



Syndicat professionnel  
des Producteurs,  
Festivals, Ensembles,  
Diffuseurs Indépendants  
de Musique



# La médiation et les actions culturelles au sein des structures musicales

Éloi SAVATIER,  
Doctorant en contrat CIFRE  
auprès de la Maison de la Musique Contemporaine

**Une enquête MMC & Profedim**

Janvier 2025

# Sommaire

<b><u>INTRODUCTION</u></b> .....	<b>4</b>
<b>A. CONTEXTE ET PROBLEMATIQUE DE L'ENQUETE</b> .....	<b>4</b>
<b>B. LES OBJECTIFS DE L'ENQUETE</b> .....	<b>7</b>
<b>C. LA METHODOLOGIE DE L'ENQUETE</b> .....	<b>7</b>
<b>D. LES STRUCTURES MUSICALES REpondantes</b> .....	<b>9</b>
<b><u>PARTIE I - PROFILS ET PARCOURS DES REpondANT·E·S</u></b> .....	<b>14</b>
<b>A. LES RESPONSABLES ET CHARGE·E·S DE MEDIATION OU D'ACTIONS CULTURELLES : UNE PROFESSION JEUNE ET FEMININE</b> .....	<b>14</b>
<b>B. DES FORMATIONS POLYVALENTES</b> .....	<b>15</b>
<b>C. LES POSTES ET MISSIONS DES REpondANT·E·S</b> .....	<b>16</b>
<b>D. DATE D'ENTREE EN FONCTION ET TYPE DE CONTRAT</b> .....	<b>19</b>
<b><u>PARTIE II - LES PRATIQUES DE MEDIATION DE LA MUSIQUE ET DES ACTIONS CULTURELLES DANS LEUR CONTEXTE D'ACTIVITE</u></b> .....	<b>22</b>
<b>A. LES RESSOURCES HUMAINES, MATERIELLES ET BUDGETAIRES</b> .....	<b>23</b>
<b>B. LES ENJEUX DE FINANCEMENT DES ACTIVITES DE MEDIATION DE LA MUSIQUE ET D'ACTIONS CULTURELLES</b> 26	
<b>C. DES PERSPECTIVES D'EVOLUTION LIMITEES SELON LES RESPONSABLES ADMINISTRATIF·VE·S DES STRUCTURES</b> .....	<b>28</b>
<b><u>PARTIE III - ENJEUX ET FORMES DES PROJETS DE MEDIATION DE LA MUSIQUE ET DES PROJETS D'ACTIONS CULTURELLES</u></b> .....	<b>31</b>
<b>A. LES ACTIONS CULTURELLES ET DE MEDIATION DE LA MUSIQUE</b> .....	<b>31</b>
<b>B. PROJET DE MEDIATION DE LA MUSIQUE ET/OU D'ACTIONS CULTURELLES EMBLEMATIQUE</b> .....	<b>33</b>
<b><u>PARTIE IV - ANCRAGE TERRITORIAL ET PROFILS DES PUBLICS</u></b> .....	<b>35</b>
<b>A. LES PUBLICS TOUCHES ET LES LIEUX DES MEDIATIONS ET DES ACTIONS CULTURELLES</b> .....	<b>35</b>
<b>B. LES TERRITOIRES CONCERNES</b> .....	<b>36</b>
<b><u>CONCLUSION</u></b> .....	<b>39</b>
<b><u>BIBLIOGRAPHIE</u></b> .....	<b>43</b>
<b><u>ANNEXES</u></b> .....	<b>45</b>

<b>ANNEXE 1. GLOSSAIRE DES SIGLES .....</b>	<b>45</b>
<b>ANNEXE 2. TEMPORALITE DE L'ENQUETE.....</b>	<b>46</b>
<b>REMERCIEMENTS.....</b>	<b>47</b>

# Introduction

## A. Contexte et problématique de l'enquête

Le secteur professionnel des activités de médiation et des actions culturelles dédiées à l'univers musical connaît depuis une quinzaine d'années une croissance significative. Ce phénomène se manifeste notamment par la généralisation de ce mouvement au sein de nombreuses structures musicales. Si la médiation culturelle a fait l'objet de plusieurs enquêtes dans le domaine muséal (Davallon, Tauzin, 2006 ; Aubouin, Kletz, Lenay, 2009), les recherches consacrées à ce secteur d'emploi dans le secteur musical restent encore émergentes en France (OPALE, FEDELIMA, 2014 ; FEVIS, 2017). Dans ce contexte, plusieurs questions restées jusqu'ici sans réponse trouveront, à l'appui de cette étude, des premiers éclairages pour mieux appréhender les enjeux de ce secteur : quelles sont les missions confiées aux professionnel·le·s en charge des activités de médiation et des actions culturelles au sein des structures musicales ? Quels sont les profils sociologiques de ces acteur·rice·s ? Comment leurs missions s'articulent-elles avec celles qui incombent aux personnes en charge des volets stratégiques et opérationnels des structures ? À quels publics s'adressent ces nouvelles initiatives ? Quels territoires en bénéficient le plus ? En s'inscrivant dans une réflexion sur le paysage musical, les résultats de l'enquête publiés ici visent à donner, à partir de ces différents questionnements, quelques clés de compréhension d'un secteur en pleine expansion.

### **Médiation de la musique et actions culturelles**

Les pratiques de médiation et d'actions culturelles dédiées à la musique sont des activités qui ne peuvent se définir de manière univoque. Elles se situent à l'intersection de plusieurs métiers dont ceux de l'animation, de l'éducation et de la pédagogie qui, dans le champ culturel, reposent sur des paradigmes variés tels que la démocratisation culturelle<sup>1</sup>, la démocratie culturelle, et les droits culturels qui sont des repères majeurs pour comprendre le sens donné aux actions culturelles et aux activités de médiation.

Les actions culturelles regroupent l'ensemble des projets visant à rapprocher les populations des créations artistiques et du patrimoine culturel, dans une logique de démocratisation culturelle. Historiquement, elles se distinguent de l'action socioculturelle par son ancrage dans des politiques spécifiques, cherchant à favoriser la rencontre entre ce

---

<sup>1</sup> D'un point de vue institutionnel, si les notions de démocratisation culturelle et d'actions culturelles étaient présentes dans le paysage français dans les années 1960, il faut attendre 2016 pour que le Haut Conseil de l'Éducation artistique et Culturelle adopte la Charte pour l'Éducation Artistique et Culturelle, texte définissant les principes qui fondent l'éducation artistique et culturelle à l'école. La Charte est venue compléter le cadre posé par le tout premier référentiel sur le Parcours d'éducation artistique et culturelle créé en 2015.

que des institutions culturelles désigneraient comme des « œuvres » légitimes et des « publics » toujours plus diversifiés. Comme le souligne Claude Patriat, les actions culturelles peuvent être décrites comme « un agrégat variable d'opérations et d'opérateurs – en communication, sensibilisation, animation, éducation – dont l'unité tient à un objectif commun : favoriser la circulation des œuvres et leur fréquentation par un public de plus en plus large » (cité par Moulinier, 2011, Patriat, 1998). Au cœur de cette démarche se trouve la volonté de réduire les inégalités d'accès à la culture et celle d'aider les individus à mieux appréhender la réalité culturelle qui les entoure. En « [conduisant] les gens à la culture » et en « [donnant] un sens social aux interventions artistiques et culturelles, les actions culturelles s'imposent comme un levier essentiel pour rendre la culture accessible et signifiante pour tous » (Jammet, 2003).

Les professionnel·le·s de la médiation œuvrent pour une « mise en relation » (Chaumier, Mairesse, 2013), facilitant les échanges entre les publics, les artistes et les objets esthétiques. Dans le secteur musical, leur objectif principal est de favoriser la rencontre entre artistes et publics, en créant des espaces de dialogue et d'interactions autour de la programmation des structures musicales. Ces projets prennent diverses formes, allant des ateliers préparatoires, permettant aux publics de mieux appréhender une pièce musicale ou se préparer à un concert à des concerts participatifs (Prévost-Thomas, 2020). Les médiations participatives peuvent d'ailleurs encourager différents degrés de relations : l'interaction, la réappropriation, la collaboration ou encore la cocréation (Casemajor, Lamoureux, Racine, 2015), traduisant une diversité d'approches et de pratiques (Prévost-Thomas, 2022).

Dans cette enquête, les termes de « médiation » et/ou d'« actions culturelles » font référence aux activités spécifiques déclarées par les répondant·e·s dans ces domaines. Nous verrons que la délimitation entre les différentes professions s'articulant autour de la médiation de la musique et la conception de la médiation elle-même ne sont pas toujours clairement définies en pratique, comme le précisait déjà l'enquête de Jean Davallon et Karine Tauzin sur les professionnels de la médiation culturelle en Rhône-Alpes (Davallon, Tauzin, 2006).

### **Une initiative de la Maison de la Musique Contemporaine et de Profedim**

En 2023, la Maison de la Musique Contemporaine (MMC) et le Syndicat professionnel des Producteurs, Festivals, Ensembles, diffuseurs Indépendants de Musique (Profedim) engagent une réflexion sur les activités de médiation de la musique et d'actions culturelles des structures musicales, toutes esthétiques confondues. La MMC et Profedim entreprennent une « enquête relative à la médiation et aux actions culturelles des structures musicales » dans le but de mieux appréhender les conditions dans lesquelles ces activités sont menées et d'évaluer la place qui leur est réservée au sein des projets développés par

les structures musicales, dédiées aux musiques classiques ou de création. Autrement dit, cette enquête se donne pour objectif de mieux circonscrire l'ancrage et les contours professionnels des actions culturelles et des activités de médiation de la musique au sein de ces structures.

## **Profedim**

Profedim rassemble des acteur·rice·s majeurs de la vie musicale en France. L'organisation professionnelle représente des structures musicales (ensembles, Centres nationaux de création musicale, Centres culturels de rencontre, festivals, Centres de recherche, producteurs/diffuseurs de musique, académies) avec une pluralité d'esthétiques, implantées sur l'ensemble du territoire et qui œuvrent en faveur de l'intérêt général. Le projet musical est au cœur de leur action dans les domaines de la création, de la production, de la diffusion, de la recherche, de la formation ainsi que dans la redécouverte et la valorisation du patrimoine musical. Profedim a pour vocation de défendre un certain nombre d'intérêts liés directement à l'activité de création et de diffusion musicale, dont notamment les réflexions sur la formation musicale mais aussi la médiation et l'éducation artistique et culturelle (EAC).

## **Maison de la Musique Contemporaine**

La Maison de la Musique Contemporaine (MMC) a pour mission la valorisation et la promotion de la musique contemporaine, l'accompagnement des professionnel·le·s ainsi que la sensibilisation à ces musiques. Elle s'engage aux côtés de tous·te·s les acteur·rice·s de la création musicale pour soutenir, promouvoir et favoriser son rayonnement par le biais de projets de médiation de la musique. Le pôle Médiation et développement des publics de la MMC porte des projets de médiation comme les SuperPhoniques et *En son(s) quartier*, propose des formations à l'instar de l'Académie de médiation et met en réseau les différent·e·s acteur·rice·s de la médiation au cours de rendez-vous professionnels réguliers.

## **Des structures de musique savante**

Bien que Profedim rassemble des structures représentant l'ensemble des esthétiques musicales et que la MMC se concentre principalement sur la musique contemporaine et la musique de création, l'échantillon de cette enquête est constitué de structures œuvrant dans les répertoires suivants : la musique savante, notamment les musiques ancienne, classique, romantique et moderne ainsi que la création musicale contemporaine. Cette dernière catégorie renvoie aux esthétiques expérimentales et aux œuvres composées depuis la Seconde Guerre mondiale jusqu'à nos jours. L'ensemble des structures musicales

interrogées œuvre à la diffusion de ces différentes esthétiques, formant un paysage riche et diversifié du champ musical.

## B. Les objectifs de l'enquête

L'enquête se concentre à la fois sur les profils des personnes chargées de missions de médiation ou d'actions culturelles et sur une approche globale des structures qui les encadrent. Ses objectifs sont de :

- Identifier les profils des personnes sur les postes de médiation de la musique et d'actions culturelles au sein de ces structures ;
- Comprendre l'articulation des activités de médiation de la musique et des actions culturelles avec les autres services de ces structures ;
- Recenser les différentes activités de médiation de la musique et d'actions culturelles existantes ;
- Définir les publics touchés et les territoires concernés par ces actions.

Cette enquête a été adressée à l'ensemble des structures adhérentes à Profedim, soit un peu plus de 200 structures, et à celles faisant partie du Groupe Médiation<sup>2</sup> associé au pôle Médiation et développement des publics de la MMC.

## C. La méthodologie de l'enquête

Conçues par la MMC et Profedim, deux questionnaires distincts ont été envoyés aux structures :

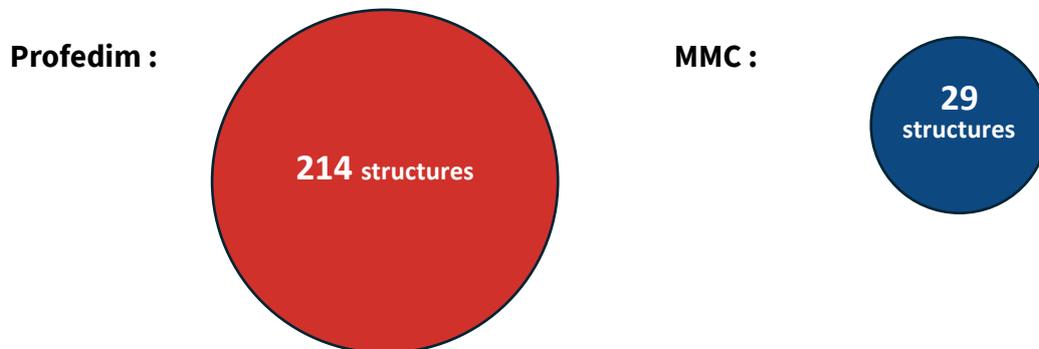
1. **Questionnaire 1 (Q1)** : adressé aux personnes responsables ou chargées de médiation de la musique et/ou des actions culturelles. Il s'intéresse au profil des répondant·e·s, à leurs missions de médiation, aux publics touchés, aux territoires concernés et à l'organisation des services de médiation au sein des structures.
2. **Questionnaire 2 (Q2)** : adressé aux responsables administratif·ve·s ou aux dirigeant·e·s des structures. Ce questionnaire se concentre sur les ressources humaines, les moyens financiers dédiés aux activités de médiation de la musique et sur la manière dont elles s'articulent avec les autres services notamment ceux dédiés à la communication et à la production.

