



## « Comment adapter nos médiations ? »

25 juin 2020 – 14h - Synthèse des échanges

MUSEOCOVID est un cycle de rencontres en ligne pour interroger l'impact de la crise sanitaire sur le monde muséal. Il souhaite répondre au besoin de réinstaurer des lieux d'échanges et de partage pour envisager ensemble le monde muséal d'après.

Suite à la première rencontre intitulée « Réinvestir l'espace du musée »<sup>1</sup> du 19 mai 2020 qui invitait à interroger les contraintes apparues au cours des derniers mois et les solutions permettant la réouverture progressive des musées, l'adaptation des médiations s'est imposée comme la thématique à aborder pour cette deuxième rencontre intitulée donc « Comment adapter nos médiations ? ».

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 ?

Voici la synthèse des échanges qui se sont tenus en ligne sur cette thématique lors de cette deuxième rencontre, le 25 juin 2020, au sein de seize ateliers. Les échanges se sont faits par l'intermédiaire de deux outils : un salon de visioconférence pour les échanges oraux en parallèle d'un brainstorme en ligne dans lequel les participants pouvaient déposer idées et réflexions. Le tout se faisait en réaction à des propositions de thématiques et questionnements préalablement définis. Chaque atelier était facilité par un personne contributrice.

Il s'agissait, après des premiers échanges introductifs consacrés aux présentations de chacun et à des premiers retours d'expériences et de ressentis, de partager la façon dont chacun a adapté ses dispositifs de médiation, avant d'envisager la façon de renouer des liens avec les publics des musées.

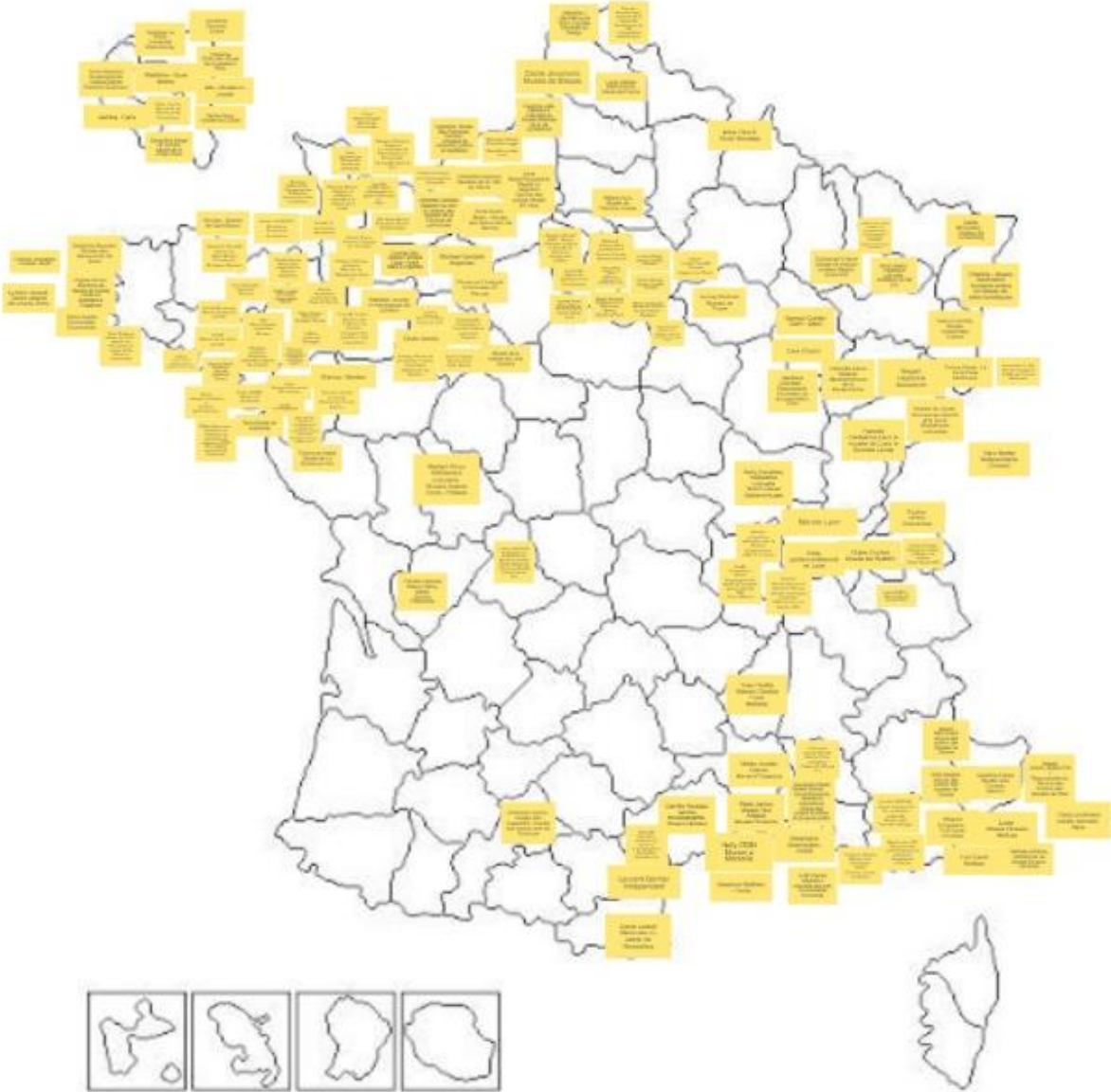
Seize comptes-rendus ont d'abord été réalisés - un pour chaque groupe – sur la base des notes prises par des scribes ainsi que des réflexions émises par les participants par l'intermédiaire de « post-it » dans ces brainstormes. Ceci est une synthèse de seize comptes-rendus. Elle a été réalisée de manière collaborative par de nombreux contributeurs et contributrices impliqués dans MUSEOCOVID<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Retrouvez la synthèse des échanges : <http://www.museocovid.org/index.php?category/Ressources/page/3>.

