ Impliquer les communes dans le choix de la programmation des concerts.▪ Une bonne programmation, accessible et attractive, impliquant des références « connues ».▪ Implication de la mairie (information au public, convivialité = faire vivre l'évènement)▪ Communication ciblée sur un public adapté : mettre en place des partenariats avec des acteurs éducatifs et socioculturels.▪ Ouverture vers d'autres publics (personnes âgées, en difficulté, personnes handicapées ...), avec facilités de transport (ramassage) et d'accueil▪ Composante pédagogique au moment du concert permettant de transmettre des clés d'écoute au public.
<p>RECOMMANDATIONS TECHNIQUES :</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Définir de manière claire les personnes référentes à l'OSM et dans les communes.▪ Les communes pourraient être davantage concertées pour le choix de la programmation.▪ Les supports de communication devraient être réalisés en concertation entre l'OSM et les communes, afin de garantir une bonne mise en valeur de l'orchestre et une accessibilité aux publics ciblés.▪ En capitalisant l'expérience acquise, réaliser un dossier technique à destination des équipes municipales pour l'accueil "clés en mains" d'un concert décentralisé (besoins en matière d'espaces, matériel, branchements, locaux annexes, éclairage, personnels ressources; trames pour médiatisation, planning, timing, ...).

Dans quelle mesure a-t-on favorisé l'équité territoriale ?



**Concerts décentralisés de l'Orchestre Symphonique de Mulhouse
Communes bénéficiaires depuis 2003**

Haut-Rhin - Août 2013



Même s'il y a une amélioration sur la période 2008-2013, on constate une concentration des concerts dans le triangle Colmar – Guebwiller - Mulhouse. L'équité territoriale n'est pas favorisée en ce sens, d'autant plus qu'il s'agit d'une zone géographique dans laquelle se trouvent les principaux lieux de diffusion de musique.

A titre d'exemple, le rayonnement estimé du concert par la Ville d'Ensisheim est de 15 kms. 21% des concerts ont eu lieu dans ce périmètre depuis 2003.

Si l'on analyse la répartition des concerts par cantons et territoires de vie (cf. Annexe 5), on constate que :

- deux des territoires de vie les plus centraux regroupent presque la moitié des concerts : 31 % sur Florival, Vignoble et Plaine du Rhin et 15 % sur Colmar, Fecht et Ried.
- certains cantons plus reculés sont sous-représentés (0 ou 1 concert) : Ste-Marie-aux-Mines, Kaysersberg, Andolsheim, Munster, Masevaux, Dannemarie, Hirsingue, Ferrette et Huningue.

Il serait donc plus adapté de cibler les territoires moins desservis culturellement et/ou plus éloignés des principaux lieux de diffusion musicale, tout en tenant compte de la distribution des concerts sur les années antérieures.

La plus-value obtenue justifie-t-elle les moyens financiers mis en œuvre ?

Pour répondre à cette question, nous avons comparé les coûts des concerts décentralisés à ceux de différents concerts de musique « dite savante » (cf. Annexe 6) :

- les concerts de l'OSM dans leur lieu habituel : la Filature,
- des concerts ayant eu lieu dans des communes haut-rhinoises et considérés de bonne qualité et notoriété par celles-ci (même si moindres que celles de l'OSM) : concerts donnés dans le cadre du festival Chant'Alsace, concerts décentralisés de la Follia, concerts réalisés dans le cadre du festival Callinet (musique d'orgues),
- des concerts d'Orchestres comparables à l'OSM en termes de renommée et de structure économique (orchestres professionnels permanents), donnés dans le cadre du Festival international de Colmar.

Le coût par spectateur des concerts décentralisés est particulièrement onéreux (201 €⁶) ; il est 51% plus cher que celui des concerts que l'Orchestre réalise à la Filature (133 €) et au moins 3 fois plus cher que celui de n'importe quel autre concert analysé.

Si l'on compare le coût total du concert (63 014 € par représentation⁷), il est nettement plus élevé que ceux des concerts donnés dans les communes haut-rhinoises, mais proche de ceux des concerts d'Orchestres comparables donnés à Colmar, dans des lieux de jauge supérieure.

Cela amène donc à se poser la question de l'efficacité de ces concerts : le problème n'est pas qu'ils soient « trop chers » mais que faire jouer un Orchestre professionnel de cette ampleur dans un lieu pouvant accueillir un nombre limité de personnes peut être considéré comme un luxe.

⁶ Moyenne des données de fréquentation approximative disponibles : 14 concerts

⁷ Moyenne des coûts des 19 concerts réalisés entre 2008 et 2012.

En réponse à ces différents constats, il est recommandé de réduire l'aide aux concerts. Pour cela, deux alternatives possibles :

- **Organisation d'un grand événement financé par le Conseil Général**, donnant la possibilité chaque année à des habitants (dont les élèves des collèges) de 4 ou 5 communes éloignées des lieux de diffusion d'assister gratuitement à un concert à la Filature. La prestation inclurait le transport en bus et le concert. Il s'agit de la **solution considérée la plus adaptée pour répondre aux différentes limites constatées** :
 - réduire fortement le coût total (- 43 %) mais pas le nombre de spectateurs touchés (+ 6 %), d'où une baisse du coût par spectateur de 47 %. La participation du Conseil Général au financement de ces concerts décentralisés serait ainsi réduite de 52 % (et de - 30 % pour l'OSM). (Cf. Annexe 2),
 - augmenter la visibilité du Conseil Général en en faisant un grand événement départemental,
 - offrir aux spectateurs une qualité de concert exceptionnelle et éviter les difficultés rencontrées dans les communes, liées aux lieux (capacité, acoustique) et au manque de préparation du personnel technique,
 - donner accès aux habitants de tout le territoire. Ce qui n'est pas le cas dans la situation actuelle puisque les communes ne disposant pas d'un lieu réunissant les conditions d'accueil nécessaires sont exclues,
 - favoriser la participation des élèves en en faisant une activité extrascolaire organisée par le collège,
 - même si la proximité pour les habitants ne serait pas la même dans le sens où ils devraient se déplacer, la notion d'accessibilité territoriale serait maintenue puisqu'il s'agirait d'un concert consacré aux habitants des territoires sélectionnés et le déplacement à la Filature serait organisé et pris en charge.
- **Dans le cas où cette proposition ne serait pas retenue, il est suggéré de limiter le nombre de concerts en ne gardant que les concerts décentralisés associés à des parcours pédagogiques.**

5.1.2 Parcours pédagogiques : en quoi ont-ils permis de développer l'accès à la culture des collégiens dans les territoires choisis ?

Deux types d'actions pédagogiques ont été réalisés dans les collèges des communes bénéficiaires des concerts décentralisés sur la période de la convention :

- des actions « classiques », telles qu'elles étaient menées jusque là : généralement une intervention de musiciens au collège et éventuellement une visite à la Filature ;
- des parcours pédagogiques plus poussés mis en place à partir de 2010 : ils sont dessinés autour d'une thématique générale définie par l'OSM. Ils comprennent de deux à quatre interventions de l'Orchestre au collège (travail sur certaines oeuvres, présentation d'instruments), une visite à la Filature et un travail parallèle dans les différentes disciplines associées (participation de deux enseignants au moins), puis la participation (recommandée) au concert décentralisé organisé dans la commune.

Dans cette question nous nous intéressons aux parcours pédagogiques uniquement.

Le Conseil Général est chargé de choisir les collèges et de leur transmettre les conditions de la réalisation du parcours. Celles-ci sont communiquées oralement lors d'une réunion de lancement. Nous avons pu constater qu'elles ont été essentiellement suivies par les équipes pédagogiques (cf. Annexe 7). Les collèges ont la liberté du choix des classes bénéficiaires.

Vérification de l'engagement quantitatif défini dans la convention

Engagement	Résultat constaté
Chaque année, en amont de 2 concerts décentralisés, mise en place d'un projet éducatif structuré dans un collège (appelés par la suite parcours pédagogiques) ➔ Attente : 12 parcours sur les 6 ans.	PARTIELLEMENT 4 parcours ➔ 33 % L'OSM a réalisé deux actions pédagogiques en collège chaque année (sauf en 2012) mais pas seulement des parcours. Les parcours pédagogiques n'ont été mis en place qu'à partir de 2010, une fois les partenaires calés sur la manière d'évoluer vers des actions nouvelles. De plus, face à la charge de travail représentée par ces parcours, il a été convenu de n'en réaliser qu'un par an.

Quelle est la plus-value pour les collèges de ce type de propositions qui vient s'ajouter à celles déjà nombreuses prévues dans le cadre de leur projet d'établissement ?

Les collèges ont été très satisfaits de la qualité du parcours pédagogique. L'OSM a réalisé un grand travail pour la mise en place des parcours et l'a enrichi au fur et à mesure avec des propositions nouvelles et la participation d'intervenants extérieurs.

Les collèges reçoivent de nombreuses offres chaque année. Il a été difficile de les chiffrer mais globalement elles sont plusieurs centaines, tous genres confondus (classes vertes, séjours linguistiques, etc.). De celles-ci une grande majorité concerne le domaine culturel, mais la musique y est plutôt sous-représentée (d'autres champs comme le théâtre, la littérature et le cinéma sont majoritaires). Cependant, la majorité d'entre-elles sont onéreuses et proviennent de petites structures de renommée moindre.

Au delà de la plus-value du parcours par rapport aux autres offres, se pose la question de la plus-value par rapport aux actions pédagogiques "classiques" telles qu'elles sont réalisées par ailleurs par l'OSM. Dans les cas où le parcours s'est correctement déroulé du côté des équipes pédagogiques, celles-ci mettent en avant :

- l'ouverture culturelle permise par un parcours de plus longue durée, permettant d'aborder différents thèmes et de créer du lien avec les membres de l'orchestre (se familiariser avec un monde inconnu) ;
- les bénéfices tirés de l'interdisciplinarité permise grâce à des thématiques générales intéressantes et transversales (exception du premier collègue).

La plus-value tient aussi au fait que la thématique n'aurait pas été abordée dans le programme scolaire si les collègues n'avaient pas réalisé ce parcours.

Tous les collègues s'accordent à dire que les parcours pédagogiques de l'OSM sont exceptionnels car très peu de structures de cette renommée leur offrent un contenu d'une telle qualité et sans impacter notablement leur budget.

Cette offre est aussi considérée plus complète et bénéfique pour les élèves qu'une action pédagogique courte telle que l'OSM met en place par ailleurs.

Même si la plus-value est forte et la satisfaction très importante, quelques difficultés ont été rencontrées :

- Implication limitée de certains professeurs, notamment liée à une planification tardive du parcours qui vient s'ajouter à leur programme d'enseignement déjà défini pour l'année.
- Bien que la qualité des interventions ait été très satisfaisante, le discours utilisé n'a pas toujours été adapté à des jeunes de 15 ans.
- Disponibilités limitées des musiciens dans certains cas.
- Manque d'intérêt des élèves sur le contenu de certaines sessions.
- Faible présence d'élèves au concert, principalement liée à la disponibilité et volonté des parents.
- Problèmes de calendrier.

RÉALISATION DES PARCOURS PÉDAGOGIQUES

FACTEURS DE RÉUSSITE :

- Qualité des intervenants de l'OSM
- Programme varié, vivant, adapté au public - un temps fort étant la visite à la Filature
- Thème transversal, s'intégrant bien dans les programmes scolaires
- Motivation de l'équipe pédagogique : dépend du thème mais aussi de la personnalité et de l'engagement du pilote (prof. de musique) → le facteur humain est essentiel
- Pluridisciplinarité de l'équipe pédagogique
- Qualité acoustique du local
- Participation des élèves au concert décentralisé, qui est la conclusion du parcours

RECOMMANDATIONS :

- Afin de rendre les parcours pédagogiques plus adaptés au public et efficaces, des moyens humains plus importants doivent être mis à disposition. Il est pour cela recommandé de faire appel à une personne spécialisée telle qu'un *dumiste*⁸ ou d'augmenter le temps consacré par le personnel de l'OSM à cette tâche.
- Définir de manière claire les personnes référentes à l'OSM et les collègues.
- Inclure davantage les équipes pédagogiques dans le choix de la thématique générale et des thèmes abordés dans le parcours. Possibilité d'inverser la dynamique en faisant émaner les propositions de l'équipe pédagogique.
- Possibilité de reproduire la même thématique d'un parcours à l'autre : cela permettrait une capitalisation de connaissances pour l'OSM et pour les équipes.
- Programmer ces parcours plus en amont (au moins 6 mois voire un an avant la rentrée scolaire) en favorisant davantage d'échanges entre les collègues afin de permettre une préparation plus concertée entre OSM et collègues, ainsi qu'une plus grande implication des équipes pédagogiques.
- Demander aux enseignants de présenter dès septembre le contenu de leur projet afin que les musiciens adaptent leurs sessions.
- Réaliser un entretien préalable avec le professeur pilote (éducation musicale) afin de s'assurer de la motivation et capacité d'implication du reste de l'équipe.
- Faire en sorte que les collégiens assistent automatiquement à un concert ou une générale lors de la visite à la Filature.
- La découverte des métiers étant un volet important des projets d'établissement en collège d'une part et un bon moyen d'intéresser les élèves d'autre part, il serait intéressant de renforcer le travail sur les métiers liés à l'orchestre. Possibilité d'y associer d'autres enseignants (technologie, etc.).

Quel a été l'impact de ces actions sur les collégiens ? Ces actions correspondent-elles à leurs attentes ?

Les résultats présentés dans cette partie se basent sur une enquête réalisée auprès de 29 élèves du collège de Munster ainsi que sur la valorisation faite par les enseignants des différents collèges (excepté Volgelsheim).

⁸ Personne détentrice d'un DUMI (Diplôme Universitaire de Musicien Intervenant)

Nous ne pouvons aborder que superficiellement la notion d'impact sur les élèves puisque l'enquête a eu lieu au moment de la clôture du parcours qu'ils ont suivi. L'analyse se base davantage sur des intentions de changement que sur des réelles évolutions constatées quelques années après la réalisation d'une action.

Satisfaction → Plutôt positive

- Réussir à intéresser les élèves, habituellement peu sensibles à ce type de musique, était un des principaux défis de ce parcours. Les collégiens et les enseignants interrogés ont indiqué que les élèves ont été assez satisfaits de l'expérience et réceptifs. Sur une échelle de 1 à 5, la note moyenne attribuée par les élèves est de 3.4 (entre moyen et intéressant). Seulement 16 % d'entre eux l'ont trouvé décevant.
- Les parties du parcours qui ont le plus enthousiasmé les élèves ont été les plus concrètes, notamment la visite de l'orchestre à la Filature, la découverte des instruments et des interventions de musiciens dans les collèges.
- L'enquête indique que ce qui a été fait en classe autour du thème choisi semble les avoir moins intéressés.

Approche de l'impact → Plutôt positif

Enquête (élèves de Munster)

- Même si l'approche de l'impact est superficielle, on constate qu'il a éveillé des envies en lien avec la musique « dite savante » (écouter cette musique, pratiquer un instrument) à près d'un élève sur 5 et que la moitié d'entre eux pense avoir changé sa vision de la musique « dite savante » grâce au parcours.
- De plus, ce parcours a permis à près d'un élève sur 5 de mieux comprendre des notions liées à d'autres matières (notamment l'histoire pour 2 d'entre eux, bien que l'enseignant n'ait pas été impliqué).

Enseignants

Les enseignants s'accordent à dire qu'il s'agit d'une expérience bénéfique pour les élèves, qui leur permet de se rendre compte du métier de musicien, de s'ouvrir au monde du spectacle, d'« ouvrir quelques mains fermées ».

Quelques conséquences concrètes du parcours :

- A Hirsingue, un abonnement à la Filature demandé comme cadeau d'anniversaire, quelques élèves rencontrés à un concert avec leurs parents, en musique les élèves ont eu de meilleures notes que les autres classes pour un programme identique, grâce à leur vécu.
- A Munster, deux élèves ont choisi le sujet de musique « dite savante » pour l'épreuve d'histoire des arts (épreuve obligatoire au brevet).
- A Ensisheim, sur les 15 sujets proposés par l'enseignante de français pour cette même épreuve, celui lié au parcours est celui qui a été le plus choisi.

Différenciation selon les caractéristiques des élèves → résultats contrastés

Enquête (élèves de Munster)

- Sur les 29 élèves ayant répondu au questionnaire distribué, 16 d'entre eux sont d'une classe de latinistes (3^{ème}5) et les 13 autres sont d'une classe dont 2/3 des élèves ont choisis l'option découverte professionnelle (3^{ème}4).

- Le parcours semble avoir provoqué plus d'enthousiasme et créer plus d'envies liées à cette musique chez les élèves latinistes d'une part, et chez ceux qui avaient déjà écouté de la musique « dite savante » d'autre part (caractéristiques indépendantes l'une de l'autre).
- En revanche, on constate que 4 des 5 élèves à qui le parcours a permis de mieux comprendre certaines matières sont de la classe de non latinistes.
- Cependant, il faut considérer un autre facteur, l'effet de groupe, qui pourrait biaiser ces résultats : existence d'« éléments perturbateurs » en 3^{ème}4.

Enseignants

- Les enseignants des autres collèges mentionnent quant à eux des résultats tout autres : des élèves « musiciens » au comportement décevant et des élèves difficiles passionnés.
- Concernant l'âge des élèves, il semble que les 4^{ème} ou 3^{ème} sont plus difficiles à gérer et moins ouverts pour ce type de parcours que pourraient l'être des plus jeunes (6^{ème} ou 5^{ème}).

L'enquête réalisée auprès des élèves et les retours des enseignants ont donné des résultats plutôt positifs tant en termes de satisfaction que d'effets (envies, changement de vision, compréhension) provoqués par le parcours sur les élèves.

