



Rapport 2024-DFAC-2

29 octobre 2024

— Introduction d'un Pass culturel cantonal

Nous avons l'honneur de vous soumettre le rapport en réponse au postulat 2023-GC-66 Antoinette de Weck / Laurent Dietrich « Introduction d'un Pass culturel cantonal »

Table des matières

—

1	Historique du rapport	2
2	L'exemple du Pass culturel valaisan (Abobo)	2
3	Sondage auprès des partenaires culturels fribourgeois	3
4	Application au contexte fribourgeois	5
5	Priorités de politique culturelle et conclusions	6

1 Historique du rapport

Les députés Antoinette de Weck et Laurent Dietrich ont déposé un postulat devant le Grand Conseil le 6 mars 2023 demandant au Conseil d'Etat d'étudier l'introduction dans le canton d'un abonnement culturel cantonal tel que celui développé dans le canton du Valais. Ils sont d'avis que cet abonnement incitera ses détentrices et détenteurs à découvrir d'autres lieux et acteurs culturels, qu'il stimulera la synergie dans la communication des programmes culturels et apportera des ressources supplémentaires. Après les perturbations liées au COVID, cet abonnement pourrait donner un nouveau souffle aux offres culturelles. Parallèlement, un postulat similaire¹ a été déposé en ville de Fribourg.

Dans sa réponse du 29 août 2023, le Conseil d'Etat a proposé le rejet du postulat, en se basant sur les considérations suivantes. Conformément à la législation dans ce domaine, les collectivités publiques doivent jouer un rôle subsidiaire dans l'encouragement de la culture, l'initiative revenant en principe aux acteurs culturels. L'Etat et les communes, chargées de l'animation culturelle selon la LAC actuelle, avec le concours de l'Union fribourgeoise du tourisme et de la Promotion économique, peuvent aider les entreprises culturelles à mener une telle démarche, qui repose sur l'engagement du terrain et un modèle économique propre.

En résumé, le Conseil d'Etat était d'avis qu'il ne pouvait pas entrer en matière pour conduire un tel projet car mener une enquête marketing appartient aux acteurs privés et non à l'Etat. Une analyse de l'offre culturelle doit être réalisée le cas échéant, car cette dernière est interdisciplinaire et variée. La tarification qui mènerait au prix d'un tel abonnement, en particulier avec ses risques financiers, constitue un élément central de l'analyse. Dans sa réponse, l'Etat était cependant prêt à soutenir une initiative privée des entreprises culturelles et autres acteurs économiques ou touristiques visant à la mise en place d'un tel abonnement. L'Etat se tenait à disposition des acteurs culturels pour collaborer à la rédaction d'un rapport, en mentionnant que, le cas échéant, tout soutien éventuel serait conditionné aux disponibilités budgétaires.

Le 12 octobre 2023, contrairement à la proposition du Conseil d'Etat, le Grand Conseil a largement approuvé le postulat avec 61 voix contre 31². Il a demandé que l'Etat joue un rôle de facilitateur dans le projet, partant de l'idée que les milieux culturels ne peuvent eux-mêmes lancer un tel projet avec leurs propres ressources.

Pour répondre à la volonté du Grand Conseil, le Conseil d'Etat a considéré important d'associer à la réflexion et à la rédaction du présent rapport les autres collectivités publiques par la conférence des délégués culturels fribourgeois, ainsi que la plateforme des faitières culturelles cantonales et la commission cantonale des affaires culturelles, en concentrant l'analyse sur les besoins et l'intérêt des entreprises culturelles à la création d'un tel abonnement.

2 L'exemple du Pass culturel valaisan (Abobo)

Le Service de la culture (SeCu) a abordé la question de la création d'un tel abonnement avec les faitières culturelles en novembre 2023, et en particulier avec l'association K – Verein C, regroupant les principales entreprises culturelles fribourgeoises, afin de saisir au mieux la position de ces dernières, dont les retours étaient jusque-là mitigés. Le SeCu n'avait alors pas non plus reçu de demandes. Le 25 janvier 2024, à l'invitation du SeCu, les responsables de l'Abobo valaisans, MM Jean-Pierre Pralong (directeur de Culture Valais et de l'Abobo) et Lorenzo Malaguerra (chef de

¹ Le postulat n°69 de Véronique Grady et Jean-Pierre Wohlhauser déposé devant le Conseil général de la ville de Fribourg, demandant la possibilité d'introduire un pass culturel en ville de Fribourg, a été accepté par le Conseil général de la ville de Fribourg, dans le sens où il attendra tout d'abord la réponse du CE puis soumettra l'idée d'un « pass culturel » au Copil culturel régional avant de réfléchir à une telle mesure uniquement pour son territoire (9 octobre.2023).

