

# SYNTHÈSE CHANTIER DE RÉFLEXION #5 - SODAVI Normandie

Mercredi 6 novembre 2019  
Flers, Orne

## Diffusion, médiation et publics : quels besoins ? Quels enjeux ? Quelles nouvelles formes imaginer ?

La définition de ces chantiers fait suite au premier événement organisé dans le cadre du SODAVI Normandie et qui a fédéré les artistes et professionnel·le·s des arts visuels de la région – Journée de réflexion sur les arts visuels – le 1<sup>er</sup> décembre 2018 à l'école supérieure d'arts & médias de Caen/Cherbourg, site de Caen.

L'objectif de ces chantiers était d'approfondir des questions et d'arriver à un niveau de concrétisation plus avancé en termes de préconisations. Ils ont également été des espaces de rencontres entre les différent·e·s acteur·rice·s.

*Journée organisée en partenariat avec 2angles, relai culturel régional, animée par Andréa Launay, coordinatrice du SODAVI Normandie.*

### Déroulement de la journée :

Après une présentation de la journée, de la démarche SODAVI, les participant·e·s se sont regroupé·e·s en quatre groupes de réflexion.

Invité·e·s à réfléchir au sujet suivant : **diffusion, médiation et publics : quels besoins ? Quels enjeux ? Quelles nouvelles formes imaginer ?** ils/elles ont dans un premier temps participé à une session de brainstorming et de prise en main du sujet.

Dans un deuxième temps, chaque groupe était invité à formuler des propositions concrètes.

En fin de journée, les participant·e·s se sont rassemblé·e·s pour présenter collectivement leurs propositions et les mettre en débat.

Afin de préciser quelque peu la réflexion une série de questions leur était proposées :

- Quels outils pour aller à la rencontre des « non publics » ? Quelles nouvelles formes imaginer ? Comment y répondre collectivement ?
- Comment intégrer l'évaluation dans la médiation ? Quels outils développer collectivement ?
- Quelle formation pour quel type de médiation ? Comment penser et améliorer la formation en matière de médiation ?
- Par quels moyens assurer le métier de médiateur·rice et ainsi garantir l'accessibilité des oeuvres au public ?
- Quelle place donner à l'artiste dans la médiation ?
- Comment développer le réseau de diffusion culturelle et défendre les lieux de diffusion existant ?

- Que l'on parle de diffusion matérielle ou immatérielle, comment soutenir la diversité des modes de diffusion des œuvres ?
- Quels outils créer pour favoriser une diffusion dans l'espace public et assurer une meilleure réception de l'art sur le territoire ?

## Les résultats de la réflexion :

### Reconnaître et faire connaître le métier de médiateur :

- Inciter les directeur·rice·s de structures à reconnaître la fonction de médiation et à la porter au sein de leurs établissements et au-delà.
- Créer une charte de la médiation pour que ce métier soit mieux identifié par les différents partenaires et porteurs de projets.
- Développer les groupements d'employeurs dans le secteur de la médiation, à l'image de ce qui existe dans le spectacle vivant, notamment.
- Faire reconnaître le métier de médiateur·rice culturel auprès des institutions telles que pôle emploi et le différencier du métier d'animateur·rice.
- Défendre le métier de médiateur et lutter contre les agences qui précarisent la profession.
- Faire reconnaître la médiation comme enjeu de territoire auprès des institutions et collectivités.

### Former durablement les acteur·rice·s à la médiation :

- Développer la formation continue, par le biais d'un « parcours » de formation qui permettent aux médiateur·rice·s de s'adapter à tous les publics et à leurs évolutions. Développer les formations collectives.
- Donner les moyens pour former les artistes qui le souhaitent à la médiation.

### Favoriser l'interconnaissance et la synergie entre acteur·rice·s de la médiation :

- Recenser l'ensemble des acteur·rice·s pour favoriser les actions collectives et les partenariats vertueux ;
- Développer l'interconnaissance par le biais de rencontres et se fédérer pour mutualiser les projets ce qui permettraient à ces derniers de gagner en ampleur ;
- Travailler en réseau, favoriser la rencontre entre médiateur·rice·s par le biais d'une plateforme numérique. Que cette plateforme soit un espace de dialogue, de formation, d'échanges de documents de travail. Une plateforme où puissent être relayées les actions de médiation qui ont fait leurs preuves ailleurs et où puissent se développer des outils de médiation communs.
- Développer des instances (physiques ou numériques) pour réfléchir collectivement à de nouvelles manières de faire de la médiation.