Les effets du parcours en fonction du bagage culturel préalable et du niveau scolaire des élèves sont contrastés. Afin de garantir l'accessibilité à la culture à toute la population, le choix devrait porter sur les élèves dont le bagage culturel préalable est moindre et qui sont habituellement plus réticents à l'éducation formelle.

La plus-value obtenue justifie-t-elle les moyens financiers mis en œuvre ?

Le coût moyen par élève sur la période 2010-2012 est de 306 € (frais annexes pour les collèges exclus).

Il est intéressant de constater que les parcours pédagogiques complets ont coûté 13 fois plus cher que les actions classiques réalisées par l'OSM dans les collèges. Cependant, tel qu'il a été exposé plus haut, nous estimons que la plus-value par rapport à ces actions est importante, nous considérons donc que l'efficacité des parcours est satisfaisante.

Néanmoins, quelques pistes d'amélioration : l'orchestre et les équipes enseignantes s'accordent à dire que la mise en place de tels parcours requiert beaucoup de préparation. Il est donc dommage que cela profite à si peu de jeunes, sachant que le coût marginal d'inclure davantage d'élèves est faible (surtout s'ils sont du même collège).

Les effets obtenus de ce parcours justifient les moyens mis en œuvre.

Il est cependant recommandé d'impliquer davantage de classes, idéalement toutes les classes d'un même niveau, au moins pour la visite à la Filature, la participation au concert et les interventions de l'OSM dans les collèges.

5.2 Programme d'animation culturelle de la Ville de Mulhouse

5.2.1 Festival Scènes de Rue : En quoi a-t-il permis de dynamiser le territoire mulhousien sur la durée de la convention ?

Il a été décidé d'analyser le festival Scènes de Rue sans l'angle de la dynamisation du territoire. Il s'agit d'un objectif du festival mais pas le seul : l'accessibilité des publics et le soutien à la création le sont également. Analyser cette action sous cet angle permet de voir dans quelle mesure elle coïncide avec l'approche par les territoires du Département.

Ce festival a connu sa première édition en 1998. Il s'agit d'une manifestation qui a pour but de « *rapprocher le public des artistes et revendique sa capacité à intéresser un public peu habitué du théâtre, et répondre aux exigences des connaisseurs et amateurs des arts de la rue* ». Le festival s'est professionnalisé au fil des années. Depuis 2007 sa programmation a été confiée à un professionnel des arts de rue.

La période d'évaluation coïncidant avec celle du festival, toutes les données quantitatives sollicitées n'ont pu être obtenues.

Développement de l'offre (Cf. Annexe 8 : Caractérisation de l'offre du festival Scènes de Rue)

Le festival Scènes de Rue a connu une importante croissance sur la période de la convention. Le développement de son offre a permis de dynamiser le territoire pour différentes raisons :

- Augmentation du nombre d'heures de programmation : ce nombre a été multiplié par 2 entre 2008 et 2012. Depuis 2010, le festival a été étendu jusqu'au dimanche et il débute dès le jeudi soir (au lieu du vendredi midi) grâce à une association avec les « Jeudis du Parc ». De plus, davantage de spectacles sont proposés simultanément. Le nombre de représentations données a été augmenté de 50 %.
- Elargissement du périmètre du festival : Le festival s'est petit à petit installé dans différents lieux dans la ville ; le nombre de lieux investis ayant presque doublé depuis 2008. Cela a permis d'amplifier le périmètre couvert, mais aussi de diversifier le type de lieux occupés et donc le type de population ciblée. A partir de 2009, des lieux tels que parkings, gymnase, place de marché, DMC, etc. ont commencé à être investis.
- Variété de l'offre :
 - des types d'activités différents sont apparus (espace pour enfants, temps de réflexion, etc.). Cela a notamment pu se faire grâce à divers partenariats avec des acteurs socioéconomiques et culturels locaux.
 - Entre 2008 et 2012, de nouveaux champs artistiques ont été exploités et l'offre est plus variée.
 - L'offre de spectacle s'amplifie (augmentation d'environ 80 à 90 % du nombre de compagnies et spectacles présents entre 2008 et 2012) et essaye, dans la limite du budget alloué, de laisser place à quelques compagnies de grande renommée dans le milieu pour des spectacles dits de grandes formes, tout en donnant de plus en plus d'opportunités à la jeune création. En effet, depuis 2007 il a été choisi de soutenir des projets en création, de proposer des résidences et des cartes blanches.

Le festival a connu un développement fulgurant de son offre sur la période de la convention. La ville est davantage investie, sur une plus longue durée, proposant aux spectateurs une offre chaque fois plus variée.

La Ville de Mulhouse indique que le festival a atteint un seuil : s'il y a une volonté de continuer à progresser en termes de qualité de l'offre, des moyens financiers fortement accrus doivent être apportés. En effet, cela suppose non seulement des cachets plus élevés pour les compagnies, mais aussi une forte augmentation des frais pour les installations qu'elles requièrent et des moyens humains en hausse pour l'organisation et la technique.

Il est donc recommandé d'augmenter l'aide sur ce festival. Cela permettrait en plus de cela de mettre en place des actions de médiation culturelle en direction des publics départementaux, notamment les personnes en difficultés socioéconomiques. Ces actions pourraient également encourager les partenariats avec les acteurs culturels du territoire.

Mise en place de partenariats

Nous n'avons pas pu obtenir la liste exhaustive des partenariats établis.

L'équipe organisatrice indique que différents partenariats avec des acteurs culturels (Noumatrouff, ...), et autres (Vélocité, Soléa, ...) ont été mis en place, permettant ainsi des échanges artistiques, la réduction de certains coûts et la valorisation de l'activité de ces acteurs.

Les acteurs du tourisme sont restés en marge de cela puisqu'ils n'ont apparemment pas valorisé le festival dans leur offre. D'après l'office, le festival n'est actuellement pas vendable aux professionnels du tourisme. Pour cela, il faudrait faire une mise en tourisme de l'évènement (améliorer la lisibilité, accessibilité, communication, créer un produit structuré, etc.).

La mise en place de partenariats a permis une réduction des coûts et l'association d'autres acteurs socioéconomiques et culturels au rayonnement du festival. Les acteurs du tourisme restent cependant encore en marge de cela.

Place dans le paysage culturel mulhousien :

Le développement de l'offre du festival s'est accompagné d'une évolution du nombre et du type de public.

- Le nombre de spectateurs estimé (en jauge cumulée) a été plus que triplé entre 2007 et 2012, passant de 15 000 à 50 000 personnes.
- L'équipe organisatrice a pu constater une évolution, passant d'un public de badauds à un public de festivaliers. Un noyau dur de spectateurs fidèles s'est constitué. Certains d'entre eux viennent de plus en plus loin (grand Est et région transfrontalière). Les informations sur le type de public sont basées sur des suppositions. Une enquête a été réalisée en 2011 mais semble ne pas avoir été exploitée faute de moyens.
- La tranche d'âge qui reste visiblement plus difficile à aborder est celle des 15-20 ans.

L'accessibilité des publics serait selon l'équipe organisatrice le principal objectif de ce festival. Les mesures prises pour attirer ces publics sont notamment les suivantes :

- Réalisation de projets participatifs (participation à des ateliers, co-construction de spectacles) avec certains publics ciblés (personnes en difficultés, personnes âgées, jeunes). Des améliorations pourraient encore être menées notamment pour l'accessibilité du festival aux personnes handicapées ;

- Gratuité de tous les spectacles ;
- Communication diversifiée (badges, street art reprenant le visuel) ;
- Communication radio : ciblage de différents types de publics, notamment les jeunes ;
- Création d'un site Internet ;
- Amélioration de la présentation du programme.

Selon le service organisateur, le festival est en train de devenir "l'évènement artistique le plus réputé et attendu de l'aire mulhousienne".

L'office du tourisme de Mulhouse a communiqué les données de fréquentation des évènements mulhousiens et M2A dont ils disposaient de l'information :

- un seul autre évènement de spectacle vivant de rue : le carnaval. En 2010, Scènes de Rue comptait 67 % de spectateurs en plus que le carnaval.
- 2 évènements de spectacle vivant en salle. Scènes de Rue semble être le plus fréquenté⁹ : 79 % de plus que le festival MOMIX de spectacle vivant jeune public et plus de 5 fois plus que le festival Météo de musiques actuelles. Il manque cependant d'autres évènements tels que Bêtes de Scènes.
- Les seuls évènements qui attirent davantage de public sont le festival automobile et le marché de Noël (65 000 et 600 000 personnes en 2010). Cependant, on ne peut pas dire qu'il s'agisse d'évènements culturels.

Au delà de l'aspect quantitatif, Scènes de Rue est une offre différente dans le paysage culturel mulhousien, se caractérisant par un nouveau rapport à la culture, dont l'objectif est de rapprocher les artistes du public, de délocaliser les projets culturels hors des lieux de diffusion et de toucher un public différent de celui fréquentant les lieux de diffusion.

La Ville a réussi à faire de Scènes de Rue un des principaux évènements de la vie culturelle mulhousienne, attendu des spectateurs et qui complète la palette de l'offre culturelle globale de spectacles vivants.

Il a été décidé d'aborder cette action sous l'angle de la dynamisation du territoire, qui est un des objectifs du festival. L'accessibilité aux publics est un objectif d'autant plus important selon l'équipe organisatrice : grâce à une offre de qualité mêlant des champs artistiques plus accessibles dans l'opinion publique et grâce à une démarche de médiation culturelle envers des personnes pour qui l'accès à la culture n'est pas spontané, le festival touche un public nombreux, varié et « nouveau ».

Place dans le paysage culturel départemental et régional :

D'après les informations dont nous disposons, il y a 8 autres festivals d'été de spectacle vivant dans le département du Haut-Rhin (hors festivals de musiques et musiques actuelles), dont seulement 1 en arts de la rue : Festival des arts de la rue de Sainte-Marie-aux-Mines. Scènes de Rue est de loin le plus fréquenté avec au moins 10 fois plus de spectateurs que n'importe quel autre (cf. Annexe 9) et disposant de l'offre la plus riche. De plus, Scènes de Rue n'a pas lieu en même temps que ces autres festivals.

⁹ Il est difficile de comparer la fréquentation d'un évènement de rue à un évènement en salle, s'agissant d'une méthode de comptage (jauge cumulée) et d'une démarche différente.

Il s'agit également du plus grand festival des arts de rue d'Alsace : Il existe un festival "les Arts dans la rue" à Strasbourg organisé par la Ville, qui incluait pour sa 13e édition en 2012 24 compagnies pour 64 spectacles, sur 4 jours de programmation. Même si nous n'avons pas d'information sur la fréquentation, plusieurs sources indiquent qu'il s'agit d'un festival d'une ampleur et d'une qualité d'offre inférieures à Scènes de Rue.

Scènes de Rue occupe dans sa discipline une place de premier ordre dans le paysage culturel départemental et régional.

Evolution de la notoriété

Il semble que la notoriété du festival au niveau du grand public se soit développée à l'échelle locale, départementale, éventuellement régionale, cependant pas au-delà. Par contre, parmi les réseaux et les cercles d'initiés cette notoriété s'est développée au minimum jusqu'au niveau national :

- Le créneau adopté depuis quelques années consistant à soutenir les spectacles en création et les jeunes compagnies a permis d'attirer de plus en plus de programmeurs, notamment ceux des principaux festivals français d'arts de rue : Chalon-sur-Saône et Aurillac.
- Le choix de soutenir la création a permis de placer Scènes de Rue dans la lignée des grands festivals dans le domaine et donc de recevoir les compagnies venant tester leur spectacle à Mulhouse, avant le passage à Chalon puis celui d'Aurillac encore plus prestigieux.
- Le festival est de plus en plus référencé : il est inscrit dans plusieurs guides nationaux de l'été (libération, les inrocks, télérama), et il est devenu en 2013 un "évènement Télérama". Télérama répertorie 44 festivals d'été des arts de rue sur le territoire français pour 2013¹⁰. De ceux-ci, 5 sont des festivals partenaires, dont Scènes de Rue ; et 5 rentrent dans la catégorie « sélection de la rédaction », ce qui n'est pas le cas du festival mulhousien. Scènes de Rue est le seul festival alsacien recensé (Strasbourg n'y figure pas), les plus proches se situant à Lons-le-Saunier (les déboussolades) et Chalon-sur-Saône (Chalon dans la rue).
- Depuis 2010, Scènes de Rue fait partie du réseau européen Méridians qui inclut des festivals de différents pays européens (Espagne, Italie, Slovaquie, Angleterre, Irlande, Belgique, Suède, Croatie).

Le festival contribue donc à rendre la ville de Mulhouse plus attractive culturellement pour le grand public et pour les artistes.

Efficiences

- Alors que le nombre de spectateurs a progressé de plus de 200% sur la période, le budget total n'a augmenté que de 86%. Le coût par spectateur est donc en diminution.
- Le choix de réaliser le festival le week-end avant celui de Chalon-sur-Saône permet de réduire les coûts pour le transport des compagnies.
- Le calcul de l'efficacité n'a pu être mené au-delà de ces constats parce que nous n'avons pas obtenu les données nécessaires.

¹⁰<http://www.telerama.fr/festivals-ete/localisation-carte.php?genre=Arts%20de%20la%20rue>

5.2.2 Mulhouse 00 + Kunsthalle : L'ouverture de l'offre culturelle sur le champ des arts contemporains a-t-elle eu les impacts escomptés en termes de diversification et sensibilisation des publics ?

Il a été décidé d'analyser cette question dans le cas des actions principales prévues dans cette convention dans le domaine des arts contemporains : Mulhouse 00 et le soutien aux actions de médiation culturelles de la Kunsthalle.

L'accessibilité de tous à la culture est une des deux grandes finalités de la politique culturelle départementale. Dans ce sens, le Département accorde une importance particulière à ce que les actions qu'il soutient utilisent des stratégies permettant de diversifier et sensibiliser les publics aux différentes voies d'accès culturelles.

Dans le cas de chacune de ces deux actions, nous analyserons tout d'abord les évolutions de l'offre et des publics. Dans un deuxième temps, nous analyserons les résultats des actions de médiation culturelle en termes de publics touchés. La médiation culturelle, notamment en direction des publics départementaux (collégiens, personnes handicapées et âgées, personnes en difficultés socioéconomiques), est une attente du Département énoncée dans la convention.

→ Mulhouse 00

Annexe 10 : Tableaux de caractérisation de l'offre et des publics (médiation culturelle incluse).

En quoi a consisté cette ouverture en termes d'élargissement de l'offre et des publics ?

1 – Le principal élargissement de l'offre recherché consiste à faire de Mulhouse 00 une manifestation européenne de soutien à la jeune création

L'objectif principal de Mulhouse 00 est le soutien à la création de la jeune génération d'artistes internationaux. Une des cibles sur la période était de faire de Mulhouse 00 une manifestation européenne en ouvrant petit à petit aux 250 écoles d'art en Europe (une ouverture sur l'Allemagne, la Suisse et l'Italie avait déjà été amorcée). En 2010, M. Samuel-Weis énonçait que le but était de s'ouvrir à toute l'Europe d'ici 2014¹¹. Cependant, la participation étrangère a baissé sur la période, tant en nombre d'artistes que d'écoles. La proportion d'artistes étrangers est passée de 36 % en 2008 à 29 % en 2012.

Cela s'explique principalement par la baisse de 80 % de la représentation allemande sur la période (alors que le projet d'animation culturelle prévoyait une intégration de *"l'ensemble des écoles allemandes à l'horizon 2009-2010* ») et par l'absence d'ouvertures conséquentes sur de nouveaux pays.

Pénétrer les réseaux mais également les entretenir demande du temps. Le service invoque un manque de personnel pour permettre de travailler sur plusieurs ouvertures à la fois. Il est prévu de consacrer davantage de moyens humains sur cette mission à l'avenir.

La participation française est quant à elle très satisfaisante puisque aujourd'hui, la quasi-totalité des écoles supérieures d'art françaises délivrant le Diplôme national supérieur d'expression plastique (DNSEP) sont associées à la manifestation. Le nombre d'artistes haut-rhinois a connu une forte hausse en 2012, passant de 2 à 14 artistes.

¹¹ Source : entretien publié dans le catalogue de la manifestation

2 – Un autre aspect important a été l'enrichissement de la qualité des oeuvres

Le nombre d'artistes participants est resté globalement stable sur la période. Il s'agit d'une volonté de la Ville de ne pas élargir l'offre sur la quantité mais sur la qualité. Une implication croissante des artistes et des écoles a été constatée sur la période, dans le sens où ils investissent davantage le site, développant des installations de plus en plus élaborées, nécessitant une préparation plus importante.

Il y a eu une diversification de l'offre en termes de champs artistiques représentés, dans le sens où les disciplines minoritaires au départ (installation, dessin, peinture) sont de plus en plus représentées. Cependant, la qualité de l'œuvre étant le critère de sélection des candidats et non pas le champ artistique qu'il développe, cette diversification n'est pas recherchée par le service.

La programmation a également été enrichie par de nouvelles activités principalement orientées sur la jeune création.

Le public est resté stable sur la période (environ 4 000 personnes annuellement). Malheureusement, il n'y a aucune information précise sur le type de public. Globalement, il est estimé que 3 grandes catégories se retrouvent chaque année :

- Les amateurs (collectionneurs locaux): leur nombre aurait augmenté. Un fichier a été constitué.
- Les professionnels (directeurs d'institutions, de centres d'art, Musées, etc.) : leur nombre est resté stable.
- Le grand public : leur nombre est resté stable.

Il n'y a pas de stratégie concrète évoquée pour tenter d'attirer de nouveaux publics ou les potentiels publics existants, mise à part le plan de communication et le développement de l'offre (activités nouvelles, offre périphérique). Or, il semble que ces évolutions de l'offre aient été pensées davantage dans l'objectif de promouvoir la création artistique que dans celui de réussir à sensibiliser le grand public à l'art contemporain.

