

IV

(Informations)

INFORMATIONS PROVENANT DES INSTITUTIONS, ORGANES ET
ORGANISMES DE L'UNION EUROPÉENNE

CONSEIL

**Conclusions du Conseil sur la promotion de l'accès à la culture par des moyens numériques, et
plus particulièrement sur l'élargissement du public cible**

(2017/C 425/03)

LE CONSEIL DE L'UNION EUROPÉENNE,

VU:

1. les conclusions du Conseil du 25 novembre 2014 ⁽¹⁾ dans lesquelles les présidences du Conseil sont invitées à tenir compte des thèmes prioritaires du programme de travail (2015-2018) en faveur de la culture dans le cadre du trio de présidences; à cet égard, PREND NOTE, en particulier, de la priorité A du programme de travail en faveur de la culture, «Une culture accessible et inclusive», notamment la thématique visant à favoriser l'accès à la culture par des moyens numériques, et du rapport du groupe de travail sur la méthode ouverte de coordination (MOC) intitulé «Favoriser l'accès à la culture par des moyens numériques: politiques et stratégies pour conquérir de nouveaux publics», dans lequel le groupe recense les politiques, programmes et bonnes pratiques en place dans l'Union européenne et présente des recommandations destinées à différents niveaux de gouvernance, et prend également note de l'étude sur «Les stratégies pour élargir le public cible, comment placer le public au cœur des organisations culturelles»;
2. le programme «Europe créative» (2014 à 2020) ⁽²⁾ et en particulier son objectif consistant à appuyer l'élargissement du public cible pour améliorer l'accès au patrimoine culturel et aux œuvres culturelles et créatives;
3. la stratégie «Marché unique numérique» ⁽³⁾ conçue pour offrir de nouvelles perspectives numériques dans toute l'Europe, y compris dans le domaine de la culture;

SOULIGNE CE QUI SUIT:

4. les technologies numériques modifient rapidement et fondamentalement la manière de créer et d'utiliser les contenus culturels et d'y accéder. La distribution n'est plus linéaire, car les contenus sont de plus en plus diffusés via des réseaux étroitement liés, composés de personnes, de publics, de communautés et d'institutions du secteur public et du secteur privé, formant la chaîne de production et de distribution des contenus. Aussi les publics modifient-ils leurs comportements et attentes, cherchant à accéder plus largement aux contenus numériques et à établir une relation plus participative avec les fournisseurs de contenu. En réponse à cela, les organisations culturelles ⁽⁴⁾, tout en assumant le rôle de gardien des contenus culturels, deviennent de plus en plus des facilitateurs de l'accès à ces contenus;
5. certains publics n'ont que partiellement accès aux contenus culturels, ce qui peut notamment s'expliquer par des besoins particuliers, par des barrières linguistiques, par un manque d'informations, de compétences numériques, de temps, de ressources ou d'intérêt, par leur situation géographique ou par leur milieu social. Dans bien des cas, ces obstacles peuvent être surmontés à l'aide de moyens numériques;
6. une approche axée sur l'élargissement du public cible ⁽⁵⁾ aide les organisations culturelles à toucher de nouveaux publics, approfondit la relation avec les publics existants et peut accroître la cohésion des communautés;

⁽¹⁾ Conclusions du 25 novembre 2014 du Conseil et des représentants des gouvernements des États membres, réunis au sein du Conseil, sur un programme de travail (2015-2018) en faveur de la culture (JO C 463 du 23.12.2014, p. 4).

⁽²⁾ Règlement (UE) n° 1295/2013 du Parlement européen et du Conseil du 11 décembre 2013 établissant le programme «Europe créative» (2014-2020) et abrogeant les décisions n° 1718/2006/CE, n° 1855/2006/CE et n° 1041/2009/CE (JO L 347 du 20.12.2013, p. 221).

⁽³⁾ COM(2015) 192 final.

⁽⁴⁾ Les organisations publiques, privées et non-gouvernementales, quelle que soit leur taille, actives dans tous les secteurs culturels.

⁽⁵⁾ L'élargissement du public cible est une approche planifiée, à l'échelle de l'ensemble de l'organisation, visant à développer et diversifier les relations avec le public en se concentrant sur les besoins de celui-ci. Cela permet d'aider les organisations culturelles à atteindre leur objectif social, et à réaliser leurs ambitions de viabilité financière et de créativité. (Source: rapport du groupe MOC, en anglais).

