



« Comment adapter nos médiations ? »

Compte-rendu de l'atelier n°2- 25 juin 2020 – 14h

Durant le confinement, la médiation a largement investi les outils numériques en ligne pour rester au contact des visiteurs, proposant une offre ludique et décomplexée pour le plus grand plaisir des "regardeurs". Aujourd'hui, la peur du virus et les mesures de distanciation physique ne permettent plus le même accueil ni la même convivialité qu'auparavant.

Dans ce contexte incertain, comment adapter nos médiations pour continuer à être à la portée de tous? Quelles sont les conséquences sur les métiers de la médiation et sur les représentations de la visite du musée par les publics ? Quelle continuité et quelles ruptures dans nos actions de médiation devons-nous anticiper ?

Participants à l'atelier

LESAFFRE Gaëlle, Directrice d'étude indépendante/Ingénieure de recherche - Chaire Unesco ITEN, Rennes // Facilitatrice

CHAPRON Alexiane, Stagiaire "Droits d'auteur" et "Sciences naturelles" - Réseau des musées de Normandie, La Fabrique de Patrimoines en Normandie // Scribe

GORREC Virginie, Directrice - Musée de l'école rurale en Bretagne (Trégarvan)

MAZELIE Sofia, Médiatrice culturelle - Musée de Grasse (accompagnée de ses collègues Noémie, Mélissa et Romain)

CHEVALIER Stéphane, Responsable information et documentation – OCIM

DELHAUTAL Charline - Alsace Destination Tourisme

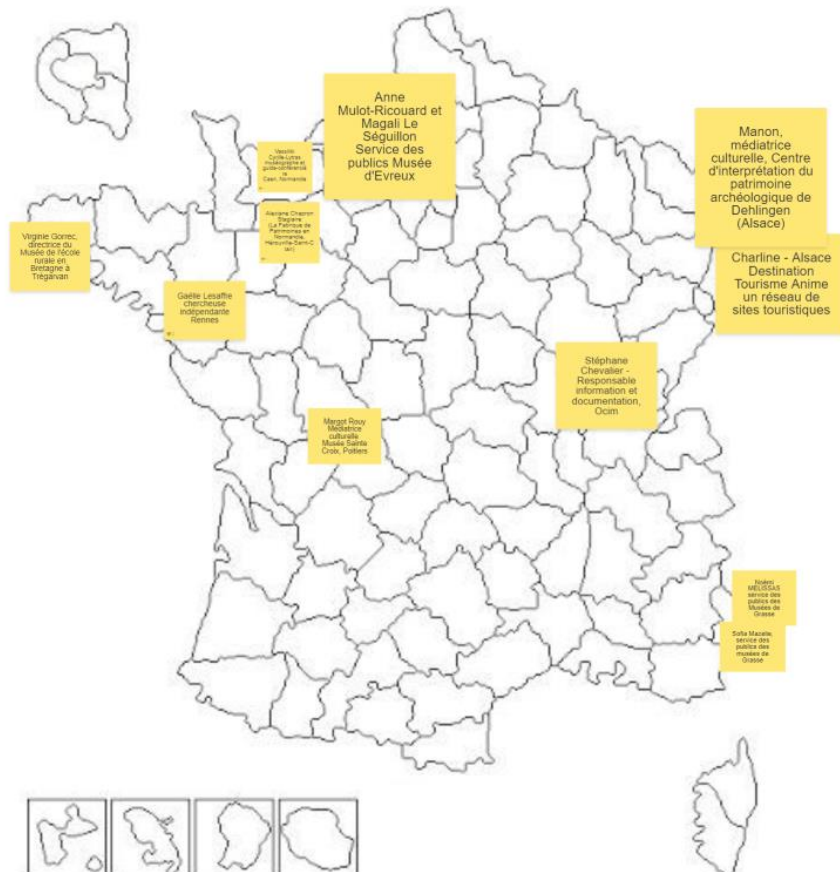
CIOSI Laure, Maître de conférences en médiation culturelle – AMU