---

<sup>2</sup> Le « Groupe Médiation » de la MMC rassemble 44 membres travaillant sur les activités de médiation de la musique, se réunissant régulièrement dans l'objectif de partager les différentes approches et expériences et de réfléchir aux problématiques liées à ces activités.

## Population de l'enquête et taux de participation

L'échantillon regroupe les structures adhérentes à Profedim et les membres du Groupe Médiation de la MMC :



Au total, **243 structures** ont été contactées afin de répondre aux questionnaires.

Les taux de participation se sont révélés relativement faibles malgré les relances des deux organismes :

- Questionnaire 1 (responsables ou chargé-e-s de la médiation de la musique et des actions culturelles) : 57 réponses sur 243, soit 23 % de participation ;
- Questionnaire 2 (responsables administratif-ve-s des structures) : 18 réponses sur 243, soit 7 % de participation.

**Au total, 60 structures** ont répondu au questionnaire 1 et 2.

Ces faibles taux de **participation** peuvent s'expliquer soit par le manque de disponibilité des personnes dédiées à la médiation ou aux actions culturelles au vu de leur charge de travail, soit du côté des structures, pour des questions de priorisation des sujets liés à l'activité et au contexte politique et budgétaire très incertain sur la période. En effet, **seulement 12 structures ont répondu aux deux questionnaires**, ce qui a limité les possibilités de comparaison entre les réponses des équipes responsables administratifs des structures (Q2) et celles des équipes de médiation de la musique et des actions culturelles (Q1).

L'objectif était de mettre en relation les deux questionnaires de l'enquête afin d'obtenir une vision globale des activités de médiation de la musique et des actions culturelles, du point de vue des équipes de terrain et des directions administratives. Les questionnaires incluent à la fois des questions quantitatives et qualitatives dans l'objectif de percevoir les différentes dimensions des activités de médiation de la musique et des actions culturelles et leurs enjeux au sein des structures musicales. Face au taux de réponse particulièrement réduit du questionnaire 2, les données quantitatives de ce questionnaire n'ont pas été

utilisées pour l'analyse des résultats. En revanche, les réponses qualitatives ont été utilisées pour illustrer et apporter un nouveau regard sur les résultats du questionnaire 1.

Les résultats de cette enquête ne sont donc pas représentatifs des activités de médiation de la musique et des actions culturelles en France. Cependant, ils mettent en lumière des enjeux et des problématiques de la médiation de la musique pour des structures qui sont déjà impliquées dans ce type d'activités. Cette analyse a l'ambition de **relever des problématiques communes à des structures ayant déjà engagé des missions de médiation de la musique et des actions culturelles pour le secteur musical**. Ces résultats questionnent également le rôle que la médiation et les actions culturelles doivent jouer au sein des structures musicales et la manière dont elles s'articulent au sein de leur fonctionnement global.

## D. Les structures musicales répondantes

### Typologie des structures répondantes

La répartition des structures répondantes se décline selon deux typologies : les ensembles, compagnies musicales et orchestres, et les structures de production et de diffusion.

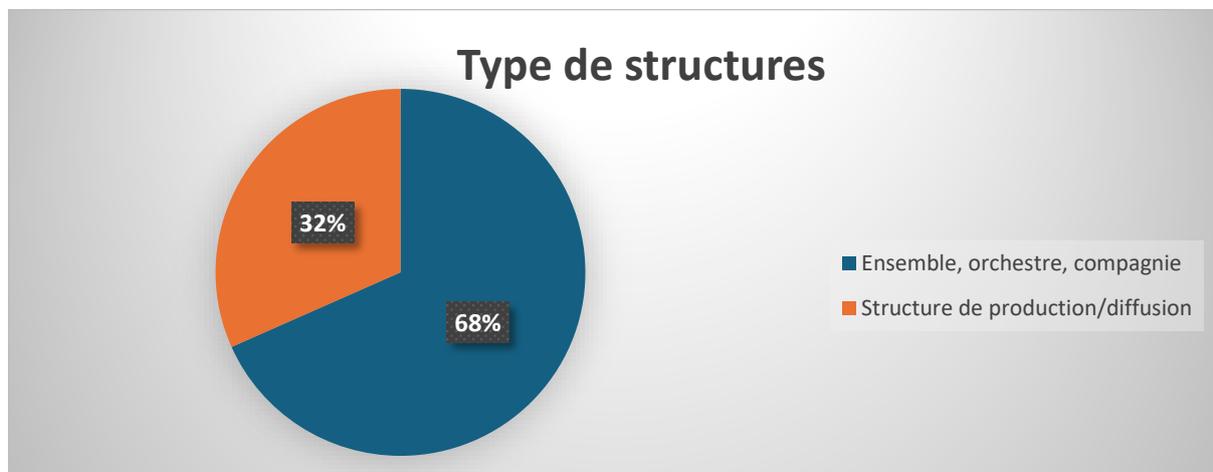


Figure 1 : Répartition des structures culturelles selon leur type (ensemble, orchestre, compagnie ou structure de production/diffusion).

Au sein de cette répartition, on note différentes structures labellisées et institutions.

- **Les ensembles, compagnies musicales et orchestres**, incluant 3 orchestres, dont 2 permanents.
- **Les structures de production et de diffusion**, incluant :
  - 5 Centres nationaux de création musicale (CNCM) sur les 8 existants ;
  - 2 Centres d'art vocal ;

- 3 institutions ayant pour missions la recherche, la création, la diffusion, la production, avec des effectifs importants (plus de 40 salarié·e·s) ;
- 3 festivals.

Sur l'ensemble des répondant·e·s, 2 établissements publics ont répondu au questionnaire.

La répartition des structures interrogées met en évidence une forte proportion de petites entités :

- **41 structures** (soit 68%) emploient 9 salarié·e·s ou moins ;
- **13 structures** (soit 22%) sont des structures intermédiaires, composées d'au moins 10 jusqu'à 39 salarié·e·s ;
- **6 structures** (soit 10%) comptent plus de 40 salarié·e·s.

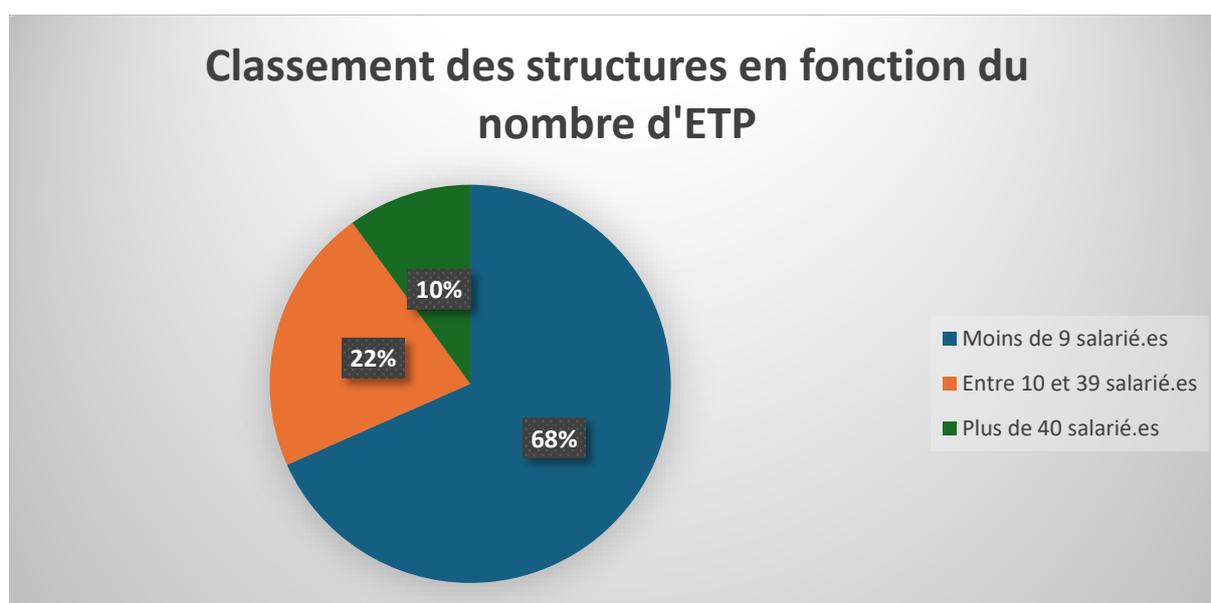


Figure 2 : Classement des structures culturelles en fonction de leur nombre d'équivalents temps plein (ETP).

**La majorité de structures répondantes ont un effectif inférieur à 9 salarié·e·s.** Cette forte représentativité peut s'expliquer par le fait que la création et la diffusion musicale reposent sur des ensembles avec un effectif modeste. Ces structures, disposant d'un nombre relativement restreint d'ETP, se caractérisent souvent par des **postes polyvalents**, où les salarié·e·s doivent assumer plusieurs missions, notamment celles liées aux actions culturelles et aux activités de médiation de la musique. Concernant les structures intermédiaires entre 10 et 39 salarié·e·s, **les missions d'actions culturelles et de médiation de la musique peuvent parfois être partagées avec celles relevant de la communication ou bien posséder une ou plusieurs personnes dédiées uniquement à ces activités.** Enfin, les structures de plus de 40 salarié·e·s ont toutes un service dédié aux actions culturelles ou

à la médiation de la musique avec **plusieurs personnes spécifiquement en charge de ces missions**. Ces premiers indices permettent de comprendre que non seulement les missions d'actions culturelles et de médiation de la musique vont dépendre de la taille des structures, mais aussi que la polyvalence des personnes au sein des plus petites structures semble être un frein majeur au déploiement qualitatif des activités de médiation.

### **Part d'adhérent·e·s des organisations professionnelles (syndicat, réseau, fédération)**

Certaines structures sont membres de plusieurs organisations professionnelles (syndicat, réseau, fédération). Les répondant·e·s représentent :

- **20%** des adhérent·e·s à **Profedim** ;
- **8%** des affilié·e·s à **Futurs Composés**, réseau national de la création musicale ;
- **13%** des membres de la **Fevis**, Fédération des ensembles vocaux et instrumentaux spécialisés.

Il est important de noter qu'une même structure peut être adhérente de plusieurs de ces organismes, dès lors que les réseaux, fédérations et organisations professionnelles représentatives assurent des missions complémentaires.

Bien que plusieurs structures promeuvent des esthétiques variées, **une structure sur deux indique que son répertoire principal est constitué de musique contemporaine, expérimentale ou de création**. Cette forte représentation s'explique par le lien étroit entre cette enquête et la Maison de la Musique Contemporaine, dont le réseau est majoritairement composé d'acteur·rice·s du milieu de la musique contemporaine. Outre ce répertoire dominant, d'autres esthétiques sont également représentées, notamment le jazz, les musiques anciennes, ainsi que le classique, le romantique et le moderne.



Les structures répondantes présentent la répartition géographique suivante :

- **20 structures** (soit un tiers des répondant·e·s) sont situées en Île-de-France, dont 13 à Paris ;
- **Un gros tiers des répondant·e·s** provient de métropoles (16 structures) et de grandes villes – 100 000 à 400 000 habitant·e·s – (11 structures) ;
- **5 structures** sont implantées dans des villes comptant entre 20 000 et 100 000 habitant·e·s ;
- **2 structures** sont situées dans des villes de moins de 20 000 habitant·e·s ;
- Enfin, **6 structures** se trouvent en communes rurales.

Les structures ayant répondu à l'enquête présentent une répartition géographique relativement équilibrée, mais avec **une concentration marquée en Île-de-France, notamment à Paris, où se trouvent 13 structures**. Les grandes métropoles et villes jouent également un rôle important, représentant une autre part significative des répondant·e·s. Cependant, on observe une présence plus marginale des structures dans les zones rurales et les petites villes. Cela souligne **la centralisation des activités culturelles en milieu urbain** et, en particulier, en région parisienne, limitant l'interprétation des enjeux spécifiques au sein des territoires ruraux.

# Partie I

## Profils et parcours des répondant·e·s

### A. Les responsables et chargé·e·s de médiation ou d'actions culturelles : une profession jeune et féminine

On note une prédominance **de jeunes professionnel·le·s et une majorité féminine** parmi les répondant·e·s : plus d'un·e répondant·e sur deux appartient à la tranche d'âge des 25-34 ans.

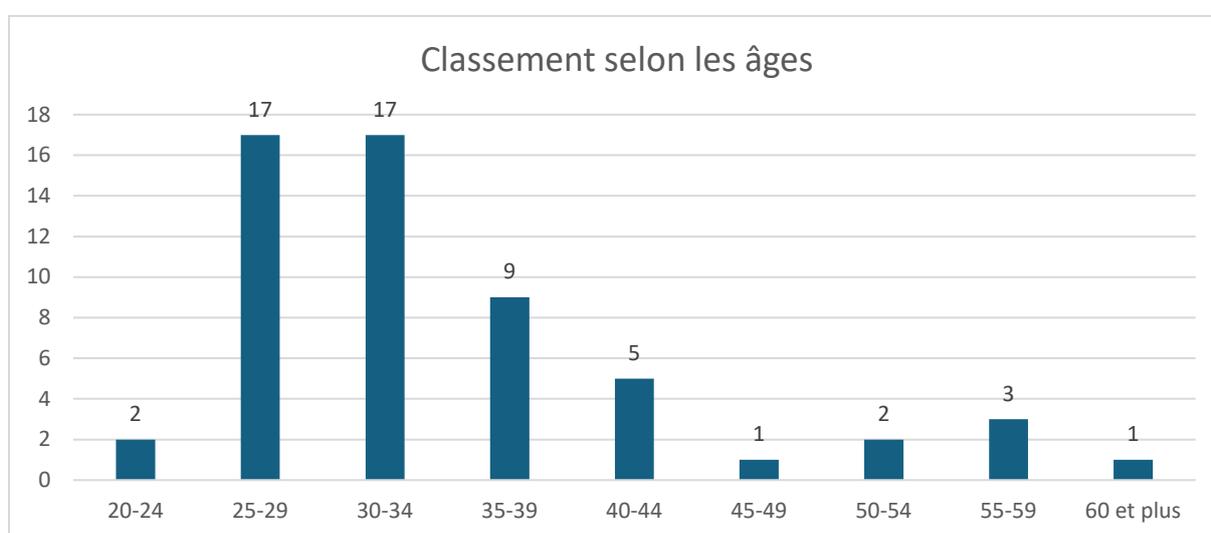


Figure 5 : Répartition des répondant·e·s (Q1) selon leur âge.