² Cf. BCG, octobre 2023, pages 3240-3425.

service culturel de la ville de Monthey et directeur du Théâtre du Crochetan) ont présenté l'abonnement aux acteurs culturels intéressés et aux délégués culturels communaux et répondu à leurs questions ou commentaires.

L'Abobo valaisan a été développé au sortir de la période du Covid pour faire revenir le public par le biais d'un projet de transformation Covid. L'étude et le lancement ont coûté 260 000 francs. Inspiré du Magic Pass, l'Abobo vise principalement la mobilité culturelle entre le Haut et le Bas-Valais, entre les villes de la plaine et les villages des vallées. L'Abobo est une coopérative, dirigée par Culture Valais, association de promotion culturelle depuis 2011, et ses ressources opérationnelles sont de 1 EPT réparti sur 3 personnes pour l'administration. Les transports publics *RegionAlps* sont inclus dans l'Abobo. Les salles de spectacle inscrivent leur offre sur l'agenda de Culture Valais, gèrent les réservations et finalement scannent les QR codes des spectateurs sur place avec une application propre à l'Abobo.

Sur la saison 2 (2023/24), 2000 personnes ont détenu l'Abobo, le nombre maximum d'abonnés se montant à 2500 unités selon le modèle économique. 52 lieux ont participé au projet, qui compte désormais aussi une option cinéma. L'Abobo coûte 365 francs (prévente en juin, valable pour une saison, la majorité des acheteurs choisit cette option) et augmente jusqu'à 730 francs plein tarif. Au niveau financier, la redistribution des montants aux salles tient compte du nombre de scans et du prix du billet selon le spectacle. Un pot commun, constitué des ventes d'abonnements et des soutiens publics et privés, redistribue 90 % de son contenu aux lieux, les 10 % restants sont utilisés pour les frais de gestion. En moyenne, le remboursement trimestriel aux salles correspond à 55 % du prix du billet à plein tarif, et le produit financier n'est connu qu'à la fin de l'exercice. Le modèle valaisan actuel ne comprend pas de garantie financière complète, mais l'Abobo est en cours de discussion avec les autorités cantonales pour obtenir cette sécurité par un fonds ou un soutien direct aux salles par les Abobos scannés.

Le budget annuel de fonctionnement de la dernière saison se montait à 1 182 800 francs, dont 892 000 francs de vente d'abonnements et options complémentaires. Le reste provient de soutiens financiers des collectivités publiques et, pour une moindre part, de sponsors privés. Chaque lieu décide de sa stratégie de programmation, qu'elle soit de fixer une jauge limitée ou non pour les détenteurs de l'Abobo ou encore de dédoubler certains spectacles en cas de grand succès. L'analyse des abonnés à l'Abobo montre qu'une grande majorité se situe entre 45 et 75 ans (60-70 ans étant les plus représentés). L'Abobo n'est pas forcément adapté aux familles qui achètent plutôt ponctuellement des billets ou peuvent bénéficier de l'AG culturel pour leurs enfants. La moyenne d'utilisation de l'Abobo par client est de 12.5 fois par an. La plupart des institutions ont supprimé leur abonnement de saison au profit de l'Abobo, mais cela ne consiste pas en une obligation. En plus de l'effet publicitaire, l'Abobo a un impact sur la billetterie, notamment lorsque le détenteur est accompagné d'une personne ne possédant pas l'abonnement. Il permet surtout d'amener un public d'abonnés à circuler entre ces offres culturelles et de découvrir de nouveaux lieux culturels.

3 Sondage auprès des partenaires culturels fribourgeois

Résultats du sondage

Suite à la séance d'information du 25 janvier 2024, le SeCu a adressé un questionnaire à une centaine (109) d'institutions culturelles fribourgeoises potentiellement concernées, avec une documentation détaillée sur l'Abobo. La récolte des réponses a eu lieu du 22 avril au 5 mai 2024.

