

# Les pratiques de médiation à la création artistique au sein du réseau Futurs composés

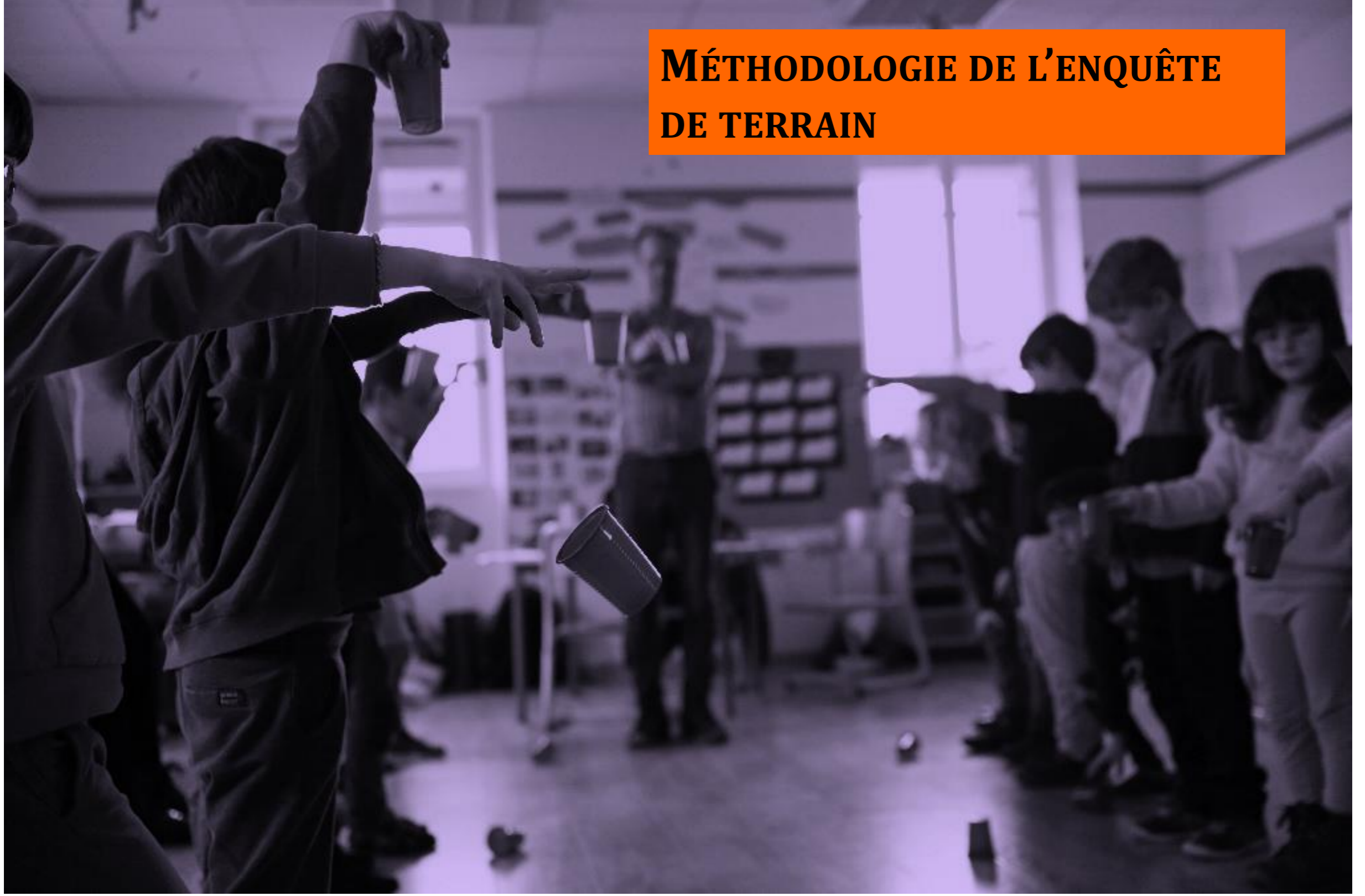
## Restitution de la recherche-action

**FUTURS  
COMPOSÉS**  
RÉSEAU NATIONAL  
DE LA CRÉATION  
MUSICALE

**Webinaire Opale  
11 juin 2026**



# MÉTHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE DE TERRAIN



- **Questionnaire quantitatif**

- ↳ Diffusion en ligne (juin-juillet 2024)

- ↳ 151 répondant·es (sur 200 adhérent·es interrogés)

- **Entretiens qualitatifs**

- ↳ 5 focus-groups d'adhérent·es (novembre 2024-janvier 2025)

