GUIDE DE CAMPAGNE

#MUNICIPALES 2026

PRÉAMBULE

À l'approche des échéances municipales de 2026, L'ART EST PUBLIC lance une nouvelle campagne de mobilisation afin de sensibiliser localement les candidat·es au développement et à la défense des arts et de la culture sur tous les territoires.

Les initiatives citoyennes culturelles et artistiques nourrissent la vie des territoires, favorisent la diversité culturelle et renforcent les liens sociaux.

Depuis plusieurs années, ces initiatives sont confrontées à une double crise majeure : austéritaire et réactionnaire.

Partout, les coupes budgétaires se multiplient et ébranlent les initiatives culturelles sur les territoires, en particulier les structures les plus fragiles.

Partout, l'offensive libérale remet en cause le financement public de la culture et des secteurs non lucratifs, menaçant directement la diversité culturelle et les projets citoyens et artistiques.

Face à ces menaces, il est essentiel de se **regrouper derrière "L'ART EST PUBLIC" !**

Défendre et soutenir les initiatives artistiques et culturelles citoyennes constitue un enjeu démocratique majeur, qui mérite d'être explicitement affirmé et discuté collectivement pendant cette campagne municipale 2026 !

LES VALEURS

Nous affirmons que **les arts et la culture constituent un espace de liberté, d'émancipation critique et de construction individuelle et collective.**

Ils nourrissent les imaginaires, ouvrent des espaces de réflexion et de création, renforcent le pouvoir d'agir des personnes. **Ils sont essentiels à la vitalité et à l'habitabilité des territoires.**

Nous défendons **les droits culturels** et l**a diversité culturelle** aussi nécessaires pour le genre humain que la biodiversité pour le vivant, conditions sine qua non de la compréhension de l'altérité et de notre capacité à faire humanité ensemble.

REPÈRES

Les communes et leurs groupements, qui maillent la France en hexagone commedans les outre-mer, sont irrigués par **340 000 associations culturelles**, dont plus de **40 000 employeuses**.

Ce sont des équipes artistiques, des compagnies, groupes, labels indépendants, collectifs d'artistes, lieux alternatifs, lieux intermédiaires, salles de diffusion et d'exposition, radios, médias locaux, ainsi que des écoles, festivals, ateliers et studios de pratiques… bref, **des espaces de vie sociale et culturelle, indispensables à nos libertés, à nos imaginaires et à notre vivre-ensemble.**

Ces initiatives à but autre que lucratif sont trop peu prises en compte dans les politiques publiques, encore largement concentrées sur les opérateurs d'Etat et sur l'industrie. Elles doivent être mieux reconnues, soutenues et accompagnées comme dynamique indispensable pour une culture de la diversité et de la solidarité.

Les communes constituent les premiers partenaires de ces initiatives.

LES DROITS CULTURELS

Les droits culturels, inscrits dans la loi NOTRe (2015), invitent les collectivités à dépasser une logique de simple offre culturelle pour développer des politiques fondées sur la reconnaissance des personnes, la co-construction avec les habitant·es et les acteur·ices, ainsi que la prise en compte des réalités sociales et culturelles des territoires.

Et pour mettre en oeuvre ces droits culturels, l'échelle locale est cruciale parce qu'elle est celle de la proximité, des relations et des usages. C'est là que se construisent les parcours culturels, que s'exercent les capacités d'agir, que se tissent les liens entre pratiques professionnelles et amateures, entre création, éducation, social, santé ou écologie.

Dans ce cadre, les initiatives artistiques et culturelles jouent un rôle essentiel pour faire société ! En créant des espaces de rencontre et de débat, elles contribuent à faire vivre concrètement les principes de liberté, d'égalité et de fraternité.

L'ART EST PUBLIC

www.mobilisationculturelle.org

COMMENT SENSIBILISER LES CANDIDAT·ES ?

1/ CHOISIR UNE COMMUNE

La commune où vous œuvrez est idéale pour commencer car vous êtes en situation de rencontrer les élu·es locaux dans vos actions.

