



HAL
open science

**Le jeune public (7-11 ans, lecteur) à la rencontre de
l'art : étude du renouvellement des acteurs de
l'éducation culturelle et artistique, impact sur les
médiations muséales**

Laure Ambonville

► **To cite this version:**

Laure Ambonville. Le jeune public (7-11 ans, lecteur) à la rencontre de l'art : étude du renouvellement des acteurs de l'éducation culturelle et artistique, impact sur les médiations muséales. Sciences de l'information et de la communication. 2017. dumas-01867785

HAL Id: dumas-01867785

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01867785v1>

Submitted on 4 Sep 2018

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

Master professionnel

Mention : Information et communication

Spécialité : Communication Entreprises et institutions

Option : Entreprises, institutions, culture et tourisme

Le jeune public (7-11 ans, lecteur) à la rencontre de l'art

Étude du renouvellement des acteurs de l'éducation
culturelle et artistique

Impact sur les médiations muséales

Responsable de la mention information et communication
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Dominique Pagès

Nom, prénom : AMBONVILLE Laure

Promotion : 2016-2017

Soutenu le : 20/06/2017

Mention du mémoire : Très bien

Remerciements

Je remercie vivement Dominique Pagès, tutrice universitaire et responsable du Master, pour son encadrement, ses encouragements. Ses cours ont éveillé ma curiosité sur cette notion complexe de médiation culturelle et artistique.

J'adresse également mes sincères remerciements à Gaëlle Lesaffre, qui en qualité de rapporteuse professionnelle, m'a donné toute son écoute et m'a guidée et accompagnée dans la rédaction de ce mémoire.

Merci aussi aux professeurs du Celsa, qui m'ont permis d'acquérir suffisamment d'énergie et de confiance en moi pour rédiger ce mémoire. Je pense notamment à Joëlle Le Marec, Patrick Germain-Thomas et Antoine Lech.

Je remercie également l'ensemble des personnes hors cadre universitaire, qui ont contribué à l'élaboration de ce mémoire de recherche :

Madame Fanny Serain, Responsable du Pôle Pratiques et Programmation à la Direction des publics et de médiation culturelle, au Centre Pompidou ;

Madame Catherine Collin, Responsable du service des publics au Musée des Arts Décoratifs ;
Monsieur Yves Tagawa, chef d'établissement de l'école Turgot située à Paris dans le 9^{ème} arrondissement ;

Madame Joséphine Barbereau, fondatrice de la société Little io, qui m'a accueillie en stage et m'a transmis son goût pour la médiation culturelle à destination des enfants, sa passion pour la culture et l'iconographie. Sa bienveillance et son professionnalisme font de Joséphine la personne que l'on aimerait rencontrer dans chacune de nos expériences professionnelles. La citation suivante, d'Albert Camus, lui correspond parfaitement : « *Créer c'est vivre deux fois* ».

À l'ensemble des personnes interrogées dans le cadre de mes travaux (médiateurs, directeurs d'établissements scolaires, enseignants, parents et enfants).

Enfin à ma famille et surtout... à mon dévoué mari qui m'a soutenue pendant toutes mes longues heures de travail et à mes filles, Lisa et Clémence, qui ont été ma première source d'inspiration.

SOMMAIRE

REMERCIEMENTS	2
SOMMAIRE	3
INTRODUCTION	5
I. L'ENFANT ET L'ART AU CŒUR D'UN ÉCOSYSTÈME CULTUREL EN PLEINE MUTATION.....	16
A. <i>Le contexte et les acteurs institutionnels de l'éducation culturelle et artistique</i>	16
1. <i>Les jeunes publics, l'art et le musée</i>	16
2. <i>Les nouvelles manières de penser l'art à l'école : retour sur l'actualité 2013-2016</i>	27
3. <i>Quand le musée s'invite en classe grâce au numérique : les exemples de Paris Musées et de la web-série « Mon œil » du Centre Pompidou</i>	34
B. <i>Étude de l'émergence de nouveaux acteurs dans l'offre culturelle francilienne</i>	41
1. <i>Un paysage culturel francilien de plus en plus dense et contrasté</i>	41
2. <i>Une « offre clé en main » pour visiter les musées : l'exemple de Paris d'enfants</i>	44
3. <i>L'entrepreneuriat culturel au cœur du renouvellement : l'exemple de Little io</i>	50
II. TRANSMETTRE LE GOUT DE L'ART AUX ENFANTS : FOCUS SUR TROIS EXPERIENCES LUDO-EDUCATIVES EN MILIEU MUSEAL	62
A. <i>Éclectisme et innovation des médiations muséales pour les enfants</i>	63
1. <i>Le Centre Pompidou comme lieu de la création contemporaine</i>	64
2. <i>Le Musée du Quai Branly comme lieu des arts du monde</i>	88
3. <i>Le Musée des Arts Décoratifs comme lieu de création artistique</i>	93
B. <i>Exploration des dispositifs de médiation mis en œuvre</i>	103
1. <i>Le livret pour enfants : un support pour guider la visite individuelle</i>	103
2. <i>La visite guidée : une expérience humaine</i>	105
3. <i>La découverte de l'art au musée par le langage corporel</i>	107
III. VERS DE NOUVELLES FORMES DE MEDIATIONS POUR L'ENFANT D'AUJOURD'HUI ET DE DEMAIN.....	112
A. <i>Présentation de deux modèles d'entrepreneuriat culturel</i>	112
1. <i>Découvrir l'art hors les murs : l'exemple des galeries d'art</i>	112
2. <i>Guideez : la médiation culturelle 3.0</i>	115
B. <i>Présentation de trois concepts émergents du secteur muséal</i>	118
1. <i>Le Yog'art au Centre Pompidou</i>	118
2. <i>L'Open Museum au Musée de Lille</i>	121
3. <i>Regard international sur des dispositifs de médiation insolites</i>	122
C. <i>Le tourisme créatif à destination du jeune public étranger : une opportunité pour demain ?</i>	132
CONCLUSION	135
BIBLIOGRAPHIE	138
WEBOGRAPHIE	142

ANNEXES	147
Annexe 1 : grille d'analyse théorique.....	147
Annexe 2 : capture d'écran de la page destinée à la programmation enfants et familles au Centre Pompidou	150
Annexe 3 : capture d'écran de la programmation du Centre Pompidou destinée aux groupes scolaires	150
Annexe 4 : capture d'écran de la programmation du Centre Pompidou destinée au jeune public	151
Annexe 5 : capture d'écran de la page « visites contées des collections » du Musée du Quai Branly.....	151
Annexe 6 : capture d'écran de la visite contée Océanie au Musée du Quai Branly.....	152
Annexe 7 : capture d'écran de la page dédiée à la programmation destinée au jeune public au Musée des Arts Décoratifs.....	152
Annexe 8 : photographies des ateliers proposés au Musée des Arts Décoratifs (issues du site Internet du musée).....	153
Annexe 9 : grille d'entretien/Centre Pompidou.....	154
Annexe 10 : retranscription entretien au Centre Pompidou.....	156
Annexe 11 : grille d'entretien/Musée des Arts Décoratifs.....	167
Annexe 12 : retranscription entretien au Musée des Arts Décoratifs.....	169
Annexe 13 : communiqué de presse, OPUSCOPE au Musée des Arts Décoratifs.....	177
Annexe 14: grille d'entretien avec Joséphine Barbereau, fondatrice de la société Little io.....	179
MOTS CLÉS	184
RÉSUMÉ	185

LE JEUNE PUBLIC (7-11 ANS : lecteur) À LA RENCONTRE DE L'ART

Sujet : Étude du renouvellement des acteurs de l'éducation culturelle et artistique et de son impact sur les médiations muséales.

INTRODUCTION

« En général, l'art des siècles passés doit être expliqué parce qu'il raconte une histoire tirée de la mythologie et de textes littéraires et aussi parce qu'il s'intègre dans un contexte historique, sociologique et politique. À travers l'histoire des civilisations, l'œuvre d'art prend tout son sens. L'art cependant est un des premiers langages que l'homme ait inventés, après la langue orale mais bien avant la langue écrite. Le regard seul ne suffit pas à sa lecture, il lui faut cet accompagnement explicatif afin que l'image, pour valoriser ce que les Italiens appellent le « savoir voir », soit comprise »¹.

Marie-Claire Mansencal

Le jeune public, lecteur, à la rencontre de l'art... c'est un sujet qui me passionne tant sur le plan personnel que professionnel, car il induit le concept de transmission à un âge où l'enfant est doté d'une sensibilité « brute ». Il se construit grâce à ce qu'il apprend à l'école, à ce qu'il découvre en famille et à toutes ces rencontres, humaines et artistiques, qui feront de lui l'adulte de demain. Contrairement aux 2-6 ans, les 7-11 ans correspondent à une tranche d'âge où les « à priori », clichés, jugements reçus en héritage peuvent être déployés à l'école. Ils font écho parfois à ceux des parents, de l'entourage social et culturel, et peuvent parfois être énoncés avec violence.

¹ Marie-Claire Mansencal, Présidente des Amis des Musées de Bordeaux

Les œuvres d'art sont des objets très particuliers, riches de qualités uniques par rapport à celles des autres objets du monde qui permettent aux enfants de voyager à travers les différentes époques étudiées à l'école ou lors de visites en famille.

En 1899 ouvrait à Brooklyn le premier « children museum ». Depuis, l'offre muséale s'est transformée mais il a fallu attendre la fin des années 1970 en France pour que la « fièvre muséale² » qui a touchée Paris et les Régions, s'installe avec de nombreux musées aux spécialités plus variées que précédemment, plus soucieux du public. Aujourd'hui, le jeune public est considéré au même titre qu'un individu adulte. La création de « services éducatifs » au sein des structures dont le budget le permet, a consenti à la mise en place d'un personnel qualifié, qui tend à développer de manière importante l'offre culturelle proposée aux enfants, privilégiant les activités ludiques et manuelles.

Depuis la loi musée du 4 janvier 2002³, « est considéré comme musée, au sens de la présente loi, toute collection permanente composée de biens dont la conservation et la présentation revêtent un intérêt public (organisé) en vue de la connaissance, de l'éducation et du plaisir du public ». De plus, « les musées de France ont pour missions permanentes de concevoir et mettre en œuvre des actions d'éducation et de diffusion visant à assurer l'égal accès de tous à la culture »⁴. Selon les propos émanant du Ministère de la Culture et de la Communication, en 2012 « plus de 450 musées (possédaient) un service éducatif ou (étaient) en mesure d'avoir un dialogue avec l'école et de formuler des réponses aux demandes des milieux scolaires⁵ ».

Nous sommes à présent bien loin du musée d'autrefois qui considérait l'art comme une affaire d'adulte. Par conséquent, les institutions muséales se doivent de faciliter l'accès aux collections afin d'assurer la transmission des richesses patrimoniales. Rendre accessible suggère la réalisation d'un important travail en amont, relevant du champ de la médiation culturelle, afin que l'ensemble des publics, notamment scolaires, trouvent à leur disposition des éléments leur permettant et leur facilitant l'accès à la culture.

² Françoise Benhamou en 2000 parle dans de nombreux colloques de « la fièvre muséale », faisant ainsi référence à l'émergence de nombreux musées dans les années 1980.

³ Cette loi définit entre autres les missions des musées de France, dont concevoir et mettre en œuvre des actions d'éducation et de diffusion visant à assurer l'égal accès de tous à la culture.