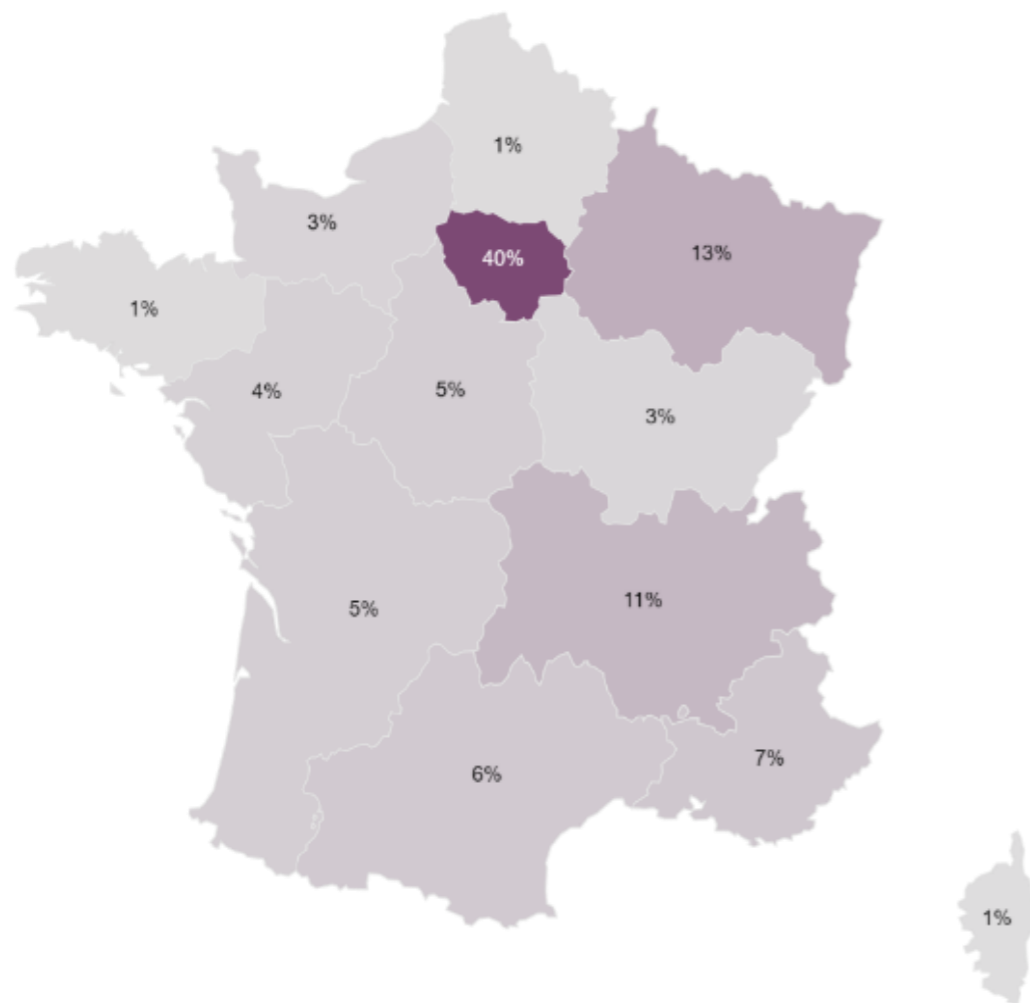
- ↳ 27 participant·es

- **Recherche-action**

- ↳ Participation active des membres du groupe de travail Transmission

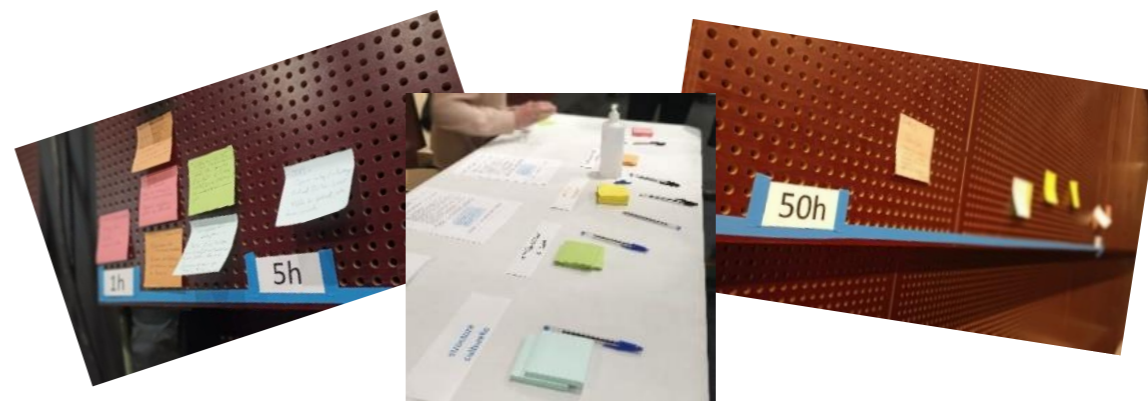
# Profil des répondant·es au questionnaire

## Répartition géographique des répondant·es



## Répartition des répondant·es par cœur de métier

<b>Équipes artistiques</b>	<b>77 %</b>
Adhérent·es individuels	25 %
Ensembles, collectifs, cies	52 %
<b>Structures de production-diffusion</b>	<b>23 %</b>
Salles de concert, lieux de résidence	10 %
Lieux labellisés	4 %
Festivals	4 %
CNCM	5 %