<sup>2</sup> Merci à eux : <http://www.museocovid.org/index.php?category/Merci-%C3%A0-eux-!/page/2> (Liste non exhaustive).

Plus de 150 participants ont pu échanger lors de la rencontre, répartis en 16 ateliers. Voici leur répartition géographique approximative.



\*\*\*

## Échanges introductifs

Les participants et participantes étaient dans un premier temps invités à partager leurs ressentis suite à cette crise et à la réouverture de nombreux musées ainsi qu'à s'exprimer sur l'impact que la crise a eu sur leur activité, sur leurs médiations. Une vidéo d'introduction<sup>3</sup> à la rencontre était par ailleurs proposée en amont de celle-ci afin d'ouvrir les débats.

*De nombreuses attentes sont exprimées par les participants pour discuter et échanger de bonnes pratiques à adopter à différents sujets :*

Comment maintenir le lien avec les publics ? Quelle place pour la médiation humaine et pour le numérique ? Quid de la manipulation de matériel et quelle place pour le tactile ? Quelle organisation pour les événements de l'été, les « vacances apprenantes », la rentrée scolaire, les Journées Européennes du Patrimoine ? Quelle continuité pour les budgets ? Comment accueillir des différents publics, comment mettre en place les mesures barrières et les jauges ? ...

*« Un choc suivi de beaucoup de questions. Nécessité de revoir les modes de médiation pour garder du lien et assurer la sécurité de tous »*

*« Incertitude : comment profiter et faire profiter d'une visite tout en donnant un sentiment de sécurité dans un espace fermé ? Nous allons rouvrir bientôt et la période estivale est pensée comme un période d'observation. »*

***Quels ressentis des participants face à la crise et à la réouverture des musées ?***

. Beaucoup de professionnels ont d'abord été dans la sidération et le flou. Le télétravail a pu être difficile, avec parfois une absence de consignes claires, un manque d'interlocuteurs et une pression politique (quant à la justification du travail produit pendant le confinement par exemple ou encore, plus récemment quant au dispositif de « nation apprenante » ...).

. Des inquiétudes existent à de nombreux sujets : contraintes sanitaires, accueil des publics et comportements des visiteurs, adaptation de l'offre de médiation et de la programmation, gestion de la rentrée et des projets scolaires, pertes d'exploitation, accroissement des inégalités entre petits et grands musées, perte du lien avec les publics. Un sentiment de perte de sens des missions d'accueil et les mesures sanitaires rendent les choses parfois peu agréables.

. Ces inquiétudes sont partagées avec la joie des professionnels de retrouver les musées, les publics et leurs médiations, de pouvoir à nouveau échanger avec les visiteurs et potentiellement de nouveaux publics. Il y a une forte volonté de garder le contact avec les publics.

---

<sup>3</sup> Pour consulter cette vidéo : <http://museocovid.org/index.php?category/rencontres>

. Il ressort des échanges un besoin et une envie de réinventer beaucoup de choses, de prendre le temps et de réfléchir posément, de ne pas faire comme avant. C'est l'occasion de se remettre en question, de prendre du recul, de réinterroger nos pratiques de médiation.

*« Envie de moderniser voire de repenser le musée avec d'autres supports pédagogiques, plus interactifs. »*

*« Ressenti positif mais stressant face à tous ces protocoles sanitaires à mettre en place »*

*« L'impression d'avoir à tout réinventer, comme si le musée ouvrait pour la première fois ! »*

### ***Quel impact de la crise sur l'activité, sur les médiations ?***

. La crise a eu un fort impact sur l'activité des professionnels de la médiation et sur les médiations en elles-mêmes. Elle a nécessité une forte réorganisation, une modification, voire une disparition de certaines missions. Les structures rattachées à des collectivités de tailles importantes ont pu s'appuyer sur des outils mutualisés. Les plus petites structures ont été plus isolées pour s'informer et pour concevoir des médiations spécifiques.

. De très nombreux reports d'évènements et annulations ont été nécessaires, avec un renouvellement de la programmation estivale, qui a impliqué de refaire tous les supports de communication.

. La médiation numérique sur les réseaux sociaux s'est beaucoup développée pour compenser l'absence d'activités en présentiel. Cela a fait appel à la créativité et à l'imagination avec de nouveaux formats. Les compétences des équipes se sont développées de ce point de vue.

. La réouverture est progressive avec parfois une ouverture partielle. Les musées paraissent encore calmes et la fréquentation faible, notamment du fait de la disparition des groupes et des scolaires, qui représentent parfois une grande part de l'activité. La réouverture de certains lieux est repoussée, la fermeture est encore effective dans d'autres, parfois sans visibilité pour la réouverture.