CYRILLE-LYTRAS Vassiliki, Muséographe et Guide – VCL Muséo

ROUY Margot, Médiatrice culturelle jeune public et publics spécifiques - Musée de beaux-arts et archéologie Sainte Croix (Poitiers)

MULOT-RICOUARD Anne, Responsable du service des publics - Musée d'Art, Histoire et Archéologie d'Evreux (accompagnée de sa collègue Magali)

TAILAMÉE Manon, Médiatrice - Centre d'Interprétation du Patrimoine archéologique de Dehlingen (Alsace)



Échanges introductifs

Les participants et participantes sont dans un premier temps invités à partager leur ressenti suite à cette crise et à la réouverture de nombreux musées ainsi qu'à s'exprimer sur l'impact que la crise a pu avoir sur leur activité, sur leurs médiations.

Éléments se dégagent des échanges :

- La crise a engendré de nombreuses annulations et reports d'évènements. Cela a impliqué de refaire tous les supports de communication et a généré des incertitudes liées à la reprise des activités. Les modalités d'ouverture ont notamment dû être revues.
- La réouverture des musées est progressive et la fréquentation reste faible. Cette situation est angoissante (pertes d'exploitation, contraintes sanitaires, comportements des visiteurs). Toutefois, les visiteurs et les professionnels semblent heureux de retrouver les musées et leurs médiations.
- Les contraintes de sécurité sanitaire pour le public et les professionnels ont impliqué de repenser les parcours de visite et leurs dispositifs pour qu'ils soient sans contact. Les groupes ne peuvent plus dépasser dix personnes (sauf avec un guide conférencier) et les médiateurs doivent être masqués quand ils sont à moins d'un mètre de leur public. Le contact direct lors des visites (spontanéité, second degré) a été perdu : c'est un autre type de relation au public.
- La médiation numérique sur les réseaux sociaux s'est beaucoup développée pour compenser l'absence d'activités en présentiel. Des applications sur smartphone (payantes pour le guide) ont également été créées pour permettre au guide de communiquer à distance avec son public.

Mots-clés :

Annulations – Angoisse – Faible fréquentation – Plaisir – Contraintes sanitaires – Petit groupe – Médiation numérique

Citations :

« La faible fréquentation et l'obligation de petite jauge ne permet-il pas un autre type de relation au publics ? D'être sur une approche plus qualitative et moins quantitative ? ».

« Pas de visite guidée et d'atelier avant septembre... Pour contrebalancer cette absence d'activité, nous avons développé l'activité sur les réseaux sociaux ».

Document annexe :

Le flux de veille "Les professionnels du PCSTI dans le contexte lié à l'épidémie Covid-19" est disponible sur le site de l'OCIM (<https://ocim.fr/veille/les-professionnels-du-pcsti-dans-le-contexte>) et compile de nombreuses réactions de professionnels des musées.

Comment adapter nos médiations ?

Comment adapter nos médiations ? Comment avez-vous adapté vos médiations à la crise, que ce soit pendant le confinement ou lors de la réouverture de vos musées, qu'elle soit déjà passée ou encore à venir ?

Les participants et participantes sont invités à s'exprimer quant à cette question générale, déclinée en plusieurs propositions de thématiques : les visites guidées ; les manipulations boutons ou autres écrans tactiles utilisés dans le cadre d'expositions ; les tarifs, la gratuité, les réservations ; les ateliers et activités manuelles ; les audioguides et visioguides.

Ils sont également invités à proposer d'autres sujets s'ils le souhaitent et, si le temps le permet et qu'ils le souhaitent, à aborder des enjeux liés à l'adaptation de médiations : Quels coûts et quels moyens pour ces adaptations ? ; Quels enjeux managériaux ? Quid du Télétravail ? Qui d'une augmentation de la polyvalence ? ; Des inquiétudes pour les métiers de la médiation ? Pour les indépendants et indépendantes ?

Éléments se dégagent des échanges :

Visites guidées :

- Quand elles sont maintenues, les visites guidées sont organisées en effectif réduit (parfois sur réservation) et de préférence dans les espaces extérieurs.
- Quand les visites guidées ont été supprimées, les médiateurs effectuent des visites individuelles personnalisées en allant à la rencontre du visiteur. La relation au public est inversée.

