

ONSE A L'APPEL D'OFFRE
DE LA MISSION CULTURE
DE L'UNIVERSITE D'AVIGNON
ET DES PAYS DE VAUCLUSE

***Pour une culture ...
... en mouvement***

c i r c u l a t i o n - i n t e r a c t i o n - c o m m u n a u t é



Conception

Madeline Lamouroux - Chloé Simoneau - Stéphanie Launay - Samantha Roux
Lucie Doutreleau - Audrey Libois - Sylvain Riou - Wang Peng

SOMMAIRE

INTRODUCTION.....	6
PARTIE I : ETAT DES LIEUX DES ACTEURS ET DU TERRITOIRE.....	9
1. Le Conseil Régional : la Région.....	9
1.1. La jeunesse du territoire.....	9
1.2. L'action culturelle du Conseil Régional.....	9
1.3. L'action déconcentrée de l'Etat en Région : la DRAC.....	10
1.4. Les partenaires de la Région.....	10
2. Le Département du Vaucluse.....	11
2.1. Les atouts du territoire départemental.....	11
2.2. Les acteurs politiques et culturels du Vaucluse.....	12
3. La Ville d'Avignon.....	12
3.1. Les atouts issus d'un fort ancrage historique.....	12
3.2. Avignon, pôle économique.....	13
3.3. Avignon, ville culturelle.....	13
4. L'Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse.....	15
4.1. L'Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse : hier et aujourd'hui.....	15
4.2. Les relations avec les collectivités locales.....	15
4.3. L'organisation de l'UPAV.....	16
4.4. L'offre de formation et le fonctionnement de l'UAPV.....	17
4.5. La vie étudiante.....	18
4.6. La culture à l'Université.....	19
4.6.1. Dimension universelle.....	19
4.6.2. La culture à l'UAPV.....	19
5. La Mission Culture.....	21
5.1. L'importance de la Mission Culture.....	21
5.2. Le fonctionnement de la Mission Culture.....	22
5.3. Eléments déterminants à l'élaboration de notre projet.....	23
PARTIE II : POUR UNE CULTURE EN MOUVEMENT.....	25

Une structure amovible et itinérante au cœur de l'action culturelle de l'Université : «La Passerelle»

1. L'intérêt d'une telle structure.....	28
1.1. L'itinérance, outil de médiatisation de la Mission Culture.....	28
1.2. La Passerelle, vecteur de démarcation identitaire.....	28
2. Le fonctionnement de la structure.....	31
2.1. La mise en place.....	32
2.2. L'appel d'offres sur les marchés publics.....	33
2.2.1. <i>Le cahier des charges</i>	33
2.2.2. <i>Les délais</i>	34
2.2.3. <i>Un marché unique ou une division de « lots » ?</i>	34
2.2.4. <i>L'analyse des offres</i>	34
2.3. Le budget.....	34
3. L'évolution de la structure.....	35
4. La Passerelle, une résonance avec d'autres équipements culturels.....	36
4.1. Une dimension architecturale et culturelle.....	36
4.2. La structure itinérante et amovible : une « Passerelle » vers d'autres équipements culturels....	36

« Le Marathon Artistique », un événement phare et fédérateur

1. Une réponse originale, un projet ambitieux.....	38
2. Modalités de réalisation.....	39
2.1. Le Marathon en association.....	40
2.1.1. <i>Présentation de l'association « 7Art »</i>	40
2.1.2. <i>Un marathon « mixte »</i>	41
2.1.3. <i>La collaboration de la Mission Culture et de l'association « 7Art »</i>	41
2.1.4. <i>Quand ?</i>	41
2.2. « Les Prémonitoires », label de l'association ANIMAFAC.....	42
2.3. L'organisation du Marathon Artistique.....	42
2.3.1. Le lieu.....	42
2.3.2. Le défraiement	43
2.3.3. La communication de l'évènement.....	43
<i>Les associations universitaires au cœur de la programmation culturelle de « La Passerelle »</i>	

1. Les trois jours des associations.....	44
---	-----------

2. La fête de la Science.....	45
3. Les « Jam Sessions ».....	45
4. Une journée en partenariat avec l'Opéra-Théâtre d'Avignon.....	45
5. La journée de représentation des ateliers culturels.....	46
6. La Marathon Artistique : 24H de création non-stop.....	46
7. Le Festival de Théâtre Universitaire Européen.....	46
8. Carte blanche à un projet associatif.....	47