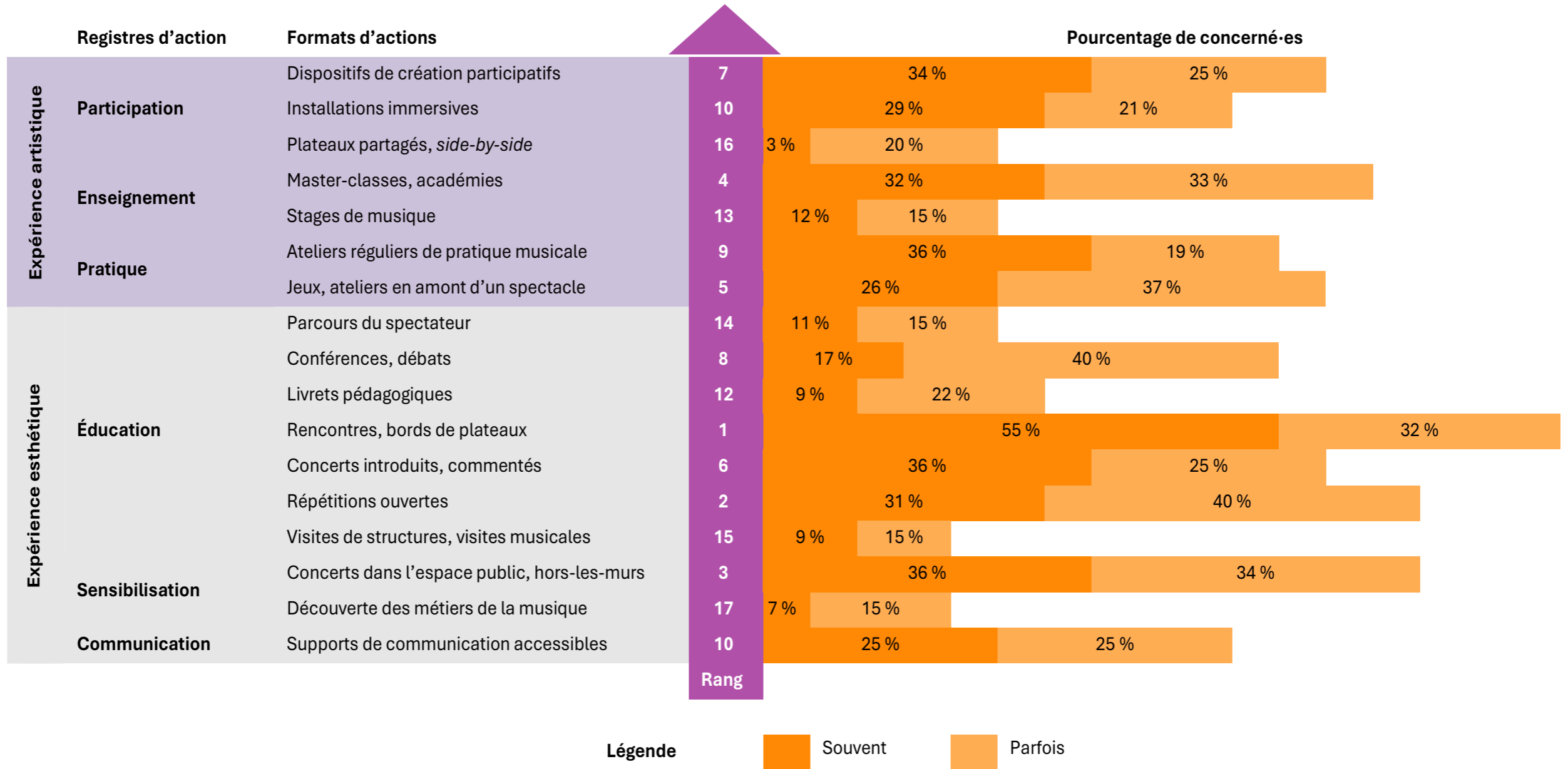


# LA MÉDIATION, UNE CONSTELLATION DE PRATIQUES ENTRE DÉMOCRATISATION ET DROITS CULTURELS



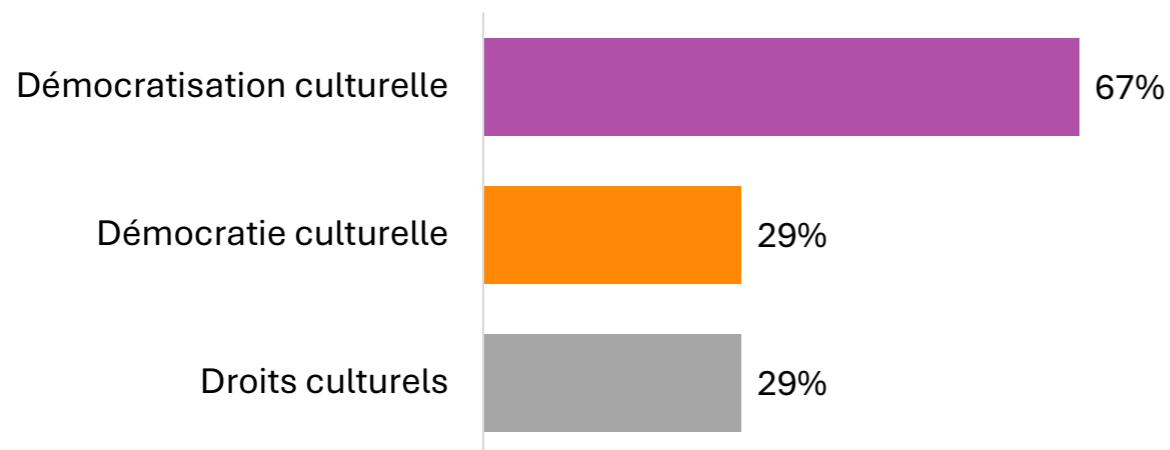
## UN VASTE RÉPERTOIRE DE FORMATS DE MÉDIATION

- **100% des répondant·es développent des actions de médiation.**
- **85% leur accordent une place importante (68 %) ou prioritaire (17 %).**