Quelles ont été les principales évolutions de la médiation culturelle attachée à ces actions et quels en sont les résultats en termes de publics touchés (collégiens, adultes, etc.) ?

Les actions de sensibilisation du grand public réalisées ont été des visites guidées destinées à des enfants de 4 à 12 ans ayant participé durant l'année aux Ateliers Pédagogiques d'Arts Plastiques (APAP) du service éducation de la Ville de Mulhouse¹². La visite vient donc enrichir un projet artistique en cours ou déjà terminé. Les visites réalisées ont été de grande qualité, réalisées par une équipe de professionnels qualifiés pour la catégorie d'âge ciblée.

Avant le début de cette convention, 150 enfants bénéficiaient de ces visites réalisées par les APAP (donnée 2007). En 2008, ce nombre a fortement augmenté (250) mais il a ensuite chuté, à cause de baisses temporaires de ressources humaines pour assurer ces visites en 2010 et 2012. : 182 enfants ont été touchés par année en moyenne.

¹² Les APAP permettent à des enfants de Mulhouse et de M2A de se familiariser avec les arts plastiques à travers de sessions d'ateliers extrascolaires et de projets scolaires (élémentaires et maternelles) et périscolaires développés avec les équipes enseignantes. Ils sont par ailleurs soutenus par le biais de cette convention.

Le fait qu'il n'y ait eu que ce seul partenariat a eu pour conséquence un important ciblage du public et un nombre d'enfants touchés limité aux moyens humains de cette petite équipe (2 à 3 médiateurs).

Le projet culturel annexé à la convention prévoyait pourtant de développer la médiation culturelle à d'autres publics (collégiens, adultes) et à plus de personnes mais cela n'a pas été réalisé (cf. Annexe 3).

Des intentions d'enrichissement du dispositif ont été évoquées dans les perspectives de Mulhouse 009 mais n'ont pas abouties : étoffer le dispositif d'intervenants via notamment les étudiants de l'école d'art et la création d'un outil de médiation autonome à distribuer au public, enfant, ado et parents...

La médiation culturelle n'a pas été un objectif majeur sur Mulhouse 00. Le public ciblé est très limité et n'a pas été élargi tel que le prévoyait le projet culturel annexé à la convention.

Considérant la volonté de concentrer les moyens humains sur le développement de l'offre, la médiation culturelle ne pourrait se développer que sur la base d'autres partenariats avec des structures de la Ville (notamment la Kunsthalle) ou des acteurs extérieurs (écoles d'art, associations, etc.).

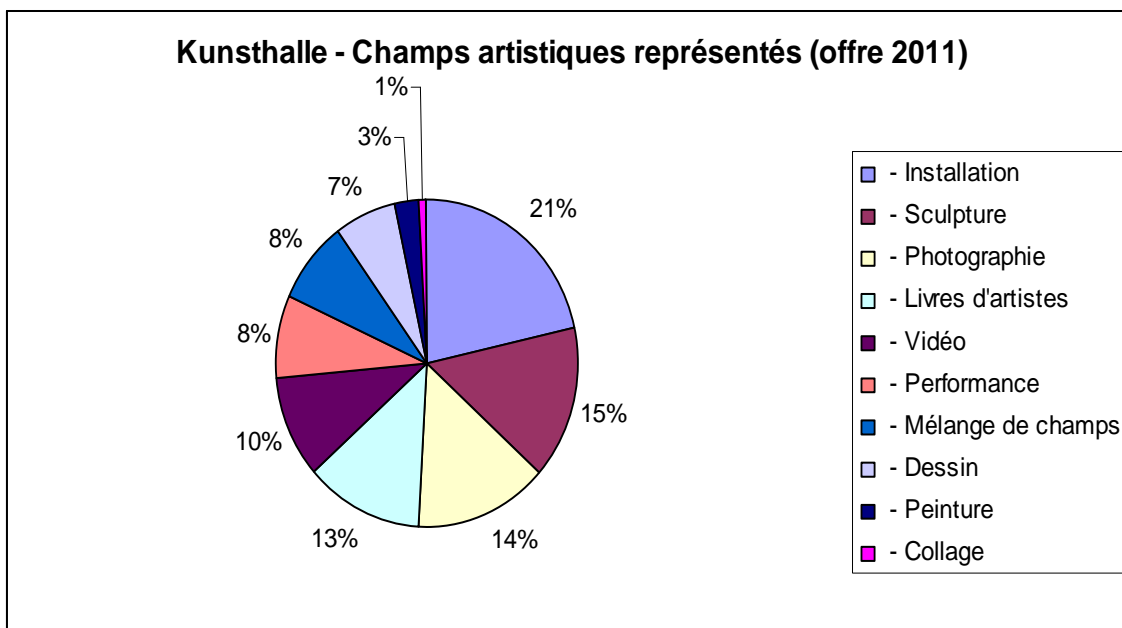
→ Kunsthalle

Annexe 10 : tableaux de caractérisation de l'offre et des publics (médiation culturelle incluse).

En quoi a consisté cette ouverture en termes d'élargissement de l'offre et des publics ?

Dans le cas de la Kunsthalle, il est difficile d'analyser l'évolution des chiffres puisque nous ne disposons que de deux années entières (2009 et 2011), dont une biaisée s'agissant de la première année de fonctionnement de la structure. Pour pallier cette difficulté, les chiffres commentés ci-dessous sont ceux de 2011.

Ne disposant pas de points de comparaison, l'évaluation de l'offre est difficile. Néanmoins, celle-ci est conséquente : en 2011, 108 artistes d'horizons géographiques très divers (autant d'étrangers que de français ; plus de la moitié d'alsaciens parmi les français) ont exposé sur un total de 191 jours de programmation. Les champs artistiques présentés ont été variés, avec une prédominance des installations, de la sculpture, photographie et des livres d'artistes.



Les principales manifestations ont été des expositions dans les murs et des résidences (5 chacune). Ces dernières ont été développées, notamment grâce à un programme d'échange de résidence d'artistes rejoint par la Kunsthalle. De plus des rendez-vous réguliers ont lieu permettant de rendre la structure repérable et de fidéliser les publics.

12 322 personnes ont été comptabilisées en 2011 sur les expositions dans et hors les murs, sur un total de 191 jours de programmation ; soit en moyenne 65 personnes par jour de programmation. Il s'agit pour presque moitié d'individuels, le reste s'est divisé entre scolaires (21 %), rendez-vous et digressions (21 %) et groupes (11 %). Grâce aux collaborations mises en place, ils arrivent à renouveler les publics, même si bien sûr il y a de la fidélisation.

On note une volonté d'élargissement des publics grâce à une offre conséquente, diversifiée et grâce à la mise en place de collaborations avec des acteurs variés.

Quelles ont été les principales évolutions de la médiation culturelle attachée à ces actions et quels en sont les résultats en termes de publics touchés (collégiens, adultes, etc.) ?

316 actions de médiation culturelle ont été réalisées en 2011 pour un total de 4 634 personnes touchées (scolaires, adultes, dont personnes en difficultés).

Le principal public bénéficiaire des actions de médiation sont les adultes (60 %). Les autres sont des scolaires et étudiants. Le nombre d'élèves bénéficiaires est similaire selon les niveaux (primaires, collèges, lycées, étudiants). Les collèges et écoles sont visiblement très demandeuses parce qu'elles n'ont pas beaucoup d'offre dans ce domaine.

Les travaux les plus intéressants en médiation culturelle sont ceux menés par les artistes en workshop ou en résidence. Ils développent leur travail avec des étudiants, des scolaires et des adultes, tout en conservant la distance nécessaire afin que l'artiste reste créateur de son œuvre.

Une personne est chargée des publics au sein de l'équipe de la Kunsthalle. La démarche est proactive puisque avant chaque exposition, une recherche de publics spécifiques est réalisée. Un dossier est envoyé aux partenaires potentiels et existants. Il s'agit d'établissements scolaires et universitaires, mais aussi d'autres structures répondant à des publics en difficultés telles que la Fédération nationale des associations d'accueil et de réinsertion sociale, les centres socioculturels, la Maison des adolescents, etc..

Quand un groupe s'intéresse à l'exposition en question, une action de médiation est développée sur mesure. Les moyens humains et financiers limitent cependant le nombre d'actions (1,4 ETP en 2011).

Une démarche de médiation est également menée auprès des artistes, afin qu'ils sachent rendre leurs œuvres accessibles.

Les actions de médiation culturelle ont été variées. Elles ont touché un public large et divers grâce à une démarche proactive de la Kunsthalle.

La plus-value obtenue justifie-t-elle les moyens financiers mis en œuvre ?

	Mulhouse 00 (2008 et 2010)		Kunsthalle (2011)	
Budget réalisé	298 178 €	Coût moyen	564 978 €	Coût moyen
Affluence	4000	75 €	12322	46 €
Nombre de partenaires	13	22 937 €	29	19 482 €
Nombre d'actions de médiations culturelles	11	27 107 €	316	1 788 €
Nombre de personnes touchées par les actions de médiation culturelle	182	1 638 €	4634	122 €
Nombre d'artistes	93	3 206 €	108	5 231 €

Dans le domaine de l'accessibilité aux publics, l'analyse de l'efficacité est nettement plus favorable pour les actions mises en place par la Kunsthalle. Les moyens mis en œuvre pour les actions de médiation et la recherche de publics ont été nettement supérieurs.

Cela s'explique par deux principaux facteurs :

- L'objectif principal de Mulhouse 00 est le soutien à la création et non la sensibilisation des publics, à l'inverse de la Kunsthalle pour qui cet objectif est beaucoup plus important.
- Les moyens humains sont plus importants sur la Kunsthalle que sur Mulhouse 00. En effet, en 2011 il y avait 1,40 ETP consacré durant toute l'année à la médiation culturelle à la Kunsthalle, alors que seulement 2 à 3 médiateurs durant 4 jours pour Mulhouse 00.

Suite à ces constats, il est suggéré de supprimer l'appui à certaines actions :

- **Mulhouse 00,**
- **Les subventions de faibles montants, peu perceptibles pour les services en charge de la mise en place des actions (budgets non transmis, logo du Conseil Général absent des supports de communication) : manifestation Ateliers Ouverts et APAP (en 2012, 1 000€ et 3 000€ respectivement).**

L'aide départementale serait donc concentrée sur la Kunsthalle, en définissant des cibles de médiation culturelle avec les publics départementaux.

5.3 Questions générales

5.3.1 Pertinence de l'action par rapport au contexte du territoire

Cette question n'a été analysée que partiellement, et ce suite à un constat récurrent tout au long de l'analyse.

Mulhouse est la 13ème ville la plus pauvre parmi les 200 plus grandes villes françaises avec un revenu médian de 13 229 €¹³. Le taux de pauvreté y est très élevé avec 32 % des ménages mulhousiens percevant moins de 60 % du revenu médian national (moyenne nationale = 15 % des ménages)¹⁴.

Les personnes de moindres ressources étant un des publics cibles du Conseil Général, il est d'autant plus important et légitime de soutenir des actions en destination de ce public en particulier.

5.3.2 Cohérence du soutien départemental global sur les différents territoires

Dans cette partie, nous cherchons à mettre en relation le soutien départemental dans le cadre de la convention avec les autres aides versées par le Conseil Général dans les différents territoires étudiés. Les territoires en question sont la ville de Mulhouse, mais aussi les cinq communes analysées dans la première partie de cette évaluation.

L'aide départementale versée dans le cadre du contrat culture a été calculée dans une logique de territoire : le montant attribué au territoire mulhousien n'inclut pas l'aide à l'OSM pour la réalisation des concerts et actions pédagogiques décentralisées ; le montant attribué aux communes correspond à la subvention par concert décentralisé¹⁵ (il s'agit d'une valorisation puisque la subvention a été versée à l'OSM et non aux communes). Les tableaux détaillés se trouvent en annexes 11 et 12.

Cohérence en fonction du type d'aides

→ Cas de Mulhouse

Sur la ville de Mulhouse, presque la moitié de l'aide sur la période 2008 – 2012 est dédiée aux lieux de diffusion et opérateurs culturels, en particulier la Filature (1 166 000 €). Ensuite, un quart de l'aide est attribué à l'enseignement artistique et pratique, avec une principale structure bénéficiaire qui est le Conservatoire (684 000 €). Le contrat culture (actions de l'OSM exclues) arrive en 3^{ème} position avec 13 % de l'aide totale. **Cette répartition semble cohérente dans une ville regroupant plusieurs lieux de diffusion culturelle clés au niveau départemental.**

¹³ Etude de l'Observatoire des inégalités. Revenus fiscaux 2010. Données par personne, avant impôts et prestations sociales. Source : Insee, France métropolitaine.
http://www.inegalites.fr/IMG/pdf/Observatoire_des_inegalites_-_Revenus_communes_2010.pdf

¹⁴ Etude du Centre d'observation et de mesure des politiques sociales (Compas). Revenus fiscaux 2009 communiqués par l'Insee, corrigés des prestations
http://www.compas-tis.fr/download/compas_etudes_2_aout_2012.pdf

¹⁵ Sur la période 2008 – 2011, 149 000€ ont été attribués annuellement pour la réalisation de 4 concerts décentralisés, d'où une aide moyenne de 37 250€ par concert. Sur la période 2012 – 2013, le montant total a été diminué à 130 000€ et le nombre de concerts a été réduit à 3, d'où une aide moyenne de 43 333€.

→ Cas des 5 communes étudiées

Globalement sur les 5 communes étudiées, l'appui dans le cadre du concert décentralisé représente 23 % de l'aide totale. Il y a des différences importantes entre communes.

Certaines communes ont bénéficié d'un soutien départemental supérieur dû à des investissements dans des bâtiments à vocation culturelle (salles de spectacle, bibliothèque et espace d'exposition) : Sainte-Marie-aux-Mines : 135 930 € et Orbey : 221 013 €. **Il y a cohérence dans le sens ou ces aides à l'investissement n'entrent pas en conflit avec le soutien au concert décentralisé.**

Sainte-Marie-aux-Mines a bénéficié d'un appui important pour les expressions artistiques (97 000 €, 33 % du soutien total). Il s'agit de subventions à divers acteurs culturels pour l'organisation d'événements et la mise en place d'activités. **Cela pose la question de la cohérence : ces concerts ne devraient-ils pas bénéficier à des communes que l'on ne soutient pas beaucoup par ailleurs dans le domaine des expressions artistiques ?** D'autant plus si ce soutien concerne le même champ artistique (dans le cas présent, 35 500 € de ces 97 000 € ont été versés pour le festival aux chandelles).

Cohérence par rapport aux champs artistiques représentés

Que ce soit à Mulhouse ou dans les communes étudiées, la plus grande partie des subventions est attribuée à des structures ou projets pluridisciplinaires (39 %) et concernant la musique (38 %). Les arts de la scène et les arts visuels sont nettement moins représentés (13 % et 9 % respectivement à Mulhouse ; 4 % et 2 % dans les 5 communes étudiées).

D'après le SDC, cette proportion est liée à l'offre existante et non pas à une volonté du Conseil Général. En Alsace, notamment dans le Haut-Rhin, la musique est beaucoup plus représentée que les arts visuels et les arts vivants.

Dans les différents territoires analysés, on constate une cohérence générale du soutien départemental dans le domaine culturel.

Un seul constat pose question : l'attribution d'un concert décentralisé à une commune déjà bénéficiaire par ailleurs d'un fort soutien aux expressions artistiques.

5.3.3 Cohérence de la convention

Cohérence entre les objectifs de la politique culturelle du Conseil Général et ceux de la politique culturelle de la Ville de Mulhouse

	Principaux objectifs affichés dans la convention → par ordre d'importance, le cas échéant
Département du Haut Rhin	1. Double approche par les publics (ouverture de la culture au plus grand nombre et diversification de ses voies d'accès) et par les territoires (favoriser la place de la culture dans le développement et l'aménagement des territoires). → Pour cela, il est attendu du partenaire la mise en œuvre d'actions de médiation culturelle en direction des publics relevant en priorité des compétences du Département, et la mise en place de projets transversaux élaborés en concertation avec les partenaires. 2. Soutien à la création
Ville de Mulhouse - Direction de l'animation	1. Sensibilisation des publics via l'évènementiel culturel et par des actions d'éducation artistique. 2. Soutien à la création via Mulhouse 00.
Orchestre Symphonique de Mulhouse	La diffusion , la création musicale , le développement des publics et le développement des partenariats .

Les objectifs énoncés par le Département et par la Ville de Mulhouse dans la convention sont cohérents : il s'agit de la notion d'accessibilité à la culture pour tous en premier lieu et du soutien à la création ensuite.

Comme les objectifs sont généraux et qu'il n'y a pas d'attentes concrètes en termes de contenu des actions (excepté celles de l'OSM), cette concordance peut être qualifiée de fortuite.

Par conséquent, à l'heure de la mise en place des actions, les attentes du Département sont peu lisibles. Il a d'ailleurs été constaté que ses objectifs et ses publics cibles sont peu connus des services de la Ville chargés de la mise en œuvre de la convention.

Un exemple concret a été apporté : il semblerait que la Région Alsace ait émis des attentes concrètes en matière de développement durable pour le festival Scènes de Rue, telles que la mise en place de la « signature verte » en 2013. Le Conseil Régional est pourtant un financeur minoritaire (7 % du budget total), moindre que le Conseil Général (14 % du budget total).

Les objectifs départementaux d'accessibilité des publics et d'approche territoriale doivent être mesurables afin de pouvoir les évaluer et les rendre plus lisibles pour les partenaires. Il s'agit d'ailleurs d'un critère d'éligibilité des projets structurants du Contrat de Territoire de Vie. **Pour cela, des cibles concrètes, quantitatives ou qualitatives, devraient être définies dans le cadre de toutes les actions financées.**

- Exemple de cible quantitative : 50 personnes en difficultés socioéconomiques participent annuellement à des actions de médiation en amont du festival Scènes de Rue.

