



La rencontre du **jeudi 29 janvier**, organisée dans le cadre de **ProPulse** à la **Maison du Peuple de Saint- Gilles** en partenariat avec **AssProPro**, **Court-Circuit** et la **FBMU**, partait d'un constat partagé : il devient de plus en plus difficile de **valoriser l'émergence musicale** et d'amener les publics vers la **découverte** dans les salles de concerts et lieux culturels.

Face à ce constat, la table ronde interrogeait la **médiation culturelle en musiques actuelles** : comment créer des ponts entre artistes, œuvres et publics ? Comment nourrir la curiosité musicale en dehors du cadre scolaire ? Et comment intégrer durablement ces pratiques dans les projets artistiques et les lieux de diffusion, malgré des moyens souvent limités ?

Les échanges croisent les points de vue d'acteur·rices de terrain (salles, centres culturels, artistes, managers, médiateur·rices), offrant une vision concrète, critique et nuancée de la médiation aujourd'hui.

L'objectif de la rencontre était double :

- **Clarifier ce que recouvre la médiation culturelle en musiques actuelles**, au-delà des idées reçues.
- **Partager des expériences concrètes**, portées par des artistes, des lieux, des centres culturels et des intermédiaires, afin d'identifier les conditions de réussite, les freins et les perspectives d'évolution.

Définir la médiation culturelle en musiques actuelles

Un premier temps collectif permet de dégager une série de **mots-clés** associés à la médiation culturelle : *accessibilité, rencontre, accompagnement, intermédiaire, facilitateur, temps, échange, découverte, vulgarisation*. Ces termes soulignent une approche fondée sur le lien, la transmission et la relation, plutôt que sur une logique de simple diffusion.

Marine Idir (Petit Bain - Paris) propose une définition de référence : la médiation est un **outil qui crée du lien entre des publics, des expériences et des œuvres**, en intégrant pleinement les **artistes** dans ce processus. Elle insiste sur le fait que la médiation ne se limite pas à l'explication d'une œuvre, mais qu'elle vise à créer des espaces de dialogue, d'appropriation et de partage d'expériences.

Un débat s'ouvre rapidement autour de l'idée selon laquelle la médiation serait plus « naturelle » ou plus légitime dans d'autres disciplines artistiques (théâtre, arts plastiques, littérature) que dans la musique. **Michaël Wolteche (Enthusiast Music)** remet en cause ce postulat : selon lui, la musique est un **langage universel**, capable de transmettre émotions et sens même en l'absence de langue commune. Elle constitue un outil puissant pour se sentir vivant·e, exprimer ses émotions et entrer en relation.

Mais si la médiation musicale est tout à fait pertinente, elle reste **moins institutionnalisée** dans les politiques culturelles et dans les parcours de formation des professionnel·les des musiques actuelles. La médiation est souvent apprise « sur le tas », lorsqu'une structure ou un projet en fait un axe prioritaire.

La place des artistes : entre envie de partage et manque de formation

Le témoignage de **Juliette Bossé (artiste - RIVE)** éclaire de manière très concrète la réalité vécue par de nombreux·ses artistes. Elle souligne que les artistes sont rarement formé·es à la médiation culturelle et qu'il existe peu de dispositifs d'accompagnement spécifiques pour développer ces compétences.

Son expérience avec les Jeunesses Musicales illustre les ajustements nécessaires lorsqu'un projet artistique s'adresse à des publics scolaires, et en particulier à des adolescent·es. La médiation implique alors de **repenser en profondeur les formats** :

- Adaptation de la durée du set,
- Intégration de moments de parole et d'échange,
- Création de liens entre les thématiques des chansons et les préoccupations des jeunes,
- Adaptation technique (setup, matériel, contraintes des lieux non équipés).

Ces ajustements se font souvent sans formation préalable, ce qui peut rendre l'expérience éprouvante, voire violente, émotionnellement. Pourtant, Juliette souligne également combien ces projets deviennent de véritables **laboratoires artistiques**, permettant de développer de nouvelles compétences, de renforcer la présence scénique et de nourrir la pratique artistique.

La médiation apparaît ainsi non pas comme une activité périphérique, mais comme un **espace de recherche et d'expérimentation** pour les artistes, à condition qu'ils et elles soient accompagnés et reconnus.

Tous les projets musicaux peuvent-ils se prêter à la médiation ?

La question de l'adéquation entre projets artistiques et médiation traverse l'ensemble des échanges. **Michaël Wolteche** insiste sur le fait que la médiation repose avant tout sur un **désir de partage** et sur l'existence d'un propos ou d'une démarche artistique qui dépasse la seule performance musicale.

L'exemple du **Wild Classical Music Ensemble**, groupe composé de personnes porteuses et non porteuses de handicap, illustre une forme de médiation parfois **spontanée**. À l'occasion d'une tournée à La Réunion, les concerts ont donné lieu à des rencontres avec des jeunes en situation de handicap, dans un contexte où cette réalité est socialement taboue. Ces échanges ont permis de transformer le regard porté sur le handicap, en mettant en lumière sa dimension créative et sa force.

Un point essentiel ressort : la médiation est un **échange à double sens**. Les artistes y gagnent autant que les publics, en termes d'ouverture, de sens et d'enrichissement humain. Elle ne doit donc pas être pensée comme une mission à sens unique, mais comme une relation réciproque.

