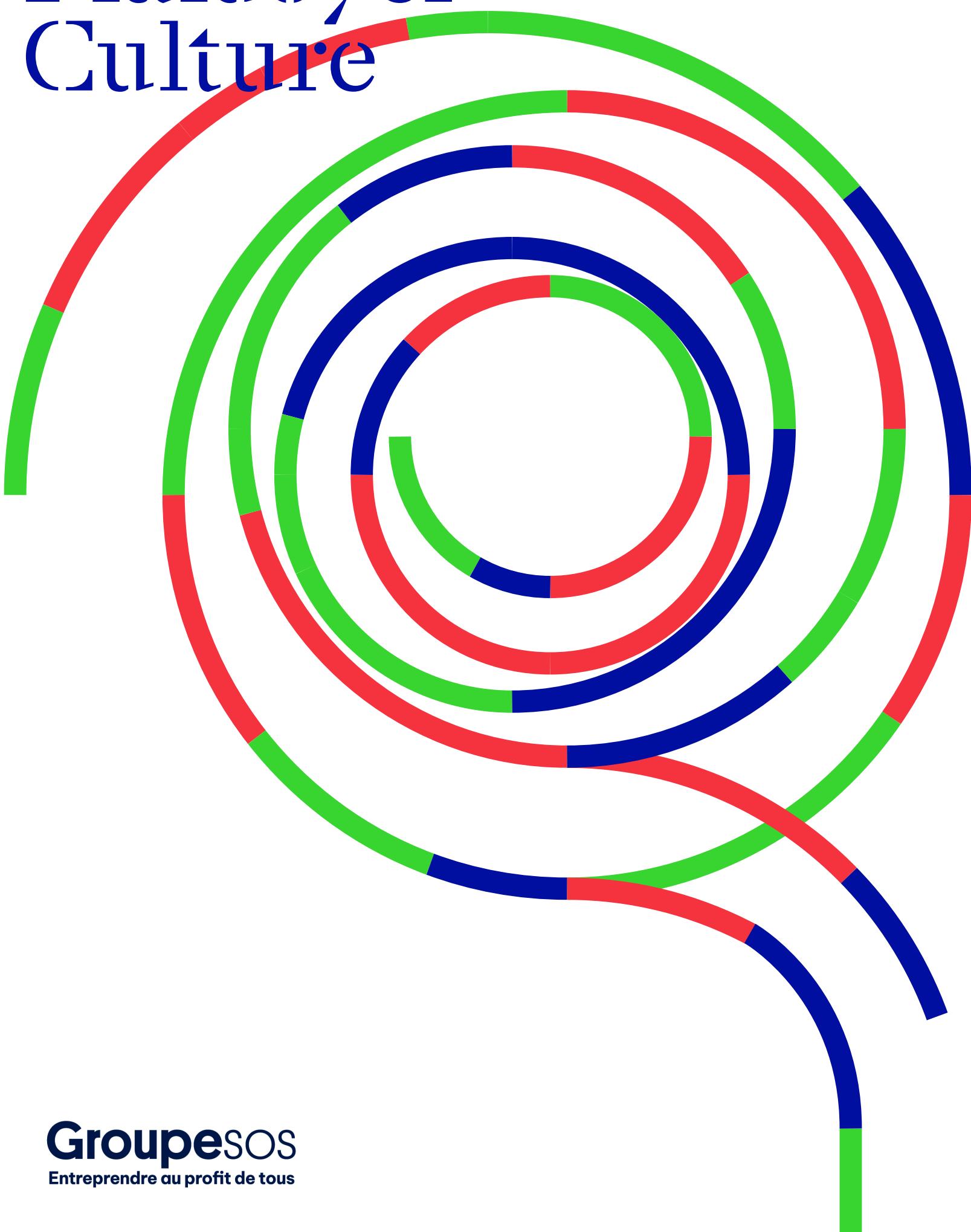


Plaidoyer Culture



Le Groupe SOS

Le Groupe SOS, première entreprise sociale d'Europe, œuvre au profit des plus vulnérables, des générations futures et des territoires.

Ce sont aujourd'hui près de 2 millions de personnes qui bénéficient des actions et des innovations du Groupe SOS, menées par ses 22 000 employé·e·s et ses 600 associations, entreprises et établissements, en France et à l'international.

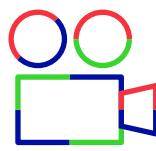
Depuis sa création en 1984, lors des «années sida», le Groupe SOS combat toutes les formes d'exclusions, mène des actions de terrain pour favoriser l'accès de toutes et tous à l'essentiel, vient en aide à des associations pour sauvegarder leurs activités et leurs emplois, et innove face aux nouveaux enjeux sociaux, sociétaux et environnementaux.

La Culture au Groupe SOS, c'est un laboratoire culturel des possibles qui intègre les incertitudes du temps présent. Partant de la conviction que le rôle des artistes et des créateurs·trice·s est prépondérant dans la définition d'un nouveau modèle de société, il porte la culture vers celles et ceux qui en sont le plus éloigné·e·s. Il crée des lieux culturels nouveaux fondés sur le soutien à la création, l'insertion, l'entrepreneuriat culturel et la citoyenneté.

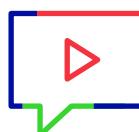
La Culture au Groupe SOS, c'est:



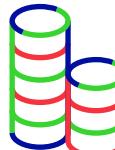
700 contrats de travail délivrés par an, dont 85% auprès de salarié·e·s en insertion



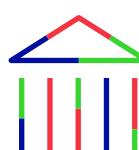
Du cinéma



Des médias



15 millions de budget



Du patrimoine



Des lieux de fabrique culturelle et de résidence



Une agence de production et d'ingénierie culturelle



Édito

Claire Andries
Directrice générale Culture Groupe SOS

La culture, c'est du lien et des histoires

Essentiel est le mot d'ordre de notre plaidoyer.

Que la vie reprenne ! Dans les salles de concert, dans les clubs, les librairies, les bibliothèques, les théâtres, les kiosques à journaux, les espaces publics, partout en France... mais avec un autre regard, d'autres engagements, d'autres formes de créativité, de solidarité.

Que reste-t-il de cette année suspendue ? Vers quoi aspire-t-on accompagner le spectateur·trice, le lecteur·trice, le visiteur·euse ? Quels sont les enjeux des acteurs et des actrices de la culture et des médias pour embarquer leurs publics ? Quels sont les nouveaux territoires de l'art ?

Parler de culture, au sein du Groupe SOS, c'est parler de lien, de mouvement, de cheminements, de récits, d'histoires et d'idées. Cette ligne directrice irrigue quotidiennement nos lieux, nos programmes d'accompagnement, nos médias et notre volonté de transmission des savoirs.

Pour le Groupe SOS, la culture permet en effet de voir loin, de stimuler les esprits et d'enchanter notre lecture du monde. Elle est nécessairement territorialisée et inscrite dans le respect des droits culturels comme axe de réflexion. La culture est celle des fiertés. Elle émerge, émarge, déroge, protège. Elle est le rêve éveillé de nos sociétés déboussolées pleines de bruit et de fureur. Elle est le poème qui empêche le bruit de tout assourdir. Elle donne, par le sensible, le cap. Elle est source d'accessibilité, de liberté et d'égalité.

Elle est donc utile, nécessaire, indispensable, essentielle.

Le Groupe SOS s'occupe du lien entre les personnes, d'où qu'elles viennent, respectueux de leurs identités et de leurs histoires diverses. Le Groupe SOS possède une capacité unique et inédite d'enrichir les thématiques culturelles par des approches transversales et ancrées dans les mouvements de société : solidarité, santé et soin, numérique, vivant, insertion, transition écologique...

