

Réunion du CRAC Rhône-Alpes/Auvergne
vendredi 16 octobre 2015 à Poët-Célar
dans le cadre de « voix d'exil »
événement en marge des « Nouvelles du Conte » de Bourdeaux (26)

Etaient présents le directeur des Nouvelles du Conte à Bourdeaux et son président .
Deux membres du CA du Réseau National du Conte et des Arts de la Parole
Plusieurs directeurs de festivals ou lieux, agents de conteurs et conteurs professionnels, essentiellement du Rhône, de la Drôme et de l'Ardèche.
Les représentants de l'Auvergne s'étaient excusés

Elargir et diversifier ses publics est devenu vital pour le conte.
Pour cela, il est nécessaire que les conteurs soient reconnus et représentés au niveau national.
Pour accéder à cette représentativité, il faudra :

- Créer un nouveau réseau d'acteurs de la narration, et mettre en chantier un projet par département.
- Rechercher différents types de financement, de préférence privés, les subventions des Collectivités territoriales tendant à disparaître.
- Promouvoir le conte en lui trouvant une nouvelle place : quelle est la vague à prendre pour développer le conte « adultes » ?

1 - Elargir le public « adultes »

A l'inverse des veillées d'autrefois de type sociétales, le public d'aujourd'hui est peu diversifié et se résume quelquefois à « grands-parents et petits enfants », ou bien il est dit « captif » : écoles, prisons, maisons de retraites etc...
Pour l'élargir, il faudrait donc :

- Créer des espaces de prise de parole : « redonner la parole »
Au moins un par département : le CRAC de Saint-Privat a mis en place les « Vendredis du conte » qui réunit environ 50 personnes dont des ados.
On peut aussi trouver un public « jeunes adultes » dans le cadre de « l' Art-thérapie par le conte» qui se développe partout.
Le conteur ne doit pas se replier sur sa « secte » pour la défendre, mais au contraire s'ouvrir vers tous les nouveaux types de raconteurs : danseurs, marionnettistes, mimes etc...Et participer à des manifestations pluridisciplinaires qui feront découvrir le conte, ou, comme on dit aussi, la « parole narrative » qui redonne du sens au temps (celui de l'écoute).
Le CRAC peut organiser des plates-formes pour connaître les candidats conteurs en situation et non en audition.
- Collecter la parole des gens en atelier et éditer (où il est évoqué à nouveau la création d'une maison d'édition) ? Ou donner à entendre à la radio.
- Aller dans les lieux qui ne reçoivent pas régulièrement des conteurs pour adultes. Discussion autour du terme « conte » : lié à l'enfance.
- Utiliser Internet et les réseaux sociaux : exemple de The MOTH aux Etats-Unis qui se présente comme un « facilitateur de contes »
- Impliquer les médias qui ne reconnaissent pas le conte faute d'en avoir les clefs, et qui ne le

perçoivent pas comme un art ou une activité culturelle à part entière.

Travailler sur « la critique du conte » :

La presse écrite locale qui annonce les contes est incapable de les « critiquer », ce sont les correspondants de presse qui se déplacent, pas les journalistes. Il faut donc envoyer un texte ou une critique tout faits directement aux rédactions en même temps qu'aux correspondants locaux. Ils sont généralement utilisés (avec quelquefois des petites coupures : mettre l'essentiel de l'info en début de texte)

- Aller vers les radios. Seules Radiolive, radio méga, Radio Diois, Radiolive, et Fréquence 7 présentent en région des contes. France-Bleue est « payante » : nécessité d'acheter de la publicité (!). Pourtant la radio devrait être le média privilégié de la parole...

Chacun s'engage à prendre contact avec la radio de sa ville et échanger les émissions.

Discussion autour d'un concours...

- Ne pas oublier l'Education Nationale, mais « les faire sortir » plutôt que « aller dedans »

2 - Rechercher de nouveaux types de financement diversifiés et privés.

Ce sont les Collectivités publiques qui financent actuellement le plus le conte (50 à 80%). Mais les subventions diminuent d'année en année.

- Le sponsoring local reste marginal : les contributions sont petites et la contrepartie obligatoire : publicité sur les dépliants et les affiches.

- La billetterie est peu rentable : le prix des entrées est peu élevé.

- Le DRAC ne possède pas de ligne de conte régionale (exemple de la réunion des DRACS à Avignon qui n'a pas reçu les conteurs mais l'agent de Yannick Jaulin...)

- Les Régions redistribuent les dossiers dans les Communautés de Communes (montage des dossiers européens d'action culturelle)

- Les associations telles que le Lions-club ou le Rotary sont aujourd'hui plutôt tournées vers le « social » ou le médical.

Il faut donc s'efforcer d'élargir le niveau d'action. Comment ?

- En s'orientant vers la mobilisation de petits fonds privés : exemple réussi du FRACAS en Lorraine, un groupe de citoyens privés d'aide à la création.

- En mutualisant les démarches de recherches de subvention, et tenter d'agir au niveau national auprès de banques mutualistes et d'entreprises mécènes.

Pour cela (enquête GL auprès du Crédit Coopératif), il faut monter un dossier « en béton » :

Historique

Fonctionnement

Part d'autofinancement

Projet :

Un seul projet est présentable pour une action concrète donnée, non renouvelable en général ou à renégocier chaque année (on quitte le « public » pour rentrer dans le « privé »), qu'il faut chiffrer à l'euro près.

Une idée comme « la promotion des arts de la parole » est beaucoup trop vague et absolument pas porteuse.

Pour l'agora 2016 du RNCAP qui se déroulera en Lorraine, il est proposé la mise en place d'un bus qui partirait du Sud (Marseille ?) via Lyon, la Bourgogne, etc... jusqu'en Lorraine