

Projets d'éducation artistique et culturelle avec les métiers du livre

Travailler en partenariat

Un guide proposé par le PREAC
spectacle vivant (Pays de la Loire)

Christelle Capo-Chichi

PREAC

SPECTACLE VIVANT PAYS DE LA LOIRE
Pôle de ressources pour l'Éducation artistique
et culturelle des Pays de la Loire

Table des matières

<u>INTRODUCTION</u>	3
<u>CHAPITRE I ● CONCEVOIR SON PROJET</u>	5
I-1. Qu'est-ce qu'un projet d'éducation artistique et culturelle ?	7
I-2. Un projet pour qui ?	12
I-3. Pourquoi s'intéresser au livre et à ses métiers ?	14
<u>CHAPITRE II ● UN PARTENARIAT AVEC QUI ?</u>	21
II-1. Institutions de la Culture	23
II-2. Institutions de l'Éducation nationale et de l'Enseignement supérieur	26
II-3. Institutions des métiers du livre	30
II-4. Professionnel·les des métiers du livre	32
II-5. Élargir à d'autres partenaires	42
<u>CHAPITRE III ● CONVENTIONNER ET CONTRACTUALISER</u>	47
III-1. Conventionner entre partenaires	49
III-2. Contractualiser avec des intervenant·es : le cadre général	53
III-3. Contractualiser avec des artistes-auteurs	55
III-4. Les autres frais	61
III-5. Les écrits restent	63
III-6. Autorisations et démarches administratives préalables	65
<u>CHAPITRE IV ● FINANCER SON PROJET</u>	67
IV-1. Ressources propres	69
IV-2. Aides et subventions publiques	70
IV-3. Parrainage, mécénat et dons	81
<u>CHAPITRE V ● COMMUNIQUER, ÉVALUER, PÉRENNISER</u>	87
V-1. Communiquer	89
V-2. Évaluer	94
V-3. Pérenniser	102
<u>ANNEXES</u>	107
<u>SOMMAIRE</u>	116

« La littérature, cela sert peut-être avant tout à donner de l'espace, au-delà de l'ici et du maintenant, à ouvrir des ailleurs, à répondre à un désir d'inconnu. Car tous les humains ont besoin d'espaces imaginés, rêvés¹. »

1 ● PETIT Michèle, *Nous sommes des animaux poétiques. L'art, les livres et la beauté par temps de crise*, Éditions Sciences humaines, Auxerre, 2023.

Introduction

L'idée de ce guide vient avant tout de là : de ce besoin aussi intime qu'universellement partagé d'un espace intérieur, que l'imaginaire, le rêve, les désirs créent, façonnent et entretiennent, et de la volonté de répondre à ce besoin. Pour celles et ceux qui prennent en charge un projet artistique et culturel, il s'agit de permettre aux personnes concernées par leurs actions, de déployer, par le biais du collectif, cet espace intérieur. Si de nombreuses pratiques artistiques et culturelles peuvent nourrir cette intériorité, le choix sera fait ici de se consacrer à celle qu'ouvrent la lecture et son support premier, le livre. Pourquoi s'intéresser plus précisément à l'objet livre et aux métiers qui lui permettent de naître et d'exister ? Non pour établir une quelconque préférence, par rapport aux autres pratiques existantes, mais parce que cet objet, si proche, si quotidien, notamment dans le monde de l'enseignement, présente une fertile complexité derrière une apparente banalité.

Pour beaucoup, peut-être s'agit-il tout d'abord d'une curiosité et d'un attachement, profond, pour ne pas dire viscéral, à ce support d'émotions esthétiques et d'éveil intellectuel.

Mais soulignons-le aussi : cet objet, culturel autant qu'économique, se situe à la convergence de questionnements très

contemporains, depuis sa conception et sa matérialité jusqu'à sa diffusion et aux débats que son contenu peut susciter. Création artistique en temps d'intelligence artificielle ; inspiration mondialisée ; renouvellement des genres littéraires ; questionnements quant à ce qui constitue la littérature, en particulier auprès de publics dont l'adolescence s'étire dans le temps ; écoresponsabilité dans la fabrication et le circuit de diffusion du livre ; accessibilité à la culture et exercice des droits culturels ; nouvelles formes et pratiques de la lecture, en transversalité avec d'autres formes artistiques ; ascendant pris par les réseaux sociaux et la viralité collective sur les représentations intimes. Sur tous ces sujets profondément actuels, mouvants et complexes, celles et ceux qui font et font vivre le livre au quotidien ont beaucoup à dire et à transmettre. Auteurs et autrices, éditeurs et éditrices, libraires, bibliothécaires, organisateurs et organisatrices de manifestations littéraires, médiateurs et médiatrices, composent ensemble un milieu d'une grande diversité, aussi méconnu que stimulant, et en prise constante avec le monde tel qu'il va ; ce guide vous invite à l'explorer.

1

Concevoir
son projet

La conception d'un projet d'éducation artistique et culturelle dans le secteur du livre commence par une réflexion approfondie sur ce qui le fonde. Dans quelle vision ce projet s'inscrit-il ? À travers lui, quelles sont les valeurs que l'on souhaite défendre ? Quels sont les objectifs que l'on poursuit ? Cette vision, ces valeurs et objectifs sont-ils compris et partagés par toutes les parties prenantes ? Et quelle place les publics destinataires occupent-ils dans cet ensemble ? Enfin, pourquoi ancrer spécifiquement un projet d'éducation artistique et culturelle dans le secteur du livre ?

I-1. Qu'est-ce qu'un projet d'éducation artistique et culturelle ?

De façon courante, un projet se définit comme « ce qu[e l']on a l'intention de faire et [l']estimation des moyens nécessaires à la réalisation² ». Pour davantage de précision, retenons que le terme de « projet » sera défini dans ce guide comme une démarche ancrée dans un secteur donné (ici, celui des métiers du livre), répondant à des objectifs culturels, donnant lieu à des résultats observables et mesurables, et destinée à un ensemble de bénéficiaires, également appelés « publics » ou « participant-es ».

Comme tout projet, le vôtre s'inscrira dans la vision générale correspondant à la mission portée par l'organisation (établissement scolaire, entreprise ou association culturelle et/ou artistique, relevant ou non du secteur du livre) à laquelle vous appartenez.

La réalisation de cette mission première est la finalité de toutes vos actions et activités. Ainsi, par exemple, les établissements scolaires ont-ils pour mission, vis-à-vis de tous les élèves et étudiants, de « [contribuer] à l'égalité des chances, [de] lutter

contre les inégalités sociales et territoriales en matière de réussite scolaire et éducative (...) [et d'assurer] la transmission des connaissances³ ».

Le projet que vous mettez en place, ainsi que les objectifs fixés, devront s'inscrire en cohérence avec la mission de votre organisation et contribuer à sa réalisation.

1.1. Quelques notions clés

1.1.1. Droits culturels et diversité culturelle

Si l'importance de la diversité culturelle, de l'égalité d'accès à la culture et du respect de la culture dont les personnes sont porteuses fait généralement consensus, il est nécessaire de pouvoir se référer à des textes explicitant ces notions pour construire son propre projet.

2 ● Centre national de ressources textuelles et lexicales (CNRTL), « Projet », [en ligne : cnrtl.fr/definition/projet *].

3 ● Code de l'éducation, « Titre I^{er} : Le droit à l'éducation », article L. 111-1, [en ligne : legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000043982767 *].

En France, deux lois récentes⁴ ont réaffirmé la responsabilité conjointe des collectivités territoriales et de l'État en matière culturelle⁵. Il leur appartient notamment de « soutenir l'existence et le développement de la création artistique [; de] garantir la diversité de la création et des expressions culturelles [; de même que de] garantir (...) l'égal accès des citoyens à la création artistique et [de] favoriser l'accès du public le plus large aux œuvres de la création, dans une perspective d'émancipation individuelle et collective⁶ ».

Ces deux lois se situent dans la continuité de la Convention de 2005 sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles⁷.

4 ● Loi n° 2015-991 du 7 août 2015 portant nouvelle organisation territoriale de la République, [en ligne : legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000030985460/ *], et loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016

relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine, [en ligne : legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000032854341/ *].

5 ● Loi n° 2015-991 du 7 août 2015 (...), *op. cit.*, [en ligne : legifrance.gouv.fr/loda/article_lc/LEGIARTI000030998225/ *], article 103.

6 ● Loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 (...), *op. cit.*, article 3, 1°, 3°, 7°.

7 ● Unesco, La Convention de 2005 sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles,

Adopté par l'Unesco, ce texte constitue la référence en matière de droits culturels, en posant notamment que « la diversité culturelle est une caractéristique inhérente à l'humanité, [qu'elle] constitue un patrimoine commun de l'humanité (...), [qu'elle] crée un monde riche et varié qui élargit les choix possibles, nourrit les capacités et les valeurs humaines, et qu'elle est donc un ressort fondamental du développement durable des communautés, des peuples et des nations⁸ ». Soulignons qu'à travers cette Convention, il s'agit tout autant d'affirmer le droit d'accéder à la diversité culturelle, que celui de voir reconnue sa capacité à « créer, produire, diffuser et distribuer leurs propres expressions culturelles et à y avoir accès (...)»⁹.

Les principes que nous supposons communs aux lecteurs et lectrices de ce guide sont les suivants :

- Engagement de l'État et des collectivités en matière culturelle ;
- Reconnaissance des droits des citoyen·nes à produire la culture et à y accéder ;
- Affirmation de la culture comme vecteur d'émancipation et d'épanouissement.

[en ligne : unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000246264_fre *].

8 ● *Ibid.*, p. 1.

9 ● *Ibid.*, p. 20.

1.1.2. Éducation artistique et culturelle

DE QUOI S'AGIT-IL ?

L'éducation artistique et culturelle (EAC) dont il sera question dans ce guide est une politique de démocratisation culturelle mettant en œuvre les principes fondamentaux précédemment posés. À travers l'art et la culture, il s'agit de contribuer à l'épanouissement des aptitudes personnelles, à la construction de l'esprit critique de toute personne et à l'égalité d'accès à la culture. Portée conjointement par les ministères de l'Éducation nationale et de la Culture à travers le Haut Conseil de l'éducation artistique et culturelle (HCEAC), l'EAC s'adresse plus spécifiquement aux jeunes, de la maternelle au lycée ; ses actions sont définies dans une Charte¹⁰, rédigée par le Haut conseil de l'éducation artistique et culturelle (voir annexe n° 1, « Charte pour l'éducation artistique et culturelle »).

Outil de référence pour la mise en œuvre de projets d'EAC, cette Charte définit doublement

10 ● Haut Conseil de l'éducation artistique et culturelle (HCEAC), Charte pour l'éducation artistique et culturelle, juillet 2016, [en ligne, publié le 27 février 2017 : culture.gouv.fr/Thematiques/education-artistique-et-culturelle/Actualites/Charte-pour-l-education-artistique-et-culturelle *].

le positionnement de l'EAC vis-à-vis de l'art et de la culture.

Éducation à l'art

L'EAC vise à permettre aux bénéficiaires d'acquérir un ensemble de connaissances, de références artistiques et culturelles aussi riches et diversifiées que possible. Les œuvres et le patrimoine concernés relèvent autant d'expressions artistiques passées que contemporaines, savantes que populaires, nationales qu'internationales.

Éducation par l'art

Dans le même temps, l'acquisition de ces connaissances a pour objectif de développer la sensibilité personnelle, la faculté de comparer et d'établir des relations, d'exprimer son goût et son jugement, d'exercer son esprit critique et sa créativité : en ce sens, l'EAC est aussi une éducation par l'art.

LES TROIS PILIERS DE L'EAC

S'il revient aux porteurs et porteuses de projet de concevoir et d'organiser les contenus des actions d'EAC en fonction des objectifs poursuivis, ces actions, dans leur version la plus aboutie, associent trois temps spécifiques.

La rencontre avec des œuvres et des artistes

La fréquentation directe ou indirecte (à travers des médias) avec des œuvres artistiques et/ou

patrimoniales, des artistes ou des professionnel·les des arts et de la culture est le premier pilier de l'EAC. Il s'agit de favoriser la prise de conscience de l'étendue des formes possibles des œuvres d'art et des objets du patrimoine, de la diversité des démarches artistiques et culturelles.

L'acquisition de connaissances

L'appropriation et l'assimilation de repères culturels, d'un vocabulaire adapté permettant d'exprimer ses sensations et émotions, de décrire et d'analyser des œuvres, de développer et d'étayer son jugement favorisent le développement intellectuel et cognitif, de même que l'esprit critique des bénéficiaires.

La pratique artistique

La mise en œuvre pratique permet aux bénéficiaires d'expérimenter, à leur tour, le geste artistique et créateur. Par l'appropriation concrète et singulière, intime, de l'acte de création, cette expérience contribuera durablement à consolider l'intérêt pour l'art et sa compréhension de l'intérieur.

Au niveau individuel, le déploiement de l'EAC s'inscrit dans une perspective de long terme, afin que chacun et chacune puisse se constituer un ensemble de savoirs et d'expériences lui ouvrant le plus largement possible le champ de l'art et de la culture. Si, dans la sphère éducative, l'EAC prend

appui sur les enseignements obligatoires, elle a aussi vocation à « prendre en compte tous les temps de vie des jeunes, dans le cadre d'un parcours cohérent impliquant leur environnement familial et amical¹¹ », ainsi que le précise la Charte.

1.2. Un projet ?

Avant même de réfléchir aux publics destinataires, aux partenaires et intervenant·es qui y seront associé·es, la volonté même de monter un projet mérite que l'on s'y arrête. En quoi cette intention de réalisation est-elle nécessaire et que permettra-t-elle d'atteindre, d'accomplir ? Monter un projet ne constitue pas une fin en soi, mais doit correspondre à une nécessité clairement identifiée, et partagée. Nous verrons dans le point suivant que la question des publics bénéficiaires est au cœur de cette démarche. Avant de s'engager dans cette démarche généralement longue et complexe, exigeant de solides capacités d'anticipation et de coordination, de la rigueur autant que de la souplesse et des facultés d'adaptation, il importe de s'interroger sur les objectifs qui la sous-tendent. Au-delà de la dimension éducative définie à travers les trois piliers de l'EAC, d'autres objectifs sont-ils poursuivis ?

11 ● *Ibid.*, article n° 5.

1.2.1. Objectifs culturels

À travers le projet mis en place, s'agit-il de promouvoir et de rendre accessibles un patrimoine, des œuvres, des expressions artistiques peu ou pas médiatisées ? essentiellement contemporaines ? issues d'une aire géographique spécifique ? de contribuer à la vie culturelle d'un territoire ? d'y affirmer sa position d'acteur ou d'actrice culturel·le ?

1.2.2. Objectifs sociaux

À la volonté de contribuer à l'exercice par chacun et chacune de ses droits culturels, peuvent s'ajouter des objectifs tels que la recherche de la mixité et de la cohésion sociales, la création de liens intergénérationnels, l'inclusion de personnes souffrant de discriminations ou en situation de handicap. Pour un lieu culturel, il peut aussi être question de renouveler les publics et de les fidéliser.

Ces quelques questions concernant les objectifs poursuivis à travers un projet d'EAC ne sont en rien exhaustives ; il vous revient de bien identifier l'ensemble des objectifs, explicites autant qu'implicites, que peut porter un projet d'EAC, afin de les présenter à vos partenaires, bénéficiaires et intervenant·es, et de vous assurer qu'ils sont bien partagés par l'ensemble des parties prenantes.

1.3. Un projet en partenariat ?

Articuler des activités artistiques et des activités éducatives ; assurer la médiation entre des bénéficiaires et des intervenant·es ; dans le même temps, prendre en compte la diversité des expressions culturelles autant que celle des publics et concevoir des actions mettant à profit cette hétérogénéité ; les inscrire dans le temps long. Ces exigences des projets culturels (ce ne sont pas les seules) en soulignent toute la richesse, mais aussi toute la complexité ! Dès lors, il semble difficile qu'une seule institution (scolaire, culturelle ou artistique) soit à même de porter efficacement l'ensemble d'un projet, tout en répondant à l'intégralité de ces exigences. Aussi la mise en place de partenariats est-elle nécessaire pour s'assurer que toutes ces contraintes seront satisfaites.

Cette vision partenariale des projets culturels est d'ailleurs affirmée dans la Charte pour l'éducation artistique et culturelle : « L'égal accès de tous les jeunes à l'éducation artistique et culturelle repose sur l'engagement mutuel entre différents partenaires : communauté éducative et monde culturel, secteur associatif et société civile, État et collectivités territoriales¹². »

12 ● *Ibid.*, article n° 7.

I-2. Un projet pour qui ?

2.1. Connaître son public

Tous les publics ne se ressemblent pas. Aussi, pour un même secteur culturel, celui du livre et de la lecture, les caractéristiques des groupes auxquels vous vous adressez peuvent donner lieu à une très grande variété de projets. Il vous sera donc nécessaire de bien prendre en compte la composition et la diversité de votre public et de mener une solide réflexion concernant l'ensemble des personnes pour lesquelles vous souhaitez mettre en place ce projet.

Même si vous estimez bien connaître votre public, n'hésitez pas à dresser un état des lieux pour le comprendre aussi précisément que possible. Quelques questions vous y aideront :

- Quelle est la tranche d'âge concernée ?
- Quelle est sa localisation géographique ?
- Comment peut-on caractériser la composition sociologique de ce public ?
- Comment évaluez-vous sa pratique d'activités culturelles ? par quoi se traduit-elle ? à quelle fréquence ?
- Est-il ou non pertinent de partir d'une pratique culturelle déjà connue ?
- Ce public rencontre-t-il des difficultés pratiques d'accès à l'offre

culturelle, telles que l'éloignement géographique, l'accès aux transports en commun, l'inadaptation des horaires d'ouverture des structures culturelles, le coût, etc. ?

- Ce public est-il éloigné de l'offre culturelle du fait : d'une situation de handicap physique, moteur ou psychique ? de difficultés de maîtrise de la langue ? de difficultés de maîtrise de la lecture ou des usages numériques ? de difficultés financières ? de situations d'exclusion ?

Menez aussi une étude de l'existant dans l'environnement géographique et au sein des établissements scolaires, universitaires, mais aussi culturels, médico-sociaux ou relevant du secteur de l'animation. Quelles sont les politiques publiques en faveur de la culture déjà mises en place ? Existe-t-il des initiatives privées, associatives sur place ?

Au-delà du public auquel vous allez vous adresser, quelles sont les personnes que les actions mises en place seront susceptibles de toucher par *effet ricochet* ? Parmi les proches, les parents, les grands-parents, la fratrie, les camarades peuvent-ils aussi constituer de potentiels destinataires de vos actions ? de même que le voisinage immédiat, habitant·es ou professionnel·les du même quartier ? ou encore les usagers

et usagères de structures culturelles dans lesquelles se dérouleront vos actions culturelles (bibliothèques, théâtre, cinéma, etc.) ?

Cette réflexion approfondie va jalonner la préparation puis le déroulement des actions que vous envisagez de mener. Elle constitue le socle de préparation du projet à venir, puis vous aidera, si nécessaire, à réorienter son déploiement. Dans la phase finale d'évaluation, la place et l'implication des bénéficiaires, les acquis et la progression dont ils et elles auront bénéficié, constitueront des éléments clés permettant de mesurer la réussite du projet.

2.2. Associer ou non le public à l'élaboration du projet ?

Dans la présentation que vous ferez du projet au public bénéficiaire, il est nécessaire de bien indiquer les objectifs que vous poursuivez, de même que les modalités permettant de mesurer la progression et les acquis qui en résulteront : les trois piliers de l'EAC (rencontre avec des œuvres et des artistes, acquisition de connaissances, pratique artistique) constituent en eux-mêmes des objectifs dont vous ferez part aux participant·es. À chaque étape du déroulement, assurez-vous que les bénéficiaires, quels que soient leur âge et leur niveau d'étude, comprennent ce qui leur est demandé pour accepter de s'y investir, et

prennent conscience de leur progression et de leurs acquis.

La question peut aussi se poser d'associer ou non ces participant·es à la conception même du projet, et de quelle façon. D'un point de vue pédagogique il peut être très intéressant et stimulant de coconstruire une démarche et d'en rendre les publics acteurs. L'exercice de droits culturels, la mise en place d'actions d'EAC ont bien pour objectifs de favoriser, entre autres, l'émancipation des personnes, le développement de leur créativité, ce qui peut se traduire par la contribution des bénéficiaires à l'élaboration du projet.

Pour autant, assurez-vous en amont : que vous bénéficierez du temps nécessaire pour intégrer au planning ou au rétroplanning du projet des séances de travail collectif avec vos publics bénéficiaires ; que vous saurez, ensuite, faire émerger des suggestions de leur part, puis arbitrer entre leurs différentes propositions, après avoir établi des critères de sélection compréhensibles et admis par l'ensemble du groupe pour éviter toute frustration. Assurez-vous que vous serez en mesure de prendre en compte ces propositions et de les faire accepter par vos différents partenaires, d'un point de vue temporel, financier et pratique (logistique, ressources humaines, compétences techniques).

I-3. Pourquoi s'intéresser au livre et à ses métiers ?

« [L]es livres (...) [sont] des pistes à suivre (...), des frayages dans le monde, (...) des milieux de vie, des zones d'expériences, des possibilités d'avenir¹³. »

Marielle Macé, docteure en littérature française, n'est pas seule à le dire : les livres suscitent des émotions, ouvrent au plaisir esthétique, invitent aux ailleurs et à la découverte de l'altérité. Ils favorisent la réflexion intime et offrent des mots pour dire et habiter le monde. Ils contribuent à la construction de soi. Vecteurs naturels de la connaissance et du savoir, notamment dans l'univers scolaire, la lecture et le livre apparaissent comme une évidence en tant que support et pratique au cœur de projets d'éducation artistique et culturelle. Néanmoins, comme toutes les évidences, celle-ci mérite d'être questionnée : pourquoi, aujourd'hui, construire des projets d'éducation artistique et culturelle à partir de la lecture, du livre et des métiers qui y sont liés ?

13 ● MACÉ Marielle, *Façons de lire, manières d'être*, éditions Gallimard, coll. « Tel », Paris, 2022, p. 10 (préface à la nouvelle édition), [1^{re} édition : 2011].

Cette question apparaît d'autant plus vive que les enquêtes menées tous les dix ans par le ministère de la Culture sur les *Pratiques culturelles des Français*¹⁴ ou celles conduites tous les deux ans par le Centre national du livre (CNL) ne cessent de le souligner : la pratique de la lecture est en diminution au sein de la population¹⁵, en particulier chez les 15-24 ans¹⁶. Et ce, alors même que la bande dessinée, longtemps exclue des études, ainsi que les nouvelles pratiques de lecture numérique et audio sont désormais pleinement prises en compte. Le champ habituel de la lecture se trouvant ainsi élargi, les études devraient constater un accroissement mécanique du lectorat. Cela n'est pas le cas. Les nombreuses actions en faveur de la lecture, tant du côté des associations que

14 ● Enquête *Pratiques culturelles des Français* menée tous les dix ans environ par le ministère de la Culture : à retrouver dans la rubrique « Études et statistiques » du site internet du ministère de la Culture.

15 ● *Ibid.*, p. 31.

16 ● Centre national du livre (CNL), *Les Français et la lecture en 2023*, Paris, 2023, p. 11 et 18, [en ligne : centrenationaldulivre.fr/donnees-cles/les-francais-et-la-lecture-en-2023 *].

des institutions culturelles, ainsi que le recours fréquent du corps enseignant et des bibliothécaires aux rencontres avec des auteurs et autrices ne semblent pas non plus enrayer le mouvement. En dépit d'incitations importantes¹⁷, les faits sont têtus : à partir de l'adolescence les jeunes lisent moins, ce qui, pour les observateurs du CNL, est révélateur de « fragilités » en matière de lecture¹⁸.

BREF ÉTAT DES LIEUX

Cette désaffection à l'égard de la lecture est souvent reliée aux sollicitations numériques : streaming de musique, de séries et de films ; jeux vidéo ; réseaux sociaux, etc. À tel point que

17 ● « En dépit », ou, paradoxalement, « en raison de » ? Sociologue de la lecture, Claude Poissenot souligne qu'« à force de faire de la lecture d'imprimés un enjeu de société, la pratique perd le soutien des lecteurs, qui s'y investissent subjectivement moins. Son exercice revient à satisfaire cette norme plutôt que d'être un moyen de découverte et de liberté. Il devient de plus en plus difficile de construire un sens personnel à la lecture ». Il ajoute que « les individus doivent s'orienter vers d'autres pratiques pour échapper au conformisme. », POISSENOT Claude, *Sociologie de la lecture*, Armand Colin, coll. « Cursus », Paris, 2019, p. 45-46.

18 ● CNL, *Les Français et la lecture en 2023*, *op. cit.*, p. 69.

pour Régine Hatchondo, présidente du CNL, « l'omniprésence des écrans dans nos vies, en particulier chez les plus jeunes, dévore le temps consacré à la lecture¹⁹. » Les chiffres parlent d'eux-mêmes : pour les 7-19 ans, le temps passé devant les écrans (hors lecture de livres numériques ou écoute de livres audio) s'élève à 3 h 11 par jour contre 19 minutes par semaine consacrées à la lecture²⁰. Le livre papier et la lecture traditionnelle sont-ils trop conventionnels, pour ne pas dire archaïques, pour les nouvelles générations ? Pas seulement pour elles ! Du côté des seniors de plus de 65 ans, les résultats font état d'un même déséquilibre en faveur des écrans : 59 minutes de lecture par jour contre 3 heures passées devant les écrans, hors livre numérique²¹.

