

Noémie Couillard

MUSEOMIX

Analyse qualitative de la réception des participants de l'évènement

SYNTHESE



Rapport d'étude commandé par le Département de la politique des publics, Direction
Générale des Patrimoines, Ministère de la Culture et de la Communication.

Décembre 2012- janvier 2013

Présentation de Muséomix :

Muséomix est un événement organisé par un groupement de personnes et de structures diverses composé de :

- Samuel Bausson
- Julien Dorra
- Nod-a (agence travaillant dans la mise en réseau d'acteurs, spécialisée dans le travail collaboratif)
- Buzzeum (agence de stratégie numérique et de communication muséale)
- Erasme (« centre d'innovation numérique du Département du Rhône, (...) service interne de la collectivité dédié à la prospective, à la veille technologique et au design d'usages. »)¹

L'événement est défini de la manière suivante :

« Museomix ?= 1 musée + 3 jours + 150 participants sur place (codeurs, bidouilleurs, médiateurs culturels, créateurs, conservateurs, designers, amateurs de culture...) et des participants en ligne réunis en 10 équipes + co-création = 10 prototypes de médiation culturelle et de nouvelles expériences dans un musée = un musée ouvert, vivant et en lien avec ses visiteurs-acteurs »²

La première édition de l'évènement avait eut lieu aux Arts Décoratifs de Paris les 11, 12 et 13 novembre 2011. Peu de différences existent entre les deux sessions dans le déroulement des trois jours. Les musées étaient invités à candidater sur le site Internet de Muséomix quelques mois avant. Un musée a été sélectionné : celui des Arts Décoratifs pour faire partie de la programmation autour de l'anniversaire des 5 ans après la réouverture. De la même manière, les volontaires ont été invités à candidater en ligne pour pouvoir participer à l'évènement, quelques semaines avant. Le premier jour, après une visite du musée avec les médiateurs et la découverte des technologies disponibles, l'ensemble des participants s'est réuni dans une pièce pour former les équipes. Les personnes ayant une idée de départ la présentent aux autres participants rapidement. Une fois toutes les idées exposées, les équipes se forment selon le principe que chaque grand domaine de compétence doit être présent dans chaque équipe (médiation, développement, design...). Ensuite, les équipes se réunissent entre elles pour concrétiser cette idée : développement du principe et prototypage du dispositif avec le matériel à disposition du vendredi après-midi au dimanche midi. Pendant toute la phase de construction du prototype, des coachs et des conseillers (« les muséopropulseurs ») interviennent dans chaque groupe pour soutenir les équipes et les aider de leurs expériences personnelles. Ces moments de discussion avec des personnes extérieures peuvent avoir lieu à des réunions plus formalisées où les idées et le projet sont discutés. Dans ces moments, l'équipe organisatrice de l'évènement est présente ainsi que tout au long des trois jours. La dernière demi-journée (dimanche) est consacrée à l'installation des dispositifs *in situ* et à la présentation au public. Pour l'édition 2012, le musée choisi est le musée gallo-romain de Fourvière pendant les 19, 20 et 21 octobre 2012. La différence majeure avec la première édition est l'installation des prototypes fonctionnels pendant les 3 semaines suivantes, permettant au public de tester plus largement les dispositifs présents.