Un passeport culturel pour l'ensemble de la communauté universitaire

1. Pourquoi un pass'culture à l'Université d'Avignon ?.....	48
2. Quelles sont les structures partenaires du Pass ?.....	50
3. Le fonctionnement du Pass.....	50
3.1. Comment le Pass est-il mis en œuvre ?.....	50
3.2. Le prototype du Pass.....	51
3.3. Où et quand se procurer le Pass ?.....	53
4. A qui le Pass est-il destiné ?.....	53
5. Son financement.....	54
5.1. Quel coût représente le Pass et comment est-il financé ?.....	54
5.2. Schéma explicatif du fonctionnement du Pass.....	55
5.3. Quel fonctionnement comptable pour organiser la vente des Pass et le remboursement aux structures partenaires ?.....	56
6. Les Plus du Pass.....	58
7. La création de l'UEO « Initiation aux techniques du spectacle vivant ».....	60

La bourse artistique UNeECC

1. Les objectifs de la bourse artistique.....	62
1.1. Favoriser la création étudiante européenne.....	62
1.2. Valoriser la Mission Culture et l'Université.....	62
1.3. Valoriser les partenaires de cette bourse.....	63
1.4. Dynamiser les universités membres du réseau UNeECC.....	63
2. Les conditions d'admission.....	64
2.1. Les modalités.....	64
2.2. Calendrier de traitement des dossiers de candidatures.....	65
3. Le jury de sélection.....	65
4. L'organisation.....	66
4.1 Le montant.....	66
4.2. Le contrôle.....	66
4.3. Le lieu de création.....	66
4.4. Le réseau de partenaires.....	67
4.4.1. <i>Les structures culturelles avignonaises.....</i>	<i>67</i>
4.4.2. <i>Les associations étudiantes.....</i>	<i>68</i>
4.5. L'encadrement.....	69
4.6. La distribution.....	69
4.7. La traduction.....	69
4.8. L'apprentissage du français.....	69
4.9. Le logement.....	70
5. Le budget.....	70
5.1. L'Université d'Avignon.....	70
5.2. La Ville d'Avignon.....	70
5.3. Le Département du Vaucluse.....	71
5.4. Le financement européen.....	71
5.5. Le mécénat ou sponsoring privé.....	71
6. Descriptif des charges budgétaires.....	72
7. Un Festival de Théâtre Universitaire Européen.....	73
7.1. L'association Culture.com.....	74
7.2. Description de l'action.....	75
7.2.1. <i>S'insérer dans les réseaux culturels internationaux.....</i>	<i>75</i>
7.2.2. <i>Collaborer avec la bourse artistique UNeECC.....</i>	<i>76</i>
7.2.3. <i>Le rôle des associations étudiantes.....</i>	<i>76</i>

7.2.4. Faire appel à des partenaires.....	77
7.3. Programmation du Festival.....	78

PARTIE III : UNE RESTUCTURATION DE LA MISSION CULTURE : VISION A COURT, MOYEN ET LONG TERME

1. Affirmer l'identité de la Mission Culture à l'aide d'une communication performante.....	80
1.1. Création d'un logo.....	80
1.2. Une brochure informative.....	81
1.3. Une communication ponctuelle.....	82
2. Restructuration de la Mission Culture.....	82
2.1. Pourquoi changer de statut ?.....	82
2.2. L'importance d'une implication communautaire.....	83
2.3. Les moyens mis en place.....	84
2.3.1. Organiser une circulation efficace de l'information.....	84
2.3.2. Encourager l'expression.....	84
2.3.3. Création de tables rondes trimestrielles.....	85
2.3.4. Création de deux postes au sein de la Mission Culture.....	85
3. Encourager les partenariats.....	85
3.1. Le Club des Entreprises.....	86
3.2. Le Sponsoring.....	86
3.3. Tableau de valorisation.....	87
4. Le plan média.....	88
5. Le budget de la Mission Culture.....	90
CONCLUSION.....	93
ANNEXES.....	94

Tout en s'inscrivant dans la continuité des actions menées par la Mission Culture, ImaglNaction a pensé et construit de nouveaux axes de développement répondant aux objectifs suivants :

Fédérer les différents acteurs de l'Université (étudiants, enseignants chercheurs, personnels administratifs) autour de projets porteurs pour renforcer leur sentiment d'appartenance à la communauté universitaire, créant ainsi une culture commune qui forge l'identité de l'Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse.

Pour cela, au-delà du soutien que la Mission Culture apporte aux initiatives des associations étudiantes, elle se doit aussi de multiplier les occasions d'interactions non seulement entre les différents corps de la communauté universitaire, mais aussi entre acteurs culturels du territoire et Université.

La Mission Culture consacrera son action à favoriser la mise en mouvement de la communauté universitaire d'Avignon.

Étendre le champ d'action de la Mission Culture afin d'élargir ses publics.

En effet, faute d'une circulation efficace des informations et par manque d'accessibilité, une large part des membres de la communauté universitaire ne se sent pas concernée par ses actions.

Accroître le rayonnement de l'Université en améliorant la visibilité de la Mission Culture qui doit ancrer ses initiatives aux différents échelons du territoire : l'Université et ses trois sites, la Ville d'Avignon, le Département du Vaucluse et, plus largement, l'Europe. La Mission Culture doit bénéficier, à ce titre, d'un plan de communication à la hauteur de ses nouvelles ambitions.