19 ● Centre national du livre, Communiqué de presse, 12 avril 2023, [en ligne : centrenationaldulivre.fr/donnees-cles/les-francais-et-la-lecture-en-2023 *]. Dans cette étude du CNL, les écrans comprennent « le smartphone, la télévision, la tablette, l'ordinateur, la console, ou tout autre écran ».

20 ● Centre national du livre (CNL), *Les jeunes Français et la lecture en 2024*, Paris, 2024, p. 18 [en ligne : centrenationaldulivre.fr/donnees-cles/les-jeunes-francais-et-la-lecture-en-2024 *].

21 ● CNL, *Les Français et la lecture en 2023*, *op. cit.*, p. 28 et 55.

De fait, si l'on se penche attentivement sur les pratiques des jeunes, la lecture numérique ne cesse d'augmenter, en particulier sur smartphone. Elle offre de nouveaux supports, dont certains ne sont peut-être pas suffisamment pris en compte dans le terme de « lecture » : au-delà du seul livre numérique, les plateformes telles que les réseaux sociaux de partage d'écriture et de lecture (de type Wattpad) ou les webcomics proposent des *expériences* nouvelles de lecture. Financées par la publicité et l'utilisation des données, elles présentent des avantages tels que leur facilité d'accès via un smartphone, leur quasi-gratuité, un choix infini de genres et d'histoires adaptés à de nombreuses communautés. Elles proposent également à tout un chacun d'intervenir sur les créations présentées et, surtout, invitent à devenir soi-même auteur ou autrice en publiant directement textes et/ou bandes dessinées.

Facilité d'accès, contenus en correspondance avec les aspirations de lecture des jeunes, capacité à devenir soi-même auteur ou autrice et à partager ses créations avec un public réactif : ces caractéristiques expliquent, en partie, le succès des nouvelles pratiques numériques et ne doivent pas être négligées dans une réflexion sur les usages de lecture des jeunes générations.

Cependant, cette plateformesation de la lecture n'est pas exempte de contreparties, souvent préoccupantes. Parmi les plus évidentes, citons l'utilisation des données personnelles, qui transforme chaque lecteur ou lectrice en terrain de prospection commerciale ; ou encore la standardisation de la création avec un alignement des propositions littéraires sur les tendances les plus actuelles et les plus massivement réclamées par les internautes.

ET POURTANT...

Les écrans, et (les études le disent aussi) le temps passé avec les ami·es, font ainsi concurrence à la lecture. Pour autant, 43 % des jeunes déclarent « aimer la lecture » et 38 % « l'adorer »²². Pour la majorité d'entre eux, la lecture contribue à se faire plaisir, à se détendre, à s'évader et à apprendre de nouvelles choses²³. Cette appréciation positive est d'ailleurs partagée²⁴ par l'ensemble de la population, lectrice ou non.

Les réseaux sociaux, bien que contribuant à la diminution du temps de lecture, n'en jouent pas moins un rôle de plus

22 ● CNL, *Les jeunes Français et la lecture en 2024*, op. cit., p. 72.

23 ● *Ibid.*, p. 69.

24 ● CNL, *Les Français et la lecture en 2023*, op. cit., p. 58.

en plus important en termes de prescription de livres entre pairs, comme en témoignent les phénomènes BookTube, Instabook et BookTok. Avec une capacité à scénariser les livres en fonction des goûts et centres d'intérêt des jeunes, celles et ceux qui partagent en ligne leurs plaisirs de lecture ont intuitivement renouvelé le phénomène de la prescription littéraire. Phénomène dont les maisons d'édition, les libraires, et surtout les auteurs et autrices ont su s'emparer, avec la création de *chaînes*, de *comptes* et de *files* sur les réseaux sociaux. Avec, pour les plus aptes à communiquer, la création de véritables communautés passionnées. Soulignons également que, pour les jeunes, le choix d'un livre est souvent lié à des échanges avec des proches : 53 % des jeunes choisissent leurs lectures sur les conseils de leur famille (notamment de leur mère) et 34 % sur ceux de leurs ami·es²⁵. Ils et elles apprécient (43 %) de parler des livres aimés avec leurs proches ou de les leur conseiller (37 %)²⁶. Par ailleurs, pour 33 % des jeunes, les réseaux sociaux, les personnalités suivies en ligne, les influenceurs et influenceuses permettent de se tenir informé·e des nouvelles parutions et de recueillir des avis

25 ● CNL, *Les jeunes Français et la lecture en 2024*, op. cit., p. 49.

26 ● *Ibid.*, p. 68.

et conseils : Internet suscite ainsi des envies de lecture²⁷. Qu'elle soit numérique ou « dans la vraie vie », cette sociabilité autour du livre est un fait notable. Si la lecture bénéficie d'une vision positive, la rencontre directe et les échanges avec les acteurs et actrices du livre, en offrant des échanges directs et en permettant une meilleure compréhension de ce secteur, n'est-elle pas susceptible de susciter l'intérêt et de favoriser un renouveau des pratiques de lecture ?

QUELQUES PROPOSITIONS PARMi TANT DE POSSIBLES

À travers les exemples proposés ci-dessous, il ne s'agit pas d'instrumentaliser le livre ni de ne le considérer qu'à l'aune de ses liens avec l'univers numérique. Il s'agit plutôt de montrer comment cet objet culturel, à la fois vecteur de pensée et produit industriel, recoupe de nombreux questionnements contemporains qui concernent les jeunes générations, bien plus qu'elles n'en ont conscience, et sont à même de les aider à décrypter la complexité du monde qui les entoure.

APPRÉHENDER LE PROCESSUS DE CRÉATION

Rencontrer un auteur ou une autrice permet d'aborder des

27 ● *Ibid.*, p. 50-51.

questions liées à la création littéraire et/ou visuelle, et à la création artistique en général. Quelles thématiques irriguent le travail des auteurs et autrices ? À quels questionnements sont-ils et elles sensibles ?

Comment s'élabore un texte ou une illustration ? Dans quelles filiations littéraires et artistiques s'inscrivent-ils et elles ?

Qu'est-ce qui, de la censure ou de l'autocensure, pèse peut-être sur leur travail ? Quel usage font-ils et elles de l'intelligence artificielle (IA) ? S'agit-il d'un outil ou d'un adversaire ? L'IA est-elle amenée à bouleverser ou à renouveler ces métiers ?

Pour les publics, engagés ou non dans des démarches d'écriture, ces rencontres permettent de découvrir et de comprendre comment se constitue une œuvre, ce que représentent le travail et les choix qu'elle requiert, et, ainsi, de mieux appréhender ce que créer signifie.

STRUCTURER SES CONNAISSANCES

Dans une civilisation du tout-numérique, où l'accès au savoir est potentiellement continu et illimité, des échanges avec des éditeurs et éditrices favorisent la prise de conscience de la nécessité d'éditorialiser la connaissance. C'est-à-dire de la choisir, de la traiter, de la hiérarchiser et d'exercer le travail nécessaire à sa

transmission en fonction des publics auxquels on s'adresse. Par là même, les jeunes de tous âges pourront développer un regard critique vis-à-vis du bain informationnel dans lequel ils et elles évoluent, et acquérir des notions leur permettant de s'y repérer.

COMPRENDRE LES ENJEUX DE LA MATÉRIALITÉ DU LIVRE

Attirantes et omniprésentes dans notre société, l'image et les constructions visuelles nécessitent une éducation du regard : comment et pourquoi choisit-on d'organiser visuellement un texte ? quelles images y associe-t-on et qu'est-ce que cela signifie ? Directeurs et directrices artistiques, graphistes de l'édition seront ici des interlocuteurs et interlocutrices à privilégier pour aborder ces questions. Par ailleurs, la fabrication même du livre ouvre désormais aux enjeux très actuels de l'écoresponsabilité.

Qu'il s'agisse de l'impression classique (provenance du papier, optimisation de son utilisation, composition des encres, lutte contre la surproduction, etc.), ou d'une diffusion numérique moins vertueuse que l'on a pu le penser, l'empreinte écologique d'un ouvrage n'est jamais neutre. En cela, les responsables de la fabrication en maison d'édition et les imprimeurs proposeront de fructueux échanges à même, eux aussi, de susciter une réflexion

sur la production du livre. Concernant le sujet de l'environnement, un autre métier du livre, trop souvent méconnu, ouvre des questions intéressantes : celui de la distribution, en charge du stockage et du transport du livre. À l'instar de bien d'autres secteurs économiques, raccourcir le circuit du livre est aujourd'hui une préoccupation écologique fondamentale.

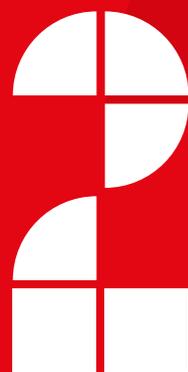
À travers l'accessibilité du livre se joue aussi une partie sans merci autour des enjeux posés par les plateformes numériques et de la vision qu'elles portent sur la culture. Prescription *algorithmée* ou humaine ? Accès au livre dans les communes ou dans des entrepôts ? Intérimaires formé-es en une demi-journée ou libraires ayant mûri leur expertise au fil des années ? Préservation du prix unique du livre ou assimilation à un produit comme un autre ? Que choisissons-nous ?

DÉFENDRE LE LIVRE AUPRÈS DE CELLES ET CEUX QUI LISENT (OU PAS ENCORE !)

Libraires, bibliothécaires, organisateurs et organisatrices de manifestations littéraires, responsables de résidences littéraires ont en commun d'être, sur le terrain, au plus près des lecteurs et lectrices, ou des publics qui ne le sont pas encore. Avec, pour mission, marchande ou non

marchande, de favoriser la création littéraire contemporaine autant que de distinguer et valoriser un patrimoine commun auprès des publics que l'on s'efforcera de rendre plus nombreux en dépit des freins sociaux, culturels, voire psychologiques, qu'ils rencontrent. Le travail de ces acteurs et actrices de terrain ne cesse d'interroger et de renouveler les manières de faire vivre la culture dans la cité, et de l'organiser comme vecteur de lien social, d'inclusivité et d'émancipation individuelle autant que collective.

Loin de toute exhaustivité, ce ne sont là que quelques-unes des raisons qui peuvent susciter la conception et la mise en place d'un projet partenarial d'éducation artistique et culturelle lié aux métiers du livre. Il revient aux parties prenantes de penser et de donner vie à des projets dont les formes et contenus sont conçus pour s'adapter à des publics et à des situations spécifiques. Tant il est vrai qu'en matière de livre et de lecture, les motivations et envies sont nombreuses, sinon infinies! ●



Un partenariat
avec qui ?

Une fois déterminée la mission principale du projet, s'ouvre une phase de réflexion sur les partenaires pouvant y être associés. Les institutions de la Culture, de l'Éducation nationale, de la Jeunesse et de l'Enseignement supérieur sont parties prenantes de l'éducation artistique et culturelle et directement impliquées dans l'atteinte de l'objectif de 100 % des élèves touchés par un parcours d'EAC. De ce fait, elles apparaissent, mutuellement et pour les partenaires extérieurs, incontournables, au même titre que les professionnel·les du livre. Pour autant, la démarche partenariale implique de penser large ; aussi est-il important de rechercher des partenariats avec des organisations ne relevant pas de ces trois ministères, mais tout autant susceptibles d'apporter une plus-value, notamment en termes de connaissance des publics ciblés.

II-1. Institutions de la Culture

1.1. Direction régionale des affaires culturelles

Dans chaque région, la Direction régionale des affaires culturelles (DRAC), service déconcentré²⁸ du ministère de la Culture, coordonne et met en œuvre la politique culturelle de l'État. Localement, cette mission est menée en collaboration et en soutien aux autres acteurs du terrain que sont les collectivités territoriales, les établissements publics de coopération intercommunale et les associations.

Le site internet de chaque DRAC est une véritable porte d'entrée articulant les informations de niveaux régional et national en matière d'action culturelle : organisations, acteurs, accompagnement financier (voir chapitre IV, « Financer son projet »).

28 ● « Les services déconcentrés de l'État sont les services qui assurent le relais, sur le plan local, des décisions prises par l'administration centrale et qui gèrent les services de l'État au niveau local. » Ministère de la Transition écologique et de la Cohésion des territoires, « Les services déconcentrés », [en ligne : collectivites-locales.gouv.fr/institutions/ladministration-territoriale-de-letat *].

Vous aurez notamment accès à la plateforme EAC, coéditée par le ministère de la Culture et celui de l'Éducation nationale et de la Jeunesse, et destinée à favoriser l'objectif « 100 % EAC ». Cette plateforme met en relation les porteurs et porteuses de projets d'éducation artistique et culturelle (EAC) de toute forme (ateliers, visites, lectures, résidences, spectacles, etc.) et les acteurs locaux concernés : enseignant·es, professionnel·les de l'art et de la culture, collectivités territoriales, associations, etc.

↪ Accès

■ DRAC Pays de la Loire
culture.gouv.fr/regions/DRAC-Pays-de-la-Loire

■ Plateforme EAC
culture.gouv.fr/Thematiques/education-artistique-et-culturelle

1.2. Pôles de ressources pour l'éducation artistique et culturelle

Les Pôles de ressources pour l'éducation artistique et culturelle (PREAC) contribuent à développer une culture commune de l'éducation artistique et culturelle et à susciter l'envie des intervenant-es de mettre en œuvre des projets territoriaux impliquant directement les enfants et les jeunes, quels que soient leur lieu et leur temps de vie : accueil petite enfance, établissements scolaires, accueils périscolaires, accueil de loisirs, établissements et structures accueillant des jeunes suivis par la Direction de la protection judiciaire de la jeunesse (DPJJ), établissements sociaux et médicaux notamment. Un PREAC est une instance partenariale avec au moins une structure culturelle, la Direction régionale des affaires culturelles (DRAC), le rectorat à travers la Délégation régionale académique à l'éducation artistique et culturelle (DRAEAC)²⁹, et l'École académique de la formation continue (E AFC) de l'académie du PREAC.

29 ● La dénomination désormais ancienne de « DAAC » (Délégation académique aux arts et à la culture) tend à être remplacée par un acronyme intégrant les termes d'éducation artistique et culturelle.

Le PREAC a deux missions principales : la formation de prescripteurs de formation et la production de ressources qui contribuent largement à l'animation du réseau de professionnel-les de l'EAC.

La coordination nationale des PREAC est confiée à l'Institut national supérieur d'éducation artistique et culture (Inseac) du Conservatoire national des arts et métiers (Cnam). Plusieurs formations sont proposées chaque année dans les domaines suivants :

- Arts visuels ;
- Cinéma et audiovisuel ;
- Culture scientifique, technique et industrielle ;
- Éducation aux médias et à l'information ;
- Patrimoines ;
- Mémoire ;
- Arts du cirque et de la rue ;
- Danse ;
- Musique ;
- Théâtre, Arts du mime et du geste ;
- Livre, lecture, écritures et oralité.

Quelle que soit votre localisation en France, vous pouvez vous adresser au PREAC spécialisé dans le secteur artistique de votre projet, pour bénéficier de son expertise.

↳ Accès

Les formations nationales sont répertoriées sur le site internet de l'Institut national supérieur de l'éducation artistique et culturelle (Inseac) : etabli-eac.cnam-inseac.fr/preac/.

Situé à La Roche-sur-Yon (Vendée), le PREAC de la région Pays de la Loire, porté et développé par la Scène nationale du Grand R, est spécialisé dans le domaine du spectacle vivant : legrandr.com/preac/accueil/.

Il développe également des formations et ressources sur le livre et la lecture grâce à son pôle littérature et en partenariat avec Mobilis, le pôle régional de coopération des acteurs du livre et de la lecture en Pays de la Loire.

II-2. Institutions de l'Éducation nationale et de l'Enseignement supérieur

2.1. Éducation nationale

2.1.1. Délégations régionales académiques à l'éducation artistique et culturelle

Présentes dans chaque académie³⁰, les délégations régionales académiques à l'éducation artistique et culturelle (DRAEAC) ont pour mission la mise en œuvre de la politique de l'État en faveur de l'éducation artistique et de l'action culturelle.

Chaque DRAEAC est composée d'une équipe d'enseignant-es coordonnateurs et coordonatrices, chacun et chacune étant spécialisé-e dans une discipline artistique et culturelle ou une mission territoriale.

↪ Accès

En ligne, chaque DRAEAC est hébergée sur le site internet de son académie.

30 ● L'académie constitue la circonscription administrative de référence de l'Éducation nationale, [en ligne : education.gouv.fr/les-regions-academiques-academies-et-services-departementaux-de-l-education-nationale-6557 *].

■ DRAEAC de la région académique des Pays de la Loire pedagogie.ac-nantes.fr/education-artistique-et-action-culturelle/les-contacts-de-la-daac-1285554.kjsp

2.1.2. Le réseau Canopé

Établissement public dépendant du ministère de l'Éducation nationale et de la Jeunesse, le réseau Canopé édite de nombreuses ressources pédagogiques transmédias (imprimé, web, vidéo, mobile, TV), répondant aux besoins de la communauté éducative et des partenaires de l'Éducation nationale, tels que les établissements culturels et les associations. Il s'agit d'une précieuse mine d'informations, le plus souvent en accès libre, avec, notamment, de riches retours d'expériences en matière de médiation artistique et culturelle. Le réseau Canopé est également l'opérateur de formation continue pour les personnels enseignants de l'Éducation nationale.

↪ Accès

reseau-canope.fr

Outre les ressources numériques, le réseau Canopé est présent à l'échelle locale à travers

102 ateliers départementaux permettant d'accéder aux ressources et aux acteurs de proximité.

■ Trouvez votre atelier Canopé : reseau-canope.fr/nous-trouver.

2.2. Partenaires de l'Enseignement supérieur

2.2.1. Centre national des œuvres universitaires et scolaires

Au sein du ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, le Centre national des œuvres universitaires et scolaires (Cnous) a pour mission d'améliorer les conditions de vie et de travail des étudiant-es, afin de favoriser l'égalité d'accès à l'enseignement supérieur. Le Cnous est représenté au niveau local par 28 Centres régionaux des œuvres universitaires (Crous) dont il assure le pilotage, la cohésion, l'expertise des projets et la mutualisation des expériences. Sur l'ensemble de son territoire, chaque Crous gère les services de proximité destinés à améliorer les conditions de la vie étudiante.

Pour que l'enseignement supérieur soit aussi un lieu favorisant l'accès à la culture et à la pratique artistique et culturelle, les Crous proposent aux étudiant-es des dispositifs d'accompagnement, tels que le soutien au montage de projet, l'accès à des ressources

spécialisées, la mise à disposition de locaux, des formations, des aides financières, etc.

↪ Accès

■ Site internet national du Crous etudiant.gouv.fr/fr/crous

■ Crous Pays de la Loire crous-nantes.fr

2.2.2. Art + Université + Culture

L'association Art + Université + Culture (A+U+C), réseau national de l'action culturelle dans l'enseignement supérieur et la recherche, a été créée en 1990 par des militant-es de l'action culturelle universitaire. Soutenue par les ministères de l'Enseignement supérieur et de la Culture, A+U+C a pour vocation de « promouvoir la présence artistique, la culture scientifique et technique, ainsi que le patrimoine bâti, artistique et scientifique, tout en favorisant les liens entre les arts et les sciences au sein des établissements³¹. »

A+U+C constitue une interface entre, d'une part, les services culture des établissements d'enseignement supérieur (environ 60 universités et écoles) qu'elle fédère et accompagne dans leurs projets, et, d'autre part, les réseaux artistiques locaux,

31 ● A+U+C, « Un réseau national », [en ligne : auc.asso.fr/qui-sommes-nous/ *].

les collectivités territoriales, les fédérations étudiantes, ainsi que les représentant·es des ministères de tutelle.

Il s'agit ainsi d'une plateforme d'information et de mise en réseau, centre de ressources pour des partenaires en matière d'action culturelle.

↪ **Accès**
auc.asso.fr

L'ÉCOLE, VOUS CONNAISSEZ... VRAIMENT ?

Chacun et chacune d'entre nous a fréquenté l'école, le collège et, suivant les parcours, d'autres établissements scolaires et/ou de l'enseignement supérieur. Pour autant, difficile de prétendre connaître réellement un établissement sans avoir pris le temps de rencontrer les équipes pédagogiques et de découvrir leurs projets.

LES PROJETS D'ÉTABLISSEMENT

Certes, les établissements de l'enseignement primaire et secondaire ont l'obligation de suivre les programmes nationaux. Néanmoins, le corps enseignant dispose d'une certaine latitude pour les appliquer et les adapter aux caractéristiques des populations d'élèves : composition sociologique,

niveau d'acquisition des connaissances, territoire urbain ou rural, etc. Ces adaptations, de même que les activités périscolaires, sont définies dans le projet d'établissement, qui varie donc d'une école à l'autre, d'un collège à l'autre, etc.

UNE PLURALITÉ DE STRUCTURES

Dès le lycée, les filières générales, technologiques ou professionnelles proposent autant de formes d'enseignement dans des contextes très variés : lycées d'enseignement général, lycées des métiers, lycées agricoles, lycées militaires de la Défense, lycées maritimes, centre de formation des apprentis, etc. Autant de voies possibles auxquelles s'ajoute ensuite, dans l'enseignement supérieur, l'éventail quasi illimité des disciplines et formations. Travailler en partenariat avec les établissements scolaires et de formation nécessite donc de prendre le temps de découvrir chacun d'entre eux comme un partenaire à part entière et non comme un établissement d'enseignement semblable à un autre.

Les établissements scolaires et universitaires forment ainsi un réseau propre à susciter, par la richesse de ses populations d'enseignant·es et d'apprenant·es, une très stimulante diversité des possibles en matière de partenariats !

II-3. Institutions des métiers du livre

Les métiers du livre bénéficient de plusieurs institutions ayant pour mission de structurer la vie socioéconomique du secteur et d'assurer la mise en relation des acteurs de ses différents métiers. Les sites internet de ces institutions sont très précieux pour découvrir les acteurs du livre présents sur votre territoire, connaître (en pages « Agendas » ou « Actualités ») les événements du livre de proximité. Ils constituent surtout une source d'inspiration en indiquant les partenariats, des actions et animations culturelles déjà à l'œuvre. Vous y trouverez également de nombreuses ressources thématiques et des études vous permettant de vous forger une culture en matière de pratiques de la lecture. Tous ces éléments et informations nourriront très concrètement votre réflexion dès le stade de la conception de votre projet. En plus des différentes institutions présentées ci-après, reportez-vous également à la partie 4, « Les autres frais », du chapitre III pour découvrir les groupements et syndicats professionnels.

3.1. Centre national du livre

Créé en 1946, le Centre national du livre (CNL) est un établissement public administratif du ministère de la Culture. Il a pour mission principale d'accompagner et de soutenir tous les acteurs de la chaîne du livre : auteurs, traducteurs, éditeurs, libraires, bibliothécaires et organisateurs de manifestations littéraires³². Il offre un lieu de ressources thématiques³³, de rencontres et de dialogue, ainsi qu'un ensemble de dispositifs d'aides financières, de bourses et de subventions. Le CNL contribue à la diversité de la création littéraire et du livre, de même qu'à son rayonnement en France et à l'étranger.

↪ **Accès**
centrenationaldulivre.fr

32 ● Centre national du livre, « Missions », [en ligne : centrenationaldulivre.fr/le-cn1-en-bref *].

33 ● Signalons notamment de très instructives études sur les pratiques de lecture et les différents genres littéraires, accessibles aux pages « Données clés » et « Actualités ».

3.2. Agences régionales du livre et de la lecture

Les agences (ou structures) régionales du livre et de la lecture sont chargées de mettre en œuvre et d'ajuster les politiques publiques de l'État à l'échelle régionale. Elles constituent également un lieu de coopération entre professionnel·les, de réflexion et de prospective pour le développement du secteur et donnent accès à l'information sectorielle de proximité.

↪ Accès

■ À l'échelle nationale, les agences régionales du livre et de la lecture sont regroupées au sein de la Fédération interrégionale du livre et de la lecture (Fill) : fill-livrelecture.org, rubrique « Les agences régionales du livre ».

■ En région Pays de la Loire : Mobilis mobilis-paysdelaloire.fr

3.3. Société française des intérêts des auteurs de l'écrit

La Sofia est l'organisme agréé par le ministère de la Culture pour la gestion collective du droit de prêt en bibliothèque. Ce droit instaure, pour les auteurs, autrices et maisons d'édition, une rémunération « en contrepartie du prêt de leurs

livres par les bibliothèques (...) [Cette rémunération] est financée en partie par l'État et en partie par les ventes de livres aux bibliothèques³⁴ », puis répartie à parts égales entre les auteurs et autrices et les maisons d'édition. La Sofia perçoit et gère également la rémunération issue du droit de la copie privée numérique. Elle consacre une partie de son budget à des actions d'aide à la création, à la diffusion, au développement de l'éducation artistique et culturelle et à la formation des auteurs et autrices dans le domaine exclusif du livre.

↪ Accès

■ Site internet général de la Sofia la-sofia.org

■ Site internet de l'action culturelle de la Sofia la-sofiaactionculturelle.org

34 ● La Sofia, rubrique « Droits gérés », [en ligne : la-sofia.org/droits-geres/droit-de-pre1 *].

II-4. Professionnel·les des métiers du livre

Le parcours d'un livre jusqu'à ses lecteurs et lectrices fait intervenir un ensemble de professionnel·les. Tous et toutes sont lié·es par des intérêts à la fois culturels et économiques, et forment ce que l'on appelle couramment la chaîne du livre. Certains et certaines, notamment les auteurs et autrices, sont connu·es, identifié·es et très souvent sollicité·es pour des rencontres et actions culturelles. Or, en fonction de ses objectifs culturels, des publics auxquels on souhaite s'adresser, il peut être tout aussi judicieux de faire appel à d'autres intervenant·es de la chaîne du livre, pour sensibiliser à l'acte de création, mais aussi aux moyens de donner forme et vie aux idées, et de contribuer à leur diffusion.