Le Groupe SOS possède aussi une capacité à déployer sur un temps long les projets expérimentaux de la culture.

Or nous avons conscience que la culture se déploie dans un environnement et un contexte particulièrement mouvants. Le secteur culturel est certes historiquement très soutenu par les fonds publics en France, ce qui est une chance extraordinaire mais peut aussi être un frein au développement de nouvelles initiatives ou d'actions hors cadre. Nous avons la conviction que ce modèle unique tend à faire persister des paradigmes qui nécessitent d'être interrogés et d'être désormais réinventés.

Force est de constater également que les politiques publiques très volontaristes visant à démocratiser l'accès à la culture ne fonctionnent pas : si elles accroissent l'exposition à la culture de celles et ceux y ayant déjà accès, elles peinent à toucher les nouveaux publics qu'elles ciblent pourtant.

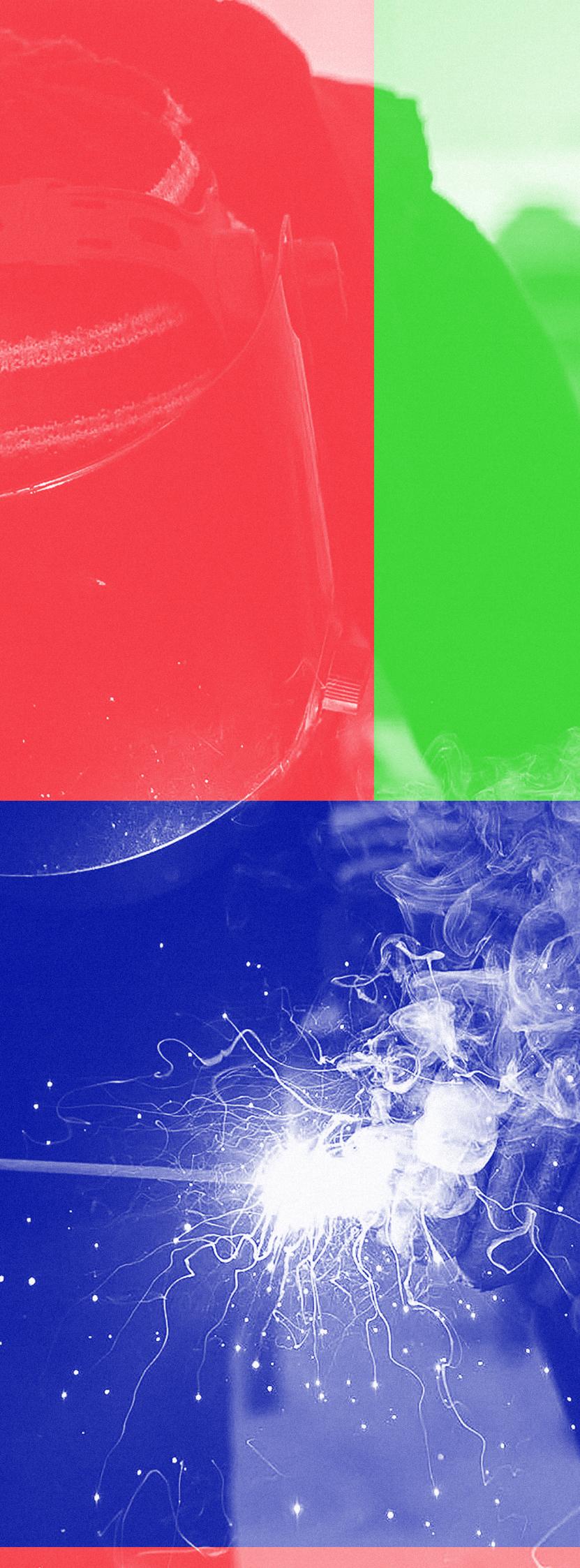
Pour notre part, nous souhaitons privilégier et mettre en œuvre une transition culturelle fondée sur une transversalité sociétale et un décloisonnement culturel, dépassant les labels, silos et autres chapelles, appuyés sur un nouveau modèle économique et un changement de paradigme.

Nous souhaitons ainsi accompagner un mouvement profond qui traverse l'ensemble de la société et monte en puissance : celui du renforcement des capacités de recherche et de création, d'investigation et d'innovation. Ce mouvement dit l'urgence fondamentale de l'ouverture à toute la société des enjeux de création, d'identité et de partage conduisant vers un nouveau contrat social de la culture, en forme de laboratoire culturel des possibles.

Les nouveaux modes d'accès à la création participent également à la naissance d'une nouvelle société de la connaissance. Au cœur de cette évolution, nous souhaitons contribuer à tracer des nouveaux chemins de coopération créative : c'est avec la complicité des artistes, des résident·e·s des établissements médico-sociaux du Groupe SOS, des salarié·e·s, des acteurs et actrices du territoire et des habitant·e·s que nous comptons les réfléchir, les construire et les étayer dans un dialogue permanent. En ce sens, comme une conséquence, nous revendiquons notre capacité à nous mettre à l'écoute et le droit à l'expérimentation.

I.

Bâtir les nouveaux lieux de fabrique culturelle



L'entrepreneuriat culturel : donner aux porteurs de projets les outils, l'écoute et l'accompagnement nécessaires

La séparation entre le cœur des projets culturels et leurs contingences matérielles nuit trop souvent encore à leur ambition, à leur développement et donc à leur pérennité. Dans la pratique, un projet culturel finit par se traduire en chiffres, en logistique, en outils. Il nécessite des compétences de gestion, de comptabilité, de recherche de financements, mais aussi de communication et de promotion.

Le modèle culturel actuel est fragile, car les porteurs et porteuses de projet souffrent d'un relatif isolement, renforcé par le fait que la formation soit concentrée sur l'aspect artistique de la création et néglige bien souvent de préparer les artistes, créateur-trice-s, auteur-trice-s aux contraintes de gestion auxquelles ils et elles feront face, pouvant les laisser démunie-e-s face aux considérations matérielles de ces métiers. C'est bien là une des spécificités de l'entrepreneuriat culturel.

Plus que les autres secteurs, ce secteur a besoin de coopération et de réseau, de réciprocité et d'échange, de partage d'expérience, d'échanges de bonnes pratiques. La culture de la coopération, nécessaire au développement de la culture proprement dite, comprend des formes de mutualisation d'outils, de moyens et de méthodes, de collaboration - pour atteindre un objectif ou accomplir une tâche - ou de contractualisation (plans, conventions, contrats, etc.). Elle implique que les partenaires soient sur un pied d'égalité, afin de faire œuvre commune, autour de finalités, de valeurs et de savoirs partagés qui rendent possible cette coopération. Cela implique la mise en place de nouvelles méthodes et de nouvelles règles de gouvernance, qui s'appuient autant sur les institutions culturelles formelles que sur le capital humain, les individus, leurs communautés et leurs organisations.

Faire ce mouvement, c'est réinterroger conséquemment la place de la culture et des arts dans notre société: le rôle des experts culturels, le statut des œuvres et des équipements culturels, la place des publics, les représentations sociales des artistes. C'est aussi un travail impératif de dépassement des dualismes qui ont historiquement structuré le déploiement des politiques culturelles: savant/populaire, primitif/beaux-arts, culture/nature/économie, écrit/numérique, art/société, art/science, art/artisanat, esthétique/technique.

Par ailleurs, le secteur culturel français est composé d'une myriade de petits acteurs, sans réels moyens de mutualisation ou de coopération. Cette spécificité marque à la fois une grande richesse et un signe de fragmentation du secteur.

À titre d'exemple, nous comptons environ 260 000 associations culturelles en France. Cinq sur six n'ont pas d'employé·e·s. À ce réseau s'ajoutent les petites sociétés et coopératives culturelles: toutes ces structures souffrent d'un relatif isolement, alors même que leur pérennité dépend de leur faculté à mutualiser leurs moyens et leurs outils, et à trouver l'accompagnement nécessaire à la conduite de leurs projets.

