

BLA!

association nationale
des professionnel·le·s
de la médiation
en art contemporain

48, avenue Sergent-Maginot
F-35000 Rennes
professionnelsmediation@gmail.com

Journée professionnelle du réseau PAC

03 décembre 2024

Marseille

-

Synthèse des échanges

Intervenantes :

Margot BAREYT

Chargée des projets d'interactions culturelles
Labo des cultures

Pauline LAVIGNE DU CADET

Présidente de BIM et membre du Conseil Collégial
de BLA!

Lucine CHARON

Coordinatrice générale de BLA!

Février 2024

1. Contexte et objectifs

Le groupe de travail s'est réuni dans le cadre d'une journée professionnelle organisée par le réseau PAC.

Le programme proposé par BLA! conviait les professionnels des arts visuels de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur à identifier les problématiques auxquelles ils sont confrontés lors d'actions de médiation et d'explorer des pistes d'amélioration qui pourront être ensuite mises en place aux côtés du réseau PAC.

Margot Bareyt, chargée des projets d'interactions culturelles Labo des cultures a également débuté les échanges avec un focus sur les actions du Labo des cultures, précisément sur les projets de médiation impliquant les habitant·es et les adolescent·es.

À la suite de cette présentation, un bainstorming a été proposé par les deux représentantes de BLA! (Pauline Lavigne et Lucine Charon).

L'après-midi a été consacré aux ateliers en petits groupes autour de trois thématiques identifiées par les participants.

2. Profils des participants

Les échanges ont rassemblé des professionnels de la médiation salariés d'institutions culturelles et d'associations, des artistes plasticiens, des stagiaires, des volontaires en service civique ainsi que des représentant·es d'organismes de soutien à la création artistique.

3. Principaux axes de discussion

a) Conditions de travail et statuts des professionnels

- » **Précarité financière et difficultés d'accès à un statut et rémunération stable.** L'ensemble des participants demandent la création d'un ou plusieurs postes supplémentaires pour mener à bien leurs missions.
- » **Problèmes liés à la reconnaissance et aux droits du statut d'artiste auteur.** Exemple : aucun d'entre eux présents n'avaient connaissance du droit à la formation (et de leur compte formation)
- » **Accès limité aux aides et subvention de fonctionnement**

« Je suis chargée de médiation, mais je dois aussi m'occuper de l'administration de l'association (demande de subvention, suivi des factures et recettes...) tout en démarchant de nouveaux publics et recevoir un SMIC »

Un turn-over des postes de médiation est observé. Contrats précaires, sous-payés et de courte durée, sont les trois raisons identifiées nettement par le groupe.

De ce fait, les structures et les artistes ont des difficultés à maintenir un lien pérenne avec les publics.

Exemple de pratique inspirante ; La Friche la Belle de Mai a pu créer un poste de chargé, de coopération de proximité ce qui est essentiel au développement des activités de médiation pour les Marseillais.

Un second poste serait tout de même nécessaire en soutien et renfort du premier poste.

b) Diffusion des actions de médiation sur le territoire

» **Les motivations majeures des publics à venir aux expositions** sont :

- la gratuité des lieux et des expositions
- la présence d'un autre établissement culturel ou d'un parc, jardin
- la présence d'une espace «détente» comme une librairie ou un café
- la programmation culturelle variée et de qualité (exemple : concerts en lien avec l'exposition, ateliers de pratiques artistiques...)

Les publics réguliers au sein des institutions culturelles sont :

- scolaires (tous les cycles)
- familles
- professionnels de la culture de la région notamment lors des visites d'expositions ou des workshops

» **Or le public adolescent, le public de proximité et le public sénior restent encore faiblement impactés** par les actions de médiation.

Ils sont plus rares et moins fidèles. Et les principales raisons sont le manque de moyens pour les accueillir dans de bonnes conditions. Les professionnels regrettent l'absence d'accès PMR et l'absence de mobiliers adaptés à l'accueil des bébés et leurs parents.

Une seconde raison est évoquée par les présents : manque de moyens pour communiquer leurs offres aux publics. Exemple : les seniors privilégient une communication papier (poster, dépliants...) et pas uniquement numérique. Les professionnels souhaitent avoir les moyens financiers et humains pour concevoir et diffuser cette documentation.