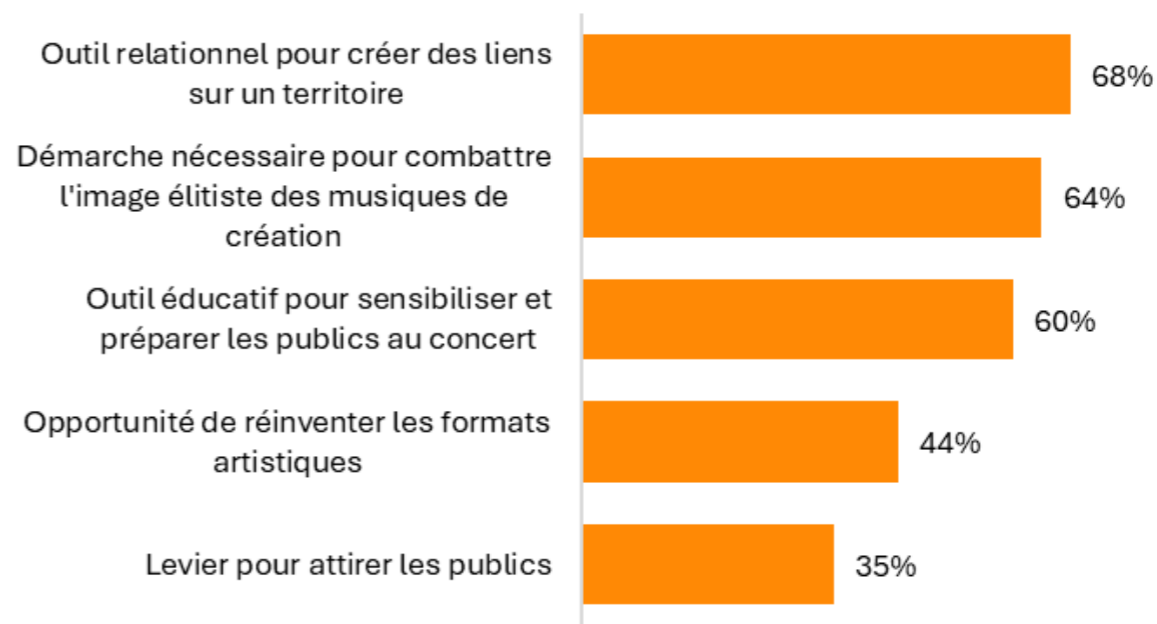


# DES VISIONS DE LA MÉDIATION QUI INCARNENT LES DIFFÉRENTS IDÉAUX DE POPULARISATION DE L'ART

## Références aux idéaux de popularisation de l'art



## Principales fonctions et représentations de la médiation



« Diversification des publics, démocratisation de la musique de création, éducation. » (chargé·e de médiation)

« Nous avons tous un robinet d'esprit créatif plus ou moins ouvert. Il est important, surtout pour les enfants, d'assouvir cet esprit créatif en le nourrissant abondamment. » (artiste)

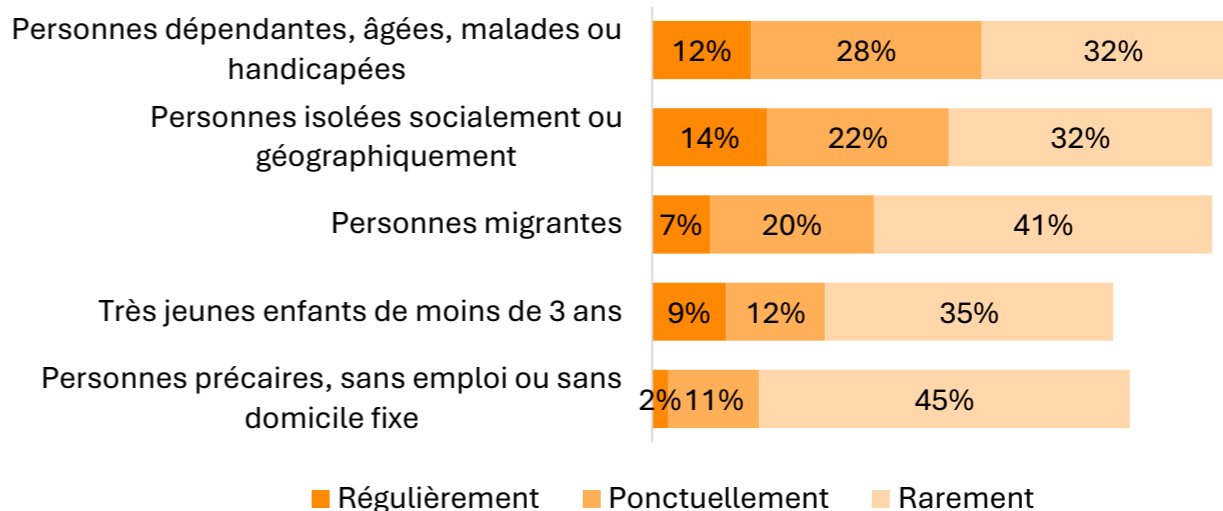
« Transmettre ou entretenir les bases nécessaires à l'autodétermination de l'individu en l'invitant à collaborer à la création d'espaces imaginaires plus étendus ou simplement autres que les siens. » (artiste)

## UNE APPROCHE COLLECTIVE ET PARTENARIALE DE LA MÉDIATION

- **92 % des répondant·es interviennent auprès de non connaisseur·ses des musiques de création.**
- **79 % des répondant·es interviennent auprès de musicien·nes et mélomanes.**
- **10,3 partenaires en moyenne par répondant·e (19,4 pour les diffuseur·ses)**
- **609 personnes touchées en moyenne par répondant·e en 2023, soit près de 122 000 personnes à l'échelle du réseau (l'équivalent de la ville de Metz).**

Éducation nationale	77%
Enseignement musical	77%
Enseignement supérieur	52%
Éducation populaire	38%
Social	37%
Sanitaire ·ou médico-social	35%
Petite enfance	26%
Justice	9%
Tourisme, restauration	9%
Sport	7%
Autre	7%

