

alma nac/nach | 10  
50° NORD RÉSEAU/NETWORK

**50°** NORD

REVUE

D'ART CONTEMPORAIN  
CONTEMPORARY ART

#2

MAUD LE GARZIC VIEIRA CONTIM

# Panorama des dans le champ des arts

## SOMMAIRE

### A. CADRAGE DE L'ÉTAT DES LIEUX ET ENJEUX DE LA DÉMARCHE

1. HISTORIQUE
2. ÉCHANTILLON
3. INSCRIPTION DE L'ÉTUDE AU SEIN  
D'UN CHANTIER PLUS LARGE

### B. TENTATIVE D'OBSERVATION COMPARÉE

1. CATÉGORISATIONS
2. LES PROFESSIONNELS CONCERNÉS
3. STATUTS JURIDIQUES / MODES DE GESTION
4. TERRITOIRES ET DÉCOUPAGES GÉOGRAPHIQUES
5. LES RAISONS DE SE RAPPROCHER
6. OBJECTIFS AVANCÉS ET AMBITIONS
7. FOCUS SUR L'OBJECTIF DE MUTUALISATION

### C. L'ADHÉSION ET SES CRITÈRES

1. UNE CHARTE D'ADHÉSION ET DE FONCTIONNEMENT
2. LES CRITÈRES D'ADHÉSION
3. LES CRITÈRES *A POSTERIORI*
4. LA COTISATION
5. FOCUS SUR LES ÉCOLES SUPÉRIEURES D'ART

### D. ACTIONS MISES EN ŒUVRE PAR LES RÉSEAUX

1. UN PORTAIL SUR LE WEB : L'OUTIL ESSENTIEL  
PARTAGÉ PAR TOUS
2. ACTIONS FRÉQUENTES : COMMUNICATION ET  
ÉVÉNEMENTIEL
3. ACTIONS SPÉCIFIQUES À CERTAINS RÉSEAUX
4. LA PLACE DES ARTISTES

### E. ÉLÉMENTS BUDGÉTAIRES

1. BUDGET D'ACTIVITÉ / MASSE SALARIALE
2. LIMITATIONS CONSUBSTANTIÉLLES
3. LES FINANCEMENTS
4. COÛT DU RÉSEAU ET ÉVALUATION DES  
MUTUALISATIONS

### F. LISTE DES RÉSEAUX RECENSÉS

**L**es réseaux d'acteurs à l'échelon local et régional se multiplient dans le champ de l'art contemporain depuis quelques années – comme dans d'autres domaines, culturels ou non. Il s'agit, pour les lieux de production et de diffusion d'une même scène artistique, de se rapprocher sur un certain territoire pour élaborer des projets collectifs. Participant à la structuration du secteur des arts plastiques et visuels, ils tendent à devenir essentiels en termes de visibilité, de représentativité auprès de pouvoirs publics, mais aussi d'échange entre professionnels, voire de mutualisation vers une optimisation des activités – c'est du moins de cette façon qu'ils se présentent et qu'ils se sont créés. Toutefois, le paysage est très varié, avec des rapprochements géographiques à visages multiples et même dans certains cas, des simulacres de réseau. Au-delà du terme « réseau » employé de nos jours pour désigner des situations fort variées, il s'agira de se demander si des mises en réseau véritables sont réellement nécessaires ou non entre les structures de diffusion des arts plastiques dans une optique territoriale, et d'en déceler les objectifs et les enjeux.

Après une première rencontre en juin 2007 à Paris initiée par Tram réseau Paris Île-de-France et la participation des réseaux territoriaux d'art contemporain à une table ronde dans le cadre du congrès du Cipac la même année lors de la Biennale de Lyon, les réseaux 50° nord (Nord-Pas de Calais) et TRANS RHEIN ART (Alsace) poursuivent la réflexion, dressant ce premier panorama voué à être corrigé et enrichi. Une rencontre nationale des réseaux est organisée en novembre 2011 en Alsace afin d'en préciser son contenu et d'en débattre. Ce panorama et les occasions de rencontres qu'il provoque ont pour objectifs de permettre aux responsables de réseaux, mais aussi à leurs membres et salariés, de confronter leurs pratiques, de partager des points de vue et d'évoquer aussi les difficultés qu'ils connaissent, pour réfléchir ensemble à ce que nous sommes et à ce que nous devons être, et envisager peut-être à moyen terme une représentation commune au niveau national.

# réseaux territoriaux plastiques et visuels en France\*

## A. CADRAGE DE L'ÉTAT DES LIEUX ET ENJEUX DE LA DÉMARCHE

### 1. HISTORIQUE

Les réseaux territoriaux dans le champ de l'art contemporain sont apparus dès les années 80 avec la création du réseau Tram en Île-de-France. Dans les années 90, des structurations se préfigurent en Bretagne et dans le Limousin ; Adele Lyon et 50° nord sont créés. La dynamique s'accélère ensuite jusqu'à aujourd'hui.

### 2. ÉCHANTILLON

Ce présent panorama se veut une photographie en 2010 des réseaux géographiques de personnes morales. Il exclut les réseaux de personnes physiques, les fédérations de professions et les associations qui ne fédèrent qu'un type unique de structures (centres d'art, FRAC, écoles supérieures d'art...). Les réseaux en question sont donc ceux qui sont constitués autour d'un territoire, mêlant différents types de structures au sein d'un même champ disciplinaire. En 2011, nous avons identifié 14 réseaux ou structurations apparentées. Leur montée en puissance montre qu'il s'agit d'une tendance susceptible de concerner progressivement d'autres territoires ; certaines structurations ont d'ailleurs été temporairement laissées de côté car elles sont nées entre-temps ou simplement au stade de préfiguration (par exemple en Languedoc-Roussillon avec un projet initié par le FRAC).

L'état des lieux se fonde sur les rencontres de 2007 et sur des questionnaires envoyés aux différents réseaux recensés. Cette première photographie est lacunaire et pose parfois les questions de manière trop grossière, d'abord parce qu'il n'est pas aisé pour ces associations de prendre le temps de délivrer les informations – nombreuses sont celles qui fonctionnent sans salarié – mais aussi parce que nous avons fait le choix, pour clarifier le paysage et mettre en exergue des problématiques, de traiter des réseaux *a priori* véritables mais aussi d'opérateurs proches qui ne sont pas réellement des « réseaux » : simples portails de commu-

nication, axes de missions d'institutions, plateformes informelles... Ce parti pris permet de dégager des points communs et des différences qui vont nourrir notre réflexion sur les objectifs, les modes d'organisation et les enjeux de ces *projets réticulaires de territoires*. Chaque réseau pourra ainsi en retour corriger et enrichir ce panorama et questionner son propre positionnement. Ce parti pris montre aussi qu'une même dénomination ou une apparence semblable sur le web peuvent recouvrir des entités foncièrement différentes.

### 3. INSCRIPTION DE L'ÉTUDE AU SEIN D'UN CHANTIER PLUS LARGE

Cette première description est également vouée à être mise en perspective avec une connaissance générale du champ des arts plastiques aujourd'hui. La mise en réseau des structures d'art contemporain doit s'appuyer sur et se définir au regard des caractéristiques de l'évolution du secteur, des besoins nouveaux, des difficultés à venir, en rapport par exemple avec l'évolution des orientations des politiques culturelles et de leurs modes d'évaluation mais aussi avec les nouveaux objectifs des écoles d'art et des centres d'art ou l'environnement européen. La raison d'être et la légitimité des réseaux territoriaux doivent être évaluées en questionnant le monde de l'art tel qu'il fonctionne, au plus près du terrain. Qu'est-ce que la territorialité apporte à la création proprement dite ? Comment les projets d'art contemporain sont-ils appréhendés et construits aujourd'hui ? Il s'agira notamment de voir en quoi les idées de « territorialité », de « solidarité » et de « mutualisation » propres à ces réseaux permettent aux structures d'art contemporain de mieux atteindre leurs propres objectifs de soutien à la création, de production, de diffusion des œuvres, de sensibilisation des publics et de présence sur les territoires.

Par ailleurs, ce panorama et les discussions auxquelles il va donner naissance lors des Rencontres nationales de novembre 2011 doivent en retour abonder la compréhension du secteur des arts plastiques en France et participer à sa structuration. Par exemple, aucune convention collective n'encadre spécifiquement le travail et l'évolution des



carrières, ce qui est d'autant plus le cas pour les coordinateurs de réseaux ! Le chantier d'une convention collective adaptée au secteur est ouvert dans le cadre du Cipac. La présente étude se doit d'y être reliée *in fine*. Enfin, à une époque où les termes de « réseau » et de « mutualisation » sont à la mode et encouragés, il s'agit de réfléchir à leur sens véritable et à leurs applications concrètes qui sont réellement importantes pour le secteur des arts plastiques aujourd'hui, et séparer l'accessoire de l'essentiel au-delà de la seule bienséance de mise.