» **Déménagement constant des lieux**, car les bails sont précaires et sur une courte durée. Ce qui rend l'identification de la structure impossible

« Nous n'avons pas les moyens pour acheter des sièges-cannes pour les publics à mobilité réduite »

pour certains publics (exemple : séniors ou encore scolaires).

» **Rôle crucial des mécènes du territoire** (soutien financier, mais aussi des actions de médiation comme des visites /ateliers pour des entreprises),. Or les participants ont un accès inégal aux opportunités (qui sont principalement destinées aux très grandes institutions de type MUCEM).

c) Financements et soutiens publics

» **Des relations avec les partenaires publics denses et développées.**

Les agglomérations ou collectivités et la DRAC PACA sont les deux principaux soutiens. Ensuite ce sont les établissements scolaires et associations de quartier.

Exemples de pratique inspirante : les travailleurs sociaux sont des partenaires de terrain indispensables pour les professionnels de la médiation. Dans le 3e arrondissement de Marseille, une structure a tissé des liens forts avec ces professionnels mettant en place des réunions régulières instaurant une relation et dialogue de confiance.

Exemple : Cultures du Cœur 13 s'associe à Cultures du Cœur National afin d'organiser la formation courte : « Comment intégrer la médiation culturelle à l'accompagnement social ? » [ici](#)

Certains mentionnent également des partenariats réguliers avec le département, les offices du tourisme, des parcs nationaux et un soutien du ministère de la Justice dans le cadre des appels à projets Culture et Justice.

Les deux partenaires principaux recherchés sont :

- écoles des beaux-arts ou études supérieures
- structures sociales (exemple : EHPAD ou maison des jeunes)
- structures de la petite-enfance (crèches)

» **Complexité des dossiers de subvention et manque d'accompagnement.**

» Aides destinées à la production et à la diffusion conditionnées à la réalisation d'actions de médiation avec des publics spécifiques. Or les professionnels ne disposent pas assez de moyens pour les mettre en œuvre. De plus, les subventions ne couvrent généralement pas les frais occasionnés par les actions de médiation (exemple : l'Été culturel. Il est impossible de financer un médiateur en indépendance pour un renfort

« Les relations avec nos publics restent fragiles, car nous sommes nous-mêmes fragiles et épuisés »

; financement refusé lorsqu'il s'agit de développer des outils de médiation ou encore refus pour financer un transport comme un car).

» **Problèmes de continuité dans les financements** et dépendance aux appels à projets.

» **Non-connaissance des crédits disponibles sur le pass culture** pour les professionnels présents (très peu l'utilisent)

d) Structuration et coopération au niveau des projets de médiation

» **Besoin de renforcer les réseaux professionnels** et la mutualisation des ressources et des connaissances (exemple : les jeux/outils de médiation ou encore les demandes de subventions

» **Initiatives locales prometteuses, mais besoin de soutien financier** et d'une reconnaissance de la part de la ville, du département de la région. Il faut rendre visibles ces initiatives pour les publics de proximité.

e) Formation et accompagnement professionnels

» **Accès limité à la formation continue** et aux dispositifs d'accompagnement entrepreneurial (mécénat d'entreprise)

» **Manque d'information sur les dispositifs existants** (notamment sur les appels à projets du rectorat avec la part collective du pass culture)

» **Importance du mentorat** et du partage d'expérience entre professionnels.

4. Pistes d'actions envisagées

» **Renforcement des dispositifs d'accompagnement et de formation** sur les aspects administratifs et entrepreneuriaux. Exemple : webinaire sur l'aide à investissement pour acquisition de mobiliers pour accueillir des en situation de handicap, ou encore des publics scolaires ou bien petite-enfance

» **Mise en place et mise en place d'un observatoire régional des arts visuels** pour suivre l'évolution des pratiques de médiation avec les artistes du territoire (notamment, les actions EAC) et des besoins.