Cette organisation fragilise la structuration de la création culturelle: l'innovation – comme dans tous les domaines – nécessite en effet un soutien sans faille de la puissance publique pour survivre, car le marché n'y répond pas toujours, ou trop lentement ou alors selon des critères de rentabilité qui lui sont propres. Les porteur·euse·s de projets émergents risquent ainsi souvent de disparaître à la première difficulté, avant de rencontrer leur marché ou leur audience. Et l'exigence artistique en pâtit trop souvent.

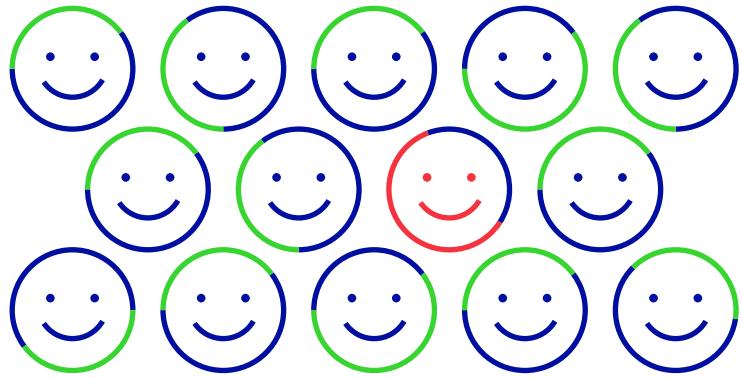
Nous estimons qu'une partie de la réponse passe par une allocation différente des financements publics et privés, afin de permettre la création de lieux à même d'accompagner les entrepreneur·euse·s culturel·le·s dans l'ensemble des dimensions de leurs projets. En réunissant sur ces lieux des personnes, des outils et équipements mutualisés correspondant à leurs besoins, un accompagnement pragmatique et formateur aux questions budgétaires, de communication et de promotion de leur production, nous soutiendrons leur autonomisation et leur développement. Ces connaissances et cette maîtrise sont en effet indispensables pour sortir de la seule dépendance à des subventions devenues toujours plus aléatoires.

Nous préparerons ainsi l'émergence d'une nouvelle génération d'acteur·trice·s artistiques et culturel·le·s, qui ne trouverait pas forcément sa place dans les grandes institutions et qui peine à émerger dans le paysage culturel français.

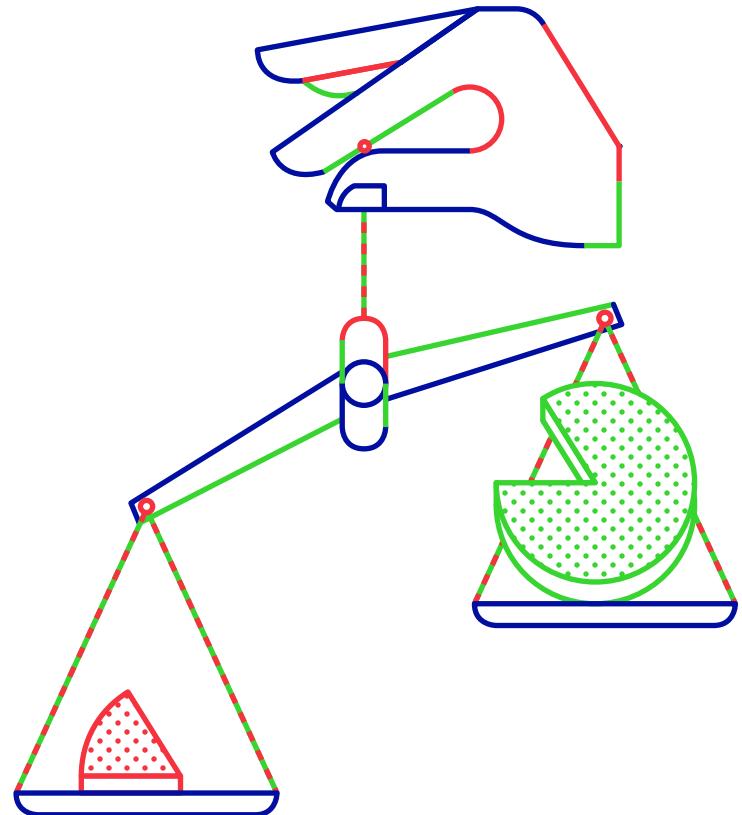
Cet accompagnement doit par ailleurs être territorialisé, afin de favoriser également la coopération territoriale et contribuer non seulement à la décentralisation culturelle, mais également à l'émergence de nouvelles voix sur les territoires.

Notre préconisation, pour se déployer sur tous les territoires, peut donc et à titre d'exemple se fonder sur un équipement culturel existant, public ou privé, afin de proposer un accompagnement et une mutualisation des outils pour les artistes et les porteur·euse·s de projets culturels d'un même territoire au sein d'un lieu physique identifié.

Les associations culturelles en France sont nombreuses, fragiles et fragmentées, elles gagneraient à mutualiser davantage.



En France, 263 400 associations ont moins d'un·e salariée·e en moyenne, mais 13 bénévoles en moyenne.



43 200, soit 16% des associations, sont employeuses pour 192 200 salarié·e·s.

220 200, soit 84% d'entre elles, sont donc sans salarié·e·s.

Chiffres de 2013, Ministère de la culture
www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Etudes-et-statistiques/Statistiques-culturelles/Donnees-statistiques-par-domaine_Cultural-statistics-databases/Associations-culturelles



Sortir de la polarisation des lieux pour publics avertis et profanes

En France, les lieux de culture se divisent schématiquement en deux catégories peu perméables. Nous ne négligeons pas l'émergence des nouveaux territoires de l'art que sont les tiers lieux culturels, aux contours néanmoins flous, ou les quelques 260 000 associations culturelles prémentionnées, qui ne rassemblent cependant pas la majorité des consommateur-trice-s de culture.

D'un côté, les lieux publics spécialisés et labellisés concentrent leur programmation sur un objectif d'excellence artistique, et se destinent à un public averti – délibérément ou non, les politiques de démocratisation de l'accès à la culture ne parvenant pas toujours à complètement changer cet état de fait. Les modèles économiques de ces lieux sont souvent majoritairement dépendants des subventions publiques.

De l'autre, les lieux détenus par de grands groupes privés centrés sur le divertissement, ciblent eux un public plus large, avec un fort objectif de rentabilité, pouvant faire passer les considérations artistiques au second plan. L'exigence va donc se concentrer pour ces acteurs autour du nombre d'entrées, de la réponse à une demande de consommation culturelle avérée et sans réelle prise de risque artistique.

Ces deux mondes dialoguent peu, chacun restant dans un domaine d'expertise spécifique. Nous assistons donc à une forte polarisation entre, d'une part un modèle public d'excellence, mais au fonctionnement rigide peinant à toucher le plus grand nombre et peu soutenable à long terme ; et d'autre part, un modèle privé plus agile, capable d'élargir le cercle des consommateurs de culture mais souvent au détriment de sa qualité, de la singularité des artistes, du renouveau des programmations.

Il nous apparaît alors d'un intérêt majeur d'inventer des lieux capables de réunir l'exigence artistique des lieux publics labellisés et l'agilité des lieux privés. Par là-même, ces lieux nouveaux pourraient amoindrir la division entre des publics sachants, au fort capital culturel, et des publics moins avertis que cherchent à toucher l'ensemble des politiques de démocratisation culturelle depuis des décennies, sans succès absolu. Le modèle de l'économie sociale et solidaire nous paraît à ce titre représenter une voie médiane naturelle, étant par essence dédiée à concilier les objectifs d'intérêt général de la force publique et la capacité d'agir permise par les logiques économiques du privé.

