

## **Conférence des présidents à Olten le 30 novembre 2016 Procès-verbal récapitulatif**

Le président, Jean-Pierre Hoby, salue les quelque 30 personnes représentant les sections et musées de la Société Suisse des Beaux-Arts. Malheureusement, pour la Suisse romande, seule la section du Locle est présente.

Jean-Pierre Hoby remercie Dorothee Messmer et Katja Herlach pour la visite intéressante de l'exposition «Ferdinand Gehr - Die öffentlichen Aufträge» et pour l'hospitalité renouvelée au Kunstmuseum d'Olten. Ensuite, il aborde le thème principal de la soirée:

### **Crowdfunding**

Comme on le sait, diverses institutions et instances participent au financement de l'offre culturelle: les pouvoirs publics avec la Confédération, les cantons et les villes, les fondations privées, les sponsors, les entreprises et les mécènes ainsi que les particuliers avec les entrées ou les contributions de donateurs, mais aussi de plus en plus souvent par le crowdfunding.

Céline Fallet de la plateforme de crowdfunding wemakeit expliquera ce mode de financement à l'assemblée. Est également présente Pauline Jordan, qui a réuni CHF 40'000 pour le projet de médiation «Le monde des enfants de Ratatösk» du Musée de la communication grâce à une campagne de crowdfunding sur wemakeit. Madame Jordan présentera cet exemple concret.

### **Qu'est-ce que le crowdfunding?**

Le crowdfunding ou financement participatif offre les meilleures conditions pour réussir à financer des projets sans l'aide des organismes traditionnels d'encouragement. C'est une forme innovatrice de financement et un complément à la promotion classique de projets. Celui qui a une bonne idée et lance un projet sur une plateforme de crowdfunding, a la chance de générer, par la communauté Internet, le capital initial nécessaire. Le crowdfunding donne aux contributeurs la possibilité de participer directement à la décision de financer un projet. En contrepartie, une récompense sera offerte aux donateurs potentiels. Une campagne est considérée comme réussie lorsque l'objectif fixé par les initiateurs du projet est atteint pendant une période assez brève.

### **Plateforme de crowdfunding wemakeit**

La plateforme wemakeit se concentre sur les projets culturels. Elle a été lancée en Suisse en 2012 et est devenue en peu de temps l'une des plus grandes plateformes de crowdfunding en Europe. En plus de ses bureaux à Zurich, Bâle et Lausanne, wemakeit est présente à Vienne, Berne et Bellinzone. wemakeit parle quatre langues (allemand, français, italien et anglais) et s'adresse ainsi à une communauté internationale. Plus de 2'100 projets ont déjà pu être financés avec wemakeit et près de 70% des campagnes ont atteint leur objectif de financement. Céline Fallet préconise une durée plutôt brève de 30 à 45 jours au maximum pour le financement d'un projet. Si le projet atteint

l'objectif défini, wemakeit verse aux initiateurs du projet les fonds reçus moins 10% (6% de frais de service et 4% de frais de transaction). Si l'objectif de financement n'est pas atteint, les montants versés sont restitués aux contributeurs. wemakeit soutient la campagne du début à la fin. Les frais de service comprennent le feed-back personnel en ligne, les conseils et les ateliers.

Madame Fallet montre comment se déroule une campagne réussie avec wemakeit:

### **Définir le projet**

Tout d'abord, il convient de déterminer l'objectif de financement et la durée de la campagne. L'idée du projet doit être décrite avec des images, de préférence avec un bref message vidéo et un bref texte. Un point important consiste à fixer de manière appropriée les contreparties. Les contributeurs les reçoivent pour leur contribution. Lorsque le projet est prêt, il est soumis à wemakeit, et les coachs donnent leur avis. Céline Fallet précise que la durée d'attention est très courte sur Internet. Au lieu de longues descriptions de projets, elle conseille de faire de brèves déclarations qui expliquent de quoi il s'agit, qui soutient le projet et dans quel but les fonds sont nécessaires. Lorsque la campagne est en ligne, wemakeit continue de donner des conseils et des feed-backs si besoin est.