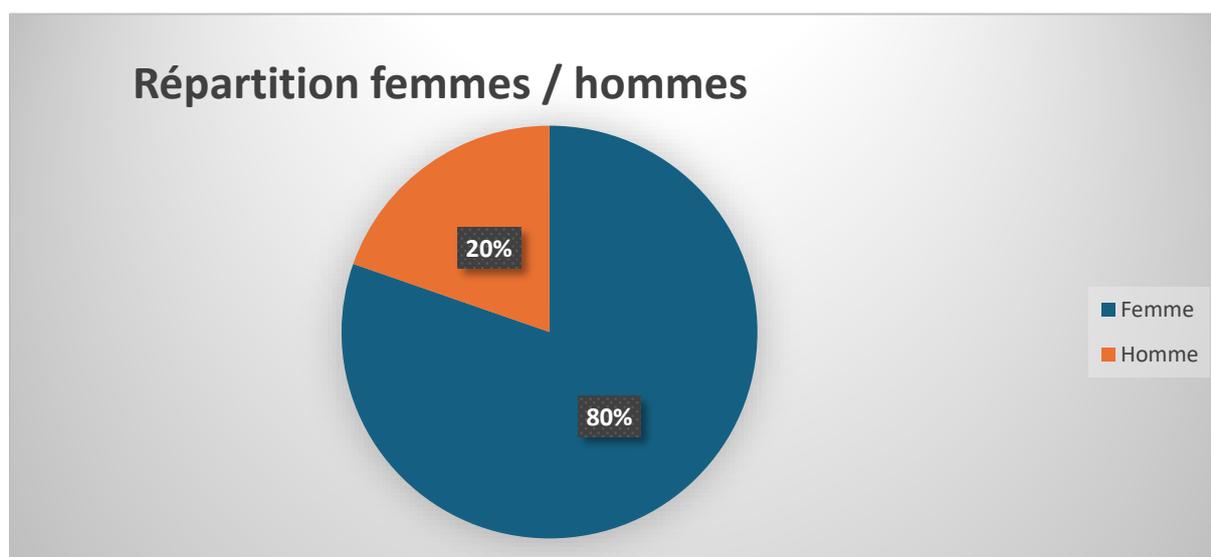


Figure 6 : Répartition des répondant·e·s (Q1) selon leur genre.

4 répondantes sur 5 sont des femmes (soit 45 personnes), tandis que les hommes représentent 1 répondant sur 5 (soit 11 personnes). Cette surreprésentation des femmes peut être interprétée comme une féminisation de ces métiers.

## B. Des formations polyvalentes

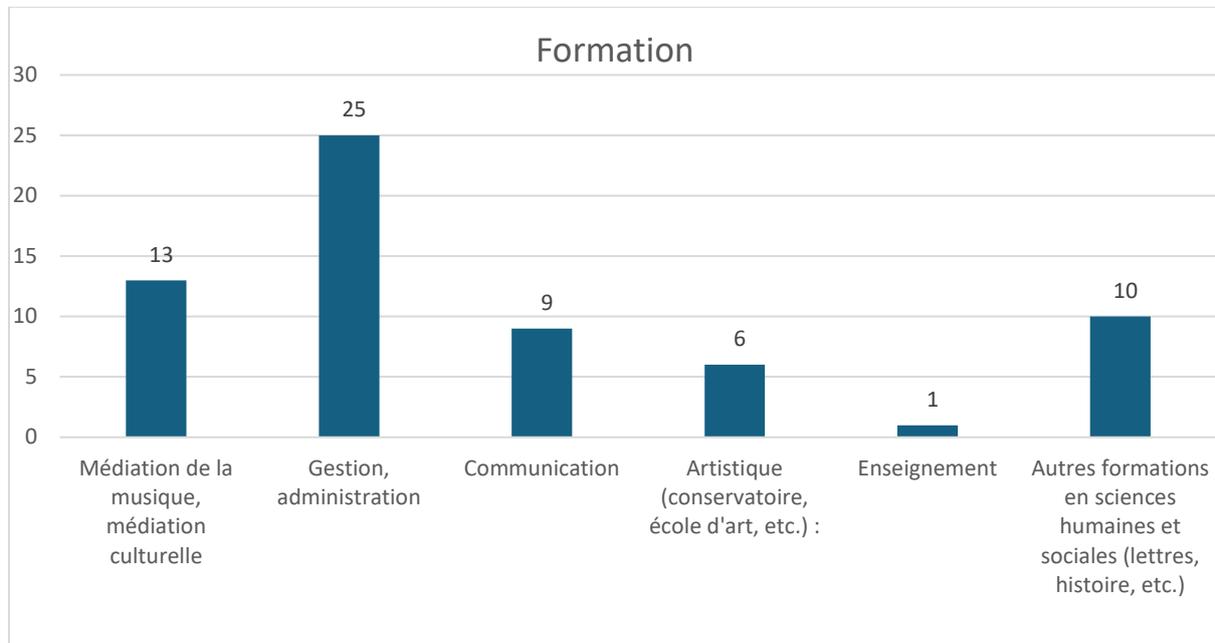


Figure 7 : Répartition des répondant-e-s (Q1) selon leur formation.

L'analyse de la formation des répondant-e-s met en lumière une **grande diversité de parcours**, même si la formation majoritaire des personnes travaillant sur les questions de médiation de la musique et des actions culturelles est centrée sur la **gestion et l'administration des structures culturelles**, représentant un peu plus de 44% des répondant-e-s.

**La deuxième formation spécifique la plus suivie est celle en médiation de la musique ou médiation culturelle (23%). 16% des répondant-e-s ont eu une formation en communication.** On observe aussi une forte part de personnes ayant reçu une formation en sciences humaines mais sans lien direct avec leur métier actuel, soulevant la question d'une éventuelle réorientation professionnelle.

Ces analyses amènent à s'interroger sur la nature précise des missions des répondant-e-s. Selon les différentes formations des répondant-e-s, il semble que le métier de médiateur-riche demande des compétences particulières, polyvalentes et relevant notamment de la gestion de projet. Le questionnaire, en l'état, n'a pas permis de clarifier la distinction entre médiation de la musique et gestion de projet, ni la corrélation directe entre les formations et les missions actuelles des personnes interrogées.



- Actions culturelles ;
- Médiation culturelle ou médiation de la musique ;
- Éducation artistique et culturelle ;
- Responsable/chargé-e des publics ;
- Responsable/chargé-e d'actions culturelles.

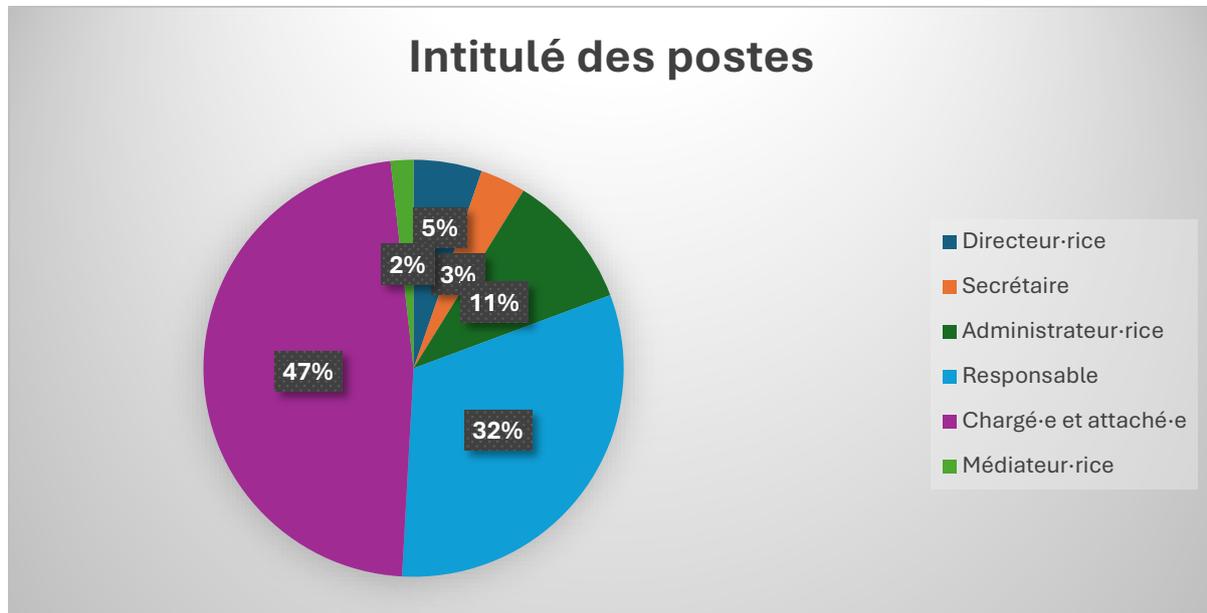


Figure 9 : Répartition des répondant-e-s en fonction de leur intitulé de poste.

Une forte proportion des répondant-e-s occupe des postes de chargé-e ou d'attaché-e (47%). **Les responsables représentent environ un tiers des postes dans les structures de plus de 10 salarié-e-s (32%)**, souvent avec des missions dédiées uniquement à la médiation de la musique et aux actions culturelles. **Dans les plus petites structures, les responsables sont plus polyvalent-e-s, cumulant des missions de médiation de la musique ou des actions culturelles avec d'autres fonctions**, principalement relevant de la communication. Les hommes exerçant ces postes sont très minoritaires, et occupent davantage des postes d'administration ou de gestion de projet.

**45 des 57 structures répondantes (79%) disposent d'au minimum une personne travaillant, même partiellement, sur des missions de médiation de la musique ou d'actions culturelles, soit 4 structures sur 5.**

Cette diversité d'intitulés de postes reflète la **pluralité des missions exercées au sein des structures** alors qu'une tendance émerge : l'intitulé le plus courant est « **actions culturelles** », utilisé par 20 répondant-e-s. Le terme « médiation » ou « médiateur-ric(e) » suit, avec 11 occurrences, puis viennent les mentions « relation publique » ou « relation avec les publics » (4), ainsi que « éducation » (4). Cette diversité des intitulés témoigne de **l'hétérogénéité des pratiques et des réalités du terrain, où les missions peuvent**

s'étendre à plusieurs domaines d'intervention, comme du flou entourant l'ensemble de ces concepts pour ces structures.

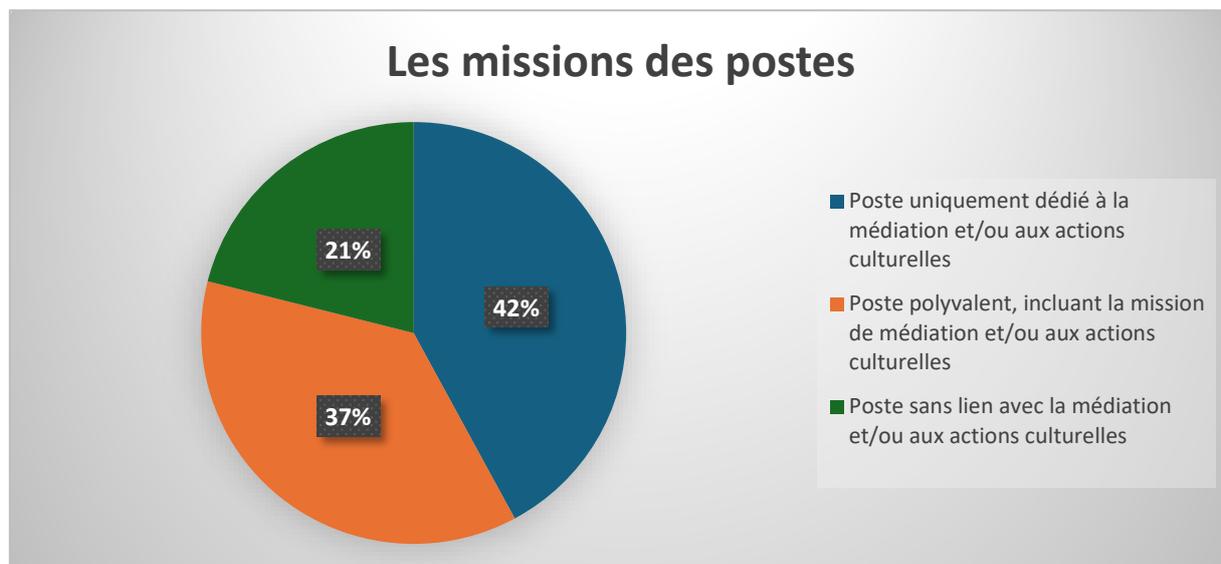


Figure 10 : Répartition des répondant-e-s selon leur mission.

On note **l'association régulière entre les activités de médiation de la musique et la communication : 9 postes combinent ces missions**. Cet « amalgame »<sup>3</sup> entre médiation de la musique et communication ressort également dans ces 9 structures où les postes intègrent des responsabilités de relations publiques ou de communication, soulevant la question d'une éventuelle confusion entre ces deux fonctions<sup>4</sup> mais aussi d'une réalité pragmatique du terrain quant aux emplois permanents. On observe particulièrement l'association des missions de médiation de la musique et de communication dans les petites et moyennes structures où la polyvalence est souvent de mise. **Ce chevauchement des rôles pourrait entraîner une dilution de la mission première de la médiation de la musique, qui se veut un lien direct et spécifique entre les publics et les structures**, d'une part, et d'autre part d'un **manque de temps dédié amenuisant inéluctablement la possibilité de mettre en œuvre des projets de médiation de la musique et d'actions culturelles**.

<sup>3</sup> Jean Davallon, Karine Tazuin (dir.), *État des lieux des professionnels de la médiation culturelle en Rhône-Alpes*, rapport d'étude, 2006, p.29.

<sup>4</sup> *Ibidem*.

## D. Date d'entrée en fonction et type de contrat

**75% des répondant·e·s sont en poste depuis moins de 3 ans**, ce qui témoigne d'une **certaine instabilité au sein des structures** (voire du secteur) ; mais peut-être aussi de l'intérêt récent pour ces missions au sein des structures (ou du secteur). À l'inverse, en observant les types de contrat, on remarque une forte proportion de personnes en contrat à durée indéterminée (CDI), représentant 75% des postes, ce qui peut justifier d'une forme de stabilité, peut-être toute récente d'ailleurs.