UN PEU DE CULTURE GÉNÉRALE JURIDIQUE EN MATIÈRE DE LIVRE ?

Les grandes lois régissant le secteur du livre.

1537 : Par l'ordonnance de Montpellier, François I^{er} instaure le dépôt légal. Obligation est faite aux éditeurs et imprimeurs de déposer un exemplaire de chaque ouvrage publié auprès de la Bibliothèque

du roi, aujourd'hui Bibliothèque nationale de France (BnF).

1791 : Sous l'impulsion du dramaturge Pierre-Augustin Caron de Beaumarchais, l'Assemblée constituante ratifie la loi instaurant le droit d'auteur dans ses composantes patrimoniale et morale.

1881 : La loi sur la liberté de la presse stipule, dans son article 1, que « L'imprimerie et la librairie sont libres³⁵. »

1949 : La loi sur les publications destinées à la jeunesse interdit tout contenu présentant un danger pour la jeunesse, notamment « en raison de son caractère pornographique, (...) d'incitation à la haine ou à la discrimination (...), à l'usage, à la détention ou au trafic de stupéfiants (...) »³⁶.

35 ● Loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse, [en ligne : legifrance.gouv.fr/loda/id/LEGITEXT000006070722 *]

36 ● Loi sur les publications destinées à la jeunesse, article 2, modifié par la loi n° 2011-525 du 17 mai 2011, [en ligne : legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000000878175 *].

1957 : Le Code de la propriété intellectuelle précise et renforce le droit d'auteur. « L'auteur d'une œuvre de l'esprit jouit sur cette œuvre, du seul fait de sa création, d'un droit de propriété incorporelle exclusif et opposable à tous. Ce droit comporte des attributs d'ordre intellectuel et moral ainsi que des attributs d'ordre patrimonial³⁷ (...) ».

1981 : La loi sur le prix du livre³⁸ impose à tous les détaillants de vendre un livre au prix fixé par l'éditeur ou l'importateur, une remise de 5 % pouvant être autorisée. Les objectifs de la loi sont d'assurer l'égalité des citoyen·nes devant le livre, le maintien d'un réseau décentralisé très dense de distribution, le soutien au pluralisme dans la création et l'édition. Le principe du prix unique a depuis été étendu au livre numérique.

2021 : La loi relative aux bibliothèques et au développement de la lecture

37 ● Code de la propriété intellectuelle, article L. 111-1 (modifié par la loi n°2020-1674 du 24 décembre 2020), [en ligne : legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000042814694 *].

38 ● Loi n° 81-766 du 10 août 1981 relative au prix du livre, [en ligne : legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000000517179 *].

publique définit les missions des bibliothèques des collectivités territoriales ou de leurs groupements : « garantir l'égal accès de tous à la culture, à l'information, à l'éducation, à la recherche, aux savoirs et aux loisirs ainsi que (...) favoriser le développement de la lecture³⁹. »

4.1. Créer. Auteurs et autrices

Dans le secteur du livre, l'acte de création relève de l'artiste-auteur. Si, pour le grand public, le terme d'auteur désigne essentiellement un auteur ou une autrice de textes, généralement de textes de fiction, parfois les illustrateurs et illustratrices de bandes dessinées ou de livres illustrés, ce terme d'artiste-auteur est en fait beaucoup plus large, puisqu'il désigne toute personne créant le contenu d'un ouvrage. Auteurs et autrices de textes scientifiques, d'essais, de témoignages, de récits, traducteurs et traductrices, plasticien·nes diffusant leurs œuvres sous forme de livre, photographes, scénaristes, etc., sont ainsi, au même titre

39 ● Loi n° 2021-1717 du 21 décembre 2021 relative aux bibliothèques et au développement de la lecture publique, article L. 310-1 A, [en ligne : legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000044537514 *].

que les écrivain·es, des artistes-auteurs et autrices.

Le Code de la propriété intellectuelle confère des droits spécifiques⁴⁰ à l'acte de création. Peu importe que l'acte de création relève de l'initiative de l'artiste-auteur ou d'une commande de l'éditeur.

Ce même code définit deux catégories de droits protégeant l'œuvre et encadrant les conditions de sa diffusion et de la rémunération des auteurs et autrices.

4.1.1. Des droits moraux

Tout auteur ou toute autrice conserve sur son œuvre des droits moraux incessibles, perpétuels, et restant en vigueur même après le passage de cette œuvre dans le domaine public. Ces droits moraux sont les suivants :

- Le droit au nom assure que le nom de l'auteur ou de l'autrice sera apposé sur toute reproduction de l'œuvre (sauf en cas de choix de l'anonymat ou d'un pseudonyme)⁴¹ ;
- Le droit au respect de l'œuvre implique le maintien de l'intégrité de l'œuvre et le respect de son esprit⁴² ;
- Le droit de divulgation garantit à l'auteur ou l'autrice l'exclusivité

40 ● Code de la propriété intellectuelle, [en ligne : legifrance.gouv.fr/codes/texte_lc/LEGITEXT000006069414/ *].

41 ● *Ibid.*, article L. 121-2.

42 ● *Ibid.*

de la décision de diffusion de l'œuvre, du moment et des conditions de cette diffusion⁴³ ;

- Le droit de repentir ou de retrait permet à l'auteur ou l'autrice, même après exploitation publique de l'œuvre, de la retirer du marché. Il implique cependant l'indemnisation du cessionnaire face au préjudice ainsi subi⁴⁴.

4.1.2. Des droits patrimoniaux

Ce sont les droits liés à l'exploitation et à la diffusion de l'œuvre. L'auteur ou autrice autorise, contre rémunération, un tiers à utiliser ou à diffuser son œuvre. L'expression « céder ses droits » ne signifie pas abandonner ses droits, mais, bien au contraire, exploiter son œuvre et en tirer rémunération. Le droit de la propriété encadre les conditions légales suivant lesquelles s'effectue la cession ; il revient à l'auteur ou autrice d'en négocier les termes. Les droits patrimoniaux sont les suivants :

- Le droit de reproduction porte sur la fixation matérielle de l'œuvre par tout procédé permettant de la communiquer au public de manière indirecte, du moulage en plâtre à la diffusion numérique, en passant par l'imprimerie⁴⁵ ;

43 ● *Ibid.*

44 ● *Ibid.*, article L. 121-4.

45 ● *Ibid.*, article L. 122-3

- Le droit de représentation désigne la communication de l'œuvre par des procédés tels que, entre autres, « récitation publique, exécution lyrique, représentation dramatique, présentation publique, projection publique et transmission dans un lieu public de l'œuvre télédiffusée⁴⁶ » ;
- Le droit de suite, uniquement pour les artistes-auteurs et autrices plasticien·nes consiste à percevoir un pourcentage lors des reventes successives de l'œuvre⁴⁷.

LES GROUPEMENTS PROFESSIONNELS DES AUTEURS ET AUTRICES

■ **La Charte des auteurs et illustrateurs jeunesse** la-charte.fr

■ **Le Conseil permanent des écrivains (CPE)** conseilpermanentdesecrivains.org, qui rassemble une quinzaine d'organisations représentant les auteurs et autrices de l'écrit et de l'image, dont notamment :

■ **la Société des gens de lettres (SGDL)** sgdl.org

■ **l'Association des traducteurs littéraires de France (ATLF)** atlf.org

46 ● *Ibid.*, article L. 122-2.

47 ● *Ibid.*, article L. 122-8.

4.2. Éditer

4.2.1. Rôles de l'éditeur ou de l'éditrice

Le métier d'éditeur ou d'éditrice relève d'un juste équilibre entre les deux dimensions de l'objet que constitue le livre : un rôle culturel autant qu'économique.

UN RÔLE CULTUREL

L'éditeur ou l'éditrice découvre de nouveaux auteurs et de nouvelles autrices, poursuit la collaboration avec celles et ceux que la maison publie déjà, les accompagne dans leur travail sur l'ouvrage. Il ou elle sélectionne les textes à paraître ou en passe commande. Il lui revient aussi de comprendre l'époque contemporaine en identifiant courants de pensées, mutations et tendances sociologiques pour y répondre par une offre éditoriale innovante et adaptée. Il ou elle conduit ainsi une politique éditoriale cohérente, donnant son identité, sa spécificité à la maison et matérialisée par un catalogue, identifiable.

UN RÔLE ÉCONOMIQUE

Comme dans toute entreprise, le dirigeant ou la dirigeante d'une maison d'édition doit en garantir la viabilité, le développement et la pérennité, notamment en maintenant les équilibres financiers, en commercialisant

la production éditoriale et en assurant sa visibilité. Il s'agit aussi de coordonner le travail des équipes professionnelles au sein de la maison. Les fonctions de l'éditeur ou de l'éditrice incluent également une importante dimension juridique, avec, notamment, la contractualisation avec les auteurs et autrices.

LE GROUPEMENT PROFESSIONNEL DES ÉDITEURS

■ Syndicat national de l'édition (SNE)

sne.fr

Signalons en particulier la page sne.fr/metiers-et-formations/ pour en savoir plus sur les métiers de l'édition.

4.2.2. Des pôles de métiers à découvrir

Au sein d'une maison d'édition, selon sa taille, de nombreux métiers sont à découvrir.

PÔLE ÉDITORIAL ET ARTISTIQUE

L'éditeur ou l'éditrice, directeur ou directrice éditorial·e, directeur ou directrice de collection, responsable éditorial·e conçoit et met en œuvre une politique éditoriale à travers la recherche et la sélection d'auteurs et autrices, de projets. Suivant le statut, ce ou cette professionnel·le peut être salarié·e de la maison d'édition ou indépendant·e.

Le correcteur/relecteur ou la correctrice/relectrice assure la relecture des copies et des épreuves⁴⁸ du livre pour vérifier l'orthographe, la syntaxe, la mise en page et la cohérence du texte. L'iconographe recherche les images fixes ou animées nécessaires à la réalisation des projets éditoriaux. Il ou elle assure l'utilisation de ces images en conformité avec le Code de la propriété intellectuelle et leur qualité lors de la publication. L'iconographe gère le budget d'acquisition des droits liés à l'utilisation de ces images.

Le directeur ou la directrice artistique définit l'identité visuelle et graphique des collections et de la maison d'édition, ainsi que des supports de communication. Il ou elle coordonne une équipe de graphistes et de maquettistes en interne ou fait appel à des collaborateurs et collaboratrices extérieur·es.

Le ou la responsable des droits étrangers négocie et achète des droits aux éditeurs étrangers pour assurer la traduction de leurs ouvrages vers le français ou, à l'inverse, négocie et vend

48 ● On distingue traditionnellement la « copie » (texte validé par l'auteur ou l'autrice et l'éditeur ou l'éditrice, et envoyé en préparation de copie et correction), des « épreuves » (maquette avec le texte composé) jusqu'au Bon à tirer (BàT).

les droits des ouvrages publiés par la maison d'édition à des éditeurs étrangers. Nécessitant pour une grande part des compétences juridiques et commerciales, le poste peut être interne à la maison d'édition ou pris en charge par une agence extérieure.

PÔLE FABRICATION

Le directeur ou la directrice de fabrication, le ou la chargé·e de fabrication organise, dirige et planifie toutes les étapes nécessaires à la fabrication des ouvrages. Il ou elle assure ensuite les relations entre les services internes (direction artistique, maquette) et les prestataires extérieur·es de la fabrication (imprimeurs, prestataires livres numériques et audio), du stockage et du transport des livres.

PÔLE COMMUNICATION ET PROMOTION

Le ou la chargé·e de communication, l'attaché·e de presse assure la visibilité, la notoriété des auteurs et autrices, ainsi que la politique éditoriale de la maison d'édition. Il ou elle conçoit et réalise les supports et événements nécessaires aux opérations de communication ; développe et entretient les relations avec les journalistes des médias papier, audiovisuels et des influenceurs et influenceuses des réseaux sociaux en adaptant

les contacts aux ouvrages à défendre. Le ou la responsable commercial·e initie, optimise et organise les déplacements des auteurs et autrices auprès des festivals, librairies et bibliothèques ou répond aux sollicitations. Ce rôle peut aussi être assumé par les chargé·es de communication. La promotion recouvre aussi les actions promotionnelles et publicitaires préparées en collaboration avec la diffusion.

PÔLE DIFFUSION ET DISTRIBUTION

Les maisons d'édition et groupes éditoriaux les plus importants ont développé leur propre structure de diffusion et de distribution. Les maisons de plus petite taille peuvent leur confier ces deux missions ou faire appel à des structures indépendantes spécialisées.

Diffusion

Chef·fe des ventes, directeur ou directrice commercial·e, représentant·es, ces professionnel·les coordonnent des équipes ou assurent sur le terrain l'ensemble des opérations commerciales nécessaires pour assurer la promotion des nouveautés et du fonds de la maison d'édition auprès des différents points de vente : librairies de toutes tailles, généralistes ou spécialisées ; grandes surfaces culturelles ; hyper et supermarchés ; plateformes

numériques ; petits points de vente occasionnels ou grossistes.

Distribution

La distribution désigne l'ensemble des étapes permettant la circulation physique du livre d'une part, les flux d'information et financiers d'autre part, entre l'éditeur ou le diffuseur et le détaillant.

Employé·e de logistique, technicien·ne de maintenance ou responsable des stocks assurent le stockage des livres à la sortie de l'imprimerie, en optimisant l'organisation pour garantir la disponibilité des ouvrages.

Au sein des entrepôts, l'employé·e de logistique réceptionne les ouvrages, prépare et expédie les commandes : il ou elle assure l'envoi des nouveautés et du réassort aux détaillants, et le traitement des retours.

Les services en charge de la distribution gèrent également les flux financiers entre l'éditeur et les détaillants, c'est-à-dire la facturation et le recouvrement.

Enfin, le distributeur transmet à l'éditeur, via son diffuseur, les informations permettant l'analyse des ventes.

4.3. Sur le terrain

Librairies, bibliothèques, maisons littéraires et structures organisatrices de manifestations participent à la visibilité de la création éditoriale et littéraire.

Mettre le livre à portée des publics, le commercialiser, faire vivre la lecture publique, créer du lien sont leurs missions : elles soutiennent la création, défendent les premières œuvres autant que les ouvrages du fonds.

4.3.1. Vendre

« Une librairie est un magasin physique de vente de livres, ouvert à tout public⁴⁹ ».

Le ou la libraire choisit et achète le livre en bénéficiant d'une remise, puis le conseille et le vend à sa clientèle au prix fixé par la maison d'édition ou l'importateur. Travaillant en librairie, en grande surface culturelle, en hyper ou supermarché ou dans de petits points de vente, le ou la libraire n'est pas un ou une commerçant·e comme les autres dans la mesure où il ou elle ne peut déterminer librement son prix de vente, du fait de la loi sur le prix du livre.

Sa rémunération est basée sur une remise commerciale négociée auprès du diffuseur, remise calculée en tenant compte de la

49 ● Définition, posée par le *Protocole d'accord sur les usages commerciaux de l'édition avec la librairie*. Syndicat de la librairie française, « Les usages commerciaux », [en ligne : syndicat-librairie.fr/commercial/les-usages-commerciaux *]. Cette définition exclut les grossistes et les librairies en ligne.

qualité des services rendus en faveur de la diffusion du livre. Ces services sont notamment sa connaissance des nouveautés et des catalogues d'éditeurs, sa maîtrise et sa bonne gestion de son assortiment d'ouvrages, sa capacité à les faire découvrir et à les conseiller à sa clientèle. La mise en place d'animations autour du livre telles que des séances de dédicace, des rencontres avec des auteurs et autrices ou des professionnel·les du livre ; la proposition de sélections thématiques, l'organisation de prix littéraires, de réunions d'information avec les bibliothécaires ou encore l'accueil de groupes⁵⁰, etc., sont également très valorisées dans le calcul de cette remise de même que les services commerciaux comme la commande gratuite d'ouvrage à l'unité ou la recherche bibliographique proposées à la clientèle.

En plus de compétences commerciales et de gestion, être libraire nécessite donc de posséder une solide culture générale et littéraire, et de savoir communiquer afin d'être identifié·e comme un acteur ou une actrice culturel·le au sein de son territoire.

50 ● Par exemple, accueil de groupes d'élèves dans le cadre du dispositif Jeunes en librairie, voir chapitre IV, « Financer son projet ».

LE GROUPEMENT PROFESSIONNEL DES LIBRAIRES

■ Syndicat de la librairie française (SLF)
syndicat-librairie.fr

4.3.2. Faire vivre la lecture publique

LA BIBLIOTHÈQUE

Les bibliothèques des collectivités territoriales (communes, communautés de communes ou d'agglomération, communautés urbaines, métropoles) ont pour mission de « garantir l'égal accès de tous à la culture, à l'information, à l'éducation, à la recherche, aux savoirs et aux loisirs ainsi que (...) favoriser le développement de la lecture⁵¹. » Ce qui passe, entre autres, par le fait de « [concevoir] et [mettre] en œuvre des services, des activités et des outils associés à leurs missions ou à leurs collections⁵². » La dimension partenariale figure désormais expressément dans la loi, qui stipule que les bibliothèques « coopèrent avec les organismes culturels, éducatifs

51 ● Loi n° 2021-1717 du 21 décembre 2021 relative aux bibliothèques et au développement de la lecture publique, [en ligne : legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000044537514 *], article 310-1 A.

52 ● *Ibid.*, article L. 310-1 A, 2°.

et sociaux et les établissements pénitentiaires⁵³. »

Si les bibliothèques territoriales, communales ou intercommunales, sont les mieux connues du grand public, les bibliothèques départementales fournissent en ouvrages et documents les bibliothèques des communes de moins de 10 000 habitant-es, par le biais des bibliobus ou de navettes. Pour de petites structures, il est ainsi possible de disposer d'un large fonds d'ouvrages mutualisé entre plusieurs établissements.

D'autres bibliothèques peuvent aussi être sollicitées dans un projet culturel consacré aux métiers du livre : les bibliothèques d'entreprise ou les bibliothèques de centres de détention. Enfin, les bibliothèques universitaires sont des lieux de travail, d'étude et de recherche ouverts aux étudiant-es, enseignant-es et chercheurs et chercheuses.

LE GROUPEMENT PROFESSIONNEL DES BIBLIOTHÉCAIRES

■ Association des bibliothécaires de France (ABF) abf.asso.fr

4.3.3. Créer du lien

LES MANIFESTATIONS LITTÉRAIRES ET LIEUX DE RÉSIDENCE

De même que les librairies et les bibliothèques, les manifestations littéraires et les lieux accueillant des auteurs et autrices permettent la rencontre directe avec le public. Mais pas seulement. Ce sont aussi les lieux où différents arts peuvent s'hybrider avec la littérature. En plus des discussions, tables rondes, conférences auxquelles participent auteurs et autrices, des animations très diverses peuvent s'y tenir : lectures performées, mises en musique, dansées ou accompagnées de séance de dessin en temps réel, animations ludiques pour petits et grands, expositions interactives, etc. La dimension festive et collective, la diversité de disciplines, la possibilité d'éditions hors les murs, partant à la recherche de nouveaux publics en prenant appui sur la visibilité de l'événement, sont autant de moyens de proposer d'autres approches du livre. Il en va de même avec les ateliers d'écriture et les animations culturelles menées par des auteurs et autrices auprès des habitant-es du territoire qui les accueille. Les manifestations littéraires et les lieux de résidence partagent avec les libraires et bibliothécaires le contact direct avec les lecteurs et lectrices et les mêmes réflexions sur les moyens de faire venir

des publics peut-être peu coutumiers du rapport à la lecture.

En région Pays de la Loire, citons (liste non exhaustive) par exemple :

Festivals

■ Atlantide (Nantes) : festival des littératures du monde atlantide-festival.org

■ Les Utopiales (Nantes) : festival international de science-fiction utopiales.org

■ Festival Angers BD angersbd.fr

■ Festival du premier roman et des littératures contemporaines (Laval) festivalpremierroman.fr

■ Faites Lire ! (Le Mans) : fête de la lecture faiteslire.fr

■ Printemps du livre de Montaigne : festival du livre tous publics printempsdulivre.terresdemontaigne.fr

■ Festival des Affluents (Ancenis) : festival du livre des Pays de la Loire lesaffluents.fr

Maisons littéraires et résidences d'auteurs et d'autrices

■ Maison Fumetti (Nantes), lieu dédié à la bande dessinée et aux arts graphiques maisonfumetti.fr

■ Maison de la Poésie, et festival Midi-Minuit Poésie (Nantes) maisondelapoésie-nantes.com

■ Maison Julien Gracq, et festival Les Préférences (Saint-Florent-le-Vieil) maisonjuliengracq.fr

■ Pôle littérature de la Scène nationale du Grand R/Maison Gueffier (La Roche-sur-Yon) legrandr.com/le-grand-r/un-pole-litterature/

COMMENT S'Y RETROUVER ?

Les sites internet des structures régionales du livre (Mobilis en région Pays de la Loire) sont les guichets d'accès aux annuaires des professionnel·les du livre et de la lecture, ainsi qu'à l'agenda des manifestations de chaque région.

53 ● *Ibid.*, article L. 310-1 A, 4°.

II-5. Élargir à d'autres partenaires

Que vous soyez professionnel·le du livre, de la culture ou de l'enseignement, les établissements culturels évoqués ci-dessus constitueront certainement le premier cercle au sein duquel vous trouverez des interlocuteurs et interlocutrices avec qui établir un partenariat.

La démarche partenariale consiste à tenter d'élargir ce premier cercle spontané, en s'interrogeant sur les autres partenaires susceptibles de vous rejoindre : au sein du territoire, quelles sont les structures pouvant apporter une expertise bénéfique au contenu du projet ? Ou qui vous aideront à toucher certains publics que vous ne parvenez pas à sensibiliser ou mobiliser.

Rechercher de nouveaux partenaires vous permet ainsi d'accroître vos capacités d'action, tout en favorisant votre ancrage dans le territoire.

Les propositions ci-dessous ne sont en rien exhaustives ; en fonction de votre projet, il vous appartient de rechercher les différentes organisations présentes dans votre environnement proche.

5.1. Établissements culturels

Outre les institutions directement identifiées comme étant partie prenante de l'EAC, d'autres structures, dont les missions sont pleinement ancrées dans la sphère artistique et/ou culturelle, sont susceptibles de partager avec vous de nombreux points de convergence, notamment concernant la réflexion sur la médiation, la transmission ou la diversification des publics. Lorsqu'ils sont accessibles, il est judicieux de consulter les projets d'établissement de ces structures afin de mieux connaître leur engagement.

Il peut s'agir, par exemple des lieux suivants :

- Archives ;
- Artothèques ;
- Associations culturelles ;
- Centres de culture scientifique, technique et industrielle ;
- Cinémas ;
- Conservatoires, écoles de musique, de danse, de théâtre, de cirque, etc. ;
- Centres et fonds régionaux d'art contemporain ;
- Écoles d'art ;
- Maisons de l'architecture ;
- Musées ;
- Muséums ;
- Opéras ;

- Sites patrimoniaux ;
- Scènes du spectacle vivant : théâtre, musique, danse, cirque, etc.

↳ Accès

Comment repérer et identifier les partenaires culturels présents sur votre territoire ?

Parmi les partenaires institutionnels cités en partie 1 « Institutions de la Culture », rapprochez-vous notamment de :

- Votre DRAC ;
- Le site internet des PREAC ;
- La plateforme ADAGE (application dédiée à la généralisation de l'éducation artistique et culturelle), accessible pour les enseignant·es depuis l'intranet académique, répertorie les partenaires culturels locaux.

Enfin, au niveau national, le ministère de la Culture recense les services éducatifs des institutions artistiques et culturelles relevant de son action : culture.gouv.fr/Thematiques/education-artistique-et-culturelle/Mission-educative.

5.2. Sans oublier

En élargissant vos recherches, vous identifierez d'autres acteurs de votre territoire susceptibles de devenir des partenaires ; ainsi, les associations et institutions spécialisées dans l'éducation populaire, le médico-social,

le sport, la jeunesse, l'insertion, etc., peuvent-elles vous aider à mieux comprendre les problématiques des publics auxquels elles s'adressent et à mettre en place les conditions d'un meilleur accueil pour favoriser leur participation à votre projet. Ces associations et institutions sauront aussi vous guider vers des expert·es qui pourront nourrir votre réflexion en vous accordant des entretiens ou en vous apportant des ressources (films, livres, matériels, etc.), voire intervenir dans votre projet, par exemple en animant des ateliers, ou en participant à des conférences, des tables rondes ou des débats.

5.2.1. Secteur de l'animation et de l'éducation populaire

Travailler avec une école, un collège, un lycée, permet certes de toucher de nombreux élèves d'une même classe d'âge. Cependant, tous les enfants d'un quartier ne fréquentent pas l'établissement scolaire de proximité. Élargir les propositions aux centres ou accueils de loisirs sans hébergement (CLSH ou ALSH), aux maisons de quartier ou aux maisons des jeunes et de la culture permet d'agrandir le cercle des jeunes pouvant être touché·es. Pour les connaître, rapprochez-vous des services petite enfance et jeunesse de votre municipalité. Pensez aux possibles effets ricochet : mener une action culturelle auprès d'enfants, c'est aussi

rencontrer, à l'occasion de séances de restitution, les parents, voire les grands-parents, de même que des frères et sœurs.

Forme d'éducation non formelle, distincte du modèle scolaire, l'éducation populaire « relève à la fois d'un idéal d'émancipation et de pratiques associatives et de pratiques ancrées dans des cadres collectifs⁵⁴ ».

L'éducation populaire reste difficile à définir précisément, du fait de la diversité des mouvements qui s'en réclament, d'inspiration laïque, confessionnelle ou ouvrière ; Ligue de l'Enseignement, Centres d'entraînement aux méthodes actives (CÉMÉA), Fédération Léo-Lagrange ou mouvement scout par exemple.

