

Note méthodologique sur l'organisation de workshops

États généraux des acteurs culturels et médias indépendants

Rappel du processus des États généraux

ÉTAT D'ESPRIT

L'Appel des indépendants a été lancé en mars dernier de façon spontanée, intuitive, organique parce qu'il y avait un enjeu vital à alerter sur la fragilité de nos structures, lieux, activités, métiers et une volonté partagée de porter des propositions de transformations culturelles et sociales.

Constitutive de notre démarche, **cette dimension vitale et artisanale, libre et organique doit rester présente, mais nous devons nous doter de quelques outils de cadrage pour avancer.**

Ici une intervention que Françoise Benhamou, spécialiste de l'économie de la culture, qui conforte notre démarche :

"La reprise partira ainsi des bases de l'économie de la culture : les auteurs, les artistes et les interprètes, les associations culturelles, les TPE de la culture. Ils font l'essentiel de l'emploi et de l'investissement culturel, ils sont ancrés dans des territoires. Ils s'inscrivent dans des cycles rapides d'échanges entre producteurs, fournisseurs, consommateurs. L'attention doit leur aller en priorité, même si cela contrevient aux réflexes habituels et se heurte aux demandes de soutiens venues d'autres acteurs du champ culturel. Elle ne leur est pas opposée cependant."

OBJECTIFS

Établir un état des lieux de la culture et des médias indépendants et dessiner ensemble le paysage culturel et médiatique que nous souhaitons pour demain, ouvrant à de nouvelles modalités de fonctionnement, de gouvernance et de coopération, mais aussi de contractualisation avec le privé, et appelant à une transformation des politiques publiques de la culture.

À l'échelle nationale et européenne.

À très court terme

interpellation, sur l'urgence de la situation : risque de dévastation des acteurs culturels et médias indépendants (évaluation des dommages, mesures d'urgence à prendre, etc.) et nécessité de leur solidarité.

À court, moyen et long terme

propositions de transformations / refondations du paysage culturel.

Il s'agit de ne pas attendre des solutions top/down à la crise, formulées dans des rapports se basant sur les habituelles "têtes de gondole" mais de formuler des propositions à partir de "la base", du tissu culturel indépendant, du maillage territorial.

La ligne directrice des Etats généraux

ENJEUX

1

Consulter l'ensemble des signataires de l'Appel

2

Consulter plus précisément une partie des signataires choisis pour leur diversité et leur représentativité lors de workshops sur l'ensemble du territoire

3

Consulter le grand public sur la base du volontariat

ÉTAPES

1

Organiser 100 workshops en France en présentiel du 20 juin au 31 juillet 2020

3

Consolider les propositions issues des workshops et de la consultation et produire un document de synthèse courant août 2020

5

Partager et promouvoir ces propositions auprès des professionnels de la culture et des médias ainsi que leurs partenaires publics et privés, à l'échelle nationale et européenne

2

Organiser une consultation en ligne (via une plateforme en cours de sélection)

4

Organiser un temps de partage et de restitution

échelle nationale :
les 15 et 16 septembre 2020 à Lyon

échelle européenne :
du 30 septembre au 2 octobre 2020 à Bruxelles

EN PARALLÈLE ET EN COMPLÉMENT

Participer à la vaste consultation "où atterrir après la pandémie ?" lancée par Bruno Latour et mise en oeuvre par Médialab : la participation des signataires de l'Appel à cette consultation permettra d'enrichir le volet "culture" et "médias" de la démarche et de prévoir des ateliers communs.

Vous accueillez un workshop chez vous ?

MERCI !



**En tant que lieu d'accueil,
vous êtes aussi organisateur de la session.**

Vous avez besoin d'aide ?

1.

Suivez les
étapes et conseils
ci-après !

2.

N'hésitez pas à
contacter Mathilde et
Anne-Caro!

3.

Rapprochez-vous
du référent de
votre secteur !

Les différentes étapes pour l'organisation d'un workshop

FORMEZ VOTRE ATELIER

1

Choisissez le format :
table ronde, débat,
réunion de travail...

2

Choisissez la durée :
nous conseillons une session
de deux heures maximum

3

Choisissez votre date :
c'est vous qui déterminez le
jour et les horaires

4

Choisissez votre thématique :
(exemples de thématiques
page x)

5

Déterminez les personnes
participantes :
nous conseillons un atelier de
10 à 15 personnes signataires
— veillez à une diversité des
structures et activités
ainsi qu'à la parité :)

6

Choisissez un animateur.trice :
modérateur, facilitateur,
facilitateur graphique...

8

Vous êtes à l'aise ?
Vous pouvez bien sûr intégrer
du public à votre session si
vous le souhaitez.

7

Choisissez un rapporteur.se :
il s'agit là d'un exercice
essentiel et indispensable —
vos livrables serviront aux Etats
Généraux et au livre blanc.

UNE FOIS QUE VOTRE ATELIER EST "PACKÉ"

1

Envoyez un mail synthétique à
Mathilde + Anne-Caroline avec
toutes ces informations
(infos obligatoires : dates,
horaires, lieu et adresse,
intitulé de votre session)

2

Envoyez une invitation aux
structures signataires de votre
secteur : nous vous enverrons
une invitation ready-to-go
avec les infos que vous nous
aurez données.

3

Affinez l'angle de votre session
et établissez un conducteur
type selon les invités

4

Intégrez au mieux les 3
verticales structurantes qui
nous semblent devoir être pris-
es en considération :
l'écologie, le numérique
et la jeunesse.