- Exemple de cible qualitative : Mise en place d'un dispositif favorisant l'accès des personnes à mobilité réduite sur le festival Scènes de Rue.

Les actions de médiation spécifiquement demandées par le Conseil Général pourraient être identifiées comme des actions du Département.

Même si ces cibles ne doivent pas nécessairement concerner que eux, **les publics départementaux (personnes âgées, handicapées, collégiens et personnes en difficultés socioéconomiques) devraient être favorisés.**

Cohérence par rapport au dispositif dans lequel est intégré la convention : le Contrat de Territoire de Vie (CTV)

Cette convention a été intégrée depuis 2011 au contrat de territoire de vie de la région mulhousienne, outil principal de la politique de territorialisation du Conseil Général. Les initiatives soutenues par ce biais doivent bénéficier au développement et à la population de ce territoire. Or, sur la période de la convention, 68 % de l'aide départementale a été attribuée à des actions mises en place en dehors de ce territoire.

L'inclusion des actions décentralisées dans le CTV est donc paradoxale. Il est recommandé de les contractualiser à travers une autre formule.

5.3.4 Bilan financier et poids du Conseil Général dans le financement des actions (Cf. Annexe 13)

Les chiffres détaillés du bilan financier sont présentés en annexe 13. Celui-ci n'est pas complet, tous les budgets n'ayant pas été transmis.

Il existe des différences dans certains cas entre budgets prévisionnels et les budgets réalisés des actions soutenues qui font évoluer considérablement la proportion de l'aide départementale :

- Scènes de Rue et Kunsthalle : les budgets réalisés sont nettement supérieurs aux budgets prévisionnels définis dans la convention. Le Département contribue donc à ces budgets pour une part moindre que celle qui était prévue, notamment pour Scènes de Rue (cette part passe de 24 % à 14 %).
- Actions pédagogiques dans les collèges : à l'inverse, le budget réalisé est inférieur de 38 % au prévisionnel. **Non seulement le Conseil Général subventionne ces actions pour une part plus importante à ce qui était prévu, mais le montant attribué est supérieur au budget total de ces actions.** Cela est dû à un **décalage entre le type d'actions définies dans la convention (actions réalisées dans les collèges) et celles qui ont été comptabilisées dans le budget (actions menées en collèges + écoles).**

Le Département est le financeur majoritaire des actions décentralisées mises en place par l'OSM (61 % et 146 % du budget total pour les concerts décentralisés et les parcours pédagogiques respectivement) et aucun autre financeur extérieur ne les soutient.

En revanche, **il est un financeur minoritaire sur les actions de la Ville** (entre 7 et 15 % du budget selon les actions). Même si dans tous les cas, la Ville est le principal contributeur au budget, d'autres financeurs extérieurs interviennent sur certaines actions :

- le Conseil Régional, la DRAC et la Communauté Européenne financent aussi Scènes de Rue mais dans une proportion nettement inférieure (le premier financeur apportant 2 fois moins que le Département). Le Conseil Général reste donc actuellement le principal financeur extérieur sur le festival.
- La DRAC et le Conseil Régional contribuent au budget de Mulhouse 00 et de la Kunsthalle pour un montant supérieur à celui du Département dans le cas de la DRAC (+ 75 %) et inférieur dans le cas du Conseil Régional (- 21 %).

Le Département a contribué à 4% du budget total de l'OSM en moyenne sur la période. Les financeurs extérieurs apportent 27 % du budget ; la billetterie et autres recettes propres de 4 à 5 % ; la différence, 69 %, restant à la charge de la Ville de Mulhouse.

Il n'a pas été possible de mesurer le poids du Conseil Général dans le financement de l'offre culturelle du territoire mulhousien puisque les données n'ont pas été obtenues.

5.3.5 Visibilité du Conseil Général dans la communication des évènements

La participation du Département figure généralement dans les brochures et programmes des évènements publiés par les partenaires (Cf. annexe 14).

La visibilité du Département dans la presse a pu être vérifiée pour les concerts et parcours pédagogiques de l'OSM, actions pour lesquelles les revues de presse ont été transmises. L'analyse a porté sur une sélection de 5 communes. La visibilité est décevante puisque seulement 5 des 13 articles parus mentionnent la contribution de la collectivité.

Les discours réalisés en introduction des concerts mentionnent quant à eux cette participation.

Il y a donc un doute sur la visibilité du Département dans la communication des évènements.

5.3.6 Suivi et évaluation

Vérification des recommandations antérieures

Cette évaluation a aussi pour mission d'analyser les éventuelles avancées constatées par rapport aux quatre recommandations faites dans le cadre de l'évaluation de la précédente convention (2003/2007) :

1. Préciser davantage les objectifs du partenariat ainsi que les actions soutenues
2. Conforter la concertation technique entre les services compétents des deux collectivités
3. Elargir la contractualisation pluriannuelle à une période quinquennale (plutôt que triennale)
4. Mettre en place un tableau de bord annuel permettant de faciliter un suivi et une évaluation plus rigoureuse

Les recommandations n°1, 3 et 4 concernaient des mesures à prendre au moment de la définition de la nouvelle convention. Elles ont été partiellement prises en compte, voire pas du tout en ce qui concerne la recommandation n°4. (Cf. Annexe 15)

La 2^{ème} recommandation fait référence à un changement de méthode et d'attitude qu'il n'a pas été possible de vérifier.

Ces constats soulignent l'importance du suivi des recommandations faites une fois le travail d'évaluation terminé.

Cette mission pourrait être assumée par le comité de suivi et évaluation de la convention qui se réunit annuellement.

Informations transmises

Les informations transmises par les différents services de la Ville de Mulhouse au Service du Développement Culturel (SDC) sur les actions menées ont été variables et pas toujours homogènes d'une année sur l'autre (exemple : information sur le nombre de spectacles une année, sur le nombre de compagnies celle d'après...). Cela ne permet pas d'analyser l'évolution dans le temps.

De plus, la connaissance des publics est limitée et repose souvent sur des estimations.

Il y a donc des difficultés pour disposer de données quantitatives suffisantes. Cela indique le besoin de définir une démarche construite de recueil de données statistiques.

Il est donc recommandé de mettre en place un tableau de bord permettant le recueil annuel des informations sollicitées auprès de la Ville.

De plus, on devrait favoriser une meilleure connaissance des publics et une amélioration continue des actions en réalisant des enquêtes sur les types de public et leur satisfaction. Des partenariats pourraient être menés avec les universités en proposant des stages.

ANNEXES

ANNEXE 1 : RECOMMANDATIONS BUDGETAIRES – NOUVEAU DÉCOUPAGE SUGGÉRÉ

Répartition actuelle (2012-2013)					Nouvelle répartition suggérée					Evolu- tion
STRUCTURE	Budget réalisé 2012	Aide départe- mentale	Part dans le budget	Part dans l'aide dép.	STRUCTURE	Budget hypothé- tique	Aide départe- mentale*	Part dans le budget	Part dans l'aide dép.	
A - Actions sur le territoire mulhousien	NC	69 000 €		33%	A - Actions sur le territoire mulhousien	932 485 €	106 250 €	11%	60%	
1) Arts plastiques :	NC	29 000 €	-	14%	1) Arts plastiques :	565 000 €	38 250 €	7%	21%	32%
APAP	NC	3 000 €	-	1%	APAP	NC	0 €	-	-	
Opérations type "Ateliers ouverts"	NC	1 000 €	-	0%	Opérations type "Ateliers ouverts"	NC	0 €	-	-	
Mulhouse 00 ou Kunsthalle (1 an / 2)	NC	25 000 €	-	12%	Mulhouse 00 Kunsthalle	NC 565 000 €	0 € 38 250 €	- 7%	- 21%	
2) Animation culturelle :	366 809 €	40 000 €	11%	19%	2) Animation culturelle :	367 485 €	68 000 €	19%	38%	70%
Festival Scènes de rue	330 485 €	35 000 €	11%	17%	Festival Scènes de rue	330 485 €	59 500 €	18%	33%	
Jeudis du Parc	36 324 €	5 000 €	14%	2%	Jeudis du Parc	37 000 €	8 500 €	23%	5%	
B - Actions décentralisées (OSM)	243 784 €	141 000 €	58%	67%	B - Actions décentralisées (OSM) ==> Sorti du contrat culture	137 000€ ou 150 000€	72 250 €	53% ou 48%	40%	
1) Diffusion décentralisée : 3 concerts	234 128 €	130 000 €	56%	62%	1) Diffusion décentralisée : 1 évènement départemental à la Filature ou 2 concerts	107 000€ ou 120 000€	55 250 €	52% ou 46%	31%	-58%
2) Parcours pédagogiques : en amont de un seul concert en 2012	9 656 €	11 000 €	114%	5%	2) 2 parcours pédagogiques dans les collèges impliquant plus d'élèves	30 000 €	17 000 €	57%	10%	55%
TOTAL		210 000 €			TOTAL		178 500 €			

* Scénario pessimiste : baisse de 15%

ANNEXE 2 : RECOMMANDATIONS BUDGETAIRES – NOUVELLE FORME DE CONCERTS DECENTRALISÉS

FORME ACTUELLE : 3 CONCERTS DECENTRALISES (coûts moyens sur la période 2008 - 2012)*	NOUVELLE FORME : EVENEMENT DEPARTEMENTAL À LA FILATURE	Evolution
Budget	Budget	
Dépenses	Dépenses	
Coût moyen de 3 concerts (budget OSM : inclus les charges de personnel artistique, technique et administratifs, le déplacement et autres frais artistiques) Frais annexes éventuels communes (communication, location ou mise à disposition du lieu, frais de personnel, frais de réception)	Coût moyen d'un concert à la Filature (budget OSM) Coûts de transport (estimation : 1 bus de 40 places = 500€) Frais de réception Frais annexes (communication, attribution des places)	
189 042 € Non connu	82 000 € 12 500 € 12 500 € Non connu	
TOTAL 189 042€ + frais annexes	TOTAL 107 000€ + frais annexes	-43%
Recettes	Recettes	
Conseil Général OSM (coûts restant à charge après financement CG) Mairies	Conseil Général Financement des places de concert (estimation du prix moyen = 20€. Proposition de financement à 30€) Financement du transport et des frais de réception OSM (coûts du concert restant à charge après financement CG) Mairies	
114 633 € 74 409 € Frais annexes	55 000 € 30 000 € 25 000 € 52 000 € Frais annexes	
TOTAL 189 042€ + frais annexes	TOTAL 107 000€ + frais annexes	-43%
Chiffres clés	Chiffres clés	
Nombre de communes touchées	Nombre de communes touchées	67%
3	5	
Nombre de personnes bénéficiaires (314 personnes par concert en moyenne)	Nombre de personnes bénéficiaires (200 personnes par commune)	6%
942	1000	
Coût / spectateur	Coût / spectateur	-47%
203€ + frais annexes	107€ + frais annexes	

* La période de référence utilisée pour calculer la moyenne des coûts est 2008 - 2012 parce qu'il y a eu de fortes variations sur la période.

**ANNEXE 3 : ENGAGEMENTS QUALITATIFS DEFINIS DANS LES PROJETS
CULTURELS ANNEXES A LA CONVENTION**

Engagements définis dans la convention	Résultat constaté
CONCERTS DECENTRALISÉS	
Possibilité de dialoguer avec les artistes	OUI. Les 5 communes étudiées ont été satisfaites sur ce point, les artistes étaient accessibles au public à la fin des concerts.
Adaptation de la programmation au lieu et au public	PARTIELLEMENT. 3 des 5 communes ont trouvé que la programmation était très adaptée. En revanche, une commune a manifesté la difficulté d'accès du programme pour le grand public et une autre le caractère lugubre de la programmation (marche funèbre).
PARCOURS PÉDAGOGIQUES	
Temps d'échange entre les élèves et les musiciens durant les répétitions au moment de la visite des locaux OSM.	OUI. Les avis obtenus sont plutôt positifs, même si un bémol a été posé : possibilité d'approfondir cet échange.
Eveil des sensibilités	NON VERIFIABLE
Eveil de la pratique artistique	SATISFAISANT : 17 % des élèves de Munster ayant répondu à l'enquête affirment que le parcours leur a donné envie de pratiquer un instrument de musique qu'ils ne pratiquaient pas auparavant.
Eveil de l'accès aux concerts	PARTIELLEMENT : Environ 28 % des élèves impliqués dans les parcours dans les 4 collèges sont allés au concert décentralisé. Cependant cette décision semble assez liée à la volonté des parents.
SCÈNES DE RUE	
Etoffer le festival par des animations supplémentaires	OUI. La variété d'animations offertes s'est développée sur la période (voir sous question 2.2)
Etendre le festival jusqu'au dimanche	OUI. A partir de 2010, en matinée.
Faire de Scènes de Rue une référence nationale pour les professionnels et les programmeurs	OUI MAIS NON CIBLÉ. Une présence accrue des professionnels des arts de rue est constatée mais il n'y a pas de ciblage réalisé par l'équipe organisatrice
MULHOUSE 00	
Associer aux cycles de visites les établissements primaires et secondaires informés au préalable par le service Education de la Ville de Mulhouse.	NON. L'objectif ciblé par les APAP ne correspond pas à l'engagement défini dans la convention. Il n'y a pas de démarche d'information des établissements sur les possibles visites dans le cadre de Mulhouse 00 puisque celles-ci se font avec des classes et groupes d'enfants qui ont participé aux APAP pendant l'année. De plus, le nombre d'établissements touchés est limité : → Sur les 3 années, 4 des 63 établissements scolaires primaires mulhousiens et 4 des 65 établissements périscolaires de m2A ont été associés aux visites. → Les établissements secondaires n'ont quant à eux pas été associés
Nombre de classes reçues simultanément sur le site (objectif : 4 au lieu de 2)	NON. Le nombre de classes reçues simultanément dépend du nombre de médiateurs disponibles : il y a pu en avoir 3 maximum en 2008 et 2 en 2010 et 2012.
Livret remis aux enfants pendant les visites individuelles, favorisant la	OUI. Le carnet de visite 8-12 ans utilisé lors des visites organisées par les APAP est également proposé aux enfants qui viennent dans le cadre de visites

Compréhension de certains enjeux liés à la création contemporaine (multiplication des médiums, diversité des thématiques abordées, renouvellement de l'iconographie traditionnelle, ...)	individuelles. Les enfants de – de 8 ans ont eu accès à ce même carnet. Le carnet favorise la compréhension de la discipline et amène les enfants à développer leur capacité créative.
KUNSTHALLE	
Médiateur assurant l'accompagnement du public les week-ends et lors de visites programmées.	OUI. Présence d'un vacataire tous les samedis et dimanches à partir de 15h.
Recherche de nouveaux publics par le biais de propositions originales et adéquates (visites thématiques, invit. de spécialistes ou artistes...)	OUI. Les propositions sont variées et une recherche de publics spécifiques est réalisée avant chaque exposition.
Développement des collaborations avec des structures déjà existantes et actives	OUI. Déjà plus de 30 partenaires ont été mis en place depuis le début.
Développer le centre de Documentation	NON. Il n'y a pas de Centre de documentation, seulement une petite librairie. Ce n'est pas un objectif. A chaque exposition des ouvrages sont cependant mis à disposition dans un salon de lecture aménagé (provenant de la Médiathèque, du Quai, etc.).
Projets développés avec les APAP pour étendre l'offre de visites et développer la participation des jeunes publics ou des habitants du quartier	PARTIELLEMENT. Des actions de médiations ont été mises en place avec les jeunes publics mais pas particulièrement avec les APAP : la collaboration s'est limitée à la réalisation des supports.

ANNEXE 4 : CARACTERISATION DE L'OFFRE CULTURELLE DES COMMUNES SELECTIONNEES

	Sainte-Marie Aux Mines (2008)	Orbey (2009)	Com. Com. Pays de Brisach (2010)	Hirsingue (2011)	Ensisheim (2012)
Temps de transport à Mulhouse	1h20	1h00	40 min	35 min	25 min
Nombre moyen de manifestations organisées sur l'année du concert et les deux années précédentes :					
A. manifestations culturelles (tous genres confondus)	Environ 40	47*	NR	NR	68
B. manifestations d'arts vivants (musique, danse, théâtre, cirque, etc.)	NR	36	NR	NR	29
C. concerts ou manifestations musicales	NR	23	4	4	22
D. manifestations de musique "dite savante" (« musique classique »)	15	6	NR	1	4
Rayonnement estimé du concert	15 kms	15 kms	15 kms	15 kms	15 kms
Nombre de concerts organisés dans un rayon de 15 kms dans les 3 années précédants le concert	0	0	1	2	3
Nombre approximatif de spectateurs	250**	entre 100 et 150	200	550***	150****
Taux de remplissage du lieu	proche de 100%	entre 40% et 50%	50%	proche de 100%	40%

* nombre de représentations et non de manifestations

** moyenne entre l'estimation de la mairie (400) et celle de la presse (L'Alsace : 100).

*** moyenne entre l'estimation de la mairie (450) et celle de l'OSM (650).

**** moyenne entre l'estimation de la mairie (120) et celle de l'OSM (170).

ANNEXE 5 : REPARTITION DES CONCERTS DECENTRALISES PAR CANTONS ET TERRITOIRES DE VIE (2003-2013)

Territoire de Vie	Canton	Nombre de concerts	Part du total
3 Pays	Huningue	0	0%
	Sierentz	2	5%
Total 3 Pays		2	5%
Colmar, Fecht et Ried	Andolsheim	0	0%
	Colmar	2	5%
	Munster	1	3%
	Neuf-Brisach	2	5%
	Wintzenheim*	1	3%
Total Colmar, Fecht et Ried		6	15%
Florival, Vignoble et Plaine du Rhin	Ensisheim	1	3%
	Guebwiller	3	8%
	Rouffach	3	8%
	Soultz	3	8%
	Wintzenheim*	2	5%
Total Florival, Vignoble et Plaine du Rhin		12	31%
Piémont Val d'Argent Pays Welche	Kaysersberg	0	0%
	Lapoutroie	2	5%
	Ribeauvillé	2	5%
	Sainte-Marie-aux-Mines	1	3%
Total Piémont Val d'Argent Pays Welche		5	13%
Région Mulhousienne	Cernay*	1	3%
	Habsheim	0	0%
	Illzach	2	5%
	Mulhouse Est	0	0%
	Mulhouse Nord	0	0%
	Mulhouse Ouest	0	0%
	Mulhouse Sud	1	3%
	Wittenheim	0	0%
Total Région Mulhousienne		4	10%
Sundgau	Altkirch	1	3%
	Dannemarie	1	3%
	Ferrette	1	3%
	Hirsingue	1	3%
Total Sundgau		4	10%
Thur et Doller	Cernay*	1	3%
	Masevaux	0	0%
	Saint Amarin	4	10%
	Thann	1	3%
Total Thur et Doller		6	15%
TOTAL		39	100%

* Les cantons de Wintzenheim et de Cernay intègrent des communes faisant partie de Territoires de Vie différents, c'est pour cela qu'on les retrouve deux fois dans le tableau.