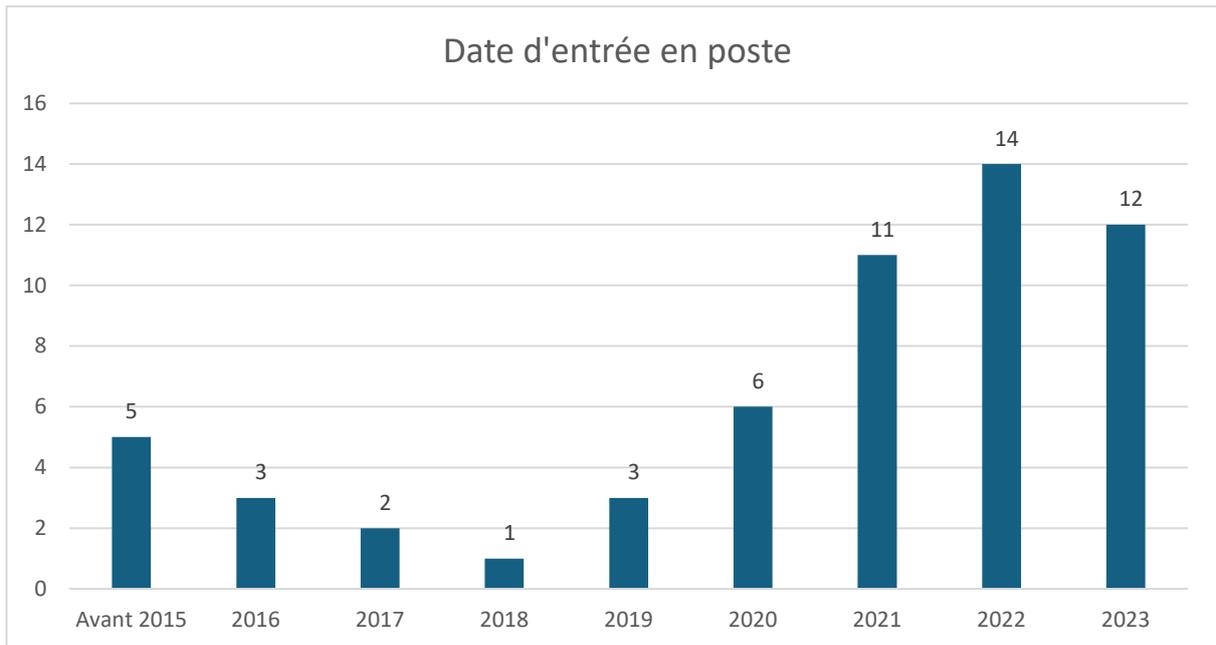


Figure 11 : Répartition des répondant·e·s selon leur date d'entrée en poste.

Un peu moins de la moitié des répondant·e·s (46%) est en poste depuis 2 ans ou moins. Pouvons-nous en déduire une forte rotation de l'employabilité que rencontrent la plupart des structures culturelles depuis les années post-covid ?

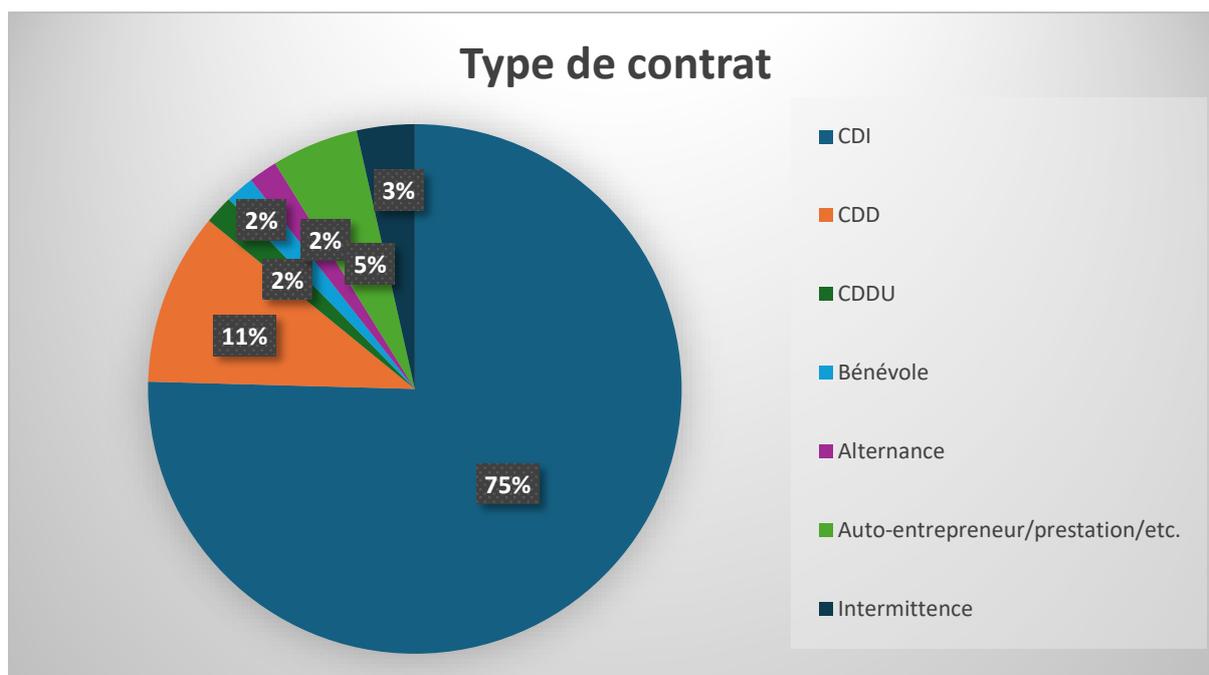


Figure 12 : Répartition des répondant-e-s selon leur type de contrat.

On observe par ailleurs une forme de **paradoxe entre la prédominance de CDI et les faibles durées d'activités en poste des répondant-e-s**. Plusieurs hypothèses peuvent être envisagées qui pourraient expliquer ce phénomène :

- **Les rémunérations proposées ne sont peut-être pas suffisamment attractives** pour garantir la fidélisation des salarié-e-s. Le premier questionnaire s'intéressait à cette question mais les données sont trop imprécises pour les interpréter objectivement ;
- **La charge de travail élevée et les attentes peuvent engendrer un épuisement professionnel**, poussant à un renouvellement régulier des personnes ;
- La médiation de la musique et les actions culturelles au sein des structures pourraient souffrir d'un **manque de reconnaissance professionnelle**, ce qui rend les postes qui lui sont dédiés moins durables à long terme ;
- Les résultats laissent supposer que **la crise sanitaire du Covid-19 et la dégradation économique** n'ont pas favorisé l'emploi de nouvelles personnes sur la période.

Les responsables administratifs des structures (Q2) notent une structuration de la médiation de la musique et des actions culturelles au sein de leur structure pendant les années 2010 et en particulier entre 2015 et 2020 comme l'illustre un responsable administratif d'un ensemble musical (Q2) :

Dès 2010, l'action culturelle a pris une part importante dans notre activité, et dès 2016 un poste à mi-temps a été créé. En 2020, [...] nous avons dédié un poste entier (1 ETP [Equivalent Temps Plein]) à la médiation et développé nos actions.

Enfin, le questionnaire révèle une présence significative de contrats d'apprentissage, de stagiaires, de services civiques et d'alternant·e·s. Cependant, ce sujet nécessite une analyse plus approfondie.

Pour conclure, on observe une **structuration des missions de médiation de la musique dans les années 2010 et de création de postes dédiés à ces missions**. Mais cela demeure insuffisant, car le manque de financement conduit souvent les structures à avoir recours à des contrats d'apprentissage, des stagiaires ou encore des services civiques sur ces emplois. La pérennité des financements semble aussi être un facteur important. Ainsi, la question de la continuité des missions de médiation de la musique se pose, avec le risque qu'une rotation trop fréquente des effectifs vienne compromettre leur mise en œuvre efficace. **Pour garantir la pérennité de ces activités d'intérêt général, une réflexion s'impose sur la manière d'assurer des postes plus stables, mieux reconnus et soutenus par des moyens humains et financiers adéquats.**

## Partie II

# Les pratiques de médiation de la musique et des actions culturelles dans leur contexte d'activité

Selon les responsables administratif-ve-s (Q2), **les actions culturelles et les activités de médiation de la musique font partie des missions principales des structures depuis dix ou parfois même vingt ans quand ce n'est pas dès l'origine de la structure.** On note aussi une **restructuration** dans l'objectif d'affirmer à nouveau les questions de médiation de la musique dans les années 2010 pour de nombreuses structures. Un·e répondant·e au questionnaire 2 précise : « La médiation s'inscrit réellement et pleinement dans la philosophie de l'ensemble, c'est une façon d'aller à la rencontre des publics. »

Néanmoins, ce point de vue n'est que partiellement partagé par les personnes chargées des missions des actions culturelles et des activités médiation de la musique (Q1).

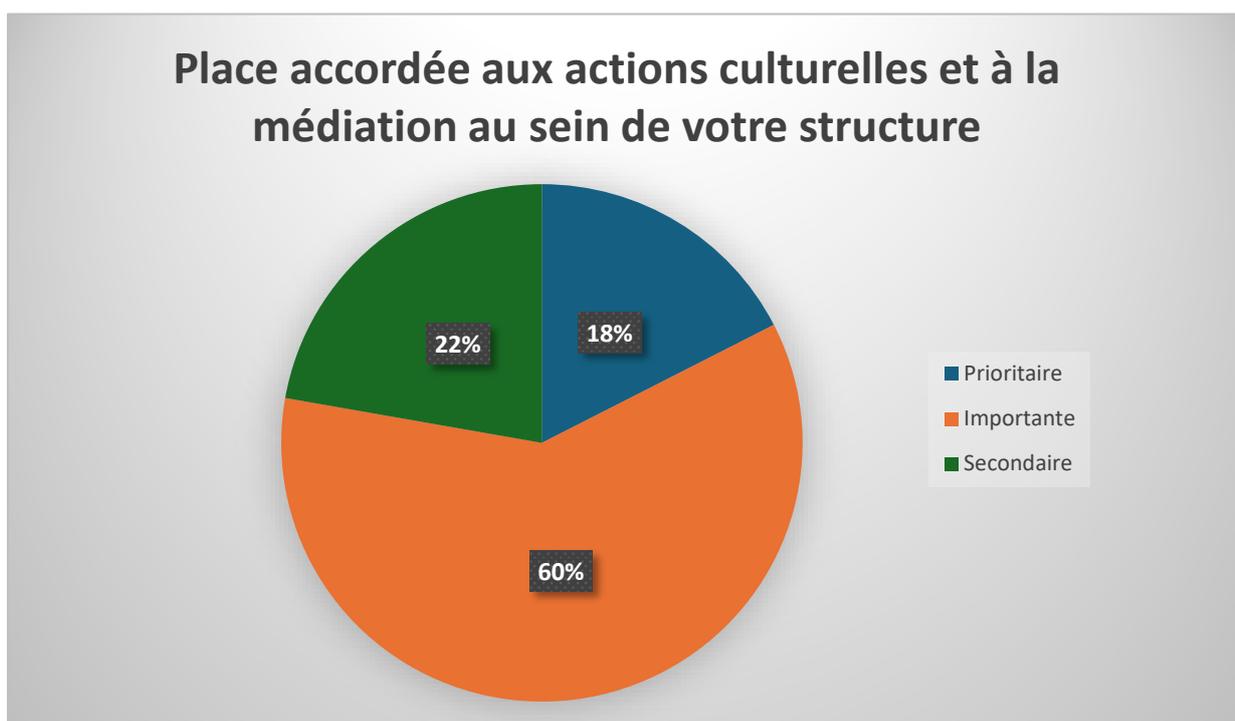


Figure 13 : Place accordée aux actions culturelles et à la médiation au sein des structures (Q1).

**La place accordée aux missions de médiation de la musique au sein des structures musicales est jugée importante par 60% des répondant·e·s**, tandis que moins de 18% la considèrent comme prioritaire. Pour 22%, elle est perçue comme secondaire, ce qui montre une certaine diversité dans la perception de son importance.

## Place faite à la médiation et aux actions culturelles dans la communication au sein des structures

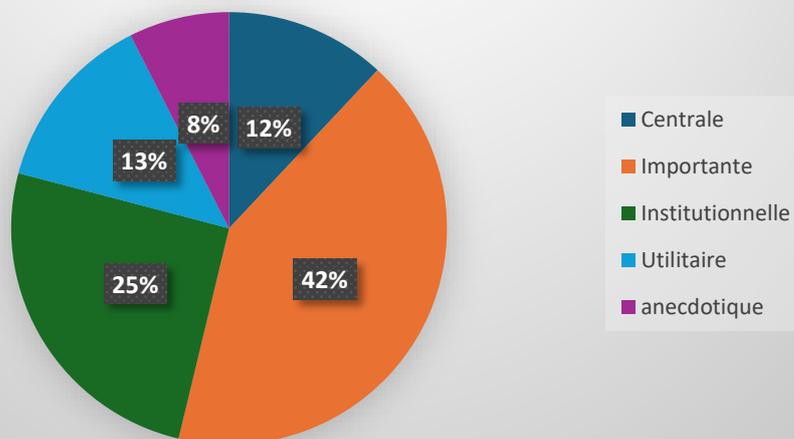


Figure 14 : Place accordée aux actions culturelles et à la médiation au sein de la communication des structures (Q2).

En ce qui concerne la place des actions culturelles et des activités de médiation de la musique dans la communication des structures, elle est jugée **importante pour 42% des répondant·e·s**, et institutionnelle pour 25%, c'est-à-dire qu'elle est intégrée de manière plus formelle, souvent dans un but stratégique. De plus, un peu plus de 13% la voient comme utilitaire, tandis que pour 12%, elle occupe une place centrale dans leur communication. Enfin, 8% des répondant·e·s la considère comme anecdotique, suggérant une faible visibilité. Ces résultats témoignent du fait que les actions culturelles et les activités de médiation de la musique sont un domaine en émergence, prenant progressivement de plus en plus de place.

### A. Les ressources humaines, matérielles et budgétaires

L'enquête a permis d'identifier différents types de besoins, notamment humains, financiers ainsi que la nécessité d'une meilleure communication et collaboration entre les différent·e·s acteur·rice·s lié·e·s aux projets, comme le souligne ce témoignage d'un·e répondant·e :

[Nécessité d'avoir un] régisseur pour les repérages dans les différents lieux et pas que pour l'exploitation, véhicule de fonction, calendrier des appels à projets moins proche de l'action pour connaître plus tôt la viabilité des propositions, revalorisation des responsabilités et des salaires, valorisation du travail de veille sur le territoire pour prendre et rester en contact avec les structures, enveloppe financière destinée à la prospection de projets avant leur accueil...

Cette remarque d'un·e répondant·e·s illustre les besoins exprimés par les acteur·rice·s culturels, concernant notamment les conditions de travail et l'organisation dans le secteur de la médiation.

