

## Conférence des Présidents 2010

### **Comment les sections de la Société Suisse des Beaux-Arts trouvent-elles de nouveaux membres?**

Pour répondre à cette question qui préoccupe beaucoup nos 32 sections dont les effectifs se situent entre 34, voire même 20 000 membres, étant donné le vieillissement croissant, le comité directeur de la Société Suisse des Beaux-Arts convoquait le 1<sup>er</sup> juin au soir une *conférence des présidents avec workshop* au Musée des Beaux-Arts d'Olten. 28 cadres ont répondu à l'invitation.

**Christian Zwinggi**, spécialiste du marketing culturel à Uster [www.prbuero.ch](http://www.prbuero.ch) (mandats parmi d'autres: Pour-cent culturel Migros; professeur à la Haute Ecole d'Art + Design de Lucerne), a introduit le sujet, illustrant par des faits et chiffres certaines mutations de la société qui touchent nos associations culturelles. «Plus de vieux, moins de jeunes: l'équilibre entre les générations bascule.» Face au choix immense de loisirs, les jeunes adultes tiennent absolument à organiser en toute autonomie leur temps libre. Raison pour laquelle ils rechignent à se lier aux structures associatives. «Tant que nos jeunes concitoyens ne s'engagent pas, ils restent des cibles convoitées. Pour quelle raison devraient-ils alors changer quoi que ce soit?» Et tandis que les pages culturelles raccourcissent et deviennent plus «conviviales» – d'autres disent: plus superficielles – les journaux gratuits et Internet nous bombardent d'offres. «Alors qui dans ce raffut permanent peut bien entendre notre petite voix qui tente de recruter de nouveaux membres?»

Et pourtant, l'art visuel a ses chances. Les statistiques culturelles 2008 indiquent que 43% des personnes interrogées avaient visité un musée d'art, 30% aimeraient le faire plus souvent. Toutes les tranches d'âge entre 15 et 95 ans sont des cibles potentielles (les 60+ pour la musique classique, les -30 pour la musique pop). En comparaison avec d'autres branches, ces chiffres sont très prometteurs. Quelques principes dont a fait l'expérience le médiateur culturel: il est plus facile de garder un adhérent que d'en recruter un nouveau (postulat: personne n'annule son adhésion sans être contacté). Attirer d'abord les visiteurs, ensuite seulement les membres. Des offres malléables pour les gens flexibles. Fournir de bonnes raisons d'adhérer. Nouer des contacts personnels.

En deuxième partie, les participants se sont regroupés en équipes de cinq pour échanger certaines de leurs expériences positives qui ont été notées pour être remises en séance plénière. Voici quelques exemples d'initiatives encore peu connues:

**ARTHIS/Association des Amis du Musée d'art et d'histoire de Neuchâtel** Soirée des Donateurs: toute personne ayant fait don d'une œuvre au musée est présentée à une assemblée nombreuse de membres au cours d'un apéro.

### **Société des beaux-arts Bienne**

Les membres inscrits peuvent faire partie du «jury» pour l'exposition de Noël en disposant d'une voix. Participation élevée (400 des 1200 membres).

Location de quelques œuvres de la collection dans des appartements privés puis mise aux enchères de certaines œuvres (le montant payé pour une location est déduit du prix d'achat). La somme rassemblée sert à acquérir de nouvelles œuvres.

### **Kunstverein Schaffhausen**

Procédure de prêt associée à une «enchère locative»

**Kunstverein Baselland** avec exploitation de la Kunsthalle de Muttenz

Forte concurrence de Bâle-Ville

Petit déjeuner à la Kunsthalle le jour de l'ouverture d'ART Basel organisé pour les amateurs d'art qui se rendent à l'ART et accompagné d'une présentation de l'exposition actuelle.

Les jours de vernissage, des «hommes-sandwich» (portant des affiches) déambulent dans les rues et interpellent les passants.

**Förderverein Kunstmuseum Thun**

Série d'expositions «Blicke sammeln». Les associations de la ville délèguent quatre personnes qui définissent un thème et choisissent/exposent des œuvres de la collection. Important: médias locaux et suivi.

Visites d'ateliers: les artistes cuisinent dans leur atelier pour les visiteurs.

Le comité directeur signe des cartes personnelles en précisant notamment le nom d'amis qui sont adhérents. Efficace (50 nouveaux membres).

**Kunstverein St. Gallen**

En parallèle à une exposition, un DJ fait de nuit une visite guidée avec lampe de poche et musique – résultat de cette action: 6 jeunes nouveaux adhérents.

**Aargauischer Kunstverein**

Fondation d'une Société des Beaux-Arts Junior lancée avec 150 enfants et jeunes.

**Pour certaines Sociétés des Beaux-Arts**

Etre présent sur Facebook

Investir la presse et la radio locales, inviter à publier le «tableau du mois» pris dans la collection du musée et enregistrer un commentaire du tableau (Förderverein Kunstmuseum Thun)

Garde d'enfants pendant la Nuit des Musées avec projection de films Globi, etc. (**Club Jurassien des Arts, Moutier**)

Offres de médiation artistique pour les enfants et les jeunes (clubs pour enfants)