### **Planifier la campagne sur le plus grand nombre de canaux de communication**

Celine Fallet souligne qu'une bonne préparation de la campagne est essentielle. Avant le lancement du projet, une stratégie de communication doit donc être mûrement réfléchi. Les **quatre éléments – famille, amis, fans et tiers – doivent être activés**. Il est important d'informer son réseau le plus proche pour garantir que l'on a un soutien dès le début. Les amis et la famille informeront, dès qu'ils auront participé, leur propre réseau élargi, car ils désirent que le projet soutenu par leurs contributions soit réalisé.

Dès qu'une campagne est en ligne, il convient d'attirer l'attention sur cette campagne par chaque canal possible: réseaux sociaux, mailings, médias, journalistes, blogs, forums. Plus il y a de personnes qui connaissent le projet, mieux c'est. Au début de la campagne, c'est «tout ou rien». Si le lancement démarre bien au cours de la première semaine, lorsque 20 à 30% de l'objectif de financement a été atteint, il y a de bonnes chances pour que la campagne aboutisse. Après le lancement de la campagne, le travail commence réellement. Il faut s'occuper des contributeurs et des médias, car ils sont les meilleurs ambassadeurs pour la campagne. Ce temps supplémentaire doit être pris en compte.

### **Contreparties**

Les contreparties revêtent une grande importance dans une campagne. Plus elles sont intéressantes et plus les personnes ne connaissant pas le projet sont disposées à soutenir la campagne. Les contreparties exclusives que l'on ne peut pas acheter suscitent beaucoup d'intérêt. Les frais de fabrication et d'envoi pour les contreparties doivent être pris en considération. Selon Céline Fallet, il faut également récompenser les partenaires médias.

### **Clore la campagne et réaliser le projet**

Si un projet parvient à être financé, wemakeit verse le montant convenu. Si un projet ne peut pas être financé à 100%, l'argent est restitué à tous les contributeurs. Dans ce cas, il n'y a pas de frais supplémentaires.

Ensuite, le projet peut être réalisé. Céline Fallet recommande d'informer les contributeurs à intervalles réguliers sur l'état actuel du projet et de leur faire parvenir la contrepartie le plus rapidement possible.

### **Exemple pratique – présenté par Pauline Jordan**

Pour une grande exposition, le Musée de la communication a été le premier musée bernois à recourir au crowdfunding sur wemakeit. Pour le parcours pour enfants «Le monde des enfants de Ratatösk», un montant de CHF 40'000 devait être réuni. Pauline Jordan indique que la brève vidéo illustrant le projet sur wemakeit était un élément important de la campagne. Grâce à de bonnes relations, ce message vidéo amusant n'a coûté que CHF 5'000. Pauline Jordan estime que l'expérience avec le crowdfunding pour financer son projet est positive mais qu'il faut aussi investir beaucoup de temps. A la question de l'assemblée sur le temps investi dans la campagne, elle estime qu'elle y a consacré 50% de son temps. Elle souligne à quel point il est important de soigner les relations avec les contributeurs et les médias et de concevoir des contreparties vraiment intéressantes. Le Musée de la communication utilise judicieusement les données des contributeurs que wemakeit lui a transmises à la fin de la campagne. Pauline Jordan déclare que les contributeurs apprécient les informations car ils font ainsi partie du projet et aiment être informés à ce sujet. Elle considère la campagne de crowdfunding pour «Le monde des enfants de Ratatösk» comme un excellent instrument de marketing.

Pour plus d'informations sur le projet du Musée de la communication:

<https://wemakeit.com/projects/ratatoesks-kinderwelt>

Pour plus d'informations sur wemakeit: <https://wemakeit.com/>

Jean-Pierre Hoby remercie les deux intervenantes pour leurs présentations claires, et encourage les sections et musées à essayer le crowdfunding. Avec cet instrument de financement, il est possible de réunir des sommes considérables, de créer des liens et d'impliquer des gens. Cela encourage la participation de la population aux événements culturels et va dans le sens des objectifs de la politique culturelle publique à tous les niveaux de l'Etat fédéral. Celui qui participe à un projet avec un montant, fait en quelque sorte partie du projet et s'identifie à celui-ci.