ANNEXE 6 : COMPARAISON A D'AUTRES CONCERTS DE MUSIQUE « DITE SAVANTE »

Action	Caractéristiques	Budget par représentation	Fréquentation moyenne	Rapport coûts / spectateurs	Différence par rapport aux concerts décentralisés
Concerts décentralisés OSM (moyenne des 19 concerts entre 2008 et 2012)	50 musiciens en moyenne , avec des variations importantes	63 014 €	314	201 €	
Concerts OSM à la Filature (moyenne 2012-2013)	70 musiciens en moyenne	82 000 €	618	133 €	51%
Chorale à Coeur joie, Festival Chant'Alsace Juin 2013 : 3 concerts (Obernai, Colmar, Reichshoffen)	Chorale (180 choristes). Concert avec l'Orchestre de musique de chambre Albert Schweitzer de Strasbourg (environ 40 musiciens). Participation de 5 solistes amateurs et professionnels.	12 000€ + 8 000€ (estimation bénévolat)	NC	NC	240%
La FOLLIA, Concerts décentralisés 2012 : 2 concerts décentralisés (Turckheim et Thann)	Entre 13 et 20 musiciens.	8 000 €	135	59 €	
Festival CALLINET 2012 : 11 concerts dans des villes et communes d'Alsace.	560 personnes mobilisées sur toute l'année. Concerts de formes différentes : formations de 1 ou 2 artistes ou participation d'orchestres et de Chœurs.	8 492 €	205	42 €	
Festival international de Colmar 2012 : 11 concerts en soirée	Orchestre National Philharmonique de Russie + solistes (7 concerts), Orchestre de chambre de Stuttgart + solistes (3 concerts), Recital de piano (1 concert)	59 971 €	767	42 €	378%

**ANNEXE 7 : ATTENTES DU CONSEIL GENERAL COMMUNIQUEES AUX
EQUIPES PEDAGOGIQUES**

Attentes CG	Volgelsheim	Hirsingue	Ensisheim	Munster
Faire participer au moins deux professeurs	OUI (Musique, Français, Maths, Hist./Géo.)	OUI (Musique, Français, Anglais)	OUI (Musique, Français, Allemand)	NON (Musique)
2 classes maximum	OUI (2 classes, davantage pour la visite à la Filature)	OUI (1 classe)	OUI (1 + 1/3 classe)	OUI (2 classes)
Sensibiliser et préparer les élèves en amont des échanges avec l'OSM.	NC	OUI	APPAREMMENT OUI	?? Pas pour la dernière session
Prendre en charge le déplacement à la Filature	OUI	OUI	OUI	OUI
Chaque professeur doit faire un bilan écrit du parcours	SANS OBJET Demandé à partir du 2 ^{ème} parcours	OUI mais qualité variable	OUI	En attente
Inciter les enfants à aller au concert → Initiatives prises	NC	OUI Analyse d'une symphonie programmée au concert avec toutes les classes afin de les inciter	PAS VRAIMENT (1 seul présent) Retard dans la communication du concert par l'OSM	OUI Affichage dans le collège, incitation orale

ANNEXE 8 : CARACTÉRISATION DE L'OFFRE DU FESTIVAL SCÈNES DE RUE

	2008	2009	2010	2011	2012	Variation
- Nombre total de compagnies	17	22	20	26	31	82%
- Nombre d'artistes	84	132	NC	164	NC	95%
- Nombre de spectacles	19	23	NC	29	35	84%
- Nombre de représentations	63	77	NC	74	94	49%
- Nombre d'heures de programmation	61	NC	NC	NC	125	105%
- Nombre de lieux de diffusion	11	11	14	21	21	91%
- Nombre d'accueils en résidence	NC	NC	NC	3	NC	
Champs artistiques représentés (discipline dominante de chaque spectacle)						
- Danse	0	NC	NC	NC	3	
- Poésie	0	NC	NC	NC	3	
- Cirque	5	NC	NC	NC	6	
- Marionnettes	0	NC	NC	NC	1	
- Théâtre	5	NC	NC	NC	10	
- Musique	4	NC	NC	NC	3	
- Voltige aérienne	0	NC	NC	NC	3	
- Installation	2	NC	NC	NC	2	
- Déambulation	0	NC	NC	NC	1	
- Autre	3	NC	NC	NC	3	

ANNEXE 9 :

Festivals de spectacle vivant (hors festivals de musiques et musiques actuelles) ayant lieu sur la période estivale dans le Haut-Rhin.
Liste des festivals financés par le Conseil Général sur la période 2010-2012.

	Porteur du projet	Localisation	Nom du festival	Dates approximatives	Discipline	Nombre moyen de spectateurs
1	Association Hêtre	Sainte-Marie Aux-Mines	Festival des arts de la Rue	7 et 8 juillet	Arts de la Rue	2 000
2	Association l'Oreille Absolue	Michelbach le Bas	L'oreille absolue fait son cirque	8 et 9 juin	Musique, Théâtre, Cirque	800
3	Association Premiers Actes	Munster	Festival Premiers Actes	25 août au 15 septembre	Théâtre	1 000
4	Association les Mangeurs de Lune	Pffafenheim	Festival Les mangeurs de lune	14 au 28 Août	Musique, contes	860
5	MJC Pfastatt	Pfastatt	Festival Mom'en scène	9 et 10 Juin	Théâtre	4 000
6	Association pour la promotion de la culture en Alsace	Département	Tournée d'été de la Choucrouterie	Eté	Théâtre musical	300 par spectacle. 10 spectacles en 2012
7	Association Projets pour la vallée de Munster	Vallée de Munster	Festival " La vallée des Contes"	29 juin au 8 juillet	Contes et balades contées	1 600
8	Association Louftibus	Bergheim	Festival "Louftibus aux Remparts"	25 et 26 juin	Concerts, spectacles, ateliers, contes, animations, balades	2 000
9	Ville de Mulhouse	Mulhouse	Scènes de Rue	18 au 21 juillet	Arts de la Rue	50 000

ANNEXE 10 : CARACTÉRISATION DE L'OFFRE ET DES PUBLICS

MULHOUSE 00

Caractérisation de l'offre

	2008	2010	2012	Taux de variation
- Nombre de plasticiens retenus	95	93	90	-5%
Champs artistiques représentés (nombre approximatif de plasticiens)				
- Photographie	40	40	35	-13%
- Vidéo	30	20	20	-33%
- Peinture	10	15	15	50%
- Dessin	5	5	7	40%
- Installation *	5	10	10	100%
- Techniques mixtes	5	3	3	-40%
Provenance géographique des artistes (plasticiens)				
- France	61	64	64	5%
- Haut-Rhin	1	2	14	1300%
- Bas-Rhin	1	3		-100%
- France hors Alsace	59	59	50	-15%
- Etranger	34	29	26	-24%
- dont Allemagne	20	14	4	-80%
- dont Italie	9	6	17	89%
- dont Suisse	5	7	4	-20%
- dont Roumanie	0	1	1	
- dont Monaco	0	1	0	
Proportion d'artistes étrangers	36%	31%	29%	
Ecoles participantes				
- Nombre total d'écoles	61	59	entre 60 et 64	2%
- dont françaises (ref. : environ 45 écoles délivrant le DNSEP**)	35	41	entre 41 et 45 (26 EPCC***)	23%
- dont étrangères	26	18	19	-27%
- dont Allemagne (réf. : 20 à 25 écoles)	15	7	3	-80%
- dont Italie (réf. : 15 à 20 écoles)	8	4	12	50%
- dont Suisse (réf. : environ 8 écoles)	3	5	3	0%
- dont Monaco		1		
- dont Roumanie		1	1	

Caractérisation des partenariats établis

- Nombre total de partenaires	13	13	
Type de partenaires			
- Organismes culturels	11	11	
- Réseaux d'art	2	2	

* Installation : Œuvre d'art contemporain dont les éléments, de caractère plastique ou conceptuel, sont organisés dans un espace donné à la manière d'un environnement (source : Larousse).

** DNSEP : Diplôme national supérieur d'expression plastique

*** EPCC : Etablissement Public de Coopération Culturelle

MULHOUSE 00

Caractérisation des publics

	2008	2010	2012	Taux de variation
Visiteurs				
- Nombre total	4000	4000	4000	0%
Actions de médiation culturelle				
1. Type d'actions				
- Visites guidées	15	9	8	-47%
2. Publics touchés par les actions de médiation				
- Nombre total de personnes (4-12 ans)	250	165	130	-48%
- dont scolaires	150	100	80	-47%
- dont périscolaires	66	31	18	-73%
- dont extrascolaires	34	34	32	-6%
3. Etablissements scolaires associés				
- Nombre d'étab. scolaires (élémentaires + maternels)	3	2	2	-33%
<i>Part des étab. scolaires mulhousiens</i>	5%	3%	3%	
- Nombre d'étab. périscolaires	3	2	1	-67%
<i>Part des étab périscolaires de m2A</i>	5%	3%	2%	
- Nombre de classes ou groupes	15	9	8	-47%
4. Supports de communication : 1 support utilisé : Carnet 8 - 12 ans (APAP)				
- Nombre total de carnets	NC	NC	NC	
5. Moyens humains				
- Nombre de médiateurs présents	3 (dont 1 tps partiel)	2	2	-33%

KUNSTHALLE

Caractérisation de l'offre

	2009	2011		2013 (chiffres au 15/06)
- Nombre total d'artistes	43	108		22
- Nombre de jours de programmation	147	191		76
Type de manifestations*				
- Inauguration du lieu	1			
- Expositions	4	5		2
- Expositions hors-les-murs		1		1
- Résidences	1	5		5
- Workshop	1	2		2
- Publication		1		
Champs artistiques représentés**				
- Sculpture	25	18		11
- Photographie	16	17		17
- Vidéo	5	12		2
- Peinture	6	3		
- Performance		10		7
- Dessin	13	8		7
- Installation	24	26		4
- Collage	4	1		
- Livres d'artistes		15		
- Techniques mixtes	8	10		4
	101	120		52
Provenance géographique des artistes (plasticiens)				
- France	18	57		8
- Alsace	13	36		
- France hors Alsace	5	21		8
- Etranger	25	51		14
- dont Allemagne	3	13		2
- dont Italie	3	1		1
- dont Suisse	13	21		5
- dont Angleterre	1	1		
- dont Espagne		1		1
- dont Norvège	1			
- dont Danemark	1	1		
- dont Serbie	1			
- dont Etats-Unis	2	4		
- dont Mexique		2		
- dont Roumanie		1		
- dont Bulgarie		1		
- dont Maroc		1		2
- dont Luxembourg		1		
- dont Brésil		1		
- dont Slovaquie		1		
- dont Burkina Faso		1		
- dont Algérie				1
- dont Colombie				1
- dont Grèce				1

KUNSTHALLE

Caractérisation des partenariats établis

- Nombre total de partenaires	12	29	31
Type de partenaires			
- Organismes culturels	4	11	14
- Réseaux d'art	6	10	12
- Etablissements scolaires	2	2	3
- Partenaires sociaux		6	2
Provenance géographique des partenaires			
- Haut-Rhin	7	21	22
- Bas-Rhin	4	6	6
- France hors Alsace	1	1	2
- Etranger (Suisse)		1	1

* **Type de manifestation** : les manifestations organisées sont de différents types :

- Des expositions se déroulant sur le site de la Kunsthalle et des expositions hors les murs. En 2011, l'exposition hors les murs a eu lieu à l'Institut de Sciences des Matériaux de Mulhouse.
- Des résidences permettant d'offrir à des commissaires d'exposition et des artistes un lieu d'accueil et les moyens de travailler pour favoriser la création et l'exposition.
- Des workshops qui mettent en relation un artiste et un groupe de travail dans une démarche active et créative du public, aboutissant à la production d'une œuvre par l'artiste.
- Des publications. En 2011, il a s'agit de « 400 Sonnets in Reverse, Together », première monographie consacrée à Seb Patane.

** **Champs artistiques** : il s'agit du nombre total de sculptures, installations... présentées chaque année. Le total des champs est supérieur au nombre d'artistes car les artistes sont souvent amenés à présenter plusieurs œuvres (en particulier lorsqu'il s'agit d'expositions monographiques), et des œuvres de différentes natures (photos, sculptures...). A noter que lorsque des œuvres sont des séries qui comportent plusieurs photographies ou sculptures, elles ne sont comptabilisées que comme une seule œuvre.

Quelques définitions (source : Larousse) :

- Performance : Synonyme d'action ; mode d'expression artistique qui consiste à produire des gestes, des actes, un événement dont le déroulement dans le temps et les implications plus ou moins prévues constituent l'œuvre même.
- Installation : Œuvre d'art contemporain dont les éléments, de caractère plastique ou conceptuel, sont organisés dans un espace donné à la manière d'un environnement (source : Larousse).
- Collage : Procédé de composition consistant à assembler et coller sur un support des fragments de matériaux hétérogènes (source : Larousse).
- Livre d'artiste : œuvre présentée sous forme de livre, entièrement conçue par l'artiste et ne se limitant pas à un travail d'illustration (source : Larousse).

KUNSTHALLE

Caractérisation des publics

	2009	2011		2013 (chiffres au 15/06)
Visiteurs (médiation culturelle incluse) dans les murs				
- Nombre total	8 143	8 771		3 859
- dont scolaires	858	1 835		1 077
- dont individuels	6 215	4 137		1 971
- dont groupes	683	976		147
- dont rendez-vous et digressions	387	1 823		664
Visiteurs expos ou événements hors les murs				
- Nombre total	787	3 551		6 586
Actions de médiation culturelle				
- Nombre total d'actions	134	316		140
Type d'actions				
- Visites guidées	113	269		92
- Ateliers				10
- Rendez-vous	21	44		36
- Workshops		3		2
Publics touchés par les actions de médiation				
- Nombre total de personnes	1 928	4 634		1 888
- dont scolaires	858	1 835		1 077
- dont primaires		468		455
- dont collégiens		402		308
- dont lycéens		422		255
- dont étudiants		543		59
- dont adultes	1 070	2 799		811
Etablissements scolaires associés aux cycles de visites				
- Nombre total d'établissements	19	89		52
- dont primaires	9	26		21
- dont collèges	3	29		17
- dont lycées	2	17		6
- dont universités	5	17		8
Supports de communication (Nombre de supports distribués)				
- carnets de visite autonome	800	1 000		350
- dossiers pédagogiques	160	200		80
- journaux de l'exposition	7 000	9 000		4 000
Moyens humains pour la médiation				
- moyens humains pour la médiation en ETP	0,89	1,40		1,24

ANNEXE 11 : Répartition de l'aide départementale dans le domaine culturel par type d'aides reçues. Total 2008-2012

Territoires étudiés	Types d'aides reçues							Total
	Lieux de diffusion et opérateurs culturels	Enseignement artistique et pratique	* Contrat culture	Expressions artistiques	Bâtiments à vocation culturelle (investissement)	Collège au cinéma	Fond d'aide pour des manifestations locales	
Mulhouse	1 406 000 €	746 368 €	391 000 €	384 450 €	12 000 €	26 651 €	600 €	2 967 069 €
	47%	25%	13%	13%	0%	1%	0%	100%
Ste-Marie-aux-Mines	0 €	21 871 €	37 250 €	97 000 €	135 930 €	1 774 €	0 €	293 825 €
	0%	7%	13%	33%	46%	1%	0%	100%
Orbey	0 €	400 €	37 250 €	3 000 €	221 013 €	2 097 €	0 €	263 760 €
	0%	0%	14%	1%	84%	1%	0%	100%
Pays de Brisach (Communes + CC)	0 €	80 390 €	37 250 €	0 €	4 591 €	3 754 €	600 €	126 585 €
	0%	64%	29%	0%	4%	3%	0%	100%
Ensisheim	0 €	32 753 €	43 334 €	0 €	0 €	4 690 €	600 €	81 377 €
	0%	40%	53%	0%	0%	6%	1%	100%
Hirsingue	0 €	26 110 €	37 250 €	0 €	0 €	0 €	0 €	63 360 €
	0%	41%	59%	0%	0%	0%	0%	100%
Sous-total des 5 communes	0 €	161 524 €	192 334 €	100 000 €	361 534 €	12 314 €	1 200 €	828 906 €
	0%	19%	23%	12%	44%	1%	0%	100%
Total	1 406 000 €	907 892 €	583 334 €	484 450 €	373 534 €	38 965 €	1 800 €	3 795 975 €
	37%	24%	15%	13%	10%	1%	0%	100%