## B. TENTATIVE D'OBSERVATION COMPARÉE

### 1. CATÉGORISATIONS

#### | ÉCHELON GÉOGRAPHIQUE

##### Réseaux régionaux

- \_ Tram réseau Paris Île-de-France (créé en 1981 / 31 membres / association)
- \_ ACB Art contemporain en Bretagne (créé en 2002 / 44 membres / association)
- \_ 50° nord réseau d'art contemporain du Nord-Pas de Calais et de l'eurorégion Nord (créé en 1997, préf 1994 / 37 membres / association)
- \_ Arts visuels en région Centre (créé en 2007 mais n'existe plus / 33 membres / coordonné par le Musée de l'objet)
- \_ Art Flox Aquitaine (créé en 2009 / un portail et non un réseau / 290 lieux / coordonné par la Galerie Tinbox)
- \_ 5,25 en Limousin (créé en 2008, préf 1999 / 17 membres / association)
- \_ Art contemporain en Midi-Pyrénées (créé en 1998 / 32 membres / coordonné par les Abattoirs/FRAC)
- \_ TRANS RHEIN ART - réseau Art contemporain Alsace (créé en 2006 / 27 membres / coordonné par le FRAC)

##### Réseaux départementaux

- \_ Réseau d'Échange Départemental pour l'Art Contemporain de Haute-Savoie (créé en 2007 / 13 membres / coordonné par l'ODAC (Office Départemental d'Action culturelle / Conseil Général 74))
- \_ Botox[s] Nice Côte d'Azur (créé en 2007 / 18 membres / association)

##### Réseaux d'agglomérations

- \_ Adele réseau Lyon (créé en 1997 / 32 membres / association)
- \_ Pinkpong réseau Toulouse (créé en 2009 / 18 membres / association)
- \_ Marseille expos (créé en 2007 / 24 membres / association)
- \_ Strasbourg Art contemporain (créé en 2010 / 11 membres / informel) associé avec la Ville de Strasbourg

#### | STATUT JURIDIQUE / MODE DE GESTION

##### Associations

- \_ Botox[s] Nice Côte d'Azur (créé en 2007 / 18 membres, association)

- \_ Adele réseau Lyon (créé en 1997 / 32 membres / association)
- \_ Pinkpong réseau Toulouse (créé en 2009 / 18 membres / association)
- \_ Marseille expos (créé en 2007 / 24 membres / association)
- \_ Tram réseau Paris Île-de-France (créé en 1981 / 31 membres / association)
- \_ ACB Art contemporain en Bretagne (créé en 2002 / 44 membres / association)
- \_ 50° nord réseau d'art contemporain du Nord-Pas de Calais et de l'eurorégion Nord (créé en 1997, préf 1994 / 37 membres / association)
- \_ 5,25 en Limousin (créé en 2008, préf 1999 / 17 membres / association)

##### Mission d'une structure membre

- \_ TRANS RHEIN ART - réseau Art contemporain Alsace (créé en 2006 / 27 membres / coordonné par le FRAC)
- \_ Art contemporain en Midi-Pyrénées (32 membres / coordonné par les Abattoirs/FRAC)
- \_ Arts visuels en région Centre (créé en 2007 mais n'existe plus / 33 membres / coordonné par le Musée de l'objet)
- \_ Art Flox Aquitaine (créé en 2009 / un portail et non un réseau / 290 lieux / coordonné par Galerie Tinbox)

##### Regroupement informel de structures en association avec une collectivité (sans statut juridique)

- \_ Strasbourg Art contemporain (créé en 2010 / 11 membres / informel) associé avec la Ville de Strasbourg

##### Mission d'une collectivité territoriale

- \_ Réseau d'Échange Départemental pour l'Art Contemporain de Haute-Savoie (créé en 2007 / 13 membres / coordonné par l'ODAC (Office Départemental d'Action culturelle / Conseil Général 74))

#### | DU RÉSEAU INDÉPENDANT AU PORTAIL

##### Réseaux indépendants

- \_ Botox[s] Nice Côte d'Azur (créé en 2007 / 18 membres / association)
- \_ Adele réseau Lyon (créé en 1997 / 32 membres / association)
- \_ Pinkpong réseau Toulouse (créé en 2009 / 18 membres / association)
- \_ Marseille expos (créé en 2007 / 24 membres / association)
- \_ Tram réseau Paris Île-de-France (créé en 1981 / 31 membres / association)
- \_ ACB Art contemporain en Bretagne (créé en 2002 / 44 membres / association)
- \_ 50° nord réseau d'art contemporain du Nord-Pas de Calais et de l'eurorégion Nord (créé en 1997, préf 1994 / 37 membres / association)
- \_ 5,25 en Limousin (créé en 2008, préf 1999 / 17 membres / association)

##### Réseaux coordonnés par une structure membre

- \_ TRANS RHEIN ART - réseau Art contemporain Alsace (créé en 2006 / 27 membres / coordonné par le FRAC)

\_ Arts visuels en région Centre (créé en 2007 mais n'existe plus / 33 membres / coordonné par le Musée de l'objet)

\_ Art contemporain en Midi-Pyrénées (32 membres / coordonné par les Abattoirs/FRAC)

#### **Réseaux coordonnés par un subventionneur public**

\_ Réseau d'Échange Départemental pour l'Art Contemporain de Haute-Savoie (créé en 2007 / 13 membres / coordonné par l'ODAC (Office Départemental d'Action culturelle / Conseil Général 74)

#### **Plateformes coordonnées par une ou plusieurs structures concernées**

\_ Art Flox Aquitaine (créé en 2009 / un portail et non un réseau 290 lieux / coordonné par la Galerie Tinbox)

#### **Réseau informel indépendant mais associé à une ville**

\_ Strasbourg Art contemporain (créé en 2010 / 11 membres) associé avec la Ville de Strasbourg

## 2. LES PROFESSIONNELS CONCERNÉS

Ces réseaux représentent environ 2000 professionnels – salariés et bénévoles – travaillant dans le secteur de l'art contemporain en France et plus de 600 structures culturelles (plus de 300 véritablement mises en réseau) : galeries associatives et publiques, musées, associations d'artistes, écoles supérieures d'art, artothèques, centres d'art, Fonds régionaux d'art contemporain, biennales, fonds documentaires, éditeurs... mais aussi galeries privées commerciales. À titre comparatif, le secteur représenté dans le cadre du Cipac (réseaux nationaux de types de structures et de professions) concerne 550 structures et 1600 professionnels – sachant qu'il y a un croisement avec notre panel.

D'un point de vue géographique, nous pouvons remarquer deux grandes lignes verticales caractérisées par l'absence de réseaux :

\_ **LIGNE OUEST** : Haute-Normandie, Basse-Normandie, Pays de la Loire, Poitou-Charentes

\_ **LIGNE EST** : Picardie, Champagne-Ardenne, Lorraine, Bourgogne, Auvergne, Languedoc-Roussillon, Corse

À l'opposé, les régions Midi-Pyrénées, Alsace, PACA et Rhône-Alpes possèdent plusieurs réseaux. Les réseaux d'agglomération sont situés au sud et à l'est. Enfin, dans le quart nord-ouest de la France, la région Bretagne figure comme une exception avec son réseau régional, même si à vu récemment le jour Plast- Grand Ouest, un portail initié par un particulier. Notons enfin qu'un projet naît en Languedoc-Roussillon et que le réseau en région Centre vient de disparaître.

Un réseau se forme autour d'une quinzaine de structures puis atteint un chiffre stable de 30-45 membres et tend à être représentatif de la scène artistique de son territoire dans sa diversité. Toutefois, chaque réseau a son histoire propre et se dessine un profil reflétant son contexte.

## 3. STATUTS JURIDIQUES / MODES DE GESTION

### **RESSEMBLANCES DE FAMILLES**

Comme nous l'avons indiqué en introduction, certains « réseaux » n'en sont pas à proprement parler, mais fonctionnent plutôt comme des plateformes informelles, voire de simples portails web, ou sont des axes d'action d'institutions sans association réelle ou contractuelle des acteurs entre eux. Où la mise en réseau véritable commence-t-elle ? Dans quelle mesure le caractère « formel » d'un rapprochement de structures peut-il s'avérer essentiel ? Le simple dénominateur commun d'être des portails peut-il suffire à faire valoir une parole commune ?

### **INCIDENCES STATUTAIRE**

La première distinction que l'on peut identifier concerne le statut juridique : si la plupart des réseaux sont des associations autonomes, certains sont coordonnés par l'un des « membres » institutionnels (un FRAC, une agence culturelle, un musée) ou associatifs (le seul cas est ArtFlox Aquitaine) ; l'un n'est qu'un regroupement informel (Strasbourg) et un autre est même coordonné par une collectivité territoriale départementale, le réseau venant structurer les conventionnements pluriannuels que le département de Haute-Savoie signe avec les structures afin de donner une cohérence à sa politique, de qualifier les acteurs « entrants » et de s'appuyer d'une manière générale sur le *pool* des structures existantes et déjà subventionnées.

C'est d'ailleurs sur ce dernier modèle que le réseau 50° nord a été préfiguré. En 1994, le département du Nord prit l'initiative de réunir les petites associations qu'il soutenait afin de les encourager à créer un réseau autonome pour inciter aux mutualisations, mais aussi pour clarifier sa propre politique de subventionnement. Toutefois, le choix a été fait d'emblée de créer une association indépendante, le réseau a donc pu ensuite évoluer naturellement en devenant représentatif du secteur non-lucratif (incluant progressivement des institutions) et en dépassant les frontières géographiques du seul département. Pour TRANS RHEIN ART, l'idée est également venue des pouvoirs publics. Dans un souci de porter l'information auprès d'un public élargi, le Conseil Régional d'Alsace s'est associé en 2006 au Ministère de la Culture-DRAC Alsace pour susciter une dynamique de réseau entre les acteurs et en a confié la coordination à l'Agence culturelle d'Alsace / FRAC Alsace.