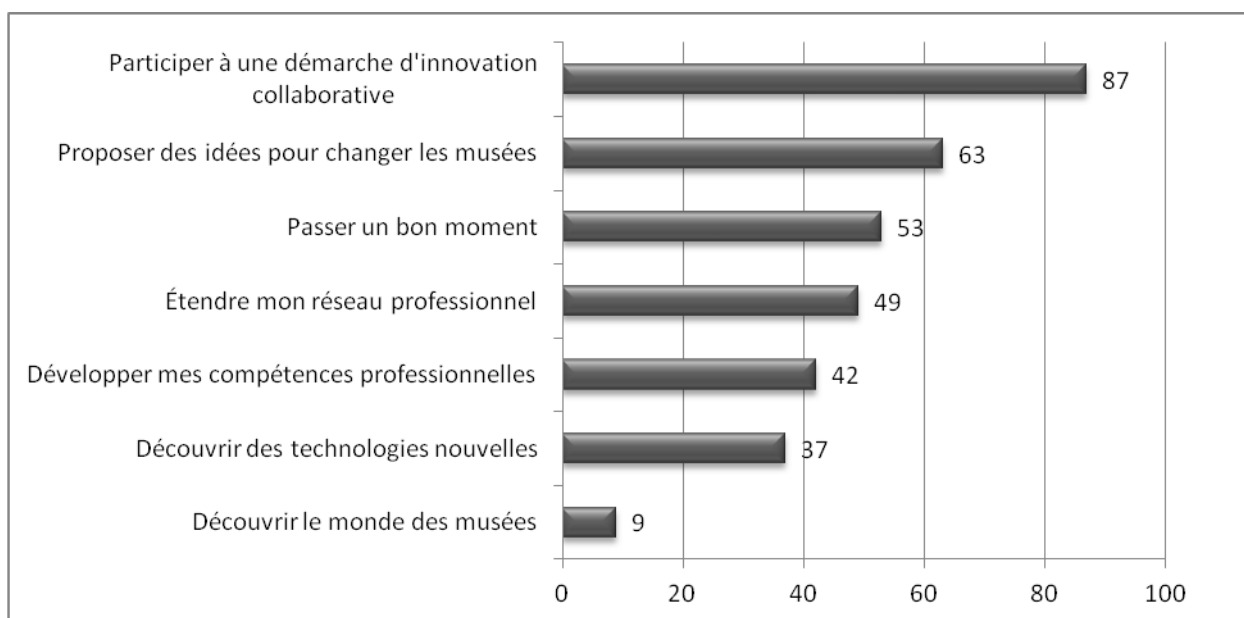
¹ <http://www.erasme.org/#erasme>

² <http://www.museomix.com/>

Méthodologie

Pour l'édition 2012, un vaste protocole d'enquête a été mis en place par Nova 7 (agence d'étude et de conseils) et Nathalie Candito (responsable des études au musée des Confluences) : enquête auprès des professionnels du musée gallo-romain de Fourvière avant et après Muséomix pour en connaître l'impact sur les dynamiques de travail et étude de réception des dispositifs de médiation par les visiteurs pendant les 3 semaines d'installation. Ce rapport, qui constitue le troisième volet de l'enquête, est une étude de réception des participants à Muséomix. Cette étude a consisté en une enquête en ligne proposée la semaine suivant l'évènement auprès des participants. Le questionnaire s'intéresse à la motivation des participants, à ce qu'ils ont le plus et le moins aimé et aux améliorations qu'ils proposeraient pour une prochaine édition. Des focus spécifiques se sont concentrés sur le processus participatif, les prototypes et la rencontre avec le public³. Quelques questions biographiques ont également été posées (sexe, âge, lieu de résidence, rôle occupé lors de Muséomix)⁴. L'enquête a permis de réunir l'avis de 97 personnes sur les quelques 160 participants, soit plus de la moitié des participants.

Motivations des participants :



Parmi les réponses proposées, « participer à une démarche d'innovation collaborative » a été choisie par une écrasante majorité des répondants, soit 87 personnes sur les 97 de l'échantillon. Toutefois il est difficile de savoir, de par sa formulation, si les répondants désignent une innovation par rapport à la manière de concevoir des dispositifs, une innovation dans la manière d'envisager la médiation culturelle, ou bien les deux. Il n'empêche que la volonté de proposer quelque-chose de nouveau est mise en avant ici. Presque deux tiers des enquêtés ont choisi comme motivation « proposer des idées pour changer les musées », ce

³ cf. annexes

⁴ Les fautes de grammaire, d'orthographe et de ponctuation des verbatims ont été corrigées. Les propos de deux répondants (et les deux seuls participants) anglophones ont été traduits pour ne pas dévoiler leur identité.

qui indique que l'envie d'innover touche en premier l'institution muséale.

Les trois premiers items choisis font appel à des bénéfices collectifs. Au contraire, les items « étendre mon réseau professionnel », « développer mes compétences professionnelles », « découvrir des technologies nouvelles » et « découvrir le monde des musées », qui ont été proportionnellement moins choisis, traduisent des bénéfices personnels beaucoup plus directs. Seulement 9 personnes ont choisi l'item « découvrir le monde des musées » alors que 63 personnes ont sélectionné l'item « proposer des idées pour changer les musées ». On peut se demander jusqu'à quel point les participants connaissent effectivement les musées dans le sens où les participants sont choisis pour beaucoup pour leur appartenance à d'autres réseaux, pour leurs connaissances dans d'autres domaines que la culture.