À la nécessité de construire des lieux capables d'accompagner et de mutualiser les moyens des porteur·teuse·s de projets culturels afin de favoriser la création, nous ajoutons ainsi celle de sortir de l'opposition stérile entre excellence artistique et soutenabilité économique, entre les seuls acteurs publics et privés, entre les publics acculturés et ceux ne l'étant pas encore.

Les lieux que nous proposons de bâtir pourraient ainsi, en plus de l'accompagnement des artistes, proposer des usages hybrides à même d'attirer le plus grand nombre et de favoriser la rencontre de chacun et chacune à la fois avec l'art mais aussi avec les artistes, présents sur les lieux de fabrique culturelle.

Parmi ces usages possibles, correspondant aux valeurs de l'économie sociale et solidaire, nous trouvons les projets d'insertion par l'emploi, de formation aux métiers culturels ; les cafés ou restaurants à des prix accessibles situés dans des lieux culturels beaux et souvent intimidants, dans lesquels chacun·e pourrait venir passer un moment de convivialité ; des programmes d'incubation ; ou encore des services à la population du territoire : accueillir des associations dans les locaux, proposer des mises à disposition, etc. Ces lieux pourraient également être conçus autour d'un projet politique ou militant ; une fabrique culturelle axée autour de valeurs sociales, écologiques ou solidaires, d'un projet commun au lieu culturel et aux autres usages qui y seraient développés.

Ainsi, la multitude des usages au sein d'un lieu culturel permet une rencontre avec les populations pouvant provoquer un intérêt pour l'art qui y est présenté, dans un contexte chaleureux ; tout en générant une source de revenus à même de permettre une moindre dépendance aux subventions publiques, et sans que l'exigence artistique n'en pâtitse.

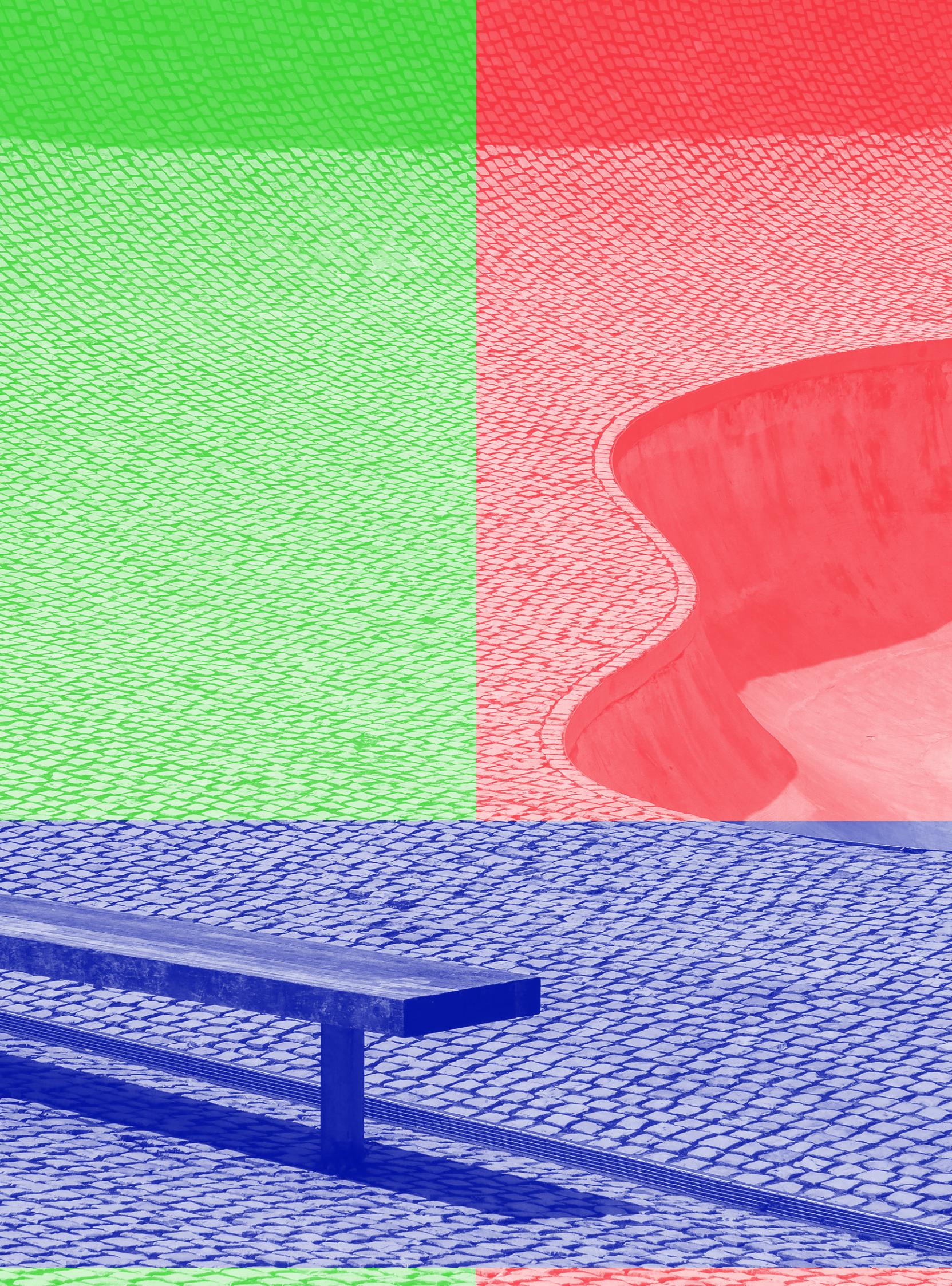
Dans le cadre de cette transition culturelle, notons également en effet qu'il y a nécessité à dégager des recettes permettant l'allègement de la part des subventions publiques dans les frais de fonctionnement des lieux culturels publics : aujourd'hui, une écrasante majorité du budget culturel des collectivités locales et de l'Etat est consacrée aux subventions de fonctionnement de structures existantes, qui en dépendent en trop grande partie. De ce fait, le budget restant pouvant être consacré au lancement de nouveaux lieux, projets ou artistes innovants est extrêmement faible. Parfois, moins de 10% !

Des modèles économiques plus soutenables, hybrides et moins dépendants des subventions permettraient ainsi de créer un cercle vertueux, redirigeant une plus grande part des budgets culturels vers l'accompagnement de nouvelles créations ou de projets innovants ; tout en réduisant la vulnérabilité des lieux aux arbitrages politiques et coupes budgétaires des collectivités dont ils dépendent.

PROPOSITION 1

Développer des lieux hybrides de création culturelle, par un financement d'expérimentations et de préfigurations de ces nouveaux modèles.

Travailler en partenariat avec les promoteurs immobiliers, dans un objectif de mise à disposition de lieux dans un contexte de montage de projets hybrides.





NOTRE ACTION

Commune image, fabrique engagée... de cinéma engagé!

Les jeunes producteur-trice-s éprouvent des difficultés dans le montage de leur projet et leur recherche de financements, ne serait-ce que par l'accès à l'information et la mise en réseau avec les bonnes personnes. Leur empreinte écologique n'est pas leur premier souci. À Commune Image, nous avons décidé d'agir en créant un dispositif d'accompagnement d'un an pour leur permettre d'accélérer leur développement et d'assurer leur durabilité. La durabilité a deux sens: d'une part il s'agit de la saine gestion de leur projet - les producteur-trice-s sont des entrepreneur-euse-s qui s'ignorent!; d'autre part c'est un accompagnement à la transition écologique des productions qui est prodigué. Ce dernier consiste d'abord en une mutualisation sous un même toit des compétences et des équipements de post-production.