La même chose se déroule actuellement en Languedoc-Roussillon : le réseau est déjà en phase opérationnelle avec un premier agenda imprimé et la mise en ligne du site web en fin d'année. Pourtant, dans ce cas précis, le « réseau » est mis en place sans qu'aucune structure autre que le FRAC ne le porte et n'ait été amenée à discuter du projet. Le FRAC est simplement chargé par la Région et la DRAC de réaliser et de diffuser des outils de communication sans dynamique interne



de réseau. **Remarquons que certains FRAC agissent déjà de la sorte sans pour autant parler de « réseaux » : en Basse-Normandie et Haute-Normandie par exemple, les FRAC communiquent à travers leurs sites web voire avec des outils papier (brochure RN13 pour le FRAC Basse-Normandie) sur l'ensemble des structures de leur scène régionale.**

**Il serait d'ailleurs intéressant de regarder de plus près les missions des FRAC pour étudier cette question et de se pencher sur le cas du Limousin par exemple dont le réseau a été initié par le FRAC mais qui est par la suite devenu une association indépendante (2008).** Ces initiatives des collectivités territoriales – départements et régions – mais aussi des DRAC et des FRAC montrent que la mise en réseau peut avoir son utilité pour la conduction des politiques et la structuration d'une approche territoriale des scènes artistiques. Il faudrait réexposer les missions des FRAC afin de repérer les redondances avec celles des réseaux indépendants, et de réfléchir à la pertinence d'une participation de l'ensemble des acteurs à ces réseaux par rapport à une pure action de diffusion qui peut être le fait d'une plate-forme, d'un FRAC voire de particuliers philanthropes. Chaque territoire a-t-il besoin de plusieurs organes structurants ?

**Que l'initiative vienne des subventionneurs publics ou des structures elles-mêmes, la plupart des réseaux font le choix d'une association indépendante, pour construire un outillage au service des adhérents mais également dirigé par ces mêmes adhérents – à la fois décideurs et bénéficiaires. Toutefois, cette variété des statuts juridiques et modes de gestion doit nous interroger sur les avantages et inconvénients qui caractérisent ces types de fonctionnement : un rapprochement informel, une association indépendante, l'action d'un FRAC, l'action d'une association, l'action d'une collectivité publique qui octroie des subventions...**

Il semble de prime abord qu'une association indépendante permet sur le principe une fédération proprement démocratique donc proche du terrain, et une totale égalité et liberté des structures dans le choix des orientations à donner au réseau, indépendamment des schémas propres aux institutions et des lignes politiques – même si ces réseaux indépendants, étant eux-mêmes subventionnés, doivent bien évidemment aussi respecter des lignes politiques. D'ailleurs, les réseaux qui sont indépendants sont souvent portés par les plus petites structures, à savoir celles qui en ont le plus besoin – une tendance naturelle qui se trouve *ipso facto* contrariée quand on opte pour une gouvernance institutionnelle. D'un autre côté, la gestion par une institution ou une collectivité publique a l'avantage de donner d'emblée un minimum de moyens opérationnels au réseau en termes de ressources humaines ou de services administratifs, ce que doivent créer de zéro les réseaux associatifs –

sans parler de l'espoir d'atteindre un jour un subventionnement avec convention pluriannuelle, condition d'une véritable stabilité, d'un développement cohérent des actions et d'une projection vers l'avenir. De plus, si ces réseaux associatifs indépendants ne parviennent pas à créer un emploi de salarié, tout devient très compliqué pour asseoir des objectifs clairs et des activités pérennes. Une gouvernance institutionnelle offre aussi tous les avantages d'une reconnaissance immédiate par d'autres champs d'activités et des partenaires potentiels de poids. On peut imaginer qu'il était plus facile pour l'Agence culturelle d'Alsace de demander au Comité Régional du Tourisme de financer une brochure spécifique à l'art contemporain que cela ne l'est pour des réseaux associatifs qui sont souvent moins connus et imposants que leurs propres structures membres.

**Toutefois, l'entrée rapide dans l'opérationnel avec des moyens plus grands doit-elle supplanter une fédération plus naturelle d'acteurs ayant vraiment envie de travailler ensemble de manière solidaire ? Les petites structures et institutions possèdent-elles vraiment des intentions et objectifs différents pour les réseaux ? Comment les réseaux gouvernés par des institutions de type FRAC peuvent-ils remplir les mêmes objectifs que les réseaux indépendants alors que ceux-ci ont une tendance naturelle à être dirigés par les plus petites structures et donc que les plus grosses institutions s'en désengagent ?**

#### 4. TERRITOIRES ET DÉCOUPAGES GÉOGRAPHIQUES

##### **TERRITOIRES EN POUPÉES RUSSES**

D'un point de vue géographique, on pourra se poser la question du choix de l'échelle – eurorégion, région, département, agglomération – d'autant plus que certains réseaux s'emboîtent les uns dans les autres ! Par exemple, certains membres de Pinkpong font également partie du réseau Midi-Pyrénées et les deux réseaux s'associent ponctuellement pour promouvoir leurs événements ; des structures se rapprochent à Strasbourg, territoire géographique du réseau TRANS RHEIN ART, et deux micro-réseaux existent (ou existaient ?) sur le territoire de Tram : le Réseau d'art contemporain Paris-Est et le réseau NORD. Des liens existent aussi entre Marseille Expos et Botox[s] qui se sont mutuellement invités dans leurs événements collectifs, créant une synergie « régionale » à partir de deux bases locales. Quant au grand ouest, un portail existe en plus du réseau régional ACB : Plast réseau art contemporain grand ouest, géré par un particulier, Jacques Sauvageot, ancien directeur de l'Esba de Rennes.

**Ces réseaux emboîtés reflètent la densité de leurs territoires en une carte culturelle et mettent en évidence d'une manière générale que si l'échelon régional/eurorégional est souvent pertinent en termes de visibilité et**

**cohérent avec les territoires naturels des scènes artistiques, la mise en réseau réelle, humaine, concrète, pragmatique et propice aux partenariats de travail exige souvent des territoires plus restreints.** Si les structures ont besoin de mieux se connaître, de mutualiser leurs moyens, de travailler ensemble, ce sont les microterritoires de proximité qui vont d'abord devoir être activés, sous peine de rendre le réseau régional trop abstrait et distendu. Ce procès de va-et-vient est probablement essentiel dans la caractérisation des réseaux qui nous concernent ici. Le réseau TRANS RHEIN ART a en effet observé ce besoin à l'échelle de Strasbourg où des structures se sont associées entre elles de manière informelle (et avec la Ville de Strasbourg) au sein d'un nouveau réseau (Strasbourg Art Contemporain) pour éditer un calendrier et organiser des événements. Mais, cette initiative locale s'étend à des structures non-membres de TRANS RHEIN ART (dont des galeries commerciales) et est née de manière indépendante, ce qui ne peut que complexifier un ancrage cohérent au sein du réseau régional...

**50° nord quant à lui voit de plus en plus l'utilité de ces microterritoires et va mettre en place des groupes de travail locaux, incitant les membres à construire le réseau eux-mêmes avec leurs voisins proches.** En revanche, il ne s'agit pas de créer des outils de communication sur ces plus petites échelles mais de travailler au niveau local sur la concrétisation des autres activités (événements, mutualisations, cohérence des programmations, projets communs...). Cependant, il existe aussi en Nord-Pas de Calais d'autres « plateformes » ou « portails » qui croisent le maillage du réseau 50° nord sans le recouvrir, avec des outils de communication spécifiques : l'Association des conservateurs des musées du Nord-Pas de Calais et le réseau Lille Map regroupant les grosses institutions de la métropole lilloise. Comme c'est le cas en Alsace, ces croisements ne sont pas des recouvrements exhaustifs. Tous ces réseaux locaux gagneraient peut-être à n'être que des rapprochements informels faisant vivre un réseau plus large, sous peine de complexifier la lisibilité du maillage, ce qui va à l'opposé de la raison d'être des réseaux – mais comment mettre une telle cohérence en place étant donné des objectifs souvent très différents.

#### **ÉLARGISSEMENTS TRANSFRONTALIERS**

**Concernant l'aspect transfrontalier, les réseaux qui de facto se situent à proximité d'une frontière, ont tous des perspectives plus ou moins formelles d'établir des liens avec des réseaux territoriaux étrangers ou d'englober des structures étrangères :** Pinkpong avec la Catalogne et l'Aragon, Botox[s] avec Monaco et l'Italie, le Réseau d'Échange Départemental pour l'Art Contemporain de Haute-Savoie avec Genève et le Piémont et TRANS RHEIN ART avec l'Allemagne et la Suisse. 50° nord possède quant à lui déjà 1 membre dans le sud de l'Angleterre (Kent) et 9 en Belgique (Bruxelles-Wallonie), autrement dit 27% de ces membres sont étrangers. Il est le seul réseau qui possède des membres étrangers.

**L'optique transfrontalière peut en effet se concevoir pour les réseaux soit en acceptant des membres étrangers soit en s'associant à des réseaux déjà constitués dans les pays voisins.** La première option favorise le sentiment d'appartenance et la coordination d'une unique ligne d'activités ; la seconde facilite probablement le développement de financements plus diversifiés et plus adaptés, et un élargissement plus important – le sentiment d'appartenance et le fonctionnement participatif s'amointrissant avec un grand réseau abstrait comprenant de nombreux membres. La question des financements est importante car, à partir d'un certain nombre de membres étrangers, les collectivités publiques françaises peuvent exiger que les autres États concernés, les collectivités locales de ces pays ou les institutions européennes subventionnent ces réseaux.

Or, étant *a priori* impossible pour une association française de demander des subventions à une collectivité publique étrangère, la seule issue réside dans les fonds européens. Les projets européens Interreg ou micro-Interreg exigeant des partenaires dans plusieurs pays, quels partenaires les réseaux peuvent-ils associer, sinon d'autres réseaux ou plateformes ? Si ceux-ci n'existent pas, la seule solution est de faire du réseau lui-même l'objet du projet Interreg : les partenaires associés seraient donc l'ensemble des membres, soit souvent une trentaine de structures... Est-ce tout simplement faisable ? Sans oublier l'ultime difficulté de la lourdeur administrative des projets européens qui implique une ressource humaine dédiée importante. Si l'emploi d'un salarié dédié rentre dans le budget Interreg et n'empiète pas sur les budgets de projets, on peut tout de même se demander si une telle démarche ne reviendrait pas, pour un réseau, à se transformer en usine à gaz jetant l'argent par les fenêtres, une grosse partie du financement ne servant qu'à accomplir les tâches administratives exigées par Interreg... **Il semble que l'association à des réseaux étrangers soit la solution la plus simple, même si elle n'est pas toujours possible si ces structurations n'existent pas.**

**Une troisième option est de trouver des partenaires qui, sur des axes d'actions particuliers et non sur le fonctionnement global du réseau – mettent eux-mêmes en place un dispositif transfrontalier, abondant indirectement le financement des réseaux avec des sources étrangères.** Le réseau TRANS RHEIN ART développe par exemple depuis 2008 un partenariat avec les opérateurs du tourisme d'Alsace : dans ce contexte est tenté actuellement un maillage transfrontalier entre structures touristiques et culturelles françaises, suisses et allemandes avec pour objectif l'identification du Rhin Supérieur comme destination de tourisme culturel orienté sur l'art contemporain.

