

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

# 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 les 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'Etat 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