



« Comment adapter nos médiations ? »

Compte-rendu de l'atelier n°12- 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 et premiers retours.

Sandrine le Flohic, chargée de mission sciences et société, Université Paris-Saclay // Facilitatrice

Ewa Maczek, directrice adjointe de l'OCIM // Scribe

Gontier Laurent, auteur, Indépendant. Pendant 15 ans rédacteur de guides de voyage (Hachette, Gallimard etc). A commencé à exposer comme auteur des travaux et de la scénographie, travaille avec des photographes. Ne gère pas de lieu mais travaille comme prestataire de professionnels de la culture. Durant le confinement : période stimulante ouvrant à la créativité ; on est plus attentifs et curieux vis-à-vis de dispositifs plus alternatifs et notamment numériques. Il a eu alors l'opportunité et l'idée de développer une application de coloriage numérique.

Séverine Guillotte, Département de la Manche, responsable du service Réseau des sites & musées. 6 sites patrimoniaux et une dizaine de musées, Réouverture le 15 juin dernier. Ouvertures des musées se passe plutôt bien avec une façon de penser la médiation autrement. Attentes : découvrir des outils, travailler différemment et la médiation au cours de nos préoccupations, recueillir les idées et les connaissances sur ce qui se passe ailleurs et se projeter un peu plus et envisager autrement la médiation.

Lavallard Valentine, Chargée de billetterie et d'accueil des publics pour la Capitale Mondiale du design à Lille. Pour l'instant, pas de réouverture et tout (programmation et visites) est reporté pour septembre ;. Questions : comment accueillir les publics ? Aujourd'hui on a du mal à nous projeter.

MARSAC Carole, musée des beaux-arts de Rennes, médiatrice. Ouvert mi-juin avec des horaires particuliers adaptés jusqu'au 30 juin et horaires classiques à partir du 1^{er} juillet. Gratuité du musée jusqu'au 31 .08 pour faire revenir prudemment les visiteurs

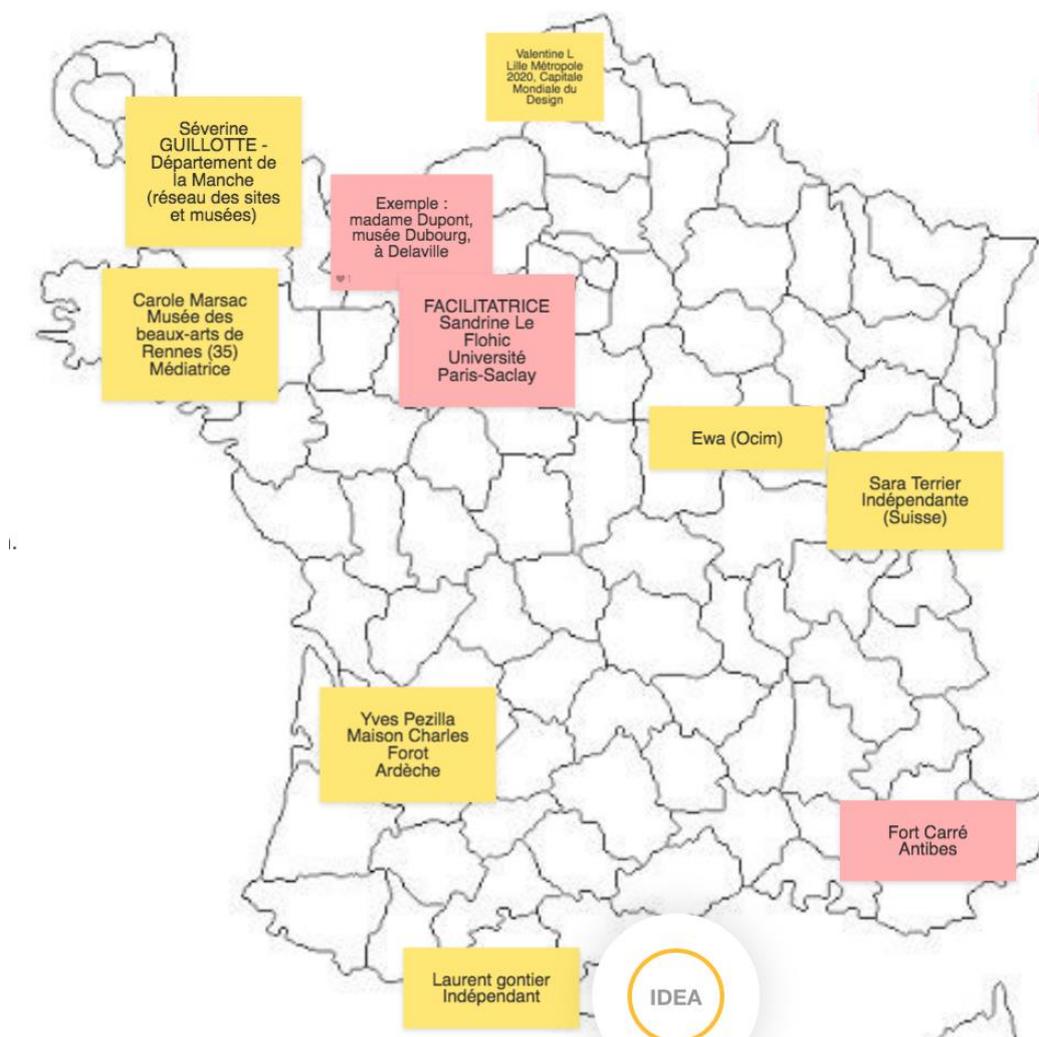
Attentes : idée de voir ce qu'on a mis en place et si cela n'est pas trop décalé ; s'inspirer des autres.