Le taux de réponse général se monte à 36 % (39 réponses) mais, si l'on cible sur les membres de l'Association K/Verein C, la faitière qui représente les intérêts des entreprises culturelles professionnelles fribourgeoises, le taux de réponse s'élève à 55 %. Globalement, les répondant-e-s estiment à 64 % qu'un abonnement sur le modèle de l'Abobo valaisan est un outil intéressant pour leur lieu culturel. Cela dit, 52 % des répondant-e-s craignent une baisse de recettes, 28 % ne le savent pas et seulement 20 % n'ont pas cette crainte.

Le questionnaire permettait aussi d'évaluer si d'autres mesures peuvent favoriser un gain de public. Les répondant-e-s ont plébiscité le renforcement de la communication sur l'offre culturelle (avec proposition de partenariats avec la presse), puis la mise en place de la gratuité des transports publics pour se rendre à des événements culturels. La mise en place d'un Abobo fribourgeois arrive en troisième position, suivie par la mise en place de collaborations avec le milieu de la restauration (par exemple un repas offert tous les X billets de spectacles achetés). Les répondant-e-s citent d'autres mesures incitatives pour encourager une fréquentation durable, comme celle de renforcer la médiation et l'accessibilité des classes scolaires, de mieux soutenir le fonctionnement des structures culturelles, de renforcer le soutien aux initiatives pour les publics peu présents dans les salles de spectacle (cartes d'accès jeunes et personnes disposant de peu de moyens), d'améliorer la collaboration avec le milieu du tourisme et avec d'autres institutions culturelles. A la question « *si un projet de pass culturel cantonal sur le modèle de l'Abobo valaisan se développe dans le canton de Fribourg ces prochaines années, seriez-vous intéressé-e à y participer ?* », 28 (71 %) répondent oui ou plutôt oui et 11 (28 %) non ou plutôt non. Cependant, parmi les conditions à leur participation, la plus récurrente est la nécessité de disposer d'un système ou d'un fonds péréquatif assurant une billetterie égale aux recettes actuelles (condition de non-perte financière). 15 répondant-e-s l'ont signalé spontanément dans les commentaires libres. Parmi les craintes principales citées, on retrouve à nouveau la perte financière, l'augmentation du no-show (qui tendrait à s'élever en cas d'abonnement général où le spectateur ne sort pas d'argent pour les places réservées) et la surcharge administrative.

Des résultats plus détaillés par catégorie d'activité (salle spectacle, concert, cinéma, musée, etc.) peuvent être obtenus sur demande auprès du Service de la culture.

Analyse et synthèse du sondage

Le sondage permet d'observer l'**ouverture des entreprises culturelles fribourgeoises** à une initiative visant à fédérer les lieux culturels autour d'une offre commune. Si le modèle et son potentiel invitent à la réflexion, elles émettent cependant de nombreuses craintes et questions. Le questionnaire donne des tendances générales, mais ne permet pas de pondérer les résultats en fonction du poids économique du répondant. **Plusieurs parmi les plus grandes entreprises culturelles** (salles de spectacle et de concert, cinémas, festivals confondus) **sont réticents**, car ce modèle de pass culturel représente une prise de risque ayant un impact direct sur les emplois, la programmation et le fonctionnement qu'elles ne peuvent pas se permettre en raison de leur situation financière fragile. Elles sont prêtes à démarrer un tel projet pour autant d'être assurées de ne pas réaliser de pertes par rapport à leur billetterie actuelle. A noter que le lancement de l'Abobo en Valais s'est déroulé en fin de crise COVID, alors que les salles n'avaient pas encore retrouvé la stabilité et que l'avenir semblait incertain ; la propension au risque était probablement plus élevée qu'aujourd'hui.

Avec en moyenne 55 % du prix de vente complet d'un billet remboursé à l'organisateur, la compensation doit être cherchée dans un nouvel équilibre de la programmation. En effet, avec un taux moyen de fréquentation annuel estimé à 80 %, les salles de spectacle régionales fribourgeoises ont **un potentiel relativement faible de croissance de leur fréquentation**. D'ailleurs, plusieurs répondant-e-s suggèrent d'attendre quelques années pour disposer du recul suffisant sur le modèle économique de l'Abobo.