### Part des répondant·es menant des actions de médiation avec des participant·es du champ social et médico-social



# ORGANISATION DU TRAVAIL DE MÉDIATION

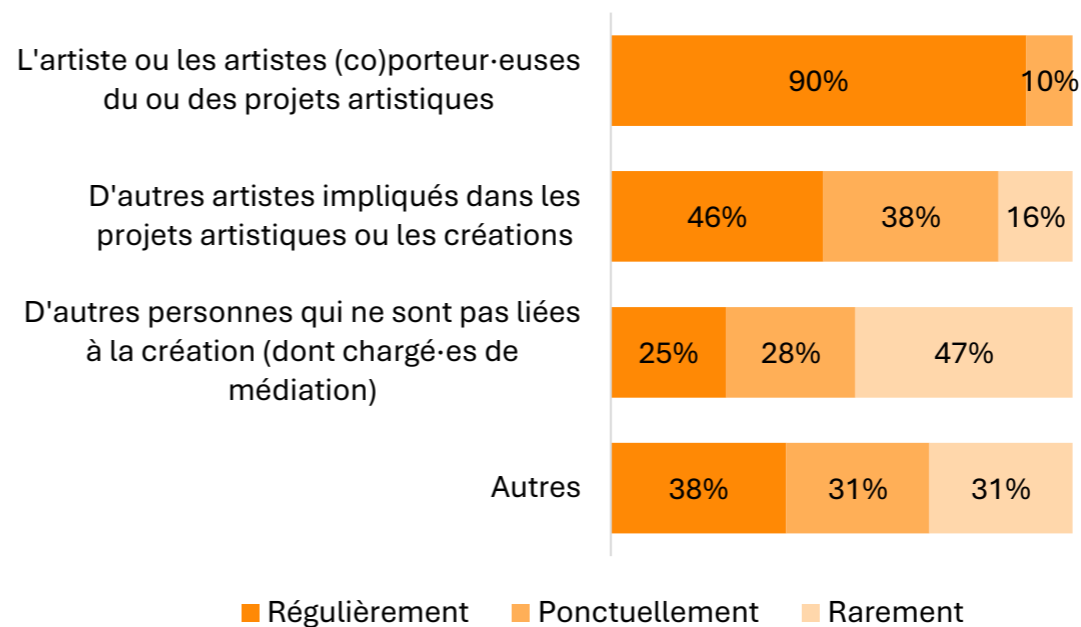


## UNE HEURE EN FACE-À-FACE NÉCESSITE TROIS HEURES DE COORDINATION

- 133 heures de médiation dispensées en face-à-face par répondant·e et par an en moyenne
- Plus de 25 000 heures de médiation réalisées en face-à-face en 2023 à l'échelle du réseau
- 420 heures consacrées à la coordination de la médiation par répondant·e et par an en moyenne
- Environ 85 000 heures de coordination réalisées en 2023 à l'échelle du réseau
- Un volume de travail médian consacré à la médiation de 0,5 équivalent temps plein (ETP)

« Le temps de préparation et le temps d'échange, de rencontre, en dehors du temps de médiation, ce n'est pas juste remplir un dossier pour trouver une sub. » (chargé·e de médiation)

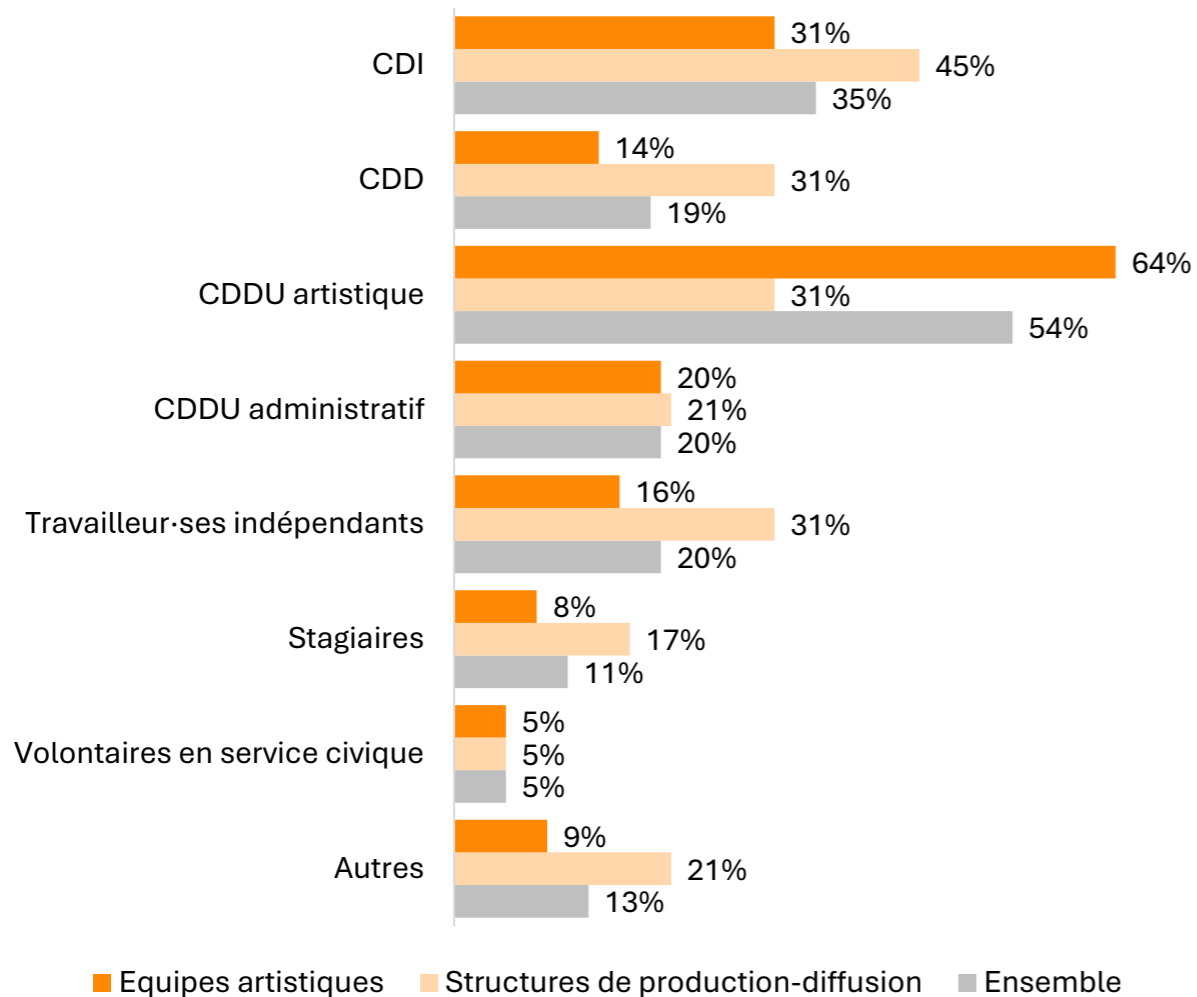
### Personnes en charge des actions de médiation en face-à-face