. Les modalités d'ouverture (parcours, espaces de visites, dispositifs) ont été repensés, en accord avec les contraintes sanitaires. Ces changements dépendent des structures et régions concernées. Les visiteurs respectent dans l'ensemble les gestes barrières, malgré les contraintes que cela apporte. Cela n'est parfois pas respecté, ce qui peut apporter un mauvais relationnel avec le public.

. Les médiations reprennent, dans un autre type de relation aux publics, avec des mesures sanitaires parfois peu agréables à appliquer. Le contact direct lors des visites a été en partie perdu. Les médiations ont été adaptées, avec parfois une simplification de l'offre et de l'expérience de visite, parfois la construction d'offres spécifiques et sur mesure, avec plus de dispositifs individuels.

*« Beaucoup d'adaptation pendant le confinement avec un public en demande de contenu culturel, mais que nous n'avons pas l'impression de retrouver encore aujourd'hui »*

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

*« Alors que l'on évolue vers le participatif et l'expérimentation sensorielle, cette crise freine cet élan...  
c'est un vrai retour en arrière »*

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

**\*\*\***

## 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 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 ?

### *Adaptation des visites guidées :*

. La durée et le lieu des visites guidées sont modifiés. Les visites sont parfois organisées en-dehors des horaires d'ouverture habituels du musée, afin de ne pas empêcher d'autres publics d'y venir. Les médiations extérieures sont privilégiées. Beaucoup d'offres de visites et d'actions hors les murs et en vélo. En intérieur, un sens de circulation a été mis en place.

. Les jauges sont adaptées quand cela est nécessaire, ce qui n'est pas toujours le cas, le public n'étant pas encore revenu assez pour cela dans certains musées. Le décret du 31/05/2020 apparaît comme peu clair quant à la limitation à 10 personnes dans les espaces publics (n°2020-663). La jauge pour les groupes est ainsi fixée généralement à huit, dix ou quinze personnes. Le nombre de créneaux est parfois doublé pour compenser la limitation de la jauge, avec des visites « flash », plus courtes, d'environ 30 minutes. Les échanges paraissent plus riches du fait de la réduction des groupes.

. Les médiateurs doivent être masqués quand ils sont à moins d'un mètre de leur public. Les visières ou masques en plexiglas sont préférées aux masques, notamment pour les médiateurs qui se doivent d'être expressifs et ont besoin de bien respirer. Les visiteurs sont également protégés. Cela modifie la relation et apparaît parfois comme très contraignant : fatigue pour le guide, moins d'échanges avec le public, plus difficile de se faire comprendre.

. Micros et casques ont parfois été mis en place pour compenser en partie l'inconfort des masques et visières. Des cotons peuvent être placés sur les micros pour sécurité sanitaire.

. Des applications sur smartphone, payantes pour le guide ont également été créées pour permettre au guide de communiquer à distance avec son public. Vidéos de visites pour enfants et adultes sont également proposées de manière virtuelle, en ligne.

. Les visites guidées sont supprimées dans certaines structures, avec parfois un retour au livret papier individuel. Les médiateurs peuvent également effectuer des visites individuelles, plus personnalisées, en allant à la rencontre du visiteur. Les visites ne reprendront pas avant septembre par endroits. Les visites guidées vers les scolaires ont très peu repris avant les vacances.

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

*« Les échanges sont plus riches entre les différentes familles qui participent aux médiations »*

***Adaptations des expositions (manipulations, boutons, écrans tactiles) :***

. L'adaptation est facile à gérer dans les musées qui avaient peu de manipulations ou d'écrans, mais peut provoquer beaucoup d'inquiétudes dans les musées en présentant beaucoup. Beaucoup d'outils tactiles ont été supprimés. Ils sont utilisés seulement par les médiateurs dans certains musées. Cela peut aboutir à une expérience plus passive du public.

. Il semble possible techniquement de se libérer du tactile, les solutions existent. Parfois, le choix a été fait de le conserver, avec une désinfection régulière. Du désinfectant peut être mis à disposition, en confiance avec visiteurs et avec une signalétique indiquant si l'outil a été utilisé et nettoyé. Des kits de matériel individuels peuvent également être proposés à chaque visiteur, avec une désinfection entre chaque utilisation.

. L'usage de matériel jetable peut être une alternative permettant de continuer les ateliers bien que peu écologique, avec par exemple des charlottes à usage unique pour les dispositifs avec casques. Des stylets ont souvent été mis en place pour les dispositifs tactiles, associés à un nettoyage régulier des espaces.

. L'impression sur papier est parfois choisie, avec des livrets remis à chaque visiteur. Il semble néanmoins important de faire attention à la fracture numérique.

. Une compensation est faite par le numérique (conférences, visites virtuelles...), avec par exemple des visites virtuelles zoom de trente minutes pour permettre à un maximum de personnes de participer. La dématérialisation des supports est également mise en place en présentiel (activation de vidéos sur les téléphones mobiles des visiteurs...).

. Propositions hors les murs et création d'expositions temporaires et animations sans dispositifs tactiles représentent également des solutions.

. Le jeune public est difficile à accueillir et à gérer dans le cadre des contraintes sanitaires du fait de ces dispositifs tactiles attrayants.