Les différents niveaux de médiation culturelle

La discussion permet de distinguer clairement **plusieurs niveaux de médiation**, qui peuvent coexister au sein d'un même lieu ou d'un même projet.

1. La médiation autour du concert

Ce premier niveau regroupe des actions relativement légères en termes de moyens :

- Rencontres avec les artistes avant ou après les concerts,
- Visites de lieux,
- Accès aux répétitions ou aux résidences,
- Découverte des métiers de l'ombre et des coulisses.

Ces actions ont un impact fort sur les publics : elles démystifient la figure de l'artiste, rendent les lieux plus accessibles et créent un sentiment de privilège et de proximité.

2. L'action culturelle au long cours

Le second niveau correspond à des projets plus ambitieux : ateliers de création, co-création, projets participatifs inscrits dans la durée. Ces démarches demandent davantage de temps, d'énergie et de moyens, mais permettent de tisser des **liens durables** avec des publics peu familiers des lieux culturels.

Sahura Debroux (Le Vecteur) insiste sur l'importance du temps long pour permettre aux participant·es de sortir de leur carapace, de développer la confiance et de s'approprier les espaces culturels.

Exemples de projets de médiation au long cours Plume Libre (Le Vecteur – Eden – CPAS de Charleroi)

Le projet **Plume Libre** s'adresse à des jeunes de 16 à 25 ans traversant des difficultés psychiques et peu enclins à fréquenter des dispositifs de soin traditionnels. En partenariat avec le secteur psycho-social, le projet propose un accompagnement artistique sur plusieurs mois : écriture, création musicale, Vjing, scènes ouvertes.

Les effets observés sont multiples :

- Développement de la confiance en soi,
- Amélioration des relations sociales,
- Réappropriation de la parole et des espaces culturels,
- Création de liens durables entre participant·es et avec l'équipe du lieu.

Le projet a également eu un **impact direct sur la programmation** du Vecteur, en révélant l'existence de publics intéressés par le rap et le slam, jusque-là peu présents dans la salle.

Être vues et entendues (Petit Bain)

Marine Idir présente le projet **Être vues et entendues**, mené avec des femmes en situation de grande précarité accueillies par le Samu Social de Paris. Le projet est co-construit avec les participantes, en tenant compte de leurs envies, de leurs contraintes et de celles du lieu.

Des ateliers d'écriture et d'expression corporelle sont organisés dans un lieu tiers, plus accessible géographiquement, avant un temps de restitution publique pensé comme un moment de valorisation plutôt que comme un événement spectaculaire. Le projet illustre l'importance :

- De la co-construction,
- Des partenariats,

- Des moments de convivialité,
- De la reconnaissance artistique et symbolique des participant·es.

Budgets, partenariats et réalités structurelles

Les exemples partagés montrent que les budgets de médiation peuvent varier fortement :

- Environ 5 000 € pour des projets ciblés,
- Jusqu'à 15 000–20 000 € pour des projets au long cours intégrant de nombreux ateliers et partenaires.

Ces projets reposent rarement sur des fonds propres uniquement. Les **partenariats** avec le secteur social, médico-social ou institutionnel apparaissent indispensables, tant pour le financement que pour l'accompagnement des publics.

Un principe fort est rappelé : « *Quand on s'adresse à tout le monde, on ne s'adresse à personne* ». Identifier précisément les publics visés et assumer des choix stratégiques est essentiel.

Médiation culturelle et santé mentale

Un enjeu majeur, souvent peu abordé, concerne l'**impact émotionnel** des projets de médiation sur les équipes et les artistes. Contrairement aux travailleur·euses sociaux·ales, les professionnel·les de la culture disposent de peu de dispositifs de soutien.

Plusieurs pistes émergent :

- Cadrer clairement les projets et les rôles,
- Travailler avec des partenaires du soin,
- Prévoir des temps de préparation et de débriefing,
- Poser des limites claires,
- S'appuyer sur des initiatives comme **Discare**, dispositif émergent de soutien à la santé mentale dans le secteur musical.

Médiation et accompagnement des artistes

La médiation ne concerne pas uniquement les publics : elle peut aussi être pensée comme un **outil d'accompagnement artistique**. Le projet **Premières Scènes**, porté par le **Centre culturel de Chênée**, en est un exemple emblématique.

Ce dispositif permet à des groupes émergents de bénéficier d'un accompagnement professionnel : coaching scénique, formation technique, préparation à la diffusion, rencontres avec les publics. Il favorise à la fois la professionnalisation des artistes et la rencontre entre des publics variés, souvent peu habitués à certaines esthétiques musicales.

Conclusion générale

La médiation culturelle en musiques actuelles apparaît, au fil de cette rencontre, comme un **outil central pour l'avenir du secteur**. Elle permet de soutenir l'émergence artistique, de diversifier les publics, de renforcer le rôle social des lieux et d'enrichir les pratiques artistiques.

Toutefois, son développement suppose une **reconnaissance institutionnelle accrue**, des moyens adaptés, une meilleure formation des artistes et des professionnel·les, ainsi qu'une attention particulière portée aux conditions de travail et à la santé mentale. Loin d'être un supplément optionnel, la médiation s'affirme comme un enjeu structurant, à intégrer pleinement dans les missions des lieux et des politiques culturelles.