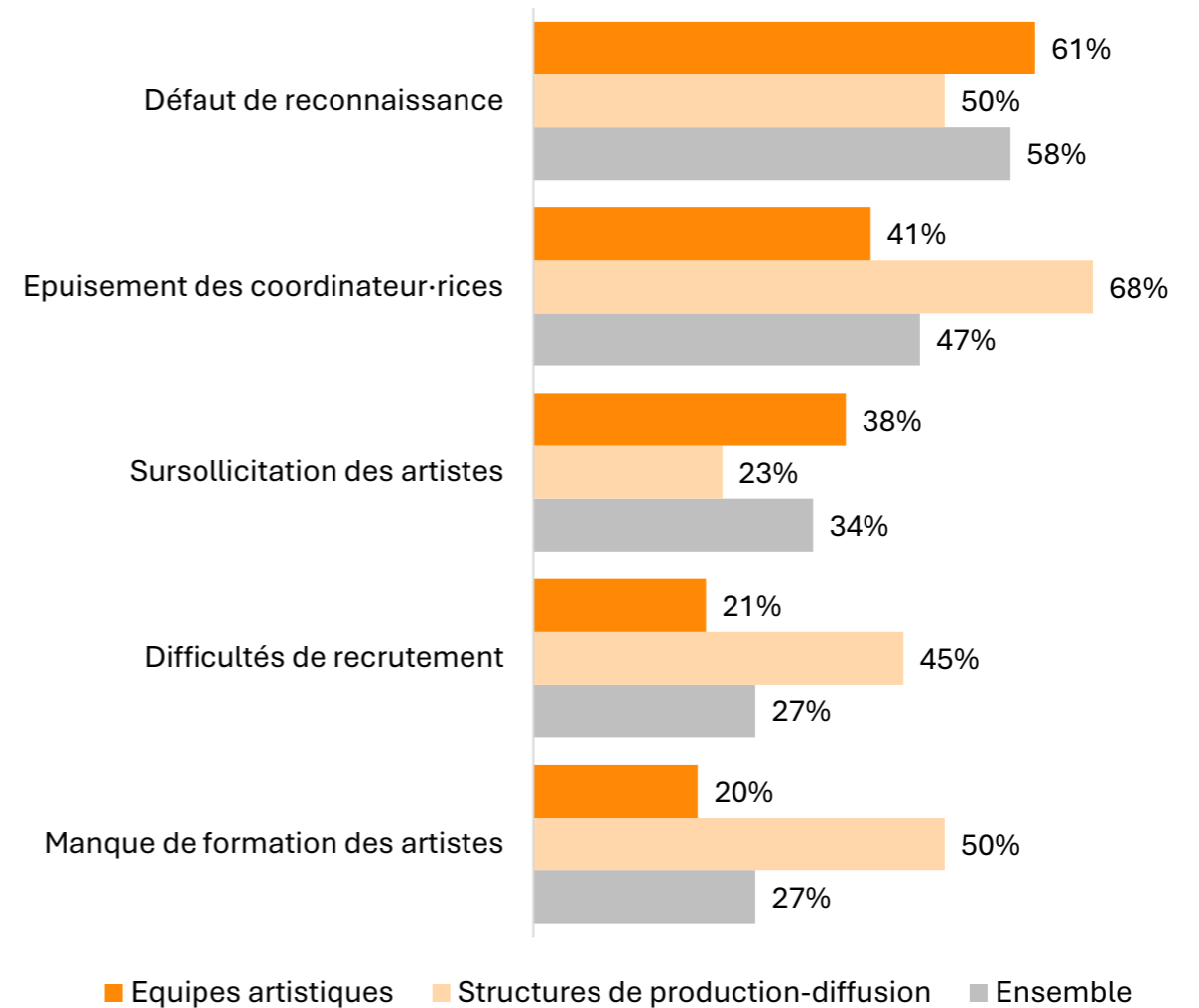
## DES ACTIVITÉS PRÉCAIRES, FÉMINISÉES ET PEU RECONNUES

- 6 artistes-médiateur·rices et 8 chargé·es ou coordinateur·rices de médiation sur 10 sont des femmes.