La Mission Culture réalisera ces objectifs en développant des projets innovants qui mobilisent tout le potentiel de l'Université, lieu de compétences, de savoirs et de savoir-faire multiples:

Acquisition d'une structure culturelle itinérante, « La Passerelle »

Implantée aussi bien sur le campus Centre ville, sur le site Agroparc qu'en divers endroits de la Ville d'Avignon, cette structure culturelle polyvalente permettra une large diffusion des actions menées par la Mission Culture.

Etablissement d'une programmation culturelle annuelle

Proposer une programmation éclectique et accessible, avec notamment un événement phare, le Marathon Artistique qui ouvrira les portes de l'Université à des artistes, et invitera les avignonnais à assister à 24h de création non stop, au cœur de la Cité des Papes, Place de l'Horloge.

Mise en place d'un Passeport Culture

Ce Pass'Culture propose des tarifs préférentiels aux étudiants mais aussi aux enseignants-chercheurs et administratifs, favorisant l'émergence d'une « école des spectateurs » par un accès privilégié aux structures culturelles majeures du territoire avignonnais.

Création d'une bourse artistique européenne

Dans le cadre du réseau universitaire européen UNeECC, la Mission Culture initie un projet de coopération culturelle européenne à travers sa bourse au projet théâtral. Attribuée à un étudiant européen, elle sera un soutien significatif à la création artistique au sein de l'Université.

Dans une vision à court et long terme, notre projet s'appuie également sur une restructuration de la Mission Culture, aussi bien en terme de statut que de fonctionnement.

MOTS CLES :

Communauté universitaire, médiation, participation, interaction, coopération, itinérance, territoire, rayonnement.

While keeping on developing the current actions of *the Mission Culture*, ImagINaction has thought and built new priorities and goals for this institution:

● Gathering around leading projects all the members of the university (students, teachers and administrative staff) in order to develop their sense of belonging to the academic community and create a common culture which could forge the University's identity.

For that, beyond supporting the student Unions, the *Mission Culture* has also to enhance opportunities for the different members of the academic community to meet up, and for the cultural players of the territory and the University to interact.

The *Mission Culture* will work on setting off the members of the academic community.

● Diversifying the actions of the *Mission Culture* in order to broaden its audience.

Indeed, because of an inefficient communications network and due to a lack of access, most of the members of the academic community do not feel involved in these actions.

● Increasing the influence of the University by improving the visibility of the *Mission Culture* which has to anchor its initiatives in several territories: its three campus, Avignon, the Department of Vaucluse and more widely, in Europe.

By strengthening its communicational strategy, the *Mission Culture* will fit better with its new ambitions.

The *Mission Culture* will fulfill its new goals by developing innovative projects which will gather all the best academic skills.

Acquiring an itinerant cultural facility, “La Passerelle”

Settled in several spots of Avignon and of the University (in town or in Agroparc), this multipurpose facility will allow a wide broadcast for the actions of the Mission Culture.

Setting up an annual programme of cultural events

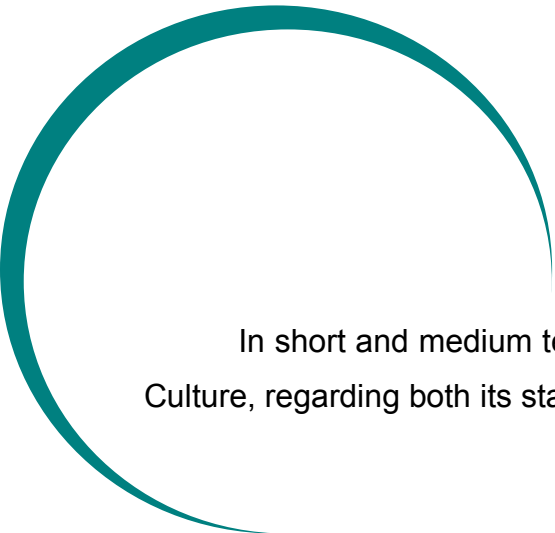
A set of eclectic events for any kind of audience will be offered, including the major one: The Artistic Marathon will welcome artists at the University. They will perform during 24 hours non-stop, at the heart of the Popes’ city.

Setting up a cultural passport

This Pass will give to students but also to teachers and administrative staff the opportunity to get special discounts for a show. The Pass will also encourage artistic education.

Creating a European artistic grant

In the framework of the University Network of European Capitals of Culture, the Mission Culture will set up a project of European cultural cooperation through a grant for a theatrical project. Allocated to a European student, it will support artistic creation within the University.



In short and medium terms, our project also relies on the restructuring of the Mission Culture, regarding both its status and organisation.

*academic community, mediation, participation,
interaction, cooperation, mobility, territory, influence.*