⁴ Jacques Chirac, texte en ligne :

<http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000769536&dateTexte=&categorieLien>

⁵ Ministère de la Culture et de la Communication, texte en ligne :

<http://www.culturecommunication.gouv.fr/Politiques-ministerielles/Education-artistique-et-culturelle/Missioneducative>

Ainsi, le jeune public est désormais considéré comme un enjeu de politique culturelle à part entière au sein des musées, mais pas seulement, car d'autres acteurs s'intéressent de plus en plus à cette cible. En effet, aujourd'hui, **l'offre culturelle** à destination du jeune public ne peut plus être pensée de manière cloisonnée, car chaque acteur détient une place centrale dans un secteur en pleine mouvance. **Les acteurs de l'éducation** (l'école et le Ministère de l'Éducation), de la culture (les musées et autres lieux de culture), les médias (presse spécialisée, internet, radio...) et les entreprises privées (créateurs free-lance, start-up et PME) proposent des activités pour ce public et sont amenés à collaborer. Mais de quelle façon ? Nos lectures, nos entretiens et les liens faits entre eux vont nous permettre de construire une réflexion sur les problématiques de **l'éducation à l'art** et de les illustrer avec des exemples d'actions que les différents acteurs mènent ou accompagnent sur le terrain. Le paysage muséal actuel se présente donc mouvant et multiple : d'une part, les espaces d'expositions d'art dédiés au jeune public se sont multipliés au sein des grandes institutions muséales et, d'autre part, l'offre d'activités culturelles et artistiques proposée par de nouveaux acteurs indépendants s'est accrue au cours des dix dernières années. Le développement du **numérique** y a d'ailleurs beaucoup contribué : la transmission des savoirs – à l'école et en famille – évolue du fait d'un écosystème de plus en plus interconnecté. La collaboration entre les musées, l'école et les entreprises est facilitée par le numérique qui permet la formation à distance des enseignants et des professionnels de l'éducation par le biais de ressources en ligne et crée un environnement favorable à l'innovation qui attire à son tour des entreprises et des talents créatifs. Nous le verrons au cours de notre étude : le numérique a non seulement permis de transposer le musée en classe, mais il a aussi favorisé la mise en place d'un système d'aide aux entreprises, leur permettant de collaborer avec certains musées, notamment au travers de l'appel à projets numériques du Ministère de la culture.

Parallèlement au développement d'espaces d'expositions pour le jeune public, les musées ont dû former des professionnels de l'art capables d'accueillir ce jeune public et d'utiliser les formes de médiation appropriées. En fonction des institutions, ils sont tour à tour appelés animateurs, médiateurs ou guides-conférenciers. Pour plus de cohérence, nous utiliserons le terme de médiateur tout au long de ce mémoire. Ainsi, la formation des acteurs et des intervenants est devenue un enjeu important dans la mise en œuvre de toute politique d'éducation culturelle et artistique : ce mémoire propose d'aborder cette question en toile de fond au travers de plusieurs exemples dans les secteurs éducatifs et culturels.

Enfin, le sujet du jeune public est complexe à aborder dans son ensemble, car très hétérogène. En effet, nous ne pouvons pas nous adresser de la même manière à un enfant de 7 ans qu'à un enfant de 9 ou 11 ans. C'est pourquoi chaque musée propose une segmentation par tranche d'âge, plus ou moins homogène. Dans ce mémoire, nous avons fait le choix de nous concentrer sur le public de 7 à 11 ans, lecteur, un âge où les enfants ont soif d'explorations et de découvertes avec un regard encore empreint d'une certaine spontanéité, mais en même temps capables de symboliser verbalement leurs expériences et maîtrisant pour la plupart les bases de la lecture.

C'est aussi à 7 ans que l'enfant acquiert la capacité de comprendre la succession, c'est l'âge de la passion pour les récits en images⁶. C'est donc à partir de cet âge qu'il est intéressant d'intégrer cette notion en pédagogie, par exemple en insistant sur la chronologie des œuvres dans le cadre de notre sujet. En effet, en indiquant à un enfant de cet âge là : la date d'une œuvre, pour qui elle a été faite, où elle a été placée, par qui elle a été vue et admirée, il est en mesure de comprendre qu'il est face à quelque chose que beaucoup d'autres personnes ont vu, et c'est précisément cette singularité qui est irremplaçable dans la relation à l'œuvre d'art. Une curiosité qui se porte aussi bien sur ce qui est montré que sur les rituels de la visite. Cette étrangeté du lieu est en soi un puissant stimulant propice à l'apprentissage, une occasion pour lui de sortir un temps de sa condition d'enfant pour s'envisager lui-même comme visiteur. C'est l'occasion de confronter ses interprétations aux explications d'un adulte. Nous verrons que **la recherche de la qualité de la médiation humaine entre l'œuvre et l'enfant est essentielle**. La limite d'âge supérieure, 11 ans, permet quant à elle d'écarter les éventuelles problématiques propres à l'adolescence qui mériteraient un mémoire de recherche différent.

Tout au long de notre étude, nous reviendrons sur cette notion de **médiation** qui revêt différentes formes. Le musée est lui-même un lieu de médiation, car il propose, au travers de sa stratégie de conservation, de communication et de mise en valeur des œuvres présentées, une lecture permettant aux visiteurs de comprendre les objets culturels qui sont exposés. La médiation représente l'activité et le résultat du médiateur (mettre en relation) dans une situation de communication. À partir du moment où il y a un intermédiaire pour transmettre un contenu (un média), on parle de médiatisation⁷. Cette notion de médiation occupe aujourd'hui une place importante et se renouvelle sans cesse, notamment grâce à l'apparition de supports variés. Ainsi, la culture, ses lieux, ses ressources se partagent. Pour cela, il

⁶ Anne Jonchery, 2006 lors du Colloque « Partages » au Musée du Louvre

⁷ Extrait de « les nouveaux espaces de communication des musées d'Emmanuelle SERRES-PALSON.

convient de l'accompagner. La médiation évite ainsi la confrontation directe avec l'œuvre et permet au médiateur de s'adresser à chaque public. Dans le cadre de notre recherche, il est le trait d'union entre l'œuvre et l'enfant, et va guider le petit visiteur dans sa découverte du musée.

Cependant, ce vaste sujet de recherche reste assez délicat à traiter. Comprendre l'évolution de l'enfant au sein d'un musée d'art reste une étape indispensable lorsque l'on souhaite aborder les questions de médiation. Il met en avant la complexité d'une profession qui doit prendre en compte les phénomènes de transformation du champ culturel, centré autour de la crise des valeurs ou des conflits de coexistence culturelle. De plus, fort est de constater que la médiation humaine n'est pas uniquement l'affaire des professionnels qu'ils soient médiateurs dans un musée ou enseignants. La famille joue également un rôle central dans la tranche d'âge choisie, car elle est souvent prescriptrice de la visite. C'est un moment de partage qui donnera lieu à des échanges à la sortie. La visite de musées s'inscrit dans de nombreux contextes de sociabilités dont la famille fait partie. À la lumière des études et enquêtes de fréquentation, le public familial est en progression constante⁸. Il est de plus en plus considéré et courtisé par les musées, qui multiplient leurs offres destinées à ce public en proposant des outils d'aides à la visite, des activités mais aussi des expositions spécifiques.

Au cours de nos recherches, nous avons pu constater qu'une autre forme de médiation humaine a fait son apparition au cours de ces dix dernières années : les entreprises indépendantes (créateurs free-lance, start-up et PME) qui proposent une forme de médiation complémentaire, voire concurrente à celle des musées.

Ainsi, il semblerait qu'il y ait trois axes d'évolution du secteur muséal envers le jeune public :

- Au niveau de l'offre proposée avec un renforcement des partenariats publics/privés ;
- Dans leur façon de transmettre le goût de l'art, de la culture et du savoir, c'est-à-dire dans les médiations utilisées ;
- Au niveau des pratiques professionnelles qui se redessinent avec l'émergence d'acteurs externes qui répondent, d'une certaine façon mais pas uniquement comme nous le verrons, à la demande des musées en leur permettant de faire face à leurs contraintes économiques qui sont de plus en plus fortes.

⁸ Colloque « Partages » au Musée du Louvre, Anne Jonchery, 2006

Problématique

Ainsi, au travers de ce mémoire de recherche, nous étudierons : pourquoi, comment et dans quelles mesures l'offre artistique et culturelle, et notamment muséale, destinée au jeune public voit évoluer ses acteurs (publics et privés) et ses médiations ? Comment certains musées font-ils face à une concurrence venant de la sphère privée ? Ces évolutions du secteur participent-elles à des transformations des processus de médiations et de transmission des savoirs à destination des enfants ?

Hypothèses de travail :

Afin de pouvoir répondre à ces questions, nous allons travailler sur trois hypothèses de recherche.

Hypothèse 1 :

L'éducation artistique des jeunes enfants semble être au cœur d'un écosystème en pleine mutation : tout d'abord politique, avec la réforme des rythmes scolaires et son impact sur l'éducation culturelle et artistique ; puis technologique, avec l'essor du numérique et son impact sur les médiations ; et enfin économique, avec la baisse des subventions publiques qui obligent aujourd'hui les musées à conquérir de nouveaux publics, le jeune public en première cible.

Méthodologie :

- Recherche documentaire sur le concept de jeune public, de médiation culturelle et des modalités de transmission au travers des différents champs théoriques : économie, sémiologie, sciences humaines et sociales, sciences de l'éducation, sciences du langage et psychologie.
- Analyse de l'offre présentée sur le site Internet de Paris Musées Juniors qui a développé une plateforme en ligne donnant accès aux œuvres présentées dans les 14 musées de la ville de Paris. Présentation et analyse de la web-série « mon œil » du Centre Pompidou en tant qu'outil pédagogique numérique.
- Entretiens avec le chef d'établissement et un enseignant d'une école située à Paris dans le 9^{ème} arrondissement.
- Analyse de l'offre de Paris d'enfants, association privée qui propose des visites de musées et de monuments parisiens aux groupes scolaires et aux familles.

- L'exemple d'un entrepreneur culturel : Little io, organisateur d'ateliers culturels pour les enfants de 7 à 12 ans. Analyse des médiations utilisées. Étude de son positionnement et des partenariats mis en place. Entretien avec sa fondatrice et dirigeante, Joséphine Barbereau.

Hypothèse 2 :

Les nouvelles relations de concurrence entre ces différents acteurs encourageraient les musées à innover et participeraient à une évolution dans la professionnalisation de la fonction de médiateur.

Méthodologie :

- Corpus restreint : analyse du positionnement des trois musées étudiés via la page Internet dédiée à la programmation « jeune public » : le Centre Pompidou, le musée du Quai Branly et le musée des Arts Décoratifs. Présentation de ma grille d'analyse théorique (annexe 1).
- Entretiens avec les responsables du service des publics ou de la médiation culturelle dans ces musées pour dégager les tendances et les évolutions concernant leur offre et leur médiation. Support : grille d'entretien (annexes 9 et 11).
- Analyse des discours portés par les personnes interrogées.
- Étude des dispositifs de médiation mis en œuvre par ces institutions pour les enfants : le livret-jeux, la visite guidée traditionnelle et la visite guidée sensorielle (au musée du Louvre).

Hypothèse 3 :

Les actuels partenariats publics/privés en contexte muséal semblent ouvrir à des expérimentations inédites et à des accords qui contribuent à développer la créativité en partage, l'entrepreneuriat culturel et l'innovation des médiations numériques. En cela, l'observation des dispositifs auxquels ils ouvrent permet de comprendre la tension entre promesses, usages et expériences effectives.

Méthodologie :

- Analyse des médiations proposées à destination des enfants par deux entrepreneurs du secteur culturel : Little io et Guideez. Étude des partenariats mis en place.

- Présentation de deux concepts de médiation émergents dans les musées : le Yog'art au Centre Pompidou et l'expérience auditive à l'Open Museum au musée de Lille.
- Regard international sur quelques médiations innovantes déployées outre-Atlantique.
- Synthèse des recherches menées. Ouvertures possibles.

Plan

Partie I : L'enfant et l'art au cœur d'un écosystème en pleine mutation

Partie II : Transmettre le goût de l'art aux enfants : focus sur trois expériences ludo-éducatives en milieu muséal

Partie III : Vers de nouvelles formes de médiations pour l'enfant d'aujourd'hui et de demain.

Notre recherche va porter sur l'étude de l'offre et des médiations de trois musées à destination du jeune public dans un environnement où les acteurs se multiplient grâce à l'essor du numérique. En effet, une des caractéristiques de ce secteur est son adaptabilité aux changements et sa capacité à intégrer en permanence de nouvelles technologies. Le contexte actuel crée des opportunités pour les entreprises, notamment pour les entrepreneurs du secteur culturel. La diffusion de ces technologies a facilité l'accès des petites structures indépendantes ou des créateurs freelance à ce secteur et a ainsi contribué à renforcer la diversité culturelle.