Types de contrats encadrant le travail de médiation selon les catégories d'adhérent·es



Difficultés des équipes en charge de la médiation



Equipes artistiques Structures de production-diffusion Ensemble

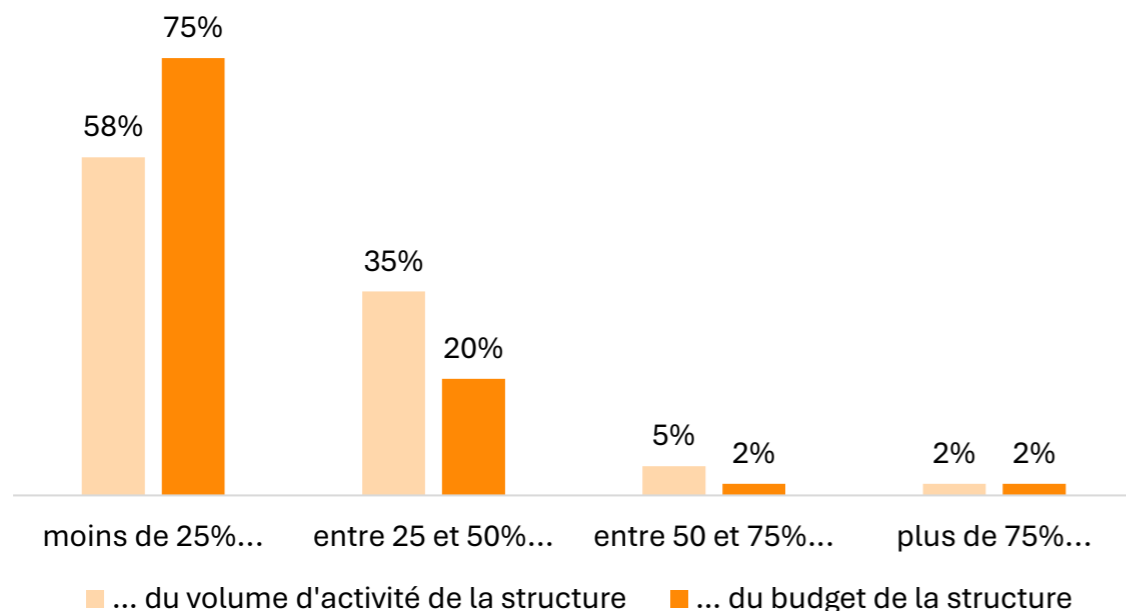
# FINANCEMENT DE LA MÉDIATION



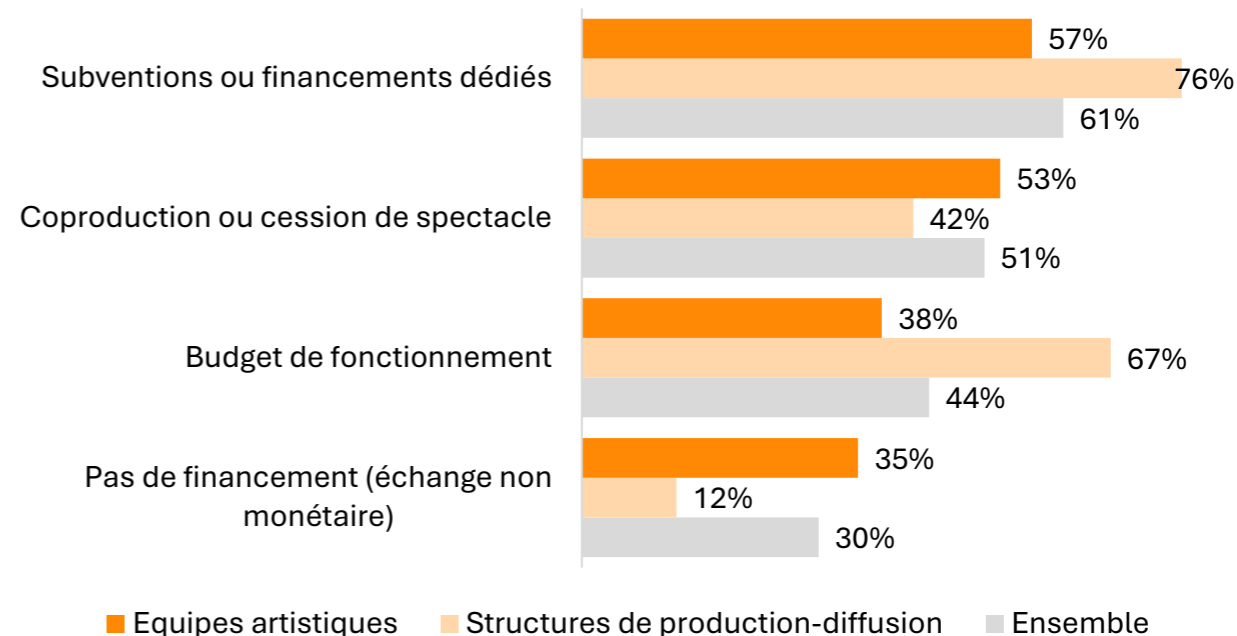
## LE SOUS-FINANCEMENT DES ÉQUIPES ARTISTIQUES MÉDIATRICES

- Budget moyen médiation par répondant : 36 274 €
- Budget médian médiation : 14 979 €

Part des répondant·es pour lesquels la médiation représente...