**ANNEXE 12 : Répartition de l'aide départementale dans le domaine culturel par champs artistiques représentés.
Total 2008-2012**

Territoires étudiés	Champs artistiques					Total
	Pluridisciplinaire	Musique*	Arts de la scène	Arts visuels	Autre**	
Mulhouse	1 283 500 €	1 031 918 €	398 000 €	253 651 €	0 €	2 967 069 €
	43%	35%	13%	9%	0%	100%
Ste Marie-aux-Mines	124 000 €	94 621 €	30 458 €	3 274 €	41 472 €	293 825 €
	42%	32%	10%	1%	14%	100%
Orbey	87 652 €	40 250 €	400 €	2 097 €	133 361 €	263 760 €
	33%	15%	0%	1%	51%	100%
Pays de Brisach (Communes + CC)	0 €	122 831 €	0 €	3 754 €	0 €	126 585 €
	0%	97%	0%	3%	0%	100%
Ensisheim	600 €	76 087 €	0 €	4 690 €	0 €	81 377 €
	1%	93%	0%	6%	0%	100%
Hirsingue	0 €	63 360 €	0 €	0 €	0 €	63 360 €
	0%	100%	0%	0%	0%	100%
Sous-total des 5 communes	212 252 €	397 149 €	30 858 €	13 814 €	174 833 €	828 906 €
	26%	48%	4%	2%	21%	100%
Total	1 495 752 €	1 429 067 €	428 858 €	267 465 €	174 833 €	3 795 975 €
	39%	38%	11%	7%	5%	100%

* Musique / musiques actuelles / musique et pratique

** bibliothèque municipale à Orbey ; Espace Valexpo à Sainte-Marie-aux-Mines

ANNEXE 13 : BILAN FINANCIER

STRUCTURE	PERIODE 2008 - 2012 - Montants moyens							
	Budget prévisionnel	Budget réalisé	Aide départementale	Autres financeurs ext.		Part dans le budget prévisionnel (convention)	Part dans le budget réalisé	Part dans le total de l'aide dép.
A Animation Culturelle de la ville	503 200 €		78 200 €			16%		32%
1) Arts plastiques :	327 200 €		38 200 €			12%		16%
APAP	15 000 €	NC	Non défini			?	?	?
Opérations de sensibilisation ("Ateliers Ouverts"...)	4 600 €	NC	Non défini			?	?	?
"Mulhouse 00" ou opérations de sensibilisation de la Kunsthalle (alternance 1 année sur 2)	307 600 €	404 371 € => manque 2012	30 000 €	DRAC Alsace Région Alsace	52 500 € 23 750 € => manque 2012	10%	7%	12%
2) Animation culturelle :	176 000 €		40 000 €			23%		17%
Le Festival des scènes de rue	143 000 €	253 760 €	35 000 €	CR Alsace** DRAC Alsace** CE***	17 500 € 10 000 € 11 500 €	24%	14%	14%
Les Jeudis du Parc	33 000 €	32 473 € => manque 2012	5 000 €			15%	15%	2%
B Orchestre Symphonique de Mulhouse	251 400 €	251 937 €	163 400 €			65%	65%	68%
1) Concerts décentralisés	231 400 €	239 455 €	145 200 €			63%	61%	60%
2) Actions pédagogiques dans les collèges ==> dont parcours pédagogiques	20 000 €	12 482€ * 11 675 €	18 200 €			91%	146%	8%
TOTAL	754 600 €		241 600 €			32%		100%

* Le coût moyen des actions pédagogiques n'inclut ni l'année 2008 pour laquelle nous ne disposons pas de l'information, ni de l'année 2012 pendant laquelle il n'y a eu qu'une action.

** Financements reçus à partir de 2011

*** Communauté européenne. Financement reçu en 2011 uniquement

ANNEXE 14 : VISIBILITE DU CONSEIL GENERAL DANS LES BROCHURES ET PROGRAMMES DES EVENEMENTS

Actions	Logo Conseil Général	Observations
OSM	OUI	Logo sur le programme de la saison 2012-2013, situé sur la page concernant les concerts décentralisés. Par contre, seulement une mention en italique sur cette page pour 2013-2014
Communication des concerts par les mairies	OUI,	Logo sur les supports de communication. Mention du soutien CG dans les discours. (vérification faite sur quelques concerts)
Opérations de sensibilisation du grand public aux arts visuels ("Ateliers Ouverts"...)	NON	Pas de logo sur le programme 2013
APAP	?	Pas de logo sur le Carnet de visite
Mulhouse 00	OUI	Programmes / Catalogues (sauf 2010, seulement sur la pochette)
Kunsthalle	OUI	Plaquette de présentation, Site Internet
Scènes de Rue	OUI	Programmes, Pas de logo sur le site Internet mais cité dans la catégorie Partenaires
Jeudis du Parc	OUI	Programmes

ANNEXE 15 : VERIFICATION DES RECOMMANDATIONS PASSEES

Recommandations	Résultat constaté
Préciser davantage les objectifs du partenariat ainsi que les actions soutenues	PARTIELLEMENT. Les actions soutenues sont clairement définies dans la nouvelle convention alors qu'elles ne l'étaient pas avant. En revanche, les objectifs du partenariat n'ont pas été davantage précisés. Il a d'ailleurs été constaté qu'ils ne sont pas toujours lisibles pour les partenaires (cf. paragraphe 5.3.3).
Conforter la concertation technique entre les services compétents des deux collectivités	NON VÉRIFIÉ. Une bonne collaboration a été mentionnée des deux côtés, tant sur les aspects techniques qu'administratifs, mais il n'a pas été possible d'analyser si cela a évolué depuis la dernière convention.
Elargir la contractualisation pluri-annuelle à une période quinquennale (plutôt que triennale)	PARTIELLEMENT. Une période quadriennale a été choisie (2008 – 2011).
Mettre en place un tableau de bord annuel permettant de faciliter un suivi et une évaluation plus rigoureuse	NON. Aucun tableau de bord n'a été mis en place.

ANNEXE 16 : OBSERVATIONS DU SERVICE DU DEVELOPPEMENT CULTUREL SUR LES CONSTATS ET RECOMMANDATIONS EMISES

**

Recommandation 1

Avis du service :

L'OSM est un outil mulhousien qui a aussi comme axe dans son projet celui de rayonner sur le territoire. De plus, les actions de l'OSM sont cohérentes avec la politique de développement culturel des territoires. Il n'y a donc pas incohérence à l'intégrer au Contrat Culture, lui-même intégré au CTV de la région mulhousienne. En effet, la notion de territoire est totalement prise en compte dans ce contrat, au niveau de l'OSM, simplement dans une autre dimension.

Au titre de la Culture, la Ville de Mulhouse est actuellement bénéficiaire de 2 conventions avec le Conseil Général :

- l'une en faveur du Conservatoire
- l'autre est le Contrat Culture

Rajouter une autre convention spécifique en faveur de l'OSM nuirait à la lisibilité globale de l'action départementale au bénéfice de la Ville.

Recommandation 2

Avis du service :

D'une manière générale, les conventions ne fixent pas d'objectifs quantitatifs précis de cible à atteindre, dans le souci de ne pas rigidifier les projets dans un carcan. Pour autant, la question des publics touchés (nature, quantité) n'est pas absente et est abordée au moment des comités de suivi annuels.

Recommandation 8

Avis du service :

Les concerts décentralisés répondent entre autres à l'objectif d'accessibilité territoriale, lequel, ne serait plus garanti par un concert à la Filature impliquant le déplacement des habitants vers Mulhouse.

Préconise de conserver le principe du concert décentralisé ramené de 3 à 2.

Recommandation 9

Avis du service :

Un élargissement du parcours pédagogique à un nombre d'élèves trop important risque d'affaiblir l'aspect qualitatif, affiché comme prioritaire dans ce dispositif.



Service du Développement Culturel

LA COUPOLE

Convention 2010/2013
BILAN / EVALUATIF

Le Théâtre La Coupole est lié au Département dans le cadre d'une convention associant la Ville de Saint-Louis et la Société d'Economie Mixte Locale (SEML) La Coupole pour les années 2010/2013 au titre de la politique départementale de soutien aux lieux de diffusion et opérateurs culturels.

Elle est destinée à soutenir la mise en œuvre d'un projet artistique et culturel axé sur :

1. la programmation et les résidences
2. les actions culturelles de sensibilisation et d'éducation des publics
3. les actions transfrontalières

et dans le cadre duquel le Département recherche :

- le maintien d'une offre diversifiée et de qualité pour répondre à la demande des publics ;
- l'élargissement des publics à travers des actions de sensibilisation et d'éducation adressées notamment en direction de ceux relevant des compétences du Département (collégiens, petite enfance, publics relevant des minima sociaux, handicapés et aînés...) ;
- le rayonnement territorial du théâtre, avec la mise en œuvre de projets à l'échelle transfrontalière
- une cohérence de l'offre culturelle sur le territoire des Trois Pays en concertation avec les opérateurs culturels locaux ;
- une attention à la création régionale (diffusion, résidences, co-productions).

Le bilan évaluatif est prévu par la convention. Réalisé par le service du Développement culturel du Conseil Général, il prend la forme d'un bilan des actions conduites par Le Théâtre La Coupole au titre des différents axes précités.

Il s'appuie sur :

- ↳ les rapports d'activités produits par le Théâtre La Coupole de 2010 à 2012 ; pour chaque axe du projet artistique et culturel, les bilans quantitatifs et qualitatifs développés dans le présent document ont été renseignés par l'association.
- ↳ quelques éléments relatifs à l'année 2013
- ↳ les échanges intervenus sur la durée de la convention notamment dans le cadre des comités de suivi annuels ou de réunions spécifiques.

Il est précisé que cette démarche, menée en concertation avec la structure et la Ville, cherchera à établir si le Théâtre La Coupole a répondu aux objectifs du partenariat et à

identifier les éventuelles pistes d'évolution, sur la base des indicateurs listés en annexe 3 de la convention.

SOMMAIRE

I) PRESENTATION DE LA STRUCTURE

II) CARACTERISTIQUES DU TERRITOIRE DE RAYONNEMENT

III) LE PARTENARIAT

IV) PROJET ARTISTIQUE ET CULTUREL

AXE 1 . PROGRAMMATION ET RESIDENCES

- 1) PROGRAMMATION
- 2) FREQUENTATION
- 3) RESIDENCES

AXE 2. ACTIONS CULTURELLES DE SENSIBILISATION ET D'EDUCATION DES PUBLICS

- 1) ACTIONS CULTURELLES EN DIRECTION DES PUBLICS NOTAMMENT SCOLAIRES

AXE 3. PARTENARIATS ET RESEAUX

- 1) PARTENARIATS TRANSFRONTALIERS
- 2) RESEAUX

V) ELEMENTS FINANCIERS

VI) RESSOURCES HUMAINES

VII) AVIS DE L'AGENCE CULTURELLE D'ALSACE

VIII) CONCLUSIONS

IX) PERSPECTIVES – SYNTHESE

I) PRESENTATION DE LA STRUCTURE

Nom : Théâtre La Coupole

Statut juridique : SEML

Statuts (date) : 09/07/1999

N° Licence d'entrepreneur du Spectacle : 1/2/3 105 0 935/936/937

Adresse : 2 Croisée des Lys 68300 Saint-Louis

Tel : 03 89 70 03 13

Mail : directionartistique@lacoupole.fr

Président : M. Jean Ueberschlag

Direction administrative : M. Daniel Reibel

Direction artistique : Mme Julie Friedrichs

Scène conventionnée avec l'Etat :

oui

non

Type de Label :

Date d'obtention :

Missions dans le cadre du label :

BATIMENT

Caractéristiques techniques

Date construction : 1999

Nombre de salles et jauges : grande salle 504 places

Salle de cinéma : oui

non

Indépendante du théâtre

Equipement spécifique de la salle de cinéma : numérique

oui

non

boucles numériques

oui

non

Aide départementale : oui

non

Fonction culturelle : diffusion de spectacles vivants, médiation culturelle, soutien à la création artistique

Ouverture (date) : 2000

Nombre de jours/an : 276 jours par an en moyenne

Accès :

Route : A 36 direction Bâle. Sortie Saint-Louis Centre. Parking gratuit et surveillé Croisée des Lys

Train : ligne Mulhouse – Bâle, arrêt Saint-Louis gare

Bus : arrêt Croisée des Lys, centre ville de Saint-Louis

Parking : oui non

Gratuit et surveillé (avec disque de stationnement)

Accessibilité personnes à mobilité réduite : oui non

II) CARACTERISTIQUES DU TERRITOIRE DE RAYONNEMENT

CARACTERISTIQUES DU TERRITOIRE DE RAYONNEMENT

(Cf Contrat de Territoire de Vie des Trois Pays -extraits)

" Situé entre les agglomérations mulhousienne et bâloise, au Sud/Est du département, le Territoire de Vie des Trois Pays est un espace qui se caractérise principalement par sa position transfrontalière ; ce territoire est limitrophe à la Suisse et à l'Allemagne. Caractérisé par une urbanité forte, il est compris dans le périmètre de l'Eurodistrict Trinational de Bâle qui regroupe 226 communes et 830 000 habitants.

La commune de SAINT-LOUIS, et plus globalement le bipôle de SAINT-LOUIS/HUNINGUE constituent le pôle urbain principal du territoire, et la commune de SIERENTZ, qui structure la partie Nord du territoire, remplit la fonction de pôle secondaire (bourg centre de la partie Nord du territoire) "

Structure du territoire : quelques chiffres :

41 communes

72 787 habitants

3 Communautés de Communes

276,6 Km²

23,7 % de la population a moins de 20 ans

57,9 % de la population a entre 20 et 60 ans

18,4 % de la population a + de 60 ans

Les catégories socioprofessionnelles (CSP) des actifs se répartissent de la façon suivante :

Agriculteurs exploitants 0,6 %

Artisans, commerçants, chefs d'entreprises 3,9 %

Cadres et professions intellectuelles sup. 13%

Professions intermédiaires 23,8 %

Employés 28,8 %

Ouvriers 30 %

La population active occupée dans le Territoire de vie des Trois Pays représente 47,2 % de la population totale (33 362 actifs), soit 10,41 % des actifs occupés du département (source : INSEE- RP 2006).

Les équipements culturels structurants :

Le Territoire de Vie des Trois Pays constitue un des territoires les mieux pourvus concernant l'offre culturelle. En revanche l'essentiel de l'offre est concentrée dans la Communauté de Communes des Trois Frontières.

Les principales salles de spectacles sont les suivantes :

- La Coupole -salles de cinéma et un théâtre- (SAINT-LOUIS)
- Le Triangle (HUNINGUE)
- Le complexe culturel (VILLAGE-NEUF)
- L'Espace Rhénan (KEMBS)

Au total, près de 2 900 places de spectacle sont recensées dans le territoire.

(Source : INSEE - RP 2007 - pop municipale) (Source : DRAC-ACA - 2008-2009 ; CG68 - 2010)

Actualité :

Au 1^{er} janvier 2012, la direction du Théâtre La Coupole a changé. Mme Julie Friedrichs a remplacé Denis Beaugé, parti en retraite fin 2011, et l'équipe de La Coupole a été réorganisée, avec une redéfinition des postes, sans embauche supplémentaire.

III) LE PARTENARIAT

CRITERES REQUIS PAR CONVENTION	CONSTATES
<p>Programmation culturelle professionnelle correspondant à 80 % de l'activité :</p> <p>Structure dotée :</p> <p>1. Projet artistique et culturel</p> <p>Axe 1. la programmation et les résidences Axe 2. les actions culturelles de sensibilisation et d'éducation des publics Axe 3. les actions transfrontalières</p> <p>2. Equipe professionnelle mettant en œuvre le projet artistique et la gestion du lieu</p>	<p>Taux : 88%</p> <p>Le nouveau contrat de régie intéressée signé le 15 novembre 2012 prévoit 26 spectacles professionnels dans le cadre de la maquette de programmation (en moyenne 3 jours pour 1 représentation soit 78 jours) 11 jours de location et 23 jours de mises à disposition à La Ville.</p> <p>1. Programmation variée et de qualité, compagnies professionnelles régionales, nationales et internationales Saison 2010/2011 : 10^e anniversaire du théâtre La Coupole En 2010 : 28 représentations tous publics En 2011 : 35 représentations tous publics En 2012 : 29 représentations tous publics</p> <p>2. Travail en direction des publics scolaires, des associations, interventions préparatoires, rencontres avec les équipes artistiques, collaborations locales</p> <p>3. Développement des publics transfrontaliers (groupes), pérennisation des contacts</p> <p>Organigramme : Personnel permanent -Directeur Administratif et Financier (SEML) Assistante de Direction Assistante de Direction -Directeur Technique (Théâtre La Coupole) Régisseur général</p>

3. Budget propre consacré au projet culturel et au fonctionnement du lieu	Régisseur bâtiment -Directeur Artistique (Théâtre La Coupole) Collaboratrice de direction Billetterie, accueil
	<p><u>Montant total budget 2013 :</u> 1 220 500 € (Sous réserve. Etabli à partir du budget prévisionnel proposé à la Ville par le Conseil d'Administration)</p> <p>Charges de structures : 950 500 €</p> <p>Projet artistique et culturel : 500 000 €</p> <p>Subventions publiques :</p> <p>Etat :</p> <p>Région :</p> <p>Département : 20 000 €</p> <p>Ville : 1 007 000 €</p> <p>Communauté de Communes : €</p> <p>Aides privées et mécénat : 23 500 €</p>

IV) PROJET ARTISTIQUE ET CULTUREL

AXE 1 . La programmation, fréquentation et résidences

La programmation consiste à diffuser des spectacles, de façon régulière, sur une saison, en prenant en compte la diversité et l'évolution des courants artistiques, en veillant à l'équilibre entre les artistes professionnels et amateurs et en portant une attention à la création régionale.