De façon plus précise, après avoir défini le rôle de l'art dans le développement de l'enfant, nous analyserons le contexte, l'environnement et les acteurs existants en matière d'éducation artistique et culturelle pour les 7-11 ans. Tout d'abord, les acteurs institutionnels : nous reviendrons sur la législation mise en place par le Ministère de l'Éducation Nationale en matière d'aménagement des rythmes scolaires au sein des écoles primaires et nous verrons si celle-ci représente une opportunité ou une contrainte pour les musées et les entreprises indépendantes. Nous illustrerons notre propos par l'étude de dispositifs développés par les musées pour les enseignants.

Ensuite, nous étudierons la place des entreprises du secteur privé au sein de cet écosystème culturel et les outils de médiation qu'elles développent à destination du jeune public.

Plus précisément, nous nous intéresserons au modèle économique d'une association, Paris d'enfants et d'une start-up, Little io, qui organisent toutes les deux des ateliers culturels pour

enfants à l'école et en famille. Nous verrons quelles médiations elles utilisent pour permettre à l'enfant de développer son rapport à l'art.

Nous nous concentrerons ensuite sur l'étude de trois musées en mettant en évidence les évolutions de leur offre à destination du jeune public tout en explorant les différents dispositifs de médiation mis en œuvre pour toucher les enfants. C'est également dans cette deuxième partie que nous verrons en quoi ces dispositifs, qui semblent inviter à toujours plus de créativité, participent à des évolutions dans la professionnalisation des médiateurs.

Enfin, nous terminerons par la présentation de deux modèles d'entrepreneuriat culturel et par l'étude de trois concepts de médiation émergents au sein de certains musées qui ne cessent d'innover pour attirer le jeune public de demain.

MUSÉES

Afin d'éclairer notre propos, nous avons interrogé les personnes suivantes (en s'appuyant sur les grilles d'entretien que l'on retrouve en annexes 9, 11 et 14) :

- Au Musée des Arts Décoratifs : Catherine Collin, Responsable du service des publics des musées : catherine.collin@lesartsdecoratifs.fr
- Au Musée du Quai Branly : Manuela Meunier-Noël qui était responsable des études et de l'évaluation et qui est maintenant adjointe au chef de service de la médiation et de l'accueil : mmeunier@quaibranly.fr. N'ayant pu obtenir de réponse de sa part, je n'ai finalement pas pu effectuer l'entretien.
- Au Centre Georges Pompidou : Fanny SERAIN, fanny.serain@centrepompidou.fr. Responsable du Pôle Pratiques et Programmation au sein de la Direction des publics et du service de médiation culturelle.

START-UP

- Little io, entreprise privée, qui propose des ateliers culturels pour les enfants de 7 à 12 ans.
- Paris d'enfants, association qui propose des visites de musées et de monuments parisiens aux écoles et aux familles.
- Guideez, start-up culturelle qui propose des applications d'accompagnement à la visite pour le jeune public.

INSTITUTIONS PUBLIQUES

- École du 9^{ème} arrondissement de Paris : entretien avec Monsieur Tagawa, le chef d'établissement de l'école primaire Turgot et avec Monsieur Y., enseignant en classe de CE2, qui a préféré rester anonyme.

Cette recherche présente un double intérêt.

Tout d'abord théorique : au travers de l'exploration des champs économique, sociologique et pédagogique, nous verrons comment l'offre jeune public et les médiations de certains musées sont en train d'évoluer dans un écosystème culturel où les interactions entre sphères publiques et privées sont de plus en plus fortes. Ensuite, l'intérêt est aussi pratique, car travailler au sein d'une entreprise pour construire des projets visant au développement de l'offre et des médiations à destination du jeune public est un objectif que je souhaite poursuivre.

PARTIE I :

L'enfant et l'art au cœur d'un écosystème culturel en pleine mutation

I. L'ENFANT ET L'ART AU CŒUR D'UN ÉCOSYSTÈME CULTUREL EN PLEINE MUTATION

Depuis plusieurs années maintenant, les pratiques artistiques et culturelles font partie intégrante des programmes scolaires des 7-11 ans et prennent différentes formes : arts visuels, chant, sorties dans les musées... Mais ces pratiques sont au cœur même d'un écosystème en pleine mouvance. Par écosystème, nous entendons l'ensemble des acteurs et des composantes qui constitue cet environnement : l'offre culturelle, la diversité des pratiques, le soutien des acteurs publics à la culture et à son économie. Tous font partie intégrante de la richesse de l'écosystème culturel francilien qui nous intéresse ici. Dans cette partie, nous définirons dans un premier temps la notion de « jeune public » et nous reviendrons sur la notion de médiation culturelle. Dans un second temps, nous parlerons du fait que l'école primaire, sous l'impulsion des décisions gouvernementales, est devenue depuis quelques années une instance de transmission culturelle, obligeant ainsi les musées et les acteurs privés à renouveler leur offre. Mais de quelle manière ? Comment les récentes réformes ont-elles participé à ce phénomène ? Cela a-t-il contribué à faire évoluer certains dispositifs de médiations ?

A. Le contexte et les acteurs institutionnels de l'éducation culturelle et artistique

1. Les jeunes publics, l'art et le musée

«Écrire, parler sur des tableaux ?

Les tableaux ne parleraient donc pas d'eux-mêmes ?

Ne serait-ce pas ajouter un bavardage inutile, un obstacle au libre plaisir des images ?

Justement, non »⁹.

Alain Jaubert (1998)

⁹ Alain Jaubert, *Palettes*, Paris, Gallimard, 1998, p. 12.

L'art peut être défini comme forme d'expression servant de support de réflexion et de communication sur le sens du monde. L'éducation artistique consiste à découvrir progressivement les arts au travers des pratiques et des expériences artistiques recouvrant plusieurs disciplines (danse, théâtre, musique, arts numériques, contes, arts plastiques, photographie, etc.) en gardant à l'esprit la valeur de l'aboutissement du processus créatif, mais aussi celle du processus en lui-même.

L'expérience culturelle repose sur l'éducation artistique mais va bien au-delà : il s'agit non seulement d'accompagner l'enfant dans diverses pratiques artistiques (dans le cadre scolaire ou familial), mais aussi de lui faire découvrir « l'extérieur » permettant ainsi d'allier le « voir » au « faire » : le patrimoine, les musées, le cinéma, etc. afin qu'il se construise une culture au sens large et développe la capacité à se forger ses propres opinions. L'action culturelle est l'ensemble des politiques culturelles qui permettent l'accès des personnes à la culture. Elle se fonde sur l'accompagnement et la formation de ces personnes à tous les éléments qui leur permettront de se situer dans le monde dans lequel elles vivent. On voit dans cette définition que l'action culturelle s'étend bien au-delà de la question des arts et des grandes réalisations du patrimoine. On voit également que selon cette définition, l'éducation artistique est une modalité d'action culturelle¹⁰.

Enfin, l'expérience esthétique pour John Dewey¹¹, s'enracine dans l'expérience ordinaire. La compréhension de l'art et de son rôle dans la civilisation – et donc sa portée éducative – c'est dans l'expérience ordinaire qu'il faut les chercher : « Cette compréhension ne peut être atteinte que par un détour, par un retour à l'expérience que l'on a du cours ordinaire ou banal des choses, pour découvrir la qualité esthétique que possède une telle expérience... Même une expérience rudimentaire, si elle est une expérience authentique, sera plus en mesure de nous donner une indication sur la nature intrinsèque de l'expérience esthétique qu'un objet déjà coupé de tout autre mode d'expérience ».

Il faut aussi insister sur la dimension de plaisir inhérente à cette attention spécifique au monde, à cette structure intentionnelle qu'est la conduite esthétique.

¹⁰ Ces définitions sont largement reprises du Manifeste d'intérêt général pour une politique d'éducation artistique durable et concertée, à la rédaction duquel la Ligue de l'enseignement a participé en 2007 en tant que membre du Forum permanent pour l'éducation artistique. <http://laligue.org/wp-content/uploads/2012/06/Manifeste-janvier-07.pdf>

¹¹ John DEWEY, L'art comme expérience (1934), Editions Farago, 2005, p. 23, (traduction française).

On distingue deux grandes approches de l'éducation artistique (pouvant être mises en œuvre simultanément et ne devant pas nécessairement être séparées). Dans la première, les arts peuvent être enseignés comme des matières à part entière, à travers l'enseignement des différentes disciplines artistiques, permettant ainsi chez les élèves le développement des talents artistiques, de la sensibilité et l'appréciation des arts. Dans la seconde approche, les arts sont considérés comme une méthode d'enseignement et d'apprentissage dans laquelle les dimensions artistiques et culturelles s'intègrent à l'ensemble des matières du programme scolaire. En France, notre système d'éducation privilégie la première approche, même si cela évolue petit à petit.

En Suède, l'éducation artistique est introduite dès le plus jeune âge et est définie comme suit : « créer et communiquer au moyen de différentes formes d'expression, comme les images, la chanson et la musique, le théâtre, le rythme, la danse et le mouvement, ainsi qu'à travers le langage parlé et écrit, constituent à la fois le contenu et la méthode à utiliser pour promouvoir le développement et l'apprentissage chez l'enfant... Le multimédia et la technologie de l'information peuvent aussi être utilisés en vue d'élaborer et d'appliquer les processus créatifs. »

Le rapport de l'UNESCO sur « Développer les capacités créatrices pour le 21^{ème} siècle »¹², s'est intéressé à l'éducation artistique des jeunes et à son impact sur la créativité. Voici ce qu'il établit : l'imagination, la créativité et l'innovation sont présentes en chaque individu et peuvent être encouragées et appliquées. Ces trois processus fondamentaux sont intrinsèquement liés. Comme l'a noté Sir Kenneth Robinson¹³ : « l'imagination est la caractéristique essentielle de l'intelligence humaine, la créativité est l'application de l'imagination et enfin, l'innovation parachève ce processus en mettant le jugement critique au service de l'application d'une idée ».

Toutefois certains auteurs expriment quelques réserves au sujet de la « créativité : par exemple, Herwig Deweerdt explique que plutôt que de jongler avec des mots comme « art » ou « créativité » chez les jeunes enfants, nous devrions simplement parler de « langage ». Pour lui, l'usage de mots, d'images, de sons et de mouvements sont au cœur du processus créatif, ce qui nous ramène à la question de la communication.

¹² Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture. Feuille de route pour l'éducation artistique. Conférence mondiale sur l'éducation artistique : « Développer les capacités créatrices pour le 21^{ème} siècle ». Lisbonne, 6-9 mars 2006

¹³ « All Our Futures: Creativity, Culture, and Education », Kenneth Robinson, 1998

Bien que la créativité occupe une place d'honneur dans la plupart des documents officiels, il existe encore une grande disparité entre les différents établissements scolaires, parfois même un manque de reconnaissance de l'importance d'une éducation artistique de qualité comme principal moyen de promotion de la créativité persiste encore. Les budgets alloués à l'éducation artistique sont souvent insuffisants pour couvrir les besoins courants et de développement ; il existe également des « cultures » individuelles et structurelles très différentes entre les domaines éducatifs et culturels. Enfin, les programmes généraux de formation des enseignants ne mettent pas assez en valeur l'importance du rôle des arts dans l'enseignement et l'apprentissage. Hors contexte scolaire, l'apprentissage artistique peut se faire en famille au travers de sorties dans les monuments et les musées. Il s'agira là plus d'une expérience culturelle au sens large pouvant déboucher sur la notion de plaisir partagé, notion qui est bien trop souvent absente à l'école.

Au fil du temps, l'éducation artistique et culturelle à destination du jeune public est devenue un enjeu de plus en plus important pour les musées.

Au début des années 1970, partout en Europe, des conservateurs et experts des collections concevaient l'exposition permanente, soit comme l'exposé de l'état de doctrines savantes, soit comme une sorte de vulgarisation des résultats de la recherche. Le principe d'organisation des discours d'exposition était strictement dépendant des principes académiques familiers des experts et des amateurs les plus avertis.