Pour autant, deux invariants offrent des repères pour la comprendre : la volonté de « favoriser l'accès du plus grand nombre à la culture, et (...) l'accès aux savoirs et à la culture comme condition de l'exercice de la citoyenneté. [Avec pour corollaire], la mise en œuvre de pédagogies actives [plaçant le sujet apprenant] en position d'acteur⁵⁵. ».

54 ● PORTE Emmanuel, *L'Éducation populaire en France*, Institut national de la jeunesse et de l'éducation populaire (INJEP), coll. « Fiches repères », Paris, 2019, [en ligne : injep.fr/publication/leducation-populaire-en-france/ *], p. 1.

55 ● RICHEZ Jean-Claude, *Éducation populaire, entre héritage et*

Pour le ministère de la Culture, ces associations ont ainsi pleinement vocation à contribuer aux politiques culturelles.

↪ Accès

■ Institut national de la jeunesse et de l'éducation populaire (INJEP) injep.fr

■ Comité pour les relations nationales et internationales des associations de jeunesse et d'éducation populaire (CNAJEP) cnajep.asso.fr

■ Ministère de la Jeunesse (relevant du ministère de l'Éducation nationale et de la Jeunesse) jeunes.gouv.fr

■ Ministère des Sports sports.gouv.fr

5.2.2. Secteur associatif

Associations culturelles, bien sûr, mais également associations d'accueil de migrant·es, d'apprentissage du français ou d'autres langues, de lutte contre les exclusions, l'illettrisme, engagées pour l'écologie, spécialisées dans le handicap, etc.

renouvellement, Institut national de la jeunesse et de l'éducation populaire (INJEP), coll. « Jeunesse, études et synthèses », Paris, 2013, [en ligne : injep.fr/publication/education-populaire-entre-heritage-et-renouvellement/ *], p. 1.

Ainsi par exemple, les membres organisateurs d'une manifestation littéraire réfléchissant à l'élargissement de leurs publics se rapprocheront utilement des associations de lutte contre l'illettrisme pour connaître les spécificités des personnes en difficulté face à l'écrit, pour mettre en place des animations et conditions d'accueil qui leur sont adaptées. Des élèves assisteront à un dialogue certainement fructueux entre les membres d'une association de préservation de l'environnement et un imprimeur ou un éditeur se questionnant sur la dimension écoresponsable de sa pratique professionnelle.

5.2.3. Secteur médico-social

Peu visibles du grand public, des liens solides entre le secteur médico-social et les établissements culturels existent pourtant et permettent à des publics, parfois empêchés, d'accéder à une offre culturelle. Ainsi, de façon courante, des bibliothécaires se déplacent dans les EHPAD ou en logements-foyers pour assurer un prêt de livres aux personnes âgées peu ou pas mobiles. Pendant le confinement, des infirmiers libéraux et des infirmières libérales, en partenariat avec des bibliothèques, se sont bénévolement chargé·es du portage de livres chez certains et certaines de leurs patient·es. Les professionnel·les de la petite

enfance bénéficient de séances de lecture pour les tout-petits. Des bailleurs sociaux peuvent autoriser la diffusion d'affiches concernant une manifestation littéraire dans les halls d'immeubles et constituer ainsi d'efficaces relais d'informations vers les habitant·es d'un quartier.

Pensez ainsi à vous rapprocher des :

- Bailleurs de logements sociaux ;
- Centres communaux d'action sociale (CCAS) ;
- Centres de santé ;
- Centres socioculturels ;
- Établissements d'hébergement pour personnes âgées dépendantes (EHPAD) ;
- Foyers logements ;
- Hôpitaux ;
- Infirmiers libéraux et infirmières libérales ;
- Services de protection maternelle et infantile (PMI) ;
- Relais assistant·es maternel·les.

5.2.4. Insertion économique et sociale

Si les parcours d'EAC sont plus spécifiquement conçus pour l'enseignement, primaire, secondaire ou supérieur, il est nécessaire de pouvoir aussi toucher des jeunes non scolarisés, de même que des adultes dont le parcours les a très tôt éloignés de l'enseignement. Le secteur de l'insertion économique et sociale offre des portes d'entrée vers ces publics. En organisant par exemple une

rencontre dans leurs locaux, les responsables d'une mission locale permettront à des jeunes, éloigné-es de la culture et ne fréquentant peut-être pas facilement bibliothèques et librairies, de rencontrer un ou une mangaka. Un point information familles pourra accueillir des séances d'échanges entre parents et un auteur ou une autrice spécialisé-e dans les questions d'éducation et de santé des tout-petits.

Pensez ainsi à vous rapprocher des :

- Foyers de jeunes travailleurs ;
- Missions locales ;
- France Travail (anciennement Pôle Emploi) ;
- Point information familles.

5.2.5. Justice

Pour les ministères de la Culture et de la Justice, la culture occupe une place importante en matière d'accompagnement, de prise en charge éducative et de préparation à la réinsertion des personnes détenues. Devant répondre à de nombreuses contraintes de sécurité, les actions culturelles n'en sont pas moins présentes dans les maisons d'arrêt et centres de détention. À titre d'exemple, le prestigieux prix Goncourt a connu en 2022 sa première édition en milieu carcéral et a permis à des personnes placées sous main de justice de participer à un jury littéraire. De longue date,

des associations d'éducation populaire, telles notamment la Ligue de l'enseignement, organisent des rencontres littéraires et ouvrent des bibliothèques au sein des établissements pénitentiaires.

Pensez ainsi à vous rapprocher des :

- Direction de l'administration pénitentiaire (DAP) ;
- Direction de la protection judiciaire de la jeunesse (DPJJ).

↪ Accès

- Ministère de la Justice justice.gouv.fr, consulter le menu « La prise en charge des personnes détenues ou prévenues ». ●

Conventionner et contractualiser



Une fois déterminés le contenu du projet et ses différentes parties prenantes (publics, partenaires et intervenant-es), il est nécessaire de formaliser par écrit les éléments permettant de structurer et de coordonner le partenariat.

III-1. Conventionner entre partenaires

1.1. De la nécessité de la convention

Une fois passée la phase de découverte mutuelle des partenaires, de compréhension des enjeux particuliers et communs, vient l'étape de leur formalisation ; elle se traduit par la rédaction d'une convention, qui constituera le document de référence auquel se reporter avant, pendant et après la réalisation du projet.

La rédaction d'une convention (ou d'une charte) fixera par écrit :

- La nature, la raison d'être, la ou les missions et le contenu du projet ;
- Les publics bénéficiaires ;
- Le cadre du partenariat ;
- L'identité des partenaires et leur implication respective ;
- Les moyens nécessaires à la réalisation du projet et sa temporalité.

Il importe donc d'accorder la plus grande attention à sa rédaction. Elle nécessite rigueur et vigilance, car il est impératif que les intérêts et valeurs de tous s'y trouvent respectés.

Par ailleurs, l'énumération des différentes étapes de réalisation et des contributions mutuelles est nécessaire pour assurer l'efficacité

du projet en évitant (autant que faire se peut) les sources de perte de temps, d'inefficacité, voire de tensions : malentendus, travail en doublon, déséquilibre dans la répartition des tâches pouvant entraîner épuisement et/ou désinvestissement. En plus de la vocation du projet et des valeurs qu'il porte, la convention permet donc d'assurer l'efficacité et le bon fonctionnement du partenariat.

Une fois signée, en engageant les organisations des différents partenaires, la convention assure le déroulement, la continuation, la réalisation et la pérennité du projet, au-delà des seules personnes qui en sont à l'initiative, notamment en cas de mutation, de changement d'organisation ou de service, de départ en retraite. Rédigée en autant d'exemplaires qu'il existe de partenaires, elle sera soigneusement conservée par chacun d'entre eux.

1.2. Comment préparer la convention ?

Le propre d'une bonne convention est de s'adapter au projet mené et aux partenaires qui le portent. Pour la rédiger, vous indiquerez et complétez les éléments

suivants, en fonction de leur adéquation avec votre contexte et votre mission. Cette liste ne prétend pas à l'exhaustivité : n'hésitez pas à y ajouter, notamment en annexes, d'autres informations qui vous sembleraient importantes. La définition du projet, ou le détail des différentes actions, notamment, peuvent figurer de façon succincte dans le corps de la convention et faire l'objet de documents plus détaillés joints en annexe.

NATURE DU PROJET, SA MISSION, SA RAISON D'ÊTRE

Définition du projet. Quelle est sa raison d'être ? Quelles valeurs, quels engagements vous permet-il de défendre ? Quelle en est la cohérence générale ?

PUBLICS BÉNÉFICIAIRES

À quels publics le projet s'adresse-t-il et pourquoi ? Ces publics seront-ils associés à la conception et à la réalisation du projet ? Si non, pourquoi ? Si oui, de quelle façon ?

PARTENARIAT ET PARTIES PRENANTES

Indiquer les différents partenaires et rappeler pourquoi chacun a vocation à participer au projet, du fait de son expertise, de sa connaissance des publics, de ses engagements, etc. Pourquoi ces partenaires sont-ils complémentaires ? Quels seront les

contributions et apports mutuels ? Que permet le fait de collaborer à plusieurs ?

CONTENU DU PROJET

Quelles sont les différentes actions prévues ?

En quoi permettront-elles de remplir les missions éducatives, culturelles et artistiques prévues ? Comment sont-elles conçues ? Quels seront leurs contenus ? Où, quand, comment et à quel rythme se dérouleront-elles ?

Quels sont les publics qui y participeront ?

Combien de personnes y participeront ?

Définition d'un planning ou rétroplanning des différentes actions et phases du projet.

PLANNING OU RÉTROPLANNING ?

Si ces deux outils ont la même finalité (organiser des actions dans le temps), ils n'ont pas le même point de départ.

Le planning est établi à partir du démarrage des actions et les organise dans le temps jusqu'à leur terme, l'aboutissement du projet. Si en cours de projet ou à la date prévue, les objectifs ne sont pas atteints, il est possible de repousser le terme initialement prévu et d'intégrer des retards afin de parvenir au résultat escompté.

À l'inverse, le rétroplanning est un calendrier prévisionnel élaboré en partant de la date à laquelle le travail doit être impérativement terminé. Il ne sera pas possible de dépasser cette date.

Il est judicieux de prévoir deux types de (rétro)plannings : à l'échelle macro, portant sur l'ensemble du déroulement du projet ; puis, de façon plus détaillée, étape par étape.

TEMPS DE RESTITUTION

Des temps de restitution sont-ils nécessaires ? Si oui, comment s'inscrivent-ils dans le projet ? Quelle forme prendront-ils ? Qui, des bénéficiaires et des partenaires, y participera ? Cette participation est-elle obligatoire ? Qui y assistera (parents, proches des bénéficiaires, partenaires, publics des partenaires, etc.) ? Quand ? Combien de fois ? À quel rythme ? Où ? Quels sont les moyens disponibles pour mettre en place cette ou ces restitutions ?

ÉVALUATION ET BILANS

Quels indicateurs qualitatifs et quantitatifs permettront d'évaluer la réussite du projet, l'atteinte des objectifs ? Qui se chargera de mener l'évaluation ? de rédiger les bilans ? De quelles informations les bilans

finaux seront-ils composés ? Outre les partenaires, qui sera destinataire des bilans ? Quel sera le calendrier de diffusion de ces bilans ?

FONCTIONNEMENT DU PARTENARIAT

Définir les membres du comité de pilotage : qui sont les référent-es des différents partenaires ? qui est le coordonnateur ou la coordinatrice du projet ? Définition d'un planning ou rétroplanning des rencontres du comité de pilotage : anticiper la disponibilité de chacun et chacune. Quel est le rythme de réunions adéquat pour rester mobilisé-e sans être surchargé-e ? La présence de tous et toutes les référent-es est-elle nécessaire à chaque réunion ? Rythme des réunions ? Lieu(x) où elles se tiendront ? Qui se charge des invitations aux réunions et de la rédaction des ordres du jour ? Qui se charge de la rédaction, de l'envoi et de la conservation des comptes rendus de réunion et des bilans d'étape ? Quels sont les outils de communication entre les partenaires : solutions numériques de stockage de documents, de prise de rendez-vous, de calendriers partagés, etc. ? Quels sont les outils et plan de communication extérieurs : vers les publics, la presse, les réseaux sociaux, etc. ?

DÉFINITION DES MOYENS

Définir les moyens humains nécessaires à la réalisation du projet et au fonctionnement du partenariat.

Définir les moyens matériels nécessaires à la réalisation du projet et au fonctionnement du partenariat.

Définir le budget général du projet et les apports des différents partenaires.

III-2. Contractualiser avec des intervenant·es : le cadre général

Les intervenant·es que vous sollicitez dans le cadre du projet peuvent y collaborer sous différents statuts :

- En tant que partenaire : dans ce cas, la convention définit la durée, la fréquence, le rythme de leur mise à disposition pour le projet (voir partie précédente, « 1. Conventionner entre partenaires »);
- En tant que bénévole : personne contribuant au projet lors de son temps libre et à titre gracieux. Une charte des bénévoles définit alors le cadre de cette participation ;
- À titre onéreux. L'intervenant·e est rémunéré·e pour les actions qu'il ou elle mène. Un contrat, indiquant le cadre de l'intervention et sa rémunération doit alors être rédigé.

2.1. Intervenant·es salarié·es d'une organisation

L'organisation facture l'intervention du ou de la salarié·e aux partenaires responsables du projet.

2.2. Intervenant·es muni·es d'un numéro de SIRET

Ces intervenant·es (travailleurs ou travailleuses indépendant·es, artistes-auteurs ou autrices, etc.)

possèdent leur propre entreprise et sont à même de présenter une facture aux partenaires.

2.3. Intervenant·es ne possédant pas de numéro de SIRET

Ces personnes ne peuvent pas établir de facture. Dans ce cas, la solution du salariat doit s'appliquer et les partenaires doivent déterminer entre eux qui prendra en charge, sur les plans administratif et financier, le contrat à établir ; ce dernier, portant sur la durée de l'intervention, pourra notamment prendre la forme d'une vacation ou d'un contrat à durée déterminée (CDD), afin de limiter le lien de subordination.

Solutions alternatives : l'intervenant·e peut opter pour des solutions telles que le portage salarial (mais parfois difficile à mettre en place pour des actions très ponctuelles) ou la coopérative d'activités. Par ailleurs, s'il ou elle envisage de développer durablement son activité, la solution de la création d'entreprise, tout d'abord sous la forme allégée de la micro entreprise, doit être étudiée. Dans l'un ou l'autre de ces cas, il est recommandé de se faire

accompagner pour retenir la solution la plus adaptée⁵⁶. Ces solutions, désormais faciles à mettre en place, peuvent éviter de recourir aux relations salariées, lorsqu'elles ne vous semblent pas être en cohérence avec votre projet.

56 ● Les chambres de commerce et d'industrie (liste disponible sur cci.fr), les agences France Travail (francetravail.fr) ou le site BPIFrance (bpifrance-creation.fr) sont les principaux sites auprès desquels se renseigner concernant la création d'une activité indépendante.

III-3. Contractualiser avec des artistes-auteurs

Les auteurs et autrices ne sont pas les seul-es intervenant-es possibles d'un projet portant sur les métiers du livre. Pour autant, il est fort probable que le partenariat prévoit des interventions de leur part. Dans ce cas, il est nécessaire de connaître et de comprendre les spécificités de leur statut.

3.1. Qu'est-ce qu'un auteur ou une autrice ?

« L'auteur d'une œuvre de l'esprit jouit sur cette œuvre, du seul fait de sa création, d'un droit de propriété incorporelle exclusif et opposable à tous⁵⁷. »
En France et de façon courante, on considère comme « auteur » une personne ayant publié au moins un ouvrage dans le cadre d'un contrat à compte d'éditeur : roman, essai, poésie, documentaire, beau livre, etc. Le terme « d'écrivain·e » est, de façon courante, plus

57 ● Code de la propriété intellectuelle, « Livre I^{er} : Le droit d'auteur. Titre I^{er} : Objet du droit d'auteur. Chapitre I^{er} : Nature du droit d'auteur », art. L. 111-1 (modifié par LOI n° 2020-1674 du 24 décembre 2020, [en ligne : legifrance.gouv.fr/codes/section_lc/LEGITEXT000006069414/LEGISCTA000006133323/ *].

spécifiquement réservé aux auteurs et autrices d'œuvres de fiction. Pour autant, les auteurs et autrices de livres ne sont juridiquement pas les seuls auteurs. Les créateurs et créatrices des œuvres suivantes relèvent aussi du statut des artistes-auteurs suivant la liste établie par la sécurité sociale des artistes auteurs⁵⁸ :

BRANCHE DES ÉCRIVAINS ET DES ILLUSTRATEURS DU LIVRE

- Auteurs de livres, brochures et autres écrits littéraires et scientifiques (ce qui exclut les textes à caractère publicitaire ou promotionnel et de communication) ;
- Auteurs de traductions, adaptations et illustrations des œuvres précitées ;
- Auteurs d'œuvres dramatiques et de mises en scène d'ouvrages dramatiques, lyriques et chorégraphiques ;
- Auteurs d'œuvres de même nature enregistrées sur un support matériel autre que l'écrit ou le livre (tel que disque, cassette, CD-Rom, réseau

58 ● Sécurité sociale des artistes auteurs, « Les activités artistiques éligibles », 16/05/2022, [en ligne : secu-artistes-auteurs.fr/artiste-auteur/le-regime-social/affiliation/les-activites-artistiques-eligibles *].

câblé), auxquels sont rattachés les auteurs de logiciels exerçant leur activité à titre indépendant ;

– Collaboration avec la presse (sous certaines conditions).

BRANCHE DES AUTEURS D'ŒUVRES PHOTOGRAPHIQUES

– Auteurs d'œuvres photographiques ou d'œuvres réalisées à l'aide de techniques analogues à la photographie (hormis les travaux réalisés pour des particuliers et qui ne donnent pas lieu à diffusion ou exploitation commerciale, telles les photos « de famille »).

BRANCHE DES ARTS GRAPHIQUES ET PLASTIQUES

– Peintures, dessins ;
 – Illustrations ;
 – Maquettes de dessins originaux pour le textile, le papier, les arts de la table, etc. ;
 – Gravures, estampes, lithographies ;
 – Sculptures ;
 – Réalisations de plasticien ;
 – Scénographies ;
 – Tapisseries et textiles muraux ;
 – Maquettes de fresques, trompe-l'œil, décorations murales, mosaïques, vitraux ;
 – Créations graphiques ;
 – Créations uniques de céramique, émaux sur cuivre ;
 – Œuvres du design relatives à la création de modèles originaux.

BRANCHE DES AUTEURS D'ŒUVRES CINÉMATOGRAPHIQUES ET AUDIOVISUELLES

– Auteurs d'œuvres cinématographiques, audiovisuelles (scénariste, adaptateur, dialoguiste, réalisateur, auteur de doublage et de sous-titrage) quels que soient les procédés d'enregistrement et de diffusion ;
 – Auteurs réalisateurs d'œuvres « multimédia » exerçant leur activité à titre indépendant.

BRANCHE DES AUTEURS-COMPOSITEURS DE MUSIQUE

– Auteurs de compositions musicales avec ou sans paroles (compositeur, parolier, librettiste) ;
 – Auteurs d'œuvres chorégraphiques et pantomimes ;
 – Les metteurs en scène.

3.2. Comprendre le statut social des artistes-auteurs

Afin de prendre en compte le caractère aléatoire de l'activité de création, un régime social spécifique a été accordé aux artistes-auteurs. Proche de celui des salarié-es, il leur permet de bénéficier de formalités réduites et de cotisations sociales moindres que celles des autres travailleurs et travailleuses indépendant-es. L'Urssaf artistes-auteurs (couramment dénommé « Urssaf Limousin » en raison de sa

localisation) est l'interlocuteur en matière de déclarations et de règlements des cotisations et contributions de la sécurité sociale. Il perçoit les cotisations sociales dues sur les rémunérations des artistes et met en œuvre les conditions de leur affiliation au régime spécifique des artistes-auteurs. Ces conditions connaissant des évolutions fréquentes, il est conseillé, avant toute contractualisation, de se rapprocher de l'Urssaf artistes-auteurs pour s'assurer de leur validité. artistes-auteurs.urssaf.fr

AGESSA ? MAISON DES ARTISTES ?

Cette mission de gestion de la Sécurité sociale des artistes-auteurs relevait auparavant de l'Agessa et de la Maison des Artistes (Mda). Ces deux organismes, désormais réunis, possèdent un site internet commun qui offre de nombreuses ressources et de très utiles informations pour vous aider à mieux comprendre le statut d'artiste-auteur : secu-artistes-auteurs.fr.

VOTRE LIEN JURIDIQUE

Associations, bibliothèques, collectivités territoriales, établissements scolaires ou de formation, organisateurs de manifestations littéraires, ou librairies : tout organisme

concevant et organisant des projets avec des auteurs et autrices et prenant en charge leur rémunération, est désigné par le terme juridique de « diffuseur ».

Le diffuseur a l'obligation de cotiser auprès de la Sécurité sociale des artistes-auteurs pour toute rémunération versée à un auteur ou une autrice sous forme de droits d'auteur. Certaines activités peuvent être rémunérées sous forme de salaire ou d'honoraires.

En tant que diffuseurs, la première fois où vous collaborez avec un ou une artiste-auteur ou autrice, faites-vous connaître en tant que diffuseur sur la première page du site internet : artistes-auteurs.urssaf.fr.

↪ En pratique

Téléchargez, remplissez et envoyez à l'Urssaf artistes-auteurs la déclaration d'existence de diffuseur. À chaque fin de trimestre, faites parvenir à l'Urssaf votre déclaration (téléchargeable sur le site), reprenant l'ensemble des rémunérations versées sous forme de droits d'auteur. Cette démarche doit être réalisée même si vous n'avez pas effectué de versement.

3.3. Rémunérer les auteurs et autrices

3.3.1. Spécificité de la rémunération sous forme de droits d'auteur

PRÉCOMPTE

En tant que diffuseur d'un auteur ou d'une autrice résidant en France, vous devenez « tiers déclarant » : vous devez soustraire les cotisations sociales de la rémunération due à l'auteur ou autrice et les verser à la Sécurité sociale des auteurs.

Cette démarche s'appelle le précompte. Elle est obligatoire concernant les artistes-auteurs qui déclarent leurs revenus sous forme de traitements et salaires. En revanche, elle ne s'applique pas à ceux et celles qui déclarent leurs revenus sous forme de bénéfices non commerciaux (BNC) ; ils ou elles sont alors tenus de vous remettre une dispense de précompte. Ce document est à conserver soigneusement car il peut vous être réclamé par les services de l'Urssaf artistes-auteurs en cas de contrôle. Lorsqu'un auteur ou une autrice vous remet cette dispense de précompte, vous devez lui verser l'intégralité de sa rémunération brute.

Nous vous indiquons annexe n° 2, « Montant du précompte », le tableau des cotisations sociales à acquitter. Cependant, le montant

de ces cotisations étant réévalué chaque année, consultez le site internet de la Sécurité sociale des artistes-auteurs pour prévoir et actualiser votre budget : secu-artistes-auteurs.fr/diffuseur/taux-de-cotisations-et-de-contributions-des-diffuseurs.

REVENUS ACCESSOIRES

Les auteurs et autrices de l'écrit et de l'image contractualisent généralement avec leur maison d'édition par le biais d'un contrat d'auteur pour la publication de leurs ouvrages.

Lorsqu'ils et elles sont sollicités pour intervenir dans le cadre d'une rencontre, d'un débat, d'une lecture performée, d'un atelier, etc., cette activité relève alors des droits dits « accessoires ». Il s'agit des activités pour lesquelles l'auteur ou autrice ne crée pas une œuvre, ni ne la reproduit ou la représente, mais qui s'inscrivent dans le prolongement de cette œuvre. Par ailleurs, il revient à l'auteur ou autrice de s'assurer qu'il ou elle ne dépasse pas le plafond de rémunération autorisé pour les revenus accessoires, le nombre de ces activités étant limité au cours d'une année d'exercice⁵⁹.

59 ● Pour en savoir plus, consultez la page « Mon activité artistique », rubrique « Revenus artistiques et accessoires » dans le menu « Artiste-auteur » du site internet secu-artistes-auteurs.fr.

L'INDISPENSABLE « OUTIL MAGIQUE » !

La Société des gens de lettres (SGDL) et la Charte des auteurs et illustrateurs jeunesse ont créé un « outil magique », permettant de calculer automatiquement les cotisations dues, à partir de la rémunération brute dont vous avez convenu avec l'artiste-auteur ou autrice.

■ La calculatrice des droits d'auteur sur le site internet de la SGDL sgdl.org/sgdl-accueil/services-de-la-sgdl/la-remuneration/la-calculatrice-des-droits-d-auteurs

■ L'outil magique de la Charte la-charte.fr/inviter-chartiste/loutil-magique/

■ Simulateur de cotisations du site de la Sécurité sociale des artistes-auteurs secu-artistes-auteurs.fr/simulateur-cotisations-sociales

3.3.2. À quel tarif ?

Historiquement, la Charte des auteurs et illustrateurs jeunesse a été la première association professionnelle à défendre un tarif de rémunération des auteurs et autrices. Créé au départ pour donner une échelle de rémunération des interventions

en milieu scolaire, notamment adossées aux manifestations littéraires, ce barème a peu à peu été utilisé par les structures accueillant des auteurs et autrices, quel que soit leur genre littéraire d'écriture.

Les principaux financeurs du secteur du livre (CNL, DRAC, La Sofia) s'accordent sur les tarifs minimaux en fonction des interventions, et subordonnent désormais l'attribution d'aides et de subventions à leur respect.

Ces tarifs sont revus chaque année et indexés sur l'inflation.