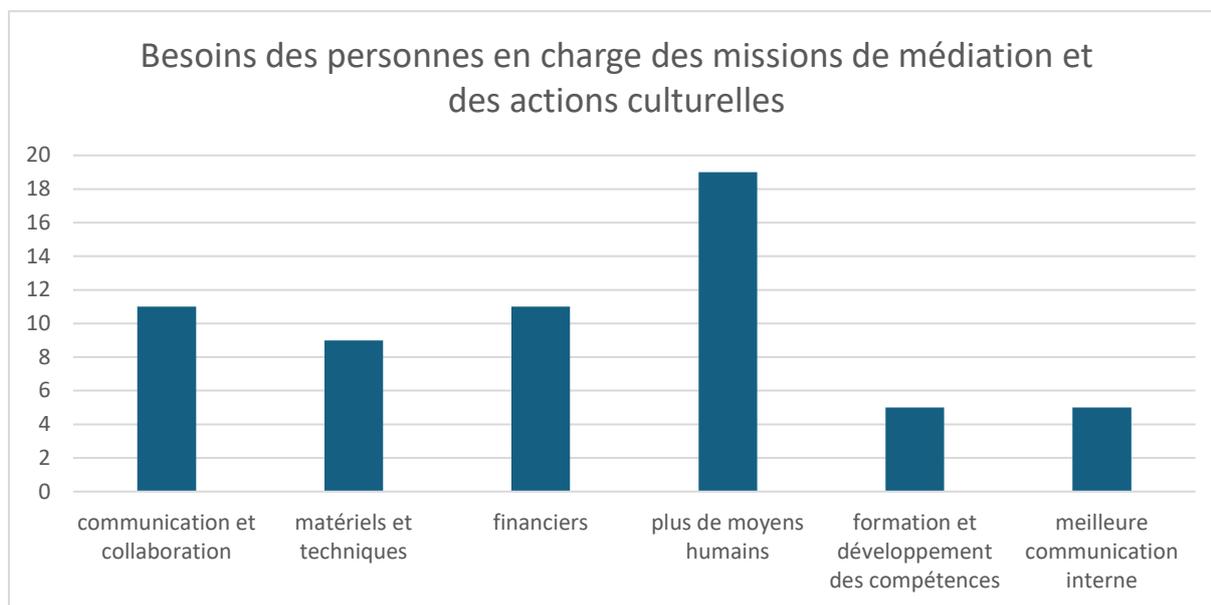


Figure 15 : Répartition des besoins identifiés par les répondant·e·s.

### Besoins en ressources humaines

L'enquête a permis de souligner la nécessité de renforcer les équipes par l'embauche de nouvelles personnes dédiées à ces missions. Cela se manifeste par des demandes de création de postes spécifiques (comme un responsable de la médiation ou un coordinateur) et par la demande d'augmentation des Équivalents Temps Plein (ETP) consacrés aux activités de médiation de la musique et d'actions culturelles. Des répondant·e·s illustrent cet argument : « une personne dédiée » ou encore « l'embauche, à terme, d'une deuxième personne pour la coordination et le suivi des actions culturelles » et « un poste supplémentaire – soutien à la production et à la logistique ». Ces réponses reflètent un sentiment d'insuffisance des ressources humaines, **ce qui peut contribuer à une surcharge de travail et à une difficulté à atteindre les objectifs fixés.**

### Besoins en formation et développement des compétences

Un autre thème récurrent est celui de la formation. Les répondant·e·s soulignent **l'importance de se former aux outils de communication numérique et d'autres compétences spécifiques** pour améliorer leur efficacité. « Meilleure maîtrise des outils de communication numérique », indique un·e répondant·e. Ce besoin de formation témoigne d'une volonté d'évolution professionnelle, mais aussi d'une possible inadéquation entre les compétences actuelles des employé·e·s et les exigences de leur poste.

## Besoins matériels et techniques

Les demandes d'outils et de ressources matérielles sont également fréquentes. Cela inclut des demandes pour des matériels de sonorisation, des ordinateurs, ou encore des instruments pédagogiques. Ces besoins sont essentiels pour garantir que les professionnel·le·s disposent des moyens nécessaires pour mener à bien leurs missions. Deux répondant·e·s ajoutent sur le sujet : « [besoin de] matériel de sonorisation » et « besoins matériels (ordinateur, téléphone, etc.). » **L'absence de ces ressources peut limiter la capacité d'action des professionnel·le·s et nuire à la qualité des projets.**

## Besoins financiers

Un autre aspect crucial est la demande de financements dédiés. Les répondant·e·s soulignent **la nécessité de budgets spécifiques pour leurs projets**. Un·e répondant·e indique « Des financement dédiés » ou encore « besoin financier – budget propre à la structure », sans quoi ces derniers ne peuvent exister. Cela met en lumière une **dépendance vis-à-vis des financements externes et des contraintes budgétaires qui pèsent sur le secteur musical**. La recherche de financements témoigne également d'une **incertitude quant à la pérennité des projets**, ce qui peut engendrer un stress supplémentaire pour les professionnel·le·s. Par ailleurs, la logique d'appels à projets est aussi à limiter, dès lors que cela ne permet pas d'inscrire dans la continuité les actions menées et que cela génère une charge et des incertitudes pour les équipes.

## Besoins en communication et collaboration

Enfin, les réponses révèlent un besoin d'améliorer la communication interne et externe. Plusieurs répondant·e·s évoquent la nécessité de **mieux partager l'information sur les aides et de renforcer la collaboration avec d'autres structures dont l'Éducation nationale**. Les répondant·e·s indiquent la « [nécessité de prendre] des rendez-vous réguliers entre les structures sociales » et « [d'une] **meilleure compréhension de l'écosystème d'organisation et de financement** ».

En somme, nous constatons de manière générale un besoin de reconnaissance et de valorisation professionnelle. « **Nos métiers manquent cruellement de reconnaissance de la part du grand public mais aussi en interne dans nos structures. Notre métier est encore vu comme ne nécessitant pas de compétences spécifiques (à la différence de l'administration, de la technique, de l'artistique)** » indique un·e répondant·e. Iels évoquent par ailleurs le besoin de valoriser le travail de médiation et d'accompagnement sur le territoire, ainsi que de revaloriser les responsabilités et les salaires. Cela se traduit par



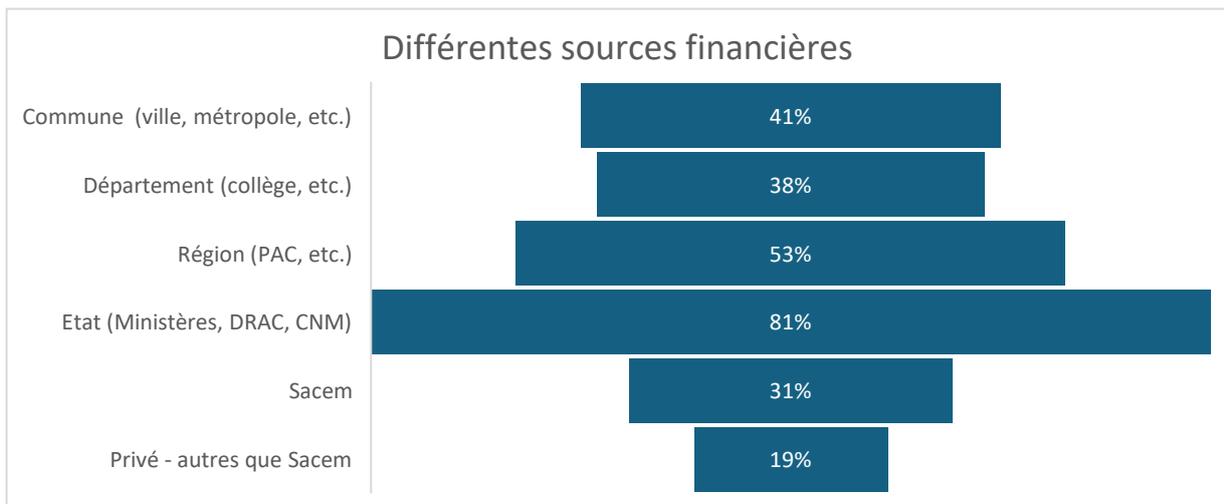


Figure 17 : Répartition des principales sources de financement des structures culturelles.

Nous n'avons obtenu qu'un taux de 56% de participation sur ce sujet (ce chiffre peut s'expliquer par l'absence de maîtrise budgétaire de la part des répondant·e·s). Les réponses indiquent une grande diversité de sources financières, bien que la **majorité des financements soient ponctuels**, laissant peu de soutien à long terme pour les activités de médiation de la musique et les actions culturelles. Le graphique ci-dessus confirme les sources de financements cités par les répondant·e·s. Ainsi, **les financements proviennent principalement de collectivités territoriales et en particulier de l'État, via les DRAC (81%), ainsi que des collectivités territoriales (régions : 53%, départements : 38%)**. Par ailleurs, on note une **part non négligeable de financements** de la Sacem (31%) et d'autres sources privées, comme le mécénat d'entreprise (19%).

Un·e répondant·e du questionnaire 1 souligne une difficulté : « **Les actions de médiation doivent s'autofinancer car la structure ne dégage pas de subventions suffisantes pour permettre la prise en charge directe de ces actions.** » En moyenne, la part de financement des structures pour les missions d'actions culturelles et de médiation représentent en **moyenne 7,1% du budget global des structures**, bien que ce chiffre varie fortement selon les répondant·e·s, (avec une médiane de 5,1%). Les subventions reçues par les structures sont majoritairement des « subventions au projet », des financements ponctuels autres provenant de multiples acteur·rice·s, ne permettant pas l'embauche de nouvelles personnes dédiées à ces missions.

## C. Des perspectives d'évolution limitées selon les responsables administratif·ve·s des structures

Les responsables administratif·ve·s (Q2) des structures émettent **un bilan très positif de leurs actions culturelles et de leurs activités de médiation de la musique**, argumentant qu'il s'agit d'un outil permettant de créer des liens avec **des nouveaux publics et apportant une nouvelle dynamique culturelle**. Un répondant·e du questionnaire 2 ajoute : « Nous travaillons avec différents publics (scolaires, commerçant·e·s, EPHAD, office de tourisme...) sur notre territoire et au national. ». Il s'agit d'un « pilier » de l'activité des structures prenant plus de poids d'année en année, vecteur de « renouvellement des publics ».

### Les différents enjeux de la médiation de la musique et des actions culturelles

Selon les responsables administratif·ve·s des structures, les activités de médiation de la musique revêtent des enjeux majeurs au sein de leur structure, tels que le « **renouvellement des publics** » et **des générations**. Selon certains responsables administratif·ve·s interrogé·e·s, les actions culturelles et l'activité de médiation de la musique ont pour mission de « **former les publics** » à leur musique ou bien « susciter l'écoute et la curiosité ». Comme le souligne l'un des répondant·e·s : « Nous sommes dans un monde du tout-image où l'apprentissage de l'écoute devient une nécessité de service public. » Pour d'autres, l'objectif à long terme est aussi de **créer des liens durables avec les publics**, en favorisant un engagement continu autour leur objet musical et des actions proposées. Certain·e·s ont pour objectif de mettre davantage en valeur les actions de médiation de la musique, afin qu'elles soient pleinement reconnues et intégrées dans les projets artistiques, un·e responsable administratif·ve proposant qu'elles soient **un « espace d'invention possible »**.

### Des financements limités et un manque de ressources humaines

Il y aurait pour certaines structures « **une vraie demande de la part du public mais un financement [n'est] pas toujours facile de la part des institutions** ». Les financements, aussi diversifiés soient-ils, ne permettent pas de développer le pôle et de recruter le personnel nécessaire. Un·e répondant·e (Q2) indique : « Nous aurions une personne dédiée à l'EAC, elle aurait de quoi travailler à plein temps. Mais les budgets de fonctionnement ne nous permettent pas cette perspective si nous souhaitons garder un disponible artistique suffisant au regard de notre mission relative à la création musicale. »

## **Des visions divisées de l'articulation des activités de médiation de la musique et des actions culturelles**

Les réponses des responsables administratif·ve·s des structures révèlent des **visions divisées sur la médiation de la musique et de son articulation au sein de la programmation**. Certain·e·s répondant·e·s accordent la **priorité à « l'aspect artistique »**, reléguant ainsi les activités de médiation de la musique à un rôle secondaire. Toutefois, une autre approche émerge : **celle d'intégrer les actions culturelles et/ou les projets de médiation de la musique dès les premières étapes des projets artistiques**. Une structure, par exemple, souligne que la médiation de la musique est pensée dès la conception de sa programmation ; cela démontre une volonté de placer les activités de médiation de la musique et/ou les actions culturelles au cœur de leur démarche, évitant que ces actions soient perçues comme un ajout tardif ou marginal.

## **Contraintes importantes freinant le développement de ces activités**

Le **manque de personnel permanent** constitue un obstacle majeur à l'expansion de ces actions. De nombreuses structures considèrent que les actions culturelles et les activités de médiation de la musique devraient être renforcées, notamment par le recrutement d'une personne dédiée à ces missions. Cependant, les budgets de fonctionnement actuels ne permettent pas d'envisager une telle embauche. Les financements spécifiques pour soutenir ces activités sont souvent jugés insuffisants, ce qui limite les capacités des structures à les développer de manière pérenne.

## **Évolutions limitées**

Les perspectives d'évolution des services de médiation de la musique et des actions culturelles au sein des structures répondantes semblent, pour le moment, assez limitées, principalement en raison de **contraintes financières et humaines**. En effet, les structures peinent à trouver des ressources financières stables pour soutenir les actions de médiation de la musique et les développer durablement. Les subventions sont souvent trop faibles ou conditionnées par des appels à projets, **ce qui empêche une planification à long terme** et l'inscription des projets dans la durée. Par ailleurs, le manque de personnel est récurrent dans les réponses. Plusieurs responsables administratif·ve·s ont exprimé le **souhait de renforcer les équipes, mais cela reste difficile à mettre en place, réarguant le manque de financement**. Bien que les actions de médiation de la musique soient jugées essentielles et bénéfiques, leur avenir repose en grande partie sur une amélioration des

ressources disponibles, tant humaines que financières, afin de répondre aux ambitions des structures culturelles.

## Partie III

# Enjeux et formes des projets de médiation de la musique et des projets d'actions culturelles

### A. Les actions culturelles et de médiation de la musique

Quels sont les différents projets mis en place par les personnes chargées des missions d'actions culturelles et de médiation de la musique ? Les résultats permettent de faire plusieurs observations, sans pour autant faire ressortir des particularités spécifiques entre les structures.