Cette offre ainsi diversifiée a pour objectif d'être accessible au public le plus large possible.

1) LA PROGRAMMATION

Année 2010 (année anniversaire)

Dates	Séances	Genres	Entrées payantes	Jauge	Taux sur entrées payantes
9-janv-10	Concert du Nouvel An	musique	354	480	74%
10-janv-10	Concert du Nouvel An	musique	353	480	74%
15-janv-10	Les Ballets Russes	danse	487	480	100%
23-janv-10	La Flûte Enchantée	opéra	479	480	100%
31-janv-10	Tartuffe	théâtre	369	480	77%
5-févr-10	Memoria	danse	108	480	23%

26-févr-10	Il y a des anges qui dansent sur le lac	théâtre	156	480	33%
3-mars-10	Romeos et Juliettes	danse	465	480	97%
6-mars-10	La Dispute (Marivaux)	théâtre	445	480	93%
12-mars-10	Roméo et Juliette	danse	471	480	98%
20-mars-10	Patrick Timsit	humour	461	480	96%
30-mars-10	César-Fanny-Marius	théâtre	484	480	100%
30-avr-10	Les fourberies de Scapin	théâtre	461	480	96%
11-mai-10	Diable rouge	théâtre	483	480	100%
20-mai-10	Babel	théâtre de marionnettes	155	300	52%
3-juin-10	Opéra des 3 pays	concert multimédia	147	480	31%
2-oct-10	Fame	comédie musicale	459	480	96%
13-oct-10	Chat Room	théâtre	170	300	57%
22-oct-10	Le couronnement de Poppée	opéra	266	480	55%
6-nov-10	Concert de l'OSSL	musique	368	480	77%
12-nov-10	Altan	musique du monde	464	480	97%
13-nov-10	Simon Nwambeen	musique du monde	120	480	25%
29-nov-10	Les Yeux Noirs	musique du monde	457	480	95%
24-nov-10	Rouge Tomate	musique	270	300	90%
12-déc-10	Casse-Noisette - Cirque de Pékin	cirque	477	480	99%
16-déc-10	Galantes Scènes	théâtre	206	300	69%
18-déc-10*	<i>J'existe (foutez-moi la paix)*</i>	théâtre	0*	0*	0%*
18-déc-10	Elisabeth Amato- je vous entends..	magie	249	480	52%
Total			9 384	12 240	77%

* spectacle annulé

Année 2011

Dates	Séances	Genres	Entrées payantes	Jauge	Taux sur entrées payantes
-------	---------	--------	------------------	-------	---------------------------

8-janv-11	Concert du Nouvel An	musique	420	480	88%
9-janv-11	Concert du Nouvel An	musique	401	480	84%
15-janv-11	La Cerisaie	théâtre	305	480	64%
18-janv-11	Zandoli Pa Tini Pat	danse	170	480	35%
28-janv-11	Fuenteovejuna	danse	460	480	96%
4-févr-11	La Panne	théâtre	302	480	63%
6-févr-11	Récital de piano	musique	194	480	40%
12-févr-11	Les nouvelles brèves de comptoir	théâtre	456	480	95%
18-févr-11	La Bohème	opéra	486	480	100%
11-mars-11	L'instinct de l'instant	théâtre	50	480	10%
18-mars-11	Les femmes savantes	théâtre	357	480	74%
19-mars-11	Les femmes savantes	théâtre	229	480	48%
31-mars-11	Le songe d'une nuit d'été	théâtre	170	200	85%
1-avr-11	Le songe d'une nuit d'été	théâtre	173	200	87%
2-avr-11	Le songe d'une nuit d'été	théâtre	159	200	80%
3-avr-11	Le songe d'une nuit d'été	théâtre	153	200	77%
4-avr-11	La bibliothèque de Clarika	musique	78	200	39%
5-avr-11	La place du sourire en coin...	conférence	96	200	48%
7-avr-11	Gueules d'automne	théâtre	98	200	49%
8-avr-11	Voyage d'opérette	opérette	158	200	79%
9-avr-11	Concert Kinshasa/St-Louis	musique	166	200	83%
8-avr-11*	<i>La mécanique des anges*</i>	théâtre musical	0*	0*	0%*
15-avr-11	Kammerorchester Basel	musique	229	480	48%
13-mai-11	La croisade des cochons	théâtre	270	480	56%
19-mai-11	Ballet de l'opéra national du Rhin	danse	399	480	83%
25-mai-11	Pinocchio	théâtre	166	300	55%
1-oct-11	Alain Chamfort	musique	179	480	37%
12-oct-11	Fellag	humour	490	480	100%
18-oct-11	Histoire(s) du théâtre	théâtre	215	480	45%
22-oct-11	Concert de l'OSSL	musique	247	480	51%
10-nov-11	Grand Ecart	théâtre	469	480	98%
18-nov-11	Orchestre national de Barbès	musique du monde	402	480	84%
19-nov-11	Orchestre national de jazz	musique du monde	357	480	74%
24-nov-11	Les tambours de Tokyo	musique du monde	490	480	100%

2-déc-11	Hair	comédie musicale	417	480	87%
			9 411	13 620	69%

* spectacle annulé

Année 2012

Dates	Séances	Genres	Entrées payantes	Jauge	Taux sur entrées payantes
7-janv-12	Concert du Nouvel An	musique	380	480	79%
8-janv-12	Concert du Nouvel An	musique	427	480	89%
13-janv-12	L'homme dans le plafond	théâtre	307	480	64%
20-janv-12	My Tati Freeze	danse	265	480	55%
27-janv-12	La Botte secrète	opérette	243	480	51%
29-janv-12	Recital de piano	musique	248	480	52%
11-févr-12	Henri IV	théâtre	480	480	100%
18-févr-12	Le Lac des Cygnes	danse	449	480	94%
22-févr-12	Gaspard Proust	humour	476	480	99%
13-mars-12	Toute liberté	théâtre	52	480	11%
17-mars-12	Le gros, la vache et le mainate	théâtre	430	480	90%
24-mars-12	Tango y Noche	danse	458	480	95%
29-mars-12	Virginie Hocq	humour	457	480	95%
31-mars-12	Musique de chambre	musique	174	480	36%
13-avr-12	Le Dindon	théâtre	438	480	91%
14-avr-12	Le Dindon	théâtre	437	480	91%
18-avr-12	la Barbe Bleue	théâtre	156	300	52%
15-mai-12	Le Mariage	théâtre	421	480	88%
6-oct-12	Le bourgeois gentilhomme	théâtre	464	480	97%
18-oct-12	Claudia Tagbo	humour	473	480	99%
9-nov-12	Les chaises	théâtre	268	480	56%
16-nov-12	Danù	musique du monde	406	480	85%
17-nov-12	Soul Gospel Academy	musique du monde	439	480	91%
22-nov-12	Sirba Octet	musique du monde	285	480	59%
23-nov-12	Carla Pires	musique du monde	251	480	52%
28-nov-12	Alice au pays des merveilles	cirque	418	480	87%
1-déc-12	Alonzo King Ballet	danse	373	480	78%

6-déc-12	Maître Puntila et son valet Matti	théâtre	259	480	54%
7-déc-12	Maître Puntila et son valet Matti	théâtre	212	480	44%
			10 146	13 740	74%

Bilan qualitatif :

L'exigence artistique, la qualité des spectacles proposés, continue à diriger les choix de programmation. Le travail avec les compagnies régionales se poursuit, ainsi que les compagnonnages artistiques.

La ligne de programmation pour la saison 2012/2013 se veut dans la continuité de celles proposées les années précédentes. La transition doit se faire en douceur pour que La Coupole poursuive la fidélisation de son public tout en élargissant son audience.

Tous les spectacles de la saison du théâtre La Coupole sont des accueils de compagnies professionnelles, régionales, nationales ou internationales.

Les collaborations avec les compagnies amateurs sont de deux ordres : accueil de groupes lors des soirées de notre programmation avec actions de médiation (répétition publique de Maître Puntila, à Colmar, avec des membres de la Compagnie du Lys de Saint-Louis par exemple) et accueil dans le cadre de nos mises à disposition du théâtre de leurs spectacles de fin d'année. (Les Malades d'Imaginaire de Laya Ullrich, Compagnie du Lys...)

Observations :

Les disciplines artistiques sont représentées dans leur diversité, avec une prépondérance pour le théâtre et la musique qui constituent respectivement 41 % et 32 % de la programmation globale sur la durée du bilan.

La Coupole inclut dans sa programmation des spectacles d'humour qui recueillent une très forte audience (fréquentation de 95 % à 100 %) ainsi que des spectacles d'opérette qui trouvent un écho auprès du public.

En moyenne, 30 spectacles sont diffusés par an (ce qui est supérieur au nombre de spectacles prévus dans le contrat de régie intéressée -26), l'année 2011 ayant été particulièrement pourvue avec 35 spectacles, en raison des 10 ans de la Coupole.

Les compagnies régionales sont présentes dans la programmation qui propose, depuis son ouverture des spectacles de compagnies ou d'artistes de renommée nationale et internationale. Cette programmation diversifiée témoigne d'une attention de la structure pour toucher un large public et répond aux objectifs du partenariat.

2) FREQUENTATION					
Année	Taux de fréquentation globale	Affluence	Origine géographique en % : Département (D) Autres (A)	Tranche d'âge : 0 à 26 ans (1) 27 à 40 ans (2) 41 à 65 ans (3) Plus de 65 ans (4)	Catégorie socio-professionnelle : <i>Agriculteurs exploitants</i> <i>Artisans, commerçants, chefs d'entreprises</i> <i>Cadres et professions intellectuelles supérieures</i> <i>Professions intermédiaires</i> <i>Employés, Ouvriers</i>
2010	77 %		70 % D 30 % A	30 % 1 40 % 2	

				20 % 3 10 % 4	
2011	69 %		77% D 23% A		
2012	74 %		85% D 15% A		

Bilan qualitatif :

En 2012, 64% de notre public se compose d'abonnés contre 60% en 2011. Les marges de développement de publics sont donc peu importantes mais nous poursuivons notre travail en particulier en direction des jeunes (adhésion Carte Vita Culture), du public transfrontalier et des groupes scolaires et non scolaires. Les résultats de fréquentation témoignent de cette dynamique. (L'année 2010 ayant été l'année du 10^e anniversaire du théâtre, elle présentait des chiffres exceptionnels).

Observations :

Le taux de fréquentation moyen sur la durée du bilan est de 74 % : il se situe dans la moyenne supérieure de celle des salles de diffusion de proximité, évaluée à 70 %.

La Coupole connaît l'origine de ses publics, principalement originaire du Département pour 84 %, 26 % étant issus d'autres départements ou régions. La proximité transfrontalière du Théâtre permet de supposer qu'une certaine partie du public provient de l'espace transfrontalier. A cet égard, ces données indiquent que le rayonnement de la Coupole s'effectue sur un territoire élargi. Cependant, entre 2010 et 2012 le public "autre" a diminué de moitié.

Les jeunes (0 à 26 ans) ont représenté en 2011, 30 % du public. Cette forte proportion reflète l'engagement de La Coupole en direction du jeune public (programmation de spectacles) et du public scolaires (actions de sensibilisation).

Si les marges de développement sont peu importantes, il paraît pertinent de maintenir le bon niveau de fréquentation et de poursuivre, notamment en direction du jeune public, les actions de sensibilisation, les jeunes constituant le public de demain.

3) LES RESIDENCES OU PRESENCE ARTISTIQUE SUR LE TERRITOIRE					
Année	Identification	Professionnelle (P) ou Amateurs (A)	Régionale	Discipline artistique	Période d'accueil et projets
2010	<i>Intervention en milieu scolaire et médiation culturelle</i>	<i>Tartine Reverdy (P)</i>	<i>oui</i>	<i>Musique / chanson</i>	<i>Intervention dans une classe à Magstatt (http://www.lacoupole.fr/jeune-public/a-l-ecole-zumstein-on-voit-rouge--453_A) et formation de tous les enseignants du secteur de Ferrette (Reja) (http://www.lacoupole.fr/jeune-public/les-enseignants-du-jura-alsacien-rencontrent-tartine-454_A)</i>
2011	<i>Rencontre avec les artistes</i>	<i>Cie Dife Kako (P)</i>	<i>non</i>	<i>Danse</i>	<i>Suite à la représentation du mercredi, les élèves danseurs du Conservatoire de Saint-Louis ont échangé avec les artistes sur leurs formations et leurs parcours</i>
2011	<i>Intervention en milieu scolaire</i>	<i>Théâtre du Marché aux Grains, Pierre Diependaele</i>	<i>oui</i>	<i>Théâtre</i>	<i>Pierre Diependaele est intervenu dans la classe d'option théâtre du lycée Mermoz</i>

		(P)			
2012	Conférence et dédicace	François Morel (P)	non	Théâtre / Livre	La Médiathèque Le Parnasse a organisé une rencontre dédicace, animée par un journaliste, en amont du spectacle Le Bourgeois Gentilhomme

Bilan qualitatif :

Aucune résidence n'a été accueillie sur la période. Nous attachons cependant une attention particulière à la création et avons, par le biais des réseaux de professionnels tel que Quint'est, soutenu des projets en pré achat et parrainage (cie Les arrosoirs avec Toute Liberté, cie Tribu d'Essence avec Tohu Bohu provisoire) Un projet avec la compagnie de danse mulhousienne Act 2 / Catherine Dreyfus se construit. La compagnie a participé à notre ouverture de saison 2013/2014.

D'autre part les accueils longs (d'une semaine environ) avec interventions dans les établissements scolaires, représentations en matinées, les mercredis à destination des groupes et centres d'accueils de loisirs et en début de soirée pour les familles se poursuivent. Cela a été le cas avec les compagnies alsaciennes Tartine Reverdy avec Rouge Tomate, Théâtre du Marché aux Grains de Bouxwiller avec Histoire(s) du théâtre.

Enfin, en 2012 nous avons soutenu en co-production la Comédie de l'Est pour Maître Puntilla et son valet Matti.

Observations :

Lors des précédents partenariats, des résidences artistiques de création ont été accueillies à la Coupole, dans un premier temps sur des périodes longues (Théâtre du Jarnisy), puis sur les périodes plus courtes (1 mois). Ces accueils permettaient à la structure de soutenir directement des créations et au territoire de bénéficier d'une présence artistique régulière, avec les effets induits de rapprochement du public et des artistes et la mise en œuvre de projets d'éducation artistique et culturelle, notamment en direction de scolaires.

A partir de 2010, le soutien à la création existe toujours mais prend la forme d'achat ou de parrainage de spectacles des compagnies régionales ou encore de co-production.

Cependant, les accueils de compagnies sont maintenus sous forme de mini-résidences d'une durée d'une semaine et ont permis d'engager des projets construits avec les scolaires.

Il paraît pertinent de conserver une présence artistique sur le territoire sous forme de résidences qui permettent d'animer un lieu de diffusion et conduire des projets de sensibilisation culturelle avec les publics, notamment scolaires.

AXE 2. LES ACTIONS CULTURELLES DE SENSIBILISATION ET D'EDUCATION DES PUBLICS

Un lieu de diffusion est un équipement pour le public, ouvert à tous. L'objectif d'une structure culturelle est de favoriser un meilleur accès à la culture pour un public diversifié, y compris celui qui, pour quelque raison que ce soit, en est ou s'en tient éloigné. Se rencontrer et partager ensemble un spectacle ou une action d'éducation culturelle est un vecteur de cohésion sociale.

Pour y parvenir, la mise en œuvre d'actions spécifiques de sensibilisation, d'éducation artistique ou de médiation culturelle, appuyée sur une communication ciblée sont des outils

qui permettent de promouvoir l'activité du lieu de diffusion, signaler un événement et d'attirer le public.

1) ACTION CULTURELLE EN DIRECTION DES PUBLICS						
Année	Identification : actions de sensibilisation, d'éducation artistique, médiation culturelle ...	Grand public : nombre	Scolaires		Autres publics	
			Collèges (C) Lycée (L) Primaires (P)	Nombre	Associations Solidarité Séniors Maisons de retraite ...	Nombre
2010	Interventions préparatoires		L. Lörrach C. secteur 3 Frontières	20 800	Répétitions ouvertes Conservatoire Centres d'Accueil de Loisirs	50 100
	Rencontre et ateliers avec les artistes		P. secteur Ferrette	700		
2011	Rencontres avec des artistes		L. Saint-Louis, option théâtre du bac	30		
	Interventions préparatoires Répétition ouverte pour les élèves danseurs		C. secteur 3 Frontières	100	Conservatoire	50
2012	Répétitions ouvertes pour les élèves danseurs et les classes de violons et alti				Conservatoire	100 30
	Rencontre et dédicace en amont (F. Morel, interview de Ph. Schweyer)				Médiathèque le Parnasse	20
	collaborations avec les pratiquants de théâtre en amateur, l'association Bulle d'Air, proposition répétition ouverte à la CDE de Colmar pour Maître Puntilla				Assoc. Bulle d'Air (Afapei Bartenheim) Cies théâtre amateur	26 40

Bilan qualitatif :

Des interventions préparatoires « être spectateur d'un spectacle vivant » sont proposées aux 6^e et 2nd.

Proposition est faite aux élèves de tous niveaux de rencontrer des artistes ou à défaut des membres de l'équipe du théâtre pour ensemble préparer la sortie. Des dossiers pédagogiques sont systématiquement réalisés, téléchargeables sur notre site Internet. Des visites du théâtre sont possibles toute l'année.

Nos collaborations avec nos partenaires locaux, le Conservatoire de musique et de danse de Saint-Louis et la Médiathèque Le Parnasse se poursuivent. Nous accueillons également régulièrement des groupes comme l'association Bulle d'Air (Afapei de Bartenheim).

