



LE PROJET CULTUREL : MÉTHODE ET ÉVALUATION

Journée de formation des médiateurs
Amiens, 27 septembre 2019
par l'Acap - pôle régional image et De la Suite Dans les Images

SOMMAIRE

Ce présent compte-rendu fait état des éléments qui ont été présentés et/ou énoncés pendant la formation. Il fourni des exemples et des outils complémentaires à utiliser ou dont vous pouvez vous inspirer.

| | |
|---|------|
| I - Accueil des participants et tour de table | p.3 |
| II - Cartographie des partenaires possibles | p.3 |
| III - Questionner la méthodologie de chacun | p.6 |
| IV - Comment présenter un projet ? | p.7 |
| V - Présenter sa salle | p.9 |
| VI - Suivi de budget | p.10 |
| VII - Evaluer er dresser un bilan de son action | p.11 |

Même si le médiateur n'en est pas le dépositaire, le projet culturel de son cinéma lui incombe en partie dans sa mise en place opérationnelle mais également, et de plus en plus, dans sa conception au vu de la polyvalence des postes ou d'un management plus inclusif.

Penser le projet culturel d'un cinéma c'est avant tout envisager son rôle et son identité au sein d'un territoire. C'est ensuite, à moyen terme, l'inscrire dans la vie de la structure en organisant son développement et son animation. Enfin ces deux aspects constitueront une colonne vertébrale une fois les partenariats constitués et l'action organisée en réseau.

Au cours de cette formation, ces problématiques ont été abordées et des outils pratiques de méthode donnés. Qu'il s'agisse de suivi ou d'évaluation en tenant compte d'où agit le médiateur, de son rôle, de sa latitude et des objectifs qui lui sont assignés.

Tous les exploitants ont l'habitude de mener dans leur salle des projets, pour l'animer et développer son activité, faire venir de nouveaux publics. Certains de ces projets sont ponctuels, d'autres récurrents ; certains en solo, d'autre avec des partenaires.

Par le partage d'expériences et quelques exercices, l'objectif de cette journée a été d'analyser les pratiques des participants, leurs différentes façons d'aborder les projets et de travailler avec des partenaires, afin de trouver de nouvelles idées et améliorer leur méthodologie de travail.

