



COMPTE RENDU du 18 juin 2009 – St Gonnery – 20h 2ème rencontre des groupes de travail

1 – Accueil par l'Elue Référente culture : Blandine LE SAUCE

Blandine LE SAUCE, à travers ses talents de conteuse, nous a présenté sa commune de St Gonnery de manière innovante.

Commune d'eau (l'Oust et le canal de Nantes à Brest), 1018 habitants.

En ce qui concerne la culture, souvent dernier point à l'ordre du jour du conseil municipal. Le budget culturel est pauvre, les restaurations des routes et réhabilitation des cantines...couteuses sont les principales dépenses de la commune. La culture...elle, elle vient après s'il reste un peu d'argent pour accompagner des initiatives culturelles.

Vie culturelle : une troupe de théâtre amateur (première production fin janvier 2010), présence d'artistes : (conteuse, quelques musiciens, un groupe de danse bretonne,...sinon « pas grand-chose ». Organisation d'une fête locale annuelle, qui avait un grand succès : les organisateurs et les bénévoles s'essouffent, il manque une personne salariée pour accompagner la dynamique.

Une nouvelle salle : la maison des associations.

Le week end du 13 et 14 juin St Gonnery accueillait l'initiative : « fermes de demain » en collaboration avec la chambre d'agriculture.

Agriculture : production de lait, d'huile de colza

Tourisme : de nombreux gîtes

Blandine Le Sauce estime qu'il est dommage que les propositions culturelles ne soient que sur Pontivy, « il faut apprendre à décentraliser des actions sur le Pays ».

2 – Intervention de Monsieur Patrice Verdure, Directeur du cri de l'ormeau

Agenda culturel des côtes d'Armor relayant toutes les informations culturelles concernant les manifestations, les spectacles et le patrimoine.

L'idée est partie du constat qu'il y avait une mauvaise lisibilité des propositions culturelles sur le département et qu'un outil « vitrine » serait judicieux.

L'aventure débute en juin 1999 – numéro 0 – sur un périmètre géographique de 20 kms. Les premiers numéros sont financés par lui-même avec l'aide de quelques annonceurs. Au bout d'un an et demi il réussit à se dégager un SMIC, s'associe avec une autre personne et envisage de couvrir le département 22.

Une édition Internet est venue enrichir la version papier, ceci permet une actualisation plus régulière des informations, de jeux, d'extraits sonores, d'archives, et le fonctionnement d'une télé web cam locale...

Dès 2001 :

-L'édition papier, gratuite, passe alors de 6 000 à 15 000 exemplaires (aujourd'hui 25 000), entièrement en couleur, concernant tout le département des Côtes d'Armor, diffusée dans près de 800 lieux du département, là où se trouvent les gens intéressés par les loisirs, la culture, l'animation, les sorties (lieux culturels, cinémas, cafés, hôtels, certains commerces, mairies, offices de tourisme, milieu étudiant, lycées...).

La poste est partenaire, le cri de l'ormeau est disponible dans tous les bureaux de poste. Traitement de la diffusion des magazines par deux sociétés et des bénévoles. Cette diffusion est complexe mais fonctionne. Les études montrent que chaque exemplaire de la publication est consulté par une moyenne de 3 personnes, et 3 fois par chacun.

Le Cri de l'Ormeau a des lecteurs de tous les âges : 41% ont entre 25 et 40 ans, et 23 % entre 40 et 60 ans.

- L'édition Internet, www.cridelormeau.com, est actuellement retravaillée par la société Acanthique implantée à Saint-

Briec et spécialisée dans les développements internet et multimedia. Sa fréquentation passe à 110 connexions par jour (aujourd'hui 350/400 visites/jour).

- Un bureau situé dans le centre-ville de Saint-Briec, ouvert au public comme centre d'information culturelle.

Finalemnt : au bout de 2 ans, le CG 22 a compris l'intérêt de cet outil de communication et s'est engagé financièrement et a régulièrement augmenté sa participation (15 à 20% du budget total).

Financement : 20 % conseil général des côtes d'Armor – 80 % annonceurs (80 % de ceux-ci sont des annonceurs culturels et les 20 % restant des commerces) – coût global 150 000 euros

Comment se récolte l'info ?

Une certaine habitude s'est créée, l'information vient spontanément, les organisateurs transmettent l'actualité avant le 12 du mois précédent. Chaque année on doit augmenter le nombre de page, actuellement : entre 42 et 45 pages (pages de couverture comprises). L'information devient de plus en plus exhaustive, nous sommes plus performants mais le suivi reste lourd.