**Une quatrième option, la plus simple et la moins lourde, est d'accepter des membres étrangers en leur demandant une cotisation plus élevée – les collectivités**



publiques étrangères finançant alors le réseau de manière indirecte par ce biais.

## 5. LES RAISONS DE SE RAPPROCHER

### **SE METTRE ENSEMBLE POUR PROMOUVOIR NOS DIFFÉRENCES**

**Les réseaux territoriaux de structures de diffusion et de production en art contemporain sont des entités qui permettent de développer des projets dans une perspective transversale et territoriale en s'appuyant sur la diversité des opérateurs et en mettant en valeur la complémentarité de ceux-ci.** La mutualisation des moyens, la mise en valeur collective du secteur sur un territoire, la promotion de la diversité des structures sont les objectifs de base de ces regroupements. Une meilleure visibilité est souvent le premier motif d'adhésion. Il s'agit non seulement de créer des dynamiques et des économies d'échelle pour développer les publics et une reconnaissance tant au niveau local que national (voire international) mais aussi de rendre plus lisible la diversité des structures, la richesse induite par la différence : ce qu'on attend donc d'abord d'un réseau, c'est de réaliser une communication collective vers le grand public de proximité, les pouvoirs publics, mais aussi vers le monde de l'art.

### **SOLIDARITÉ ET PÉRÉQUATION**

**Il semble que la mise en réseau soit une nécessité pour (sur)vivre, et en particulier pour donner tout leur sens aux actions que les très petites structures valorisent difficilement seules – les réseaux expriment ainsi une volonté d'action solidaire et de péréquation :** les grosses structures servant à valoriser les plus petites, chacun reconnaissant l'intérêt de l'autre en qualité de maillon essentiel du monde de l'art, la richesse dans la différence n'étant plus seulement un simple discours visant à une meilleure lisibilité extérieure, mais également un principe moteur révélant une philosophie et un engagement professionnel fort.

Cependant, au-delà des petites structures, le secteur entier manque de moyens et même les grandes institutions ont besoin de visibilité supplémentaire et d'outils renforçant la lisibilité des programmations et appuyant le développement de leurs publics ; même dans leur cas rejoindre un réseau est loin de ressembler à un acte philanthropique. Les arts plastiques sont, faut-il le rappeler, le parent pauvre du secteur culturel et l'art contemporain est fréquenté par un public encore relativement restreint. On comprend donc aisément que la communication – l'événementiel aussi, rendu possible par le fait d'être ensemble – constitue le premier motif de fédération et d'adhésion avec en arrière plan tout de même un positionnement culturel et politique commun, même *a minima*.

### **RECOMPOSITIONS TERRITORIALES ET INTER-TERRITORIALITÉ**

Ensuite, les réseaux, par leur existence, actent de l'importance des territoires ; ils contribuent à ancrer les arts visuels dans une logique d'irrigation géographique et à concevoir des outils de valorisation. La mise en réseau a pour but de rendre visible un maillage territorial existant mais parfois aussi de tout simplement créer des occasions pour qu'une véritable dynamique de territoire s'enclenche.

Elle peut simplement ne faire que représenter l'existant mais également participer activement aux processus territoriaux eux-mêmes. C'est à l'aune de ces deux mouvements que le fonctionnement des réseaux doit être évalué. La mouvance actuelle des « projets de territoires » dans le secteur culturel, grandement encouragés par les collectivités territoriales et les pouvoirs publics en général, et les nombreuses dynamiques à l'œuvre dans les zones rurales ou sensibles<sup>1</sup> sont des éléments que les réseaux doivent traduire, motiver, mettre en évidence d'une manière ou d'une autre. Les réseaux ne peuvent être étrangers à cette évolution. Le « territorial » est aussi un enjeu pour l'identification des pôles d'attractivité et de valorisation dans une Europe qui s'agrandit et un monde qui se polarise sur un échelon local/global avec des zones de chalandise et de vie que l'on identifie dorénavant aux régions et eurorégions, impliquant des réseaux eux-mêmes polarisés sur un échelon agglomération/eurorégion.

### **ÉCONOMIES D'ÉCHELLE ET VALEUR AJOUTÉE QUALITATIVE**

**Enfin, la mutualisation des moyens et la création d'une véritable valeur ajoutée des réseaux par rapport aux activités des lieux d'art contemporain pris isolément représentent tout leur enjeu : une réflexion doit être menée pour identifier les objets et les méthodes les plus pertinentes permettant les meilleures économies d'échelle, afin de défendre au mieux la légitimité de ces réseaux.** Cette réflexion doit aussi se positionner par rapport aux innovations sociétales réalisées dans le cadre de l'économie sociale et solidaire qui réfléchit aux dynamiques porteuses d'intérêt général permettant l'émergence d'écosystèmes originaux autour de modes de gouvernance partagée et qui interroge la démocratie locale et participative. Enfin, la légitimité des réseaux s'appuie sur la défense du pluralisme. La structuration et la géographie de ces réseaux sont le reflet d'une économie plurielle, comme exprimé par l'UFISC.<sup>2</sup>

## 6. OBJECTIFS AVANCÉS ET AMBITIONS

### **PREMIER OBJECTIF : LE DÉNOMINATEUR COMMUN**

**L'objectif faisant l'unanimité de tous les réseaux recensés est la promotion des structures membres, le rayonnement du territoire et la lisibilité du maillage des lieux d'art contemporain dans leur diversité, autrement dit la communication.**



**OBJECTIFS PRIORITAIRES**

Juste derrière la communication, viennent :

- \_ La fédération d'un secteur professionnel : la mise en réseau elle-même comme un objectif
- \_ L'échange de ressources, de compétences et de connaissances
- \_ La mutualisation des moyens
- \_ La circulation, la mutualisation et la sensibilisation des publics

**OBJECTIFS SECONDAIRES**

D'une manière plus accessible ou ne faisant pas l'unanimité des réseaux, figurent :

- \_ L'action collective de lobbying, le militantisme
- \_ La solidarité entre les structures de différentes envergures
- \_ Le renforcement des connexions entre les institutions et les associations, entre les écoles supérieures d'art et les lieux de diffusion/production
- \_ L'incitation aux partenariats entre les lieux, aux actions concertées et communes
- \_ La structuration et l'organisation du secteur dans son entier sur le territoire
- \_ La professionnalisation du secteur sur le territoire
- \_ Le développement de partenariats avec d'autres champs d'activité (tourisme...)

**OBJECTIFS PARTICULIERS**

Un seul réseau, Art contemporain en région Centre, semble être tourné particulièrement vers l'une de ses structures membres, le Musée de l'objet qui le coordonne : les objectifs de ce réseau sont notamment de diffuser la collection du musée et de fédérer les différentes structures autour du projet du musée. Toutefois, ce réseau vient de disparaître, peut-être en raison de ce positionnement particulier. Il serait intéressant d'en connaître l'histoire.

**FOCUS SUR LE LOBBYING**

Remarquons que le lobbying, la solidarité et la mise en place d'un travail fédéré réel ne sont pas des objectifs faisant l'unanimité du tout. Étant donnée l'envergure de ces réseaux et par conséquent le nombre et l'hétérogénéité des structures adhérentes, il n'est pas forcément naturel qu'ils soient en plus considérés comme des fédérations porteuses d'une parole commune et militante, défendant l'intérêt du secteur auprès des pouvoirs publics par exemple. Cet activisme est plus aisé lorsqu'un métier particulier ou un unique type de structure est en jeu (centre d'art, école d'art, FRAC, musée...). Le besoin d'une « valeur ajoutée qualitative » et d'un sentiment d'appartenance censés présider à la création de certains réseaux peut difficilement conduire à des liens suffisamment serrés susceptibles de produire une action militante.

**7. FOCUS SUR L'OBJECTIF DE MUTUALISATION****UN BESOIN POUR UNE MULTIPLICITÉ D'OPÉRATEURS**

Les ressources souvent limitées des structures et le contexte actuel de désengagement de l'État et de mise en difficulté des collectivités territoriales nous conduisent nécessairement à poser la question de la mutualisation des moyens par la mise en réseau ; celle-ci devenant le pendant du processus d'atomisation mis en évidence par les études d'Opale<sup>3</sup>, à savoir le processus de multiplication des porteurs de projets et un volume de travail qui augmente moins vite que le nombre de professionnels (création continue d'opérateurs culturels et depuis 2009 d'auto-entrepreneurs également). Comment les réseaux peuvent-ils procurer de véritables économies d'échelle ?