L'aspect du bilinguisme à Fribourg est également à prendre en compte dans l'analyse d'un tel projet : l'offre destinée au public germanophone est-elle suffisante pour que ce public achète un tel abonnement cantonal ? Il s'agit aussi d'approfondir la **question de la gouvernance et de l'administration** d'un abonnement culturel cantonal. Le projet d'Abobo s'est appuyé sur Culture Valais, une structure existante et solide de promotion culturelle, dont l'équivalent n'existe pas encore à Fribourg. La participation à un élargissement territorial de l'Abobo valaisan, avec sa structure organisationnelle, serait une piste mais poserait plusieurs problématiques nouvelles, et notamment la participation d'autres cantons.

En bilan, le sondage ne confirme pas une adhésion large au développement d'un pass culturel cantonal. Cependant, les entreprises culturelles souhaitent clairement un renforcement de la mutualisation des forces et du marketing promotionnel pour favoriser l'accès des publics dans les salles culturelles. La volonté doit venir du terrain et une proposition « top down » n'aura que peu de chances de se pérenniser. Si l'on enlève les entreprises non-partantes ou qui conditionnent à une non-perte financière, seules 40 % seraient prêtes à démarrer un tel projet sans conditions particulières, et moins de la moitié à participer à un groupe de travail si le projet devait être lancé.

4 Application au contexte fribourgeois

Population concernée et géographie culturelle

Comme présenté au point 2, le modèle économique de l'Abobo comprend un nombre maximum d'abonnements mis en vente de 2500 unités. Dans le canton de Fribourg, le nombre d'abonnements vendus par les principales salles (Equilibre-Nuithonie, CO2, Théâtre des Osses, Bicubic) en 2023/24 se monte d'ores et déjà à plus de 2200 unités. Il paraît plausible que ces détenteurs-trices optent pour le pass cantonal. Le solde restant pour de nouveaux abonnés ne serait alors que de quelques centaines d'unités. Notons qu'avec 2500 unités vendues, la mesure toucherait 0,74 % de la population, plutôt âgée entre 50 et 70 ans, si l'on se base sur l'expérience valaisanne, soit une population qui dispose en général des ressources financières pour ses loisirs.

Un tel outil doit aussi pouvoir se développer en adéquation avec la cartographie culturelle de la région et ses enjeux. Si, en Valais, le modèle répond particulièrement bien aux problématiques géographiques et aux besoins de relier plaines et montagnes, le contexte fribourgeois s'avère différent avec des salles régionales fortes. Le public fribourgeois est assez mobile : les germanophones se tournent volontiers vers l'offre bernoise, tandis que les districts du Sud jouissent tant de l'offre cantonale que de celle de l'arc lémanique facilement accessible. Deux études menées actuellement par la Haute Ecole de gestion Arc (HES-SO) dans le cadre de la révision de la loi sur les affaires culturelles permettront d'avoir une vision plus précise de ces enjeux stratégiques, en 2025.

Agenda culturel en ligne

Lancée en janvier 2023, la plateforme culturelle bilingue *In Situ* vise à simplifier et renforcer l'information et le marketing culturels dans le canton de Fribourg. La plateforme dispose d'un index et d'un agenda pour valoriser les organismes culturels du canton et leur programmation. Elle a bénéficié d'un soutien au titre des projets de transformation COVID pour sa mise en place, puis d'une aide au fonctionnement de l'Etat, de la Loterie romande, de Coriolis Infrastructures, d'Option Gruyère ainsi que de plusieurs chefs-lieux. Cette plateforme est une mesure stratégique pour soutenir le marketing des entreprises culturelles et vise à devenir une référence cantonale.

Pour accompagner ce développement marketing, les secteurs du tourisme et de l'économie sont également favorables à des solutions innovantes et attractives, à l'instar de bons Karyon pour la culture, de concours ou de bonus octroyés aux consommateurs culturels, en partenariat avec le milieu de la restauration par exemple.

Cartes d'accès à la culture

Il existe sur le territoire suisse de nombreux sésames qui facilitent l'accès aux activités culturelles. Dans le canton de Fribourg, on recense notamment l'AG culturel, la CarteCulture Caritas, le Passeport Musées suisses, le Pass Bienvenue à Bulle, la carte HighFive pour les clubs de musiques actuelles ou encore la carte pour sociétaires Raiffeisen qui donne libre accès aux musées. Nous détaillons ici les deux principales.

