

Dans la brochure 2018 « Comment développer des groupes de Jeunes Amis » éditée par les Jeunes Amis allemands, Kathrin Erggelet, directrice générale de la Fédération allemande des Amis des musées de beaux-arts propose aux associations d'Amis de musées les questions qu'il faut se poser avant de monter un groupe de Jeunes Amis au sein de l'association.

C'EST LE MOMENT DE SE LANCER

Tout le monde veut des jeunes...

Les institutions culturelles, les théâtres, les orchestres, les musées et leurs groupes d'Amis en particulier ont un grand intérêt à garantir leurs missions futures en se centrant sur ce public.

Comment les recruterez-vous et comment les retiendrez-vous ? C'est ce que nous verrons dans les pages suivantes, avec des exemples et des contributions offertes par les Jeunes Amis eux-mêmes. Cependant, la fondation d'un groupe de Jeunes Amis est l'affaire du conseil d'administration de l'association et doit être véritablement voulue. Il faudra plus qu'une approbation verbale de l'idée, ce doit être un travail passionné. Aussi, si vous, administrateur d'une association d'Amis, imaginez de fonder un groupe de Jeunes Amis, vous devrez vous poser les questions suivantes :

Qu'est-ce que je veux réellement ?

Est-ce que je veux de jeunes membres ou est-ce que je veux simplement contrebalancer le vieillissement des membres de l'association ? Soyons honnêtes : le public naturel d'un groupe d'Amis n'est pas des plus jeunes – ce n'est que vers le milieu ou la fin de la cinquantaine que la plupart des personnes retrouvent la possibilité et ont le loisir de s'intéresser intensivement à l'art et à la culture, et souvent les personnes s'inscrivent dans les associations plus tard encore. Donc celui qui veut stabiliser ou faire baisser la moyenne d'âge devrait cibler ce groupe d'âge optimal et attirer ces jeunes avec des offres et des événements attractifs.

Que veut dire Jeune ?

Si on décide de développer un groupe de Jeunes Amis, la première question est : qu'est-ce que "Jeune" signifie exactement ? On ne prendra pas en compte les enfants et les adolescents qui bénéficient généralement de programmes spécifiques mis en place pour eux par les musées. Il reste trois principales sortes de publics : il y a un public composé d'étudiants et de jeunes diplômés, entre 20 et 30 ans, puis il y a les jeunes actifs qui ont entre 30 et 40 ans et finalement un groupe de personnes vers 40/45 ans qui se trouvent trop jeunes ou dont le style de vie est trop différent de celui des membres traditionnels d'une société d'amis pour participer à des événements ou se joindre à eux lors de visites.

Il pourrait être tentant d'essayer un mélange de ces trois publics, mais cela réussit rarement : si un jeune de 20 ans rencontre des personnes de 40 ans dans une visite de musée, alors il pourrait tout aussi bien le visiter avec ses parents, non ? Donc il vous faut choisir un groupe clairement défini et concevoir un programme et un mode de communication qui lui correspond spécifiquement.

Quel groupe ?

Une fois que vous avez décidé d'un public cible, il vous reste à déterminer le degré d'indépendance de ce groupe de Jeunes Amis. Cette question peut paraître secondaire, elle aura pourtant une grande importance à terme, mais également pendant le

processus de mise en place : est-ce que le jeune groupe aura son nom propre (il le faut) et son propre logo (peut-être), un tarif spécial expressément lié à l'âge (probablement pas) ou un siège au conseil d'administration ? Pour tous ces modèles différents, il y a des exemples qui marchent – il vous faut juste choisir celui qui convient à votre propre mode d'organisation.

Qui va le faire ?

Le modèle que vous allez choisir importe peu : sans un ou deux jeunes organisateurs enthousiastes appartenant au public cible, ça ne marchera pas ; car eux seuls sauront être des relais convaincants, utiliseront le ton juste et proposeront des offres attractives.

À la recherche des bonnes personnes, il vous faudra prendre en considération l'adaptabilité de leurs horaires – les événements se placent souvent le soir ou pendant les week-ends - et leur grande affinité avec les réseaux sociaux. Facebook, Instagram et autres réseaux sont absolument nécessaires aux groupes de Jeunes Amis, et seules les personnes qui aiment personnellement utiliser ces plateformes seront capables de produire le genre de communication nécessaire à un groupe de Jeunes Amis. Heureusement, le nombre de « natifs du numérique » augmente naturellement d'année en année, et donc les candidats possibles pareillement.

Combien ça coûte ?

Vous n'aurez pas de Jeunes Amis gratuitement ; il est bon de les concevoir comme un investissement futur pour toutes les associations d'Amis. L'étudiant qui assiste à nos événements peut ne pas devenir membre, et quittera probablement la ville pour son premier poste. Pourtant, nous jetons les bases afin qu'un jour, dans cette ville ou une autre, il ou elle se souvienne que ces associations de musées fournissent une expérience enrichissante, et qu'il ou elle rejoigne alors une organisation locale.

En gardant ceci à l'esprit, la question du coût trouve facilement une réponse : si vous trouvez de jeunes personnes motivées qui, en plus de leurs études et de leurs « jobs d'étudiant », veulent offrir de leur temps pour organiser les Jeunes Amis – formidable. Mais si vous ne les avez pas, il faudra rémunérer vos organisateurs à un taux horaire modeste en même temps qu'ils trouveront un avantage à connaître de l'intérieur les carrières du monde de la culture.

Qu'est-ce que cela vous apporte ?

Vous avez répondu à toutes les questions ? Commencez ! Les Jeunes Amis ne sont pas seulement une source d'enrichissement pour vos associations et vos musées. Très vite, vous-même et les membres de votre conseil d'administration apprendrez que vous pouvez personnellement bénéficier de bien des manières d'un esprit nouveau et parfois d'étonnantes idées attractives des jeunes. Prenez plaisir à le faire !

Dr Kathrin Erggelet

Directrice générale de la Fédération allemande des Amis des musées de beaux-arts.

Publié dans la revue l'Ami de musée n°54, septembre 2018

traduction de courtoisie