*« Grosse inquiétude quant au numérique. Comment mettre en place des gestes barrière sans nuire à la qualité de la médiation numérique ? »*

*« Nous avons fait choix de la confiance : un disque double face indique qu'un dispositif a été utilisé et doit être nettoyé »*

*« Est-ce que les médiateurs vont encore aimer leur métier si on enlève toute les expériences sensorielles, les manipulations et qu'on ajoute de la distance entre les contenus, les collections et les visiteurs... ? Une médiation à l'opposé de son métier »*

### ***Adaptation des tarifs, gratuités, réservations :***

. Pas de modification des tarifs pour le moment dans beaucoup des structures. Les tarifs semblent avoir été maintenus tels quels de façon plus importante dans les petites structures et celles ayant rouvert plus tardivement.

. Des réductions tarifaires ont pu être choisies, parfois car tous les espaces ou dispositifs ne sont pas disponibles à la visite. Parfois, 1 billet acheté = 1 billet gratuit. Possibilité également d'inclusion des visites guidées dans le prix de l'entrée, avec deux visites possibles par jour.

. Une gratuité régionale ou par tranches d'âges (15 ans, scolaires..) peut être mise en place, notamment afin de faire revenir le public local. Dans certains cas, l'accès au parcours permanent ou à une exposition temporaire est devenu gratuit, notamment dans le cas de la présentation de fac-similés des œuvres. La gratuité est parfois prévue jusque fin juin, parfois tout l'été.

. Réservation à distance par téléphone, mail ou en ligne favorisées pour les structures qui possèdent les interfaces, notamment pour ne pas dépasser le nombre maximum de personnes autorisées. Parfois conseillées, parfois obligatoires pour toutes les animations. Certains établissements réservent seulement certains créneaux à la réservation en ligne. La réservation en ligne augmente le travail de la régie et de la comptabilité.

. La question de faire payer l'offre du musée en ligne est soulevée.

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

*« Les actions de médiation se font le matin entre 10h00 et midi en dehors de l'ouverture publique, trois fois par semaine, sur réservation obligatoire, jauge limitée à 6. participants. »*

### ***Adaptations des ateliers et activités manuelles :***

. Annulations des ateliers dans beaucoup de structures car trop complexes à mettre en œuvre, notamment les ateliers scolaires. Des adaptations sont néanmoins possibles. Les ateliers en extérieurs sont alors privilégiés.

. Réduction des groupes avec des jauges basses, avec cinq personnes par exemple ou la réalisation d'ateliers sans les parents pour diminuer le nombre de participants.

. Les animations d'origine peuvent être remplacées par la mise en place de visites contées pour les jeunes, sans manipulations, par des démonstrations réalisées au musée et diffusées en direct sur Facebook ou en Visio conférence. La question se pose de savoir s'il faut développer cette offre en ligne, pour laquelle on connaît peu l'impact auprès du public. Des ateliers pour scolaires ont également été transformés en kits autonomes manipulables par le professeur et ses élèves.

. Des kits individuels peuvent être préparés en amont pour chaque participant, parfois jetables parfois désinfectés à l'issue de l'activité. Des supports peuvent être imprimés par les enseignants en



amont. Cela induit parfois une réduction de la jauge, avec un kit de matériel par enfant. Le matériel mutualisé est mis en suspens. Les ateliers en famille peuvent être maintenus, sur une table avec son matériel propre par famille. Les objets à manipuler sont parfois bannis du fait d'une désinfection très chronophage.

. Manque de directives parfois ressenti à ce sujet. Il y a également une difficulté à être réactif et créatif avec les directives gouvernementales qui évoluent rapidement. Des ateliers sont parfois préparés pour les « vacances apprenantes ».

*« Annulation complète des ateliers. Je n'ai pas vraiment d'idée de comment les relancer animations qui impliquent de la manipulation... »*

*« Il n'y a plus aucun atelier scolaire jusqu'à nouvel ordre »*

*« Chaque participant a son matériel (pour les individuels) et nous pensons demander aux scolaires de venir avec leur propre matériel »*

*« Ateliers annulés, mais nous nous demandons pour la rentrée comment procéder. Si désinfection, cela nous oblige à prendre moins de scolaire et demande plus de temps de préparation. »*

#### ***Adaptation des audioguides, visio-guides :***

. Audioguides retirés temporairement dans de nombreux cas, parfois distribués seulement si le visiteur a des écouteurs personnels.

. La situation a pu accélérer la réalisation d'audioguides dans certains établissements pour compenser d'autres dispositifs supprimés. Enrichissement et développement d'audioguides pour l'été ont parfois été privilégiés. Des protocoles de désinfection sont alors mis en place : appareils désinfectés, mis dans des sacs après chaque utilisation... Des haut-parleurs sont également installés parfois dans les espaces muséaux.

. Transfert des contenus audios via des plateformes qui permettent aux visiteurs d'utiliser leurs smartphones, avec des applications à télécharger ou l'utilisation de « QR codes ». Un souci concernant la couverture internet est cependant à souligner. Certaines applications ne nécessitent toutefois pas de connexion internet et permettent une expérience de visite interactive et personnalisée du musée pour toute la famille. Certains musées ont profité du confinement pour développer ce genre d'applications.