Yves Pézilla, Maison Charles Forot. En Ardèche, le musée est géré par une asso. Maison qui appartient à la fédération des maisons d'écrivains régionaux. On va rouvrir le 3 juillet dans les conditions normales mais réduire le nombre des personnes en nombres.

Attentes : découvrir des outils ; échanger sur les aspects de médiation car on a supprimé certaines choses comme animation et on se pose la question comment faire.

Terrier Sara, La Lucarne, chargée de projets, indépendante en Suisse, travaille pour différents musées autour du lac Léman. Pas même type de confinement en Suisse car confinement juste de 1.5 mois, retours sur cette situation différente.

Bérengère, Musée du textile de Cholet, attachée au service des musées de Cholet, d'art et d'histoire des Cholet. A réouvert une semaine maintenant avec des réservations de créneaux



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 :

- Réorganisation interne : modification des missions, ajout de temps de nettoyage etc..
- Changement des modes d'accueil et de l'offre aux publics : protocole, jauge, programmation à venir (annulation, report etc.)
- Ces changements dépendent du type de structure (taille...), de la région concernée (niveau de pandémie) et de la contrainte/objectif de réouverture
- Construction d'une offre spécifique et « sur mesure » parfois
- Adapter les outils et le parcours en lien avec consignes de gestes barrières. Les structures rattachées à des collectivités de taille importante (Rennes Métropole ou Normandie) ont pu s'appuyer sur des outils mutualisés. Les plus petites structures ont été plus isolées à la fois pour s'informer et pour concevoir des choses spécifiques.

Mots-clés :

Fatigue – stress – jauge - ouverture des portes - nouvelles collaborations - changement du mode de travail (télétravail, puis sur place missions différentes)

Citation :

« Solutions mises en place "finalement" assez simples pour la visite avec parcours étudié par contre plus complexe avec l'accueil des groupes »

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 :

- Beaucoup plus d'offres de visites et d'actions hors les murs et en vélo
- Visite scolaire (Suisse) ont repris mais en France très peu ce type de publics

Expositions : Manipulations, boutons, écrans tactiles

- Écrans, manipulation : accompagnés d'un gel avant l'usage et après
- Multimédia : certains hors fonction ou en présence de gel ;

Tarifs, gratuité, réservations

- Gratuité sur le territoire pour beaucoup de structures
- Réservation en ligne (Rennes et un autre site)
- Tarifs maintenus pour les réouvertures plus tardives et « petites » structures

Ateliers et activités manuelles

- Modification des jauges : en petite groupe
- Visiteurs invité à apporter son matériel (nouvelle pratique)
- Dans quelques structures, suppression, juste maintien des visites

Autres ?

