



Réseau des Centres culturels de la Communauté Wallonie-Bruxelles asbl  
rue de la Rosière, 4 6820 Florenville  
[www.centresculturels.be](http://www.centresculturels.be)

## Journée professionnelle du jeudi 28 janvier 2010 Rapport de l'atelier 1 "To be or not to on be Facebook, Twitter..."

**Animateurs:** Hervé PERSAIN (Centre culturel de l'arrondissement de Huy) ; avec la collaboration de Michel JADOT (Espace numérique de Huy)

**Rapporteur:** Etienne PEVENASSE (Centre culturel de Gerpinnes)

**Participants inscrits :** Philippe ANSIAUX (CC Seraing), Dimitri BAILLIEN (CC Sprimont), Anne-Laure BECHET (CC Le Roeulx), Emmanuelle BOURTEMBOURG (CC Couvin), Martine CARTIAUX (CC Sambreville), Jean-Marc DAELE (CC Dison), Stéphanie DEHEZ (CC Stavelot), Isabelle DEVROYE (CC Le Fourquet), Joël DOCLOT (CC Collines), Dorothee DUJEU (CC Walcourt), Edith FRANCO (CC Couvin), Sophie GILSON (CC Floreffe), Débora GIOVAGNOLI (CC Charleroi), Laure HOUBEN (CC Charleroi Sambrais), Stéphanie ISTACES (CC Dison), Paul LIORMAND (CC Flemalle), Mélanie MATZ (CC Beauraing), Justine MONTAGNER (CC Huy), Stéphanie PIERART (FC Saint-Ghislain), Pascale PIERRARD (CC Ourthe et Meuse), Nathalie POWCH (CC Frameries), Anne SOGGIA (CC Sambreville), Didier STEIN (CC Thuin), Laurence STOFFEL (CC Engis), Francis TONON (Prov Namur), Thierry VAN CAMPENHOUT (CC Jacques Franck)

---

Après une présentation par Michel JADOT, responsable de l'espace public numérique de Huy, de la différence entre web 1.0 et web 2.0, avec ses possibilités d'interactivité, les participants ont livré la diversité de leurs expériences, mais surtout leurs nombreux questionnements relatifs à l'utilisation des nouvelles technologies de l'information.

---

**"Facebook"** fut au centre des préoccupations pendant une bonne partie de l'atelier. Les expériences des participants sont diverses... Certains sont des praticiens avertis, d'autres s'interrogent, d'autres encore sont réticents.

Les avis sont variés:

- Facebook (FB) est utile pour amplifier la communication, c'est un plus, il offre des possibilités de promotion plus vivantes ; il offre la possibilité de susciter un intérêt nouveau ;
- Ce n'est pas FB qui à lui seul fera venir le public ; ne risque-t-on pas une forme de dilution de l'information ?
- Il cible surtout les 25-30 ans ;
- On perçoit parfois qu'on DOIT y être, ce serait un passage obligé ;
- Des dérives doivent être évitées (exemple: un bénévole qui crée un profil pour un Centre culturel sans en référer à personne au sein de l'institution) ;
- Son utilisation relève plus d'un choix personnel qu'institutionnel ; il donne une impression de média qu'on utilise entre copains... sans plus ;
- Là où il est utilisé institutionnellement, sa gestion nécessite du temps pour le gérer correctement ; il convient d'y injecter un contenu adapté à son fonctionnement ou plus ciblé, avec plus de spontanéité (les ados ou le public 25-30 ans cité plus haut);

- Les réservations suite aux invitations sur FB sont peu fiables : elles n'offrent aucun engagement !
- Il permet un rayonnement plus large du Centre, offrant des possibilités nouvelles de contacts avec de jeunes artistes ;
- Les réseaux virtuels ne sont-ils pas des outils adaptés aux missions de maillage culturel que l'on attend des Centres culturels ?
- Enfin, des avis sont parfois tranchés, mettant en lumière son aspect "voyeuriste" : "FB, c'est regarder la vie des autres sans y prendre part" !

---

## "Il n'y a pas que Facebook..."

De nombreuses interventions rappellent cependant que FB n'est évidemment pas le seul moyen de présence sur le web ou de promotion électronique... Le système connaît ses limites : impossible, par exemple, d'envoyer avec Facebook un courrier à plus de vingt destinataires simultanément.