### *Autres adaptations :*

. De nouveaux supports ont pu être imaginés : Livrets jeux, jeux de piste, visites décalées et ludiques pour les familles, exposition des chefs d'œuvres du musée sur des panneaux en plein air avec textes de médiation, ateliers et tutoriels à distance, enquêtes au musée à réaliser par toute la famille ... De nombreux outils de médiation ont été transformés. Des projets au long court pour certains groupes ont également pu être adaptés, poursuivis.

. La médiation en ligne a permis de compenser en partie de nombreuses annulations.

. Le port du masque est rendu obligatoire dès 11 ans dans presque tous les musées. Les horaires du personnel que les personnes sont parfois adaptés pour garder le même poste de travail tout la journée et éviter les contacts trop nombreux.

*« La gestion de l'équipe d'accueil est primordiale dans ce nouveau cadre sanitaire et d'accès au musée.  
L'agent d'accueil doit demeurer le premier vecteur de médiation »*

### *Quels coûts et quels moyens pour ces adaptations ?*

. Ces adaptations ont engendré des coûts financiers ou manques à gagner imprévus : visières pour les médiateurs, plexiglas, nouvelle signalétique, surveillance renforcée, repenser les salles, nombre réduit de visiteurs, transformation d'ateliers et de médiations en kits...

. L'offre de médiation en ligne a un coût, bien qu'elle ne soit pas payante, par exemple dans le cas d'applications de visite des musées libres et gratuites. Équiper un musée en contenu virtuel peut coûter cher. Les structures ne disposent pas forcément de ressources humaines, techniques et financières suffisantes pour développer la médiation virtuelle ou numérique. L'utilisation de son téléphone ou matériel individuel par le visiteur peut compenser certains coûts financiers.

. Cela interroge la notion de "rentabilité" des animations et médiations au vu du ratio de visiteurs. Les musées font parfois « avec les moyens du bord ».

. La Drac apporte son soutien, par exemple avec l'appel à proposition l'été culturel en Bretagne.

*« Transformer une médiation en kit dont on fournit le contenu à tous les publics qui en font la demande... ça a un coût ! »*

### *Quelles inquiétudes pour les métiers de la médiation ? Pour les indépendantes et indépendants ?*

. Il y a une précarité renforcée de la profession suite au covid. Dans certains musées, le recrutement de stagiaires, médiateurs et saisonniers est bloqué au moins cet été. Il y a une perte du travail de

médiateur du fait de l'absence de public. Certains guides-conférenciers locaux n'ont plus aucune activité.

. Certaines villes ont assuré la rémunération des guides même quand les visites étaient annulées. Le chômage partiel a pu être touché par des guides travaillant sur plusieurs sites. Les guides-conférencières ont pu se reporter parfois sur de la production écrite.

. Inquiétudes quant à l'avenir de la médiation « sans-contacts » : la relation humaine et la manipulation par le public sont très importantes dans la médiation. Pourtant, cela n'est presque plus envisageable et les activités numériques se sont beaucoup développées. Il y a des inquiétudes quant à la prépondérance du numérique et à la création de liens avec le public dans ce contexte. Il est rappelé que la visite *in situ* doit rester la priorité et que internet ne permet pas de tout découvrir.

. Les guides conférenciers n'auraient pas de limites en termes de nombre de visiteurs contrairement aux médiateurs sans carte, ce qui interroge les participants.

*« Pas de public = pas de médiation = pas de médiateurs = pas de boulot... »*

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

### ***Quid des enjeux managériaux ? Du Télétravail ? D'une augmentation éventuelle de la polyvalence ?***

. Entraïdes et collaborations ont pu être observées généralement dans les équipes.

. Il y a une reprise progressive tout en conservant du télétravail, qui semble avoir bien fonctionné globalement et a parfois permis des temps de réflexions personnels ou en équipe, lectures, et développements de nouveaux projets de médiation...

. La complexité et la lenteur des échanges en télétravail est parfois soulignée, d'autant plus sans matériel adapté. Le télétravail est prévu jusque septembre pour certains. Les équipes viennent par roulement dans les bureaux dans certaines structures.

. Il y a toujours un travail accru sur les réseaux sociaux et la reprogrammation des expositions. Le développement de la présence des musées sur les réseaux sociaux se pose au risque de créer une surcharge de travail. Les tutelles vont peut-être demander à maintenir cette présence à moyen humain constant.

. Une grande polyvalence a été nécessaire dans les petites structures notamment. Beaucoup de temps est pris pour le nettoyage dans certains musées, ce qui nécessite une réorganisation.

*« Beaucoup de gens ne savent pas ce que l'on peut faire en télétravail lorsque le musée est fermé. Pour eux, on ne fait rien car il n'y a rien à faire ! »*

## 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 ?

### *Comment maintenir le lien avec les publics porteurs de handicaps, sensoriels, mentaux, moteurs... ?*

. Pas de reprise du lien avec ces publics pour le moment pour certains. Les projets sont reportés dans certains cas. Dans ce contexte, ces publics passent parfois au second plan. Les espaces de médiation spécifiques sont souvent fermés (surfaces tactiles...) avec également des problèmes liés à la désinfection des supports en braille. Il y a peu de solutions pour les aveugles et malvoyants pour lesquels les médiateurs axent beaucoup habituellement sur le toucher.