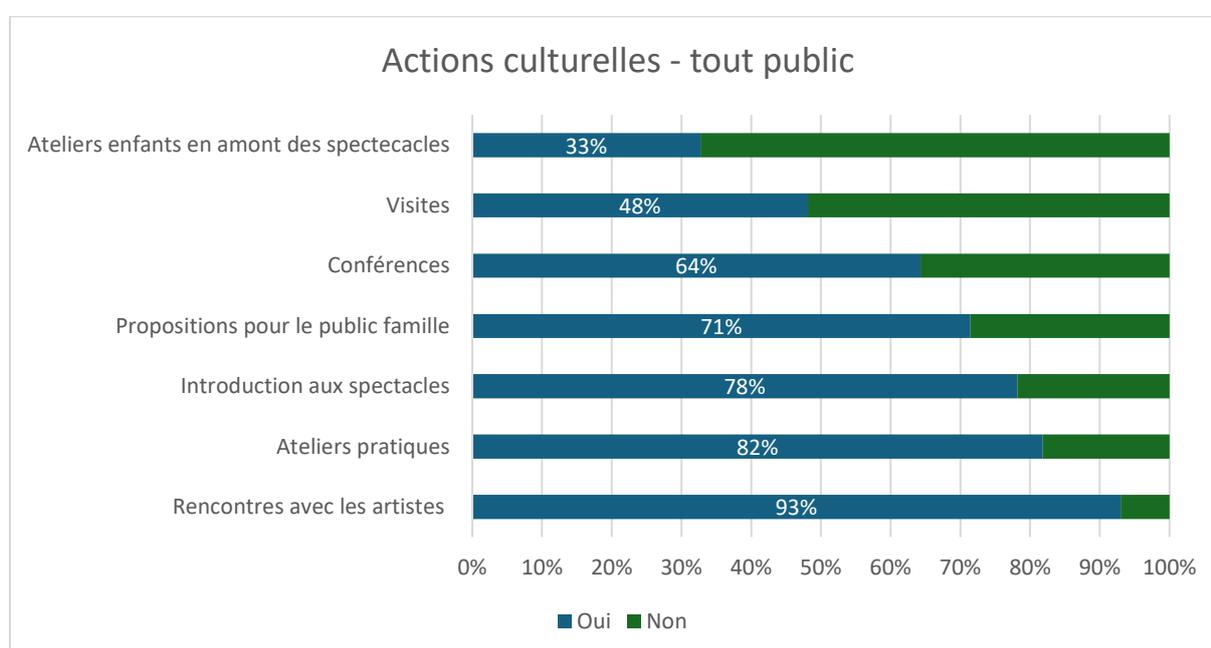


Figure 18 : Proportions des actions culturelles proposées pour le tout public.

On note une grande diversité des actions menées par les structures culturelles en direction du tout public, **où plus de 90% des répondant-e-s proposent des rencontres avec les artistes** (93%). Les activités pour le public familial, les introductions aux spectacles et les ateliers pratiques sont également très présents : plus de 70% des structures réalisent ces actions. En revanche, les visites de structures (48%) dépendent souvent de la disponibilité des locaux à visiter mais aussi des facilités d'accès en transport en commun des lieux, ce qui peut expliquer ce pourcentage plus faible. De plus, on observe que les ateliers enfants en amont des spectacles sont aussi minoritaires (33%).

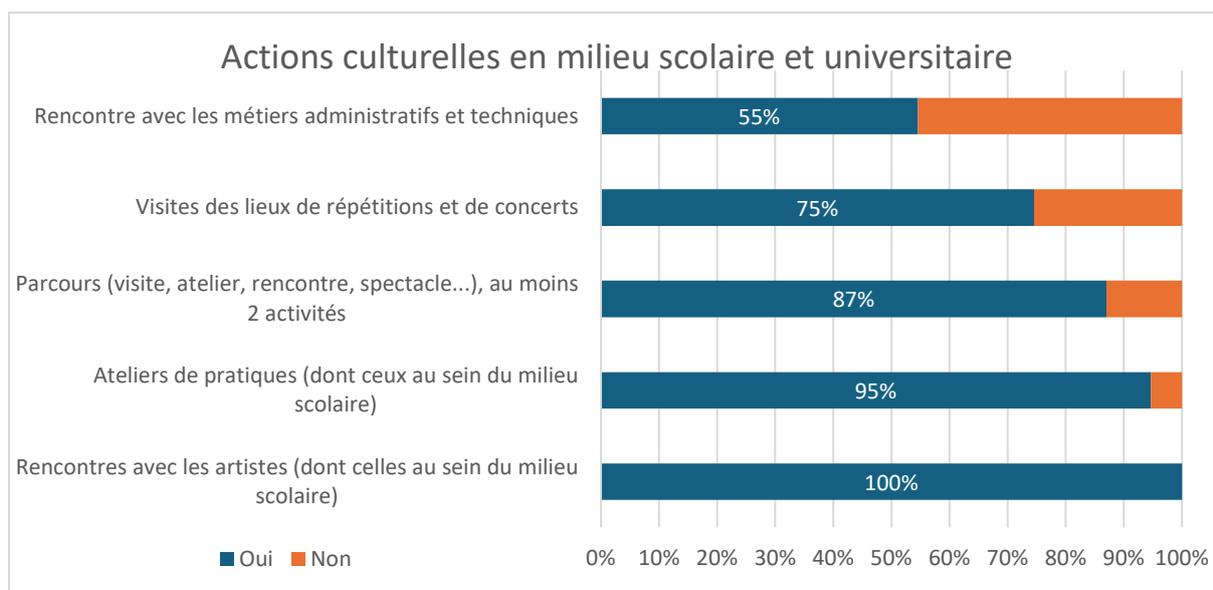


Figure 19 : Proportions des actions culturelles proposées en milieu scolaire et universitaire.

Il s'agit du graphique le plus représentatif, mettant en évidence l'engagement des structures dans ce domaine de l'éducation artistique et culturelle (EAC). En effet, **la totalité des structures organise des rencontres avec des artistes, 95 % proposent des ateliers de pratique artistique, et 87 % offrent des parcours composés d'au moins deux activités.** De plus, 75 % des structures organisent des visites de lieux de répétition ou de concert, tandis que 55 % permettent des rencontres avec des professionnel·le·s des métiers administratifs et techniques.

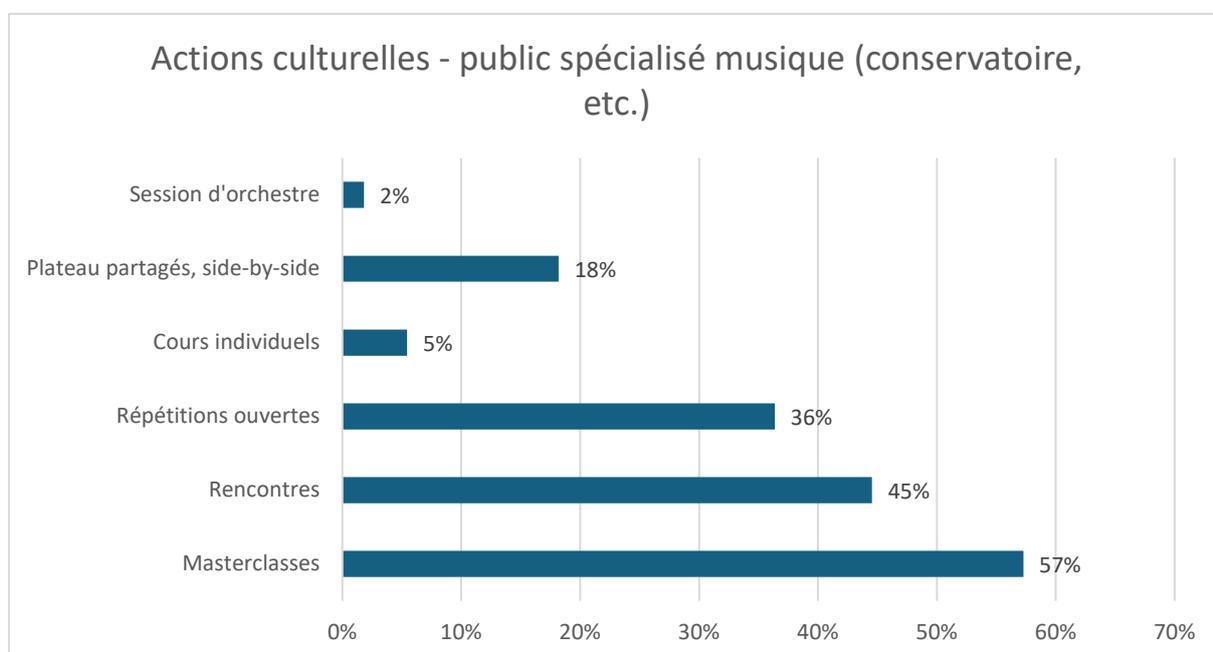


Figure 20 : Proportions des actions culturelles proposées pour le public spécialisé musique.

**Les actions au sein des structures spécialisées dans la musique (conservatoire, etc.) semblent être les moins fréquentes.** On observe très peu de sessions d'orchestre ou de cours individuels – 5% ou moins (cela ne relève pas des missions de la médiation de la

musique ou des actions culturelles par ailleurs). Néanmoins, plus de 55% des structures proposent des masterclasses et 45% organisent des « rencontres ».

Ces données illustrent la diversité d'actions et de formats réalisés par les équipes d'actions culturelles. L'accent est clairement mis sur les formats en milieu scolaire, qui bénéficient de nombreuses actions (rencontres avec des artistes, ateliers pratiques, parcours multi-activités). **Ces projets s'inscrivent dans la volonté de « renouveler le public » et de « former le public » comme l'indique un-e responsable administratif-ve d'une structure (Q2)**. Par ailleurs, ces actions sont soutenues par des politiques culturelles comme le label « 100% EAC », encourageant l'éducation artistique et culturelle.

## B. Projet de médiation de la musique et/ou d'actions culturelles emblématique

Dans le questionnaire 1, il était demandé aux répondant-e-s de présenter un projet de médiation ou d'actions culturelles emblématiques de leur structure. Les résultats font apparaître des caractéristiques communes :

- Il s'agit de **projets s'inscrivant dans la durée**, permettant un suivi et une implication plus importante des participant-e-s ;
- L'accent est mis sur **l'aspect participatif voire créatif** où **les spectateur-ric-e-s deviennent acteur-ric-e-s du projet, allant jusque co-créer** de nouveaux objets artistiques ;
- Ces projets sont fréquemment destinés à **des publics spécifiques, notamment les scolaires et les personnes âgées**, voire parfois les deux en parallèle, favorisant des échanges intergénérationnels et renforçant les liens sociaux par la culture ;
- La **pluridisciplinarité** semble aussi être au cœur de ces projets, tels que les arts plastiques, la danse ou le théâtre.

### De la conception à la réalisation des activités médiation de la musique

Le questionnaire n'a pas permis de répondre clairement à la spécificité du métier de médiateur-ric-e-s ni au processus de conception des actions de médiation de la musique. Cela peut s'expliquer par une certaine confusion entre le poste de « médiateur-ric-e » et celui de « chargé-e de médiation », eux-mêmes ayant des missions entremêlées. Les médiateur-ric-e-s sont les personnes qui, sur le terrain, font le lien entre le public et l'objet musical en tant qu'intermédiaire. Les médiateur-ric-e-s sont dans la plupart des personnes à profil artistique ou ayant suivi une formation en musicologie. A l'inverse, le-a chargé-e de médiation est responsable de la conception et de l'organisation opérationnelle de ces actions de

médiation, se rapprochant davantage d'un·e chargé·e de production dédié·e à la médiation de la musique.

La conception des médiations relèverait d'un travail de collaboration entre le·a médiateur·rice et le·a chargé·e de médiation. Parfois certaines personnes de l'équipe administrative ayant une expertise musicale peuvent aussi s'emparer de cette mission, comme le·a directeur·rice de la structure. Les répondant·e·s de cette enquête sont majoritairement des chargé·e·s de médiation, par conséquent iels ne sont pas systématiquement responsables de la programmation des projets de médiation de la musique ; leur rôle semble davantage orienté vers l'organisation des actions, plutôt que dans leur conception artistique.

**Cette vision confuse autour des responsabilités et des rôles liés à la médiation de la musique témoigne de la complexité de ce milieu, où les lignes entre conception, animation et organisation sont parfois mal définies mais aussi propres aux structures. Une clarification des missions respectives de chacun·e pourrait aider à mieux structurer ces pratiques.**

## Partie IV

### Ancrage territorial et profils des publics

#### A. Les publics touchés et les lieux des médiations et des actions culturelles

**Les publics scolaires occupent une place centrale dans les actions de médiation de la musique menées par les structures ayant répondu à l'enquête. 75% déclarent intervenir auprès des classes élémentaires, faisant de ce niveau scolaire la principale cible de leurs actions. Près de 70 % des répondant·e·s mènent également des projets au collège, et 60 % au lycée.** En revanche, les activités de médiation de la musique et d'actions culturelles dans l'enseignement supérieur touchent seulement la moitié des répondant·e·s, et les interventions en maternelle concernent un quart d'entre eux-elles. Cette focalisation sur le public scolaire du premier et second degré peut s'expliquer par les orientations de la politique d'Éducation Artistique et Culturelle (EAC) promue par l'État, qui encourage fortement les initiatives à destination de ces publics.

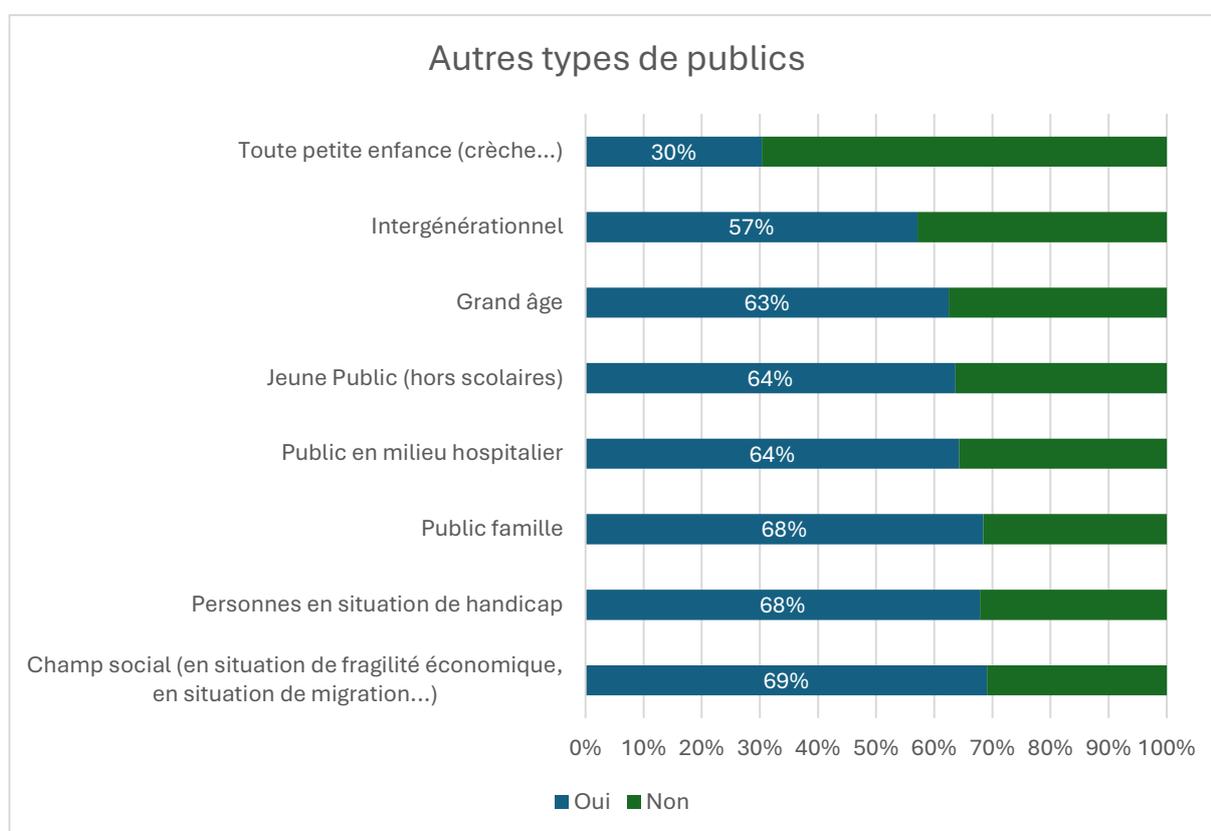


Figure 22 : Type de public touché par les projets de médiation et d'actions culturelles.