I. Accueil des participants et tour de table

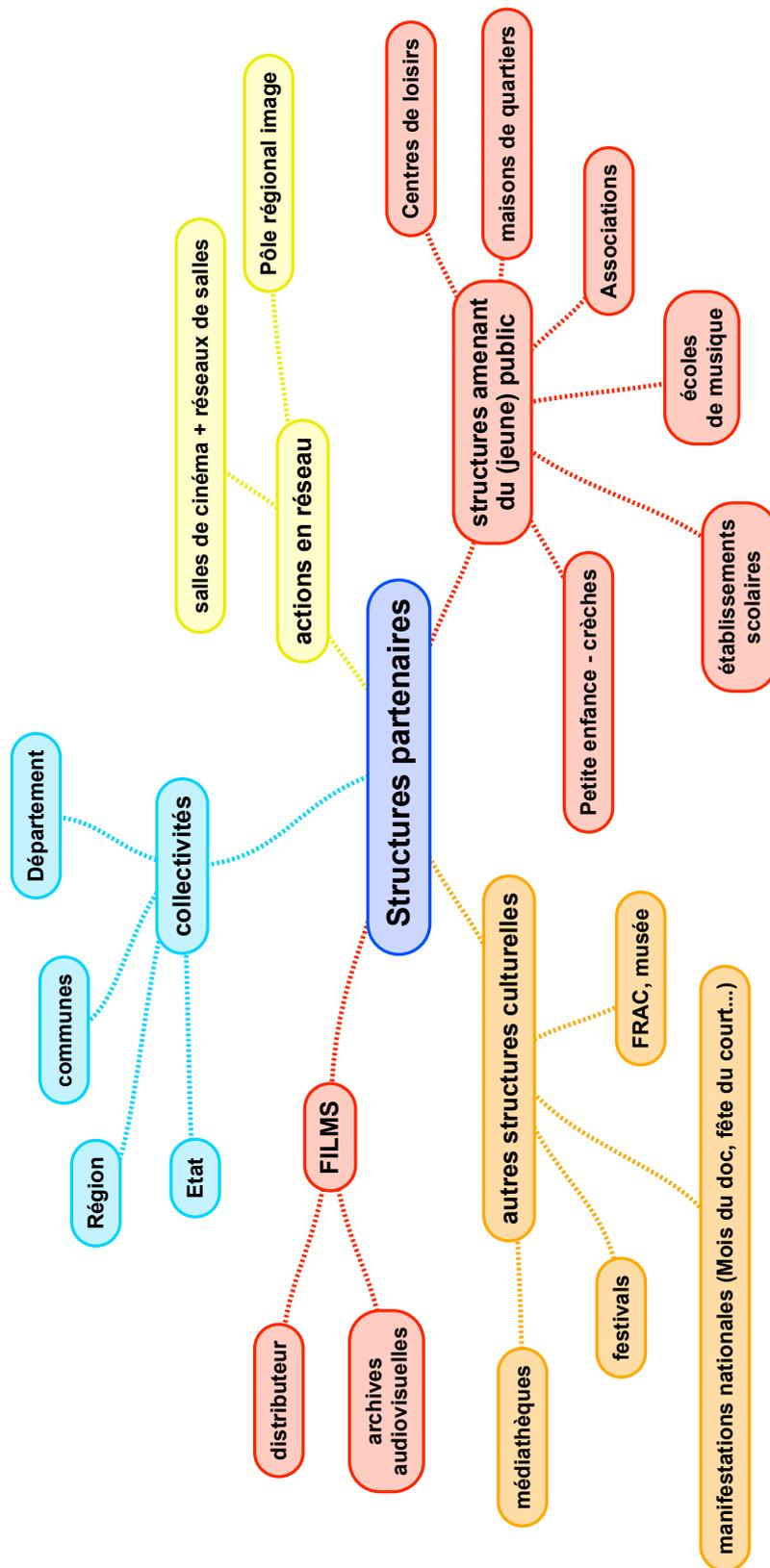
Chacun est invité à présenter sa salle, ainsi que l'intervenante.

Cécile Nhoibouakong, responsable jeune public au Cinéma François Truffaut (91) depuis le mois de mars.

Projet :

-> mener avec la médiathèque des projets communs : 1ère séance de « Histoires au cinéma » + Fête de la science + Quinzaine du polar.

-> Développer un Festival jeune public dans plusieurs cinémas (cf. « Il était une fois au cinéma... » organisé par Cinessonne)



II. CARTOGRAPHIE DES PARTENAIRES

Des catégories de partenaires se dégagent et cela détermine autant de partenariats possibles et différents.

Un projet culturel doit se faire avec des partenaires depuis la conception jusqu'à la mise en œuvre. C'est la seule façon de motiver et d'être motivé.

Opportunités d'un partenariat :

- identifier de nouveaux publics ;
- l'opportunité de toucher un nouveau public,
- partager ses publics (votre partenaire a autant à gagner que vous) ;

Si vous faites intervenir une personne extérieure, elle ne doit pas être cantonnée à un rôle de prestataire, faire les choses à votre place. Sa démarche doit être complémentaire à la vôtre : rencontre avec les œuvres, la création, ou la découverte de son environnement.

- dimension culturelle : rencontre avec les œuvres de création ou patrimoniales ;
- dimension artistique : rencontre avec des artistes en démarche de création et implication dans une pratique artistique effective ;
- production des élèves : « story-board », affiche de cinéma ou toute autre forme de « restitution » du projet mis en œuvre : réalisation d'une exposition, d'une vidéo, d'un site web

-> In fine, il s'agit d'une « action commune entre organismes différents dans un but déterminé »

Cf. partenaires listés par l'Acap : <https://www.acap-cinema.com/les-partenaires/>



III. QUESTIONNER LA MÉTHODOLOGIE

En quoi un projet est-il satisfaisants ou non ? quelles difficultés risque-t-on de rencontrer et comment les surmonter ? A ces questions on commence par échanger sur ces propres enjeux et échéances pour aboutir à un calendrier commun. C'est le cadre. Ensuite il faut créer sa composition.