Les points les plus positifs

Tous les enquêtés ont répondu à cette question, l'échantillon est donc de 97 personnes⁵.

Thèmes abordés	Sous-thèmes	Nb de pers. ayant abordé ce sous-thème	Total pour chaque thème
Organisation	Richesse des technologies disponibles	17	54
	Aide et disponibilité des équipes organisatrices et de coaching	14	
	Moyens mis en œuvre	40	
Musée	Lieu remarquable	12	31
	Accueillant, impliqué	28	
	Comme une ressource	3	
Ambiance	Bonne humeur	25	63
	Joie & plaisir	10	
	Liberté d'action et d'expression	15	
	Énergie	21	
	Créativité	9	
Les participants	Engagement de tous	14	20
	Partage de buts/valeurs communs	9	
Méthodologie	Diversité des compétences	26	61
	Processus collaboratif	42	
	Vision commune	6	
Finalités de Muséomix	Prototypes	12	20
	Enjeux muséaux	10	

L'élément le plus frappant dans les ressentis des participants, c'est la prépondérance de la démarche générale mise en place lors de l'évènement par rapport à la finalité de Muséomix. En effet 63 personnes ont évoqué l'ambiance (bonne humeur, joie & plaisir, liberté d'action et d'expression, énergie et créativité) et 61 personnes ont mentionné la méthodologie de l'évènement avec un fort accent sur le processus collaboratif lui-même. Seulement 20 personnes ont effectivement mentionné la finalité de l'évènement (prototype ou enjeux pour le musée). L'organisation et l'ampleur des moyens mises en place ont été particulièrement saluées et ont contribué à la réussite de Muséomix pour beaucoup de participants. Le musée a été apprécié quant à lui pour son accueil et pour la beauté des lieux. Les publics ne sont quasiment pas mentionnés alors qu'ils sont les destinataires des

⁵ Pour lire les tableaux :

Les couleurs utilisées dans les tableaux ne sont qu'une aide à la lecture, une couleur regroupant les propositions d'un thème plus général. Elles ne traduisent pas une progression ou un ordre de grandeur.

Le « total pour chaque thème » n'est pas égal à la somme des « sous-thèmes » puisque certaines personnes ont pu s'exprimer sur un même thème selon différents aspects. Elle n'est alors comptée qu'une seule fois pour le total

dispositifs. Il en est de même pour la médiation, très peu abordée ici, alors que c'est le principe même annoncé dans le projet de Muséomix⁶.

Les points les plus négatifs

Rien			10
La pression du temps	Précipitation	13	29
	Temps de rencontre trop court	9	
	Temps pour voir les prototypes et le public trop court	6	
	Horaires de travail	7	
Équilibre entre les différentes composantes des projets	Les prototypes	8	15
	La réception du public	3	
	Place des technologies	2	
	Contexte du musée	3	
Gestion à l'intérieur des groupes			17
Organisation- processus de travail	Organisation pratique	32	58
	Coaching	42	

Les éléments liés à l'organisation et au coaching sont les plus souvent cités comme ayant causés des désagréments aux participants. Si les contrariétés liées à l'organisation pratique sont assez hétérogènes (problèmes techniques relatifs au wifi, repas, manques d'information...), un consensus fort s'est formé sur la question de l'encadrement des équipes : nombre de coachs, modalités d'intervention de ces derniers, nombre de rendus à produire tout au long du processus, etc. Ces remarques ont été la base de questionnements sur la définition du rôle des coachs et la manière dont les équipes peuvent être soutenues. À cette pression s'est ajoutée celle du temps, qui est le deuxième élément le plus remarqué. Le manque de temps a été signalé de manière générale comme la cause de précipitation dans la fabrication des prototypes et comme un regret pour ce qui est de la découverte des autres travaux et de la rencontre avec les autres participants. Enfin les derniers éléments exprimés par les participants concernent le déséquilibre entre les différentes composantes des prototypes pouvant entraîner une certaine superficialité des propositions faites et des difficultés de gestion de groupe, analysées toutefois comme inhérentes à tout travail collectif.