Le président transmet ensuite des informations sur les activités actuelles de la Société Suisse des Beaux-Arts et du Kunstbulletin.

### **Informations sur la révision du droit d'auteur**

Le Conseil fédéral souhaite moderniser le droit d'auteur. L'objectif est d'améliorer la lutte contre le piratage sur Internet. Les dispositions légales doivent aussi être adaptées aux dernières avancées technologiques. Les travaux de révision se basent sur les recommandations du groupe de travail sur le droit d'auteur (AGUR12), institué par Madame la Conseillère Simonetta Sommaruga en 2012.

La Société Suisse des Beaux-Arts a critiqué déjà très tôt que les institutions de la transmission culturelle ou de la mémoire, comme les musées, ne sont pas représentés dans l'AGUR12. A notre avis, Madame Sommaruga se base, dans le droit d'auteur, sur une situation bipolaire qui n'est plus appropriée à l'heure actuelle: d'un côté les auteurs et de l'autre les utilisateurs. A cela s'ajoute que ces derniers sont généralement considérés comme des acteurs ayant une orientation commerciale. Cette optique de la Conseillère fédérale est tout simplement trop restreinte. Elle oublie ou ne prend pas en considération que, dans la discussion relative au droit d'auteur, il y a un troisième acteur non commercial, à savoir le médiateur, lequel a pour tâche de faire connaître les œuvres des artistes à un large public, et ce aussi bien dans l'intérêt des créateurs que de celui des pouvoirs publics qui aspirent par le biais de leur politique d'encouragement à une plus grande implication de la population dans la vie culturelle. La révision devrait donc être considérée au moins sous un aspect tripolaire: auteurs – médiateurs n'ayant

pas d'orientation commerciale – utilisateurs commerciaux. Et tous ont besoin de réglementations spécifiques!

Malgré diverses démarches auprès des autorités politiques, nous n'avons pas réussi à faire une percée avec notre conception. Nous avons, à plusieurs reprises, prié Madame Sommaruga d'inviter des représentants des musées dans l'AGUR12, car ce groupe de travail est à nouveau chargé d'élaborer de nouvelles propositions pour la révision du droit d'auteur. Nous nous sommes heurtés à une opposition totale. Madame Sommaruga continue de penser que la composition de l'AGUR12 est équilibrée. Nous avons été néanmoins priés de soumettre nos requêtes directement à l'Institut pour la propriété intellectuelle (IPI) qui prépare la révision de la loi pour le Conseil fédéral. Cette instance a fait preuve d'une plus grande compréhension. Rien n'est encore définitif. La Société Suisse des Beaux-Arts suit les développements car, avec le Kunstbulletin et la plateforme artlog.net, nous sommes tout particulièrement concernés par les réglementations du droit d'auteur.

### **Collaboration avec arttv.ch**

Jusqu'à présent, 21 portraits vidéo ont été réalisés. En 2017, les sections suivantes et leurs lieux d'exposition seront présentés: Kunstverein et Kunstmuseum de St-Gall, Kunstverein et Kunstmuseum de Winterthur, Société des beaux-arts de Bienne avec le Centre PasquArt, ainsi que Kunstverein du Haut-Valais et Kunstverein de Frauenfeld.

### **Section et musée du mois sur le site Internet de la Société Suisse des Beaux-Arts**

Ce projet sur notre site Internet rencontre un grand écho auprès des sections et de leurs musées; pour 2017, les premières réservations ont déjà été enregistrées.

### **Assemblée des délégué(e)s 2017 le samedi 24 juin au Locle**

Le président communique que l'Assemblée des délégué(e)s 2017 aura lieu au Musée des beaux-arts du Locle qui a réouvert ses portes en 2014 après des travaux d'agrandissement. Christoph Küenzi, président de la section du Locle, annonce qu'une exposition du photographe suisse René Burri (1933-2014) aura lieu. Plus d'informations sur le programme du Musée du Locle: <http://www.mbal.ch/exposition/prochainement/>