Vous pouvez ensuite élargir votre champ d'action à votre commune de résidence, aux communes alentours, etc.

2/ CHOISIR UN·E CANDIDAT·E

Sur une commune donnée, il est intéressant, dans la mesure du possible, de rencontrer tous les candidat·es (“les têtes de listes”) se présentant aux élections municipales.

3/ PRÉPARER LA RENCONTRE

Une fois la tête de liste identifiée, vous pouvez étudier son profil et parcours :
> Quelles sont les valeurs qu'il/elle défend ?
> Quel est son projet culturel ?
> Quelle est sa vision du développement du territoire ?
> Quel est son rapport aux artistes, aux associations ?

Et ainsi réaliser un diagnostic de la commune dans les grandes lignes, bilan du mandat précédent en matière de culture, aides au spectacle vivant, aux associations, budgets consacrés…

Ressource L'ART EST PUBLIC : proposition de questions aux candidat·es.

4/ RENCONTRER LE·LA CANDIDAT·E

N'hésitez pas à vous coordonner avec d'autres membres de vos réseaux et/ou d'autres acteur·ices du territoire ou des alentours, afin de porter à plusieurs le message. De préférence, formez un binôme.

Privilégiez la rencontre en rendez-vous afin d'avoir le temps de développer un échange humain et approfondi. N'hésitez pas à les relancer si vous n'avez pas de nouvelles.

Soyez attentif aux propos de votre interlocuteur·ice afin de cerner ce qui l'anime et ainsi adapter votre discours.

5/PARTICIPER À L'ACTION !

Pour cette campagne 2026, nous vous proposons :

- une **carte postale L'ART EST PUBLIC** à faire signer parmi les électeur·ices que vous croiserez : public, badauds, voisin·es, curieux·ses, famille, ami·es, commerçant·es, élu·es, candidat·es, etc… et à renvoyer à vos candidat·es ou à leurs partis.
- une **affiche L'ART EST PUBLIC** à afficher massivement partout, en plateau et dans les lieux où vous jouez ou que vous fréquentez…
- un **discours** à adapter, déclamer, jouer avant ou après vos spectacles pour sensibiliser vos publics à l'importance de leur vote.

Toutes ces outils sont à retrouver sur
www.mobilisationculturelle.org

OBJECTIFS

► Donner l'occasion à la/au candidat·e **d'exprimer ses ambitions en matière de politique culturelle.**

► Sensibiliser le·la candidat·e pour **qu'iel prenne en compte les arts et la culture, et notamment les initiatives citoyennes non lucratives dans son programme** comme vecteur du vivre ensemble et de l'émancipation citoyenne.

► Avoir des éléments concrets (chiffres, exemples, images, …).

On est là pour faire la promotion **d'un projet de société égalitaire, fraternel et solidaire.** C'est en ce sens qu'on défend l'intérêt général et le collectif !

POUR LES SPECTATEUR·ICES, FAITES VOTER L'ART EST PUBLIC !

1/ **Récupérez les cartes postales “L'ART EST PUBLIC”** sur le site **mobilisationculturelle.org**

2/ Faites voter les publics - à l'entrée d'un événement, au bar, après les représentations, etc.
Il s'agit de distribuer les cartes, les faire compléter par les publics et les récolter dans une urne (véritable urne électorale ou boîte à chaussure quelconque).

3/ **Transmettez les cartes postales aux candidat·es ou à leurs partis.**

POUR UNE CULTURE DE LA DIVERSITÉ ET DE LA SOLIDARITÉ !

L'ART EST PUBLIC est un espace de réflexion et de mobilisation citoyen et participatif, impulsé par les organisations de l'UFISC.

www.mobilisationculturelle.org

L'**UFISC**, Union Fédérale d'Intervention des Structures Culturelles, réunit seize organisations professionnelles du champ des arts et de la culture, se réclamant de l'économie sociale et solidaire et réunissant près de 3 000 structures sur le territoire national.

www.ufisc.org