La nouvelle muséologie correspond à un renouvellement des perspectives, souvent résumées par l'idée de placer les visiteurs au centre d'un projet de communication culturelle¹⁴. Certes, le contenu de l'exposition demeure exigeant et scientifiquement actualisé, mais dorénavant on s'intéresse aussi aux effets sur les publics. Cela a eu deux types de conséquences : d'un côté, renouveler la conception des expositions et leur muséographie. Elles doivent dorénavant séduire et intéresser, surprendre et émouvoir le public et ne pas uniquement lui délivrer des connaissances; de l'autre, l'exposition doit soutenir et aider les visiteurs à s'approprier ce discours. **Cette appropriation des contenus par les publics occupe une place centrale** dans les nouvelles approches. D'où le renforcement des diverses formes de médiation et la généralisation de dispositifs dits précisément « d'aide à l'interprétation » (Jacobi et Meunier,

¹⁴ Sur la nouvelle muséologie, notions abordées par Desvallées (1992) et sur la place des publics, par Tilden (1957).

1999), notion plus générale que celle d'outils pédagogiques qui épaulent un visiteur pour mieux reconnaître le discours de l'exposition¹⁵.

Mais point d'appropriation de contenus sans public. En effet, la notion de public occupe une place essentielle au sein du musée : « institution (...) au service de la société et de son développement, ouverte au public » (ICOM, 2007). La loi sur les musées de France de 2002 en fait également état : « collection (...) dont la conservation et la présentation revêtent un intérêt public en vue de la connaissance, de l'éducation et du plaisir du public ». Le jeune public constitue aujourd'hui une catégorie qui fait l'objet de toutes les convoitises et d'une attention particulière auprès des institutions muséales. Mais qui est-il ?

Le jeune public est une catégorie aux frontières variables couvrant les âges de la vie de l'enfance à la post-adolescence. Il fait l'objet d'une attention particulière des politiques culturelles, des institutions culturelles, éducatives et sportives, mais également des industries culturelles et médiatiques. La segmentation de ce jeune public varie beaucoup en fonction des institutions. Aussi bien dans les musées que dans les entreprises proposant des activités culturelles, il couvre les âges allant de 2 à 16 ans.

D'après Olivier Houdé¹⁶, la tranche d'âge 7-11 ans réunit des enfants ayant acquis la pensée opératoire, capables de symboliser verbalement leurs expériences, et sachant lire. À partir de sept ans, c'est la période où l'imagination occupe le devant de la scène. Jean Piaget affirme dans son ouvrage *La représentation du monde chez l'enfant*¹⁷ que « jusque vers 11 ans, (...) penser, c'est parler ».

Comme nous l'avons évoqué en introduction, l'offre culturelle destinée aux 7-11 ans existe bel et bien et à même tendance à s'accroître significativement, pourtant, trois évidences s'imposent : les enfants de la tranche d'âge que nous avons choisie d'étudier n'achètent pas les journaux, ne sont, en principe, pas sur les réseaux sociaux, et ne prêtent qu'une oreille discrète aux publicités lorsqu'elles ne parlent pas de sujets qui les intéressent. Ainsi, le jeune public de 7 à 11 ans, n'est à priori, pas directement atteignable : ce sont bien souvent les parents ou les enseignants qui les emmènent dans des lieux culturels. Dans ce contexte,

¹⁵ Extraits de la Lettre de l'OCIM (Musées, Patrimoine et Culture scientifiques et techniques, janvier-février 2011. Lancé en 1993 sous la supervision d'André Desvallées et en collaboration avec François Mairesse depuis 2005, le Dictionnaire de muséologie est un travail monumental, résultat de plusieurs années de recherche, de questionnement, d'analyses, de révisions et de débats au sein du Comité international de muséologie de l'ICOM (ICOFOM), lequel se consacre particulièrement au développement de notre compréhension de la pratique et de la théorie muséale et du travail qui est effectué quotidiennement au sein des musées.

¹⁶ Professeur de psychologie du développement à l'université Paris-V-René-Descartes, auteur de *La Psychologie de l'enfant*, 2e éd., Puf, « Que sais-je ? », 2005.

chaque structure doit donc définir une stratégie de communication envers les parents et les écoles mais aussi envers certains partenaires prescripteurs de cette offre : la presse spécialisée (Télérama Enfants, Paris Mômes notamment) et les lieux fréquentés par les enfants comme les maisons de la culture, les associations, les librairies jeunesse ou les bibliothèques. Même si le jeune public paraît difficile à atteindre, l'enjeu d'une telle communication en direction du jeune public se situe également dans la fidélisation de ces "adultes en devenir". C'est donc du côté des instances de transmission – la famille, l'école et les institutions culturelles – que se dessinent certaines évolutions. Les institutions culturelles sont en train d'adapter leurs offres, leurs modes d'actions et leurs dispositifs de médiation en fonction des changements constatés au sein de la famille et de l'école.

Ainsi, la famille est l'un des acteurs de la transmission culturelle : la sortie culturelle parents-enfants apporte une valeur ajoutée aux relations interpersonnelles. D'après nos recherches, le champ des sciences sociales, croisant fréquemment les problématiques des arts, de la culture et des médias avec celles de l'éducation et de la famille y trouvent également un objet d'étude intéressant, tant les dynamiques générationnelles sont déterminantes dans la reproduction ou les transformations des pratiques culturelles. Les travaux de Bourdieu à la fin des années 1960, notamment retranscrit dans son ouvrage intitulé « *L'Amour de l'art* »¹⁸, ont montré combien la visite de musées était une pratique de distinction sociale, un habitus culturel : dans cette perspective, la famille se positionnait comme l'instance de socialisation et d'éducation au musée, l'organe de transmission de la pratique. Marie-Christine-Bordeaux¹⁹ partage cette opinion, car selon elle, plus de la moitié des passions culturelles sont transmises par les parents, donnée qui privilégie la musique, les arts plastiques et la fréquentation des musées, car pour le spectacle vivant, la transmission est essentiellement assurée par des acteurs extérieurs à la famille (enseignants, amis, voisins). Ce n'est pas l'objet de notre étude dans ce mémoire mais il est toutefois important de le mentionner pour bien poser le contexte de notre propos.

Pour permettre à l'enfant de développer son rapport à l'art dans les musées, la médiation culturelle occupe une place importante puisque c'est par elle que passera la transmission entre le jeune public et l'œuvre ou l'activité proposée.

¹⁸ Bourdieu, 1969

¹⁹ Les enjeux de la médiation culturelle au musée, Marie-Christine BORDEAUX, 2008

Revenons en arrière, avec un peu d'histoire, pour comprendre la naissance de cette notion de « médiation culturelle » dans le paysage culturel français. La place de l'art et de la culture au sein de la République a connu un bouleversement lors de l'arrivée de François Mitterrand en 1981. Avec l'impulsion de son Ministre de la culture, Jack Lang, on peut pratiquement parler de « municipalisation de la culture ». Le budget consacré à la culture va doubler ce qui va permettre le réaménagement et la rénovation de certains lieux de culture.

C'est à partir de cette époque que se professionnalisent les personnels culturels et que l'on voit apparaître la notion de « médiation culturelle ». La médiation culturelle telle qu'on la connaît aujourd'hui, existe depuis le début des années 90 : par la mise en place de formations par les institutions et les pouvoirs publics suite à une prise de conscience de l'importance de la médiation par l'État. Ainsi, la médiation culturelle ne s'inscrit pas seulement **dans des pratiques et dans des œuvres**: elle s'inscrit aussi dans **des logiques politiques et dans des logiques institutionnelles**. « La médiation culturelle fonde, dans le passé, le présent et l'avenir, les langages par lesquels les hommes peuvent penser leur vie sociale, peuvent imaginer leur devenir, peuvent donner à leurs rêves, à leurs désirs et à leurs idées, les formes et les logiques de la création²⁰ ».

La conquête et la fidélisation des publics passent surtout par la médiation, c'est-à-dire par l'organisation de l'interface entre le musée et le public. La médiation²¹ désigne l'action visant à réconcilier ou mettre d'accord deux ou plusieurs parties et, dans le cadre du musée, le public du musée avec ce qui lui est donné à voir. En muséologie, la médiation se place dans un entre-deux, dans un espace qu'elle cherchera à réduire, en provoquant un rapprochement, voire une relation d'appropriation. Il désigne essentiellement toute une gamme d'interventions menées en contexte muséal afin d'établir des ponts entre ce qui est exposé (le voir) et les significations que ces objets et sites peuvent revêtir (le savoir). La médiation cherche quelque fois aussi à favoriser le partage des expériences vécues entre visiteurs dans la sociabilité de la visite, et l'émergence de références communes. Il s'agit donc d'une stratégie de communication à caractère éducatif qui mobilise autour des collections exposées des technologies diverses, pour mettre à la portée des visiteurs des moyens afin de mieux comprendre certaines dimensions des collections et afin de partager des appropriations.

²⁰ Bernard Lamizet « La médiation culturelle », L'Harmattan, 2000.

²¹ Extrait de « Concepts clés de muséologie » sous la direction d'André Desvallées et François Mairesse, 2010

Le terme touche donc à des notions muséologiques voisines, celles de communication et d'animation, et surtout celle d'interprétation, très présente dans le monde des musées anglophones et nord-américains. Elle joue un rôle essentiel dans le projet de compréhension de soi de chaque visiteur, compréhension que le musée facilite.

Une telle approche fait du musée, détenteur de témoins et signes d'humanité, un des lieux par excellence de cette médiation incontournable qui, en offrant un contact avec le monde des œuvres de la culture, conduit chacun sur le chemin d'une plus grande compréhension de soi et de la réalité tout entière²². Elle sert à donner envie aux publics de venir au musée, par exemple en mettant des activités culturelles en place, comme c'est le cas pour le jeune public.

Lorsque l'on parle de médiation culturelle, on est dans un processus éducatif qui se fonde sur une transmission par l'expérience et non sur un schéma d'apprentissage scolaire obligatoire; on met en liaison des éléments qui, ainsi agencés, feront ressortir une évidence qui n'est pas automatiquement visible. On parlera d'éducation "informelle" dans le sens où elle n'est ni obligatoire, ni contrainte à un programme ou à une validation d'acquis.

Si le musée éduque de manière ludique, le médiateur apparaît donc comme l'initiateur qui sensibilise et transmet sans contraintes scolaires. Le terme reste différent de celui d'enseignement qui tend davantage vers un principe d'obligation. Les institutions muséales se présentent comme des structures à vocation culturelle, où le savoir est admis. Elisabeth Caillet précise, dans son ouvrage consacré à l'accompagnement des publics pour l'exposition « Naissances, gestes, objets et rituels »²³, que la notion de médiation repose sur la distinction entre le rôle du médiateur qui est de faire savoir, et celui de l'enseignant qui fait apprendre en tenant compte des contraintes qui incombent à sa profession. Finalement, il règne au musée comme un étrange sentiment de liberté, qui peut favoriser l'ouverture d'esprit de l'enfant et favoriser son rapport au monde. Cependant, il est obligatoire que les espaces d'exposition imposent quelques règles, afin de préserver les collections qui insufflent à juste titre l'envie de découverte à notre jeune public.

²² Extrait de « Concepts clés de muséologie Sous la direction d'André Desvallées et François Mairesse, éditions Armand Collin, 2010

²³ Elisabeth Caillet, *Accompagner les publics, L'exemple de l'exposition « Naissances » au Musée de l'Homme*, Paris, L'Harmattan, 2007.

De là, on distingue deux formes de médiations différentes clairement explicitées dans l'ouvrage d'Elisabeth Caillet consacré aux « Médiateurs pour l'art contemporain » qui précise que la discipline peut être « directe » sous-entendue « présente », ou « indirecte »²⁴.

Elle se présente comme directe, lorsqu'il y a intervention d'un médiateur qui appréhende les gestes et attitudes du groupe de visiteurs, afin de procéder à d'éventuels ajustements, sur le vif.

Elle est de type indirect, lorsque l'on conçoit des supports écrits ou numériques destinés aux visiteurs. Ils aident au cheminement individuel ; ce sont les cartels explicatifs, les feuilles de salle, les parcours, les diaporamas, les livrets-jeux, etc.