Plusieurs réseaux répertorient les moyens, compétences et spécificités de leurs structures membres : quel est l'objectif concret et opérationnel de cette démarche d'état des lieux à la charge des réseaux ? Que peut-on mutualiser ? Comment la mutualisation des ressources peut-elle concrètement s'effectuer ? Comment inciter à la mutualisation en désamorçant un réflexe de mise en retrait par la crainte de « disparaître dans le groupe » ? Il serait intéressant de se pencher par exemple sur les initiatives récentes de groupements d'employeurs dans le secteur culturel (spectacle vivant, musique, transdisciplinaire...)<sup>4</sup> afin d'étudier un exemple précis de mutualisation mais aussi de bien cerner les effets pervers de la multiplication de différents réseaux se superposant puisqu'elle neutralise *in fine* les objectifs qui les a fait naître et renforce l'atomisation au lieu d'y remédier.

**RÉUSSIR À ACTIVER DES ÉCONOMIES D'ÉCHELLE ET DE LA VALEUR AJOUTÉE**

La mutualisation n'est pas nécessairement une manière de faire des économies sonnantes et réverbérantes – même si c'est aussi bien évidemment un but recherché – mais embrasse d'abord la connaissance mutuelle, la solidarité, la réciprocité, la péréquation, la transversalité, le partage, une vue commune sur un moyen ou long terme, le sentiment de groupe, la confiance pour parler des difficultés et réfléchir à des solutions collectives... La valeur ajoutée qualitative que l'on doit trouver dans l'engagement au sein d'un réseau est semble-t-il ce qui permet de construire des économies d'échelle sur le long terme et de vraies économies financières aussi, entendues au sens de « faire plus et mieux avec autant » (les réseaux n'ayant pas d'activité artistique proprement dite, il ne s'agit pas de se servir des réseaux pour diminuer les moyens octroyés aux structures membres mais de donner plus de poids et d'envergure aux activités de celles-ci *via* des actions collectives<sup>5</sup>). Ceci est bien évidemment ce qui préside à la création des réseaux qui s'entendent dès le départ comme autre chose que des portails de communication. Mais est-ce tout simplement faisable et réaliste ? Une déperdition d'énergie inutile ?



### MUTUALISATIONS ENVISAGÉES

Les perspectives de mutualisation sont multiples en fonction des besoins et des opportunités (selon les équipements présents sur le territoire, le réseau se positionne ou non sur tel et tel champ). On peut dire que les réseaux recensés n'en sont qu'aux prémices, amorçant et testant certains processus – sauf dans le cas de la communication où la mutualisation est d'emblée payante et évidente. Et ce n'est pas parce qu'une action est réalisée par un réseau qu'il s'agit *ipso facto* d'une mutualisation.

- \_ Mutualisation des compétences : échange de savoirs et savoir-faire, centralisation de ressources (en ce qui concerne la médiation par exemple pour le réseau ACB dans le cadre du Pôle de Ressources « Art Contemporain » pour l'Éducation Artistique et Culturelle), répartition de tâches (ressources juridiques, ressources sur les artistes, formation professionnelle...), partage de stagiaires et de salariés...
- \_ Mutualisation des moyens : partage de locaux, de matériel, de listings ; achats groupés de fournitures, d'encarts publicitaires, de bus de presse ou de bus pour les publics...

Le Réseau d'Échange Départemental pour l'Art Contemporain de Haute-Savoie développe une mutualisation de compétences au travers de missions transversales prises en charge par certains membres et réfléchit à la mise en place d'un emploi de médiateur partagé par plusieurs structures. **Il mentionne d'ailleurs dans ses critères d'adhésion de prendre en charge si possible certaines missions transversales pour l'ensemble du département**, en relation avec son expertise particulière dans un domaine ou avec sa situation géographique. Pinkpong semble avoir également réparti la gestion des différentes missions du réseau entre ses membres.

Remarquons également le fonctionnement du réseau Botox[s] en matière de communication : c'est une structure membre (De l'Art) qui met en œuvre une partie de l'action collective à ce sujet et c'était son positionnement avant même que le réseau soit créé (membre fondateur du réseau et actuelle présidence). Le guide qu'elle édite permet au réseau Botox[s] d'avoir un relai sur support papier. Toutefois, il ne s'agit pas d'une communication spécifique à Botox[s] (des structures non membres sont répertoriées dans ce guide...).

Il faudrait ensuite préciser la manière dont ce genre d'engagement des structures à prendre en charge un axe d'action est mis en place et ce qui le distingue d'une prestation de service (une autre solution qui existe quand le réseau ne possède pas de salarié, ce qui est le cas d'ACB avec une prestation de 40mcube, membre du réseau, pour la réalisation de l'Agenda papier et la mise à jour du site). Dans ce dernier cas on peut bien imaginer que la prestation est rémunérée dans la mesure où les autres structures membres ne rendent pas de services analogues.

Ce qu'on peut entendre par mutualisation regroupe donc trois organisations distinctes :

- \_ 1. Mutualisation des compétences et moyens que le réseau crée lui-même en tant que tel et redistribue ou en fait bénéficier ses membres : **l'action du collectif** (la question est : comment chacune des structures va-t-elle y contribuer pour que cela soit une mutualisation ?)
- \_ 2. Mutualisation des compétences et moyens que possèdent les membres et s'échangent bénévolement sous forme de troc, chacun ayant un rôle spécifique – le réseau ne venant qu'organiser ce troc : **le troc organisé** (la question est : étant donné que toutes les structures membres ne vont pas trouver un rôle spécifique, quelle contribution vont-elles offrir à la place ?)
- \_ 3. Mutualisation des compétences et moyens que le réseau « achète » à l'un de ses membres et organise pour en faire bénéficier les autres : **la prestation de service qui bénéficie à tous** (peu de différence avec 1, même si le fait de choisir ses prestataires parmi ses membres permet de faire tourner l'économie interne, de valoriser les compétences et de réaliser une action solidaire)

La question de l'investissement de chacun dans la mutualisation de type 1 est essentielle. Comme toute collectivité, les membres des réseaux sont soumis à une sorte de « contrat social ». Tous les membres y sont normalement soumis et possèdent des devoirs s'ils souhaitent bénéficier des droits et de tous les bénéfices qu'il y a à faire partie du tout. Or, comment ce contrat peut-il fonctionner ? Comment chaque structure peut-elle participer au bien commun et non pas seulement bénéficier de l'engagement de quelques unes ? Comment faire perdurer cet investissement de chaque structure en présence d'un salarié du réseau ? Comment animer un réseau sans salarié ?

Une chose est sûre : dans la mesure où ce sont des personnes morales qui sont associées, ce sont elles qui doivent participer aux différents processus de mutualisation et au fonctionnement général du réseau de manière bénévole, non les personnes physiques qui y travaillent...

### C. L'ADHÉSION ET SES CRITÈRES

**Si la plupart des réseaux sont nés de la nécessité et donc de l'initiative des petites associations de se fédérer, ils sont dans tous les cas confrontés au fil des années à la détermination plus précise du profil des structures ayant le droit d'adhérer, afin tout d'abord de maintenir la cohérence du projet, de limiter ses dimensions eu égard aux moyens à disposition et de sauvegarder le sentiment d'appartenance et/ou la compatibilité avec les fonds publics qui représentent l'essentiel de leurs financements.**

## 1. UNE CHARTE D'ADHÉSION ET DE FONCTIONNEMENT

Lorsqu'elle n'est pas envisagée de manière immédiate lors du lancement du réseau, le besoin d'une charte d'adhésion se fait parfois sentir après quelques années de développement. Cette charte impulse non seulement des critères d'entrée mais aussi des lignes directrices dans la durée pour faire perdurer le fonctionnement participatif et la réciprocité. Toutefois, la plupart des réseaux se contentent pour l'instant de leurs éventuels statuts, d'une entente informelle pour l'établissement de ces critères et de l'appréciation subjective personnelle – au cas par cas – lors des instances collectives de décision. L'ajout d'une charte peut paraître contraignant et coercitif, contraire à une forme de générosité et de spontanéité que les adhérents peuvent rechercher en se rapprochant.

## 2. LES CRITÈRES D'ADHÉSION

### LA PLACE DES GALERIES PRIVÉES COMMERCIALES

**La plupart des réseaux sont composés de personnes morales à but non lucratif (publiques et associatives) et refusent les galeries commerciales.** Ce refus est justifié soit par l'origine des financements et le caractère à but non lucratif du réseau lui-même, soit *de facto* par le fait que sur le territoire en question, les galeries commerciales existantes ne se situent pas sur un même positionnement artistique quant à la création contemporaine. Ce refus n'est donc pas forcément une position de principe. Mais certains réseaux les acceptent avec moins de réticences quand leur but principal, voire unique, est la mise en œuvre d'une communication collective.

### POSITIONNEMENT DE LA STRUCTURE /

#### MISE EN VALEUR DE SA VISIBILITÉ

**Un autre facteur souvent pris en compte lors des demandes d'adhésion s'attache à l'activité des structures : celles qui ne font que diffuser (accueil d'expositions « clés en main » sans production, recherche, formation ni aide aux artistes quelle qu'elle soit) sont souvent refusées, mais pas toujours.** De même, certains réseaux acceptent les événements (festivals, biennales...) ou exigent que les structures possèdent un site web ; certains demandent un lieu d'exposition pérenne : certains réseaux refusent donc les structures nomades mais acceptent les événements... Ces différents critères (lieu pérenne, site web, événementiel) vont souvent de pair avec l'acceptation des lieux de diffusion « clés en main », tendant à mettre au premier plan dans les conditions d'adhésion la facilité pour communiquer, et à faire de la communication le premier voire le seul objectif de la mise en réseau. Cela va aussi souvent de pair avec l'acceptation des galeries commerciales.

### FACILITER LA COMMUNICATION

#### OU LE SENTIMENT D'APPARTENANCE

**Cette primeur de la communication est naturellement ce qui caractérise les simples portails.** Les réseaux qui souhaitent en revanche que l'association soit d'abord un lieu d'échanges et de débats internes ne vont pas forcément exiger un site web, un lieu pérenne ou une politique événementielle mais vont invoquer des valeurs communes et une proximité de fonctionnement : un but non lucratif, un comportement professionnel dans l'établissement de conventions et de rémunérations pour les artistes, une activité plus riche que le simple accueil d'expositions... Dans cette optique, certains réseaux exigent que les nouveaux adhérents soient parrainés par des structures déjà membres.