5

Tout livrable est précieux :
captation audio, captation
vidéo, synthèse graphique,
photos, CR écrits :
préparez au mieux la session
selon vos capacités !

6

Vous avez besoin d'aide ?
N'hésitez pas à contacter
Anne-Caro + Mathilde !

7

Vous avez besoin de matériel
communication spécifique :
nous sommes réactifs,
demandez-nous !

8

N'oubliez pas de faire un
reminder auprès de vos invités
la veille de la session.

Les différentes étapes pour l'organisation d'un workshop

LORS DE VOTRE ATELIER

1

Listez bien les personnes qui ont participé à l'atelier : prénom, nom, fonction, structure.

2

Si cela vous est possible, et si ce n'est déjà fait, demandez-leur de remplir le questionnaire préalablement envoyé par l'équipe de l'Appel des indépendants.

3

Suivez votre conducteur type :

exemple :

- qui sommes-nous ? en quoi sommes nous indépendants, quelles sont nos spécificités, difficultés, atouts ?
- état des lieux de la situation actuelle
- prévision pour les 6 mois à venir

- propositions : ce que l'on souhaite abandonner, ce que l'on souhaite développer.
- synthèse
- vote sur les propositions : les plus plébiscitées, les plus "vétoisées", les plus surprenantes.

UNE FOIS QUE VOTRE ATELIER EST PASSÉ

1

Postez tous vos livrables sur le Drive que nous vous aurons indiqué

Recommandations :

- captations audio ou vidéo, CR écrit, synthèse graphique, peuvent être utiles !
- prioritairement il nous faut une synthèse écrite des principales propositions des plus précises au plus larges.

- Listez vos projets Identifiez en quoi ils relèvent de la transformation nécessaire du secteur — identifiez leurs impacts directs et indirects. Le texte doit être court avec des intitulés de projet explicites (exemple ci-dessous)

Intitulé	Projet 1 (1 ligne)
Porteur.se de l'idée	(1 ligne)
Descriptif	(3 lignes)
Argument	en quoi il est un projet de transformation ? (4 lignes)
Impact	estimation directe et indirecte
Participants	liste des participants
Evaluation	court terme, MT, LT ? quels besoins pour mise en place

Thématiques indicatives

Vous êtes libres de choisir une thématique ou un sujet spécifique qui fait sens sur votre territoire ou pour la communauté d'acteurs culturels ou médias indépendants que vous fédérez.

À TITRE INDICATIF, NOUS PARTAGEONS ICI PLUSIEURS AXES THÉMATIQUES TRANSVERSAUX ET RÉFLEXIONS
QUI SOUS-TENDENT L'APPEL DES INDÉPENDANTS

1. LE TERRITOIRE

Comment encourager le développement d'un tissu d'acteurs indépendants à l'échelle du territoire ? Qu'est-ce qui caractérise les acteurs indépendants de notre territoire ? Comment travailler au plus près de la population et sur son territoire ? Les territoires face à la centralisation nationale ? Comment les indépendants peuvent-ils revitaliser les territoires et la démocratie ? Lutter contre les inégalités et les déterminismes ? Quelles solutions culturelles pour répondre aux fractures territoriales ?

4. FINANCEMENTS, SUBVENTIONS, RÉMUNÉRATIONS

Revoir les grands déséquilibres du financement de la culture : quelle part pour les indépendants acteurs de l'intérêt général ? Quel est le sens d'un financement public de la culture (création, missions de service public, lutte des inégalités d'accès, etc.) ?

2. L'INDÉPENDANCE

Qu'est-ce qu'être indépendants ? Indépendants : pourquoi et comment ? Indépendance, émergence et diversité ? Comment résister à la prédation des grands groupes privés ? Faut-il que l'État et les collectivités publiques protègent davantage/autrement les indépendants ? Les indépendants face à la nécessité de réinventer leurs modèles.

5. GOUVERNANCE ET PARTENARIATS

Est-on suffisamment créatif dans nos modes de fonctionnement ? Sortir de la structure de gouvernance pyramidale ? Comment hacker le milieu de la culture et des médias ? Entreprise Sociale et solidaire, SCOP, entreprise à mission, association, quels modèles pour progresser dans nos organisations ? Quel mode de contractualisation avec les partenaires privés ? Indépendants et acteurs d'utilité publique.

3. USAGES ET PRATIQUES

Pratiques émergentes dans la culture et les médias indés (point de vue du public et point de vue des acteurs) ? Les Indépendants sont-ils toujours en avance sur les nouveaux usages ? Comment innover dans nos métiers autour des usages et des pratiques de nos secteurs d'activités ? Quelle place des publics et des cercles extérieurs dans l'éditorial et la programmation ?

6. COOPÉRATION vs COMPÉTITION

Comment transformer nos modèles : vers une écologie de la culture et des médias ? Comment réinventer les fondamentaux économiques de nos secteurs ? La coopération est-elle compatible avec nos activités ? Quelles modalités d'action publique pour favoriser la coopération plutôt que la compétition ? Production culturelle et circuit-court ? Favoriser la création d'écosystèmes à l'échelle d'un territoire.

**NOUS SOMMES DISPONIBLES PAR MAIL OU PAR TÉLÉPHONE
POUR RÉPONDRE À VOS QUESTIONS CONCERNANT
LES ANGLES, LES FORMATS ET LA METHODO.**



MATHILDE GIRAULT

Ground Control (Paris)

06 03 17 76 05

mathildegirault@gmail.com

ANNE-CAROLINE JAMBAUD

Arty Farty (Lyon)

06 35 02 36 01

anne-caroline@arty-farty.eu