Le médiateur est à la fois un passeur (transmet) et un producteur (dans sens de conception). Ainsi, le travail de médiation consiste à établir un dialogue avec le public, à tisser des liens. Il s'agit avant tout d'un métier de communication, de langage, et il est donc soumis aux risques et aux pièges du discours. Cela nécessite une adaptation rapide en fonction des interlocuteurs, du cadre social de la médiation, et de la disposition des interlocuteurs auxquels il s'adresse. En pratique, il étudie les publics de la culture, il conçoit des projets culturels et artistiques dans une logique d'accès au public concerné, et veille au bon déroulement de la mise en œuvre de ces projets et actions. Son but global est l'adéquation entre l'offre et la demande culturelle. Ainsi, le rôle du médiateur culturel est de faire le lien entre l'œuvre d'un artiste et la réception par son public. Son rôle est de faire découvrir l'aspect esthétique (signifiant, signifié) et de donner les outils de la compréhension sans pour autant en révéler la signification²⁵. Son public en question étant le jeune public, de 7 à 11 ans dans notre étude, il possède un rôle crucial, car même si l'on met entre les mains des enfants des dispositifs de médiation, ils auront besoin du discours du médiateur pour le comprendre et l'utiliser à bon escient.

Afin de bien cerner notre sujet, il est important de nous poser la question suivante : de la fin des années 1980 à aujourd'hui, qu'est-ce qui a changé dans les pratiques culturelles du jeune public²⁶?

²⁴ Elisabeth Caillet, *Médiateurs pour l'art contemporain*, Paris, La documentation française, 2000, p.9.

²⁵ Extrait de « Concepts clés de muséologie Sous la direction d'André Desvallées et François Mairesse, éditions Armand Collin, 2010

²⁶ Culture prospective : « Pratiques culturelles chez les jeunes et institutions de transmission : un choc de cultures ? » Sylvie Octobre, janvier 2009

Si certaines caractéristiques de la jeunesse perdurent d'une génération à l'autre – plus technophile, amatrice de pratiques artistiques, en recherche d'expression et d'expérimentation, plus engagée que leurs aînés dans la culture – les enfants d'aujourd'hui n'ont pas grandi dans le même contexte économique, social et culturel que ceux des années 1980. En plus de trente ans, bien des choses ont changé. À la massification scolaire des années 1970 et 1980 a succédé, dans les décennies 1990 et 2000 une massification culturelle adossée aux industries culturelles, qui a contribué à diffuser très largement une culture populaire et mondialisée. La **révolution numérique** a modifié les modes de création, de diffusion mais aussi d'appropriation des contenus culturels et a fait émerger une jeunesse plus connectée, plus communicante et plus créative, plus cosmopolite mais aussi plus fragmentée. Dès le cours préparatoire, de nombreux enfants ont aujourd'hui accès à plusieurs dispositifs : livres, matériel électronique mais aussi les tablettes présentent au sein des foyers.

L'enquête sur les univers culturels des enfants et des adolescents a été réalisée à quatre reprises en 2002, 2004, 2006 et 2008, à partir d'enfants sélectionnés dans le "panel 1997" de l'Éducation nationale. Cette enquête a eu pour objectif d'observer les comportements culturels et leurs évolutions. Elle a été réalisée à l'initiative du Ministère de la Culture et de la Communication. Parmi les thèmes abordés on peut citer la fréquentation des équipements culturels, les pratiques amateurs, les consommations domestiques, les usages des médias. Il existe différents types de médias : les médias traditionnels qui peuvent être informatifs, créatifs/ludiques et/ou pédagogiques mais les trois sont souvent imbriqués. Ce sont les revues, Internet, applications, blogs, ateliers, radio, romans, cinéma, jeux vidéo, réseaux sociaux. Les supports médiatiques sont également variés : ordinateurs, smartphones et tablettes produisent du contenu comme les cartes, les textes, les jeux (pédagogiques et/ou culturels). À chaque phase d'observation, les enfants ont été destinataires d'un questionnaire couvrant un large champ de leurs pratiques culturelles : usages des médias (télévision, radio) ; écoute musicale (MP3, CD, disques, cassettes) ; lecture (bandes dessinées, presse, livres) ; usages du multimédia (ordinateur, internet) ; sorties (cinéma, concert, théâtre, musées, monuments etc.) ; pratiques artistiques. On y adjoint, pour disposer d'éléments de comparaison, d'autres thèmes autour des loisirs : activités physiques et sportives, jeux d'intérieur et d'extérieur, y compris les jeux vidéo. Enfin, sont également abordés les valeurs des enfants, leur rapport à l'école, leur rapport aux copains et leur rapport aux parents. De ces enquêtes, les évolutions suivantes ont été observées : progression de la culture de l'écran, généralisation de l'écoute de musique

enregistrée et baisse de la lecture de quotidiens ou de livres. Chaque fois, les changements ont été initiés par une génération nouvelle.

Le champ culturel n'est alors plus seulement le lieu de la détente et de l'absence de contraintes par rapport à l'école ou au travail, mais il est aussi, grâce aux technologies numériques, un lieu d'expérimentation de l'autonomie qui contribue à la construction identitaire des individus qui permet et favorise l'expressivité. Les liens entre culture, savoir et information méritent alors d'être relus à l'aube de cette mutation qui interroge les modalités de la transmission culturelle et les processus d'influence de ce jeune public.

Pour finir, une tendance générale d'ordre sociétal est observable : nous vivons dans une société qui accorde de plus en plus d'importance aux loisirs et aux divertissements, ce qui touche également la sphère familiale qui est de plus en plus en recherche d'idées de sorties culturelles à partager en famille. Comment va-t-on occuper ses enfants ? Comment peut-on les éveiller à l'art et à la culture ? Où peut-on trouver l'information et auprès de qui ? C'est en s'intéressant plus précisément aux actions engagées par les pouvoirs publics en la matière et en étudiant l'offre et les médiations utilisées par certains musées et par quelques entreprises privées que nous allons tenter de répondre à ces questions.

2. Les nouvelles manières de penser l'art à l'école : retour sur l'actualité 2013-2016

Au sujet de l'œuvre d'art²⁷ :

*« Un objet doté de telles qualités devrait à mon sens s'imposer aux fondements mêmes des apprentissages. En tant qu'objet témoin, il est garant d'une certaine impartialité dans l'étude des civilisations, des sociétés, de l'histoire. Polysémique et ouvert, il engage chacun à prendre parti. Dialectique, il suscite la prise de parole et l'échange. Autonome, il est transdisciplinaire, il s'affranchit de tous les cloisonnements disciplinaires de l'école. Il concerne aussi bien les maths que le français, les sciences, l'histoire, la géographie et les arts visuels (qui possèdent et conservent une spécificité qu'il s'agirait de décrire). Mieux que tout autre référent, l'œuvre d'art devrait donc s'imposer quand il s'agit d'apprendre à parler, à écrire, à compter, à réfléchir, à s'ouvrir, à s'exprimer, à s'extérioriser, à débattre, à mesurer, à évaluer, à analyser, à regarder et à voir. Mieux que tout autre, elle devrait apparaître comme un recours permanent quand il s'agit de découvrir le monde actuel et celui d'hier, quand il s'agit d'accepter les autres dans leur différence, de susciter la curiosité, l'invention, l'expression. **Il existe une œuvre d'art adaptée à l'approche de chaque question abordée à l'école, de l'étude de la croissance des plantes à celle de la guerre de Troie en passant par la question des proportions en mathématiques.** »*

Philippe Coubetergues

Selon Le Journal des Arts²⁸ paru le 16 décembre 2011, 14,6 % des publics des musées étaient des groupes scolaires. Ce chiffre représente six millions d'écoliers issus de l'enseignement primaire et secondaire. En 2011, les jeunes visiteurs constituaient en moyenne 40 % de la fréquentation des musées des beaux-arts au niveau national.

Mais cette fréquentation a été mise à mal par les attentats de 2015 ainsi que par la réforme des rythmes scolaires de 2013, celle-ci ayant entraîné un réaménagement important des sorties scolaires en 2015. Pour encourager le retour des scolaires vers les établissements culturels, le Ministère de l'éducation nationale, de l'enseignement supérieur et de la recherche (direction générale de l'enseignement scolaire) et le Ministère de la culture et de la communication

²⁷ Philippe Coubetergues, Formateur à l'IUFM de Paris et critique d'art, Colloque du Louvre à Paris, 2006.

²⁸ Castelain, Jean-Christophe, « Jeune public, public exigeant » in « L'enfant au musée », *Le Journal des Arts* n°359, 16 déc.2011, p.18.

(direction générale des patrimoines) ont défini au début de l'année trois axes de travail : organiser la communication interministérielle, maintenir un lien fort avec la communauté éducative, multiplier et valoriser les actions incitatives et/ou rassurantes. Les deux ministères ont poursuivi leur travail conjoint en rédigeant une convention cadre relative à l'accès des publics scolaires et des publics les plus éloignés de la culture au musée du Louvre, au musée d'Orsay et au château de Versailles le jour de leur fermeture hebdomadaire. Cette convention, signée par les deux ministres le 8 juillet 2016, prépare la mise en œuvre de la décision d'ouvrir aux scolaires ces trois musées leur jour de fermeture, pour leur proposer des parcours et des conditions de visite spécifiques²⁹.

Cultiver les jeunes générations, c'est former les futurs publics adultes, dans l'espoir que ces enfants deviennent des citoyens concernés. Comme expliqué, appréhender l'art ne relève pas d'un enseignement scolaire. L'art se veut multi-sensoriels et vecteur d'émotions. Former de manière informelle favorise la réflexion et l'imagination, et permet de livrer à l'enfant les clés d'accès à la culture ainsi qu'à différents savoirs scientifiques ; tous, gages de réussite scolaire et sociale. Cependant, la rencontre entre l'art et l'enfant ne rend pas compte de résultats immédiats. Dans le cas contraire, il perdrait son rôle et serait alors loin de remplir ses fonctions principales, qui sont de stimuler l'imaginaire, éveiller la sensibilité, développer l'esprit critique et le jugement. L'art et l'éducation sont dissociables mais complémentaires. La médiation culturelle doit servir des objectifs pédagogiques. La rencontre artistique, mission de service public, entraîne donc questions, ressentis, appréciations et apprentissages.

Dans cette partie, nous verrons quels sont les objectifs de l'éducation artistique et culturelle à l'école et quelles ont été les évolutions des politiques conduites à cet égard depuis 2013.

Chaque année, plus de 200 000 enfants sont accueillis en maternelle et primaire dans les établissements scolaires publics de Paris. La municipalité consacre ainsi 850 millions d'euros par an à l'éducation. Les musées, quant à eux, se sont intéressés à l'éducation artistique et culturelle depuis longtemps.

La loi d'orientation et de programmation pour la refondation de l'école de la République de juillet 2013 postule entre autres que l'éducation ne concerne pas uniquement l'école, et qu'il

²⁹ Extrait du site du Ministère de la culture et de la communication publié dans le JO Sénat du 19/01/2017 - page 190 : <https://www.senat.fr/questions/base/2016/qSEQ160119747.html>

est indispensable que chaque élève, chaque enfant, ait accès à une éducation artistique et culturelle de qualité, tout au long de sa scolarité, de sa jeunesse. Aussi instaure-t-elle un parcours d'éducation artistique et culturelle, dont les contours sont dessinés dans la circulaire interministérielle du 3 mai 2013³⁰.

L'Éducation artistique conjugue trois expériences qui se nourrissent mutuellement :

- La fréquentation des œuvres. Cette pratique culturelle doit pouvoir se développer dans la régularité et la durée, organiser la rencontre équilibrée du patrimoine et des arts contemporains. Abordée avec ou sans préalable, toujours suivie d'échanges, elle est soutenue par un accompagnement, une médiation.
- La pratique d'un art. De la sensibilisation à l'atelier régulier ou soutenu, la pratique artistique en amateur doit permettre de se confronter individuellement et collectivement à un processus de création.
- La rencontre avec des professionnels. La fréquentation d'artistes, de techniciens et d'artisans des métiers artistiques doit permettre la transmission de connaissances, de savoirs et de techniques, et doit contribuer à se représenter leur place et leur fonction dans la vie sociale, économique et politique.

Lors d'exercices scolaires, les écoliers sont habitués à chercher l'unique bonne réponse, préalablement connue du maître. En revanche, l'implication artistique relève davantage d'une activité de recherche et de découverte, qui démontre l'existence d'une multitude de bonnes réponses et apprend que le résultat, non connu à l'avance, reste à construire. L'enfant développe sa confiance en lui, ainsi que sa capacité d'expression personnelle. Fabriquer sa propre réponse fait preuve d'originalité et permet d'entrer dans un processus de construction d'un regard singulier sur le monde.