**Entre 60% et 70% des structures interrogées réalisent des actions pour le grand âge**, le jeune public (hors scolaire, le public en milieu hospitalier, le public famille, les personnes en situation de handicap et le public en champ social). Certain·e·s répondant·e·s ajoutent qu’iels souhaitent faire des actions avec des nouveaux publics mais qu’iels manquent de moyens pour les mettre en œuvre.

Pour conclure, **le public scolaire est le premier public des répondant·e·s, notamment pour les élèves du primaire et du second degré (collège et lycée)**. En dehors du milieu scolaire, une majorité des structures propose des médiations pour le grand âge, les familles, les personnes en situation de handicap, et les publics du champ social, avec des taux d'engagement allant de 60 % à 70 %. Néanmoins, des limites financières empêchent les personnes chargées des missions d’actions culturelles de diversifier ces publics.

## B. Les territoires concernés

Les structures interrogées déploient leurs actions à différentes échelles territoriales. **Parmi elles, l'échelle régionale (59%) et l'échelle départementale (48%) sont les plus fréquentes, ce qui est corrélé à une part plus importante des financements obtenus provenant de ces collectivités.** 41% des structures proposent des actions de médiation de la musique ou d’actions culturelles au sein de la ville d’implantation de la structure. Cependant, cette donnée nécessite une nuance, car le terme « ville » pourrait omettre les initiatives dans des zones rurales ou dans des villages. 34% des répondant·e·s mènent des actions au sein des communautés de communes tandis que 20% seulement à l'échelle nationale.

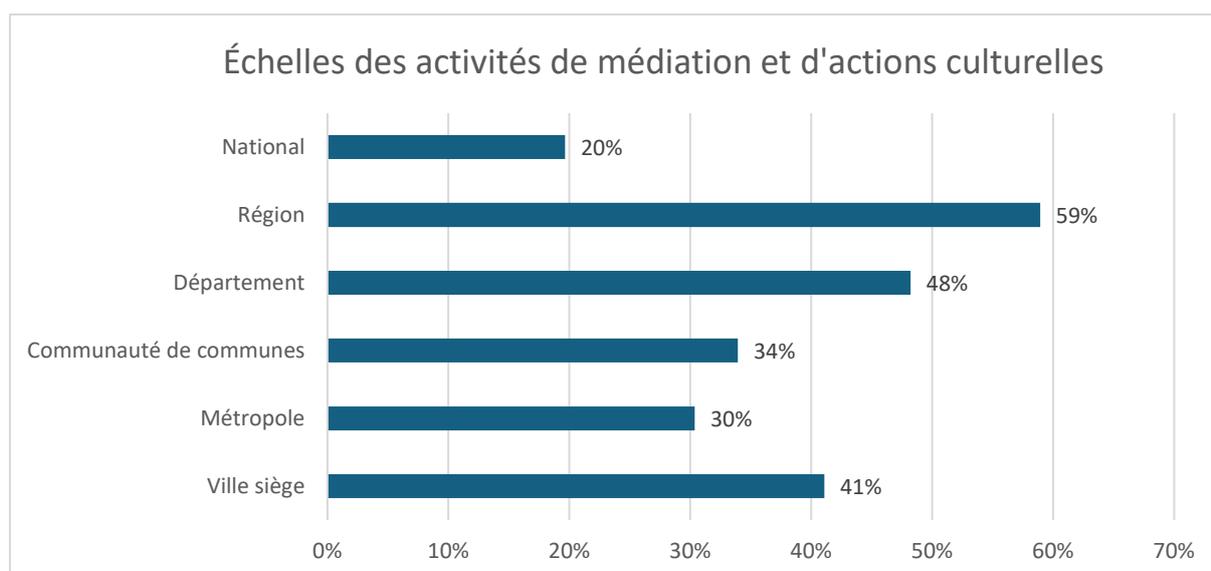


Figure 23 : Proportion des activités culturelles selon les échelles territoriales.

Cependant, certains aspects restent à clarifier : par exemple, nous ne disposons pas de données précises sur la quantité de projets réalisés à chacune de ces échelles. De même, pour les structures situées à proximité de frontières régionales, leur rayonnement pourrait s'étendre à l'échelle nationale plus facilement que d'autres structures. Le territoire d'implantation de la structure joue donc un rôle crucial dans la détermination des échelles d'intervention, mais une analyse approfondie sur ce point reste à mener.

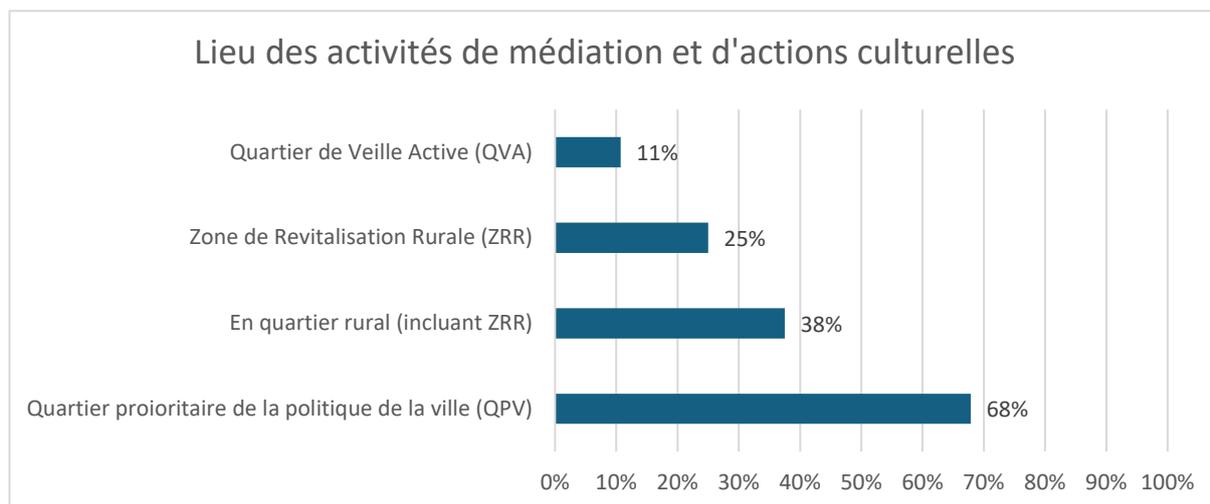


Figure 24 : Localisation des actions culturelles en fonction des priorités territoriales.

**Plus de 65% des répondant·e·s proposent des actions en Quartier prioritaire de la Politique de la Ville (QPV).** Ce taux relativement élevé s'explique par la forte présence des structures interrogées se situant en agglomération. A l'inverse, 38% des structures réalisent des actions de médiation de la musique en zone rurale, dont 25% en Zone de Revitalisation Rurale (ZRR).

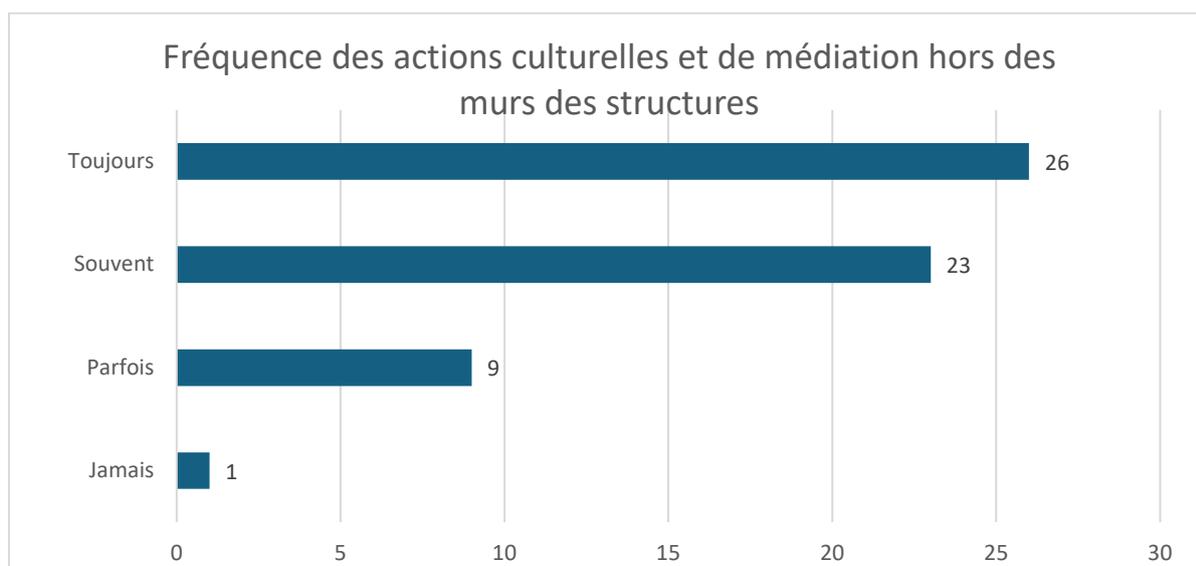


Figure 25 : Fréquence des activités culturelles et de médiation hors site en nombre de structures répondantes pour chaque fréquence.

**Un peu moins de la moitié des structures interrogées mène toujours des actions culturelles hors de leurs locaux.** Le questionnaire n'a pas précisé si ces structures disposaient de lieux adaptés pour cela. Ces actions se tiennent probablement dans des établissements scolaires, des centres culturels ou d'autres lieux extérieurs.

## Conclusion

Cette enquête met en évidence les défis qui incombent aux personnes en charge des missions de médiation de la musique et des actions culturelles au sein des structures musicales. Ces activités, bien que de plus en plus valorisées et parfois imposées par les cahiers des charges des institutions et conditionnées à des aides financières, **souffrent d'un manque de ressources humaines et économiques**. Alors que la mise en place de projets de médiation de la musique ou d'actions culturelles est souvent une condition pour obtenir des subventions, ces projets ne bénéficient pas directement des moyens nécessaires pour assurer leur bon fonctionnement. Cela conduit à une situation où **les équipes sont sous-dotées et les postes, précaires et limités dans leur évolution**. Toutefois, **la forte proportion de contrats à durée indéterminé semble témoigner d'une stabilisation en cours dans ce secteur d'emplois spécifique**.

On distingue une grande diversité de conceptions de ces missions, en fonction des priorités et des ressources de chaque structure musicale. Cette singularité, bien qu'enrichissante, peut parfois entraîner une confusion en termes de rôles et d'attentes. En effet, il **existe un flou persistant sur la définition des fonctions entre les médiateur·rice·s et les chargé·e·s de médiation, ainsi que sur leurs missions**. Les postes sont occupés par une hétérogénéité de profils, issus de parcours de formation variées et exerçant souvent des tâches multiples, notamment au sein de petites structures (moins de 9 salarié·e·s). **Par conséquent, cela rend difficile la structuration d'une véritable identité professionnelle dédiée à la médiation de la musique et aux actions culturelles qui en découle**.

**L'instabilité des postes est un autre constat marquant de l'enquête**. Les postes dédiés aux activités de médiation de la musique semblent être fragiles, marqués par une forte rotation des effectifs, ce qui empêche la mise en place d'une structuration de ces missions de manière durable et cohérente. En effet, cette précarité est combinée à une **confusion autour des intitulés de postes et des missions spécifiques à la médiation de la musique et aux actions culturelles**, souvent associées aux missions de communication. Objets elles-mêmes de cette confusion, des activités éducatives, de formation professionnelle, de pédagogie artistique ou de vulgarisation présentées comme de la médiation contribuent à en brouiller la définition. **Afin de dissiper les amalgames, il pourrait être pertinent de clarifier les rôles et missions entre les fonctions de médiation de la musique et celles de communication**.

Comme le souligne Sylvie Pébrier, le travail de médiation de la musique, bien qu'en expansion, reste encore trop peu visible et est souvent considéré comme une tâche isolée, séparée des autres fonctions :

D'un côté, on assiste à un accroissement régulier du nombre d'actions et du volume de formation continue à destination de leurs partenaires. Toutefois, le travail de médiation de la musique mené par les équipes reste trop peu visible et les actions encore trop souvent considérées comme séparées et secondaires. D'où la formation fréquemment isolée des équipes au sein des lieux, alors que **leur rapprochement des fonctions de programmation permettrait également d'enrichir celle-ci. Reste en effet à penser ensemble la programmation et la médiation pour créer les conditions d'une tension féconde entre singularité et commun.**<sup>5</sup>

En écho, de nombreux·euses professionnel·le·s constatent **l'absence de reconnaissance de ces missions, perçues parfois comme périphériques** par rapport à d'autres fonctions centrales, comme la production ou la diffusion. Certaines structures considèrent ainsi la médiation de la musique et les actions culturelles comme une activité indépendante, détachée de la direction artistique, tandis que d'autres tentent d'intégrer ces actions dès les premières étapes de la conception de leurs projets. Cette situation entraîne un manque d'identification claire des rôles de chacun au sein des structures, ce qui fragilise l'organisation et **limite les perspectives d'évolution des postes dédiés à la médiation et aux actions culturelles. Le défi majeur réside donc dans la reconnaissance du rôle fondamental de la médiation et dans la structuration de ces missions.** Ce manque de valorisation empêche la médiation de la musique d'être pleinement intégrée dans la stratégie des structures culturelles.