Depuis 2009, Commune Image anime à Saint Ouen, sur 2500m², une communauté d'une centaine d'acteurs.trices engagé·e·s de la filière image, du cinéma à l'audiovisuel, en passant par la réalité virtuelle. De l'idée à la première projection, nous créons les conditions pour que les projets les plus ambitieux deviennent réalité. Et ce, durablement.



UNE INITIATIVE DU GROUPE SOS

L'immobilier au service de nouveaux lieux culturels

Le Groupe SOS a développé une approche singulière de l'immobilier, en dédiant strictement ses acquisitions aux services et usages qu'il encourage, développe et gère. Depuis quelques années, le Groupe SOS Culture développe conjointement une relation innovante avec les promoteurs/foncières immobilières/investisseurs pour créer des sites aux usages hybrides dans le champ culturel. Nous voulons accélérer ce mouvement. À Paris, Lyon, Toulouse, Marseille...

Cela nous permet sans tarder:

- de construire des nouveaux espaces qui manquent sur le territoire français ou ultra-marin;
- d'imaginer du transitoire et de l'éphémère en préparant les usages sur le long terme;
- de se donner la possibilité de nouvelles explorations et expérimentations: aire de jeu inclusive, scène pour la prise de parole et l'action citoyennes, nouveaux récits, nouvelles images, programmes d'incubation et d'accompagnement...

Nos lieux de fabrique culturelle sont des occasions pour conclure de nouveaux partenariats et de nouvelles alliances.

Ce sont aussi des prétextes heureux et inédits pour renforcer la transversalité du Groupe SOS à travers toutes les thématiques qu'il adresse: transition écologique et attention au vivant, santé et care, insertion et inclusion, territoires apprenants, préservation des diversités et des droits culturels.



UNE INITIATIVE DU GROUPE SOS

Les lieux d'expérimentation culturelle

Les projets de lieux d'expérimentation culturelle créés ou à venir tels La Citadelle à Marseille, H7 et la Salle Rameau à Lyon, ou Commune Image à Saint-Ouen, incarnent ces valeurs au sein du Groupe SOS.

Ils sont tous singuliers et porteurs d'enjeux communs tels:

- L'insertion et la formation de publics éloignés de l'emploi: par exemple, les activités liées aux chantiers patrimoniaux portés par Acta Vista ou encore les projets liés aux métiers du cinéma en cours de développement à partir des effets spéciaux;
- L'enjeu de la Citoyenneté via l'éducation artistique et culturelle ([voir plus loin](#));
- Le soutien à la création, la programmation et l'entrepreneuriat culturel: chacun des projets abrite un dispositif de résidence permettant à des créateurs-trice-s, porteurs-teuse-s de projets de mener à bien leurs activités et leurs projets artistiques. C'est le cas, par exemple, des cinéastes accompagné-e-s par Commune Image, des producteurs-trice-s de musique du réseau Arty Party à H7 ou de la «scène ouverte musicale et littéraire» qui fait partie du projet de la salle Rameau;
- L'ouverture à une diversité d'usages et de publics: les lieux développés au sein de SOS Culture sont conçus à partir d'une vision généreuse et ouverte de la notion culturelle. Ils permettent le croisement entre des publics professionnels et des publics plus larges, notamment éloignés de la culture. Ils abritent en leur sein des activités diverses, souvent construites en lien avec d'autres secteurs du Groupe.

Cette approche pourrait être synthétisé dans ce que nous appelons les «fabriques de projets culturels et artistiques».



UNE INITIATIVE DU GROUPE SOS

Révéler la diversité des histoires culturelles des publics

Les équipes des projets culturels du Groupe SOS considèrent qu'il est indispensable d'aller vers les publics les plus empêchés que le Groupe accompagne, au sein de nos structures sociales et médico-sociales. C'est dans cette perspective que sont créés des parcours culturels pluriels, permettant d'amener œuvres et artistes à ces publics et de faire de la mise en relation sur les territoires entre l'ensemble des établissements du Groupe SOS et les lieux culturels.

Plusieurs exemples concrets de projets en cours de réalisation:

- Des ateliers de découverte des métiers culturels pour les jeunes de l'Aide Sociale à l'Enfance (ASE) en partenariat avec le Pass Culture;
- Des séances de cinéma dédiées aux bénéficiaires des établissements médico-sociaux accompagnées d'une salle de cinéma virtuelle, en partenariat avec la 25^e heure, autour d'un catalogue de films engagés;
- Une résidence d'auteurs autour des «Histoires vraies» avec François Beaune et Jack Souvant en partenariat avec le Centre National du Livre;
- Des cours d'histoire de l'art dispensés aux résident-e-s des EHPAD avec le soutien de la Fondation Art Explora;
- Des consultations poétiques réalisées au cœur d'un hôpital avec le soutien du Théâtre de la Ville.

II.

Travailler
l'accès
à la
culture
des publics
éloignés



Renouveler la commande artistique avec les citoyen·ne·s

Les politiques françaises et européennes de démocratisation de l'accès à la culture peinent depuis des décennies à atteindre leur objectif: attirer de nouveaux publics de culture dans les lieux ou manifestations dédiés. Ces politiques de facilitation de l'accès ont en effet démontré qu'elles tendaient à accroître la consommation culturelle de celles et ceux y étant déjà sensibles, plutôt qu'à attirer de nouveaux publics.

Pourquoi cela ? Il est probable que donner accès, sans mise en contexte et sans sensibilisation préalable à des œuvres pouvant sembler inaccessibles, ne soit pas une méthode efficace. Parce que comme l'écrivait Danièle Sallenave « on ne réclame pas ce dont on ne fait pas l'expérience », il y a urgence à « rendre la culture présente, et désirable, si nous voulons qu'on en réclame davantage ». Et il s'agit là d'un sujet majeur: la culture constitue un outil d'émancipation, un capital décisif dans la capacité d'agir, individuellement comme collectivement.

En tant qu'acteur de l'économie sociale et solidaire, gestionnaire d'établissements et de programmes destinés à des populations en situations d'exclusions diverses -précarité, mal logement, handicap etc. -, nous remarquons qu'il subsiste un véritable impensé dans ces politiques. Les populations accompagnées dans des structures sociales, médico-sociales ou sanitaires constituent un public potentiel important, qui bénéficierait évidemment d'un meilleur accès à la culture si seulement elles pouvaient bénéficier de structures d'accueil à même d'organiser la sensibilisation et l'accompagnement des publics à l'offre culturelle, en lien notamment avec le réseau extrêmement densifié des lieux culturels en France.

Pour commencer et mobiliser de manière très concrète les citoyen·ne·s, invitons-les à participer directement à une commande publique, sous forme de commande artistique citoyenne.

Il s'agit donc de mettre en place un programme de commandes culturelles et artistiques à dimension citoyenne, constitué majoritairement de publics éloignés, empêchés et fragiles, afin d'adresser la question essentielle de la demande d'art, ou de celle d'une commande à passer en matière artistique.

Concrètement, toutes les personnes ou groupements qui le souhaitent devront pouvoir s'appuyer sur un dispositif complet de formulation et de production pour les aider à assumer la responsabilité d'une commande d'œuvre d'art ou d'une action culturelle. Il leur appartiendra alors d'exprimer leurs désirs et de dire les raisons qui fondent leur souhait d'un projet artistique. Dans le cours de déploiement de ces commandes, ils seront ensuite amenés à en débattre directement avec les artistes ainsi qu'avec toutes les personnes qui se trouveront concernées par leurs initiatives. Les commanditaires devront également, avec l'aide d'une médiation, préciser en temps voulu les contraintes techniques et administratives, comme le cadre financier, dont l'artiste devra tenir compte.

