



DOSSIER

SOUS LA PRESSION DU PRIVÉ, LA POLITIQUE PUBLIQUE EST-ELLE EN TRAIN DE SE RÉINVENTER ?

Sommée d'innover et soumise à la culture du résultat, la politique publique est-elle en train de se réinventer ? Le design public, qui prône la transversalité des politiques et l'implication des usagers, en est-il l'une des illustrations, comme le montre Louise Guillot ? La puissance publique peut-elle réguler le phénomène de concentration dans la musique ? Sandrine Teixido estime que rien n'est encore acquis. Les bibliothèques, fleurons de la politique culturelle, sont elles aussi de plus en plus influencées par les outils du secteur privé : marketing, branding... Jusqu'où peuvent-elles en suivre les traces sans perdre leur âme et leurs missions premières ? s'interrogent Amandine Jacquet et Vincent Bonnet. Et le marketing territorial, impacte-t-il durablement les orientations des collectivités locales ? Celles-ci privilégient les grands événements, qui constituent des outils de choix dans la compétition entre les territoires, analyse Philippe Teillet.

P.32 Et si l'innovation était du côté de l'action publique ?
par Louise Guillot

P.42 La puissance publique peut-elle réguler le phénomène de concentration dans la musique ?
par Sandrine Teixido

P.52 Entre marketing et branding, les bibliothèques en quête de visibilité !
par Vincent Bonnet et Amandine Jacquet

P.62 Les politiques culturelles deviennent-elles des politiques événementielles pour peaufiner leur image ?
par Philippe Teillet