La Mairie de Paris est un acteur majeur dans la mise en œuvre de la politique culturelle régionale. Elle participe à la créativité de la région capitale en aidant les artistes (espaces d'accueil d'artistes en résidence, pépinières d'entreprises, couveuses, incubateurs...) et en finançant des lieux dédiés à la culture (comme le 104 ou la Gaîté Lyrique).

³⁰ www.education.gouv.fr/pid25535/bulletin_officiel.html?cid_bo=71673

Le budget 2015 de la ville de Paris directement alloué à la Culture s'est élevé à 58 millions d'euros³¹. La mise en place d'activités culturelles peut avoir un impact important sur certains secteurs clés d'une ville comme sur l'éducation et l'enseignement.

Les modes d'action de l'école en matière culturelle sont variés, des plus directs au plus indirects et ont beaucoup évolué au cours de ces trois dernières années pour les élèves des écoles maternelles et primaires. L'insertion de la culture à l'école se fait très directement dans les enseignements spécialisés – musique, chant et arts plastiques – de même qu'au travers de certains enseignements non spécialisés comme le français et l'histoire/géographie. Elle se fait également dans les projets scolaires – actuels PEAC (plan pour l'Éducation Artistique et Culturelle) et sur le temps périscolaire (ateliers bleus) gérés jusqu'en 2013 exclusivement par les centres de loisirs de la Ville de Paris. L'objectif de l'Éducation nationale est double : *« stimuler la demande de culture présente et future et ainsi la curiosité, mais aussi favoriser la réussite scolaire de l'autre. »*

La réforme des rythmes scolaires instaurée en janvier 2013 est partie du constat que les écoliers français subissaient des journées plus longues et plus chargées que la plupart des autres élèves dans le monde. Or, cette extrême concentration du temps d'enseignement, spécifique à la France, était jugée inadaptée et préjudiciable aux apprentissages. La réforme des rythmes scolaires a donc visé à mieux répartir les heures de classe sur la semaine, à alléger la journée de classe et à programmer les enseignements à des moments où la faculté de concentration des élèves est la plus grande. Un décret, publié le 26 janvier 2013, précise le cadre réglementaire national de la nouvelle organisation du temps scolaire. Le Projet Éducatif Territorial (PEDT) de Paris a ainsi fait son apparition. Il est signé par la Ville de Paris, la Caisse des Allocations familiales (CAF), le Rectorat et la Préfecture de Paris.

Il rappelle que « l'action éducative de l'ensemble des acteurs parisiens doit permettre aux enfants de comprendre le monde dans lequel ils évoluent, de les amener à être curieux, ouverts, à appréhender et comprendre leur environnement, à se questionner, à construire et exprimer leurs pensées, envisageant le groupe comme une richesse, prompts à déconstruire les stéréotypes, conscients d'être de futurs acteurs de la société, utilisant la réflexion et le langage ». Les temps d'activités périscolaires ont donc comme objectif de proposer un temps éducatif, de détente et d'éveil, d'approfondissement et d'exploration de nouvelles activités

³¹ <http://budgetprimitif2015.paris.fr/#/>

positionnant l'enfant comme acteur de l'atelier, complémentaires des apprentissages dispensés par l'Éducation nationale. Les activités doivent en outre permettre une valorisation des savoirs être et savoirs faire. Pour cela, les familles, les acteurs institutionnels et les acteurs associatifs et indépendants sont mobilisés sur l'ensemble du territoire parisien. L'équipe d'animation de ces temps périscolaires est donc composée d'animateurs de la Direction des Affaires Scolaires (DASCO), de la Direction de la Jeunesse et des Sports, de la Direction des Affaires Culturelles et du Centre d'Action Sociale de la Ville de Paris, ainsi que d'animateurs extérieurs – associatifs ou indépendants, offrant ainsi aux enfants un panel élargi d'activités et donc de médiations.

Pour intervenir dans les écoles, les associations et entreprises doivent soumettre un dossier à la Direction des Affaires Scolaires (DASCO) répondant à un marché public renouvelé tous les trois ans, le prochain sera renouvelé à la rentrée 2017. Ce marché s'inscrit dans le cadre du PEDT évoqué ci-dessus et porte sur les temps d'activités périscolaires (mardis et vendredis, de 15h00 à 16h30, gratuits) et les ateliers bleus (16h30-18h00, tous les jours, payants).

Les acteurs privés interviennent en complément de l'offre proposée par la municipalité et en fonction des besoins des territoires³², ce qui leur donne l'opportunité de se positionner au sein de ce nouvel écosystème éducatif. À Paris, dans les écoles primaires, la proportion entre animateurs de la Ville et animateurs associatifs ou indépendants est de 62% pour les premiers et 38% pour les deuxièmes. Sur 11 000 ateliers proposés à Paris sur une année scolaire, près de 4200 sont animés par des associations et des indépendants³³.

En début d'année, les enfants sont amenés à choisir eux-mêmes leurs activités périscolaires. À la rentrée 2016, l'accent a été mis pour les élèves de primaire sur la sensibilisation musicale avec l'intervention de professeurs de conservatoires et de professeurs de musique de la ville de Paris. De nouvelles activités multimédias ou d'apprentissages ludiques ont également été proposées cette année.

³² Extrait du Projet Educatif territorial de Paris (PEDT) 2016-2019

³³ Réunion organisée par la DASCO le 8 septembre 2016 sur les ateliers périscolaires

Le Projet Éducatif territorial de Paris (PEDT) de 2016 classe les ateliers en neuf catégories dont deux sont réservées aux ateliers bleus :

1	Temps d'activités périscolaires « arts du spectacle » pour les écoles élémentaires
2	Temps d'activités périscolaires « image, cinéma et arts numériques » pour les écoles élémentaires
3	Temps d'activités périscolaires « arts plastiques et loisirs créatifs » pour les écoles élémentaires
4	Temps d'activités périscolaires « sciences et techniques » pour les écoles élémentaires
5	Temps d'activités périscolaires « découverte des civilisations, du patrimoine et des langues » pour les écoles élémentaires
6	Temps d'activités périscolaires « environnement et prévention » pour les écoles élémentaires
7	Temps d'activités périscolaires « éveil » pour les écoles maternelles
8	Ateliers bleus scientifiques pour les écoles élémentaires
9	Ateliers bleus culturels pour les écoles élémentaires

Par exemple, dans une école primaire du 9^{ème} arrondissement, les activités suivantes ont été proposées aux élèves du CP au CM2 sur l'année scolaire 2016-2017: jeux de société, les petits bâtisseurs (arts plastiques), jeux d'improvisation, sciences au quotidien, tennis de table, théâtre, les experts des papiers (arts visuels), jeux de dame, langue chinoise, contes et légendes, flûte et percussion, bande dessinée, mimes, ateliers d'expression, basket, sauve qui peut (apprendre les gestes de premiers secours), échecs, land'art, informatique, cirque, origami, marionnettes et ombres chinoises, danse contemporaine, alimen'terre (apprentissage des différentes catégories d'aliments et leur impact sur l'organisme), flag foot et judo.

En conclusion, avec pour objectif d'aller plus loin dans la mise en cohérence des politiques publiques menées à l'égard des écoles, des synergies seraient envisageables entre les musées de la ville de Paris, les animateurs (qu'ils soient privés ou publics) et les thèmes abordés pendant les activités extrascolaires des mardis et vendredis. En effet, les dispositifs d'éducation et de médiation, les programmes à destination du jeune public et les propositions

d'activités artistiques et culturelles se multiplient, sans pour autant être l'objet d'une démarche globale, concertée et coordonnée entre acteurs et collectivités. Les évolutions des pratiques expressives et numériques, la réforme des rythmes scolaires ou encore les nouveaux cadres de l'EAC (Enseignement Artistique et Culturel) offrent des opportunités pour revisiter les modalités d'intervention culturelle pour la jeunesse. Une perspective d'autant plus impérative qu'elle vise non seulement des objectifs d'éveil et de construction de la personnalité, mais aussi de formation des citoyens de demain.

De nombreuses formations à destination des animateurs, médiateurs ou professionnels de la culture sont désormais proposées par différentes structures : l'Observatoire des politiques Culturelles³⁴ avec une formation intitulée « les ateliers culture et jeunesse : éducation artistique et culturelle, médiation, participation » qui aborde le sujet sous un angle stratégique ; le Labo de l'édition³⁵ avec une formation intitulée : « Formation temps périscolaires : osez le numérique ! ».

En ce qui concerne les sorties scolaires, elles pourraient être mises en cohérence avec les temps d'activités extrascolaires. L'appel à projet local de janvier 2017 est censé aller dans ce sens. L'idée serait d'inscrire la programmation des visites dans un projet plus global en mettant à profit les temps d'activités extrascolaires pour revoir et discuter avec les élèves des monuments visités et des œuvres vues dans les musées.

Voici des exemples de projets possibles :

- Dessin/sculpture/collage autour des monuments de Paris ;
- Photographie/musique en lien avec les monuments et les objets, sculptures, tableaux vus au musée ;
- Expressions écrites et architecture : projet de reportage autour d'un musée ;
- Projet thématique en relation avec le thème d'une exposition : par exemple le corps avec l'exposition *Danse en corps*³⁶ proposée par le musée du Louvre (voir partie II B3) qui peut ensuite être reprise pendant les activités périscolaires : danse, cirque, dessin ou réalisation d'un film par exemple

³⁴ Observatoire des politiques culturelles : http://www.observatoire-culture.net/rep-formations/ido-16/ateliers_culture_et_jeunesse.html

³⁵ http://www.labodeledition.com/event/temps-periscolaires-osez-le-numerique/?instance_id=161

³⁶ Exposition faisant partie de la programmation jeune public du musée du Louvre fin 2016

En réponse à la réforme des rythmes scolaires, nous allons voir dans notre dernière sous-partie, l'initiative de Paris Musée qui a développé une plateforme en ligne de mise à disposition de ressources pédagogiques à destination des enseignants et des intervenants sur le temps périscolaire, justement pour favoriser l'accès à l'art et à la culture, tout en restant en classe. Nous évoquerons également la démarche du Centre Pompidou qui, au travers de la web-série « Mon œil », invite les enfants de 5 à 11 ans à découvrir l'art en s'amusant, depuis leur salle de classe. Ces initiatives viennent répondre à la demande du Ministère de l'Éducation nationale qui souhaite que chaque élève soit sensibilisé à ces matières.

3. Quand le musée s'invite en classe grâce au numérique : les exemples de Paris Musées et de la web-série « Mon œil » du Centre Pompidou

Pour les musées, les groupes scolaires demeurent le moyen principal d'être en contact avec les jeunes. Seulement, depuis les attentats de 2015, le public scolaire se déplace de moins en moins dans les musées. Les musées de la Ville de Paris – 14 sites gérés par Paris Musées³⁷ – ont affiché une chute de - 8 % de fréquentation en 2016 par rapport à 2015³⁸. Ils ont donc décidé de proposer des contenus numériques permettant aux élèves de visiter les musées sans se déplacer.

D'autres musées, dont Le Louvre fait parti, ont connu une année 2016 « difficile ». Au dire de son président Jean-Luc Martinez, Le Louvre a accueilli 7,3 millions de visiteurs en 2016, soit 15 % de moins que l'année précédente. La fréquentation des visiteurs français se révèle stable (2 millions, comme en 2015), mais l'institution française est éprouvée par « un contexte de forte baisse du tourisme étranger », lié aux attaques terroristes des années 2015 et 2016.