À titre d'exemple, les tarifs pour l'année 2024 sont les suivants :

- Une journée de trois interventions maximum : 499,57 € bruts ;
- Une demi-journée d'intervention : 301,38 € bruts ;
- Plateau (participation à une rencontre d'auteurs et autrices) : 179,06 € bruts ;
- Lecture performance : 477,50 € bruts.

Le tarif net correspond au tarif une fois le précompte effectué. Il s'agit de la somme nette que perçoit l'auteur ou autrice, quel que soit le mode de rémunération.

↪ En pratique

Pour prévoir le budget alloué à la rémunération d'un auteur ou d'une autrice, consulter les pages « Aides » ou « Rémunération » des sites internet suivants :

■ Centre national du livre (CNL)
centrenationaldulivre.fr/aides
 (« Aides aux manifestations littéraires » puis « Grille tarifaire »)

■ Société des gens de lettres (SGDL)
sgdl.org/sgdl-accueil/services-de-la-sgdl/la-remuneration/les-tarifs-preconises-par-la-sgdl

■ Charte des auteurs et illustrateurs jeunesse
la-charte.fr/inviter-chartiste/recommandations-tarifaires/

III-4. Les autres frais

En plus de la rémunération, il revient à la structure accueillante de prendre en charge les frais liés au déplacement de l'intervenant·e. Ce dernier ou cette dernière ne doit pas avoir à les avancer⁶⁰.

4.1. Transport

Dans le cas d'un déplacement en train, avion, bateau, faites parvenir les billets de transport à l'intervenant·e avant son déplacement. Pensez à lui demander s'il ou elle dispose d'un abonnement ou d'une carte de réduction (jeune ou senior, famille nombreuse, etc.) lui permettant de bénéficier d'un tarif spécial.

Dans le cas d'un déplacement en véhicule personnel, le coût du transport ne pouvant être pris en charge à l'avance, le remboursement devra s'effectuer le plus tôt possible après l'intervention (ou au coup par coup en cas de déplacements multiples). Vérifiez auprès de

60 ● S'il est matériellement impossible d'avancer les frais, indiquer à l'auteur ou autrice un forfait de remboursement ou un montant maximum à ne pas dépasser. Mais, en dehors du cas du transport ou de circonstances particulières, cette avance de frais par l'auteur ou autrice doit être évitée.

votre organisation le mode de remboursement applicable : il s'agit le plus souvent d'un barème kilométrique dépendant du nombre de chevaux fiscaux mentionné sur la carte grise du véhicule, auquel s'ajoutent les frais de péage autoroutier. Informez l'intervenant·e de ces conditions de prise en charge du transport et indiquez-les dans la convention ; il ou elle devra, à l'appui de sa demande de remboursement, vous fournir toutes les pièces justificatives nécessaires au remboursement (carte grise, tickets de péage).

4.2. Hébergement

La recherche, la réservation et le règlement d'un hébergement comprenant nuitées et petits déjeuners, le cas échéant déjeuners et dîners à proximité du lieu d'intervention, seront également à votre charge. En revanche, tout autre service utilisé par l'intervenant·e durant son séjour (room service, hébergement d'une autre personne, suppléments divers, etc.) restera à sa charge.

4.3. Restauration

La structure d'accueil prendra à sa charge les différents repas pendant le séjour de l'intervenant·e.

Le plus souvent, les auteurs et autrices sont invité-es à déjeuner/ dîner avec les organisateurs et organisatrices. Autre option possible, le versement d'une somme d'argent ou la remise de tickets repas prépayés, utilisables dans une liste d'établissements qui leur sera remise.

4.4. Matériel

Suivant les situations, l'intervention de l'intervenant-e peut nécessiter l'achat de matériel, en particulier dans le cas de l'accueil d'illustrateurs et illustratrices, de plasticien-nes, de photographes : papiers, encres, feutres, etc. L'acquisition de ce matériel est généralement effectuée par la structure accueillante. En cas de matériel plus onéreux, ce point fera l'objet d'une négociation quant à la répartition des coûts.

4.5. Assurances

Assurez-vous que votre établissement est bien assuré pour le type d'intervention que vous prévoyez, en particulier lorsque vous accueillez un ou une artiste-auteur ou autrice présentant des œuvres sur support matériel. Dans ce cas, une extension de votre assurance peut être nécessaire ; l'artiste-auteur ou autrice vous fournit alors une valeur d'assurance que vous indiquez

à votre compagnie d'assurances. Référez-vous à la partie suivante, « 5. Les écrits restent ».

Vous trouverez en annexe n° 3, « Matériel et logistique », une liste non exhaustive proposant d'autres éléments matériels pouvant vous être utiles.

III-5. Les écrits restent

Tous ces éléments administratifs et financiers, précisant les conditions d'intervention de l'auteur ou autrice au sein de la structure accueillante, doivent être rédigés, de même que le déroulement, le contenu et la programmation. Un écrit est impératif pour garantir auteur ou autrice et structure accueillante du respect mutuel, de part et d'autre, du bon déroulement de l'intervention.

Dans le cas d'un règlement des interventions par droit d'auteur ou par salaire, toutes ces conditions seront définies dans une lettre ou un contrat d'engagement, ou une convention. À titre d'exemple, vous trouverez sur le site internet de la Sofia⁶¹ un modèle d'accord à adapter en fonction de l'intervention que vous prévoyez.

Dans le cas d'un règlement par note d'honoraires (facture), vos premiers échanges avec l'auteur ou autrice vous permettront de circonscrire les conditions de son intervention ; il ou elle vous remettra un devis reprenant les différentes dispositions : contenu et déroulement de l'intervention, planning, rémunération, prise

en charge des frais de restauration hébergement, transport. Ce devis peut faire office de bon de commande et valider officiellement les termes de votre échange, dès lors :

- qu'il est signé par les deux parties ;
- qu'il comporte un calendrier de réalisation ;
- qu'y figure une mention telle que : « Pour toute commande de votre part, merci de me retourner le double de ce devis, revêtu de votre signature et portant la mention "bon pour accord et exécution". »

5.1. Respecter le droit d'auteur

Qu'il s'agisse de promouvoir la rencontre ou d'en rendre compte, veillez à respecter le droit d'auteur de la personne que vous invitez, ainsi que son droit à l'image. Cela passe tout simplement par le fait de lui demander par écrit le droit de reproduire :

61 ● Sofia, « Présentation », [en ligne : la-sofia.org/action-culturelle/action-culturelle/ *].

- des extraits de ses textes lorsque ceux-ci excèdent le simple droit de citation⁶² ;
- des illustrations, des photographies de ses œuvres ; en indiquant clairement l'utilisation que vous souhaitez en faire, supports et durée d'exploitation notamment.

5.2. Respecter le droit à l'image

Afin de pouvoir utiliser les photographies, vidéos, sons, sur lesquels apparaissent les intervenant-es, pensez à leur demander de remplir une autorisation portant sur leur droit à l'image.

En amont, sollicitez une photographie auprès de l'intervenant-e en indiquant l'utilisation que vous comptez

62 ● L'article L. 122.5 du Code de la propriété intellectuelle (chapitre II : Droits patrimoniaux) indique que « lorsque l'œuvre a été divulguée, l'auteur ne peut interdire : (...) 3° Sous réserve que soient indiqués clairement le nom de l'auteur et la source : a) les analyses et courtes citations justifiées par le caractère critique, polémique, pédagogique, scientifique ou d'information de l'œuvre à laquelle elles sont incorporées », [en ligne : legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000037388886/ *]. La longueur de la citation est appréciée par rapport à celle de l'œuvre dont elle est extraite.

en faire : annonce des animations, sur place ou auprès de la presse. Veillez à bien créditer le nom du ou de la photographe.

5.3. Rassurer : la feuille de route

Dans les documents à transmettre en amont aux intervenant-es et aux partenaires participant au projet, la feuille de route occupe une place singulière, en ce qu'elle rassure par son aspect très concret.

Ce document synthétique rassemble toutes les informations logistiques et pratiques propres à chaque personne : transport, hébergement, restauration, animations auxquelles chacun et chacune participera, contacts importants. Il s'agit en quelque sorte d'une version synthétique des aspects pratiques formalisés par le contrat : nous vous en proposons un modèle en annexe n° 4 « Exemple de feuille de route ». Si vous éditez des badges, ceux-ci mentionneront, au recto, l'identité de chaque personne. Avec, au verso, mentions des noms et coordonnées téléphoniques des personnes à joindre en cas d'urgence. Très pratique pour qui a oublié le code d'entrée de nuit à l'hôtel, ou le trajet pour se rendre sur son lieu d'animation !

III-6. Autorisations et démarches administratives préalables

6.1. De façon générale

Une fois les besoins matériels et logistiques estimés, il est nécessaire de s'assurer que l'événement se déroulera dans un cadre réglementaire sécurisé. Autorisations administratives et souscriptions d'assurance doivent être largement anticipées, car les délais de traitement et de réponse peuvent être importants.

La sécurité du ou des lieux que vous aurez retenus devra être soigneusement étudiée. S'agit-il de lieux accueillant régulièrement des manifestations culturelles ? S'agit-il de bâtiments déjà habilités à recevoir du public (établissements recevant du public, dits ERP) ? Si tel n'est pas le cas, adressez-vous à votre mairie pour demander le passage d'une commission sécurité qui évaluera les risques potentiels, notamment d'incendie, et vous indiquera les dispositions pouvant être nécessaires : dégagement des accès, réorganisation de l'aménagement, choix du mobilier ou des accessoires textiles. Cette commission sécurité vous indiquera également si un poste de secours (Croix-Rouge, sécurité civile, voire pompiers) ou un service d'ordre (dans le cas d'une réactivation du plan Vigipirate) doit être prévu.

Sollicitez la mairie de votre commune pour certaines demandes plus spécifiques :

- l'organisation de votre événement sur la voie publique ;
- l'utilisation de la voie publique (chaussée, trottoirs, places, jardins publics, etc.) ;
- la pose de panneaux, affiches, calicots dans l'espace public ;
- l'obtention d'interdictions de circuler ou de stationner ;
- la sonorisation de la voie publique ;
- l'installation d'une structure montée (chapiteau) ;
- l'ouverture d'un début de boisson temporaire ;
- l'emploi d'enfants mineurs.

Il est possible que votre mairie vous dirige vers la préfecture pour certaines de ces requêtes.

6.2. Autres points de vigilance et de réflexion

6.2.1. Pour les personnes à mobilité réduite, âgées ou en situation de handicap

L'accessibilité générale doit être étudiée concernant le lieu que vous retiendrez : pensez notamment aux ascenseurs, rampes d'accès et dégagements pour les fauteuils roulants.

Outre l'accès aux lieux, l'accès aux activités culturelles doit aussi, autant que possible, être anticipée, notamment en fonction des différents handicaps, moteur, physique, sensoriel ou mental, des publics que vous accueillerez. Suivant les cas, des dispositifs de médiation en braille ou des boucles auditives peuvent être installés. Des traducteurs et traductrices LSF (langue des signes française) ou des animateurs et animatrices spécialisé·es, etc. peuvent intervenir.

Le PREAC spectacle vivant des Pays de la Loire a recensé un ensemble de ressources consacrées à l'accessibilité : legrandr.com/preac/le-preac/ressources-2/accessibilite/.

6.2.2. Hygiène et santé

En fonction du contexte, veillez à vous mettre en conformité avec les exigences liées à la situation sanitaire, certaines dispositions peuvent devenir obligatoires : port du masque, installation de distributeurs de gel hydroalcoolique, respect des distances, marquage au sol, obligations spécifiques en matière de nettoyage, etc. Sans compter l'imposition d'une jauge.

6.2.3. Assurances

Suivant le cadre du projet, plusieurs assurances peuvent

s'avérer nécessaires. Pensez à recenser les éventuels risques liés à votre projet, et, s'il y a lieu, à vous en prémunir. Vérifiez que l'assurance responsabilité civile organisateur couvre les dommages occasionnés aux personnes (intervenant·es et public), aux lieux ou structures montées, aux biens, véhicules, œuvres exposées (assurance dite « clou à clou »), période de montage et démontage incluse. Si vous faites appel à des bénévoles, pensez aussi à couvrir leurs interventions, notamment s'ils ou elles doivent conduire des véhicules de fonction ou transporter des personnes⁶³. Pensez aussi aux assurances couvrant les annulations pour cas de force majeure, intempéries, accidents. ●

63 ● Pour les questions d'assurance concernant les bénévoles, consultez le site internet associations.gouv.fr, rubrique « Bénévolat associatif », [en ligne : associations.gouv.fr/assurances-et-protection-sociale.html *].



Financer
son projet

Si elle n'est pas à elle seule gage de la réussite de votre projet, la question du financement va déterminer très concrètement sa dimension, son audience et son contenu.

Aussi est-il important de vous assurer, le plus en amont possible, une vue réaliste des fonds dont vous pourrez disposer. Que vous soyez issu-e des métiers du livre, de l'enseignement, de l'animation ou du champ social, identifier et contacter les différents financeurs est une première démarche à effectuer, au sein de votre secteur d'activité, mais également chez vos partenaires.

Trois logiques seront ici à l'œuvre et peuvent être sollicitées conjointement :

- la constitution de fonds propres ;
- la sollicitation d'aides et de subventions publiques ;
- le recours à des partenaires privés, sous forme de parrainage, de mécénat, ou encore de financement participatif.

IV-1. Ressources propres

Même si la proposition culturelle à laquelle aboutit votre projet de partenariat s'avère gratuite pour l'ensemble des publics bénéficiaires, il est judicieux de réfléchir à la mise en place d'un financement en ressources propres. Dans le secteur associatif, ces ressources propres sont constituées par les cotisations, les legs, les dons manuels et les subventions⁶⁴. Les subventions et les aides publiques étant plus précisément détaillées dans la partie suivante, il vous appartient d'examiner si une source de revenus peut être adaptée à votre projet et à votre statut parmi les trois premières évoquées. Dans la majorité des cas, il ne s'agira pas d'assurer la totale autonomie financière de votre projet ; cependant un apport, aussi minime soit-il, est souvent demandé de la part des financeurs publics et privés afin de démontrer l'engagement des partenaires du projet dans la recherche de fonds aux origines diversifiées. Cette diversification des sources de financement permet en effet de consolider la viabilité du projet en cas de défaillance de l'un des financeurs.

En fonction de votre projet, différentes sources de revenus peuvent être imaginées : achat de places (ou contribution libre) lors des séances de restitution ; vente de supports de communication (affiches, cartes postales, marque-pages, etc.) ; vente d'articles culturels, de papeterie ; bar et restauration légère ; etc. Les appels aux dons sont aussi susceptibles de générer des entrées de fonds... parfois non négligeables lorsqu'ils surviennent dans l'enthousiasme d'un événement culturel festif et rassemblant partenaires et publics.

64 ● Associations.gouv.fr, « Ressources de l'association », [en ligne : associations.gouv.fr/ressources-de-l-association.html *].

IV-2. Aides et subventions publiques

Dans la plupart des projets culturels impliquant professionnel·les des métiers du livre, acteurs de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur, de la Ville, de la Santé ou de la Justice, une part importante, sinon majoritaire, des financements proviendra de subventions et d'aides publiques. S'inscrivant dans une logique ancienne de soutien au secteur de la culture, de plus en plus structurée depuis la création, en 1959, d'un ministère propre, cette pratique de subvention et d'aide financière participe de l'action redistributrice de l'État.

Les candidatures aux subventions publiques passent désormais quasi exclusivement par des dépôts en ligne, sur les sites internet des différents financeurs. En plus de la qualité artistique et culturelle des projets, l'adéquation des propositions avec les besoins des publics visés, l'ancrage territorial, par la juste réponse à un contexte local, ainsi que la solidité financière du projet, seront examinés. Concernant les métiers du livre, il importe également de respecter les règles en vigueur telles que la loi sur le prix du livre, la rémunération des artistes-auteurs

et autrices, le respect du Code de la propriété intellectuelle.

2.1. Aides pour la culture, le livre et la lecture : le niveau national

Au niveau national, trois structures portent l'essentiel des financements en matière de livre et de lecture, parfois de façon exclusive, le plus souvent avec le relais des acteurs de proximité.

2.1.1. Ministère de la Culture

Le site internet du ministère de la Culture permet d'accéder aux différentes aides, en saisissant les principales caractéristiques de son projet dans l'onglet « Aides, démarches et subventions ». culture.gouv.fr/demarches-en-ligne/Par-type-de-demarche/Subvention

2.1.2. Centre national du livre

Au niveau national, le Centre national du livre (CNL) a pour mission « d'encourager la création et la diffusion d'ouvrages de qualité à travers de nombreux dispositifs d'aide aux acteurs de la chaîne du livre (auteurs, éditeurs, libraires, bibliothèques,

organisateurs de manifestations littéraires) et de favoriser le développement de la lecture, auprès de tous les publics⁶⁵. » Plusieurs dispositifs s'adressent aux professionnel·les du livre : centrenationaldulivre.fr, onglet « Aides ».

2.1.3. La Sofia

La Sofia (voir présentation, chapitre II « Un partenariat avec qui ? ») est l'organisme agréé par le ministère de la Culture pour la gestion collective du droit de prêt en bibliothèque. Elle perçoit également la rémunération au titre de la copie privée numérique concernant le texte et les images des livres, laquelle consiste en une taxe appliquée sur les supports vierges permettant la reproduction des œuvres. La Sofia consacre 25 % des sommes perçues sur cette taxe au financement d'actions d'aide à la création et à la diffusion (festivals, salons et rencontres littéraires), ainsi qu'aux actions de développement de l'éducation artistique et culturelle, avec une priorité donnée aux publics les plus jeunes ou éloignés de la culture. Les actions de défense, de formation et de professionnalisation des auteurs et autrices et, plus largement, des professionnel·les

65 ● Centre national du livre, « Missions », [en ligne : centrenationaldulivre.fr/le-cnl-en-bref *].

du livre, sont également éligibles à ce financement.

Les demandes d'aides financières se déposent en ligne, sur le site internet de l'action culturelle de la Sofia : la-sofiaactionculturelle.org.

2.2. Aides pour la culture, le livre et la lecture : le niveau territorial

En région, plusieurs institutions constituent des guichets d'entrée vers les dispositifs d'aides et de subventions, de niveau régional ou national.

2.2.1. DRAC

Dans leur mission de diffusion des politiques culturelles de l'État, les DRAC sont notamment chargées de l'attribution des financements publics. Les principales aides et subventions sont regroupées sous l'onglet « Aides, démarches et subventions ». Cette page permet également d'accéder aux formulaires et calendrier de dépôt. culture.gouv.fr/fr/regions/DRAC-Pays-de-la-Loire/Aides-et-demarches-specifiques-Pays-de-la-Loire/Aides-et-demarches-Livre-et-lecture-dans-les-Pays-de-la-Loire

Chaque projet pouvant également faire l'objet d'un financement adapté à ses spécificités, il est vivement recommandé de contacter les conseillers et conseillères livre et lecture pour identifier et étudier les aides les plus adéquates.

■ Contact en région Pays de la Loire :
livre.paysdelaloire@culture.gouv.fr

ÉDUCATION ARTISTIQUE ET CULTURELLE ET MÉDIATION VERS LES PUBLICS

En matière de développement des pratiques de lecture et/ou de découverte des métiers du livre, des projets de partenariat peuvent associer des acteurs variés (voir chapitre II, « Un partenariat avec qui ? »), prenant en compte les spécificités du territoire : collectivités territoriales ; autres services de l'État tels que la Santé, la Justice, la Jeunesse et les Sports et, bien sûr, l'Éducation nationale et l'Enseignement supérieur ; ou encore des associations relevant de ces secteurs.

En fonction de son contenu, des publics auxquels il s'adresse, du territoire dans lequel il s'inscrit, chaque projet est susceptible de faire l'objet d'un financement adapté prenant en compte ses spécificités.

SOUTIEN À LA VIE LITTÉRAIRE

De la même façon, les structures et manifestations littéraires sont éligibles à des financements pour

la création de résidences d'auteurs et autrices (en particulier lorsque des volets de création littéraire et d'action culturelle sont prévus), ainsi que pour leur programmation de rencontres littéraires ou d'actions de médiation en EAC.

BIBLIOTHÈQUES PUBLIQUES

La DRAC soutient le développement et la modernisation des bibliothèques municipales, intercommunales et départementales à travers les actions suivantes :

- Construction, extension, restructuration d'établissement ;
- Équipement mobilier et matériel ;
- Équipement informatique et numérique ;
- Préservation du patrimoine ;
- Développement des collections ;
- Extension des horaires d'ouverture.

CONTRATS TERRITOIRE-LECTURE

Les contrats territoire-lecture (CTL) sont des dispositifs permettant aux collectivités territoriales et à l'État de nouer des partenariats de développement de la lecture. Conjuguant un état des lieux local et les orientations du ministère de la Culture en matière de politiques de lecture, le CTL s'accorde à chaque contexte et permet la mise en place de projets variés et adaptés à chaque territoire.

Il peut s'agir, entre autres, de :

- susciter les initiatives favorisant les relations interprofessionnelles et promouvant tous les acteurs de la chaîne du livre (libraires, éditeurs, etc.) ;
- développer les partenariats avec les établissements culturels du territoire ;
- mener des actions dans ou hors les murs destinées aux publics éloignés du livre ;
- expérimenter de nouveaux services ou de nouveaux partenariats ;
- accompagner des projets de construction durant leur phase de préfiguration, constituer et/ou moderniser un réseau de lecture publique à l'échelle intercommunale ;
- etc.

En région Pays de la Loire, la DRAC favorise notamment « une structuration des réseaux de lecture publique et le développement d'actions partenariales entre les acteurs culturels, éducatifs, sociaux et économiques du livre et de la lecture⁶⁶ ».

66 ● DRAC Pays de la Loire, [en ligne : culture.gouv.fr/regions/DRAC-Pays-de-la-Loire/Aides-et-demarches-specifiques-Pays-de-la-Loire/Aides-et-demarches-Livre-et-lecture-dans-les-Pays-de-la-Loire/Developpement-de-la-lecture *].

CONTRAT LOCAL D'ÉDUCATION ARTISTIQUE

Les contrats locaux d'éducation artistique (CLEA) s'inscrivent dans le cadre des politiques d'EAC et ont pour objectif de les conforter à l'échelle territoriale. Ils permettent au plus grand nombre d'appréhender le processus de création des œuvres, qu'elles soient contemporaines, patrimoniales ou scientifiques.

APPELS À PROJETS

La DRAC se fait aussi le relais d'appels à projets nationaux qui peuvent correspondre à celui que vous envisagez de mener.

JEUNES EN LIBRAIRIE

Le programme national d'éducation artistique et culturelle Jeunes en librairie (JEL) est un dispositif reposant sur un partenariat entre le ministère de l'Éducation nationale et de la Jeunesse, et celui de la Culture. En région Pays de la Loire, il est financé par la DRAC Pays de la Loire, les départements de Maine-et-Loire, de la Mayenne, de la Sarthe et de la Vendée en partenariat avec la DRAEAC de l'académie de Nantes, et a été confié à l'Association des librairies indépendantes

en Pays de la Loire (ALIP)⁶⁷ en tant qu'opérateur de gestion et de coordination.

Inscrite dans le plan France relance, cette opération s'adresse aux collégien·nes, lycéen·nes et apprenti·es, ainsi qu'aux élèves de lycées militaires ou de Maisons familiales et rurales (MFR). L'objectif est de sensibiliser à l'écosystème du secteur du livre et à la nécessité de préserver la diversité de la production éditoriale. Au cœur de ce dispositif, la librairie indépendante est le lieu de découverte de ce milieu⁶⁸.

67 ● Association des librairies indépendantes en Pays de la Loire (ALIP), [en ligne : librairies-alip.fr *].

68 ● De façon courante, une librairie est considérée comme indépendante lorsqu'elle n'appartient ni à un groupe, ni à une chaîne. Plus précisément, le ministère de la Culture a créé le label LIR, qui reconnaît, valorise et soutient le travail qualitatif des libraires indépendants. Pour obtenir ce label, la librairie doit être « [dirigée] par une personne physique présente de manière permanente dans les locaux et disposant d'une pleine liberté de décision quant à la constitution et la gestion de l'assortiment de livres, tant pour les nouveautés que le réassort. » Décret relatif au label de référence et au label de librairie indépendante de référence [en ligne : legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000024497718 *].

Actuellement dispositif national, JEL est appelé à être pris en charge par les collectivités.

En pratique, Jeunes en librairie permet :

- une mise en relation entre des groupes scolaires et une librairie de proximité ;
- la remise d'un chèque livre d'un montant de 20 € à chaque élève ;
- le financement (à hauteur de 85 €⁶⁹) d'une rencontre avec un ou une professionnel·le du secteur du livre.

Participer au dispositif Jeunes en librairie :

■ sur le site internet de l'ALIP : asso.librairies-alip.fr/jeunes-en-librairie

■ en contactant la coordinatrice : jeunesenlibrairie@librairies-alip.fr

2.2.2. Conseil régional

La culture faisant partie des compétences des conseils régionaux, ces collectivités sont aussi des financeurs possibles de votre projet. Reportez-vous au site internet de votre région pour découvrir les financements possibles.

69 ● Attention, il s'agit d'une somme forfaitaire à laquelle il peut être nécessaire d'ajouter des frais de déplacement, voire de restauration ou d'hébergement.

Ainsi, la région Pays de la Loire soutient-elle notamment les manifestations littéraires et les actions de promotion de la lecture. Avec, pour premier critère d'éligibilité, la mise en place de partenariats avec les acteurs du livre.