Pour que la médiation puisse trouver pleinement sa place et se développer durablement, il semble nécessaire d'établir **une politique globale et concertée au sein des structures musicales.** Cette démarche nécessite l'implication de toutes les parties prenantes – des équipes de médiation aux directions artistiques – et **une prise en compte de la médiation de la musique dès les prémices de la conception des projets artistiques. Associer la médiation dès la phase de programmation permet de penser une stratégie relationnelle approfondie avec les publics, où les participant·e·s deviennent eux·elles-mêmes des acteur·rice·s des projets.**

Le paradoxe réside dans le fait que la médiation de la musique et les actions culturelles, malgré leur importance croissante, **restent dépendantes de financements ponctuels et fragiles.** Les actions culturelles sont souvent financées par des aides au projet, avec un soutien limité pour le développement de postes permanents et spécialisés dans ce domaine. Cela crée une dynamique où les médiateur·rice·s et chargé·e·s de médiation doivent constamment rechercher de nouvelles sources de financement, limitant leur capacité à planifier des projets à long terme et à établir des relations durables tant avec les publics qu'avec les partenaires des projets. De plus, les financements obtenus pour ces actions sont souvent insuffisants, ce qui réduit la marge de manœuvre des structures et

---

<sup>5</sup> Sylvie Pébrier, *Réinventer la musique dans ses institutions, ses politiques, ses récits : essai*, Château-Gontier, Aedam Musicae, 2021, p. 114.

accentue la précarité des emplois liés à la médiation de la musique. **Grâce à des financements plus adaptés, l'instauration d'une continuité permettant de favoriser l'inter-connaissance des parties et une vision à long terme des projets garantirait des relations de confiance avec les publics et les structures partenaires** (comme les écoles, les hôpitaux et les communes) **et contribueraient à ancrer la médiation comme partie prenante du projet artistique et social de la structure.**

Il est important de rappeler que les réponses à cette enquête reflètent davantage **la façon dont les répondant·e·s perçoivent leur métier et leurs rapports aux autres missions et acteur·rice·s** (administration, production, programmation, par exemple) qu'une réalité professionnelle globale de la médiation de la musique et des actions culturelles. Au regard des réponses obtenues, Il s'agit donc ici de prendre conscience des **représentations** que les répondant·e·s ont de leur travail, combinées à des analyses reposant sur des éléments tant objectifs que subjectifs sur ces activités.

Par ailleurs, le faible taux de réponse, en particulier des responsables administratif·ve·s pour le second questionnaire (7 % des structures de l'ensemble de l'échantillon), interroge quant **à l'implication des structures sur les sujets de médiation de la musique.** À l'issue de cette présentation, deux hypothèses peuvent ainsi être formulées :

1. Certaines structures n'ayant pas de personnel spécifiquement dédié aux missions de médiation de la musique ou d'actions culturelles ne se sentent peut-être pas concernées par l'enquête ou ne pensent pas correspondre au profil attendu. La précarité de ces emplois dans le secteur liés aux difficultés plus larges de financement de la culture et au manque de temps dont disposent les responsables des structures pourrait également expliquer les difficultés à répondre.
2. La médiation de la musique et les actions culturelles ne sont peut-être pas perçues comme une priorité ou comme une mission centrale, eu égard à l'ampleur des périmètres et missions déjà couvertes par ces métiers. Cela pourrait expliquer le désintérêt ou le faible taux de participation pour le questionnaire 2, malgré l'importance croissante des activités de médiation de la musique et d'actions culturelles au sein des politiques culturelles.

Cette enquête révèle ainsi des enjeux complexes qui dépassent la question des moyens financiers. Elle met en évidence la nécessité d'une **réflexion en profondeur sur la place de la médiation de la musique au sein des structures musicales**, sur sa reconnaissance en tant que métier à part entière, et sur la manière dont elle pourrait être intégrée plus étroitement à la direction artistique des projets. **L'exploration de ces questions, notamment la possibilité de prolonger cette enquête par la réalisation d'entretiens approfondis et par l'organisation de temps d'échanges entre les différents acteur·rice·s du secteur, permettrait non seulement de préciser les résultats de cette enquête mais aussi d'explorer des pistes concrètes pour structurer et pérenniser ces missions.** La

médiation de la musique, en tant que passerelle entre l'art et la société, nécessite une reconnaissance et des ressources à la hauteur des missions qui lui reviennent : celles d'encourager et de faciliter la rencontre entre les propositions artistiques et les publics.

# Bibliographie

## **Enquêtes et rapports :**

- AUBOUIN Nicolas, KLETZ Frédéric et LENAY Olivier, *Entre continent et archipel: les configurations professionnelles de la médiation culturelle*, Rapport final de l'étude qualitative sur l'évolution des emplois de la médiation dans le secteur culturel, Paris, Ministère de la Culture et de la Communication, DEPS, Mines ParisTech, Centre de gestion scientifique / École des Mines, octobre 2009. [https://reseau-lmac.fr/medias/files/ressources/f37\\_entre-continent-et-archipel-les-configurations-professionnelles-de-la-mediation-culturelle.pdf](https://reseau-lmac.fr/medias/files/ressources/f37_entre-continent-et-archipel-les-configurations-professionnelles-de-la-mediation-culturelle.pdf)
- CHATAIGNÉ Hyacinthe, MARTI Priscilla, SOURISSEAU Réjane, *Actions culturelles et musiques actuelles*, Opale et FEDELIMA, 2014. <https://www.opale.asso.fr/article318.html>
- HÉDIN-CHRISTOPHE Marie, HENRY Marie-Cécile, *Médiation et actions pédagogiques par les ensembles de la FÉVIS*, FEVIS, 2017. <https://www.fewis.com/wp-content/uploads/2017/10/Cahier-Mediation-et-Numerique.pdf>
- DAVALLON Jean, TAUZIN Karine, *État des lieux des professionnels de la médiation culturelle en Rhône-Alpes*, rapport d'étude, association Médiation culturelle, février 2006. [https://cosoter-ressources.info/index.php?lvl=notice\\_display&id=70161](https://cosoter-ressources.info/index.php?lvl=notice_display&id=70161)
- MOULINIER Pierre, *Histoire des politiques de démocratisation culturelle : Écrits sur la démocratisation culturelle*, Comité d'Histoire du Ministère de la Culture et de la Communication Paris, Ministère de la Culture et de la Communication, 2011, révisé juillet 2012.

## **Articles, chapitres d'ouvrages et ouvrages scientifiques :**

- BORDEAUX Marie-Christine, « La médiation culturelle Des dispositifs et des modèles toujours en tension », *L'Observatoire*, 2018/1 N° 51, p.5-8. <https://hal.science/hal-02022036/document>
- CASEMAJOR Nathalie, LAMOUREUX Ève, et RACINE Danièle, « Art participatif et médiation culturelle. Typologie et enjeux des pratiques », dans Cécile Camart, François Mairesse, Cécile Prévost-Thomas, Pauline Vessely (dir.), *Les mondes de la médiation culturelle, Vol. 1, Approches de la médiation*, Paris, L'Harmattan, coll. « Les cahiers de la médiation culturelle », 2015, vol. 1, p. 171-184. <https://hal.science/hal-03197448/document>
- CHAUMIER Serge, MAIRESSE François, *La médiation culturelle*, Paris, Armand Colin, coll. « U », 2013.
- ELOY Florence (dir.), « Chapitre II. Des professionnels en quête de reconnaissance », *Comment la culture vient aux enfants : repenser les médiations*, Presse de Sciences Po/Ministère de la Culture - DEPS, 2021. p.53-89.
- JAMMET Yves, (dir.), *Médiation culturelle et politique de la ville : un lexique*, Paris, Caisse des dépôts et consignations, 2003.
- PATRIAT Claude, *La culture, un besoin d'État*, Paris, Hachette, 1998.
- PÉBRIER Sylvie, *Réinventer la musique dans ses institutions, ses politiques, ses récits : essai*, Château-Gontier, Aedam Musicae, 2021.

- PRÉVOST-THOMAS Cécile, « Le concert participatif : une forme efficiente pour partager la médiation de la musique classique », dans « Fenêtre ouverte sur la médiation culturelle », *Revue musicale OICRM*, vol. 7, n°2, octobre 2020. <https://revuemusicaleoicrm.org/rmo-vol7-n2/concert-participatif/>
- PRÉVOST-THOMAS Cécile, *Penser la chanson et la médiation de la musique en sociologue*, HDR en sociologie, (2 volumes), Université Paris Nanterre, 27 septembre 2022.
- WARESQUIEL Emmanuel (dir.), *Dictionnaire des politiques culturelles de la France depuis 1959 (1/2)*, Larousse/CNRS éditions, 2001.
- WALLON Emmanuel, « Méditer la médiation », dans *La médiation culturelle dans les arts de la scène*, Lausanne, La Manufacture, Haute école de théâtre de Suisse romande 2011, p.12-22.

# Annexes

## Annexe 1. Glossaire des sigles

CDD : Contrat à Durée Déterminée

CDI : Contrat à Durée Indéterminée

Cerlis : Centre de recherche sur les liens sociaux

Cifre : Conventions industrielles de formation par la recherche

DRAC : Direction Régionale des Affaires Culturelle

EPHAD : Établissement d'hébergement pour personnes âgées dépendantes

EAC : Éducation artistique et culturelle

ETP : Équivalent Temps Plein

Fevis : Fédération des ensembles vocaux et instrumentaux spécialisés

MMC : Maison de la Musique Contemporaine

OGC : Organisme de Gestion Collective

Profedim : Syndicat professionnel des Producteurs, Festivals, Ensembles, Diffuseurs  
Indépendants de Musique

QPV : Quartier prioritaire de la Politique de la Ville

QVA : Quartier de Veille Active

Sacem : Société des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique

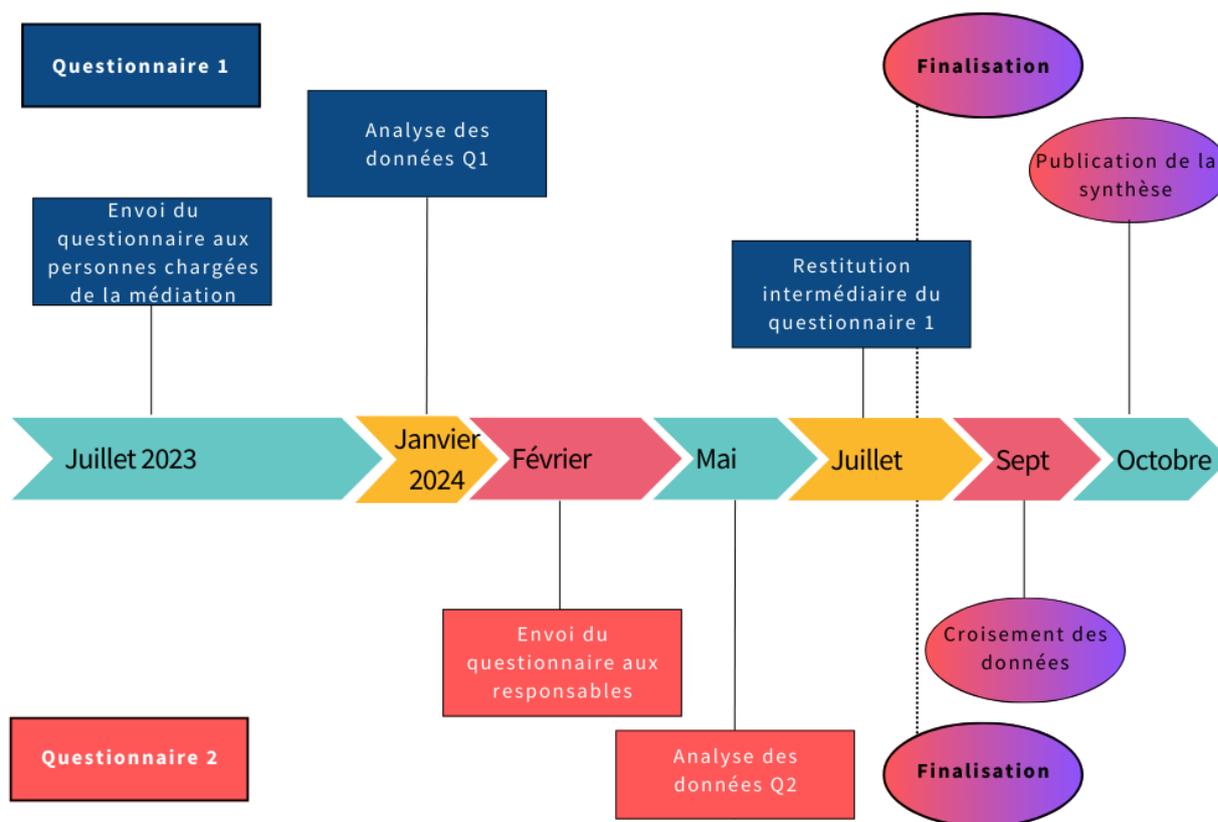
ZRR : Zone de Revitalisation Rurale

## Annexe 2. Temporalité de l'enquête

L'enquête s'est déroulée sur une période temporelle étendue :

Questionnaire 1 (médiation de la musique et actions culturelles) : de juillet 2023 à janvier 2024, avec une analyse prévue de janvier à juin 2024, suivie d'une restitution intermédiaire lors des rencontres annuelles de la médiation le 1<sup>er</sup> juillet 2024.

Questionnaire 2 (responsables administratif·ve·s des structures) : ouverture en février 2024, avec une clôture en mai 2024, et une analyse prévue pour l'automne 2024.



Ce rapport a été écrit par Éloi Savatier, doctorant en sociologie des arts et de la culture à l'Université Sorbonne Nouvelle, membre du Centre de Recherche sur les Liens Sociaux (Cerlis) sous la direction de Cécile Prévost-Thomas en Convention industrielle de formation par la recherche (Cifre) à la Maison de la Musique Contemporaine.

## Remerciements

Nous souhaitons exprimer nos sincères remerciements à :

- **Simon Bernard**, chef du pôle Médiation et développement des publics, et **Estelle Lowry**, directrice de la **Maison de la Musique Contemporaine**, pour leur accompagnement tout au long de l'enquête et leurs précieuses relectures.
- **Chloé Chatté**, déléguée générale adjointe à **Profedim**, pour sa disponibilité, son regard global sur le monde des ensembles musicaux, et sa contribution à la relecture.
- **Cécile Prévost-Thomas**, sociologue et musicologue, maîtresse de conférences HDR à l'**Université Sorbonne Nouvelle**, pour son aide méthodologique et ses conseils éclairés lors de la relecture.