Expositions : Manipulations, boutons, écrans tactiles

- Adaptation des expositions selon les contraintes sanitaires : prolongement des expositions temporaires, éventuellement mise en place de stylets pour les dispositifs tactiles, etc.
- Compensation numérique : proposition de conférences sur Facebook plutôt qu'au musée, visite virtuelle temporaire de l'exposition (jusqu'à ce que les visiteurs puissent revenir au musée pour ne pas diminuer la fréquentation).

Tarifs, gratuité, réservations

- Mise en place de réservations en ligne, notamment pour ne pas dépasser le nombre maximum de personnes autorisées par visite guidée.

Ateliers et activités manuelles

- Les ateliers deviennent des démonstrations réalisées au musée et diffusées en direct sur Facebook.
- Quand les ateliers sont maintenus, des kits individuels sont préparés en amont pour chaque participant puis désinfectés à l'issue de l'activité. La salle d'accueil est toujours la même.
- La réalisation d'un atelier en visioconférence a été testée. Est-ce une offre à développer ?

Audioguides, visioguides

- Proposition d'une application sur smartphone aux visiteurs. Elle ne nécessite pas de connexion internet et permet une expérience de visite interactive et personnalisée du musée à toute la famille.

Autres ?

- Développement de l'offre de médiation en ligne (quizz, tutoriel, etc.) sur les sites internet des musées et sur les réseaux sociaux (Facebook et Instagram). Les réussites sont diverses selon les musées et les plateformes mais globalement, ces actions numériques ont permis de toucher de nouveaux publics.
- Mise en place d'un livret pour le jeune public.
- Mise en place d'une enquête au musée à réaliser par toute la famille en autonomie.

Quels coûts et quels moyens pour ces adaptations ?

- Mise en place de visières pour les médiateurs, de plexiglas, d'une nouvelle signalétique, d'une surveillance renforcée et d'un nombre réduit de visiteurs pouvant circuler en simultané dans le musée.
- Repenser les salles où ont habituellement lieu les manipulations par le public.
- Coûts financiers imprévus.

Inquiétudes pour les métiers de la médiation ? Pour les indépendantes et indépendants ?

- La relation humaine et la manipulation par le public sont très importantes dans les métiers de la médiation. Pourtant, avec les contraintes sanitaires, cela n'est presque plus envisageable et les activités numériques en autonomie se sont beaucoup développées. Le sans-contact est-il l'avenir de la médiation ?

Mots-clés :

Effectif réduit – Visite guidée personnalisée – Conférences, ateliers et visites virtuels – Kits individuels – Application mobile – Médiation en ligne – Livret jeune – Coûts financiers – Sans-contact

Citations :

« On essaye de préserver l'humain au maximum mais le numérique, l'autonomie a pris une grande place post covid »

« Cette période a été l'occasion de développer et mettre en place des systèmes de réservations en ligne »

Comment maintenir ou retrouver le lien avec nos publics ?

Comment maintenir ou retrouver le lien avec nos publics ? Le confinement en début de saison a rompu soudainement la relation habituelle entre le musée et ses publics, en interdisant la rencontre physique. Les personnels des musées ont dû s'adapter et se sont montrés créatifs pour maintenir le contact avec les publics sur internet, par téléphone, dans des mondes virtuels...

La réouverture se fait dans des conditions difficiles, les "gestes barrières" obligatoires compliquent l'accueil, la convivialité, la proximité qui sont le vocabulaire habituel des musées. Quelles continuités et quelles ruptures dans cette relation, selon les différents publics ? Ceux que l'on a perdus, ceux que l'on a trouvés, ceux avec qui la relation a changé ?

Les participants et participantes sont invités à s'exprimer quant à cette question générale, déclinée en plusieurs propositions de thématiques : Publics porteurs de handicaps, sensoriels, mentaux, moteurs... ; Scolaires, petite enfance ; Hors-les-murs (scolaires, parcours urbains, hôpitaux, prisons...) ; Communication ; Sur le web : quelle continuité par rapport au confinement ? ; Tourisme : quelle relance ?