Exemple du projet de festival par Cécile Nhoibouakong

Objectif : un festival jeune public préexiste en Essonne depuis 2 ans organisé par Cinessonne, l'association coordinatrice d'un réseau de salles.

Problème : cette association implique peu les salles en amont, lesquelles ont ensuite du mal à s'approprier les propositions et s'impliquent peu dans la manifestation. L'idée étant de faire quelque chose qui dépasse la simple programmation de films, avec des ciné-concerts qui puissent tourner dans nos salles, des rencontres, des événements qui sortent de notre ordinaire et que les salles ne sont pas en capacité de les réaliser seules.

Préalable :

- Rencontrer Cinessonne pour proposer de travailler plus en amont ensemble ;
- Co-écrire une « fiche projet »
- envisager d'autres actions avec moins de salles si on rencontre des réticences ;
- Établir un calendrier du festival en avril 2020, donc proposer une réunion avant la fin de l'année 2019.

Remplir un tableau récapitulatif de la colonne vertébrale du projet avec :

- ▶ Objectif(s)
- ▶ Partenaire(s)
- ▶ Public(s)
- ▶ Calendriers de chacun
- ▶ Qui fait quoi ?
- ▶ Où ?
- ▶ Quand ?
- ▶ Comment ?
- ▶ Possibles difficultés ?
- ▶ Possibles solutions ?
- ▶ Moyens à mettre en oeuvre ?

IV. COMMENT PRÉSENTER UN PROJET ?

Temps de rédaction du projet est incompressible pour poser tous les termes et les enjeux. Cet écrit permet également de présenter son projet à un tiers notamment sa direction et/ou des financeurs.

Une « fiche projet » que l'on partage - co-écrit - avec son partenaire est utile :

Intitulé du projet

...

Initiateur(s) et partenaire(s) du projet

...

Nature et domaine du projet

Exemple : projection, ciné-débat, rencontre, conférence, ateliers création film,...

...

Contexte

...

Enjeux et objectif(s) pédagogique(s)

...

Dates de réalisation / Horaires / Durée estimée

...

Lieu / espace de réalisation

...

Complément d'informations

Intervenants / animateurs :

Public(s) visé(s) :

Nombre de personnes attendues :

Partenaires :

Matériel et espace requis :

Moyens humains requis :

Contacts :

FICHE PROJET CULTUREL

Joindre une fiche technique des besoins techniques (table, rallonge électrique, ..., dimensions, matériaux...)

Communication

Objectifs à viser :

Publics cibles :

Positionnement :

Moyens de communication :

Budget :

Devis :

Echéancier :

Suivi :

Budget prévisionnel

| Objet de dépenses | Quantité | Montant unité HT (€) | Montant Total HT (€) | Montant TTC (€) |
|-------------------|----------|----------------------|----------------------|-----------------|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| Total | | | | |

Coût global de l'opération :

...

Evaluation

Modes :

Qualitatif :

Quantitatif :

V. PRÉSENTER SA SALLE

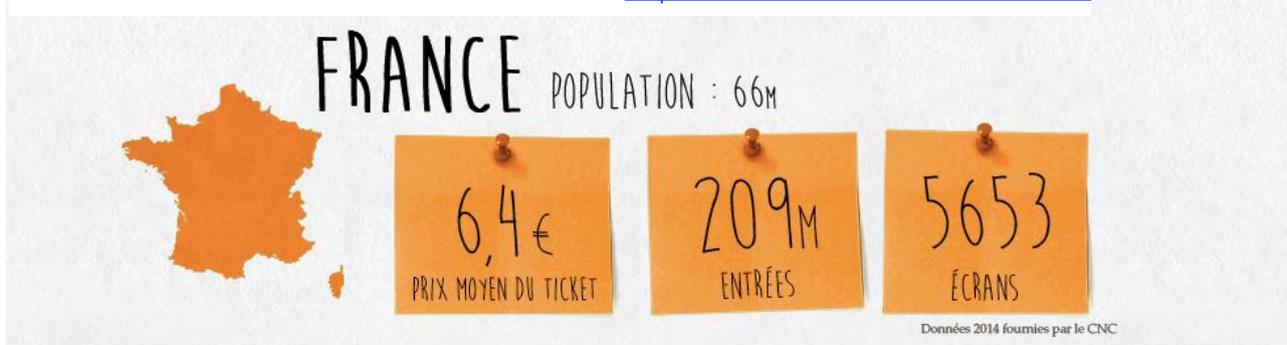
Un préalable indispensable à la présentation de tous projet à un partenariat.