Le réseau de Haute-Savoie (coordonné par une agence départementale) se situe dans un entre-deux assez innovant, exigeant des structures qu'elles diffusent et fassent de la sensibilisation des publics (deux grands axes de soutien des conseils généraux : donc admission possible des lieux d'exposition « clés en main ») mais en imposant tout de même un engagement à faire vivre le réseau à travers un partage des tâches et à valoriser les artistes du territoire. Ce réseau essaie de tenir compte des réalités du secteur, en acceptant par exemple à la fois les lieux d'exposition et des acteurs plus transversaux qui n'ont pas forcément de lieu. Il vise en effet aussi, au-delà donc des missions des départements, à structurer le secteur professionnel et à promouvoir la scène artistique – avec d'ailleurs le projet collectif de réaliser une plate-forme de documentation sur les artistes de Haute-Savoie.

**D'autres critères sont invoqués pour filtrer les demandes et qualifier les structures sur leur professionnalisme ou leur appartenance au même « monde » / à celui qu'elles veulent construire ensemble.** TRANS RHEIN ART par exemple avait, fût un temps, évoqué l'exigence de posséder au moins un salarié, mais ce critère n'a jamais été mis en application – trois structures de ce réseau ne fonctionnent d'ailleurs qu'avec des bénévoles. Lors de son assemblée générale ordinaire de 2011, le réseau 50° nord a lui aussi réfléchi à cette question en créant une charte explicitant les critères d'adhésion, les engagements des membres et une certaine philosophie. Concernant ce « professionnalisme » et le positionnement « art contemporain » parfois difficiles à expliciter avec des mots, tous les critères écrits du monde ne pourront remplacer le jugement subjectif de l'ensemble des membres au regard d'une structure particulière, après une rencontre, une présentation et un débat. Il semble en effet que dans tous les réseaux (sauf peut-être le réseau Haute-Savoie ? et est-ce vraiment le cas lorsque les réseaux sont pilotés par des institutions ?), c'est l'ensemble des membres (ou membres actifs ?) qui vote à la majorité l'entrée de nouveaux adhérents.



### DES LIMITES AUX CRITÈRES

**Ces critères explicites ne pouvant être que très larges sur le papier**, 50° nord a donc décidé d'indiquer en préambule de sa charte la nécessité du fonctionnement collégial et solidaire du réseau et le professionnalisme des membres par rapport aux artistes, sans imposer comme un critère de toute façon invérifiable de rémunérer les artistes de telle ou telle manière et sans appliquer de critères considérés comme *ad hoc* par son assemblée générale tels que l'emploi de salariés. Certaines structures sont très dynamiques et importantes pour les artistes et fonctionnent, du moins au début, avec un budget nul. Le réseau n'a pas souhaité les pénaliser – au contraire (le réseau étant considéré aussi comme un moyen de soutenir et de dynamiser toutes les initiatives importantes pour la création) – mais a insisté sur la nécessité pour les structures de tendre, à partir du moment où elles possèdent des financements, à un fonctionnement juste vis-à-vis des artistes.

Au-delà de ses critères d'adhésion actuels et à l'heure où sa coordination passe à un temps plein, l'ordre du jour de TRANS RHEIN ART est aussi à la définition d'une charte qui va au-delà de la liste explicite de critères mais qui en présuppose : objectifs et enjeux du réseau, fonctionnement et actions, axes prioritaires de mutualisation et de professionnalisation, dynamique interne et réflexions partagées autour des différentes réalités professionnelles, inscription des particularismes locaux dans une dynamique commune, attentes et besoins, engagement des membres, développement transfrontalier... Le problème est de savoir comment faire respecter cette philosophie.

### DIFFÉRENTES CATÉGORIES DE MEMBRES

Certains réseaux comme Tram ont fait le choix de jouer avec les critères en distinguant deux types de membres : les membres actifs qui doivent s'investir dans l'association et « appartenir à un même monde avec des valeurs communes » et les membres associés qui ne sont liés que par la communication. Tram exige d'ailleurs pour les membres actifs (et seulement pour eux) l'autonomie artistique et budgétaire des responsables de structures ou des chargés des arts plastiques (pour que les référents puissent s'investir librement dans les projets du réseau et se porter garants du positionnement de leur structure et de leur engagement) et qu'ils soient des « experts reconnus ». Remarquons aussi que Tram a créé un tarif de cotisation plus bas pour les membres associés.

**Il serait intéressant que Tram expose précisément ce fonctionnement qui paraît paradoxal, car les réseaux, quels que soient leurs buts avoués, ont tendance – du moins c'est un risque constant – à devenir des sortes de prestataires de services pour les structures, d'agences de communication à bas prix, les membres souhaitant souvent ne bénéficier que des outils de communication sans les devoirs**

**afférents !** À moins d'un investissement spontanément fort des membres actifs, on aurait tendance à penser que la création de deux sortes de membres conduira à ce que tous essaient de basculer dans la catégorie des membres associés, n'impliquant aucun devoir et de surcroît moins chère ! Ne faudrait-il pas faire l'inverse, faire payer plus cher les lieux qui ne souhaitent bénéficier que de la communication ?

### 3. LES CRITÈRES A POSTERIORI

**Les critères que nous venons de mentionner agissent à l'entrée du réseau. Mais que se passe-t-il une fois cette étape passée ? Est-on membre « à vie » ?**

Si certains réseaux mentionnent dans leurs critères l'investissement, la participation aux instances de décisions, aux groupes de travail et aux projets, comment cela est-il concrètement mis en œuvre ? Y a-t-il déjà eu des exclusions ? Créer une catégorie de « membres associés » n'empêche-t-il pas justement d'exclure des membres ? Comment rendre des critères *a posteriori* efficaces ? Certaines structures ont-elles trop de poids (forte visibilité, institutions en régie d'une collectivité qui octroie des subventions, lieu « incontournable » pour une raison quelconque...) pour que les réseaux puissent s'en passer ? Comment imposer des règles aux autres si certains sont protégés ? Comment conserver un fonctionnement généreux et ouvert en adoptant des mesures d'exclusion ?

### 4. LA COTISATION

**L'adhésion suppose une cotisation annuelle (sauf dans le cas du Réseau Haute-Savoie où l'adhésion est représentée par une convention avec le Conseil Général via l'ODAC), celle-ci étant calculée :**

- 1. soit en fonction de l'envergure générale de la structure (sans regarder les budgets mais avec un tarif pour les petites et moyennes associations et un tarif pour les grandes institutions), par exemple 50° nord
- 2. soit au prorata des budgets précis délivrés au réseau, par exemple ACB
- 3. soit en fonction de la catégorie de membre (actif ou associé, voire fondateur), ce qui n'exclut pas aussi des tarifs en fonction de l'envergure budgétaire, par exemple Tram

Les cotisations se situent entre 25 € et 866 €. Au-delà de l'éventuelle tarification en fonction de l'envergure de la structure, certains réseaux ont d'emblée fait le choix d'établir aussi une cotisation équitable en fonction des bénéfices perçus (actions mises en place par le réseau), d'autres ont opté pour une cotisation modique attractive.

**Dans tous les cas, tout comme il est symboliquement primordial paraît-il de payer son psychanalyste (!), la cotisation est essentielle et il semble qu'elle devrait être suffisamment importante pour que la structure se sente investie dans le collectif – ou peut-être cela peut-il être un moyen de compenser son manque d'investissement en termes de temps, de ressources humaines ou de partage de moyens et de compétences.** Est-ce que payer le prix fort va vraiment inciter la structure à investir du temps et des moyens ou cela va-t-il au contraire l'inciter à se contenter de cette contribution en numéraire ? Peut-on imaginer un dernier critère de calcul de la cotisation qui permettrait de compenser en numéraire le manque d'engagement au sein du réseau (temps, moyens, compétences...)?

## 5. FOCUS SUR LES ÉCOLES SUPÉRIEURES D'ART

Dans la plupart des cas, les écoles supérieures d'art font partie de ces réseaux, soit à travers leurs galeries en tant que lieux de diffusion, soit en tant que lieux de formation, de soutien aux artistes et de recherche. Comment ces membres particuliers participent-ils à la vie du réseau ? Cela permet-il des rapprochements plus étroits et facilite-t-il les projets avec les autres structures ? La mise en réseau permet-elle d'améliorer la professionnalisation des étudiants et l'accompagnement des jeunes diplômés ou la création de pôles d'excellence sur le territoire ?

Depuis 2002, les écoles supérieures d'art sont engagées dans une réforme d'harmonisation européenne impliquant notamment un changement de statut juridique, voire une mise en réseau sous forme d'EPCC. Dans la mesure où les missions et organisations des écoles sont actuellement repensées, les liens avec l'ensemble du secteur sont remis à plat, en particulier avec les structures de diffusion et de production du territoire de chaque école : implication dans les modules de formation, conventionnements pour l'accueil de stagiaires, développement de la recherche, soutien aux diplômés et promotion de leurs travaux, mise en place de pôles d'excellence au niveau régional ou eurorégional... La plupart des réseaux territoriaux comprennent en leur sein les écoles supérieures d'art de leur territoire. Ainsi ces réseaux doivent-ils être concernés par cette situation nouvelle de l'enseignement artistique et en tenir compte dans la conception de leurs outillages. Les écoles en retour, qui peut-être jusqu'à présent ne se sont pas réellement senties investies dans les axes d'actions des réseaux, doivent probablement repenser cette situation au regard de leurs nouveaux objectifs.