Les commanditaires – par exemple, des communautés constituées autour d'un enjeu sociétal – seraient responsables de l'intégration de l'œuvre au sein de la communauté dans laquelle elle s'inscrira.

Un dispositif de médiation culturelle, pouvant être assuré par les associations culturelles ou les associations accueillant les publics en situation d'exclusion concernés par ce projet, accompagnerait le groupe citoyen commanditaire pour formaliser sa commande d'œuvre auprès de l'artiste ou de son représentant.

Ainsi, grâce à ce dispositif régi par un protocole qui définit précisément les rôles et les responsabilités de chaque intervenant – commanditaire citoyen et constitué, médiateur et artiste –, tout·e citoyen·ne, même éloigné·e de l'art mais qui le désire, peut ainsi faire entendre sa voix et contribuer à proposer une vision nouvelle de la société pour faire émerger un art engagé et en contexte.

Dans tous les territoires de France, il s'agit:

- de soutenir – durablement – un dispositif qui structure le partage de la culture;
- de réinventer les modalités de faire de la culture;
- d'imaginer de nouveaux partenariats avec les associations, les institutions et les acteurs locaux.

Le protocole de travail se déclinerait comme suit:

- Une demande/commande artistique, territorialisée, issue d'un rassemblement de citoyens et citoyennes, préalablement sollicité, adressée au médiateur, qui pourra également coordonner la démarche et la coproduire;
- Un travail et des collaborations qui se développent sur un temps long afin de réaliser ou d'activer un dispositif artistique;
- Un accompagnement par des expert·e·s des secteurs artistiques concernés;
- Un budget préalablement fixé par commande;
- Une observation et une mesure d'impact;
- Une maintenance ou restitution par les citoyens.

Ainsi, nous favoriserions un changement de paradigme fort, en établissant d'une part la capacité d'agir, de choisir et de commander de l'art pour des populations en situation d'exclusion ou d'éloignement de la sphère culturelle; et d'autre part la capacité du secteur culturel à devenir un vecteur de l'expression des préoccupations sociales et sociétales des citoyens et citoyennes. Par ailleurs, nous développerions une nouvelle manière de penser les politiques de démocratisation de l'accès à la culture, par la définition du rôle de médiation culturelle des associations ou organismes pertinents.

PROPOSITION 2

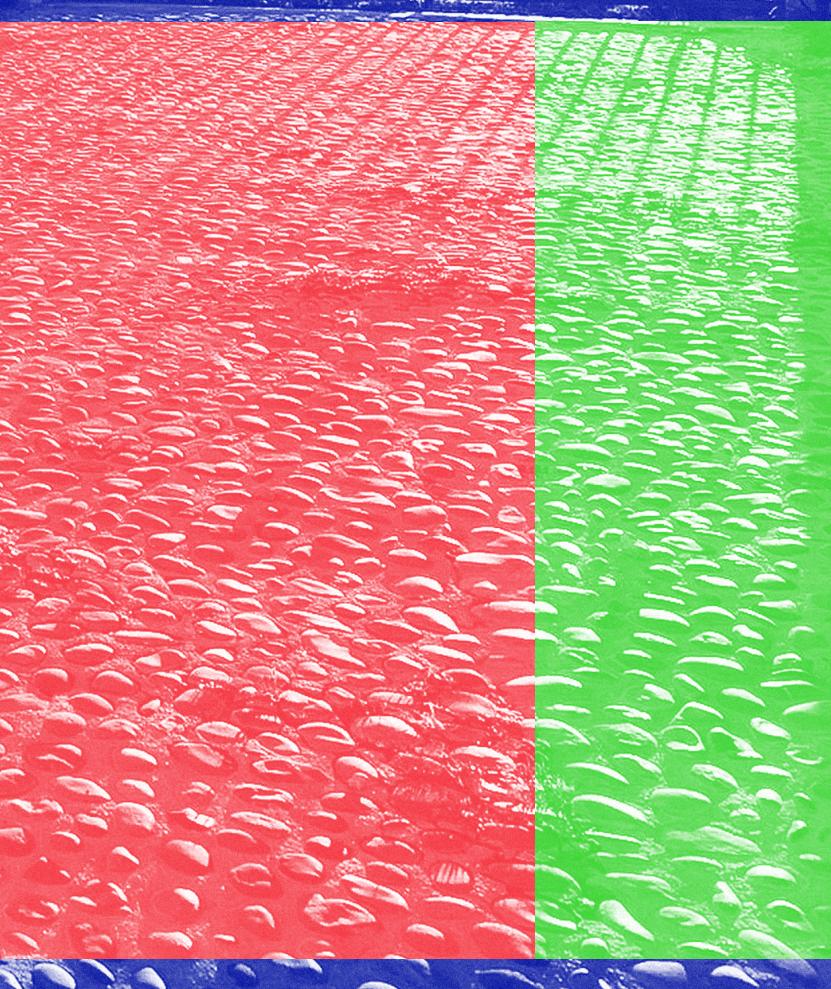
Déployer un programme national de commandes artistiques citoyennes à destination des publics éloignés de la culture accompagnés au sein des structures sociales, sanitaires et médico-sociales.

III.

Mettre
les individus
au cœur de
l'éducation
artistique
et culturelle



L'insertion par les métiers culturels: les chantiers de restauration du patrimoine



La culture a le pouvoir de construire, et de reconstruire, au sens propre comme au figuré. Elle peut être un élément-clé du rétablissement physique, psychique et social d'une personne. Il existe une forte corrélation entre la participation culturelle et le bien-être. Elle est même considérée comme deux fois plus importante que celle relative à la participation politique selon une étude européenne. (Source: Étude Conseil de l'Europe 2016)

Nous avons donc tout intérêt à mettre en lien les politiques d'insertion et les politiques d'accès à la culture:

- Afin d'utiliser la culture et le bien-être qu'elle procure comme levier d'insertion;
- En se servant des programmes d'insertion comme point d'accès à la culture pour les plus exclus.

Les chantiers de restauration de monuments historiques en sont un parfait exemple. Ils permettent l'insertion des femmes et des hommes les plus éloigné·e·s de l'emploi, par la reprise d'un rythme de travail, l'acquisition de nouvelles compétences, des codes de l'entreprise, la remobilisation par le « faire ». Ils favorisent aussi un accès inédit et privilégié à la culture : les salles de formation sont remplacées par les monuments les plus emblématiques du territoire. Il s'en dégage une fierté sans équivalent, celle de contribuer à la société dans ce qu'elle a de plus précieux, par la beauté et la mémoire.

Confier la restauration des plus prestigieux monuments historiques aux personnes les plus exclues est un gage de confiance envers le ou la salarié·e et de la qualité de son travail. Que cela suscite des vocations ou que cela serve simplement de première marche vers l'emploi a peu d'importance : c'est une source d'émancipation considérable, permettant de retrouver confiance en soi et en la société.

Dans le même temps, la moitié des 14 000 Monuments Historiques classés en France sont en mauvais état, et les moyens manquent pour les restaurer. En témoignent les vagues d'alertes signalées partout en France dans le sillage de l'incendie de Notre-Dame.

Ainsi, ces chantiers d'insertion remplissent un triple objectif d'insertion, de transmission culturelle et de restauration de notre patrimoine en péril. Dans le domaine du patrimoine, ils contribuent également à la préservation et la diffusion des savoir-faire, à la valorisation d'une filière qui peine souvent à recruter, et à l'attractivité touristique de nos régions. Leur soutien représente donc une politique culturelle efficace et stratégie.