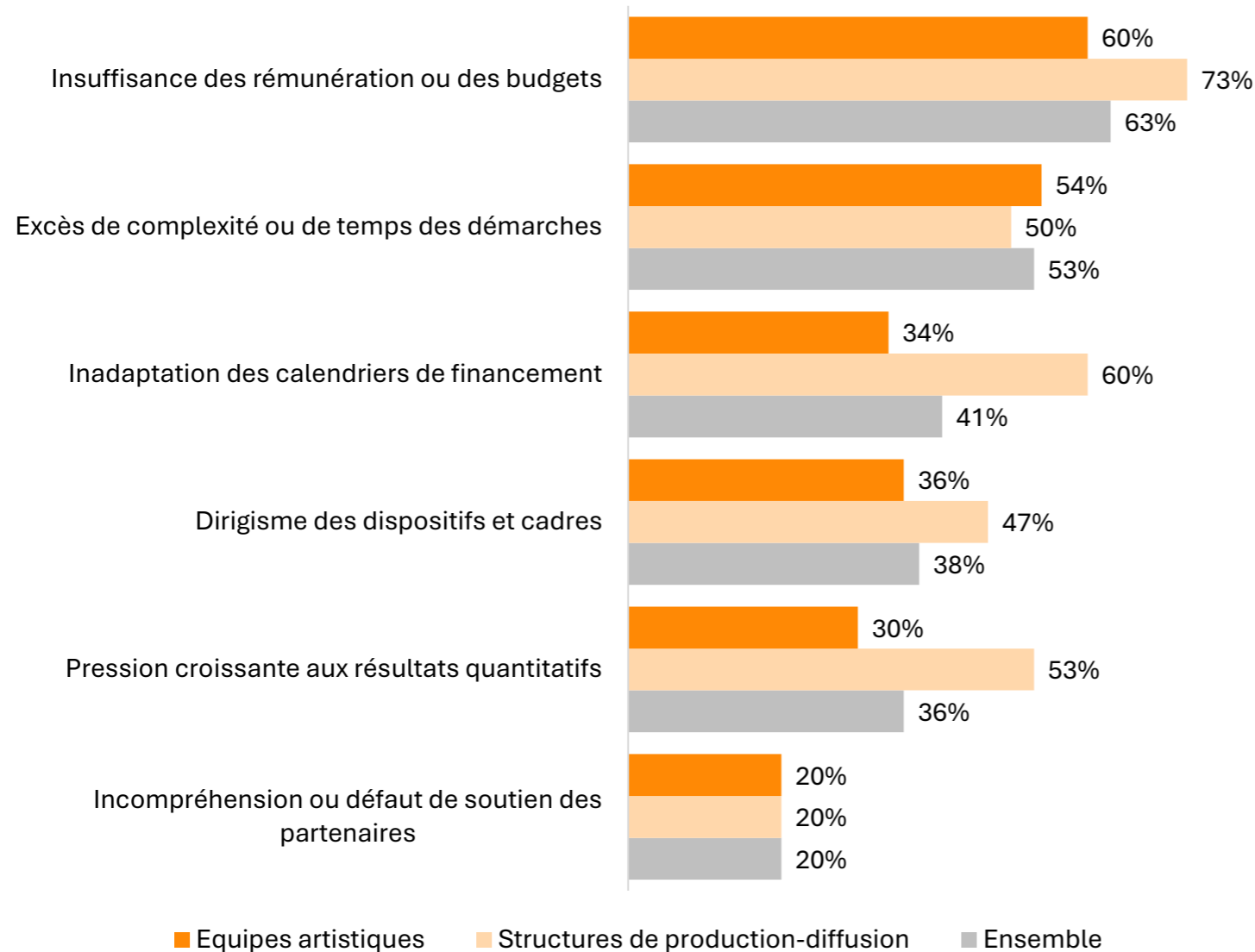
Les cadres du financement des actions de médiation



« La médiation est parfois considérée comme une option qui ne nécessite pas de compétences, d'appétence et de curiosité qui en font un travail. Du coup, certains pensent que les artistes devraient faire ça gratos, comme si ce n'était pas du temps de travail. » (artiste)

# LE FINANCEMENT DE LA MÉDIATION, ENTRE PROFUSION ET LIMITATIONS

## Difficultés liées au financement de la médiation



« Le temps de production, administration, temps de préparation n'est pas toujours pris en compte par les appels à projet. Les partenaires ne sont pas toujours conscients du volume de travail non pris en compte dans le financement. » (artiste)

« La nécessité de rentrer dans des cases d'actions culturelles peu inventives et qui doivent toucher le maximum de personnes. » (artiste)

« Difficulté de pérenniser les projets d'envergure sur plusieurs années, multiplicité des demandes (puis des bilans), des interlocuteurs, des formats de demandes. Prise de risque chaque année scolaire : commencer les projets sans avoir la certitude des financements. » (chargé-e de médiation)

# DES PISTES D'ACTION À L'ÉCHELLE DU RÉSEAU



- **Favoriser l'interconnaissance** en interne via la création d'une base de données interne et collaborative
- **Comprendre les interlocuteur·rices** de la médiation, créer une cartographie et des liens
- **Proposer des temps d'échanges**, tables rondes notamment sur les questions du temps long et de la construction de projet participatif
- **Grand chantier méthodologique** : Penser un projet dans son intégralité (amont – action – après)
- **Faire des propositions concrètes** suite aux préconisations indiquées sur l'enquête auprès des financeurs, institutions et partenaires publics