- Garder les traces des personnes qui viennent au musée (Suisse)

Quels coûts et quels moyens pour ces adaptations ?

- Modification des plannings de projets (priorité différente)

Quels enjeux managériaux ? Télétravail ? Augmentation de la Polyvalence ?

- Peu évoqué, besoin d'organiser différemment le travail car beaucoup de temps pris pour le nettoyage etc.

Mots-clés :

Actions hors les murs – traductions

Citation :

« Modification des priorités de projets pour développer rapidement un outil numérique. »

« Nouvel outil inventé et proposé dans ce contexte précis, qui n'aurait pas vu le jour sans de nouvelles collaborations et ces contraintes. »

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...

- Pas prioritaire dans ce contexte et parfois les espaces de médiation spécifiques fermés (surfaces tactiles...)

Scolaires, petite enfance

- Selon les structures, cas de figure différents : avec le calendrier, peu de scolaires réservent (vacances) pour maintenant mais dans une structure (Lille), les réservations scolaires sont déjà nombreuses pour la rentrée
- Difficulté de s'engager avec ces publics sans pouvoir anticiper sur une éventuelle 2^{nde} vague

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

- Privilégier ces actions
- Nouvelles actions menées, avec une valorisation de collections in situ par exemple ou des visites à vélo (pour garder la distanciation)

Communication

- En ligne : passer la parole aux designers pour parler de leur métier (Lille)
- Ciblées par rapport aux publics
- Au début surtout avec les réseaux sociaux et le site

Tourisme : quelle relance ?

- Communication différente pour les « grosses » structures avec une offre touristique différente, ciblée sur le public local
- Une communication renforcée au niveau national (Suisse) ; privilégier local, régional. Nouveau public et nécessité de traduction

Autres ?

- Public revient peu à peu
- Exposer les reproductions dans les vitrines des commerçants – médiation dans la rue ;

Mots-clés :

Retour du public – Visites à vélo – Difficulté de s'engager

Citation :

« Notre public (habituel) revient très doucement. »

Script

Comment adapter nos médiations ?

Carole , MBA ; on a préparé des actions pour l'été à la demande de la ville de Rennes ; on va cibler plus le **public local** que le touristes chinois , coréens ; **actions hors les murs et intramuros** ; le musée soit présent à l'extérieur ; visite des œuvres dans les quartiers de Rennes ; visite en vélo ; yoga dans les parc ; à partir de sculptures dans les parcs et en lien avec des oeuvres / artiste présentent au musée ; **de l'extérieur on essaie de faire venir au musée** ; petite jauge ; et dans les ateliers – normalement le musée fourni le matériel pendant que maintenant **le public est invité à apporter son matériel**

- Visiteur prépare leur visite : doit réserver leur visite , depuis juillet va être mis en ligne une réservation ;

- Tout est visite guidée : public peut visiter tout seul ; **médiation et le visiteurs libres cohabiter dès qu'on est intramuros** ;

- La ville est en train de créer un site : **« Un été à Rennes »** ; pour que les gens puissent venir :

Tout est **gratuit** et pour **tout type de médiation** : écouter un slameurs, faire de yoga, faire atelier ; en général les actions sont gratuites mais pas l'entrée de musée :

Carole : nouvelle forme de médiation : visite filmée => on va développer une visite virtuelle : donner rdv au visiteurs et les gens vont se connecter et le médiateur pourront faire une visite commenté dans les collections sans que le visiteur soit présent : c'est une nouvelle visite : on ne 'la jamais fait ; on va pouvoir toucher le publics qui ne viennent pas ou peut-être qui ne peuvent pas visiter ; et on pense utiliser ces visites pour les enseignante pour préparer les visites pour les scolaires – on a des difficulté pour faire venir les enseignants et échanger avec ; cela permet d'expérimenter et ouvrir vers le nouveau public ;

