

● Schweizer Kunstverein
Société Suisse des Beaux-Arts
Società Svizzera di Belle Arti

Conférence des président(e)s à Olten le 17 novembre 2015
Extrait du procès-verbal

Baisse des effectifs dans les sections

Pour finir, le président introduit Christian Zwinggi qui est déjà intervenu en 2010 sur le thème «Trouver de nouveaux membres et les garder» lors d'une conférence des présidents. Monsieur Zwinggi fait tout d'abord une brève rétrospective de la conférence du 2 juin 2010 à Olten et demande aux personnes présentes ce qu'elles ont mis en pratique sur la base du procès-verbal de la conférence de 2010. Il constate que, depuis, beaucoup de choses ont changé et que la vie associative n'est pas devenue plus facile:

- Les comités des associations sont sous pression, il est beaucoup plus difficile de trouver de nouveaux membres.
- Les membres d'associations deviennent des clients exigeants, leurs attentes sont élevées.
- Beaucoup d'associations ne sont plus des lieux de convivialité, mais sont devenues des organisations modernes à but non lucratif. Elles sont engagées dans des musées et ont signé des conventions de prestations avec les villes et les cantons, leur autonomie est limitée.

Quelles sont les possibilités d'action pour les associations?

- Miser sur les clients
- Vivre avec moins de membres
- 100% professionnalisation
- Trouver des fans et des clients fidèles
- Miser sur les membres
- Marketing selon les 4 P (Produit, Promotion, Place, Prix)
- Créer des offres

Monsieur Zwinggi déclare que, depuis la Conférence des présidents de 2010, d'autres formes de participation –comme le crowdfunding– se sont établies pour le financement de projets. Jusqu'à présent, l'idée d'un projet a été vendue dans l'association et, ensuite, on s'est attaqué à la réalisation du projet. Avec le crowdfunding, c'est justement le contraire.

Monsieur Zwinggi propose, au niveau du recrutement des membres, de trouver des personnes engagées et, comme dans le crowdfunding, en vue de financer des projets, d'aborder directement la famille, les amis et les fans.

Perspectives

En deuxième partie, les participants se sont regroupés en quatre équipes dans le but de déterminer quelles mesures ont été appliquées avec succès depuis la conférence de 2010 et quelles mesures n'ont pas encore donné les résultats escomptés.

Présentation des groupes, discussion

A la demande des participants, les résultats de la discussion des groupes tels que notés sur les flipcharts sont reproduits ici.

Groupe 1 – présentation par Susan Huber, Kunstgesellschaft de Lucerne

- Foyer ouvert avec discussions autour d'une œuvre avec des personnalités
- Mailing à des personnes morales (avec cadeau)
- Actions organisées par les membres du Comité

Susan Huber ajoute que le Kunstmuseum de Lucerne dispose depuis peu d'un joli foyer, dans lequel ont lieu, entre autres, des discussions d'œuvres. La directrice du Kunstmuseum de Lucerne, Fanni Fetzer, convie quelqu'un qui choisit une œuvre et parle de l'œuvre choisie. Pour ces discussions d'œuvres au nouveau foyer, de la publicité est faite par le biais de cartes postales. 30-40 personnes viennent à ces manifestations. Lors des manifestations, des cartes d'inscription sont mises à disposition pour une affiliation à la Kunstgesellschaft de Lucerne. (Plus d'informations sur le nouveau foyer du Kunstmuseum de Lucerne dans la contribution vidéo de arttv.ch – lien sur le site Internet de la Société Suisse des Beaux-Arts <http://www.kunstverein.ch/aktuell/>)

La Kunstverein d'Argovie a envoyé à des personnes morales une lettre avec un petit cadeau. Cette action publicitaire a été couronnée de succès. Apparemment, les personnes morales sont des membres «plus fidèles» que les particuliers.

Parmi les actions menées par les membres du Comité, Susan Huber relate qu'une visite guidée à travers un cimetière a eu lieu voici peu avec un membre du Comité qui est lui-même artiste. Chaque membre pouvait inviter une personne.

Monsieur Zwinggi constate que les discussions d'œuvres au foyer du Kunstmuseum de Lucerne et les actions menées par les membres du Comité sont des activités idéales pour activer les réseaux de relations et qu'un recrutement ciblé est possible à ces occasions. Il recommande de limiter ces actions dans le temps.