. Il est difficile d'envisager la médiation avec certains publics handicapés. Les médiateurs peuvent se rendre dans les EPHAD par exemple, mais en faisant un test 48h avant. Les actions vers les EPHAD sont souvent stoppées.

. Des petits ateliers en effectif réduits avec mise en quarantaine du matériel ensuite sont toutefois organisés. Il semble important de faire confiance aux éducateurs et accompagnants pour faire respecter les gestes barrières. La difficulté est de ne pas rentrer dans une transmission passive. Un kit individuel peut être proposé par participant. Des guides du visiteur courts et adaptés en FALC (Facile à Lire et à Comprendre) sont parfois créés. L'utilisation de visières (et non des masques) pour les personnes mal ou non-entendantes est préférable aux masques.

. Formation en langue des signes pour les médiateurs culturels compliquée s'ils doivent porter des masques (besoin de lire sur les lèvres de son interlocuteur et de voir son expression)

- . La question de l'accessibilité des sites internet et des billetteries en ligne se pose.
- . Il est souligné qu'un poste de chargé d'inclusion des publics doit devenir la norme partout.

« Réserver des créneaux, pour petits groupes pour les visiteurs en situation de handicap »

« À la rentrée, nous comptons reprendre des petits ateliers avec les publics en situation de handicap en nombre limité (mise en quarantaine du matériel après chaque utilisation) »

### *Comment maintenir le lien avec les scolaires, la petite enfance ?*

. Perte des publics scolaires totale et violente pour certains musées suite au confinement. Très peu ont continué à intervenir pendant le confinement. Il est difficile de planifier des activités, même par petits groupes. Cela demande de plus un contrôle rigoureux des comportements. Il semble important de continuer à accueillir des classes et enfants au musée, mais il y a la contrainte de la distanciation. Un accueil en décalé est parfois pratiqué : scolaires en matinée, individuels l'après-midi.

. Interrogations et flou pour la rentrée scolaire avec des préconisations différentes selon les académies pour les sorties. Certains reprendront en septembre. Des collectivités ont pu mettre en place une plateforme d'inscription numérique pour proposer les médiations aux scolaires à la rentrée. D'autres ne savent pas quand ils reprendront. Cela risque de poser des difficultés à des musées qui reposent en partie sur ces sorties. La question de la tarification appliquée pour des demi-groupes se pose notamment.

. Il y a tout de même un développement d'offres. De nouvelles formules sont mises en place comme des visites des œuvres associées à des tutoriels/ateliers pour les enseignants en classe. Importance soulignée du travail préparatoire en amont avec les enseignants et professeurs relais. Le hors-les-murs est également prévu, de même que des contenus pédagogiques en ligne associés avec des rendez-vous virtuels dans les classes. Il est toutefois important de conserver des ateliers pratiques non numériques. Il est proposé par exemple de dé-numériser les actions de médiation vers les scolaires et la petite enfance, en mettant en place des tutoriels papier, pour faire des ateliers pratiques en classe suite à une visite du musée.

. Les dispositifs gouvernementaux du type « Vacances apprenantes » ou « Été culturel » ont été peu appropriés car trop peu d'informations. Manque de contacts avec les conseillers pédagogiques Arts & Culture. Les enseignants n'ont pas de directives de leur hiérarchie et peu de retours de l'Éducation Nationale. Dans plusieurs musées, le dispositif national la Classe l'Œuvre est maintenu pour novembre.

. Il est envisagé d'organiser des Museomix dans les écoles pour renouveler le lien du musée avec les écoles.

« Aucun échange avec les conseillers pédagogiques. Les enseignants n'ont aucune directive non plus. »

« Difficulté de projeter les formats d'ateliers et donc les propositions scolaires »

« On attend de voir en septembre... »

### *Quid du hors-les-murs (scolaires, parcours urbains, hôpitaux, prisons...) ?*

. Pour certains musées, les activités ont dû être annulées ou reportées. Certains musées n'ont aucune offre hors-les-murs prévue. Certains partenaires ne permettent pas de revenir faire de la médiation. C'est envisagé dans certains cas avec dépistage obligatoire de l'intervenant 48h avant. Difficulté à maintenir avec des structures qui peinent à fonctionner (hôpitaux par exemple). Il y a de plus une absence de formation au niveau des gestes barrières si on intervient dans des milieux spécialisés (hôpital, école, prison...).

. Pour certains musées, les centres socio-culturels, maisons de quartier sont très demandeurs pour des médiations cet été. Cela a permis de renouer avec certaines structures. D'autres sont en attente des conditions d'accueil et normes pour agir.

. Œuvres ou reproductions peuvent être présentées dans des lieux extérieur, l'occasion de faire un atelier, d'évoquer les conditions de transport et de conservation des œuvres.

. Des expositions itinérantes, valorisation de collections *in situ*, expositions en extérieur, chez les commerçants ou encore visites à vélo sont mises en place. Elles peuvent être associées à des interventions de médiateurs, en lien avec des structures partenaires. Investir d'autres quartiers hors centre-ville permet d'aller à la rencontre de nouveaux publics. Des expositions sont aussi proposées à la location.