Sara : adaptation à Vevey ; confiner un mois et demi ; le temps de penser : adapter l'offre et tout de suite il faillit ouvrir ; donc bcp d'adaptations des activités pour les **jeunes publics ou des collections** ;

Lorsqu'on a réouvert et l'école aussi et on a eu des demandes pour les visites scolaires ; aujourd'hui une visite guidée ; bcp visite privée ; **garder les traces des personnes qui viennent au musée** ;

Adaptation des offres : **ateliers pour les petits groupes** ;

Peu de gens qui viennent aujourd'hui de l'étranger : pour attirer le public de suisse allemand ; de Tessin ; tourisme nationale qu'on développer pour cette été ; importance de traduction

Valentine : énormément de réduction les visite guidée ; démarrer 2 groupe / h ; en terme normale les groupe plus grande : pour l moment 15 personnes ; risque d'annulation pourrait être générer les frustration ; on favorise la réservation en ligne pour éviter la fille d'attente ; problème pour les structures qui sont gratuites et en accès libre ; ou il faudrait passer au réservation en ligne même si c'est gratuit : faire le tours, gérer les flux ;

Il y aura un peu de souplesse :

V : choses vont évaluer, je ne sais pas quoi répondre ; on envisager le pire scénario tant de l'assouplir ensuite ;

Yves : tarifs n'ont pas changés, pas élevé on est dans la zone rurale ; la programmation liée à la disponibilité des médiateurs/ animateurs ; soucis ce qui se passe au niveau de territoire : sur plusieurs médiations autour du périmètre de 25 km – vigilance // programmation des partenaires – on est dans le contexte où il y avait pas de changements ; communauté commune qui est passé à l'agglo : structures ont du mal à se structurer et donc pas de coordination général – période moins facile – cela demande une plus grande vigilance et aller la pêche – changer de postures // à autres offres de proximités ; processus ne sont pas les mêmes en très commune et l'agglo ;

En cours de réflexion : on a des propositions : les gens qui nous proposent des spectacles à voir pour les dates ; on y réfléchit et se questionne combien des actions on programme et à quelle échéance ;

Pas de changement de cible des publics ; très peu de jeunes, scolaires ; volonté de faire bcp de choses mais l'école a été fermée un certain temps – bcp demandes pour compléter d'autres axes que celui du scolaire ; pas trop faire évoluer le public ; aujourd'hui enjeux c'est plus **évoluer l'offre et la programmation**

Laurent : atelier ; expliciter ce qui a été différent dans cette médiation ; Accompagner les visiteurs sur les écrans et proposer de publier avec un hashtag ; une application une 2^e qui est sortie pendant le confinement ; utilisation de mail Stream pour proposer les visiteurs guidées dans les musées vides ;

Sandrine : réseau pas de modifications sur le tarif , par contre modification des horaires pour que les équipes plus soufflées ; réservation obligatoire pour les ateliers mais pour visite librement ; jauge 9 personnes + guide => + masques : faire une visite commentée pendant 1,5 h ; - retour de la fatigue des médiateurs ; pas des retours scolaires ; préoccupation ailleurs – réservation des adultes et centres d'été ; **élargir la jauge au-delà de 10 personnes** ; on est dans le **milieu rurale**, espace extérieur pour limite des temps de présence à l'intérieur ;

Outils médiation : limités ; guide visiteurs pour les enfants –document d'accompagnement, ceux qui devaient être repris on a arrêté ; tablette tactile des infections ; bcp atelier de découverte – jauge distancier physique aussi ; visiteurs apportent leur matériel ; collage ;

Musée de céramique ; modelage – matériel pour décorer a été offert ou prêté avant le Covid ; aujourd'hui adaptation – chercher la décoration à l'extérieur ;