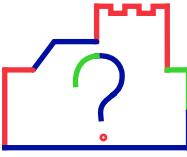
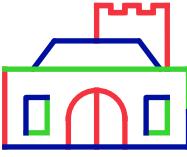
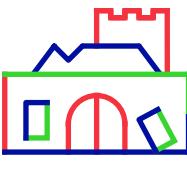
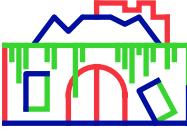
Par ailleurs, le patrimoine français est également peu accessible aux populations les plus jeunes: considéré comme réservé à une élite, ou une autre génération, il peine à intéresser de nouveaux publics, y compris dans sa dimension historique et citoyenne. Le patrimoine est souvent perçu comme un bien culturel figé dans le temps: nous percevons difficilement son potentiel évolutif, sans sa capacité à devenir un support de projets culturels et sociaux en adéquation avec les attentes et usages de jeunes générations. C'est pourtant la seule manière de le faire vivre, et de lui donner une chance d'être valorisé à travers les âges.

Aujourd'hui, peu d'actions sont entreprises dans ce sens: seul un petit nombre d'édifices historiques servent de supports à des projets alternatifs comme des chantiers d'insertion ou projets environnementaux, les projets alliant patrimoine et découverte des métiers liés à sa protection et sa valorisation, ou encore sensibilisation à la citoyenneté et à la solidarité sont rares; de même que les projets s'appuyant sur le patrimoine pour porter une réflexion sur les grands enjeux sociaux, culturels, environnementaux du XXI^e siècle.

Nous proposons de considérer l'appropriation du patrimoine, en tant que «bien commun», comme levier de citoyenneté et vecteur de transmission, en:

- Intégrant dans les parcours scolaires et au sein des centres sociaux un parcours «patrimoine» permettant dans chaque niveau, chaque âge de s'approprier son patrimoine à travers:
 - des ateliers découverte de sites emblématiques;
 - la participation à des démarches participatives sur l'usage des sites;
 - la découverte des chantiers d'insertion professionnelle déployés sur ces sites;
- Formant les encadrants et enseignants pour leur permettre de faire vivre ce parcours à chaque niveau tout au long de l'année;
- Valorisant et facilitant la mise en œuvre de projets permettant des nouveaux usages de Monuments Historiques tout en préservant leur intégrité.

Seulement la moitié des monuments historiques classés est en bon état ou en état passable.

État	Bilan 2003	Bilan 2007	Nombre de monuments
État non précisé	5 878	4 006	40% 27%
			
Bon état sanitaire	2 820	3 318	19% 22%
			
État sanitaire passable	3 316	4 139	24% 28%
			
État sanitaire défectueux	1 862	2 850	- dont évolution accélérée 64 100 13% 19%
			
En situation de péril	639	629	- dont évolution accélérée 66 143 4% 4%
			
Total	14 815	14 897	

Source : www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/084000155.pdf



UNE INITIATIVE DU GROUPE SOS

Acta Vista, faire du patrimoine un levier d'inclusion

L'association développe depuis près de 20 ans des chantiers de formation et d'insertion professionnelle prenant appui sur la restauration de patrimoine historique. Ces chantiers singuliers permettent aux collectivités territoriales de conjuguer l'inclusion de leurs habitant·e·s et la valorisation de leurs atouts patrimoniaux et culturels.

La restauration des édifices devient ainsi une opportunité pour:

- Créer de l'emploi;
- Transmettre les savoir-faire;
- Dynamiser les territoires.

Acta Vista recrute, forme et accompagne vers l'emploi plus de 500 personnes en difficulté par an.

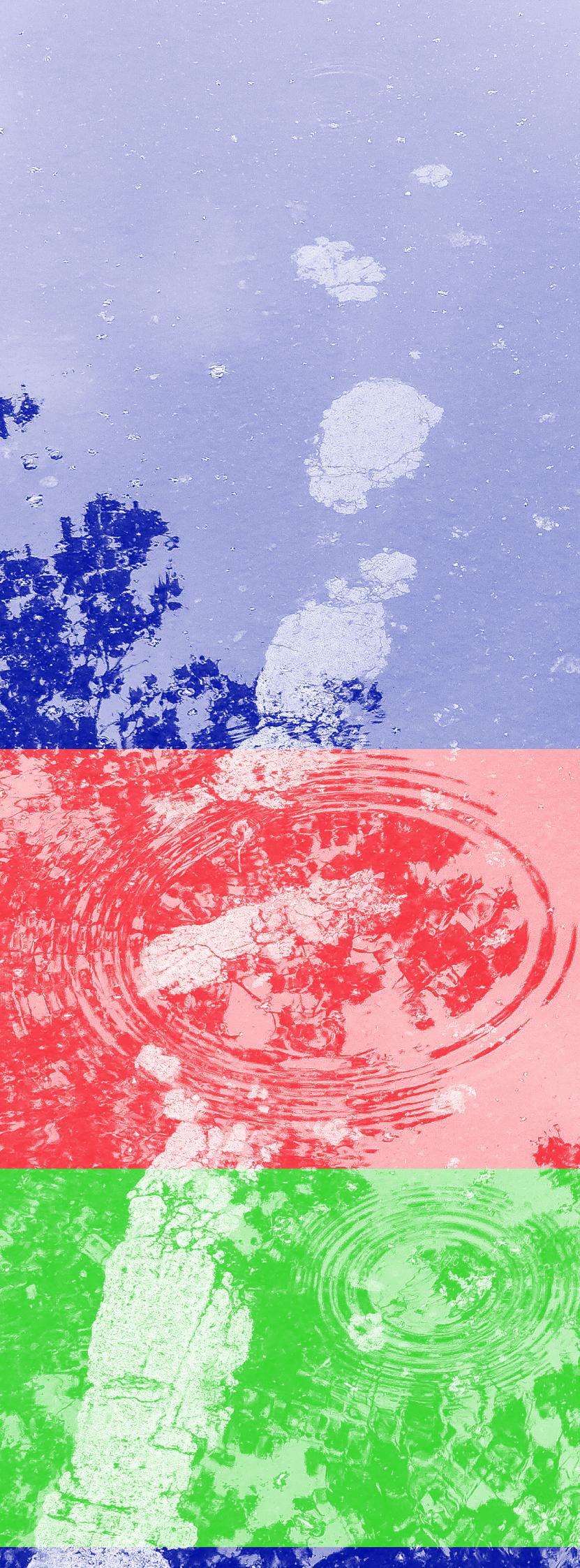
- 2 personnes sur 3 retrouvent le chemin de l'emploi;
- 9 sur 10 se qualifient aux examens présentés (titre professionnel de niveau III, reconnu par le Ministère du Travail).

Plus de 35 chantiers de formation menés et autant de sites restaurés et valorisés depuis 2002.

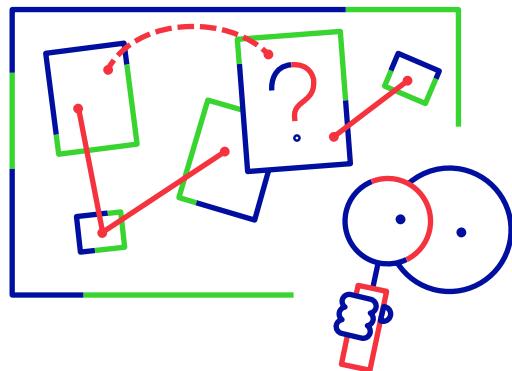
Déployer une politique culturelle de soutien aux chantiers d'insertion dans les monuments historiques, en renfort des politiques d'insertion par l'emploi.

Intégrer dans les structures scolaires et au sein des centres sociaux un «parcours patrimoine», afin de découvrir ces sites et de participer à y imaginer de nouveaux usages.