. Le rapport à l'œuvre physique est questionné avec les copies d'œuvres « hors les murs ».

. Le hors-les-murs est très gourmand en ressources humaines et en temps. Il semble nécessaire de créer le lien entre hors-les-murs et venue au musée.

*« Le Hors-les-murs se fait à contre cœur, il y a une perte pour l'établissement »*

*« On a instauré de nouveaux types de visites, comme des visites guidées sur le patrimoine industriel de la ville, en extérieur »*

### *Qui de la communication ?*

. La communication s'est beaucoup développée sur les réseaux sociaux. Elle a permis de montrer que les musées existent toujours. Les publications sur les réseaux sociaux ont pallié à la non diffusion ou à l'obsolescence des dépliants papier. Les supports dématérialisés sont privilégiés désormais aux supports papier qui souvent, n'ont pas été imprimés.

. Il y a eu une certaine concurrence entre institutions sur le web. La communication des musées n'est-elle pas noyée dans la masse, saturée ? Certains musées n'ont pas les outils pour cela car trop petits, d'autres sont bridés par leurs tutelles qui imposent une communication lourde, cadrée.

. Des communications nouvelles ont été faites : jeux concours, vidéos variées... Aux actualités sur les réseaux sociaux, aux newsletters, se sont ajoutées également des médiations en ligne. Un ton plus léger voire décalé a souvent été permis dans ces communications tout en gardant l'aspect scientifique, avec moins de verticalité. La communication semble toutefois parfois avoir pris le dessus sur la médiation : le but est-il de faire le buzz ?

. Pour la reprise il semble nécessaire de d'abord communiquer sur les conditions d'accueil, rassurer le public. Une communication pédagogique sur les gestes barrière a pu être faite via internet (avec par exemple les mesures expliquées avec des personnages masqués etc.). Des kits de bienvenue ont parfois été offerts aux 1000 premiers visiteurs pour inciter à retourner au musée. Dans un second temps la communication est faite sur la programmation culturelle estivale.

*« Internet et les autres médias restent-ils seulement des outils de communication ou deviennent-ils des outils de médiation à part entière ? »*

### *Sur le web : quelle continuité par rapport au confinement ?*

. L'utilisation des réseaux sociaux (Facebook, Instagram...) a semblé évidente pour garder le contact avec les publics durant la période de confinement et même après. Beaucoup de propositions de médiations numériques ont été faites : Museum Getty Challenge, dispositifs ludiques, défis, quizz, tutoriels, web-séries, puzzle, dictées en ligne, un jour une œuvre... De nouveaux types de médiation ont également été permis, sur des collections ou fonds parfois peu valorisés. Les expositions temporaires ont pu être valorisées en attendant l'ouverture.

. Les réussites sont diverses selon les musées et les plateformes mais globalement, ces actions numériques ont permis de garder le lien et de toucher de nouveaux publics, qui pourraient être tentés de venir au musée, parfois en-dehors des zones géographiques habituelles. Certains publics montrent leur déception face à l'arrêt ou la réduction de l'activité des musées sur le web.

. On s'interroge cependant : les personnes ayant été touchées sont-elles les mêmes que celles qui viennent physiquement ? Si l'engouement est important, est-ce que cela a un impact sur la manière dont les musées sont perçus ? La qualité doit toutefois ne pas être oubliée face à la quantité des clics. L'évaluation des publics touchés via le web reste de plus aléatoire et serait intéressante. Enfin, l'importance de mettre en garde sur le « tout-numérique » est soulignée.

. C'est une opportunité pour améliorer ses outils et beaucoup continueront à proposer des contenus, prolongeront cela pour la réouverture, parfois à la demande des élus. Le confinement a permis de développer de nouvelles compétences sur le web. Avec la reprise des médiations en présentiel, il est toutefois difficile de continuer à alimenter les réseaux sociaux, bien que cela serait souhaitable. Poursuite plus allégée pour certains, renforcement de la présence sur les réseaux sociaux pour d'autres, bien que cela soit chronophage. Cela nécessiterait un poste dédié souvent. Des réflexions

sont menées pour créer de nouveaux contenus innovants en ligne mais tous les musées ne sont pas égaux face à cela en fonction de leurs moyens.

*« 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 »*

*« Est-ce que le confinement a créé de nouveaux liens ? Donné envie à de nouveaux publics de venir au musée ? »*

*« Le développement de la médiation numérique n'est pas un gadget mais un tournant, avec des productions de qualité ce qui permet de plus de garder contact avec le public non local. »*

### **Tourisme : quelle relance ?**

. Beaucoup de participants soulignent le besoin de prendre plus en compte les publics locaux (ville, département, région) dès cet été et fidéliser, et peut-être moins le tourisme. La fréquentation plus locale invite alors à repenser les contenus proposés. La fréquentation touristique est de toutes façons faible dans certains villes à l'année.

. Les publics étrangers semblent être de retour, ou en attente de revenir. Voyageurs et offices de tourisme annulent toutefois beaucoup de réservations. Les régions très touchées par le Covid semblent effrayer davantage les touristes. Les collectivités mettent des plans de relance en place en communiquant, avec des chéquiers vacances, passeport tourisme, billets jumelés etc. De nouvelles offres et une nouvelle communication sont proposées, en lien avec les offices de tourisme. Ceux-ci sont parfois plus touchés par des propositions de contenus virtuels de la part des musées (vidéos surtout).