L'engagement financier d'autres collectivités, le respect des règles en vigueur dans les métiers du livre (loi sur le prix du livre, rémunération des auteurs et autrices, pratique du compte d'éditeur), le caractère professionnel des coordonnateurs et coordonnatrices du projet et des auteurs et autrices parties prenantes, ainsi que la diversité des publics ciblés et la mise en place d'actions de médiation constituent les autres critères d'éligibilité et d'appréciation des projets.

↪ Accès

■ Découvrir les dispositifs régionaux consacrés au livre et à la lecture : paysdelaloire.fr/culture-sport-associations/culture/livre-et-lecture

■ Accéder aux aides en région Pays de la Loire : paysdelaloire.fr/les-aides?sous_thematique=All, onglet « Toutes les aides de la Région » puis en entrant « Culture et Patrimoine » dans le champ de recherche « Thématique ».

De la même façon que pour la DRAC, il est pertinent d'échanger avec les agent·es de la Direction de la culture, du sport et des associations en amont du dépôt de votre dossier.

■ Cheffe de projets livre et lecture : Christine Marzelière christine.marzeliere@paysdelaloire.fr

2.2.3. Agence régionale du livre et de la lecture

Les agences ou structures régionales du livre et de la lecture sont chargées de mettre en œuvre et d'ajuster les politiques publiques du livre et de la lecture de l'État sur le territoire régional. Elles sont également un lieu de coopération entre professionnel·les et de prospective pour le développement du livre et de la lecture.

Pour les professionnel·les du livre et de la lecture, ces agences constituent un lieu d'information sectoriel incontournable. Bien qu'elles ne soient pas elles-mêmes des financeurs possibles de vos projets, elles vous permettent d'identifier les subventions auxquelles vous pouvez accéder et vous aident à constituer votre dossier de demande.

↪ Accès

■ Liste des agences régionales du livre et de la lecture : fill-livrelecture.org, rubrique « Les agences régionales du livre ».

■ En région Pays de la Loire, Mobilis : mobilis-paysdelaloire.fr, menu « Ressources », onglet « Aides et subventions ».

2.2.4. Un partenariat à l'échelle européenne ?

Le programme Europe créative est le programme de l'Union européenne s'adressant spécifiquement aux secteurs culturels, créatifs et audiovisuels. Il a pour objectif de favoriser la diversité culturelle européenne, notamment en soutenant la circulation d'artistes, d'œuvres et de contenus. Sa particularité est de soutenir la coopération entre organisations culturelles européennes et donc d'inciter très concrètement au partenariat. Si votre projet inclut une collaboration avec des acteurs ressortissants de l'Union européenne, ce dispositif est susceptible de vous correspondre.

↪ Accès

En France, ce programme est porté par le Relais Culture Europe, dont le site internet vous indiquera les critères d'éligibilité et d'appréciation du programme : relais-culture-europe.eu/fr/le-programme-europe-creative.

À l'échelle locale, le conseil régional des Pays de la Loire organise régulièrement des réunions d'information sur les

programmes européens, dont Europe créative, et constitue ainsi la porte d'entrée et d'accompagnement vers ce programme. paysdelaloire.fr/mon-conseil-regional/les-missions/europe

2.3. Financement des projets dans l'Éducation nationale

2.3.1. Appels à projets EAC sur crédits académiques

Ces appels à projets EAC sont financés par les subventions de la DRAEAC (Délégation régionale académique à l'éducation artistique et culturelle) pour les établissements publics des premier et second degrés.

Le dépôt des projets s'effectue sur la plateforme ADAGE⁷⁰ (application dédiée à la généralisation de l'éducation artistique et culturelle). La DRAEAC ventile ensuite la subvention parmi les différents projets présentés qui ne bénéficient ni du pass Culture (voir plus bas, partie « 2.3.4. Pass Culture »), ni d'autres sources de financement.

70 ● La plateforme ADAGE est réservée aux enseignantes du second degré. Les enseignantes du premier degré peuvent néanmoins déposer des demandes de financements en s'adressant à la DRAEAC.

Suivant les académies, cette campagne d'appels à projet est ouverte chaque année entre mai et fin septembre.

2.3.2. Crédits pédagogiques

Tout au long de l'année, au sein d'un établissement scolaire, les crédits pédagogiques permettent de financer des initiatives d'ordre culturel telles que des sorties, des voyages, des rencontres, etc. La répartition et l'attribution de ces crédits se décident lors des conseils d'administration qui ont lieu environ tous les deux mois. Il est donc indispensable de présenter son projet lors de ces conseils pour valider l'affectation du budget.

AU SEIN DES ÉTABLISSEMENTS SCOLAIRES : L'INDISPENSABLE RÉFÉRENT·E CULTURE

Dans chaque établissement, il existe désormais un ou une référent·e culture. Ce ou cette enseignant·e (souvent le ou la documentaliste) est chargé·e de se tenir informé·e des offres en matière d'éducation artistique et culturelle et de les diffuser auprès de ses collègues, notamment en référant les partenaires potentiels sur la plateforme ADAGE.

En tant qu'acteur ou actrice culturel·le ou artistique, il est donc nécessaire de vous faire connaître auprès de

chaque référent·e culture des établissements scolaires de votre territoire.

2.3.3. Conseils départementaux

Les conseils départementaux peuvent également proposer des dispositifs de financements d'actions d'EAC⁷¹. Dans chaque département, rapprochez-vous des directions Culture, Jeunesse ou Éducation pour en prendre connaissance.

2.3.4. Pass Culture

Ce dispositif concerne tous les élèves de la 6^e à la terminale. Il est destiné au financement de projets relevant des domaines artistiques et culturels, parmi lesquels « l'univers du livre, de la lecture et des écritures, la bande dessinée⁷² ». Les offres portent sur des concerts, spectacles, ateliers, rencontres, conférences, expositions, visites, etc. Ces offres peuvent être marchandes ou proposées gratuitement : pour les professionnel·les de la culture, il s'agit d'une très précieuse

71 ● Par exemple, « Grandir avec la culture » en Loire-Atlantique, « Collèges en actions » dans le Maine-et-Loire, « Aux Arts, collégiens » en Mayenne.

72 ● Pass Culture, « L'Essentiel du pass Culture », mai 2023, p. 9, [en ligne : passculture.docsend.com/view/jmc5575y66y9g5qt#**].

opportunité de se faire connaître des publics jeunes de son territoire. La particularité du pass Culture est d'être composé d'une part collective, déterminée en fonction du nombre d'élèves par établissement, et d'une part individuelle, directement attribuée à chaque jeune.

↪ Accès

■ Pass Culture
pass.culture.fr

PART COLLECTIVE

Chaque établissement reçoit une enveloppe budgétaire en fonction du nombre et du niveau des élèves⁷³. Cette enveloppe est ensuite répartie entre les enseignant·es en fonction des projets présentés au ou à la chef·fe d'établissement.

Le montant reçu par chaque établissement est consultable en ligne, à l'onglet « Suivi du pass Culture » de chaque établissement sur la plateforme ADAGE.

Côté enseignant·e : comment accéder aux offres ?

En se connectant sur la plateforme ADAGE, chaque enseignant·e peut accéder aux offres des différent·es professionnel·les de la culture. Si le partenaire est déjà référencé,

73 ● En 2024, ce montant s'élève à 25 € par élève de la 6^e à la 3^e, 30 € par élève de 2^{de} ou de CAP (certificat d'aptitude professionnelle), 20 € par élève de 1^{re} et de terminale.

il suffit à l'enseignant·e de s'inscrire en ligne, après avoir éventuellement échangé par mail ou téléphone. Lorsque l'enseignant·e souhaite travailler avec un partenaire non encore référencé, il lui appartient de l'inciter à s'inscrire sur le site internet ADAGE.

Côté professionnel·les de la culture et du livre : comment être référencé·es sur ADAGE ?

Vous êtes un ou une professionnel·le ou une organisation du secteur culturel et/ou artistique et vous souhaitez être référencé·e sur ADAGE⁷⁴. L'inscription se fait via le lien passculture.pro/. Attention, la mise en ligne après inscription peut prendre de 15 jours à 4 mois : il est donc nécessaire de bien anticiper cette phase de référencement.

PART INDIVIDUELLE

En plus de la part collective attribuée à son établissement scolaire, chaque jeune reçoit une somme d'argent d'un montant évoluant en fonction de son âge⁷⁵. Grâce à cet apport, chaque

74 ● Avec l'intégration des offres de Jeunes en librairie sur le site ADAGE, les librairies de la région Pays de la Loire sont automatiquement référencées sur le site internet du pass Culture, [en ligne : pass.culture.fr *].

75 ● 20 € à 15 ans, 30 € à 16 puis à 17 ans, enfin 300 € utilisables en 24 mois à l'âge de 18 ans.

adolescent·e peut accéder aux offres culturelles de son choix : places de concert et de spectacles vivants, biens culturels (livres, DVD, CD, instruments de musique, matériel pour arts plastiques, cours, ateliers, rencontres, etc.). Afin de favoriser le contact direct entre les professionnel·les de la culture et les jeunes, les services numériques sont limités à une dépense de 100 €.

2.3.5. Une offre du pass Culture : les masterclass d'auteurs et autrices

Dans le cadre du pass Culture, le Centre national du livre propose des masterclass d'auteurs et autrices du livre et de l'écrit, publiés à compte d'éditeur, aux classes de la 6^e à la terminale. D'une durée de 1 h 30 à 3 heures, rémunérées suivant les tarifs préconisés par le CNL et la Sofia, ces rencontres peuvent prendre des formes variées. Ateliers, conférences, débats ou discussions, il s'agit avant tout de permettre aux élèves de découvrir le secteur du livre afin d'éveiller et de cultiver le goût de la lecture. Pour les auteurs et autrices, il s'agit de rencontrer un public jeune et de s'en faire connaître. De se nourrir, aussi, de leur regard et de leurs interrogations !

Vous êtes auteur ou autrice et souhaitez proposer des séances de masterclass ? Inscription sur le site internet du CNL : accéder à la page en saisissant « masterclass » dans le moteur de recherche, centrenationaldulivre.fr.

2.3.6. Financements universitaires

L'université étant également un acteur de l'EAC, les étudiant·es souhaitant monter un projet artistique et culturel peuvent très utilement se rapprocher du service culturel de leur Centre régional des œuvres universitaires et scolaires (Crous) pour déposer une demande de subvention. Ces aides doivent être sollicitées en dehors d'un projet faisant l'objet d'une évaluation notée dans le cadre universitaire.

Pour les étudiant·es, l'intérêt de ces dispositifs réside aussi dans l'apprentissage de la recherche de financements : comprendre les attendus et le cadre d'une aide financière, préparer un budget, remplir puis déposer une demande de subvention en veillant à fournir les pièces nécessaires, respecter les délais de candidature, défendre son projet devant un jury d'attribution ou présenter une création devant un jury de professionnel·les de la culture, etc. Toutes ces étapes, même si elles ne garantissent pas toujours

le succès, sont autant de mises en pratique professionnalisantes.

Peuvent ainsi être mobilisés des fonds issus de :

- la contribution de vie étudiante et de campus (CVEC) pour tout projet d'ordre culturel, artistique, scientifique, sportif, citoyen, mais aussi solidaire, civique (actions de prévention, d'information en santé, handicap, solidarité), ou festif (intégration des nouveaux et nouvelles étudiant·es) ;
- Culture-ActionS : par ce dispositif le Crous soutient des projets et initiatives étudiants artistiques, culturels, d'engagement citoyen et solidaire, de culture scientifique et technique. Ces projets peuvent être montés au sein du campus (y compris dans les résidences et restaurants universitaires) ou à l'extérieur.

Afin de valoriser la création, des concours se tiennent également dans les disciplines suivantes :

- Concours de nouvelle, photographie, bande dessinée et film court à thème imposé ;
- Concours de musique, théâtre et danse, à thème libre.

Les lauréat·es remportent des prix allant de 500 à 2 000 euros.

En plus des dispositifs indiqués ci-dessus, certains dispositifs régionaux, spécifiques aux établissements peuvent aussi être mobilisés.

En fonction des universités et de leur organisation propre, la Direction de la vie étudiante (DVE) ou le service culture seront vos interlocuteurs. Outre le financement, cet accompagnement peut se traduire par du conseil au montage de projet, la mise à disposition de locaux, voire de la formation.

↪ Accès

■ Liste des Crous
messervices.etudiant.gouv.fr

■ Service culturel du Crous des Pays de la Loire
crous-nantes.fr/sortir-bouger-creer

IV-3. Parrainage, mécénat et dons

En dehors des financements spécifiques aux secteurs du livre et de la lecture, de l'Éducation nationale et de l'Enseignement supérieur, vous pouvez également rechercher des financements extérieurs relevant de diverses sources telles que le parrainage ou le mécénat.

Suivant les attentes des organisations qui le pratiquent, le parrainage ou le mécénat nécessitent tout autant un travail de fond très exigeant pour découvrir et connaître les potentiels financeurs/donateurs. Autrement dit, un investissement important en temps pour nouer des relations, se faire connaître, faire état des valeurs qui peuvent déboucher sur un soutien financier. Ce qui suppose d'inscrire son projet dans une vision et une évolution de long terme. Dans un cas comme dans l'autre, la recherche puis le choix d'un parrain ou d'un mécène exigent une grande vigilance quant aux valeurs défendues dans le cadre du projet et par chacun des partenaires. Aucun d'entre eux ne devant se sentir en porte-à-faux avec l'identité de ces financeurs.

3.1. Le parrainage ou *sponsoring*

Plus difficilement adaptable aux actions de médiation culturelles partenariales détaillées dans ce guide, le parrainage consiste en une stratégie de valorisation commerciale d'un produit ou d'une marque. Il a pour objectif direct un accroissement des ventes de l'entreprise et une promotion de son image de marque. Il se définit comme un « soutien matériel apporté à une manifestation, à une personne, à un produit ou à une organisation en vue d'en retirer un bénéfice direct⁷⁶. » Ses retombées doivent être quantifiables et proportionnelles à l'investissement initial, suivant une démarche auparavant calculée et raisonnée.

La difficulté d'adaptation du parrainage tient notamment à la question de la pérennité de l'investissement du financeur en cas d'absence de résultats directement quantifiables ou insuffisants. Ce qui, d'une année à l'autre, peut amener à revoir drastiquement à la baisse la dimension du projet, alors même

76 ● Arrêté du 6 janvier 1989 relatif à la terminologie économique et financière, art. 4, annexe I, « Parrainage, n.m. » [en ligne : legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000000662155/ *].

que les attendus d'un programme d'EAC passent justement par une pérennisation du projet. De même, les différents partenaires doivent-ils avoir conscience du risque de subordonner le contenu des actions culturelles à des objectifs de commercialisation.

COMMENT S'Y PRENDRE ?

Le parrainage le plus rapide à mettre en place passe le plus souvent par la proximité géographique. Identifiez, au sein de votre territoire, les entreprises ayant un intérêt direct à soutenir des actions de médiations culturelles pour contribuer à l'accroissement de leur visibilité et en espérer ainsi des effets économiques directement mesurables à l'échelle locale.

3.2. Le mécénat

À l'inverse du parrainage, le mécénat s'inscrit dans une logique de valorisation sociale de l'entreprise, de sa réputation, de son image. Ce que confirme sa définition officielle, puisque le mécénat consiste en un « soutien matériel apporté, sans contrepartie directe de la part du bénéficiaire, à une œuvre ou à une personne pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général⁷⁷. » Il peut prendre différentes formes :

- Mécénat financier ;
- Mécénat en nature : don de matériel, de matériaux, de denrées alimentaires, de prestations d'hébergement ou de transport, mise à disposition de moyens techniques, etc. ;
- Mécénat de compétence : mise à disposition à titre gracieux de collaborateurs et collaboratrices de l'entreprise au projet culturel auquel ils et elles apportent leurs compétences, expertise et savoir-faire.

QUELS BÉNÉFICES POUR LES ENTREPRISES MÉCÈNES ?

S'ils n'ont pas, à l'instar du parrainage, pour objectif des retombées commerciales directes, les bénéfices attendus par les entreprises mécènes n'en sont pas moins réels :

- Retombées en termes d'image : philanthropie, affirmation d'un attachement aux arts, à la culture et à la création, insertion dans son environnement, dynamisme ;
- Regard renouvelé des client·es, des fournisseurs, du grand public, des médias et des pouvoirs publics ;
- Acquisition d'une légitimité autre que seulement économique.

Comment distinguer l'attente de ces bénéfices par les entreprises ou particuliers mécènes, en retour de leur soutien, des retombées mesurables escomptées dans le cadre du parrainage ?

77 ● *Ibid.*, « Mécénat, n.m. ».

Afin de différencier le plus clairement possible le mécénat du parrainage, les contreparties que le bénéficiaire accorde au mécène (don de places d'entrées, d'œuvres ; apposition de logos et de citations sur les supports de communication ; etc.) sont acceptables dès lors qu'elles induisent une disproportion marquée avec le montant du don. Ainsi, la valorisation de ces dons ne doit-elle pas dépasser 25 % du montant du mécénat accordé⁷⁸. La convention passée entre bénéficiaires et mécènes permet de prévoir et d'encadrer ces contreparties.

ENCADREMENT JURIDIQUE ET FISCAL DU MÉCÉNAT

La loi encadre strictement la pratique du mécénat en matière d'acteurs et d'activités. Le ou les bénéficiaires du mécénat doivent remplir les conditions cumulatives suivantes :

- exercer son activité en France ;
- exercer son activité dans au moins un des domaines d'intérêt général (voir paragraphe suivant) ;
- exercer une activité à caractère non lucratif ;
- ne pas s'adresser exclusivement à un cercle restreint de personnes.

78 ● Ministère de la Culture, « Le régime fiscal général », [en ligne : culture.gouv.fr/Thematiques/mecenas/Entreprises/Le-regime-fiscal-general *].

Le mécénat comprenant des contreparties fiscales, la notion d'intérêt général est encadrée comme suit par le code général des impôts : « œuvres ou organismes (...) ayant un caractère philanthropique, éducatif, scientifique, social, humanitaire, sportif, familial, culturel ou concourant à l'égalité entre les hommes et les femmes, à la mise en valeur du patrimoine artistique, à la défense de l'environnement naturel ou à la diffusion de la culture, de la langue et des connaissances scientifiques françaises⁷⁹. »

MÉCÈNES ET FISCALITÉ

Entreprises ou particuliers, les mécènes bénéficient de dispositions fiscales favorables. Les entreprises assujetties à l'impôt sur le revenu ou sur les sociétés bénéficient de réductions d'impôt de 60 à 40 % dans la limite de 20 000 € ou de 0,5 % du chiffre d'affaires, en fonction du montant de leurs versements. Les particuliers, quant à eux, bénéficient d'une réduction d'impôt égale à 66 % du montant du don, dans la limite de 20 % du revenu imposable.

79 ● Code général des impôts, « I : Bénéfices et revenus imposables », articles 200 et 238 bis, [en ligne : legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000041470858 *].

COMMENT S'Y PRENDRE ?

En matière de culture, la pratique du mécénat est plus répandue dans le secteur du spectacle vivant, de la musique, du patrimoine matériel et des arts visuels que dans celui de l'édition, de la littérature et de la presse⁸⁰. Dans le secteur du livre et de lecture, ce sont les manifestations littéraires qui, le plus souvent, parviennent à obtenir le soutien de banques, de chaînes hôtelières (notamment pour l'accueil des invité-es), ou de fondations d'entreprises (par exemple la fondation SNCF).

Dès lors, comment s'y prendre pour mettre toutes les chances de son côté ?

La recherche de mécènes est chronophage. Elle passe notamment par une dimension relationnelle forte, ce qui implique de prendre le temps de faire connaissance et de s'assurer que mécènes et porteurs et porteuses du projet partagent bien les mêmes valeurs. Attention notamment à ne pas se retrouver en porte-à-faux avec des entreprises désireuses de bénéficier d'une réhabilitation auprès de l'opinion publique à la suite d'affaires dommageables ou lorsqu'elles se situent dans des

secteurs d'activité souffrant d'une image impopulaire. De même que dans le cas du parrainage, il est important que l'ensemble des partenaires du projet adhèrent pleinement au choix du mécène et aux valeurs à défendre ensemble.

S'il est assorti de dispositions fiscales avantageuses, le mécénat n'est en rien un dû. Il est important d'apporter la plus grande rigueur à la mise en avant des adéquations et bénéfices mutuels que partenaires et entreprises trouveront dans la mise en place du mécénat, en termes d'image et de fonctionnement.

Alors qu'une grande part des entreprises qui pratiquent le mécénat sont des TPE (très petites entreprises) ou PME (petites et moyennes entreprises), il est judicieux notamment de mettre en avant les retombées concrètes des actions culturelles auprès des publics du territoire, de jouer ainsi la carte de la proximité auprès de potentiels mécènes. Et ce d'autant qu'en période de crise les premiers secteurs d'activité retenus par les mécènes restent ceux de l'action sociale et de l'éducation.

80 ● Baromètre Admical 2022 du mécénat d'entreprise en France, admical.org, [en ligne : admical.org/sites/default/files/uploads/admical_2022_infographie_barometre_vdef.pdf *].

L'ADMICAL, LE RÉSEAU DU MÉCÉNAT

Admical est une association reconnue d'utilité publique, créée en 1979, qui fédère un réseau de plus de 190 adhérents. Elle a pour « mission de donner aux entreprises et aux entrepreneurs l'envie et les moyens d'affirmer et de concrétiser leur rôle sociétal grâce au mécénat⁸¹. » admical.org

FONDATION DE FRANCE

Créée en 1969 par André Malraux, alors à la tête du ministère des Affaires culturelles, et le général de Gaulle, la Fondation de France est le premier réseau de philanthropie en France. Elle réunit donateurs, bénévoles et porteurs et porteuses de projet sur tous les territoires, avec pour volonté d'aider chacun et chacune à agir le plus efficacement possible dans les domaines d'intérêt général qui lui tiennent à cœur. Elle collecte des fonds auprès des entreprises et des particuliers pour répondre à des besoins dans différents domaines, tels que :

- Vulnérabilités de toutes sortes ;

81 ● Admical, « Qui sommes-nous ? », [en ligne : admical.org/node/367 *].

- Recherche médicale et santé ;
 - Environnement ;
 - Enfance et éducation ;
 - Solidarité internationale ;
 - Culture et création.
- fondationdefrance.org/fr/

3.3. Le financement participatif ou *crowdfunding*

Collecter des fonds directement auprès de particuliers, grâce à la mise en ligne d'une présentation de son projet sur une plateforme numérique spécialisée : tel est le principe du financement participatif, version moderne et connectée de la souscription. En plus de l'apport de financements, ce mode de collecte présente l'avantage de fédérer d'emblée des personnes, proches, ami-es et ami-es d'ami-es, autour d'un projet. Il s'agit donc aussi d'un support de communication.

↪ En pratique

- Vous budgetez la somme dont vous avez besoin ;
- Vous déterminez des tranches de participation financière, chacune étant associée à une contrepartie qui sera envoyée aux contributeurs et contributrices. Du simple remerciement sur votre site internet ou sur un programme, à un livre dédicacé en passant par des affiches, des invitations, des *tote bag*, etc. ;
- Vous fixez le délai pour rassembler cette somme ;

– Vous présentez votre projet en ligne.

La contrainte du financement participatif est de parvenir à rassembler la somme dans le délai indiqué : si cet objectif n'est pas atteint dans le temps imparti, toutes les contributions sont restituées ou recreditées aux participant-es. Simple et accessible, le financement participatif exige donc que vous réfléchissiez précisément et avec réalisme à la façon dont vous allez présenter le projet, aux contreparties que vous offrirez, et que vous évaluiez au plus près (ni trop, ni trop peu) les sommes que vous sollicitez et les délais que vous fixez. Pour les contributeurs et contributrices éventuel·les, il s'agit davantage d'une démarche de coup de cœur et de soutien amical, personnel, que d'une recherche d'investissement. Aussi, sans faire l'impasse sur une démarche professionnelle, veillez à présenter votre projet de façon aussi attractive que concrète, en mettant en avant ce qui vous différenciera de projets similaires.

Lorsque vous mettez en ligne un projet, il est impératif d'informer très largement vos réseaux professionnel et personnel pour qu'ils y contribuent et relaient l'information.

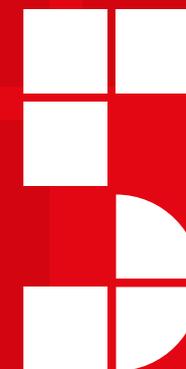
Certaines plateformes sont très présentes dans le secteur culturel, telles par exemple :

■ **Ulule**
ulule.com

■ **KisskissBankbank**
kisskissbankbank.com

■ **Tudigo**
tudigo.co

À noter : lorsque l'objectif est atteint, la plateforme se rémunère par un pourcentage (entre 5 et 10 %) prélevé sur l'ensemble des contributions. ●



Communiquer,
évaluer,
pérenniser

La communication, l'évaluation et la pérennisation sont des étapes indispensables au projet ; elles lui donnent une visibilité en dehors du seul cercle des partenaires, le circonscrivent dans le temps et permettent d'en tirer des enseignements pour de futurs partenariats. Or, ces étapes sont trop souvent méconnues, prises en compte trop tardivement, quand elles ne sont pas oubliées. Elles seront donc anticipées dès la phase de conception, quand bien même leur mise en œuvre n'interviendra qu'à l'approche du projet puis après sa réalisation.

V-1. Communiquer

Souvent oubliée ou mal maîtrisée, la communication constitue pourtant une part stratégique de la réussite du projet. Il est primordial de faire connaître l'existence de votre projet, et surtout de diffuser cette information via des canaux adaptés et judicieusement choisis. Et ce, le plus tôt possible, dès que vous estimez être en possession d'éléments qui vous permettent de susciter l'intérêt au sein de votre territoire.