Groupe 2 – présenté par Nadia Veronese, Kunstmuseum et Kunstverein de St-Gall

- Affiliation gratuite
- Collaboration avec d'autres institutions
- «Affiliation forcée» pour la participation à l'exposition annuelle
- Excursion dans le cadre de l'art dans l'espace public
- Les membres peuvent inviter des amis

Nadia Veronese déclare qu'on a mis l'accent à St-Gall, en collaboration avec les universités de St-Gall et de Constance, sur les étudiant(e)s qui s'intéressent à l'art. Ils ont été invités à des visites gratuites du musée. 100 étudiant(e)s y ont pris part. L'affiliation gratuite pour

une année à la Kunstverein de St-Gall leur a été offerte. Cette offre couronnée de succès sera poursuivie. En plus, à St-Gall, des excursions intéressantes dans le cadre de l'art dans l'espace public sont organisées régulièrement, un invité par membre peut être amené. Judith Welter ajoute sur le thème de l'«affiliation forcée» que les artistes désirant participer à l'exposition annuelle au Kunsthaus de Glaris doivent être membres de la Kunstverein de Glaris. On rend cette affiliation attrayante pour les artistes en leur montrant qu'ils soutiennent le Kunsthaus de Glaris avec leur affiliation.

Groupe 3 – présentation par Judith Welter, directrice du Kunsthaus de Glaris

- Contributions de donateurs contre prêt d'œuvres
- S'adresser directement aux visiteurs des manifestations
- Dépliant attractif /présentation
- Manifestations spéciales
- Visites d'ateliers
- Promenades artistiques
- Lectures
- Convivialité
- Diffuser de belles images dans les médias sociaux

En ce qui concerne l'action contributions de donateurs contre prêt d'œuvres en contrepartie, on mise sciemment sur les contributions de donateurs au lieu de générer de nouveaux membres. Judith Welter souligne qu'il est important d'aborder directement les visiteurs lors de manifestations au musée et de distribuer d'une façon ciblée les dépliant pour le recrutement de membres. Une grande importance est accordée à la présentation soignée des documents et à une présence attractive sur le Net. Tout comme à Lucerne et à St-Gall, des manifestations spéciales, visites d'ateliers et promenades artistiques sur des thèmes spécifiques sont organisées régulièrement.

Dorothee Messmer, directrice du Kunstmuseum d'Olten, ajoute que, début 2016, aura lieu pour la première fois un bal public au Kunstmuseum qui sera vidé pour l'occasion; il sera organisé par des artistes, le Kunstmuseum et la Kunstverein.

Groupe 4 – présentation par Serge Hasenböhler, Kunstverein de Bâle-Campagne

- Activer les nouveaux médias (Facebook)
- Visites d'ateliers
- Projets participatifs
- Collaboration bénévole
- Dîner pour membres (parrainé)

Serge Hasenböhler, Kunstverein de Bâle-Campagne, constate que Facebook et les autres réseaux sociaux sont importants pour trouver de nouveaux membres. Comme dans les autres groupes, les visites d'ateliers suscitent un vif intérêt auprès des membres. La Kunstverein de Bâle-Campagne mise sur les projets participatifs avec d'autres associations et sur la collaboration bénévole des membres (demander de l'aide aux personnes compétentes).

Hélène Boegli (Club Jurassien des Arts) communique qu'à Moutier, pour le Comité, on cherche activement parmi les gens qui soutiennent l'association. En plus, on organise à Moutier des dîners destinés exclusivement aux membres.

Perspectives

A la fin de la manifestation, les participants ont noté les mesures qu'ils désirent mettre en place prochainement:

- Lettre à des personnes morales et institutions en tant que membres
- Recrutement de citoyens cultivés de 40 à 50 ans
- Cercle familial et d'amis en tant que base de recrutement
- Action prêt d'œuvres contre contribution de donateurs
- Impliquer les membres de Comité dans les manifestations
- Réaliser des projets participatifs
- Promenades artistiques à travers la ville pour les membres qui peuvent inviter un hôte, avec ensuite apéritif
- Voyages exclusifs et manifestations seulement pour les membres
- Discussions d'œuvres avec personnalités
- Visites commentées d'ateliers
- Collaboration avec d'autres institutions (avec des avantages)
- Cadeaux annuels ou autres «produits» pour les membres

Zurich, le 30 novembre 2015, Marianne Reusser