- > AG culturel : L'AG culturel est un abonnement destiné aux moins de 26 ans qui, pour 100 francs par an, donne accès librement et à volonté aux événements de plus de 280 lieux culturels partenaires. Il est valable dans les cantons de Berne, Fribourg, Jura, Neuchâtel et Valais. En 2023, les 59 lieux culturels fribourgeois ont enregistré 4055 entrées. 593 jeunes Fribourgeois-ses ont été abonnés en 2023 (sur un total de 1843) : il s'agit du canton avec le plus d'abonnés. Comme mesure d'incitation, 10 communes et 9 écoles fribourgeoises offrent des AG à leurs jeunes.
- > CarteCulture Caritas : Depuis 2010, la CarteCulture fribourgeoise offre des réductions sur l'offre culturelle, sportive, de loisirs et de formation aux personnes financièrement défavorisées, leur permettant ainsi une participation active à la vie culturelle. Le partenaire choisit le rabais de solidarité qu'il octroie (min 30 %). En 2023, 4475 personnes ont demandé la CarteCulture dans le canton de Fribourg, en augmentation de 30 %. Sur les 129 partenaires dans le canton, 72 sont culturels.

Rappelons que pour l'AG, le lieu partenaire reçoit au maximum 15 francs par entrée mise à disposition d'un jeune détenteur pour les spectacles et concert, et 5 francs pour les expositions, projections et soirées DJ. Pour la CarteCulture, le lieu partenaire choisit le rabais ou l'avantage qu'il octroie au détenteur de la carte, cela sans contrepartie. La demande pour des places avec ces cartes croît chaque année. Certaines institutions culturelles, où la baisse de recettes devient trop importante, mettent en place des contingents. À titre d'exemples :

- > A la Fondation Equilibre-Nuithonie, 2195 AG ont été scannés en 2022/23, représentant 55 570 francs de manque à gagner par rapport à l'encaissement théorique d'un tarif réduit normal. En 2023/24, un contingent a été mis en place faisant plafonner les AG scannés à 1194 et un manque à gagner de 23 025 francs. Les réductions de 50 % offertes aux détenteurs-trices de la CarteCulture Caritas ont concernées 437 places, soit un manque de 8670 francs pour la fondation.
- > A CO2, 157 places ont été demandées avec les deux cartes, pour un manque à gagner théorique total de 4177 francs. La salle distingue entre places octroyées à des spectacles non complets et spectacles affichant complet, où les places auraient trouvé preneur à plein tarif. C'est ainsi 1340 francs en moins en caisse pour les spectacles affichant complet. À noter qu'à CO2, le nombre de places octroyées a presque doublé entre 2022/23 et 2023/24.
- > Sur la saison 2023/24, au Théâtre des Osses, les réductions octroyées pour les deux cartes cumulées se montent à 2700 francs, soit la recette d'une représentation complète.

En résumé, si ces cartes amènent un public qui sinon ne serait probablement pas venu, elles représentent un manque à gagner important, en particulier quand ce public occupe des places de spectacles et concerts complets.

5 Priorités de politique culturelle et conclusions

Le Conseil d'Etat entend poursuivre son engagement pour une culture plus accessible. Cet accent sur la participation culturelle et l'accès universel occupe d'ailleurs une place centrale dans l'avant-projet de loi sur l'encouragement des activités culturelles actuellement en consultation. Le message explicatif précise *que « durant la dernière décennie, l'évolution sociétale du canton montre qu'il est toujours plus nécessaire de tenir compte, dans la façon de mener les activités culturelles, des besoins pluriels des divers publics et des freins multiples à l'accès à la culture. [...] Une attention particulière doit être portée aux barrières financières, linguistiques et sociales ainsi qu'à l'accessibilité et à l'inclusivité sociale. »*

Considérant les nombreux enjeux et les ressources financières limitées, il s'agit de savoir si, prioritairement, il est souhaité de fidéliser le public actuel ou de chercher de nouveaux publics ? Le Conseil d'Etat souhaite mettre l'accent sur l'accès de nouveaux publics encore absents ou peu présents dans les salles. Il souhaite ainsi répondre aux objectifs de participation culturelle et de nécessaire renouvellement du public parfois vieillissant d'une partie de l'offre culturelle. Cette priorisation est par ailleurs partagée par la Conférence des délégué-e-s culturel-le-s des chefs-lieux et associations de communes du canton.