Votre vision, vos objectifs et les publics auxquels vous vous adressez à travers l'organisation de votre projet doivent rester présents à votre esprit lorsque vous abordez la phase de communication : au-delà de la seule transmission d'informations concrètes, communiquer, c'est aussi transmettre des valeurs. La communication et les canaux qu'elle utilisera ne seront pas les mêmes selon les publics auxquels vous vous adressez : adolescent·es, parents, élu·es, actifs et actives, seniors, personnes plus ou moins éloignées d'une offre artistique, etc. La bonne maîtrise de ces canaux ne passe pas (seulement) par un budget important ; la connaissance, fine, ciblée et régulièrement mise à jour des différents réseaux, reste votre atout principal.

Quelles que soient l'ampleur de votre projet et la visibilité extérieure que vous souhaitez lui

donner, voici quelques éléments de base à connaître en matière de communication.

L'IMAGE, VECTEUR D'INFORMATION, DE VISIBILITÉ ET D'ÉMOTION

Le choix de visuels spécifiques à votre communication constitue un préalable important à votre travail de communication.

Médias traditionnels, supports imprimés et réseaux sociaux ont besoin d'être alimentés par des images véhiculant, autant que le texte et la parole, l'identité de votre projet.

Par « visuel », et sans aller jusqu'à la création d'un logo spécifique, entendons ici un ensemble de photographies pouvant représenter l'esprit du projet : prises de vues de précédentes animations, de réalisation d'œuvres, de lieux où se dérouleront les actions ; portraits des intervenant·es sollicité·es.

1.1. Relations presse

Si les réseaux sociaux ont fortement modifié la façon de communiquer en offrant une place grandissante à la recommandation horizontale, c'est-à-dire entre pairs, les journalistes n'en restent

pas moins des prescripteurs et prescriptrices incontournables.

Une bonne connaissance de ces médias traditionnels, que les retombées soient attendues dans des publications en version papier ou numériques, reste indispensable à la médiatisation de votre événement. Elle passe par l'établissement de relations aussi régulières que possible.

1.1.1. Presse écrite et en ligne, radios et télévisions locales

Les médias locaux constituent des relais très efficaces pour assurer, dans votre environnement immédiat, la visibilité, puis la fréquentation de votre événement. La proximité géographique et la volonté commune d'animer le territoire facilitent l'établissement de relations sur le long terme avec les journalistes des rédactions locales. Faites ainsi la recension méthodique des journaux quotidiens ; des radios et télévisions ; des magazines culturels, gratuits, payants, numériques ou en version papier de votre département et de votre région, et contactez-les.

1.1.2. Presse écrite et en ligne, radios et télévisions nationales

Généraliste ou spécialisée dans la culture, la presse nationale contribue plutôt à la notoriété de

l'événement, même si elle peut aussi influencer sur sa fréquentation. Elle possède un autre effet à ne pas négliger : son retentissement auprès des financeurs et mécènes, et des artistes que vous souhaiteriez inviter pour de futures éditions. Cependant, il importe de rester lucide ; il est difficile, pour des journalistes chargées de rendre compte de l'actualité culturelle nationale, de présenter des événements ou projets à l'échelle locale. De ce fait, le plus souvent, ce n'est qu'en prenant appui sur vos partenaires les plus importants, financeurs publics ou mécènes, que vous pourrez apparaître, par exemple, dans le cadre d'un dossier consacré à l'action culturelle en régions.

1.1.3. Comment constituer son propre fichier presse ?

Un fichier presse se crée et s'entretient sur le long terme. Une recherche en kiosque pour la presse écrite, en ligne pour les médias audiovisuels et numériques, vous permettra de rassembler les informations nécessaires à sa constitution. Par la suite, vous vous assurerez régulièrement que ces informations sont toujours actualisées. Votre fichier se composera des éléments suivants :

- Nom et type du média ;
- Adresse ;
- Zone de diffusion ;

- Périodicité + date limite de bouclage⁸² ;
- Identité et spécialité du ou de la journaliste ;
- Coordonnées téléphoniques, courriel ;
- Historique de vos échanges ;
- Date limite d'envoi des communiqués de presse.

1.2. Comment communiquer avec la presse ?

Deux supports écrits restent incontournables pour vous permettre de communiquer avec les médias et de les tenir efficacement informés : le communiqué et le dossier de presse. Les journalistes relaieront d'autant plus volontiers l'information que vos documents conjugueront valeur informative et valorisation de la spécificité de votre projet.

1.2.1. Le communiqué de presse

Le communiqué de presse, document synthétique comptant un à deux feuillets A4 maximum, présente votre actualité. Répondant à certains codes destinés à faciliter la lecture du ou de la journaliste, il

82 ● Le bouclage est le moment où la rédaction finit de rassembler les articles et les tient prêts à partir en composition puis en impression. Il n'est alors plus possible d'ajouter de nouveaux textes.

contient les éléments suivants :

- Un titre accrocheur ;
 - Des informations précises sur l'événement : de quoi s'agit-il ?, qui l'organise ?, où se déroule-t-il ?, quand ?, pendant combien de temps ? éventuellement les raisons de l'événement et le public auquel il s'adresse ;
 - Qui contacter pour en savoir plus ?
- Envoyé par courriel, ce document est souvent accompagné d'un visuel joint en format jpeg.

1.2.2. Le dossier de presse

Le dossier de presse est un document plus étoffé, comprenant un communiqué de presse, le programme complet de l'événement, la présentation des intervenant·es et des partenaires, ainsi qu'un texte expliquant la démarche, le positionnement et les objectifs. Outre les informations techniques et pratiques sur le projet, le dossier propose des photographies libres de droit, que les journalistes pourront publier.

Insistons sur un point important : il est nécessaire de prendre en compte la date de bouclage (pour la presse quotidienne régionale, l'heure de bouclage) des médias auxquels vous vous adressez afin de vous assurer que l'information paraîtra en temps voulu. Certains magazines papier, spécialisés dans la culture, l'art de vivre ou le tourisme, ont des délais de

bouclage de plusieurs semaines, voire de deux à trois mois.

1.2.3. Un temps spécifique : la conférence de presse

Certains et certaines journalistes en particulier seront convié·es à une conférence de presse, un moment d'échange avec les organisateurs et organisatrices. Idéalement, celle-ci se tient une semaine, voire dix jours, avant le début de l'événement.

Les journalistes seront prévenu·es environ trois semaines avant la date. Il est important de prévoir une relance téléphonique de chaque journaliste invité·e pour s'assurer de sa présence le jour J.

La conférence de presse peut durer de 45 minutes à 3 heures suivant l'importance de l'événement.

Un ou des organisateurs s'exprime, explique la démarche et le positionnement de l'événement, le contenu du programme. Ce premier temps peut comprendre des interventions d'élu·es, de partenaires, de financeurs, voire d'artistes si ceux-ci et celles-ci sont déjà présent·es dans la région ou ont pu faire le déplacement. Des dossiers de presse et communiqués remis à jour (plus précis car l'événement approche), de même que des documents visuels seront distribués pendant cette conférence. Ils feront également l'objet d'un envoi par courriel pendant ou juste après la conférence.

Dans un deuxième temps se tient une séance de questions-réponses de la part des journaux présents. Des photographies sont également prises. Un temps convivial (buffet, cocktail) est souvent prévu.

Dans une version plus simple, la conférence de presse peut être remplacée par des rendez-vous individuels avec les journalistes.

1.3. Internet et réseaux sociaux

La communication en ligne s'organise autour d'une plateforme principale, un site internet, à laquelle réseaux sociaux et envois de newsletters donneront une résonance aussi large que possible.

1.3.1. Le site internet

Le site internet constitue le « canal officiel » : la plateforme principale, centrale, à laquelle se rapporter pour consulter l'ensemble du programme, du positionnement de l'événement, des présentations et des interviews des artistes invité·es ; les informations pratiques (dates, lieux, accès) ; les visuels, téléchargeables ou non ; et, dans la mesure du possible, un kit (rassemblant des photographies libres de droit, un communiqué et un dossier de presse) pour les journalistes.

Ce site sera d'autant plus attractif qu'il sera régulièrement mis à jour

(au moins une à deux fois par semaine). C'est aussi à partir de ce site qu'il sera possible de s'abonner à la newsletter, voire de consulter les anciennes.

Votre site peut être :

- un site autonome, créé spécifiquement pour votre événement ;
- un ensemble de pages créées sur le site de votre structure ;
- un ensemble de pages créées sur le site de votre tutelle (collectivité, établissement scolaire, office de tourisme, etc.).

1.3.2. Les réseaux sociaux

Le réseau X (anciennement Twitter), Facebook, Instagram, éventuellement LinkedIn (pour toucher des professionnel·les, notamment des partenaires institutionnels et associatifs) : ouverts aux interventions, commentaires et contributions extérieurs, ces réseaux sociaux sont les canaux de l'interactivité, de l'échange avec vos publics, vos partenaires, vos financeurs, ainsi qu'avec les artistes invité·es.

Mis à jour quotidiennement, ils offrent, davantage qu'une visibilité, une viralité (partage de tweets, de retweets, intégration à des stories, etc.) à votre événement, autrement dit, une diffusion instantanée. Cette vitalité est le signe très positif de l'adhésion des internautes à votre projet, de leur intérêt et de leur soutien. Ces réseaux permettent

une communication horizontale qui revêt actuellement une importance croissante en termes de prescription culturelle.

1.4. Les supports imprimés : toujours d'actualité !

L'immatérialité des réseaux sociaux ne rend pas pour autant obsolète les supports imprimés plus traditionnels, loin de là. Affiches, généralement en format 40 x 60 cm (A2) ; programmes, dépliants et flyers (A5), autocollants, cartes postales, etc. ; sur le terrain, ces différents supports complètent et amplifient la communication menée via les médias prescripteurs, internet et les réseaux sociaux. Si, désormais, les coûts d'impression sont relativement bon marché, leur mise en place ciblée constitue un poste relativement coûteux. Pour autant, il est difficile de se passer de ces supports. Leur répétition dans l'espace public leur permet de se détacher de l'ensemble des sollicitations culturelles ou d'autre nature (sportive, commerciale, politique). Pour vos publics d'habitué·es, ils font office de rappel, renforcent l'adhésion et confortent le sentiment d'appartenance. Pour les publics éloignés ou non usagers, ils peuvent attirer l'attention, susciter l'intérêt, éventuellement entraîner le passage à l'action. Ne vous en privez pas !

V-2. Évaluer

L'évaluation des projets culturels est un principe qui, à l'instar des politiques publiques, n'a cessé de se développer durant ces dernières années⁸³.

L'évaluation est notamment de plus en plus exigée de la part des partenaires financeurs : c'est désormais une condition *sine qua non* pour l'obtention et le renouvellement de prochaines subventions ou d'un soutien sous forme de mécénat. À travers ce temps de bilan, l'objectif est de déterminer des indicateurs pour établir des comparaisons sur le long terme : une bonne performance, ou au contraire des problèmes à corriger. Il s'agit de comprendre et de mesurer en quoi la vision du projet a été atteinte, pour répondre à la question de sa reconduction, de sa transformation, de son évolution, éventuellement de son abandon.

Sur le fond, il s'agit bien de correspondre au dernier article de la Charte pour l'éducation

83 ● Voir, notamment, LAURET Jean-Marc, *L'art fait-il grandir l'enfant ? Essai sur l'évaluation de l'éducation artistique et culturelle*, éditions de l'Attribut, coll. « La culture en questions », Toulouse, 2015, chapitre 1, p. 18 et 19, [en ligne : [Cairn.info/feuilleter.php?ID_ARTICLE=ATTRI_LAURE_2015_01_0017](http:// Cairn.info/feuilleter.php?ID_ARTICLE=ATTRI_LAURE_2015_01_0017) *].

artistique et culturelle, qui souligne que « le développement de l'éducation artistique et culturelle doit faire l'objet de travaux de recherche et d'évaluation permettant de cerner l'impact des actions, d'en améliorer la qualité et d'encourager les démarches innovantes⁸⁴. » Dans son acception courante et appliquée à la gestion de projet, la phase d'évaluation permet de mesurer l'écart entre un objectif et le résultat obtenu. Elle permet ainsi de déterminer l'efficacité, la pertinence et l'adéquation des moyens mis en œuvre pour obtenir ce résultat. Il s'agit donc d'observer, avec autant d'objectivité que possible, le contenu et le fonctionnement du projet, pour mesurer l'écart entre ce qui était prévu et ce qui a été réalisé. Il est important que l'évaluation mette autant au jour ce qui a fonctionné et assuré le succès du projet que ce qui nécessite d'être amélioré ; dans une compréhensible volonté de progression, il est fréquent que seuls les points demandant à être améliorés soient examinés. Or, il est également utile de comprendre ce qui a contribué à la réussite

84 ● Haut Conseil de l'éducation artistique et culturelle, Charte pour l'éducation artistique et culturelle, *op. cit.*, article n° 10.

du projet, de le conserver et de le valoriser pour des actions futures.

Pour les publics, le temps d'évaluation, quelle que soit la forme qu'il revêt (voir plus bas, « 2.1. L'évaluation en pratique »), permet de prendre conscience de sa propre évolution, des compétences acquises grâce aux actions menées, de la façon dont certaines difficultés ont été surmontées, tant à l'échelle individuelle que collective. Pour les organisateurs et organisatrices, il s'agit d'analyser, de comprendre et d'assimiler les atouts et faiblesses du projet, de corriger certains postulats de départ. De tirer des enseignements, de dégager des compétences et modes d'organisation nécessaires ou déjà acquis. De réajuster (déployer ou restreindre) les moyens humains, financiers et techniques mis en place, ainsi que les délais prévus.

LA BONNE VISION AU DÉPART ?

La pertinence de l'évaluation découle directement de celles de la mission et des objectifs qui auront été fixés dans le cadre du partenariat (voir chapitre I, « Concevoir son projet »). Trop vagues, trop imprécis, ces éléments, essentiels à la mise en place et à la conduite du projet, pourront eux aussi faire l'objet d'une évaluation de leur bien-fondé.

L'évaluation est surtout un moment charnière du partenariat en ce qu'elle ne porte pas seulement sur les actions menées, l'ensemble du projet, mais également sur le fonctionnement du partenariat lui-même. Pour chaque partenaire, le questionnaire portera ainsi en interne (comment l'équipe évalue-t-elle ce partenariat), et en externe (ce que les différents partenaires en ont pensé les uns par rapport aux autres).

Ainsi, au-delà des résultats du seul projet, il s'agit surtout d'un temps qui permet de se réunir, de se retrouver et de prendre conscience de la qualité du fonctionnement partenarial ; de mesurer ce qu'il a apporté à chaque partenaire ; d'évoquer, de façon aussi dépassionnée et constructive que possible, ce que chacun y a trouvé en termes d'adéquation avec ses valeurs, son identité, ses missions. En cela, le temps de l'évaluation est aussi celui de la préparation de nouvelles collaborations à venir et de la projection sur le long terme. Ou, à l'inverse, de la non-reconduction du partenariat. Dans ce dernier cas, les raisons de cette défection devront être, aussi respectueusement que possible les uns vis-à-vis des autres, éclaircies. L'évaluation, à la fois phase de clôture d'un projet et temps de préparation d'un nouveau à venir, ne doit pas être négligée ni contournée. Se hâter de se lancer dans un nouveau projet en faisant l'impasse sur ce qui n'a pas

fonctionné et en se contentant de changer de partenaires ne ferait que retarder le moment nécessaire de réflexivité pour se donner les moyens, tant intellectuels que pratiques, d'évoluer et de progresser dans sa pratique professionnelle.

2.1. L'évaluation en pratique

De façon à la fois quantitative et qualitative, l'évaluation passe par l'identification de critères et d'indicateurs permettant de mesurer si les différents objectifs de départ ont été ou non atteints. Le site internet du ministère de la Culture, ceux des DRAC, offrent de nombreuses ressources portant sur l'évaluation.

LE BON CALENDRIER

Il convient d'adopter le bon calendrier pour mener ces évaluations : ni trop tôt, ni trop tard.

Au moment de l'achèvement du projet, il est courant de dresser un premier bilan, à chaud, dans l'enthousiasme... ou non ; lorsque la tension reste encore forte, mais que le soulagement d'être parvenu-es au terme de ce qui a mobilisé les équipes pendant plusieurs semaines, plusieurs mois, voire une année, est lui aussi palpable.

Ce premier temps est de fait nécessaire. Mais il convient de le

mener avec prudence, notamment si des motifs d'insatisfactions, des erreurs, des oublis, sont dans tous les esprits. Mieux vaut se focaliser sur les éléments positifs pour revenir plus sereinement sur ce qui a fait défaut lors d'une prochaine séance de bilan.

Dans un deuxième temps (entre une dizaine de jours et un mois après la clôture du projet), les partenaires se rassembleront pour un tour de table. Idéalement, cette période intermédiaire aura été mise à profit par les coordonateurs et coordonatrices du projet pour recueillir les données d'évaluation. Et ce, d'autant plus efficacement que les critères et indicateurs auront été fixés dès la conception du projet et la rédaction de la convention. Ce qui permettra à chacun et chacune de s'exprimer sur le projet, tout en disposant de données concrètes.

Qu'il s'agisse d'une évaluation qualitative ou quantitative, il sera toujours nécessaire de rappeler les objectifs et indicateurs retenus au départ, ainsi que le contexte général du projet.

2.2. Mener une évaluation quantitative

L'évaluation quantitative est peut-être la plus simple à mener, en ce qu'elle passe par des indicateurs chiffrés ou descriptifs, dont on aura pris soin, auparavant,

de préparer la collecte. Ces données matérialisent des volumes et des ordres de grandeur, comptabilisent des catégories et les écarts entre attentes et résultats effectifs :

- Fréquentation ; à préciser en fonction des publics, des actions, de la durée, etc. ;
- Catégories de publics ;
- Âge moyen ;
- Sexe ;
- Typologies de public : familial, adolescent, adulte, intergénérationnel ;
- Temps moyen d'accès aux activités pour chaque bénéficiaire ;
- Nombre de productions artistiques et culturelles de la part des publics ;
- Etc.

Un premier niveau de critères mixtes, à la fois quantitatifs et qualitatifs, peut consister à observer si les publics se sont investis dans les actions culturelles, et, dans l'affirmative, de quelles façons :

- Participation aux échanges lors de tables rondes, rencontres, conférences : prise de parole, questions posées ? ;
- Production d'œuvres artistiques, culturelles ? ;
- Meilleure fréquentation ultérieure des lieux culturels impliqués : abonnement à une bibliothèque, participation à des manifestations, voire abonnement aux outils de communication numérique ;
- Emprunt d'ouvrages des auteurs et autrices invitées ? ;
- Etc.

La visibilité et les retombées médiatiques seront également quantifiées : parutions d'articles en presse écrite et numérique, citations ou passages en radio et télévision, apparition sur les réseaux sociaux, taux d'engagement⁸⁵ des abonné-es aux comptes Facebook, Instagram ou X (anciennement Twitter). Le tout sera matérialisé par une revue de presse, c'est-à-dire le recueil de toutes ces retombées.

QUELQUES POINTS DE VIGILANCE

Même s'ils permettent de rendre compte du retentissement, de l'envergure et des répercussions du projet, les indicateurs chiffrés de l'évaluation quantitative ne permettent pas toujours, ni de façon absolue, de dire l'adéquation avec les objectifs.

Une bonne fréquentation est certes un indicateur nécessaire, et valorisant, lorsqu'elle révèle que les participant-es ont été nombreux et nombreuses. Pour autant, que sait-on de la compréhension que ces personnes retireront durablement des actions ? de leur satisfaction à s'y inscrire ? de la modification éventuelle du rapport à la culture qu'elles auront suscité ? Indispensable,

85 ● Le taux d'engagement correspond au nombre d'internautes qui, ayant lu un post, le « likent », le partagent, ou mieux encore, cliquent pour en savoir plus et/ou le commentent.

l'évaluation qualitative ne doit pas être dissociée d'une évaluation qualitative.

Par ailleurs, et parce que justement les chiffres et les observations matérielles ne peuvent pas tout dire, il convient de veiller à ne pas verser dans une culture uniquement quantifiable ; la croissance des chiffres ne pouvant à elle seule traduire la singularité et la pertinence de l'action culturelle. Ainsi, chercher à augmenter d'année en année la fréquentation d'ateliers de création peut s'avérer moins stimulant que de réfléchir au taux moyen de participation considéré comme satisfaisant au sein d'un groupe : par exemple, fixer comme indicateur le fait que 75 % des enfants réalisent une planche de bande dessinée au cours d'un atelier, liberté leur ayant été laissée d'aboutir ou non à une production. Les enfants ne participant pas peuvent malgré tout avoir été profondément sensibilisés à l'acte de création et s'emparer d'un crayon dans un autre temps que celui de l'atelier.

2.3. Mener une évaluation qualitative

Les critères quantitatifs paraissent donc parfois restreints pour évaluer les véritables retombées en termes de qualité culturelle ou artistique, ainsi que la contribution des

actions à l'expression et aux droits culturels des bénéficiaires. Ce qui, soulignons-le encore une fois, ne remet pas en cause leur caractère nécessaire, indispensable, pour dire la réalité de ce qui a eu lieu.

De ce fait, il importe aussi de mettre en place une évaluation basée sur des critères d'ordre qualitatif ; ses enjeux ont notamment été soulignés par Jean-Marc Lauret, dans son ouvrage *L'art fait-il grandir l'enfant ? Essai sur l'évaluation de l'éducation artistique et culturelle*⁸⁶. Pour cet inspecteur honoraire de la création, des enseignements artistiques et de l'action culturelle, « initier les enfants aux démarches de la création artistique, affirmer que l'objectif des apprentissages est moins d'atteindre un résultat connu à l'avance que d'inventer, de s'ouvrir à une multitude de possibilités, ouvre à une troisième conception de l'évaluation, plus qualitative. Évaluer l'efficacité et l'efficacité d'une action d'éducation artistique, c'est alors la rapporter aux conditions qui permettent au processus éducatif engagé de déployer tous ses potentiels ». Il ajoute plus loin que « l'enjeu sera [...] moins d'évaluer un résultat

86 ● LAURET Jean-Marc, *L'art fait-il grandir l'enfant ? (...), op. cit.*, « Avant-propos », p. 14, [en ligne : cainr.info/l-art-fait-il-grandir-l-enfant--9782916002293.html *].

(un travail achevé, un spectacle, une performance musicale, une œuvre plastique...) qu'une démarche, une expérience individuelle et collective. On s'intéressera moins aux performances qu'aux comportements des enfants et des différents partenaires⁸⁷ ». Les indicateurs de l'évaluation qualitative sont plus complexes à déterminer que ceux de l'évaluation quantitative. Comment, en particulier, intégrer le facteur temps, quand un projet est souvent mené à l'échelle d'une seule année, avec, pour dernière étape, le temps de la restitution ? Aussi bien menée soit-elle, la phase de restitution (spectacle, production d'œuvres, rencontres, etc.) dit-elle tout de la façon dont les publics se sont durablement emparés des bénéfices des actions auxquelles ils ont participé ? de la profondeur des acquis ? Cette question rejoint très directement celle de la finalité et du sens des éléments à produire à l'issue du projet (voir chapitre I, « Concevoir son projet »). Aussi les critères qualitatifs doivent-ils, peut-être plus encore que les critères quantitatifs, faire l'objet d'une réflexion commune à tous les partenaires et figurer explicitement dans la convention.

87 ● *Ibid.*, chapitre V « Vers une conception qualitative de l'évaluation », p. 107.

L'ÉVALUATION, UN OUTIL DE DÉVELOPPEMENT DES DROITS CULTURELS⁸⁸ ?

Dans l'ouvrage *Droits culturels, les comprendre, les mettre en œuvre*, Hélène Duclos, consultante-experte en évaluation utilité sociale et impact social, détaille comment le temps de l'évaluation peut aussi constituer une opportunité de matérialiser et d'affirmer les valeurs collectives qui relient les différents partenaires : « L'évaluation de l'utilité sociale a été pensée comme un outil à l'usage des acteurs de l'économie sociale et solidaire. Elle permet aux organisations de formuler clairement ce qu'elles apportent à la société et d'en mesurer les impacts⁸⁹. » De nombreuses associations intervenant dans le champ des droits culturels se sont emparées de cet outil. Dans un premier temps, « public, partenaires financiers et opérationnels, salariés, bénévoles, fournisseurs même sont invités à donner leur perception de

88 ● DUCLOS Hélène, « Et si l'évaluation était un outil de développement des droits culturels ? », in Leo Anselme et al., *Droits culturels, les comprendre, les mettre en œuvre*, éditions de l'Attribut, Toulouse, 2022, p. 92 et suivantes, [en ligne : cainr.info/droits-culturels--9782916002798.html *].

89 ● *Ibid.*, p. 93.

l'utilité sociale de la structure, à savoir son impact pressenti, mais également ce qui constitue ses spécificités et son identité. [...] Cette approche permet de produire un référentiel d'évaluation (ensemble de critères et indicateurs) pleinement adapté à la structure. [...] Sur la base de ce travail, les critères et indicateurs seront définis. Les critères disent ce qui fait la valeur de la structure et les indicateurs la mesurent⁹⁰ ».

De façon relativement courante, les organisations culturelles (musées, théâtres, cinémas, bibliothèques, manifestations culturelles et artistiques) pratiquent un premier niveau d'évaluation en demandant à leurs publics de s'exprimer sur leur satisfaction à travers des questionnaires ou des livres d'or. De façon très originale et créative, certaines bibliothèques ont même proposé à leurs usagers et usagères de leur faire parvenir une lettre d'amour ou de rupture⁹¹ !

90 ● *Ibid.*, p. 94.

91 ● Voir par exemple l'enquête menée sous cette forme par la bibliothèque de l'université Sorbonne nouvelle en 2018, [en ligne : dbu.univ-paris3.fr/images/DBU/mieux_nous_connaître/enquetes/enquete_nation_lettres-damour-dbu.pdf *].