» **Facilitation des rencontres entre artistes et professionnels de la médiation pour créer des opportunités**

» **Valorisation des actions de médiation et actions EAC** sur le site

internet du réseau PAC ou dans la newsletter du réseau pour un meilleur rayonnement régional

- » **Simplification des procédures d'accès aux aides et renforcement du soutien à la création et médiation**
- » **Formation (ou diffusion d'offres de formations)** notamment pour l'accueil de la petite-enfance et des publics en situation de handicap aussi bien pour les artistes que les médiateurs
- » **Soutien urgent de la part des subventions publiques pour la création et pérennisation de poste en médiation.** Le stage ou le volontariat en service civique ne suffisent pas.
- » **Volonté forte de mettre en œuvre des projets de médiation sur une durée plus longue avec des bails longs et peu onéreux**, car cela permet de tisser des liens plus durables avec les publics de proximité, mais aussi les artistes intervenants. Cela induit également des projets qui répondraient aux axes de la transition écologique de la culture (anticipation des dépenses en énergie, lien humain renforcé, communication éthique, ciblée et durable...).
- » **Négocier un tarif avantage pour les adhérents du réseau PAC** sur [Promuseum](#) pour l'achat de matériel ou mobilier

5. Conclusion et prochaines étapes

Les discussions ont permis d'identifier des enjeux majeurs et des pistes d'action pour soutenir les professionnels de la médiation et les artistes (intervenants) en région Provence. Les participants ont vivement apprécié ce temps de parole concertée et d'écoute.

Il est essentiel de poursuivre cette dynamique de concertation et de mettre en œuvre des mesures concrètes pour améliorer les conditions de travail et de diffusion des actions de médiation en art contemporain.

Une nouvelle rencontre peut être envisagée dans les prochains mois pour faire un point d'étape sur les avancées et ajuster les stratégies en fonction des besoins exprimés.

À noter que la charge mentale des acteurs de la médiation (salariés et artistes) est forte. Cela est accentué par un sentiment de solitude qui est partagé par l'ensemble du groupe. Les salariés sont seuls à leur poste (et pour la plupart en temps partiel). Ils doivent aussi absorber plusieurs tâches au sein de la structure (régie, communication, accueil et administration). La présence et les futures actions du réseau PAC seront donc très bien accueillies par les professionnels.

6. Synthèse des groupes de travail

Groupe de travail 1 : Comment instaurer une meilleure collaboration des différents services au sein des lieux ? Pour mieux accueillir les publics de proximité.

Réponses :

- » Le temps long est à privilégier (actuellement ce n'est pas le cas - temps long pas assez accordé)
- » Modes de fonctionnement descendant restent encore majoritaires. Les enjeux de programmation sont conservés par les mêmes acteur-ices et il est donc parfois complexe d'impliquer les publics de proximité. Un regard vers le théâtre et le spectacle vivant serait envisagé pour apprendre des autres pratiques culturelles.

Demande : organiser une journée d'étude / conférence sur les droits culturels à Marseille

Groupe de travail 2. Regard sur l'association impliquant les travailleurs sociaux + médiateurs culturels. Comment la médiation et les projets avec les publics de proximité peuvent éviter de ne pas devenir un simple outil de communication ?

Réponses :

- » Les professionnels présents souhaitent des temps banalisés pour des temps de coopération avec les travailleurs sociaux, éducateurs ou encore médiateur social du quartier. Sans ce temps précieux et nécessaire, qui doit être inscrit dans la fiche de poste des salariés, les projets avec les publics de proximité semblent compliqués à mettre en place et à faire durer.
- » Une évaluation est nécessaire, mais elle ne doit pas être chiffrée (pas de quantitatif). Les objectifs actuels fixés par les politiques publiques sont

irréalisables et ne prennent pas en compte le peu de moyens humain ou financier dont disposent les structures.

Demande : création de petits-déjeuners partenaires avec médiateurs culturels et travailleurs sociaux (2 fois / an ?) pour favoriser les projets avec publics de proximité

**Groupe de travail 3 : Comment rendre nos lieux multi-usages ?
Comment décroïsonner la structure culturelle et répondre aux besoins des publics de proximité ?**

Réponses :

- » Il faut encourager la création de maillages et rendre les lieux hospitaliers. Les professionnels de la médiation peuvent imaginer des temps conviviaux.
- » Le désir d'accueillir doit être une priorité et pour cela il faut du temps de travail et y être formé (suivi du plan de formation des salariés sur les compétences d'accueil, de gestion de groupe...).
- » Une collaboration plus importante avec les structures voisines est également requise pour permettre de « s'adosser » de temps en temps et de s'épauler sur des besoins de publics.
- » Encourage la circulation entre les lieux pour éviter une concurrence.

Demande : écrire une charte / guide des bonnes pratiques d'accueil et de projets pour les publics de proximité à Marseille (ou région PACA).