Il existe bien d'autres moyens, parfois mieux adaptés à nos modes de fonctionnement :

- le site Web traditionnel, avec ses nouvelles évolutions vers le Web 2.0 : interactivité, alimentation possible en actualités par d'autres membres de l'équipe que le gestionnaire attiré ; possibilité d'intégrer des modules "actifs" comme dans FB mais avec un réel contrôle : vidéos, forum, lettre d'information...
- la blogosphère, les forums publics...
- Des outils peuvent améliorer le travail collaboratif au sein des équipes, améliorer les relations de travail, la circulation de la communication interne ou entre partenaires : les Yahoogroupes ou autres Google groupes... (Par exemple, un groupe à destination des Centres culturels membres d'une coordination, ou un blog de la régie dans un centre régional) ;
- proposition d'abonnements vendus en ligne, de réservations par voie électronique ; interrogation concernant les possibilités du paiement électronique et sa rentabilité (par exemple : dans un Centre, l'interactivité suscitée sur le site semble avoir favorisé une augmentation des réservations) ;
- Sur le modèle du Média blog de Brest (voir <<http://mediablog-brest.net/>> ), l'Espace public numérique de Huy et le Centre culturel de Huy vont mettre à disposition des associations de la région un « Mediablog » qui hébergera des traces vidéo, photos ou sonores de leurs activités) ;
- Wordpress.com : publication et partage d'articles sur le web (outil d'échanges);
- un Centre culturel régional propose un portail, avec accès sécurisé pour les centres culturels locaux, permettant à ceux-ci de l'alimenter en informations diverses (spectacles, ateliers...)

Les moyens Web doivent permettre une communication du Centre culturel vers son public mais aussi **des remontées d'avis, de commentaires,... du public vers le Centre.**

---

## De nouvelles possibilités d'accueil...

A l'image des Espaces publics numériques, **nos Centres pourraient ouvrir leur cafétéria ou autres salles d'accueil aux visiteurs à la recherche d'une connexion wifi.**

En zone urbaine, un certain nombre de lieux publics (cafés,...) qui avaient libéré l'accès à leur connexion wifi en créant un hotspot, abandonnent parfois l'idée en constatant le peu de rentabilité commerciale de ce service ("On s'installe pendant trois ou quatre heures, en consommant un café..."). Les Centres culturels pourraient récupérer l'idée, et offrir ce service qui drainerait peut-être un nouveau public.

Le partage des connexions wifi est aussi abordé : exemple de la commune de Nivelles qui adhère au [projet Fon](#), un projet de partage Wifi communautaire.

---

### **Communication virtuelle... oui mais...**

La communication virtuelle soulève de nombreuses questions parmi les participants :

- la légitimité du responsable de la communication dans la publication des informations et la position de la hiérarchie par rapport à tous ces problèmes de communication ;
- la désignation de ce responsable : parfois, c'est l'équipe d'accueil qui porte la responsabilité, sans formation particulière ; ailleurs, un chargé de communication est clairement identifié dans l'équipe ; ailleurs encore, on s'interroge sur la nécessité (la possibilité ?) de créer un poste de chargé de communication ; les budgets affectés à la communication (personnel, outils, ...) sont souvent restreints et ne permettent pas de développer une vraie communication par ces nouvelles technologies ;
- ici ou là, on constate une motivation très diversifiée des membres des équipes d'animation et administratives face à tous ces nouveaux outils ;
- les moyens électroniques, outils de promotion, peuvent peut-être aussi constituer des outils d'échange mais attention aux **problèmes de droit** : droit d'auteur, droit à l'image...
- une expérience d'utilisation d'un logiciel professionnel pour l'envoi de courriers électroniques en série et ciblés a été abandonnée dans un centre après constat de la difficulté d'adapter l'outil à une petite structure ; des expériences de création de sites, ouverts aux associations, s'avèrent parfois peu convaincantes.
- **nécessité d'un état des lieux des besoins et d'une évaluation des outils utilisés** ;
- évocation des **problèmes de formation** : même les écoles semblent être très en retard dans l'évolution de leurs programmes relatifs à ces matières.

---

### **La Communauté française...**

Quelle est la **vision stratégique** du Ministère, et plus particulièrement du secteur des Centres culturels face à ces nouveaux enjeux des Nouvelles Technologies de Information et de la Communication (NTIC) ?

Il semblerait utile **d'étudier les moyens (logiciel spécifique à nos structures, ...) qui pourraient être fournis aux Centres culturels** pour développer nos présences respectives sur le web 2.0. Imaginons aussi un réseau de 115 centres culturels dotés d'un « hot spot » public !

---

## **En conclusion.**

Faut-il anticiper la future montée en puissance du Web 3.0 (le web sur les Smartphones ; iPhone, Ipad) et la nouvelle rapidité de communication qu'il induit ?

N'oublions pas que la fracture numérique (tous ne sont pas reliés à la « toile ») n'est pas vaincue, et qu'il convient de garder le contact avec ceux qui n'ont pas accès à ces outils. Les Centres culturels n'ont-ils pas un rôle à jouer pour réduire cette fracture ?

Le nombre de questions posées, de problèmes soulevés, suscitent chez les participants l'idée que **le sujet devrait être approfondi lors d'une prochaine rencontre sur ce thème!**

Etienne Pévenasse,  
29/01/2010