Ils sont également invités à proposer d'autres sujets s'ils le souhaitent et, si le temps le permet et qu'ils le souhaitent, à aborder des enjeux liés à l'adaptation de médiations : Comment se préparer à adapter nos médiations lors d'une future crise ? ; Quelles demandes politiques concernant les médiations de la part des tutelles ? ; La médiation en ligne pendant le confinement a-t-elle modifié la relation des musées avec leurs publics ?

Éléments se dégagent des échanges :

Publics porteurs de handicaps, sensoriels, mentaux, moteurs...

- Visite et atelier virtuels pour public empêché en situation de handicap cognitif et sensoriel. La difficulté a été de ne pas rentrer dans une transmission passive. L'atelier a été un succès : chaque participant avait un kit individuel, ce qui a permis faire une activité ensemble. Cette action pourrait être reprogrammée en fonction des conditions sanitaires.
- Comment donner accès au public empêché en respectant les contraintes sanitaires ?

Scolaires, petite enfance

- Comment accueillir des classes dans des salles ne permettant pas le respect de la distanciation sociale ?
- Pour certains musées, il est important que les enfants viennent au musée, d'autant plus que la distanciation n'a plus lieu à l'école.
- Développement de contenus pédagogiques en ligne et de rendez-vous virtuels avec des classes.

Hors-les-murs (scolaires, parcours urbains, hôpitaux, prisons...)

- Pour certains musées, les centres socio-culturels et les maisons de quartier sont très demandeurs pour cet été. Cela a permis de renouer avec certaines structures à la fin du confinement en respectant les consignes sanitaires.

- Pour d'autres musées, des activités ont dû être annulées ou reportées.
- Des médiateurs amènent des œuvres (ou des reproductions) aux enfants dans des lieux extérieurs au musée (Musée de Poitiers). Ces médiations sont l'occasion d'évoquer les conditions de transport et de conservation des œuvres. Elles sont suivies d'un atelier.
- Mise en place d'expositions itinérantes pour éviter au public de se déplacer en masse dans les musées.

Communication

- Les publications sur les réseaux sociaux ont pallié à la non diffusion des dépliant papier.

Sur le web : quelle continuité par rapport au confinement ?

- Lors du confinement, les réseaux sociaux ont permis de proposer des médiations sur des fonds non accessibles au public et des activités ludiques. L'objectif était de développer un autre type de médiation et de rapport avec le public pour valoriser le musée. Avec la reprise des médiations en présentiel, il est difficile de continuer à alimenter les réseaux sociaux de cette manière, mais ce serait l'idéal.
- Mise en place d'une web-série (par exemple sur le thème des légendes).

Tourisme : quelle relance ?

- La région Grand-Est offre 10 000 chèques vacances de 500€ pour soutenir les acteurs touristiques et remercier les soignants (essentiellement).
- En Alsace, un plan de relance est en cours de mise en place. De nouvelles offres et une nouvelle communication seront proposées en concertation avec les professionnels du tourisme, de la culture, les offices de tourisme, etc.
- La fréquentation est plus locale et invite à repenser les contenus proposés. C'est positif.

Autres ?

- Les musées ont-ils utilisé des mailings contenant des promotions (ou autre) pour inciter les visiteurs à revenir ?

La médiation en ligne pendant le confinement a-t-elle modifié la relation des musées avec leurs publics

- « A Marseille, certains sujets qui étaient un peu cadencés, coincés, se sont subitement débloqués pendant la crise » (Musée d'Histoire de Marseille).

Mots-clés :

Virtuel – Réseaux sociaux - Kits individuels – Distanciation sociale – Maison de quartier – Report – Annulation – Exposition itinérante – Chèques vacances – Tourisme local

Citations :

« Expérience plutôt réussie sur les réseaux sociaux avec un nouveau rapport à nos publics. Mais comment conserver cette activité ? manque de temps avec une reprise complète des accueils en médiation humaine sur le site »