

BIS de Nantes – 21 et 22 janvier

Les 21 et 22 janvier se sont tenues les BIS de Nantes. À cette occasion, le RNCAP bénéficiait d'une présence dédiée via un stand, sur lequel étaient notamment mises à disposition des brochures présentant l'enquête sur l'égalité des genres dans les programmations de festivals de conte en France.

Participation aux ateliers et conférences

Ma présence aux BIS m'a permis d'assister à plusieurs conférences et ateliers en lien direct avec les enjeux d'égalité, de prévention et de lutte contre les violences sexistes et sexuelles :

- De Metoo au rapport parlementaire, les violences sont-elles définitivement systémiques, endémiques et persistantes ?
- VHSS / Handicap : quelles réalités ? Quels enjeux ?
- Mettre fin au bricolage : vers une véritable professionnalisation de la prévention des VHSS
- Ecrire le pas d'après en matière de lutte contre les VSS : ce qu'on fait demain

Ces temps ont constitué des espaces d'information riches, mais aussi de discussion et de mise en réseau. Les participant·es à ces conférences et ateliers étaient majoritairement déjà sensibilisé·es à ces problématiques, ce qui a favorisé des échanges de fond autour de l'enquête menée dans le secteur du conte.

Les conférences et ateliers ont permis des échanges avec différents profils professionnels (manageuse, coordinatrice d'association, artistes). Toutefois, l'impact direct de ces interactions reste difficilement mesurable, dans la mesure où les participant·es étaient également présent·es pour promouvoir leurs propres projets et n'étaient pas toujours familiers du champ du conte.

Néanmoins, ces échanges ont permis de faire connaître le fait que le secteur du conte — souvent perçu comme marginal ou peu visible dans le paysage culturel — s'empare également des enjeux liés à l'égalité de genre.

Pertinence des échanges hors stand

Il est apparu que le fait de circuler dans le salon et d'aller à la rencontre des professionnel·les directement sur les stands était plus pertinent et plus efficace pour présenter l'enquête.

Des échanges ont ainsi eu lieu avec des représentant·es de structures telles que le CNM (Centre National de la Musique), Audiens, La Petite ou La Grenade, qui se sont montré·es intéressé·es et intrigué·es par la démarche.

Réflexion sur la place de l'enquête au stand du RNCAP

La mise en avant de l'enquête sur le stand du RNCAP soulève plusieurs questionnements.

D'un côté, le fait de montrer que le RNCAP se saisit des enjeux d'égalité de genre constitue un signal fort et positif, positionnant le réseau comme engagé sur ces questions.

En revanche, les personnes extérieures au RNCAP venant sur le stand étaient principalement en demande d'informations générales sur le réseau (missions, fonctionnement, utilité), davantage que

sur l'enquête elle-même. L'enquête semble ainsi nécessiter un espace et des temps de valorisation spécifiques, distincts de la présentation institutionnelle du réseau.

Bilan

- Les sujets liés à l'égalité et l'enquête trouvent davantage leur public auprès de professionnel·les déjà sensibilisé·es et intéressé·es par ces thématiques.
- Pour toucher de nouveaux publics, des sessions de formation en petits groupes, dans des lieux dédiés, apparaissent plus pertinents.
- Présenter l'enquête sur un stand fréquenté par des personnes découvrant le RNCAP n'est pas le format le plus adapté.
- L'obtention de temps dédiés (ateliers, conférences, tables rondes) serait plus valorisante et plus efficace.

Préconisations

Pour les BIS ou autres salons

Les salons professionnels constituent avant tout des espaces de visibilité et de positionnement stratégique pour le RNCAP. Ils doivent permettre de distinguer clairement les enjeux institutionnels du réseau et les temps dédiés à l'égalité.

- Lors des prochains BIS (dans deux ans), solliciter des temps forts dédiés (tables rondes, conférences, ateliers) afin de pouvoir présenter et discuter l'enquête sur l'égalité des genres dans les programmations de festivals de conte. Ces formats permettraient un échange approfondi avec des professionnel·les déjà sensibilisé·es et intéressé·es par ces enjeux.
- En cas de maintien d'un stand aux BIS, celui-ci devrait prioritairement être utilisé pour présenter le RNCAP en tant que réseau (missions, actions, rôle, bénéfices pour les adhérent·es). La question de l'égalité et l'enquête pourraient être introduites dans un second temps, comme l'un des axes portés par le réseau, ou développées plus largement lors des temps forts dédiés.

Préconisations générales

En dehors des salons, l'enjeu est de transformer durablement les pratiques professionnelles du secteur du conte à partir des enseignements de l'enquête.

- S'appuyer sur les résultats de l'enquête non pas uniquement pour les restituer, mais pour concevoir des ateliers de réflexion et de co-construction à destination des programmeur·ices. Ces ateliers viseraient à interroger concrètement ce qu'est une programmation égalitaire, pourquoi elle est un enjeu essentiel, et comment la mettre en œuvre malgré les contraintes existantes (budgétaires, territoriales, artistiques, institutionnelles).
- Développer des sessions de formation à destination des artistes (conteur·euses et plus largement professionnel·les du conte) sur les discriminations de genre, les stéréotypes et les

biais, afin de renforcer la compréhension de ces mécanismes, prévenir les inégalités et contribuer à la prévention des violences sexistes et sexuelles dans le secteur.

Conclusion

Ce déplacement aux BIS de Nantes confirme que les enjeux d'égalité de genre et de prévention des VSS rencontrent un réel intérêt, à condition d'être portés dans des cadres adaptés. L'enquête menée par le RNCAP constitue un outil pertinent et légitime, mais son impact dépend fortement des formats et des publics visés.

Les observations réalisées montrent que le stand n'est pas l'outil le plus efficace pour valoriser l'enquête, notamment auprès de personnes découvrant le RNCAP. En revanche, les formats d'ateliers, de formations et de prises de parole dans les temps forts apparaissent comme les leviers les plus pertinents pour diffuser les résultats, susciter l'adhésion et engager une transformation des pratiques professionnelles.

Il apparaît donc nécessaire de clarifier les objectifs de chaque mode de présence :

- le stand comme espace de présentation institutionnelle et de visibilité du réseau,
- des temps dédiés (ateliers, conférences, tables rondes) pour porter les enjeux d'égalité et les résultats de l'enquête.