Sélection ?

Toutes les informations culturelles : pas les lotos, pas les vides greniers, pas les sports. Publication des infos l'information d'initiatives privées.

Le site internet :

Le site internet existait depuis le début mais n'était pas financé par le CG 22 –

Un appel à projet à été lancé par le CG 22 – le cri de l'ormeau a été retenu sur 4 propositions ce qui a engendré une évolution du site avec une collaboration avec des professionnels Webmaster. Autre dimension.

D'autres mag en Bretagne ?

Assez différents :

- Sortir à Brest à Lorient, beaucoup de supports commerciaux
- 'Ti zicos : rayonnant sur toute la Bretagne, destiné à l'information musicale, plus sous forme de listing. Un autre magazine musical existait : Lilo, mais la loi du marché a voulu que deux outils similaires n'aient pas leur place sur la région.

3 – Production des groupes de travail

Groupe 1 : Partager et échanger les informations

Rapporteur : Chantal FOMBEUR

Animateur : James EVEILLARD

Objectifs :

- Une plaquette (contenu, recueil de l'information, forme, diffusion...)
- Le site Internet (contenu, ambiance, mise à jour)
- Pancartes / espaces publics d'affichage dédiés aux informations culturelles

- une plaquette (contenu, recueil de l'information, forme, diffusion...)

Dans un premier temps le groupe a continué l'échange avec les deux représentants du cri de l'ormeau afin de recueillir des informations supplémentaires et de réfléchir sur une éventuelle collaboration.

Patrice VERDURE, est intéressé par cette éventuelle collaboration et il nous fait part d'une deuxième sollicitation venant du département 29. Ceci souligne la reconnaissance d'un savoir faire professionnel du cri de l'ormeau et de son utilité.

Pour lui, stratégiquement, il serait bien que ce genre d'outil de communication puisse être à l'échelle du département :

premièrement pour valoriser l'identité du pays de Pontivy au sein du département et deuxièmement au niveau budgétaire :

Dans l'éventualité où le conseil général 56 trouvant un intérêt à cet outil de diffusion, attribue une subvention de 20 % ce qui conforte le fonctionnement.

Sur le pays de Pontivy il n'y a pas, comme à Vannes ou à Lorient, des financements qui pourraient provenir de gros pôles de diffusion culturelle avec une programmation annuelle, régulière, abondante. Pour l'existence du cri de l'ormeau, il est important d'avoir un potentiel d'annonceurs financeurs.

Certaines personnes du groupe, lui rappelle qu'il avait commencé sur un secteur géographique plus petit et que le pays de Pontivy pouvait être à l'initiative de, et facteur déclenchant au niveau départemental. « Nous sommes un pays pilote au niveau culture, on pourrait l'être aussi sur ce projet ».

Comment s'effectue La collecte de l'information ?

Pour le cri de l'ormeau, aujourd'hui, l'info vient naturellement à eux. Pour en arriver là il y a eu tout un travail d'identification des acteurs culturels sur chaque pays. Et, avec le temps, les annonceurs trouvant leur intérêt se prennent en charge pour transmettre l'information. Sur le Pays de Pontivy, un réseau des élus référents culture s'est constitué, ne serait-il pas le premier appui pour recenser toutes les manifestations culturelles existantes sur toutes les communes du territoire ?

L'appellation de la plaquette ?

Dans une éventuelle collaboration avec le cri de l'ormeau, les personnes du groupe se sont demandées si cet outil devait changer de nom ? un libellé plus spécifique au pays de Pontivy ?

Patrice VERDURE suggère de conserver le nom et pourquoi pas envisager une déclinaison? Il faut aussi faire attention à l'évolution de l'outil, celui-ci pourrait commencer sur le pays de Pontivy pour dans le meilleur des cas s'étendre sur le département ?

James EVEILLARD informe le groupe et Mr Patrice VERDURE, qu'une autre structure « le bureau des graphistes » était venue rencontrer élus et techniciens du service culture de la Ville de Pontivy dans l'intention de formaliser un magazine (avec plusieurs entrées : culture, tendance, terroir, sorties) et de l'étendre sur les villes principales du Pays (tout en ignorant l'existence du Pays de Pontivy). Le groupe souhaite rencontrer cette structure afin d'avoir un paramètre de comparaison. Une rencontre se fera le mardi 15 septembre 2009 lors des groupes de travail.