### Favoriser les liens entre artistes et médiateurs :

- Créer, dès la formation initiale, un lien entre artistes et médiateur·rice·s en devenir pour créer un certain nombre de connivences, connaissances mutuelles des fonctions des uns et des autres et qui pourrait aider à la mise en place de projets futurs. Créer des espaces de rencontres et de travail entre étudiants de formations dédiées à la médiation et étudiants des écoles d'art.

- Veiller à ce qu'une souplesse demeure dans la définition des rôles de chacun (médiateur·rice et artiste) dans le travail de médiation. Éviter les approches trop dogmatiques.
- Veiller à bien définir en amont des projets, le rôle de chacun (artiste et médiateur·rice) quant au travail à mener avec le public/ Veiller à ce que la définition du rôle de chacun soit faite dans une concertation préalable.
- Développer l'idée du duo entre l'artiste et le/la médiateur·rice dans les appels à projets, en amont du projet et tout au long de celui-ci.
- Permettre financièrement que la médiation se construise toujours en amont des projets et permette la rencontre entre l'artiste et le médiateur très tôt.
- Penser durablement la relation entre l'artiste, le médiateur et le public en incitant les artistes à conserver et à partager leurs carnets, etc.

#### Donner les moyens physiques de la rencontre avec le public :

- La rencontre entre l'art et le public est grandement favorisée par l'implantation de lieux culturels sur un territoire donné, aussi il est important de défendre ces lieux existants.
- Favoriser géographiquement l'accès aux lieux d'art contemporain en développant du mécénat auprès des entreprises de transport. Ce qui permettrait à certaines écoles de se rendre plus facilement sur les lieux culturels.
- Contextualiser la rencontre entre l'œuvre et le public en organisant des moments conviviaux (goûtes, repas, etc.)
- Favoriser la mobilité des professionnel·le·s et du public en créant des covoiturages culturels (vers des expositions, vernissages, etc.)
- Approfondir les liens avec les intermédiaires pour aller à la recherche des publics non publics ou habitants, voisins, humains.

#### Rendre l'art contemporain plus accessible :

- Car la découverte de l'art contemporain passe aussi par une connaissance de l'histoire de l'art, proposer des conférences pour tous les publics ; des conférences de l'art d'un genre nouveau, plus attractives, plus attrayantes, plus accessibles.
- Dans le cadre scolaire, donner la possibilité aux élèves d'emprunter des œuvres au CDI, comme on emprunte un livre et rendre ainsi la relation aux œuvres plus naturelle et habituelle.
- Installer des galeries d'art dans les grandes enseignes et participer ainsi du développement de l'accès à l'art contemporain.
- Développer la présence de l'art dans des lieux du quotidien tels que les centres commerciaux et les salles de sport, ce qui permettrait une rencontre quotidienne et décomplexée avec l'art.
- Proposer aux cinémas (associatifs et commerciaux) de projeter, au moment des bandes annonces et des annonces publicitaires, des films d'artistes (plasticiens).
- Créer des temps de rencontres avec les acteurs et associations de quartiers, les animateur·rice·s pour les sensibiliser à l'art contemporain et ainsi développer de nouveaux partenariats entre structures extra-scolaires et lieux d'art contemporain.
- Décloisonner la création plastique et permettre la rencontre avec d'autres arts en s'appuyant sur les centres culturels.
- Développer des tiers lieux exigeants, portés par des artistes.

#### Communiquer différemment :

- Créer un « blabla culture », qui mettrait en réseau les propositions culturelles d'un ensemble d'acteurs.

- Étudier les moyens mis en œuvre par les grandes enseignes et leurs outils marketing pour attirer les publics.

#### **Défendre l'idée du « temps » dans le travail de médiation :**

- Si le temps est une notion importante dans la création, il l'est aussi au moment de la médiation. Valoriser le temps dans le travail de médiation, c'est établir une relation de confiance entre le-la médiateur·rice et le public.
- Prendre en compte le temps que prend la consommation de produits culturels dans les dispositifs d'évaluation de médiation.

#### **Œuvrer à la présence de l'art dans l'espace public :**

- Encourager les collectivités à recourir au 1% artistique. Et parallèlement à ça, veiller à ce que ces dispositifs ne se complexifient pas et n'engendrent pas une auto-censure de la part des artistes.
- Développer les politiques d'acquisition d'œuvres par les collectivités. Ces dispositifs sont peu utilisés, mais représentent pourtant un levier intéressant pour faire pénétrer l'art dans l'espace public.