. Des visites en extérieur sont organisées, des partenariats mis en place avec d'autres sites et associations pour proposer des animations renouvelées.

. Nécessité de tenir compte d'une demande de plus en plus forte de tourisme de proximité, entre naturel et culturel, et plus largement de moins dépendre du tourisme pour les musées.

*« Pour la région du Perche, la relance du tourisme passe par ce que l'on appelle le tourisme vert (rando, vélo, etc.). C'était déjà dans l'air du temps avant la crise, mais depuis le confinement c'est encore plus sensible. »*



### *Comment se préparer à adapter nos médiations lors d'une future crise ?*

. L'inconnu et les évolutions des mesures et normes rendent difficile toute projection dans le futur. Peu de place peut être laissée à l'anticipation dans bien des cas, avec un travail au jour le jour actuellement. Les structures qui n'ont pas les ressources nécessaires seront difficilement préparées.

. Se former et acheter un peu de matériel pour développer de nouveaux contenus. Être en mesure de proposer des contenus diffusables lors d'une autre crise de ce type (vidéo...) avec plus de moyens et de compétences. Pour cela, plus d'échanges des équipes en interne sur les techniques et méthodes qui ont été développées pendant le confinement seraient bénéfiques.

. Garder à l'esprit qu'à tout moment les manipulations peuvent être suspendues lorsque l'on crée un nouveau dispositif de médiation.

. Adapter les dossiers pédagogiques pour chaque exposition pour les utiliser en classe

*« L'inconnue et les évolutions de normes rendent difficile toute projection dans le futur »*

« En cas de future crise, on sera encore meilleur qu'actuellement même si ce n'est pas un fonctionnement satisfaisant pour personne sur le long terme »

### *Quelles demandes politiques concernant les médiations de la part des tutelles ?*

. Les demandes sont multiples : aller à la rencontre des habitants, proposer davantage de médiation cet été dans le cadre des « vacances apprenantes », faire respecter les mesures barrières, intervenir dans les écoles et les centres de loisirs une fois les structures rouvertes, soutenir les actions à destination des séniors....

. Il y a des demandes d'annulations, faute de moyens humains et financiers pour assurer une désinfection conforme au protocole (visites guidées, ateliers...)

. Les collectivités peuvent brider les publications décalées sur internet ou ne répondant pas aux chartes de communication.

. Des partenariats sont demandés parfois, avec les CHU, centre médicaux ou encore CCAS, par exemple.

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

. Certains membres de musées ont redécouvert leurs publics. Les retours issus d'internet et issus du présentiel semblent ne pas être les mêmes. Les objets les plus appréciés des visiteurs en présentiel semblent ne pas être ceux les plus appréciés des internautes : changement de regard vis-à-vis des collections du musée selon le public ou le média.

. Selon certains, les internautes et les visiteurs habituels de nos musées sont des publics différents, et la relation n'a donc pas changée. Les internautes pourraient par ailleurs avoir une posture plus « consommatrice » que les visiteurs, engendrant peu d'interactions.

. Des productions de qualité qui permettent de nouer des liens avec un public non locaux ont été créées.

. Des partenariats sont envisagés parfois avec des étudiants, enseignants, notamment autour de projets liés au numérique, pour faire valoir les compétences des élèves dans ce domaine et les collections par la même occasion.

. On observe une tendance à plus de légèreté, de proximité, de liberté, dans la foulée du ton plus léger qui a pu être adopté sur internet pendant le confinement. La médiation en ligne a permis plus de proximité avec le public, de faire découvrir les actions du musée à d'autres publics. Il y aurait une réelle attente des visiteurs pour plus de proximité avec leurs musées.

*« Difficile de maintenir ce lien (créé sur le web pendant le confinement) quand il n'y a pas de poste à temps plein en charge des relations numériques. »*

*« Nous envisageons de faire des partenariats avec d'autres sites ou associations pour proposer des animations qui changent et s'appuyer sur les réseaux des uns et des autres. »*

*« Notre public (habituel) revient très doucement. »*

*« Les liens conservés avec les publics pendant le confinement ont aidé à la réouverture et la reprise »*

### **Autres ?**

. Public qui revient peu à peu, avec une fréquentation encore timide pour le moment pour beaucoup des musées, la plupart n'ont pas retrouvé leurs publics d'avant confinement.

. Des questionnaires concernant le Covid-19 sont parfois mis en place dans les enquêtes proposées aux publics pour mieux connaître la réaction des publics.

. Il est souligné qu'il serait important de mener des actions envers les seniors, qui cumulent les facteurs d'éloignement .

. Nombreuses interrogations sur les JEP : a priori, la programmation est maintenue sur l'essentiel des sites mais sera revue avec les mesures imposées à ce moment-là. La plupart attendent de voir l'évolution des directives ministérielles.

. Les groupes qui ont annulé leur visite sont parfois rappelés pour envisager un report plutôt qu'une annulation définitive.

*Merci à tous les contributeurs et contributrices qui ont permis l'organisation et la richesse de ces rencontres et à bientôt !*

**BRETAGNE  
MUSEES**



**LA FABRIQUE  
DE PATRIMOINES  
EN NORMANDIE**