- Le site internet

Le site du pays est actuellement en cours d'élaboration. D'après un document papier le groupe de communication trouve que ce site est très froid, rigide et difficilement lisible. L'image que l'on donne du pays est un peu archaïque, rétro. Attention au choix des photos.

La terminologie des intitulés n'est pas suffisamment explicite et trop administratif.

Des membres de polyculture de Malguenac se proposent d'y travailler avec Catherine LAUDRIN.

Portail culturel

Le portail culturel en page d'accueil n'est pas suffisamment lisible, voire caché. Un code couleur concernant la culture peut être utilisé. Plus de deux clics pour accéder à ce portail seraient laborieux pour les visiteurs. Proposition : mettre dès la page d'accueil un lien direct avec le portail culture.

Pour que ce portail puisse être vivant, réactif, innovant, original il faut que la mise à jour du site soit simple et efficace.

Question : est ce que le cri de l'ormeau, dans le cas où une collaboration se mettrait en place, pourrait s'associer au pays de Pontivy pour le portail culturel ?

- pancartes / espaces publics d'affichage dédiés aux informations culturelles

N'a pas été abordé – des informations seront prises auprès de la municipalité de Bubry.

Groupe 2 : Coordonner les initiatives culturelles

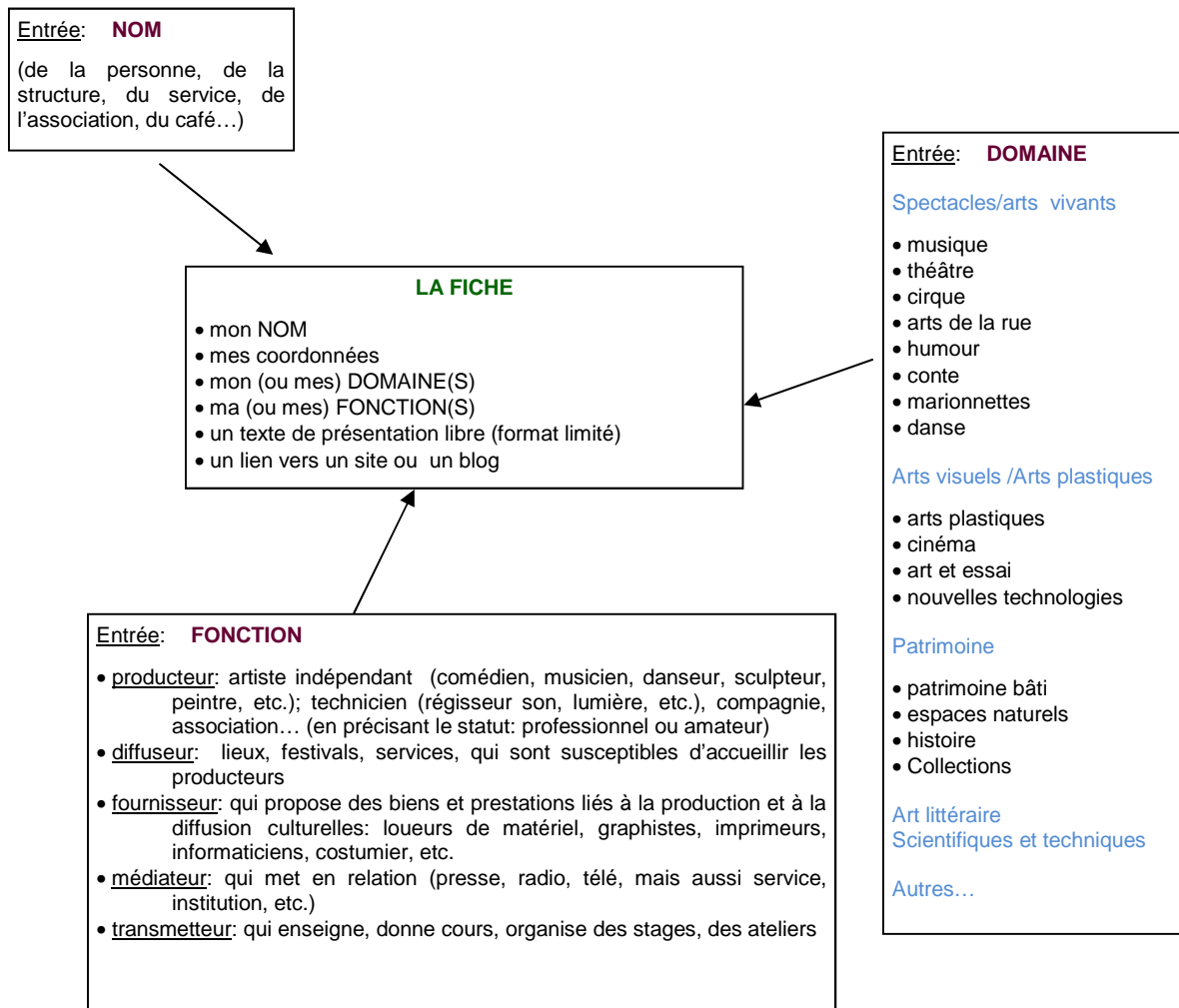
Rapporteur : Anaïg Gohel

Animateur : Lionel Epailard

Objectifs :