## D. ACTIONS MISES EN ŒUVRE PAR LES RÉSEAUX

### 1. UN PORTAIL SUR LE WEB : L'OUTIL ESSENTIEL PARTAGÉ PAR TOUS

**Les activités mises en œuvre par les réseaux sont induites par les objectifs. D'abord, tous les réseaux possèdent un site web qui fonctionne comme un portail vers les structures membres et souvent aussi comme un agenda des programmations.** Ce site peut ensuite être enrichi par des ressources professionnelles, voire des informations sur les artistes de la région, les structures de diffusion se faisant alors les « parrains » d'une certaine liste d'artistes.

### 2. ACTIONS FRÉQUENTES : COMMUNICATION ET ÉVÉNEMENTIEL

**Tous les réseaux mettent en place des actions de communication et parfois des événements collectifs :**

- \_ Agenda papier
- \_ Autres brochures : carte des lieux, plaquettes, flyers...
- \_ Dossiers de presse, communiqués communs et présence collective sur des réseaux sociaux
- \_ Événementiel :
  - manifestation consistant à réaliser une communication commune pour faire un coup de projecteur sur la programmation des membres
  - parcours accompagnés pour le grand public
  - vernissages croisés

Certains réseaux coordonnent réellement une programmation d'été ou créent des événements spécifiques autour d'un thème (jeunes artistes du territoire, braderie de l'art, dessin contemporain, thématique commune d'expositions...). Mais dans tous les cas, ce sont toujours les structures qui sélectionnent les artistes et montent les projets. Les réseaux ne font pas non plus de production – seul 50° nord, lors de son événement jeune création, octroie aux artistes exposant dans les petites structures, dans une logique de péréquation, un petit budget complémentaire.

### 3. ACTIONS SPÉCIFIQUES À CERTAINS RÉSEAUX

**Certains réseaux vont au-delà et expérimentent des actions supplémentaires :**

- \_ Conférences de sensibilisation
- \_ Journées professionnelles, formations et colloques
- \_ Centralisation de ressources dans un lieu physique
- \_ Mutualisation de ressources et réflexion autour de la médiation et des outils pédagogiques
- \_ Mutualisation de stagiaires ou de postes
- \_ Éditions : revue, actes de journées professionnelles ou



catalogues des événements collectifs du réseau, voire des guides professionnels pour les artistes (quand le réseau s'est aussi donné une large mission de structuration de l'ensemble du secteur sur son territoire)

- \_ Partenariat de communication avec des revues, médias ou organismes de tourisme
- \_ Présence sur des salons (foires d'art, salon du tourisme ou de loisirs, salons d'éditeurs...)
- \_ Parcours pour des publics spécifiques : scolaires, adultes en réinsertion, jeunes en structures sociales ou médico-sociales, entreprises, publics prescripteurs (enseignants, travailleurs sociaux, professionnels du tourisme...)

#### 4. LA PLACE DES ARTISTES

**Les questions de la structuration du secteur professionnel et de la promotion d'un territoire conduisent parfois les réseaux à se positionner par rapport aux artistes de leur région, en créant par exemple une banque de donnée avec des dossiers artistiques en ligne ou en choisissant de ne programmer que des artistes du territoire lors des événements spécifiques du réseau.** C'est le cas de 50° nord qui présente sur son site web des books en ligne avec une forte majorité d'artistes émergents qui ont participé aux événements du réseau. Le réseau de Haute-Savoie envisage aussi de créer un fonds documentaire sur sa scène artistique. Toutefois, dans 7 régions, des structures spécifiques existent déjà avec ce positionnement et sont parfois elles-mêmes membres du réseau de leur territoire : il s'agit des associations de type Documents d'artistes.

Comment les réseaux doivent-ils se positionner par rapport à des projets de fonds de dossiers d'artistes tels que Documents d'artistes et d'autres initiatives similaires qui naissent dans les régions ? Doivent-ils être partie prenante voire initier ces projets quand ceux-ci n'existent pas encore ? Est-ce la mission de ce type de réseaux ? Est-ce même cohérent ou même sain que les lieux de diffusion « parrainent » de la sorte une certaine liste d'artistes ? Au-delà des artistes confirmés présents dans les fonds existants, les réseaux peuvent-ils par exemple s'attacher aux artistes émergents qui n'y sont pas présents, les lieux de diffusion se faisant les parrains de jeunes artistes ?

Il semble tout d'abord que ces questions ne se posent que pour les réseaux de province. En effet, la région parisienne – territoire de Tram – ne fonctionne pas comme une région et ne possède pas à proprement parler de scène « locale » francilienne. Les autres réseaux en revanche sont associés à un territoire qui est aussi celui d'une scène artistique autonome proprement dite.

Documents d'artistes est présent en PACA, Rhône-Alpes, Bretagne, Aquitaine et Piémont. Des associations

apparentées sont présentes en Nord-Pas de Calais (Nord Artistes) et en Pays de la Loire (R-réseaux). Le réseau des Documents d'artistes réfléchit d'ailleurs à leurs relations aux réseaux de diffusion et à la manière dont ils peuvent ensemble valoriser les territoires, ce qu'il fait déjà avec certains FRAC – par exemple en PACA.

Le réseau de Haute-Savoie souhaite créer lui-même un fonds documentaire. Quel rôle les structures du réseau vont-elles jouer ? Un travail en concertation avec Documents d'artistes Rhône-Alpes est-il prévu ? Quant au Nord-Pas de Calais, peut-être faudrait-il que Nord Artistes et 50° nord clarifient leurs positionnements en se partageant respectivement les artistes confirmés et les tout jeunes artistes (même si 50° nord n'a pas prétention à créer un fonds documentaire avec une politique éditoriale mais plutôt une vitrine de books en ligne) ? Nord Artistes suit-il un protocole équivalent à celui de Documents d'artistes précisant par exemple qu'il ne recense que les artistes ayant eu au moins une exposition personnelle ?

#### Territoires de cohabitation des réseaux territoriaux et des fonds documentaires :

- \_ Dda PACA > présence de Marseille Expos et de Botox[s] / deux réseaux d'agglomération donc sans coïncidence de territoire / Dda travaille avec le FRAC
- \_ Dda Bretagne > présence d'ACB / coïncidence de territoire / Dda est membre d'ACB
- \_ Dda Aquitaine > présence d'Art Flox / coïncidence de territoire / Dda est répertorié sur le portail Art Flox
- \_ Dda Rhône-Alpes > présence d'Adele Lyon réseau d'agglomération et du Réseau d'Échange Départemental pour l'Art Contemporain de Haute-Savoie donc sans coïncidence de territoire / Dda est situé à Lyon mais ne fait pas partie d'Adele / le réseau de Haute-Savoie souhaite faire une base documentaire > en relation avec Dda ?
- \_ Dda Piémont > Botox[s] et le Réseau d'Échange Départemental pour l'Art Contemporain de Haute-Savoie ont des perspectives de coopérations avec ce territoire transfrontalier (avec des structures ou avec des réseaux italiens constitués ?)
- \_ Nord Artistes > présence de 50° nord / coïncidence de territoire / pas de partenariat (50° nord diffusant en ligne des books d'artistes, une clarification des rôles est nécessaire et des liens pourraient être envisagés)
- \_ Artistes LR qui n'existe plus > en Languedoc-Roussillon préfiguration d'un réseau régional coordonné par le FRAC > le FRAC mène une réflexion sur la poursuite de l'activité de documentation (donc perspective d'une identité FRAC = réseau = fonds documentaire)
- \_ R-réseau > pas de réseau en Pays de la Loire (sauf le portail Plast qui englobe tout le grand ouest)

## E. ÉLÉMENTS BUDGÉTAIRES

### 1. BUDGET D'ACTIVITÉ / MASSE SALARIALE

**Nous ne possédons pas encore suffisamment d'éléments pour établir un portrait financier des réseaux qui nous occupent. Nous pouvons toutefois en dire quelques mots et dresser non pas une moyenne mais un profil médian.**

**De nombreux réseaux ne possèdent pas de salariés et travaillent donc avec un budget global moindre, budget qui est également plus petit pour les activités proprement dites.** Le budget maximal consacré aux activités dans un réseau sans salarié est de 46 000 € chez ACB, le budget minimal est de 0 € pour le réseau informel et naissant de Strasbourg. En moyenne, quand le réseau acquiert un positionnement stable, son budget d'activité oscille entre 15 000 et 30 000 €. Les réseaux employeurs présentent des budgets globaux qui s'échelonnent de 40 000 € à 80 000 €, voire 190 000 € pour Tram (deux salariés).

TRANS RHEIN ART fonctionne avec un peu moins de 50 000 € de budget global et un budget d'activité faible. Pourtant, ce réseau paraît des plus dynamiques avec un large panel d'activités – *a priori* de même ordre que Tram par exemple ou 50° nord. On peut donc supposer que ce budget ne tient pas compte de la valorisation de toutes les prestations rendues possibles par le fait d'être géré par l'Agence culturelle d'Alsace, ni des prestations payées directement par les organismes de tourisme (brochure de communication). De même, le budget d'ACB est très important alors qu'il ne possède pas de salarié mais il inclut le paiement de la prestation de service (mise à jour du site web et coordination éditoriale de l'agenda papier), mission qui serait réalisée par le salarié s'il y en avait un. Enfin, l'échelle budgétaire est intimement liée non seulement aux types de projets mis en œuvre mais aussi à l'envergure géographique du réseau et au nombre de membres.

En masse salariale, les réseaux oscillent entre 0 et 2 salariés avec une forte majorité de salarié unique parfois à temps partiel, sur des postes de coordinateur ou de secrétaire général. Les éventuels postes supplémentaires se spécialisent d'abord dans la médiation / action culturelle (organisation de parcours pour les publics et d'événements).