7. à l'ère numérique, tant les organisations culturelles que les publics doivent acquérir de nouvelles compétences et connaissances;
8. la gestion des outils et systèmes numériques et la gestion informatisée des tâches exigent des organisations culturelles qu'elles adoptent une approche différente, nécessitant éventuellement de revoir les structures organisationnelles;
9. les organisations culturelles doivent comprendre leurs publics si elle veulent interagir avec eux de manière constructive. Le manque d'informations sur les profils des publics et sur la manière dont ces publics accèdent aux contenus culturels à l'aide de moyens numériques demeure un problème. Ces organisations sont de natures très variées, mais toutes se heurtent à des problèmes similaires lorsqu'il s'agit de recueillir et de gérer les données culturelles, en particulier en terme de publics numériques;

RECONNAÎT QUE:

10. en réussissant à s'adapter à un environnement numérique en perpétuelle évolution, la culture est susceptible de renforcer d'autant plus son importance dans la société. Les technologies numériques offrent aux organisations culturelles l'occasion de développer des relations constructives et interactives avec différents publics, mais cela est synonyme de défis en ce qui concerne la vision stratégique, les nouvelles compétences et connaissances, le manque de données sur les publics numériques, la réorganisation et les modèles financiers. Les organisations culturelles devront revoir leur manière d'aborder ces défis afin de tirer autant que possible parti des possibilités qui résulteront de l'élargissement du public cible numérique;

INVITE LES ÉTATS MEMBRES, DANS LE RESPECT DU PRINCIPE DE SUBSIDIARITÉ, À:

11. envisager la création de cadres d'orientation et de conditions favorables qui aident les organisations culturelles à faire de l'élargissement du public cible une priorité à mesure qu'elles s'adaptent au passage au numérique;
12. encourager les organisations culturelles à faire de l'élargissement du public cible une partie intégrante de leur fonctionnement;
13. promouvoir des approches innovantes et des initiatives participatives en ce qui concerne l'élargissement du public cible, le renforcement des capacités et le financement;
14. reconnaître l'importance de la collecte de données sur les publics numériques actuels et potentiels en tant qu'outil pour élaborer des politiques et pour faire en sorte que les organisations culturelles puissent offrir de meilleurs services;
15. se pencher sur la question de l'élargissement du public cible à l'aide de moyens numériques lors de la conception d'un nouveau programme de travail du Conseil en faveur de la culture;

INVITE LES ÉTATS MEMBRES ET LA COMMISSION, DANS LEURS DOMAINES DE COMPÉTENCES RESPECTIFS, À

16. encourager la collaboration et l'échange de connaissances et de meilleures pratiques entre les différentes parties prenantes, divers secteurs et à différents niveaux au sujet des approches numériques innovantes de l'élargissement du public cible, notamment en vue d'améliorer l'efficacité et de réduire les coûts;
17. établir des lignes directrices volontaires applicables à l'ensemble de l'Union européenne à propos de la collecte et de la gestion des données sur les publics numériques pour que les organisations culturelles puissent offrir de meilleurs services, mieux adaptés aux utilisateurs, et pour contribuer à l'élaboration de politiques reposant sur des données probantes. Ces lignes directrices non contraignantes doivent respecter la diversité des organisations culturelles, des secteurs culturels et des traditions des États membres. Le respect des règles de protection des données doit être une condition préalable à toute activité de collecte de données;
18. sensibiliser les organisations culturelles aux opportunités qu'offrent des modèles de financement innovants et de substitution, lesquels peuvent avoir des effets positifs sur l'élargissement du public cible pour les secteurs culturel et créatif;
19. améliorer la capacité, les compétences et les connaissances des organisations culturelles et de leurs publics pour aborder les nouveaux défis numériques;
20. reconnaître combien il est important de tenir compte de l'élargissement du public cible et du passage au numérique lorsque l'on alloue des ressources financières;
21. continuer de mettre l'accent sur la numérisation des contenus culturels et le développement de nouvelles technologies de numérisation, qui permettent de diversifier l'offre culturelle et de mieux réutiliser le contenu numérique utile à différents secteurs de la société;
22. œuvrer en faveur de l'interopérabilité des contenus et des technologies pour que les organisations culturelles et leurs utilisateurs puissent bénéficier d'un large accès;
23. reconnaître qu'il est nécessaire de respecter le droit d'auteur et les droits voisins et reconnaître l'importance du droit des créateurs tout en s'efforçant d'assurer un accès aussi large que possible aux contenus;

24. tirer parti de 2018, Année européenne du patrimoine culturel, pour promouvoir l'accès du public aux ressources et services liés au patrimoine numérique, y compris Europeana, et pour améliorer la participation de tous les groupes sociaux à la gouvernance du patrimoine culturel, en faisant un meilleur usage des moyens numériques.
-