- Proposer une fiche de renseignements identitaires (contenu et forme)
- Diffusion de cette fiche / recueil des infos
- Propositions d'actions pour impulser la mise en réseau
(Réseau chorales, collectage cartes postales, parc matériel, mutualisation de l'emploi)

- Proposition d'une fiche identitaire



- Diffusion de cette fiche/recueil des informations

Cette fiche identitaire est destinée pour être mise sur le portail culture. Cette base de données permettra de connaître les acteurs culturels du pays et facilitera l'interconnexion entre eux.

Cette fiche reste simple d'utilisation en permettant d'accéder à de multiples informations. Chaque acteur culturel pourra y mettre un texte de présentation calibré et mettre en lien son site internet ou blog. Une identité visuelle est-elle envisageable ?

Pour que chaque acteur puisse accéder à sa fiche identitaire sur le net et y fasse des rectifications ou des interventions lors de sujet/forum, ne faudra t-il pas proposer un fonctionnement tel que le Login/pass et instituer un modérateur pour valider les contenus ?

Afin que les personnes puissent prendre connaissance de cette fiche identitaire à remplir ; il faut que l'on utilise tous les réseaux existants, voir définir d'autres moyens d'informations.

Une question se pose : Les prestataires de services professionnels tels les imprimeurs, les loueurs de matériels techniques, autres...peuvent-ils intégrer cette base de données sous une autre fonction ? Si oui quels doivent être nos critères de sélection et la dénomination de ce corps de prestation?

Proposition d'actions pour impulser la mise en réseau

(Réseau chorales, collectage cartes postales, parc de matériel, mutualisation de l'emploi)

MCC : Projet de mise en réseau des chorales du pays de Pontivy. Première action de cette mise en réseau : valoriser l'expression chorale en sollicitant toutes les chorales afin de travailler sur un répertoire commun et se produire sur 4, 5 dates sur les différentes communautés de communes.

Cartopole : Collectage, mise en mémoire de cartes postales traitant du Pays de Pontivy : offrir la possibilité aux citoyens, collectionneurs du territoire de mettre en ligne leurs collections et réaliser une exposition itinérante qui serait mise à disposition des acteurs du territoire (lors de manifestations, de réunions, de colloques, pour les mairies...). Outil visuel de promotion du Pays de Pontivy (inexistante actuellement).

Parc de matériel : Demande souvent émises lors du diagnostic et des entretiens menés par Sylvie. Le souci du groupe pour un tel outil est la gestion du matériel, la fragilité de celui-ci, la formation des utilisateurs et le coût d'un régisseur si celui-ci est embauché à cet effet.

Sur le principe, le groupe conçoit l'utilité et le confort d'un tel outil, mais avant de s'engager dans cette mise en œuvre il souhaite avoir des informations sur plusieurs pistes de travail :

- a- Avec les professionnels louant ce type de matériel est-il possible d'envisager un partenariat Public Privé ? de négocier des tarifs préférentiels destinés aux acteurs culturels identifiés du territoire ? (en faire de même avec les imprimeurs), les associer dans la mise en œuvre d'un éventuel parc de matériel ?
- b- Il existe un parc de matériel à l'échelle régionale basé sur Josselin. Nos acteurs culturels n'en bénéficient que trop peu. Prendre des renseignements sur leur fonctionnement ? Réfléchir sur une collaboration plus spécifique avec le pays de Pontivy ?
- c- Identifier les ressources de matériels techniques qui pourraient être empruntés sur le Pays, auprès des acteurs culturels. La fiche identitaire peut y contribuer (ex : quels services/matériels).

Mutualisation de l'emploi :

Le groupe n'a pas suffisamment abordé cette thématique et souhaite rencontrer des personnes pouvant nous relater une expérience dans ce domaine. Une suggestion : rencontrer le responsable de CAC Sud 22 pour la mutualisation en général : emploi, matériel, services ...