Les contacts avec l'Hôpital de jour (CAPTT) et l'association Solidarité Femmes se poursuivent mais aucune venue au théâtre n'a été recensée pour ces groupes sur la période 2010-2013. Nous poursuivons notre travail d'ouverture, de médiation et d'accessibilité.

Observations :

Des actions culturelles ont été engagées en direction de l'ensemble des publics scolaires (primaire collège et lycée) ; ces interventions sont toujours structurées et s'appuient sur des dossiers pédagogiques très fournis.

Les publics relevant des dispositifs de la solidarité sont également approchés par la Coupole.

Le bilan fait ressortir que le Théâtre est un lieu de ressources pour les structures d'enseignement artistique (conservatoire de musique et danse) ou les associations de pratiques culturelles (théâtre amateur) qui peuvent notamment s'appuyer sur la programmation, la présence d'artistes, pour enrichir leurs contenus pédagogiques.

Ainsi, l'ensemble des collaborations ou partenariats positionne la Coupole comme un théâtre ouvert, ancré sur son territoire, à l'écoute des publics les plus diversifiés, la structure se révélant particulièrement à l'écoute du public scolaire.

A travers ces projets, la Coupole répond aux objectifs du partenariat, en s'adressant notamment au public qui relèvent de la compétence du Conseil Général.

Pour l'avenir, en s'appuyant sur les contacts pris, il pourrait être pertinent de concrétiser des projets de sensibilisation en direction des publics éloignés de la culture, au delà des simples visites, accueils ou au théâtre en visant à leur insertion sociale.

2) COMMUNICATION			
Année	Documents/Outils de communication	Objectifs	Public ciblé
2010	Tour Vagabonde	Dans la cadre des manifestations anniversaire, programmation Théâtre / Ville	Nouveau public. Large diffusion
2011	Tracts A5	Mutualisation des coûts : recto spectacle du théâtre, verso programme hebdomadaire du cinéma	Nouveau public. Diffusion large. Selon spectacle, diffusion sur lieux cibles (salles de professeurs, clubs de sport, centres d'esthétique, cabinets médicaux...)
2012	Flash code sur tous nos supports, page facebook, compte twitter Marques- pages Musique Fusion	Plus de réactivité, plus d'accessibilité, plus de visibilité, de meilleurs référencement Relance pour Maître Puntilla Faire apparaître le Festival comme un événement à part dans la programmation	Jeunes notamment Usagers des médiathèques, amateurs de théâtre et de textes d'auteurs Public transfrontalier, jeunes, spectateurs peu habitués à franchir les portes des théâtres

Bilan qualitatif :

En plus des plaquettes, affiches, tracts, site Internet, nous réalisons les nouveautés développées ci-dessous et les déclinons chaque année.

L'année 2012 a été particulièrement riche en nouveautés du fait de notre réorganisation et nos questionnements quant à notre identité graphique. Dans un contexte globalement difficile, nous avons choisi de miser sur notre accessibilité, notre ouverture, notre disponibilité. Notre petite équipe poursuit son travail avec professionnalisme, rigueur et sens de l'innovation. Notre créativité semble porter ses fruits, au vu des résultats de l'année 2012.

Observations :

La Coupole est une structure ancrée dans son époque. Elle utilise des outils de communication en phase avec son temps (Flash code, twitter, facebook) et diversifie ses supports. Le site Internet est clair et permet de réserver ses places directement en ligne.

Des communications spécifiques sont mises en place, lorsque la structure souhaite valoriser un évènement précis en direction du public.

Il ressort de ces éléments de bilan que la communication est adaptée, ciblée et toujours mise en œuvre dans l'objectif d'élargissement des publics.

AXE 3. PARTENARIATS ET RESEAUX

La mise en réseau et le développement de partenariats consistent à rechercher des liens avec des acteurs agissant dans le même champ. Ceux-ci visent une meilleure connaissance réciproque, le partage d'informations, d'expériences, le développement d'actions communes ou encore la mutualisation de moyens.

L'objectif est de parvenir, dans un cadre concerté, à des économies de moyens et à une cohérence de l'offre culturelle sur un territoire de vie.

Il s'impose d'autant plus dans le contexte du territoire de vie, avec pour La Coupole, une situation transfrontalière privilégiée et le développement d'une activité sur un secteur largement doté en équipements culturels de diffusion (cf. II "caractéristiques du territoire de rayonnement")

1) PARTENARIATS TRANSFRONTALIERS			
Année	Lieu	Identification partenaire	Projets communs ou mutualisés
2010	D F	Hans Thoma Gymnasium Public trinational	Intervention préparatoire, en langue française, au spectacle Tartuffe Opéra des Trois Pays / projet multimédia
2011	CH CH	Programmation théâtre Vidy Lausanne Kammerorchester Basel	Développement de publics transfrontaliers
2012	CH / D	Vier Jahreszeiten Riehen, Werkraum Schöpflin Lörrach, Vitra Museum, Dominicains de Guebwiller. Bird'sEye JazzClub Basel, Kieswerk Weil am Rhein	Tentatives de montages de micro projets (Pro Helvetia, ETB) qui n'ont pas abouti

Bilan qualitatif :

Notre situation géographique nous positionne de fait dans une situation d'ouverture aux publics transfrontaliers et nous continuons notre travail de développement.

Nos contacts avec les compagnies et les professionnels des pays frontaliers se poursuivent. Participation aux rencontres organisées par les Régions Alsace et Fribourg (CH), par exemple. Par contre le FigurentheaterFestival de Bâle auquel nous prenions part lors de chaque édition, n'a pas été pérennisé, les organisateurs s'orientant vers une édition plus modeste : le FTBB se résume à présent à un week-end de spectacles sur deux lieux du centre de Bâle (Vorstadtheater et Theater Basel)

Le travail en direction des établissements suisses et allemands porte ses fruits avec l'accueil d'élèves francophones notamment pour des rendez-vous de théâtre classique.

Nos collaborations avec les francophones de la région bâloise s'intensifient, par le biais notamment du Média Bâle en français. Notre participation en mars 2013 au premier salon des francophones (dans le cadre de la journée de la francophonie), à Riehen, a permis de nouveaux contacts.

Observations :

Bénéficiant d'une situation géographique propice, le théâtre a cherché à développer des partenariats transfrontaliers (en moyenne 2 à 6 par an). Les actions sont peu nombreuses et concernent essentiellement la diffusion de spectacles, de concerts ou l'accueil au théâtre, avec une fréquentation mitigée.

Cette démarche a été conduite avec des partenaires allemands et suisses et a permis un rayonnement relatif de La Coupole à cette échelle. Dans ce cadre, une action qui relève de l'éducation culturelle et artistique a été conduite avec les scolaires du collège de Lörrach.

Les données du bilan font apparaître que cet axe a été un peu en retrait durant les 3 années visées. Toutefois, une nouvelle dynamique pourrait s'engager en 2013, à la faveur de nouveaux contacts pris.

2) RESEAUX		
Année	Identification	Objectifs
2010	Rouge Tomate, cie tartine Reverdy a été programmé dans le cadre de la tournée des Régionales	Permettre aux scolaires de bénéficier d'interventions préparatoires par le biais de la prise en charge de l'ACA
2011	Réunions « A 2 pas de chez nous » et réalisation de supports de com. communs	Démarches d'ouverture, circulation des publics
2012	Réunions « A 2 pas de chez nous » et réalisation de supports de com. communs Inscription dans le dispositif Vita Culture, réalisation des cartes au théâtre La Coupole Adhésion à Quint'est. Soutien au spectacle Toute Liberté, Les arrosoirs cie, (parrainage Quint'est / pré achat)	Poursuite de notre initiative en matière de communication Faire bénéficier les jeunes scolarisés de ce tarif attractif, s'inscrire dans cette dynamique de promotion et de développement, élargir notre public Soutien à la création, aide aux compagnies régionales

Bilan qualitatif :

Pour les réseaux comme pour les collaborations transfrontalières, le changement de direction demande la prise de nouveaux contacts. La concrétisation interviendra à moyen terme. Nous poursuivons et amplifions notre travail. (En 2013, participation au Festival Momix, La Coupole membre du Jury Momix avec les membres de Résonnances, participation au Jury des Régionales de l'ACA...)

« A 2 pas de chez nous », réseau informel composé par les directeurs des salles de Huningue, Kembs, Village Neuf et Saint-Louis se réunit régulièrement, pour aborder notamment les questions de programmation, de communication et de publics.

Observations :

Le bilan fait apparaître que la Coupole s'inscrit dans des réseaux locaux, régionaux et nationaux. Cette participation conduit à la mise en place de partenariats.

Les liens entre La Coupole et les structures culturelles du Département se sont élargis. Le changement de direction a permis d'initier de nouveaux partenariats (festival Momix, Comédie de l'Est, Résonances)

Le réseau informel "A deux pas de chez nous" fonctionne dans l'objectif d'un partage d'information et d'une coordination sur des temps forts, comme par exemple les soirées d'ouvertures de saison ou encore la communication en direction des scolaires, conduite en commun dans les établissements du territoire.

Pour le Département, ce réseau de proximité est particulièrement pertinent sur un espace doté de nombreux équipements culturels et permet, le cas échéant, de coordonner les programmations, la communication, le public d'un territoire restreint n'étant pas extensible. A ce titre, il paraît important qu'il continue de fonctionner.

Enfin, l'inscription de la Coupole dans les réseaux départementaux et régionaux à partir de 2013 marque une évolution de sa posture et traduit son intérêt au développement de projets en partenariat notamment avec les lieux de diffusion du Département.

Le Département encourage tout particulièrement cette évolution qui peut se confirmer à l'avenir, déterminante pour le territoire.

V) ELEMENTS FINANCIERS

Budgets	2010	2011	2012
Prévisionnel	1 392 600	1 392 600	1 392 600
Réalisé	1 412 600	1 436 500	1 422 761
Ecart	14%	32%	22%

Année	Budgets	COMPOSITION DES RECETTES						RAPPORTS/BUDGETS		
		ETAT	Région	Département 68. subvention projet artistique et culturel	Ville	Intercom	Total des aides publiques	RECETTES PROPRES	Part aides publiques /budget	Part recettes propres / aides publiques
2010	1 412 600 €	0 €	0 €	20 000 €	1 235 194 €	0 €	1 255 194 €	157 406 €	89%	13%
2011	1 436 500 €	0 €	0 €	20 000 €	1 226 500 €	0 €	1 246 500 €	193 438 €	87%	16%
2012	1 422 761 €	0 €	3 500 €	20 000 €	1 231 630 €	0 €	1 255 130 €	167 631 €	88%	13%

*Nota : entre 20 et 30 000€ d'aides privées (Crédit Mutuel, Novartis, Weleda) nous sont apportées par saison.
En 2012, La Région Alsace nous a soutenus pour notre Festival Musique Fusion du mois de novembre (3 500€)
Nota : s'agissant d'une régie intéressée, les déficits sont comblés par la ville de Saint-Louis.*

Bilan qualitatif :

Le maintien du soutien de la Ville de Saint-Louis permet au théâtre La Coupole de poursuivre son activité avec les mêmes soucis de professionnalisme, d'exigence et de qualité artistique. Cependant le contexte d'augmentation des charges fixes et les difficultés financières d'une partie de notre public nous contraignent à augmenter notre effort en termes de communication et développement des publics et donc à expérimenter des solutions efficaces et peu coûteuses : productions de documents en interne, campagnes de promotion via Internet, recherche de collaborations avec des acteurs d'autres milieux (par exemple avec un restaurant pour des goûters après spectacle...). L'équipe cherche à transposer des démarches marketing et communication utilisées dans d'autres champs d'activités en veillant à conserver nos valeurs de développement de la culture, d'engagements artistiques et notre d'exigence de qualité.

Observations :

De 2010 à 2012, les budgets de la Coupole sont stables. La subvention du Conseil Général représente 1, 40 % du budget annuel moyen entre 2010 et 2012.

Les recettes propres (billetterie) représentent en moyenne 12% du budget global.

La structure a recherché des aides privées qu'elle évalue entre 20 000 € et 30 000 € par an : dans le contexte de fragilisation des ressources financières publiques cette démarche paraît pertinente.

La Région ne soutient pas le Théâtre la Coupole mais peut intervenir en faveur de projets spécifiques, éligibles à ses dispositifs d'aides. Aucun financement intercommunal, ni de l'Europe n'interviennent.

Le budget de La Coupole est 30 à 40% supérieur à celui d'autres lieux de diffusion de "proximité" sur le Département. Il reflète un engagement très fort de la Ville de Saint-Louis en faveur de la Culture.

VI) RESSOURCES HUMAINES

Personnel permanent : 6 ETP au théâtre La Coupole

Directeur technique (Vincent Rossi) – Régisseur général (Olivier Alvès)– Régisseur bâtiment (Benoît Bandelier)

Directrice artistique (Julie Friedrichs) – Collaboratrice de direction (Mina Million) – Accueil, billetterie (Emmanuelle Christen)

Bénévoles : aucun.

Bilan qualitatif :

Denis Beaugé, directeur fondateur du théâtre La Coupole est parti en retraite en décembre 2011. Il a été procédé à une réorganisation interne sans embauche supplémentaire.

Observations :

La Coupole est une structure qui ne fait appel à aucun bénévole et dispose de personnels qualifiés et formés pour assumer la marche de l'équipement.

Ce type d'organisation garantit un fonctionnement professionnalisé et prévient de l'ensemble des risques professionnels et juridiques encourus lors de l'utilisation de bénévoles pour des tâches.

Le nombre d'ETP à La Coupole est quasiment équivalent à celui constaté dans d'autres structures culturelles de diffusion dont l'activité est sensiblement comparable à celle de la Coupole (entre 5 et 9 ETP)

VII) ELEMENTS D'ANALYSE DE L'AGENCE CULTURELLE D'ALSACE

Cette analyse s'effectue essentiellement à partir des données collectées et des échanges instaurés entre la Coupole et l'Agence culturelle d'Alsace dans le cadre des coopérations menées dans le spectacle vivant et plus directement dans le dispositif des Régionales.

La collaboration avec la Coupole remonte à la création de cet équipement qui avait bénéficié des conseils en aménagement scénique de l'agence culturelle. Un équipement

dont les caractéristiques techniques et le niveau d'équipement lui offre de larges possibilités de programmation.

L'entrée de la ville de Saint Louis dans le réseau des Régionales remonte à 1988 et s'est traduit depuis par la programmation de 40 spectacles lors de 64 représentations dont 75% en tout public. 10 911 personnes ont participé à l'ensemble de ces spectacles des Régionales.

Porté par de fortes ambitions artistiques, le projet culturel de la Coupole a longtemps reposé sur une large diversité artistique et des propositions artistiques exigeantes sans établir cependant de relations majeures avec les artistes et les équipements d'Alsace. La position géographique de la coupole, très proche de Bale mais également de plusieurs équipements scéniques implantés dans des communes périphériques confère à cet équipement des enjeux spécifiques de conquête de publics, bilingues notamment.

L'équipe actuelle crée de nouvelles passerelles avec les artistes et les réseaux régionaux tout en donnant une couleur particulière à sa programmation par une place plus nouvellement donnée à la danse. La création demeure également un axe d'importance dans le projet de l'établissement.

L'évolution actuelle de la démarche se vérifie également par une plus grande insertion de la Coupole dans les réseaux français (A2 pas de chez vous, Momix, Régionales, accueil studio CCN Mulhouse, Quint'est) mais également transfrontaliers. La Coupole s'implique ainsi plus fortement dans des projets de co-productions et plus largement dans la co-construction de projets, démarche volontariste mais limitée dans ses ambitions par des ressources humaines très contenues notamment en termes d'action culturelle.

Une ouverture salutaire donc au territoire portée par le dynamisme et la compétence reconnue de sa direction qui place la Coupole parmi les équipements scéniques moteurs du département du haut Rhin.

VIII) CONCLUSIONS

La Coupole est un équipement professionnel, dont la gestion, en régie intéressée garantit les risques financiers. Les déficits sont comblés par la ville de Saint -Louis.

Cet équipement fait partie intégrante du paysage culturel de la ville de Saint-Louis et plus largement du secteur des trois frontières en tenant une place essentielle dans le paysage culturel de l'agglomération.

Le changement récent de direction a conduit la structure à rechercher un positionnement plus fort du théâtre avec les structures culturelles locales et le développement de projets communs avec les lieux de diffusion du Département.

Globalement, l'ensemble des objectifs du partenariat sont atteints, notamment avec :

- ↳ une offre professionnelle diversifiée, maintenue pour répondre à la demande des publics ;
- ↳ les actions de sensibilisation et d'éducation poursuivies et adressées notamment en direction des publics relevant des compétences du Département (collégiens, petite enfance) avec toutefois une marge de développement en direction des publics relevant des minima sociaux, handicapés et aînés ;
- ↳ une concertation effective sur le territoire des Trois Pays avec les opérateurs culturels locaux ;
- ↳ une attention portée à la création régionale (diffusion, résidences, co-productions).

La mise en œuvre de projets à l'échelle transfrontalière qui semble avoir marqué le pas devrait bénéficier d'une nouvelle dynamique, à la faveur des récents contacts pris avec les acteurs culturels du secteur.

7) PERSPECTIVES – SYNTHÈSE

L'aide du Département dédiée au théâtre La Coupole, d'un montant de 20 000 €/ an était destinée à soutenir le projet culturel de La Coupole dans son ensemble.

Au regard de la part qu'elle représente par rapport au budget et dans la perspective de la reconduction du partenariat, la subvention départementale pourrait être clairement ciblée sur une action précise. Cette démarche présenterait l'avantage d'une lisibilité accrue de l'intervention départementale.

Dans ce contexte, le Département pourrait proposer à la ville de Saint-Louis de cibler cette aide sur :

1. l'ensemble des projets de médiation et/ou d'éducation artistique et culturelle adressés au collège et aux publics relevant de la compétence du Département.
2. l'accueil en résidence d'une compagnie régionale.