Si le modèle du pass culturel cantonal convainc en Valais, l'analyse fribourgeoise montre qu'il serait préférable de prendre du recul et de chercher un modèle plus adapté à la géographie culturelle et aux besoins prioritaires exprimés par le terrain. La réalisation du concept de régions culturelles proposé dans l'avant-projet de loi en constitue un premier cadre. Un autre a été lancé au niveau intercantonal pour faciliter la circulation des offres culturelles et des publics dans l'Espace culturel romand. De même, il convient d'intensifier les liens entre les régions limitrophes partageant un même bassin de public, comme les districts germanophones du canton de Fribourg et le canton de Berne. Entre les entreprises culturelles, la collaboration et la solidarité s'est renforcée par la création récente de plusieurs faitières professionnelles suite au COVID ou encore par la mise en place de réseaux de coproduction pour une meilleure diffusion des créations sur tout le territoire cantonal.

Le présent rapport a mis en évidence des outils existants comme l'AG Culturel et la CarteCulture Caritas. Le milieu culturel fait preuve d'une grande responsabilité sociétale en contribuant activement et financièrement au développement de ces cartes, soucieux d'ouvrir ses portes à toute personne intéressée, peu importe sa situation. Les salles estiment qu'un pass tel que l'Abobo représente un coût que les publics à aller chercher ne pourront guère se permettre. Cette limite, comme d'autres, ont été exprimées dans le sondage réalisé ce printemps, qui a mis en exergue le besoin des acteurs culturels à être mieux aidés dans leur mission d'accessibilité par un renforcement du marketing cantonal. Ce sondage a soulevé un fort intérêt des acteurs à intensifier leurs actions communes pour gagner en efficacité et cohérence. Le potentiel de marketing d'un pass culturel les intéresse particulièrement et ils sont motivés à développer des mesures d'accès et d'information, qui permettront d'inciter le public à la mobilité.

Le Conseil d'Etat comprend le potentiel mais aussi les craintes exprimées par les entreprises culturelles relatives au développement d'un pass culturel fribourgeois sur le modèle de l'Abobo valaisan, qui pourrait fragiliser leur modèle d'affaire. Il considère qu'un fonds de compensation péréquatif pour garantir la billetterie constituerait une intrusion dans l'économie privée alors que les acheteurs d'un tel abonnement sont en mesure d'en payer le prix, d'ores et déjà réduit par les subventions accordées par les collectivités publiques aux entreprises culturelles. Mais surtout, le Conseil d'Etat entend prioriser son action sur l'accès à la culture en poursuivant ses engagements à plusieurs niveaux :

- > Engagement social : renforcement de mesures ciblées et existantes vers des publics freinés financièrement ou socialement, telles que les deux cartes AG Culturel et CarteCulture Caritas, ou encore le programme de sensibilisation des jeunes Culture & Ecole, en collaboration avec les services compétents et la Loterie romande. Une mesure d'encouragement consisterait à octroyer aux acteurs culturels une meilleure participation par billet scanné avec ces cartes, après une analyse détaillée des manques à gagner. Celle-ci devrait être financée conjointement par les budgets culturels et sociaux.
- > Marketing et communication : poursuite de la collaboration avec l'agenda culturel en ligne *In Situ*, pour en faire la référence cantonale et répondre aux besoins du terrain.
- > Tourisme et économie : De la gastronomie à l'économie, en passant par le tourisme, la culture et le sport, la nouvelle marque territoriale « Fribourg, terre de valeurs – Freiburg, Land der Werte » a pour ambition de mettre en valeur les atouts uniques du canton, afin de renforcer son image tant au niveau national qu'international. En partenariat avec les acteurs culturels, l'UFT et PromFR, le Conseil d'Etat (CE) réaffirme sa volonté de fédérer les forces du secteur économique, touristique, culturel et sportif sous une bannière commune. Cette collaboration pourra prendre la forme de produits marketing attractifs communs, comme des concours, bonus ou autres avantages à développer ensemble.
- > Durabilité économique et environnementale : poursuite des efforts en matière d'encouragement de la circulation des productions culturelles entre les salles, ainsi qu'entre régions et cantons voisins.

Le développement de ces mesures prioritaires multisectorielles nécessite un soutien renforcé de l'Etat, mais aussi des communes et des partenaires parapublic et privés envers les acteurs culturels concernés et les organismes porteurs de ces programmes d'accès.

Le Conseil d'Etat invite le Grand Conseil à prendre acte du présent rapport.