La proportion de visiteurs étrangers est ainsi passée de 75 à 70 %. « Ce ne sont pas les Américains, traditionnellement notre premier public, qui ont le plus fait défaut (-18 %), mais les Japonais (-61 %), les Chinois (-47 %) et les Russes (-53 %) », précise le président. « **Le public scolaire a aussi été très diminué par les mesures Vigipirate, passant de 510 000**

³⁷ Paris Musées est un établissement public local, à caractère administratif, qui réunit dans une même entité près d'un millier d'agents, les 14 musées municipaux de Paris ainsi que l'ensemble des services chargés de la gestion, de la production des expositions et des événements culturels, du suivi des collections et des éditions. Les Musées de la Ville de Paris sont : Musée d'art moderne de la Ville de Paris, Maison de Balzac, Musée Bourdelle, Musée Carnavalet - Histoire de Paris, Les Catacombes, Musée Cernuschi - Musée des Arts de l'Asie, Musée Cognacq-Jay, Crypte archéologique du parvis Notre-Dame, Palais Galliera - Musée de la Mode, musée du Général-Leclerc-de-Hauteclocque-et-de-la-Libération-de-Paris – Musée Jean-Moulin, Petit Palais, Musée des Beaux Arts de la Ville de Paris, Musée de la Vie romantique, Maison de Victor Hugo Paris / Guernesey, Musée Zadkine

³⁸ Extrait du site du Ministère de la culture et de la communication publié dans le JO Sénat du 19/01/2017 - page 190 : <https://www.senat.fr/questions/base/2016/qSEQ160119747.html>

jeunes en 2015 à 365 000 en 2016. Le nombre de jeunes accueillis en 2014 était de 685 000, soit une baisse de fréquentation de 46,7 % en deux ans³⁹... ».

Pour faire face à cette « désaffection des groupes scolaires », Paris Musées a décidé de mettre à disposition des enseignants des dossiers pédagogiques relatifs à une exposition quelle soit temporaire ou permanente. Ces dossiers pédagogiques contiennent des informations aidant les professeurs à intégrer la visite dans leur programme scolaire. La visite du groupe scolaire résulte en majorité de l'initiative des professeurs. Les musées essaient d'attirer les groupes scolaires, mais rencontrent deux difficultés majeures. D'une part, les écoles n'ont pas nécessairement les moyens financiers pour supporter plus de visites scolaires, d'autre part, les professeurs manquent parfois d'informations en début d'année scolaire, ce qui les empêche de prévoir plus aisément une ou plusieurs visites pendant le programme⁴⁰. C'est pourquoi bon nombre de musées ont développé l'accès à des contenus pédagogiques ou à des visites virtuelles via une plateforme en ligne, permettant ainsi aux acteurs de l'éducation artistique et culturelle d'accéder au musée sans se déplacer. Tout ceci a été rendu possible grâce au **numérique** qui a entraîné une modification des comportements face à l'art et donc de nouvelles formes de médiation.

Le 29 janvier 2014, Paris Musées a donc lancé « Paris Musées Juniors », une plateforme ludo-éducative dédiée aux activités proposées aux jeunes publics par les musées de la ville de Paris. Paris Musées est un établissement public qui regroupe 14 musées parisiens. Un des objectifs principaux de la création de cette plateforme était d'élargir les dispositifs de médiation à destination des publics des 14 institutions du réseau, et notamment pour le jeune public. Le site Paris Musées Juniors regroupe deux projets pour les 6-11 ans : « Muséosphère », une visite virtuelle de certaines salles des musées, et « Mission Zigomar », un jeu d'aventures animées.

Ces outils web ont été **mis à disposition des écoles parisiennes** dans le cadre des activités prévues les mardis et vendredis suite à l'aménagement des rythmes éducatifs à l'école primaire, afin de transporter les musées dans les classes pour initier les enfants à l'histoire de l'art⁴¹. Pour ce faire, « Paris Musées Juniors » regroupe, musée par musée, les différents

³⁹ Extrait du Journal la Croix, Marie Soyeux, le 06/01/2017 à 18h20, <http://www.la-croix.com/Culture/Expositions/Frequentation-musees-2016-gagnants-perdants-2017-01-06-1200815324>

⁴⁰ Extraits de la Lettre de l'OCIM (Musées, Patrimoine et Culture scientifiques et techniques, janvier-février 2011)

⁴¹ Josy Carrel-Torlet, directrice du développement des publics, des partenariats et de la communication à Paris Musées, discours prononcé lors du salon Sitem le 15 janvier 2016

documents pédagogiques disponibles pour les enfants et les enseignants ou animateurs sous format vidéo, PDF ou par lien externe. Ces projets proposent un graphisme et une ergonomie très adaptés à un jeune public. Ils ont nécessité l'implication de plusieurs prestataires : Inconito pour la plateforme, Inconito et Tataragne pour Mission Zigomar et Mosquito pour Muséosphère. Ce sont des entreprises spécialisées dans la création de dispositifs interactifs (applications, web et jeux) qui ont signés un accord de partenariat avec la ville de Paris

Le site contenant les ressources pédagogiques des 14 musées de la Ville de Paris est www.parismuseesjuniors.paris.fr.

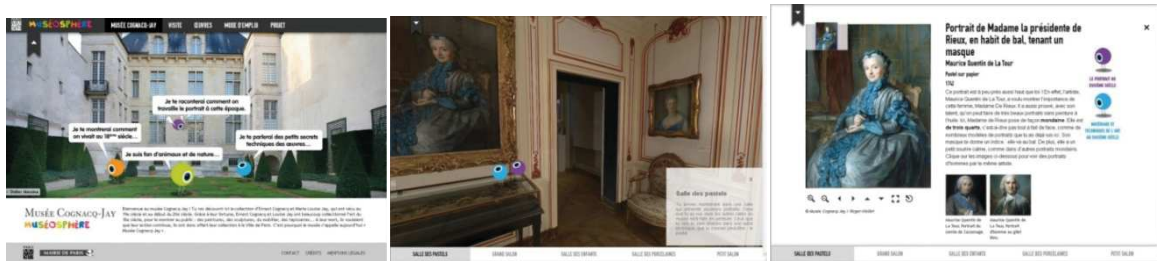


Sur un même espace, les **jeunes internautes, leurs parents et les enseignants** vont pouvoir trouver des outils multimédias adaptés et des documents pédagogiques qui leur ouvriront les portes des musées de la Ville de Paris.

Cette plateforme unique au niveau d'une collectivité territoriale française est constituée de deux espaces:

- **MUSÉOSPHERE** qui propose des visites virtuelles dans les collections permanentes des musées. Cinq salles par établissement, accessibles en visite 360°, peuvent ainsi être parcourues par les enfants, en autonomie ou avec l'assistance d'un animateur. Des mascottes de couleurs les guident à travers les musées en leur indiquant des thématiques aussi variées que les animaux et la nature, la fabrication des œuvres, la mode ou encore les petits secrets des grands personnages qui ont marqué l'histoire des collections. Pour chaque musée, une trentaine d'œuvres sont approfondies grâce à des

notices conçues spécialement pour ce jeune public. Cet outil aide ainsi les enfants à s'appropriier les lieux en se familiarisant avec l'univers des musées et ainsi à préparer une visite.



- **MISSION ZIGOMAR** est un jeu qui permet d'explorer certaines des œuvres des musées de manière plus récréative au travers d'aventures animées. Elles mettent en scène de jeunes héros, Gab l'aventurière, Hugo le rêveur et Selim l'intellectuel féru de nouvelles technologies, qui doivent empêcher l'affreux Zigomar de confisquer aux enfants les œuvres des musées. Au fil des énigmes, les jeunes internautes se familiarisent avec les œuvres des collections permanentes et des notions générales évoquées à travers de grandes thématiques de l'art (portrait, monstres et dragons, écriture...) ⁴².



Dans une interview donnée au Club innovation & Culture France ⁴³ en septembre 2016, Philippe Rivière, directeur du service numérique de Paris Musées, a confié les premiers résultats de l'utilisation de cette plateforme, trois ans après son lancement : « cette plateforme à destination des enseignants, animateurs, parents et enfants a été créée pour répondre à des besoins lors de la mise en place des nouveaux rythmes scolaires en primaire. Les sites Muséosphère et Mission Zigomar sont toujours très utilisés dans ce cadre à Paris et dans toute la France: en 2015, **la plateforme a accueilli plus de 100 000 visiteurs uniques**. Nous voulons continuer à enrichir ces sites mais le temps nous manque ! »

⁴² Source : www.parismusees.fr

⁴³ Extrait de l'interview de Philippe Rivière, directeur du service numérique de Paris Musées, le 29/09/2016 : <http://www.club-innovation-culture.fr/ph-riviere-paris-musees-personnalisation-rv-opencontent-scenarise-participatif/>

Même après avoir effectué quelques recherches, il nous est difficile de comparer ce chiffre à d'autres plateformes faute de pouvoir trouver des données concernant le trafic des sites Internet de musées possédant également des ressources numériques mises à disposition des enseignants. Cependant, nous pouvons noter que Paris Musées s'est doté depuis janvier 2013 d'un service numérique, créé en même temps que l'établissement public et rattaché à la Direction du développement des publics et de la communication qui regroupe le service des publics, de la communication, du mécénat et du numérique. Cela démontre une vraie volonté d'inscrire le numérique au sens large (communication réseaux, édition, marketing digital) au cœur de la stratégie de développement de l'établissement.

Dans un même registre, le Centre Pompidou a également développé un projet intéressant : une web-série intitulée "**Mon œil**" destinée aux 5-11 ans. Chaque mercredi, un nouvel épisode permet aux enfants de découvrir l'art contemporain⁴⁴.

Entièrement gratuite, cette série s'adresse aux enfants à partir de 5 ans et est accessible sur tablette, smartphone, sur le site du Centre Pompidou et également sur la plateforme Eduthèque⁴⁵ en replay pendant trois mois accompagnés des fiches pédagogiques intitulées «Mon œil explore».

« Mon œil » est un programme hebdomadaire d'une dizaine de minutes (élargi entre 20 et 25 minutes durant les vacances scolaires) qui présente de façon ludique et didactique plusieurs œuvres contemporaines issues des collections du Centre Pompidou. Les œuvres proviennent entre autres du centre de ressources numériques du Centre Pompidou, pour lequel plus de 80000 œuvres ont été numérisées pour être rendues accessibles, dont plus de 3 000 vidéos.

Pour guider l'enfant dans sa découverte, la web-série s'appuie sur un personnage, un œil malicieux dessiné par Stéphane Kiehl, dans un environnement illustré aux couleurs du Centre Pompidou. Cet œil complice prend la parole pour introduire chacune des œuvres visibles dans l'épisode, le tout dans un habillage graphique attrayant.

⁴⁴ Extrait du site Internet : <http://www.vousnousils.fr/2015/12/04/mon-oeil-le-centre-pompidou-lance-une-web-serie-educative-pour-les-enfants-579992>, le 4 décembre 2015

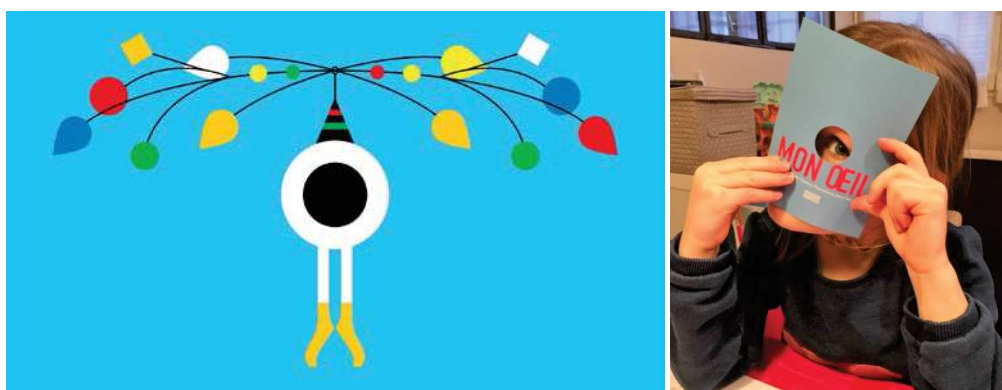
⁴⁵ Le Centre Pompidou est présent sur le portail d'accès « Éduthèque » gratuit, mis en place par le ministère de l'Éducation nationale. Cette plateforme met à disposition des ressources pédagogiques exclusives classées en fonction des programmes, des formations et des visites. Ces outils pédagogiques sont proposés en haute définition et sont, pour certains, téléchargeables sur <http://www.edutheque.fr>

Pour accompagner cette web-série pour enfants, le Centre Pompidou propose des fiches pédagogiques « Mon œil explore ».