Savoir se présenter, c'est :

- Savoir exactement ce qu'on veut mettre en avant pour mieux présenter sa salle et son propre travail auprès des collaborateurs ;
- Permettre d'ouvrir l'horizon sur de nouveaux partenariats possibles ; non encore envisagés ;
- Situer l'activité, l'histoire et l'utilité de sa salle pour la collectivité et son partenaire.

Comment présente-t-on spontanément sa salle aux autres ? Quels sont les éléments à mettre en avant ? Dans quel ordre ? Comment pourrait-on mieux la présenter ?

-> Rédaction d'une fiche sur le même modèle. Cf. <http://tourdescinemas.com/cinemas/>



ARCHIVES, FRANCE, LES SALLES DE CINÉMAS / 8 AOÛT 2014

CINÉMA LE CLUB À GRENOBLE (38)

Salle de cinéma

Façade

Hall

Espace de convivialité

Espace de convivialité

Couloir menant aux salles

Transformée en 1954 en salle de cinéma, Le Club fut à ces débuts une salle de théâtre. Cet ancien mono-écran se lance dans l'Art et Essai dès les débuts de ce mouvement (à la fin des années 50) et s'équipe alors de 2 écrans supplémentaires. Le cinéma est racheté par le réseau Pathé en 2003 et dispose alors de 5 écrans, devenant l'annexe grenobloise art et essai du multiplexe. Il repasse dans les mains de trois indépendants en 2012 (Martin Bidou, Pierre de Gardebosc et Patrick Ortega) alors associés dans la SAS « Betaphi » lors de la construction du nouveau cinéma Méliès dans la ville. Les salles sont alors rénovées et disposent respectivement d'une capacité de 173 places, 128 places, 92 places, 42 places et 49 places. Ce lieu Art et Essai dispose du label Recherche et Découverte. Des débats sont organisés en partenariat avec les associations locales. Ce sont l'équivalent de 8 salariés qui sont nécessaires au bon fonctionnement du lieu. Un lieu annexe est mis à disposition des spectateurs avec une exposition, des livres à disposition, diffusion de bandes annonces. Pour la petite anecdote, ce cinéma a été inauguré en janvier 2014 par les frères Dardenne.

▼ Lieu de convivialité annexe avec un espace d'exposition, des livres à disposition, diffusion de bandes annonces, etc.

VI. Etablir et suivre un budget

Quelques exemples concrets d'utilisation d'un tableur.

A quoi sert un budget ? A juger de la faisabilité d'un projet, puis communiquer sur ce projet (auprès des partenaires susceptibles de le financer, mais avant tout auprès de sa propre équipe de travail), et enfin établir le bilan d'une action.

Exemple « feuille 1 » de tableur avec formules intégrées :

| | A | B | C | D | E | F | G |
|----|--------------------------|---------------|-----------------------|---------|---|---|---------------------------|
| 1 | Actions culturelles 2019 | | | | | | |
| 2 | | | | | | | |
| 3 | | B.P. initiaux | Hypothèses de Travail | Réalisé | | | Liste des mots-clés |
| 4 | | 0,00 | 0,00 | 0,00 | | | Achat |
| 5 | | | | | | | Autres locations |
| 6 | | | | | | | Divers |
| 7 | JANVIER 2019 | B.P. initial | Hypothèse travail | Réalisé | | | Droits d'auteurs |
| 8 | | | | | | | Etudes et prestations |
| 9 | | | | | | | Frais mission déplact |
| 10 | | | | | | | Frais mission repas |
| 11 | | | | | | | Impression communication |
| 12 | | | | | | | Location vehicules |
| 13 | | | | | | | Locations copies de films |
| 14 | | | | | | | Matériel et fournitures |
| 15 | | 0,00 | 0,00 | 0,00 | | | Salaire TCC |
| 16 | | | | | | | Transport copies de films |
| 17 | | | Hypothèse travail | Réalisé | | | |
| 18 | | | | | | | |
| 19 | | | | | | | |
| 20 | | | | | | | |
| 21 | | | | | | | |
| 22 | | | | | | | |
| 23 | | | | | | | |
| 24 | | | | | | | |
| 25 | TOTAL | 0,00 | 0,00 | 0,00 | | | |
| 26 | | | | | | | |
| 27 | MARS 2019 | B.P. initial | Hypothèse travail | Réalisé | | | |
| 28 | | | | | | | |