⁶ Cf. le document « Présentation de Muséomix » du dossier de subvention déposé au département de la politique des publics, ministère de la Culture et de la Communication.

Ressentis concernant le processus collaboratif

Trois personnes n'ont pas répondu à cette question donc l'échantillon est de 94 répondants.

Remarques positives sur le processus dans sa globalité		26
Remarques négatives, propositions d'amélioration		10
La collaboration au sein des équipes		43
La collaboration inter-équipes		14
La collaboration avec les coachs (les organisateurs + les coachs + les muséopropulseurs) :		54
Ressentis positifs	13	
Ressentis négatifs	45	
La collaboration avec le musée		23
La collaboration en ligne		23

Concernant le processus collaboratif, les relations entre les coachs et les équipes sont celles qui ont amenées le plus de commentaires. Une part importante de ces remarques est similaire à celles relevées comme points négatifs de l'événement : trop de coachs, indications contre-productives, manque de coordination, attitude autoritaire de certains coachs... Ainsi un éclaircissement et une réflexion autour des rôles des différents coachs sont demandés. Le processus global et les relations au sein des équipes ont été majoritairement bien vécues et harmonieuses grâce à la diversité des participants même si certaines personnes évoquent quelques soucis de gestion dus à la fatigue, aux fortes personnalités ou à l'accaparement des reporters dans leurs tâches. Les relations avec le musée ont été unanimement saluées, aussi bien dans l'accueil fait aux participants que dans la présence d'un membre du personnel au sein des équipes. Enfin, les relations avec les participants en ligne sont plus mitigées notamment parce que peu ont fait appel à leur aide. Dans deux cas sur trois, l'aide a toutefois été appréciée et utile.

Ressentis concernant les prototypes

L'échantillon est de 97 personnes

LES RESENTIS POSITIFS		
De bonnes idées/ « excellents »	22	44
Ayant faits bon usage des technologies	5	
Aboutis	18	
Adapté au musée et à ses collections	17	
Du côté du public	4	

LES RESENTIS NEGATIFS		
Manquant d'originalité ou n'étant pas assez innovant	14	39
Quant à l'utilisation faite des technologies	12	
Pas assez aboutis	24	
Peu adaptés aux visiteurs	8	
Non adaptés au musée	2	

AUTRES RESENTIS	
De la satisfaction/du plaisir par rapport au résultat	20
Le résultat étant moins important que le travail collaboratif	5
Posant la question d'une adaptation future	14
Comme étant un apport pour le musée	8
En tant qu'objet de médiation	11
De la réception par les professionnels présents	2

Les ressentis sur les prototypes sont partagés puisque la part entre les jugements positifs et les jugements négatifs est quasiment la même. Il est intéressant de noter que c'est autour des mêmes critères que les jugements s'opèrent (même si les proportions ne sont pas les mêmes) : l'originalité des solutions proposées, la place des technologies employées, l'aboutissement des prototypes, l'adaptation au musée, aux collections ou à ses publics. Une bonne idée développée dans les dispositifs a été plus souvent citée comme raison des jugements positifs quant l'inaboutissement des dispositifs a été la caractéristique la plus citée dans les jugements négatifs. Le plaisir et la satisfaction découlant de la construction d'un dispositif a également été signalée par un participant sur cinq.

Ressentis concernant la rencontre avec le public

Deux personnes n'ont pas répondu à cette question l'échantillon est donc de 95 répondants.

Je n'étais pas ou peu là	32
Ce moment a été source d'angoisse et de frustration	10
Ce moment a été source de plaisir et de discussion	52
Ce moment a été trop court	9
Ce moment est arrivé trop vite dans les trois jours	3
Réflexions sur l'après-Muséomix	3
Réflexions sur le public	5

Un participant sur trois n'était pas (ou très peu) présent à la présentation au public, occupé à terminer certaines tâches. Pour la majorité des présents, cette phase a été une source de plaisir où la discussion avec les publics s'engagent, une étape nécessaire pour évaluer l'impact de leur dispositif, un moment vécu comme la consécration des trois jours de travail. Pour une minorité, ce moment a été source d'angoisse, causée entre autres par le manque de temps pour finir.

Les améliorations proposées

8 personnes n'ont pas répondu à cette question, l'échantillon est donc de 89 répondants.