### 2. LIMITATIONS CONSUBSTANTIELLES

**Il semble par ailleurs que lorsque les axes d'actions sont bien développés, les éventuelles augmentations de budget ne peuvent plus servir à créer des actions supplémentaires mais viennent renforcer les activités existantes :** élargissement de la diffusion, plus de temps pour nouer des partenariats (publics prescripteurs, tourisme, communication...), plus

de parcours et plus de moyens pour atteindre le public... Les réseaux ne peuvent sembler-ils étendre à l'infini leurs projets sous peine de devenir des sortes d'agences extérieures et des prestataires de services n'ayant plus rien de collaboratif, ou des structures de diffusion/production à part entière parmi les autres. On imagine donc un seuil au-delà duquel le réseau basculerait dans le statut d'agence. Les profils de postes des responsables de réseaux sont d'ailleurs établis de manière significative de ce point de vue. Les salariés ne sont jamais directeurs mais coordinateurs, secrétaires généraux ou chargés de mission, pour ne pas annihiler cet aspect participatif et collégial. Le salarié est censé ne faire qu'animer un réseau et non diriger une structure.

### 3. LES FINANCEMENTS

**La plupart des réseaux sont soutenus par la région, les départements et la DRAC. Les DRAC de certaines régions subventionnent fortement ces réseaux alors que ce soutien est quasi anecdotique dans d'autres. Parfois des villes ou agglomérations participent aussi au financement. Les ressources propres restent faibles,** avec un mécénat rare ou ponctuel. D'ailleurs, 50° nord s'est vu refuser par l'État le rescrit fiscal permettant de faire bénéficier les mécènes des déductions d'impôt sous prétexte qu'il est une fédération de personnes morales... Enfin, si les cotisations représentent la part pérenne des ressources propres, s'y adjoignent aussi parfois la vente d'encarts publicitaires, la vente d'éditions, la location de matériel, des parcours payants pour les publics...

### 4. COÛT DU RÉSEAU ET ÉVALUATION DES MUTUALISATIONS

**Le coût annuel du réseau par structure adhérente est de l'ordre de 600-800 € quand il n'y a pas de salarié et de 2 000 € quand il y a un salarié (sauf 6 000 € pour Tram avec 2 salariés). Autrement dit, il s'agit de la somme que chaque membre devrait donner au réseau pour être en situation d'autofinancement absolu.**

Pour évaluer ne serait-ce que les bénéfices en termes de communication, voici une évaluation de prestations typiques offertes par un réseau à ses membres chaque année et sa valorisation en numéraire :

- \_ ½ ou 1 page dans l'agenda papier semestriel diffusé à 30 000 exemplaires : 900 € x 2 = 1 800 €
- \_ Annonce des événements dans une newsletter mensuelle diffusée à 15 000 contacts : 7 000 €
- \_ Présence sur le site web et dans l'agenda en ligne : 600 €
- \_ Relais sur les réseaux sociaux : 600 €

**Cela représente 10 000 €, en nous basant sur des tarifs moyens de prestataires externes pour des offres similaires.**

**Notons donc qu'un coût de 2 000 € par membre revient à obtenir au moins 10 000 € de prestations. L'économie d'échelle en termes de communication est très significative.** Le soutien des collectivités et des DRAC est essentiel : donner aux réseaux revient à augmenter virtuellement son budget alloué aux arts plastiques ; et la communication n'est qu'un exemple.

Au regard de ce simple calcul assez révélateur, il y a un questionnement à mener sur l'équité dans les montants de la cotisation, sur la manière de déterminer le tarif par rapport aux bénéfices reçus et aux autres façons pour les membres de s'investir dans le réseau (temps, moyens en nature...), au-delà de la seule considération de l'envergure budgétaire des structures. Les budgets des réseaux représentent un coût de 600 € - 2 000 € par structure. Comme nous l'indiquons plus haut, la cotisation doit refléter plusieurs éléments pour être juste : l'envergure budgétaire de la structure, le fait ou non de s'investir dans le réseau voire de prendre en charge certaines actions, et le coût qu'elle représente pour le réseau donc l'envergure des bénéfices reçus.

## F. LISTE DES RÉSEAUX RECENSÉS

- **Tram réseau Paris Île-de-France**  
(créé en 1981 / 31 membres / association)  
[www.tram-idf.fr](http://www.tram-idf.fr)
- **ACB Art contemporain en Bretagne**  
(créé en 2002 / 44 membres / association)  
[www.artcontemporainbretagne.org](http://www.artcontemporainbretagne.org)
- **50° nord réseau d'art contemporain du Nord-Pas de Calais et de l'eurorégion Nord**  
(créé en 1997, préf 1994 / 37 membres / association)  
[www.50degresnord.net](http://www.50degresnord.net)
- **Arts visuels en région Centre** (créé en 2007 mais n'existe plus / 33 membres / coordonné par le Musée de l'objet)  
[www.museedelobjet.org/arts-visuels-en-region-centre.html](http://www.museedelobjet.org/arts-visuels-en-region-centre.html)
- **Art Flox Aquitaine** (créé en 2009 / un portail et non un réseau / 290 lieux / coordonné par la Galerie Tinbox)  
<http://art-flox.com>
- **5,25 en Limousin**  
(créé en 2008, préf 1999 / 17 membres / association)  
[www.cinqvingtcinq.org](http://www.cinqvingtcinq.org)
- **Art contemporain en Midi-Pyrénées** (créé en 1998 / 32 membres / coordonné par les Abattoirs/FRAC)  
[www.artcontemporain-mp.net](http://www.artcontemporain-mp.net)
- **TRANS RHEIN ART - réseau Art contemporain Alsace**  
(créé en 2006 / 27 membres / coordonné par le FRAC)  
[www.artensalsace.org](http://www.artensalsace.org)
- **Réseau d'Échange Départemental pour l'Art Contemporain de Haute-Savoie** (créé en 2007 / 13 membres / coordonné par l'ODAC Office Départemental d'Action culturelle - Conseil Général 74)

[www.culture74.fr/index.php?option=com\\_content&task=view&id=154&Itemid=63](http://www.culture74.fr/index.php?option=com_content&task=view&id=154&Itemid=63)

- **Botox[s] Nice Côte d'Azur**  
(créé en 2007 / 18 membres / association)  
<http://botoxs.fr>
- **Adele réseau Lyon**  
(créé en 1997 / 32 membres / association)  
[www.adele-lyon.fr](http://www.adele-lyon.fr)
- **Pinkpong réseau Toulouse**  
(créé en 2009 / 18 membres / association)  
[www.pinkpong.fr](http://www.pinkpong.fr)
- **Marseille expos**  
(créé en 2007 / 24 membres / association)  
[www.marseilleexpos.com](http://www.marseilleexpos.com)
- **Strasbourg Art contemporain**  
(créé en 2010 / 11 membres / informel)  
associé avec la Ville de Strasbourg  
[www.art-strasbourg.eu](http://www.art-strasbourg.eu)

**MAUD LE GARZIC VIEIRA CONTIM**

Coordinatrice de 50° nord réseau d'art contemporain du Nord-Pas de Calais et de l'eurorégion Nord  
Juin 2011

–\* Cette note est un document de travail. Elle se base sur la conception et l'envoi de questionnaires par 50° nord et TRANS RHEIN ART qui ont effectué la collecte et la synthèse des informations. Je remercie l'ensemble des réseaux concernés et en particulier Nathalie Le Berre, Julie Morgen, Sophie-Dorothee Kleiner et Olivier Grasser de TRANS RHEIN ART – réseau Art contemporain Alsace ; mais aussi, pour leurs remarques, Christelle Manfredi, ancienne Présidente de 50° nord et actuellement Chargée des arts plastiques à la Ville de Tourcoing, et Guillaume Mansart et Marceline Matheron de Documents d'artistes.

–1 Les anciens « non-lieux » de la culture étant devenus, dans un procès de gentrification régaliennne ou subventionnée, les premiers « territoires de l'art » au regard du nombre de projets, de commandes et d'appels à résidences qui sont financés dans les quartiers « difficiles » et zones rurales.

–2 L'UFISC défend une vision de l'économie de l'art et de la culture (Cf. Manifeste pour une autre économie de l'art et de la culture) qui doit être intégrée dans les politiques publiques et affirme la nécessité d'une politique culturelle dont le fondement s'appuie sur la garantie de la diversité culturelle, de l'équité territoriale et de la considération des populations et qui se construit sur la prise en compte des pratiques artistiques dans leur diversité, le développement concerté et co-construit des politiques publiques et l'appui aux entreprises artistiques et culturelles d'intérêt général » ([www.ufisc.org](http://www.ufisc.org)).

–3 Opale, novembre 2007 [www.culture.gouv.fr/culture/politique-culturelle/populaire/pdf/opale-panorama2007.pdf](http://www.culture.gouv.fr/culture/politique-culturelle/populaire/pdf/opale-panorama2007.pdf) – étude s'appuyant sur l'étude Matisse, 2005 ; et récemment Opale, 2010 sur les Groupements d'employeurs et associations artistiques et culturelles [www.coreps-languedoc-roussillon.fr/m-points-de-vue/m-points-de-vue-emploi-et-metier/download/65/161/15.html](http://www.coreps-languedoc-roussillon.fr/m-points-de-vue/m-points-de-vue-emploi-et-metier/download/65/161/15.html)

–4 On dénombrerait actuellement une cinquantaine de groupements d'employeurs (GE) dans le secteur culturel représentant aujourd'hui seulement quelques centaines de postes.

–5 L'étude d'Opale 2010 cite judicieusement les propos d'une vice-présidente de Région lors d'une rencontre sur la mutualisation à Avignon en 2007 : « [la mutualisation] est par essence profitable à tous... Elle ne devrait pas se réduire à un outil commode pour combler un déficit mais doit correspondre à une idée de la société ».