Exemple « feuille 2 » récapitulative de toutes les dépenses précédentes mois par mois avec formules intégrées d'une feuille à l'autre :

| | A | B |
|----|---------------------------------|----------------------|
| 1 | RECAPITULATIF BUDGETAIRE | |
| 2 | Actions culturelles 2019 | |
| 3 | | |
| 4 | Intitulé des dépenses | Récapitulatif |
| 5 | Achat | 0,00 |
| 6 | Autres locations | 0,00 |
| 7 | Divers | 0,00 |
| 8 | Droits d'auteurs | 0,00 |
| 9 | Etudes et prestations | 0,00 |
| 10 | Frais mission déplact | 0,00 |
| 11 | Frais mission repas | 0,00 |
| 12 | Impression communication | 0,00 |
| 13 | Location vehicules | 0,00 |
| 14 | Locations copies de films | 0,00 |
| 15 | Matériel et fournitures | 0,00 |
| 16 | Salaire TCC | 0,00 |
| 17 | Transport copies de films | 0,00 |
| 18 | Total | 0,00 |

VII. Evaluer et dresser un bilan de son action

Comment évaluer son projet ? A qui adresse-t-on un bilan ? Quoi mettre en avant ? Quels canaux de communication utiliser ?

- Des réunions de bilan sont indispensables pour ne pas reproduire les erreurs ou pour l'améliorer si l'action est reconduite ;
- Tenir un carnet avec les remarques au fur et à mesure peut s'avérer très utile ;
- Recueillir les avis et remarques des publics dont la récurrence peut être objectivée ;
- C'est aussi l'occasion de faire des remerciements. Plus ou moins formel : du simple débrief au bilan plus développé (post sur les réseaux sociaux, site internet, rapport d'activité...).

BILAN ÉVÈNEMENT

ÉVÈNEMENT

Département organisateur :

Organisateur(s) autre que le cinéma / partenaire :

Événement (titre) :

Type d'événement (atelier, rencontre, exposition, ...) :

Date(s) :

Durée :

Lieu(x) :

Observations :

DESCRIPTION

MOYENS TECHNIQUES MOBILISÉS

Personnel cinéma

nombre :

nom(s) et fonction(s) :

Personnel extérieur

embauche

nombre :

nom(s) et fonction(s) :

mise à disposition

nombre :

nom(s) et fonction(s) :

Matériel cinéma mis à dispo.

Matériel

location :

mis à disposition :

Observations :

PARTENARIAT

Partenaire(s) et nature du (des) partenariat(s)

nombre :

nom(s) et fonction(s) :

Nature du (des) partenariat(s) :

Partenaires présents sur l'événement

nombre :

nom(s) et fonction(s) :

Observations :

PUBLIC TOUCHÉ

Fréquentation

Tout public :

Invités :

Groupes :

Observations :

COMMUNICATION

SUPPORTS

Facebook cinéma

Nombre de publications :

Genre de publications (article, ...) :

Facebook partenaires :

Nombre de publications :

Genre de publications (article, ...) :

Site cinéma

Nombre de publications :

Sites partenaires :

Nombre de publications :

Carton numérique

Fréquence diffusion :

Affiches

Nombre :

Tracts

Nombre :

Annonce média

Nombre :

Observations :

AUTRE

Observations :



Acap - pôle régional image

8 rue Dijon - CS 90322 80003 AMIENS
cedex 1 03 22 72 68 30 info@acap-
cinema.com www.acap-cinema.com



L'Acap - pôle régional image reçoit le soutien du Ministère de la Culture - DRAC Hauts-de-France, de la Région Hauts-de-France, du Conseil départemental de l'Oise et du Centre national du cinéma et de l'image animée.