Il est facile de s'inspirer de ces outils pour les adapter à de brèves séances de bilans proposées aux publics à l'issue des actions culturelles. Questionnaires à choix multiples (j'aime/je n'ai pas d'avis/je n'aime pas), listes d'émoticônes à associer aux différentes actions, séries de questions plus ouvertes (Que pensez-vous de (...)?, Que souhaiteriez-vous découvrir/expérimenter (...)?, Comment avez-vous vécu (...)?⁹² Dans ce dernier cas, les réponses des participant·es, en plus des résultats à une question donnée et des suggestions et envies qui apparaissent, offrent l'opportunité de relever les termes les plus fréquemment et spontanément employés, ces termes traduisant l'appropriation des actions par les publics.

Entre partenaires ou membres du comité de pilotage, un bilan qualitatif peut aussi se traduire par une grille listant les étapes du projet autant que le déroulement du partenariat :

92 ● Ce type d'évaluation peut aussi être conduit sous forme d'entretiens conservés en audio ou en vidéo.

↪ Déroulement de la rencontre avec un ou une professionnel·le du livre, de l'atelier avec un auteur ou une autrice, de la visite en librairie, etc.

Bonne / moyenne / à améliorer
Pourquoi ?

↪ Relations avec les intervenant·es

Bonne / moyenne / à améliorer
Pourquoi ?

↪ Choix et aménagement des lieux

Bon / moyen / à améliorer
Pourquoi ?
Etc.

À travers ces différentes entrées, il s'agit bien, ici, de mesurer la cohérence des actions menées avec la vision de départ. Cette vision apparaît-elle toujours pertinente ? cohérente avec ce que le déroulement général du projet a éventuellement permis de mettre au jour ?

Dans la réponse à cette question systématique du « pourquoi » se joue un travail de précision, de caractérisation des attentes, explicites ou implicites, qu'elles aient été identifiées avant, pendant ou même après le projet. En lui-même, ce travail constitue le matériau à partir duquel forger, sur la durée, les indicateurs quantitatifs les plus adaptés au projet actuel et ceux à venir. Dans cette logique, et de même que pour les indicateurs quantitatifs, toutes les conditions du partenariat, telles

qu'établies dans la convention (voir chapitre III, « Conventionner et contractualiser ») devront aussi être évaluées pour déterminer l'efficacité du fonctionnement collectif adopté. Il reviendra ici à chaque partenaire d'indiquer si ce fonctionnement était adapté ou non à ses propres contraintes et organisation professionnelles.

V-3. Pérenniser

Aussi bien pensé puis mis en œuvre soit-il, un projet culturel est rarement exempt d'une alternance de périodes de doute, d'inquiétude, d'excitation ou d'enthousiasme, contribuant autant à la fatigue qu'au renforcement de la détermination des partenaires. Autant de « pics émotionnels » qui peuvent mettre à l'épreuve les équipes les mieux rodées et générer de possibles dissensions, alors même que la vision d'ensemble reste solidement partagée. Mais bien souvent ces moments de tensions ont aussi pour vertu de souder, de rassembler et, lorsque la mission a été remplie et les épreuves traversées, de nouer des liens forts et ouvrant sur de prochains et prometteurs partenariats. Préserver et entretenir ce qui aura ainsi été acquis : là réside la question de relations durables et constructives. En un mot, de la pérennisation. S'il appartient à chaque partenaire de contribuer activement au maintien du lien, sous la forme de son choix, deux temps semblent incontournables pour y contribuer : les remerciements et la conservation de ce que l'on pourrait appeler les « traces ».

3.1. Les remerciements

Dans le cas des projets culturels, il n'est pas rare que l'énergie, l'engagement et la disponibilité des différentes parties prenantes aillent bien au-delà de ce qui était initialement prévu et calculé. Des œuvres artistiques que l'on prend soin de découvrir sur son temps personnel, des publics bénéficiaires auxquels on accorde attention et disponibilité au-delà du seul cadre professionnel, un véhicule privé que l'on met à disposition d'intervenant·es pour pallier un financement de transport non obtenu, des éléments de décoration que l'on prête pour agrémenter le lieu d'une rencontre, des bénévoles qui s'improvisent photographes pour assurer la conservation de la mémoire d'un atelier, etc. : les exemples sont légion. Sans compter bien sûr les financeurs qui rendent possibles ce qui ne pourrait exister sans leur engagement, et marquent ainsi l'intérêt et le soutien qu'ils portent aux actions.

Dans ce contexte, les remerciements vont donc bien au-delà d'une simple marque de politesse. D'un point de vue symbolique, il s'agit de marquer la reconnaissance de la force de l'engagement de chacun et chacune, d'affirmer que l'on

a trouvé du sens à ce partenariat, le cadre d'expression d'une vision. C'est aussi par les remerciements que se manifeste le désir de mener ensemble de futurs projets.

D'un point de vue plus concret, il s'agit aussi d'un temps permettant de rassembler, physiquement ou par la citation, les différents partenaires. Notamment lorsque certains (financiers et opérationnels par exemple) n'avaient pas encore eu l'opportunité de se croiser. La forme des remerciements sera à concevoir en fonction du cadre et du contenu du projet, du formalisme que l'on souhaitera ou non adopter, de l'identité des différents partenaires. Cependant, les formes les plus courantes (et les plus éprouvées) sont susceptibles de s'adapter à un grand nombre de contextes :

- Discours remerciant les partenaires, à l'occasion d'une inauguration, d'un lancement, d'une ouverture, d'un vernissage, de l'avant-première d'un spectacle vivant ;
- Énonciation des partenaires (notamment via leurs logos pour les organisations) sur les supports de communication : site internet, programme, flyer, affiches, catalogue, panneaux à l'entrée ou à la sortie d'une exposition ;
- Générique de film vidéo ;
- Cartels associés à des œuvres d'art plastiques ;
- Etc.

Outre le témoignage de la reconnaissance, les remerciements sont aussi une façon élégante de signifier l'aboutissement, et donc la fin du projet. Car, tout autant que de marquer le démarrage, il est important de clore le projet, afin de ne pas rester dans un sentiment d'attente, de suspension. Et, ce faisant, de maintenir le lien en indiquant que l'on passe, non pas à autre chose, mais à un autre temps. Autre temps dont il peut être dit qu'il sera celui d'un nouveau projet, pour lequel on pourra solliciter tout ou partie des précédents partenaires. Que l'on se projette ou non dans le maintien de liens et l'élaboration d'une prochaine réalisation associant les mêmes participant·es, il reste cependant une dernière étape, incontournable. Celle de la conservation et de la transmission des « traces »⁹³ du projet.

3.2. Conserver et transmettre traces et archives

La pérennisation passe aussi par la conservation d'éléments, des traces, qui seront soigneusement

93 ● Nous reprenons ici la terminologie employée par Bernard Huchet dans « La politique des traces », *Bulletin des Bibliothèques de France*, T.56, n° 1, 2011, [en ligne : bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2011-01-0023-005 *].

rassemblées et mises en forme. Lorsqu'il est prévu que les parties prenantes du partenariat en soient destinataires, il est nécessaire de les prévenir, dès que possible, du moment où ces traces leur parviendront.

Les évaluations et bilans (voir plus haut, « 2. Évaluer ») en font partie, de même que toutes les formes de matérialisation de la restitution : vidéo d'un spectacle ; ensemble de textes, voire publication d'un ouvrage à la suite d'un atelier d'écriture ; photographies ; photographies d'œuvres d'art plastiques ; exposition photographique accessible en ligne ; journaux de bord d'une série d'activités ; etc.

CONSERVER LA MÉMOIRE DE LA CONDUITE DU PROJET⁹⁴

La partie concernant l'organisation même du partenariat doit également être archivée. C'est de cette façon que vous pourrez acquérir et approfondir votre pratique de l'organisation de prochains projets, et que

94 ● Une formation portée par le PREAC spectacle vivant Pays de la Loire et le collectif de médiateurs et médiatrices des Pays de la Loire a été organisée en juin 2023 sur la question des traces. Les... traces de cette formation sont accessibles via le lien suivant : [en ligne : legrandr.com/wp-content/uploads/2023/07/preac2023-tracer-en-mediation-web-light.pdf *].

vous contribuerez aussi, au-delà des éventuels changements de personnes, à la mémoire de ce partenariat au sein de votre organisation.

Ces éléments peuvent être :

- Cahier des charges définissant l'animation à mener ;
- Comptes rendus des réunions de préparation ;
- Convention de partenariat ;
- Documentation ayant permis de construire le projet ;
- Lettre d'invitation aux intervenant·es ; échanges de courriels ;
- Rétroplanning ; budgets ; contrats ;
- Dossier technique ;
- Supports de communication ;
- Revue de presse ;
- Expression libre des publics sur les réseaux sociaux, livre d'or, etc. ;
- Bilans et évaluations ;
- Etc.

Conserver et valoriser la mémoire du projet vous permet ainsi, à travers ces éléments partagés, de pérenniser les liens avec vos différents partenaires et les intervenant·es. C'est aussi une façon de leur rappeler l'importance que vous aviez, dès la conception du projet, accordée à leur participation et que l'aboutissement du projet a confirmée. Transmettre les restitutions et les traces de l'événement est un geste très apprécié puisque vous contribuez

ainsi à fournir à chacun et chacune de la matière pour sa propre visibilité, pour la mémoire de ses actions. Elles constituent un excellent outil de valorisation de l'activité de chaque partenaire, autant que de cohésion interne. Par la suite, et quel que soit le moment où vous serez en mesure de mettre en place un nouveau projet, continuez de manifester à ces partenaires l'intérêt que vous leur portez, en suivant leur actualité, en continuant de leur faire signe ; autrement dit, maintenez le lien. ●



Annexes

CONTRIBUTIONS DU DIFFUSEUR

En tant que diffuseur, vous devez acquitter, en plus de la rémunération et des cotisations sociales versées à l'artiste-auteur, une contribution d'un montant de 1,10 %, calculée comme suit :

Contributions	Base de calcul	Taux
Sécurité sociale	100 % de la rémunération brute HT versée	1 %
Formation professionnelle	100 % de la rémunération brute HT versée	0,10 %

Source : Urssaf, « Vos cotisations et contributions sociales en tant que diffuseur », [en ligne : urssaf.fr/accueil/artiste-auteur-diffuseur/diffuseur-oeuvres/cotisation-contribution-sociale.html]

Annexe n° 3 Inventaire (non exhaustif) des besoins en équipement et logistique

Outre votre réflexion sur la forme et le contenu de l'événement, une préparation matérielle très rigoureuse de l'événement est impérative pour vous assurer le maximum de sérénité ! L'anticipation reste ici un maître-mot.

Les postes (non exhaustifs !) ci-dessous, organisés par grandes catégories, vous aideront à dresser l'état des lieux de vos besoins matériels et logistiques.

1. LIEU

Les actions de votre projet se dérouleront-elles dans vos propres locaux ? dans ceux de l'un de vos partenaires ? Ou sera-t-il nécessaire de prévoir un autre lieu, voire plusieurs ? Éventuellement, devrez-vous utiliser l'espace public ? Dans ce dernier cas, devez-vous prévoir l'installation d'une structure : podium, scène en plein air, auvent, chapiteau ?

Disposition des espaces

- Espace de travail (atelier, travaux de groupe, etc.) pour les publics.
- Espace de rencontres, de conférences.

- Espace d'expositions.
 - Espace de travail pour les partenaires.
- Faut-il prévoir des lieux réservés à aux artistes intervenant (loges) ? aux prestataires techniques (studio technique) ?

Signalétique

- À l'extérieur : affiches, banderoles, calicots, flammes, panneaux, etc.
- À l'intérieur : affiches, cartes d'exposition, chevalets de présentation des intervenant·es, dont les artistes.
- Billetterie (édition de tickets).
- Badges intervenant·es, équipes, bénévoles, partenaires.

2. ÉQUIPEMENT TECHNIQUE

- Sonorisation : micros, enceintes, amplificateurs.
 - Éclairage : puissance, nombre, branchement, disposition.
 - Projection : branchement pour ordinateurs et vidéoprojecteur.
- Écran.
- Enregistrement son et vidéo : micros, supports.

3. AMÉNAGEMENT

- Mobilier :
 - Assises : tabourets, chaises, fauteuils ;
 - Tables : tables basses, tables hautes, pupitres.
- Aménagement de l'espace :
 - Matériel spécifique aux disciplines artistiques ;
 - Estrade, scène, podium, stands ;
- Cimaises ;
- Décor.
- Convivialité :
 - Vaisselle, ustensiles, linge de table.

4. ÉQUIPES DE PRESTATAIRES TECHNIQUES

- Régisseur, régisseuse.
- Technicien-ne son.
- Technicien-ne lumière.
- Agent-e de montage et/ou de surveillance.

5. ÉQUIPES DE PRESTATAIRES CULTURELS ET ARTISTIQUES

- Scénographe.
- Graphiste.
- Comédien-nes, lecteurs et lectrices, chanteurs et chanteuses.
- Animateurs et animatrices de rencontres.
- Médiateurs et médiatrices culturel·les.
- Interprètes : langues étrangères, LSF (langue des signes française).

6. TRANSPORT ET LOGISTIQUE

- Taxis ou prise en charge depuis aéroports et gares.

7. HÉBERGEMENT ET RESTAURATION

- Hôtel et autres lieux d'hébergement (maisons d'hôtes, meublés de tourisme, lieux de résidence artistique, etc.).
- Restauration sur place : livraison par traiteur.
- Restauration à l'extérieur : réservations de restaurants.

Annexe n° 4

Exemple de feuille de route

Adaptez cette feuille de route à chaque intervenant-e que vous accueillez. Indiquez-y précisément les coordonnées des personnes à contacter en cas de besoin, les informations relatives à son arrivée et à son départ, son lieu d'hébergement et de restauration, ainsi que les étapes de son programme. Ce sera très rassurant.

Envoyez-lui cette feuille de route un mois à quinze jours avant son arrivée ; ce laps de temps est nécessaire pour permettre à l'intervenant-e de repérer d'éventuelles erreurs et de vous les signaler.

Si vous faites appel à une équipe de bénévoles, pensez également à préparer une feuille de route pour chacun et chacune.

ÉLÉMENTS GÉNÉRAUX DE PRÉSENTATION DE LA MANIFESTATION

Éléments à faire figurer sur la feuille de route
Nom du projet + dates + logo
Nom de la personne Bien mentionner le nom de la personne pour ne pas confondre les fiches !
Lieu(x) de déroulement du projet Nom + adresse Joindre un plan d'accès au dossier, mentionnant le lieu ou les différents lieux de la manifestation. Indiquer les moyens de rejoindre le ou les lieux : transports en commun (gare SNCF, bus, tram, etc.), arrivée en véhicule individuel (où se garer ?).
Contacts importants Indiquer les personnes ressources pour l'intervenant-e et mentionner leur numéro de portable

ARRIVÉE ET DÉPART DE L'INTERVENANT·E**Éléments à faire figurer sur la feuille de route**

Arrivée de la personne : date et lieu d'accueil.
(À la gare ou à l'aéroport ? La personne vous rejoindra-t-elle directement sur place, par exemple dans la bibliothèque partenaire ?)

Départ de la personne : date et lieu.
(Une personne viendra-t-elle la chercher à son lieu d'hébergement pour la conduire à la gare ou à l'aéroport ?)

HÉBERGEMENT ET RESTAURATION DE L'INTERVENANT·E**Éléments à faire figurer sur la feuille de route**

Lieu d'hébergement
Adresse, téléphone, plan, code interphone en cas d'arrivée tardive à l'hôtel.

Lieu de restauration et horaires auxquels se retrouver pour le déjeuner et le dîner.
Restaurant ou salle de réception d'un lieu partenaire pour un repas organisé par un traiteur.

Autres modalités possibles de restauration
Remise de tickets repas à utiliser dans les restaurants dont vous fournissez la liste avec repérage sur le plan de la ville.

PROGRAMME DÉTAILLÉ DES ANIMATIONS AUXQUELLES PARTICIPE L'INTERVENANT·E

Éléments à faire figurer sur la feuille de route	Exemple
Pour chaque animation, mentionner : Date et horaires Nature de l'animation Lieu Personnes accompagnantes Autres intervenant·es éventuellement présent·es	Vendredi 5 avril / 10 h 30 – 12 h 30 Rencontre avec des élèves du lycée Jules-Verne. Classe de terminale, M. Albon, professeur d'arts plastiques. Camille Delavaux, bénévole, 06 84 93 93 09, vous y conduira. Rendez-vous dans le hall de votre hôtel à 9 h 50.

Bibliographie

OUVRAGES

DUCLOS Hélène, « Et si l'évaluation était un outil de développement des droits culturels ? », in Leo Anselme et al., *Droits culturels, les comprendre, les mettre en œuvre*, éditions de l'Attribut, Toulouse, 2022. [en ligne : cairn.info/droits-culturels--9782916002798.htm *]

LAURET Jean-Marc, *L'art fait-il grandir l'enfant ? Essai sur l'évaluation de l'éducation artistique et culturelle*, éditions de l'Attribut, coll. « La culture en questions », Toulouse, 2015. [en ligne : cairn.info/l-art-fait-il-grandir-l-enfant--9782916002293.htm *]

MACÉ, Marielle, *Façons de lire, manières d'être*, éditions Gallimard, coll. « Tel », Paris, 2022 [NRF, « Essais », 2011].

PETIT Michèle, *Nous sommes des animaux poétiques. L'art, les livres et la beauté par temps de crise*, Auxerre, Éditions Sciences humaines, 2023.

POISSENOT Claude, *Sociologie de la lecture*, Armand Colin, coll. « Cursus », Paris, 2019, p. 45-46.

REVUES

HUCHET Bernard, « La politique des traces », *Bulletin des Bibliothèques de France*, T.56, n° 1, 2011, p. 23, [en ligne : bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2011-01-0023-005 *].

SITES INTERNET

Centre national du livre, *Les Français et la lecture en 2023*, et *Les Jeunes Français et la lecture en 2024*, coll. « Données clés », Paris, 2023 et 2024, [en ligne : centrenationaldulivre.fr/donnees-cles *].

* Pages consultées le 7 mai 2024.

** Page consultée le 2 décembre 2024.

Sommaire

<u>INTRODUCTION</u>	3
<u>CHAPITRE I ● CONCEVOIR SON PROJET</u>	5
I-1. Qu'est-ce qu'un projet d'éducation artistique et culturelle ?	7
1.1. Quelques notions clés	7
1.1.1. Droits culturels et diversité culturelle	7
1.1.2. Éducation artistique et culturelle	9
1.2. Un projet ?	10
1.2.1. Objectifs culturels	11
1.2.2. Objectifs sociaux	11
1.3. Un projet en partenariat ?	11
I-2. Un projet pour qui ?	12
2.1. Connaître son public	12
2.2. Associer ou non le public à l'élaboration du projet ?	13
I-3. Pourquoi s'intéresser au livre et à ses métiers ?	14
<u>CHAPITRE II ● UN PARTENARIAT AVEC QUI ?</u>	21
II-1. Institutions de la Culture	23
1.1. Direction régionale des affaires culturelles	23
1.2. Pôles de ressources pour l'éducation artistique et culturelle	24
II-2. Institutions de l'Éducation nationale et de l'Enseignement supérieur	26
2.1. Éducation nationale	26
2.1.1. Délégations régionales académiques à l'éducation artistique et culturelle	26
2.1.2. Le réseau Canopé	26
2.2. Partenaires de l'Enseignement supérieur	27
2.2.1. Centre national des œuvres universitaires et scolaires	27
2.2.2. Art + Université + Culture	27
II-3. Institutions des métiers du livre	30
3.1. Centre national du livre	30
3.2. Agences régionales du livre et de la lecture	31
3.3. Société française des intérêts des auteurs de l'écrit	31
II-4. Professionnel·les des métiers du livre	32
4.1. Créer. Auteurs et autrices	33
4.1.1. Des droits moraux	34
4.1.2. Des droits patrimoniaux	34
4.2. Éditer	35
4.2.1. Rôles de l'éditeur ou de l'éditrice	35
4.2.2. Des pôles de métiers à découvrir	36
4.3. Sur le terrain	38
4.3.1. Vendre	38
4.3.2. Faire vivre la lecture publique	39
4.3.3. Créer du lien	40
II-5. Élargir à d'autres partenaires	42
5.1. Établissements culturels	42
5.2. Sans oublier	43
5.2.1. Secteur de l'animation et de l'éducation populaire	43
5.2.2. Secteur associatif	44
5.2.3. Secteur médico-social	45
5.2.4. Insertion économique et sociale	45
5.2.5. Justice	46
<u>CHAPITRE III ● CONVENTIONNER ET CONTRACTUALISER</u>	47
III-1. Conventionner entre partenaires	49
1.1. De la nécessité de la convention	49
1.2. Comment préparer la convention ?	49
III-2. Contractualiser avec des intervenant·es : le cadre général	53
2.1. Intervenant·es salarié·es d'une organisation	53
2.2. Intervenant·es muni·es d'un numéro de SIRET	53
2.3. Intervenant·es ne possédant pas de numéro de SIRET	53
III-3. Contractualiser avec des artistes-auteurs	55
3.1. Qu'est-ce qu'un auteur ou une autrice ?	55
3.2. Comprendre le statut social des artistes-auteurs	56
3.3. Rémunérer les auteurs et autrices	58
3.3.1. Spécificité de la rémunération sous forme de droits d'auteur	58
3.3.2. À quel tarif ?	59

III-4. Les autres frais	61	IV-3. Parrainage, mécénat et dons	81
4.1. Transport	61	3.1. Le parrainage ou <i>sponsoring</i>	81
4.2. Hébergement	61	3.2. Le mécénat	82
4.3. Restauration	61	3.3. Le financement participatif ou <i>crowdfunding</i>	85
4.4. Matériel	62	CHAPITRE V ● COMMUNIQUER, ÉVALUER, PÉRENNISER	87
4.5. Assurances	62	V-1. Communiquer	89
III-5. Les écrits restent	63	1.1. Relations presse	89
5.1. Respecter le droit d’auteur	63	1.1.1. Presse écrite et en ligne, radios et télévisions locales	90
5.2. Respecter le droit à l’image	64	1.1.2. Presse écrite et en ligne, radios et télévisions nationales	90
5.3. Rassurer : la feuille de route	64	1.1.3. Comment constituer son propre fichier presse ?	90
III-6. Autorisations et démarches administratives préalables	65	1.2. Comment communiquer avec la presse ?	91
6.1. De façon générale	65	1.2.1. Le communiqué de presse	91
6.2. Autres points de vigilance et de réflexion	65	1.2.2. Le dossier de presse	91
6.2.1. Pour les personnes à mobilité réduite, âgées ou en situation de handicap	65	1.2.3. Un temps spécifique : la conférence de presse	92
6.2.2. Hygiène et santé	66	1.3. Internet et réseaux sociaux	92
6.2.3. Assurances	66	1.3.1. Le site internet	92
CHAPITRE IV ● FINANCER SON PROJET	67	1.3.2. Les réseaux sociaux	93
IV-1. Ressources propres	69	1.4. Les supports imprimés : toujours d’actualité !	93
IV-2. Aides et subventions publiques	70	V-2. Évaluer	94
2.1. Aides pour la culture, le livre et la lecture : le niveau national	70	2.1. L’évaluation en pratique	96
2.1.1. Ministère de la Culture	70	2.2. Mener une évaluation quantitative	96
2.1.2. Centre national du livre	70	2.3. Mener une évaluation qualitative	98
2.1.3. La Sofia	71	V-3. Pérenniser	102
2.2. Aides pour la culture, le livre et la lecture : le niveau territorial	71	3.1. Les remerciements	102
2.2.1. DRAC	71	3.2. Conserver et transmettre traces et archives	103
2.2.2. Conseil régional	74	ANNEXES	107
2.2.3. Agence régionale du livre et de la lecture	75	Annexe n°1 – Charte pour l’éducation artistique et culturelle	108
2.2.4. Un partenariat à l’échelle européenne ?	76	Annexe n°2 – Cotisations et contributions sociales des diffuseurs pour l’année 2024	109
2.3. Financement des projets dans l’Éducation nationale	76	Annexe n°3 – Inventaire (non exhaustif) des besoins en équipement et logistique	111
2.3.1. Appels à projets EAC sur crédits académiques	76	Annexe n°4 – Exemple de feuille de route	113
2.3.2. Crédits pédagogiques	77	Bibliographie	115
2.3.3. Conseils départementaux	77		
2.3.4. Pass Culture	77		
2.3.5. Une offre du pass Culture : les masterclass d’auteurs et autrices	79		
2.3.6. Financements universitaires	79		

Direction de la publication :
Florence Faivre

Autrice :
Christelle Capo-Chichi

Graphisme :
Yoann Durand

Relecture :
Sandrine Boulon

Édition numérique :
décembre 2024, disponible en ligne sur le site du PREAC.

© Tous droits réservés.
Reproduction sous conditions d'accord.

PREAC spectacle vivant
Pôle de ressources pour l'éducation artistique et culturelle
(Pays de la Loire)
Contact : Myrto Andrianakou
preac@legrandr.com / 02 51 47 83 80
legrandr.com/preac
Esplanade Jeannie-Mazurelle, Rue Pierre-Bérégovoy
BP 681, 85017 La Roche-sur-Yon Cedex

Le PREAC spectacle vivant (Pays de la Loire) est porté par Le Grand R –
Scène nationale (La Roche-sur-Yon), la DRAEAC du rectorat de Nantes
et la DRAC des Pays de la Loire.

La coordination nationale des PREAC est confiée à l'Inseac du Cnam.

Ce guide est édité avec le soutien de l'État – DRAC des Pays de la Loire,
ministère de la Culture.