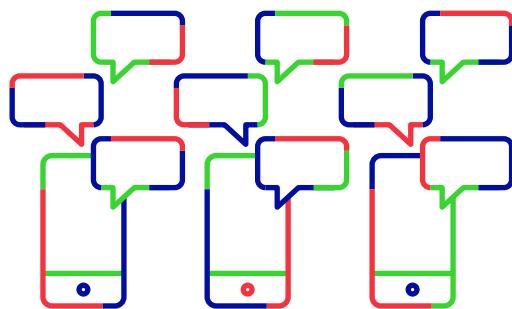
L'Éducation par la pratique journalistique, outil de lutte contre la désinformation



Aujourd'hui, 8 français·e·s sur 10 adhèrent à au moins une théorie du complot.

Et nous n'avons pas tou·te·s les mêmes armes face aux fakes news : les jeunes, les personnes âgées, les catégories sociales défavorisées et les moins diplômé·e·s y sont plus réceptifs.

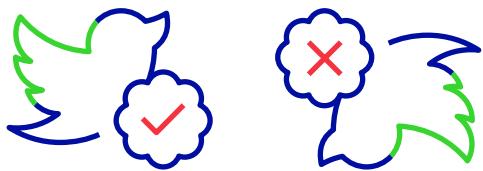
Chez les 18–24 ans, 28% adhèrent à au moins 5 théories du complot différentes.



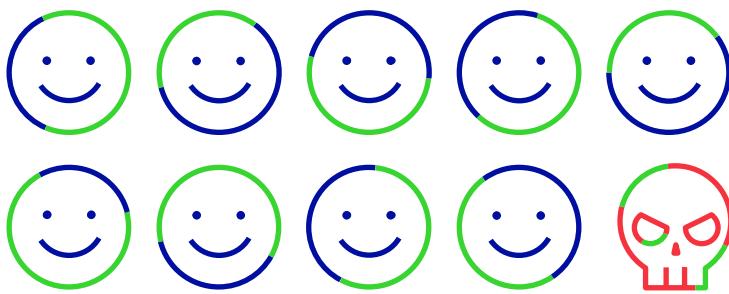
Les deux tiers des jeunes Français·e·s fabriquent de l'information : ils publient, commentent et relaient des contenus en ligne. Or, cette utilisation n'est pas toujours éclairée.



80% des jeunes Américain·e·s ont du mal à distinguer une information d'un contenu publicitaire.



1/4 a du mal à distinguer un compte Twitter authentique d'un compte parodique.
Du côté des jeunes Français·e·s, seuls 9% font la différence entre un fait et une opinion, avec un fort écart entre jeunes issus de milieux favorisés (20%) et défavorisés (2%).



À ce constat nous pouvons ajouter le problème du harcèlement en ligne :
On estime qu'un message sur 10 posté sur les réseaux sociaux est un message de haine.

Nous ne pouvons que nous féliciter de l'intérêt porté à l'information ; mais devant l'afflux de fake news et théories du complot, nous devons systématiquement fournir les armes permettant de sourcer une information et de s'assurer de sa véracité. C'est d'autant plus important que les sources traditionnellement identifiées comme fiables, les journaux historiques et à grand tirage par exemple, sont remises en question : seul un quart des français déclarent faire confiance aux médias.

Cette méfiance fragilise la citoyenneté. La démocratie est en cause : la méfiance envers l'autre générée par les conspirationnistes et par l'affrontement de « plusieurs vérités » dans l'espace public – non sur des interprétations, comme cela peut être le cas en fonction des sensibilités, mais bien sur les faits eux-mêmes – nuit à notre capacité à faire société. Comment amorcer un débat citoyen quand il n'y a pas de vérité partagée sur le constat à la base de la discussion ?

Les pouvoirs publics et les médias ont pris trop tardivement conscience du problème. Ce dernier leur échappe d'autant plus que les grandes plateformes et les algorithmes qu'ils développent évoluent quotidiennement. Les réponses le plus souvent apportées relèvent de la réaction, là où le problème mérite de la prévention.

Il est donc impératif de s'attaquer sans tergiverser à l'enjeu de la citoyenneté numérique, tant du côté de l'éducation des futurs citoyens que de la réglementation des opérateurs.

En France, malgré une reconnaissance unanime du problème, seul un tiers des jeunes a bénéficié de sessions d'éducation aux médias et à l'information. Pourtant, ces sessions ont démontré leur efficacité : 65% de ceux en ayant bénéficié vérifie souvent la source de leurs informations, contre 42% pour les autres.

Afin d'aider les jeunes - futurs citoyen·ne·s - à naviguer sereinement dans le flux d'informations, nous préconisons une action ambitieuse.

D'abord, développer la cyber citoyenneté à travers la mise en place d'un brevet numérique, à destination des collégiens. Celui-ci s'axerait sur la mise en pratique à travers des ateliers d'éducation aux médias et à l'information proposés à l'ensemble des collégiens, et sanctionnés par l'obtention d'un brevet numérique à la fin de la troisième.

Ensuite, former les encadrants à l'éducation aux médias et à l'information tout au long de leur carrière. Il s'agira d'affirmer et de valoriser le rôle du professeur documentaliste et faire de lui l'interlocuteur privilégié, ainsi que le formateur, des encadrants au sein d'un établissement scolaire.

Enfin, nous proposons une plus grande transparence de la part des plateformes web sur les technologies développées, par l'ouverture du code source des fils d'actualité.



UNE INITIATIVE DU GROUPE SOS

Lutter contre les «fake news» en développant l'esprit critique pour accéder à la citoyenneté

71% des jeunes en France utilisent les réseaux sociaux quotidiennement et comme premier moyen d'information*. Il en résulte un risque important d'exposition aux fake news, et donc de rupture dans le parcours de citoyenneté.

Afin de répondre à cet enjeu, Mouvement UP a conçu des ateliers d'éducation critique aux médias destinés aux jeunes de 14 à 25 ans. Ils sont ainsi mobilisés pour prendre part à une aventure journalistique de trois jours, au cours de laquelle ils créent un média (podcast ou web magazine). À travers ce projet, ils sont amenés à comprendre comment se fabrique une information fiable, fondée sur des faits et non des opinions, et ainsi à mieux appréhender l'univers médiatique. Pour Mouvement UP, la transmission de la pratique journalistique est LA clé pour développer l'esprit critique et éviter de tomber dans le piège de la désinformation. Il s'agit donc d'accompagner les jeunes vers une meilleure compréhension de la société afin qu'ils puissent investir pleinement leur citoyenneté. Depuis 2015, Mouvement UP a ainsi accompagné plus de 20 000 jeunes en France et en Europe.

Former les encadrants des collèges à l'éducation critique aux médias et à l'information, afin de leur permettre d'animer des ateliers auprès de tous les élèves de chaque établissement.

*Source: Ministère de la Culture

Nos propositions

PROPOSITION 1

Développer des lieux hybrides de création culturelle, par un financement d'expérimentations et de préfigurations de ces nouveaux modèles. Travailler en partenariat avec les promoteurs immobiliers, dans un objectif de mise à disposition de lieux dans un contexte de montage de projets hybrides.

PROPOSITION 3

Déployer une politique culturelle de soutien aux chantiers d'insertion dans les monuments historiques, en renfort des politiques d'insertion par l'emploi. Intégrer dans les structures scolaires et au sein des centres sociaux un «parcours patrimoine», afin de découvrir ces sites et de participer à y imaginer de nouveaux usages.

PROPOSITION 2

Déployer un programme national de commandes artistiques citoyennes à destination des publics éloignés de la culture accompagnés au sein des structures sociales, sanitaires et médico-sociales.

PROPOSITION 4

Former les encadrants des collèges à l'éducation critique aux médias et à l'information, afin de leur permettre d'animer des ateliers auprès de tous les élèves de chaque établissement.

GroupeSOS
Entreprendre au profit de tous