Médiation dans l'exposition temporaires ou permanentes ; on a retiré bcp au départ mais la, on remet le matériel ; casque – supprimé ; multimédia avec un gel à côté pour se laver les mains ; espace enfants lecture ou jeux : supprimé + espace Jacques Prevert – un table atelier pour réaliser des cadavres exquis, sont remplacés par les photos d'artistes ou facsimilés ; par contre les écrans tactile mettre le gel pour les maintenir ;

Nos publics : principalement locale ; une signalétique covid ; en cours traduction pour anglophones, renfort saisonniers augmenter un peu mais pas énormément ; + adaptation de travail

Comment maintenir ou retrouver le lien avec nos publics ?

Severine : Hors les murs : collégiens, lycéens ; sauf les professeurs mission de faire revenir dans les murs, cela ne correspond pas aux attentes des enseignants ;

Carole : le liens avec les publics : Côté communication : information sur les sites, la ville de Rennes + RS ; maintient des liens avec des maisons de quartier : venir au musée – actions au sein de maison quartier, + maison de retraite + prison => on revient vers las actions d'avant le confinement ; on a décalé les rdv qui ont été déjà programmées +> maintien des actions : certaines ont été en cours de conception : exposition hors les murs avec la reproduction des tableaux dans le vitrines des commerçants pour dévoiler nos tableaux de collection dans la rue et pour inviter les visiteurs in situ ensuite ; c'était en préparation et qui ont vu le jour plutôt ;

Les autres types d'action pour des publics : ateliers, visite public déficient, auditif : on a coupé de côté de ce public ; on avait une espace tactile qui a été supprimée ; on va expérimenter avec les publics pendant été et voir ensuite ; spécifique / au tourisme : public locale ; livre d'or a été supprimé à l'ancien (a été supprimé avec un crayon)

Sara : publics : bcp d'autres régions linguistique de la Suisse ; on a pu savoir les gens d'où ils viennent les gens – question à l'accueil, les gens bouge bcp en suisse ; tourisme nationale fort ; bcp de comm dans ce sens là aussi ; surtout de traduction – en Suisse et communication ciblée ;

Valentine : problématique des groupes : une comm spécifique ; une assos vu jours qui a née pour 2020 pour la capitale de design ; donc ; bcp de visite de Belgique ; c'est une année de design bcp d'établissement des arts appliqués ; on a réalisé bcp de vidéos ou designer parlait et envisageait le monde d'aujourd'hui ; produire des nouveaux outils et interroger contemporaine :

Yves : je rejoins ce qui a été dit sur l'aspect tourisme via agglo, département et éventuellement la région ; Public revient mais doucement

Laurent : public avec le plaisir de revoir le site ; les abbayes ; visite pas trop confortable ; pas seulement le papier ; proposer d'autres choses ; application mobile qu'ils peuvent télécharger ; visiter imprimer à la demande ; bcp de question et voire ce qui pourrait être intéressant pour les publics ; adapter des outils selon les profils et attentes des publics ; une heure différents => solutions simple et qui ne coute pas cher ;

Pour Cluny : site internet qui va s'installer comme une application ; logiciel libre derrière ; on n'est pas tenu par des entreprise ; une créativité : deux appels d'offres de regroupement de département pour la mise en valeur de site => la dimension technique a été mis en avant et la technologie parfois 3 ans après est obsolètes ;

Séverine Guillotte - Département de la Manche ; même constat pour proposer un doc ;

Laurence : 2 matinées en groupe par semaine, le reste pour l'individuel pour le musée textile ; aide de la visite en papier ; en temps normal les démonstrations et maintenant, elles ne puissent pas avoir lieu ; **travail sur outils audio** ;

Horaire adapté pour les agents d'accueil ; visiteurs jouent les jeux pour respecter les masques ; on est gratuit pour les deux musées ; art et histoire – labyrinthe qui ne se visite pas ; la gratuité ;

Public : énormément perdu : en groupe : mai-juin ; public individuel de la 60°aines , aucune idée de cet été ;