Il a été acté par les membres de la plénière que les projets portés par MCC et le Cartopole favorisent la lisibilité de la mise en réseau des acteurs culturels. Dans ce cadre précis, les porteurs de projet doivent déposer leurs projets auprès de la commission mixte culture du Pays de Pontivy afin d'obtenir l'aval et les financements pour les mises en œuvres de ceux-ci. Durant l'été recenser les chorales et les inviter à une réunion début septembre pour les rassembler et lancer le projet.

De cet échange en plénière différentes propositions ont été émises :

- Cie des arts paisible – Lionel EPAILLARD : La yourte de la Cie faisant office de salle de spectacle mobile itinérante (pouvant s'installer sur les places de différentes villes), peut impulser une dynamique de valorisation des richesses artistiques du spectacle de notre territoire en proposant l'organisation d'une tournée.
- Musicales : repro/affiches/tracts : à dispo des asso moyennant faibles coûts. Exemple : A4 couleur : 0.14€ - noir et blanc : 0.014€ ; pour la fabrication de programmes, de dépliants ou autres prestations : étude financière au cas par cas. Dans tous ces cas de figure le papier est à fournir.
- Cie des Masques : peu mettre à disposition du petit matériel (projecteurs, pendrillons...). Voir au cas par cas pour l'arrangement (échange, coût faible...).

Groupe 3 « Vitrine / temps fort en direction des populations »

Objectifs :

- Mobilisation des acteurs culturels
- Forme / contenu/ périodicité / durée / lieu
- pour qui ? tout public ? cibler ?

Ce groupe a eu quelques difficultés à poursuivre le travail. De la rencontre précédente du 18 mai 2009, deux composants du groupe sont revenus travailler sur cette thématique. Avec la présence de nouvelles personnes, il a fallu reprendre et modifier la réflexion sur l'organisation d'un temps fort valorisant la richesse culturelle du territoire.

Le terme « Forum » est de nouveau d'actualité, (dans l'attente d'un nom de manifestation), son but est toujours de proposer une vitrine artistique et culturelle du pays en direction de la population du territoire. Un « forum » permettant et favorisant une rencontre avec les publics. Il faut que cette initiative dépasse la vocation d'un forum associatif (où chacun présente ses actions). Cette manifestation doit avoir un caractère festif, convivial.

A contrario du 18 mai, le groupe pense qu'un thème à la manifestation donnerait une couleur artistique et faciliterait l'organisation de cartes blanches d'artistes/acteurs culturels. Soumettre éventuellement un appel à projet ?

La perspective de réalisation : Reste 2010, mais la période n'est plus aussi définie, pourquoi ne pas associer ce forum avec le lancement du magazine/agenda culturel et la mise en ligne du portail culturel sur internet ?

- Les composantes de ce « forum » :

- o Un temps d'échange et de partage de savoirs faire : Un temps où les diffuseurs et les créateurs puissent se retrouver. Un temps permettant aux artistes et acteurs culturels d'avoir la possibilité de proposer des cartes blanches selon la thématique choisie. Il serait légitime que le travail en commun des chorales, fasse parti de la programmation de ce forum.
- o Public : Accès gratuit.
- o Associer le milieu scolaire pour qu'il puisse bénéficier d'actions de médiation mais aussi collaborer dans la mise en œuvre du forum. Définir les différentes collaborations possibles ?
- o Diffusion : toutes expressions artistiques et culturelles présentes sur le territoire.
- o Table ronde/conférence : Associer à toute la partie festive un temps plus structuré proposant à tous (public, acteurs culturels et élus) des réflexions sur des thématiques/préoccupations communes.
- o Ouverture : Inviter des intervenants extérieurs pour nous relater leurs expériences, leurs aventures artistiques humaines.
- o Evaluation : Permettre de prendre du recul sur le projet culturel, analyser l'évolution et se donner des pistes de perspectives.
- o Lieu d'action : implantation dans une commune, utilisation de tous les lieux même les plus improbables. Les contraintes techniques seront abordées avec plus de facilité en sollicitant les services techniques de la commune. Chaque année, le lieu d'implantation sera différent. C'est à l'offre d'aller au devant de la population. Comment choisir la commune ? en fonction de la densité de population ? d'acteurs culturels ?
- o Budget : A définir - Gratuité pour les publics - Logistique/communication/organisation - Pas forcément de cachets pour les intervenants ?

Fin 23h30

Prochaine Rencontre Mardi 15 Septembre 2009 à 20h
A CLEGUEREC – A la maison des associations