En amont	Informations pratiques & contexte du musée		24	30	
	Commencer la réflexion en amont		7		
Définir les objectifs de Muséomix				19	
Optimiser le processus de création	Allonger le temps de conception/ de rencontre		15	80	
	Améliorer le processus de création		17		
	Réinventer les équipes		11		
	Améliorer l'organisation pratique		8		
	Repenser la communication		14		
	Coaching	Repenser les réunions	7		26
		Donner des méthodologies	7		
Repenser le rôle des coachs/ muséopropulseurs		14			
Après Muséomix ?				7	
Autres				3	

Une des demandes concerne la clarification des buts attendus de l'événement entre un prototype abouti ou une réflexion poussée le plus loin possible ou même une redéfinition des objectifs (réflexion sur des problématiques spécifiques, intégration plus forte des publics, primauté du contenu...). À côté de cette question, les propositions pour améliorer l'événement ont été nombreuses, variées et comme but d'optimiser le processus aboutissant au prototype. La plupart concernent l'organisation et l'articulation entre les différentes phases de l'événement (en amont, pendant, après Muséomix mais aussi les étapes tout au long des trois jours). Une fois encore, les propositions concernant le rôle des coachs et les modalités d'intervention et de validation sont les plus nombreuses et sont des répétitions des éléments déjà cités. De manière générale, beaucoup de conseils tournent autour de la redéfinition des équipes, de certains rôles et de l'articulation entre les différents « corps » que composent les participants et les coachs. Ainsi se pose la question de la place des reporters, des muséomixeurs, des participants en ligne ; des fonctions des coachs (comme par exemple, donner des méthodologies de travail) ; de l'invention de nouvelles fonctions (un joker par exemple). Pour fluidifier et optimiser le temps de production, plusieurs propositions générales sont faites : améliorer les informations sur le déroulement de l'événement, préciser les étapes et les attentes ; commencer la réflexion en amont ou rallonger le temps de l'événement.

Conclusion

Dans les appréciations d'ensemble, on note que l'intérêt des participants s'est porté dans un premier temps sur le processus mis en place. La méthodologie proposée par les organisateurs allie une manière de faire propre aux *fab labs* (matériel nécessaire présent sur place, riche et innovant ; prototypage rapide, DIY) et des valeurs propres à l'imaginaire de la culture numérique (non hiérarchisation des participants, échanges libres, participation de tous, travail par « briques » c'est-à-dire par adjonction de compétences diverses bien identifiées) mais de cette méthodologie, ce sont la multidisciplinarité et l'aspect collectif qui ont le plus marqués les participants. Les améliorations proposées concernent d'ailleurs en grande majorité l'organisation des trois jours, considérée comme un élément majeur de la réussite de l'événement, pour permettre d'optimiser ce processus de création. Les participants ont également beaucoup porté leur attention sur l'ambiance de l'évènement et sur les relations qu'ils ont eues avec les membres de leur équipe et les autres personnes présentes. Le regard est donc porté sur l'expérience de chacun dans ce moment collectif.

Dans un deuxième temps, et parce que la question est posée, les prototypes sont considérés par les participants comme un des enjeux de Muséomix. Les critères d'analyse mesurent l'innovation du prototype, l'utilisation faite des technologies présentes et l'aboutissement des prototypes, moins la question de l'adaptation au musée, à ses collections ou à ses publics. De manière générale, l'enjeu d'une innovation dans le domaine de la médiation culturelle est très peu présent. Pour chacune des questions posées, les mentions concernant les publics, leur réception des dispositifs, la médiation, ou les objets présentés au musée ne représentent qu'une minorité des réponses. Il y a donc un hiatus entre ce que les participants annoncent comme étant une motivation importante de leur venue⁷ et ce qu'ils expriment par la suite. Enfin, l'innovation technologique ne semble pas être un élément très recherché par les participants même si la présence d'un matériel riche et abondant concourt au bon déroulement de l'événement. Pour toutes ces raisons, on peut considérer que, de la part des participants, l'innovation se place davantage dans les processus de création et les manières de travailler (dans un musée) que dans un renouvellement des médiations ou un apport technologique.

⁷ « Proposer des idées pour changer les musées » choisi par 63 personnes sur 97, p 7-8.