### **CAS - projet**

La collaboration fructueuse entre le Club alpin suisse (CAS) et la Société Suisse des Beaux-Arts devait être poursuivie avec un projet de médiation innovateur. Il était prévu de choisir, à travers toute la Suisse, dans les musées et espaces d'art de la Société Suisse des Beaux-Arts un tableau, un objet ou une série de tableaux de leur collection qui a un lien plus ou moins étroit avec les Alpes ou les montagnes. En tant qu'œuvre du mois, le tableau ou objet choisi serait présenté dans le musée et une randonnée préparée au préalable devrait mener là où l'œuvre a été créée. Comme format, il était prévu de concevoir une App. Malheureusement, la nouvelle coopération avec le CAS ne s'est pas développée comme les précédentes coopérations. Le projet de la Société Suisse des Beaux-Arts aurait été l'un des nombreux projets au CAS. En outre, le CAS s'est également retiré de la participation financière annoncée. Cela ne correspond nullement aux intentions exprimées initialement par le CAS. En raison de cette situation, d'autres partenaires sont recherchés comme la Fondation Suisse Rando.

Pour finir, le président donne la parole à Claudia Jolles du Kunstbulletin.

### **artlog.net - offre pour les sections de la Société Suisse des Beaux-Arts**

Claudia Jolles communique que artlog.net est en ligne depuis mai 2016 et qu'elle sera officiellement en service depuis début 2017. Des partenaires importants comme les Galeries zurichoises, KIÖR (Art dans l'espace public, Zurich), la Fondation Binding et la Banque Raiffeisen Bank ont pu être intéressés. Des négociations sont en cours avec d'autres partenaires. Pour aller sur la plateforme: <http://www.artlog.net>

artlog.net et Kunstbulletin sont deux plateformes complémentaires pour l'art contemporain, exploitées en parallèle. artlog.net se finance par un système de comptes. Le compte couvre les frais courants pour l'actualisation des données, pour le support technique ainsi que pour les honoraires d'auteurs des blocs-notes et des blogs. Avec un compte artlog.net, les sections de la Société Suisse des Beaux-Arts et leurs musées ont accès au plus grand réseau journalistique pour l'art en Suisse et peuvent s'adresser de façon ciblée aux amateurs d'art. Les coûts du compte varient selon les prestations. Pour les sections et leurs maisons, le premium account est prévu.

Avec cet accès, on peut téléverser sur artlog.net ce qui suit:

- profil de l'institution avec photos et textes
- expositions pour l'agenda des expositions, version imprimée et en ligne
- événements (vernissages, finissages, discussions avec artistes, manifestations) pour la liste d'événements
- nouvelles sur newsticker
- bourses, concours sous mises au concours
- art jobs
- publications, éditions dans Artshop
- vidéos (lien par vimeo, youtube, etc.)

En plus, il y a le partner account pour fondations, institutions publiques d'encouragement et associations avec les niveaux de prix suivants et les prestations correspondantes:

Partner small: taxe unique d'entrée CHF 900 // taxe annuelle CHF 200

Partner medium: taxe unique d'entrée CHF 2200 // taxe annuelle CHF 400

Partner large: taxe unique d'entrée CHF 6000 // taxe annuelle CHF 1000

Ces contenus peuvent être téléversés, en plus du premium account:

- art dans l'espace public
- bannière/newsticker
- événements et parcours d'expositions sur la carte interactive (hotspots)

Ces prestations sont fournies par artlognet.ch après entente:

- blog thématique ou local

Pour toutes questions et inscriptions:

Kunstbulletin et artlog.net, Neuf Frankengasse 4, Case postale, 8031 Zurich

Rédaction artlog.net: Claudia Steffens, Tél.: 044 280 30 30 ou [info@artlog.net](mailto:info@artlog.net)

Pour terminer, le président remercie tous ceux et celles qui ont contribué à la réussite de cette rencontre à Olten qui est devenue une tradition, et convie les personnes présentes à discuter et échanger avec les délégués venus des sections de tout le pays, lors de l'apéro buffet préparé avec beaucoup de soin au foyer du Kunstmuseum d'Olten.

Zurich, le 8 décembre 2016, Marianne Reusser, rédactrice du procès-verbal