De nombreuses thématiques autour des éléments de création sont traitées pour les professeurs du 1^{er} degré. Le contraste, l'objet, la couleur, le rythme, la composition ou encore la matière sont étudiés en retraçant un panorama de leurs emplois dans l'histoire des arts. Ces fiches proposent également un atelier de pratique artistique à effectuer en classe.

Ainsi, le Centre Pompidou propose une offre complète destinée aux classes de niveau primaire, utilisant le son, l'image et la pratique artistique. La conjugaison de ces trois dispositifs pédagogiques va permettre à l'enfant de mémoriser plus facilement les contenus de ces fiches/vidéos/ateliers et de pouvoir échanger avec ses parents à son retour à la maison s'il le souhaite.

Logo *Mon œil* et Clémence, 5 ans avec la carte postale *Mon œil* !



Nous avons interrogé Fanny SERAIN, Responsable du Pôle Pratiques et Programmation à la Direction des publics, service de médiation culturelle au Centre Pompidou au sujet de cette web-série. Madame SERAIN a insisté sur le fait que le déploiement à plus grande échelle de la web-série « Mon œil » était un des objectifs prioritaires du musée : « du point de vue du service, on va beaucoup vers des dispositifs intégrant les nouvelles technologies justement pour favoriser une grande diffusion, vous avez peut-être pu voir la web-série *Mon œil* ». Elle poursuit en déclarant : « L'objectif c'est de réaliser de courts épisodes autour de grandes thématiques fondamentales liées à la collection et à la création contemporaine en général, de travailler avec différents créateurs. On est en train de développer une web-série pour les adultes avec un illustrateur pour expliquer les grands mouvements de l'art moderne. L'idée est de multiplier les canaux de diffusion et les supports pour permettre des appropriations ».

Elle poursuit en déclarant : « l'intérêt de « Mon œil » c'est qu'un prof peut l'utiliser dans sa classe avec des tableaux électroniques. C'est donner une palette d'outils, la multiplier, la rendre aussi un peu en phase avec ce qui est contemporain et puis faire quelque chose de qualité. L'intérêt de ces outils c'est aussi qu'il n'y a pas de contraintes de temps, pas de contraintes d'espaces, ils peuvent être utilisés n'importe où par n'importe qui, C'est aussi ouvrir d'autres possibilités de diffusion ».

En revanche, contrairement à Paris Musées, nous n'avons malheureusement trouvé aucune donnée concernant l'utilisation effective de ce support de médiation par les enseignants dans leur classe.

En conclusion, les initiatives de Paris Musées et du Centre Pompidou montrent que certains musées ont réagi face à l'opportunité créée par la réforme des rythmes scolaires. Grâce au numérique, les enfants ont accès à de nouveaux contenus pédagogiques. Dans le domaine des pratiques, la capacité à s'emparer des images et du son permet à la fois aux enfants de mettre en valeur d'autres modes de créativité, de les partager et de les valoriser. Dans le domaine des savoirs et de la connaissance, le développement de ressources documentaires disponibles à distance facilite l'accès des médiateurs et des enseignants à des « boîtes à outils » pédagogiques et/ou ludiques. Grâce à ces dispositifs innovants, l'éducation culturelle et artistique peut aussi avoir lieu en classe, encore faut-il pour cela que les enseignants se les approprient, ce qui reste encore difficile à évaluer dans la mesure où ces dispositifs sont gratuits et que très peu de chiffres sont disponibles à ce sujet.

Dans notre seconde sous-partie, nous verrons que cette réforme a aussi été l'occasion pour des entreprises privées de se faire une place dans l'offre culturelle destinée au jeune public, soit en travaillant en collaboration avec les musées, soit en proposant une offre complémentaire, voire concurrente en termes de contenus à celle des musées.

B. Étude de l'émergence de nouveaux acteurs dans l'offre culturelle francilienne

Paris a vu se développer au cours de ces dix dernières années de nouveaux musées mais aussi de nouveaux lieux proposant une offre culturelle et artistique riche et variée. Encore une fois, ces derniers ont pu se développer rapidement grâce au numérique. Nous présenterons dans un premier temps la place de ces nouveaux lieux dans le paysage culturel puis, dans un second temps, nous verrons dans quelle mesure l'émergence d'acteurs privés renouvellent les médiations artistiques et culturelles proposées au jeune public.

1. Un paysage culturel francilien de plus en plus dense et contrasté

Le Ministère de la culture et de la communication intègre dans les "équipements culturels" les cinémas, les conservatoires, les lieux de lecture publique, les monuments historiques, **les musées** de France et les théâtres. Ces équipements sont de nature et de rayonnement variés : du très local dans une logique de proximité avec les habitants comme les médiathèques par exemple, au rayonnement national ou international pour certains grands musées. Ces derniers feront l'objet de notre attention en partie II.

Région capitale, l'Ile-de-France accueille depuis longtemps des équipements emblématiques, à fort rayonnement culturel, implantés à Paris et dans sa périphérie. Son offre culturelle est riche avec plus de 1 000 bibliothèques, 300 cinémas, 350 théâtres, 1 000 galeries d'art, 360 festivals, 140 musées, 4 000 monuments historiques, etc. Le maillage des équipements culturels révèle cependant de fortes disparités : les zones denses urbaines et socialement favorisées se caractérisent par un suréquipement par rapport aux moyennes régionales ou nationales dans certains domaines⁴⁶. De la même manière, 40% des musées situés en Ile-de-France (140 "musées de France") sont concentrés dans Paris. Le musée du Louvre, le Centre Pompidou, le musée d'Orsay et la Cité des sciences et de l'industrie sont les plus fréquentés.

L'Ile-de-France enregistre 66 millions d'entrées par an dans les sites culturels et l'offre culturelle constitue la première motivation de choix de la destination Paris Ile-de-France⁴⁷. La fréquentation des équipements culturels est en hausse de 48% depuis 2000 et est toujours très

⁴⁶ Démarche exploratoire pour une hiérarchisation des équipements en Île-de-France, Paris, IAU îdF, 2008 et «Équipements et structuration du territoire francilien», Note Rapide n°464, IAU IDF, 2009.

⁴⁷ Stratégie régionale de développement du tourisme et des loisirs 2011-2016, région Ile-de-France, 2011

centrée sur Paris intra-muros. L'offre y est très dense et s'est renouvelée au cours de ces dix dernières années par la construction du musée du Quai Branly, de la Cité de l'Immigration ou encore de La Gaité Lyrique. De même, la rénovation du Grand Palais et du Palais de Tokyo, la construction de la fondation Louis Vuitton ou de la Philharmonie, constituent un signal fort de nouvelle visibilité.

Parallèlement, l'ouverture et la notoriété croissante de lieux en dehors de Paris témoignent du potentiel de développement à l'échelle régionale : le musée d'art contemporain du Val-De-Marne (MACVAL) à Vitry-sur-Seine, la Ferme du Buisson à Noisiel, le domaine de Chamarande en Essonne ou l'Espace des 26 couleurs à Saint-Fargeau-Ponthierry amorcent un développement des offres en dehors de Paris autour de l'art et en particulier de la création contemporaine. Cette dynamique est accompagnée par la Région qui affirme le rôle de l'aménagement culturel du territoire comme composante à part entière de la densité touristique et de loisirs du territoire. Ce développement d'équipements maillant le territoire concourt au maintien du lien social, mais également à l'offre touristique et au développement économique. **C'est également un enjeu pour diversifier l'offre culturelle en général et pour le jeune public en particulier.**

Pour notre étude, il aurait été intéressant d'obtenir des chiffres sur la fréquentation des musées franciliens par des familles accompagnées d'enfants âgés de 7 à 11 ans, mais nous n'en avons trouvé aucun. En effet, la plupart des études ont été effectuées au niveau national ou se sont focalisées sur le public scolaire. En 2016, la fréquentation des musées par ce public, qui inclut la tranche d'âge 6-18 ans (cycles primaire, collège et lycée), s'est élevée à 365 000 élèves en 2016 contre 510 000 en 2015. Une autre enquête « *À l'écoute des visiteurs* »⁴⁸ réalisée fin 2010 dans l'ensemble des musées nationaux (quelle que soit leur tutelle) dresse le bilan suivant : un peu plus de la moitié des visiteurs résidant en France procède à une visite entre pairs, **le tiers à une visite familiale** et moins de 15% à une visite solitaire. **Suivant leur offre et leur spécialité, les musées ne se visitent pas en même compagnie**: dans les musées de beaux-arts, les musées de société et de civilisation ou les musées d'architecture et d'arts décoratifs, les visites solitaires ou entre adultes sont surreprésentées (respectivement de 20 à 25% et de 63 à 68%). En revanche, **les musées scientifiques et les musées d'histoire**

⁴⁸ Musées et publics : bilan d'une décennie (2002-2011), Jacqueline Eidelman, Anne Jonchery, Lucile Zizi
Département de la politique des publics de la Direction générale des patrimoines, juin 2012

reçoivent une proportion significative de visiteurs accompagnés d'enfants : autour de 56% pour la première catégorie et de 38% pour la seconde.

La richesse des équipements culturels sur le territoire francilien et des équipes qui les animent sont des atouts indéniables de la métropole et autant de leviers potentiels en termes d'éducation, d'aménagement, de dynamiques économiques et sociales⁴⁹. Ceci reste toutefois à nuancer. En effet, le rapport de Daniel Janicot⁵⁰ sur « la dimension culturelle du Grand Paris » publié le 9 février 2012, dresse un bilan mitigé du rayonnement de la capitale et de ses environs. Mais il liste aussi de nombreux atouts et avance une trentaine de propositions pour que la métropole francilienne incarne un modèle de « ville-monde, créative, numérique et partagée ». Les notions et thèmes abordés dans le rapport de l'IAU s'inscrivent ainsi dans la continuité de ce rapport publié en 2012.

On peut toutefois noter que Paris et sa métropole connaissent aujourd'hui des développements de projets culturels importants, qui modifient la géographie traditionnelle d'accès à la culture. On observe ainsi un renouveau dans le centre de Paris (La Gaité Lyrique⁵¹ dans le 3^e arrondissement ou le Numa⁵², lieu de l'innovation numérique dans le 2^e arrondissement), mais aussi dans les arrondissements périphériques : La Bellevilloise⁵³ dans le 20^e arrondissement, Le Plateau ou le 104 dans le 19^e arrondissement. Les autres développements se font pour beaucoup en très proche couronne en débordement de Paris le long de deux axes principaux : le Cube à Issy et la Vallée de la culture à Boulogne en continuité avec les implantations des médias dans les 15^e et 16^e arrondissements parisiens ; et un axe au nord de Paris (La Philharmonie), en Seine-Saint-Denis avec la Cité du cinéma et l'École Louis Lumière, le 6B ou encore des grandes galeries d'art contemporains offrant des espaces à grands volumes permettant d'accueillir des œuvres de grande taille : Gagosian⁵⁴ au Bourget ; Galerie Thaddaeus Ropac⁵⁵ à Pantin.

⁴⁹ Institut d'Aménagement et d'Urbanisme (IAU) : l'écosystème créatif en Ile-de-France, mai 2015

⁵⁰ « La dimension culturelle du Grand Paris », Daniel Janicot, conseiller d'Etat, rapport publié le 9 février 2012

⁵¹ <http://gaite-lyrique.net/>

⁵² www.numa.paris

⁵³ www.labellevilloise.com

⁵⁴ www.gagosian.com

⁵⁵ <http://ropac.net/>

L'émergence de ces nouveaux lieux, plus modernes et mieux équipés en nouvelles technologies, qui proposent une offre et de nouveaux dispositifs de médiation envers le jeune public, obligent les musées à se renouveler.

Pourtant, ces lieux, qui sont clairement identifiés au travers d'un lieu physique, ne sont pas les seuls pourvoyeurs de l'offre culturelle. De nombreuses entreprises privées et associations ont également développé une offre à destination du jeune public. C'est ce que nous allons voir dans la suite de notre première partie.

2. Une « offre clé en main » pour visiter les musées : l'exemple de Paris d'enfants

Paris d'enfants est une association loi 1901, agréée Jeunesse et Sports et affiliée à la Ligue de l'Enseignement (75), qui propose des offres clés en main pour les écoles (visites ponctuelles, classes découvertes sur cinq jours, animations en classe), pour les centres de loisirs et les centres sociaux. Une offre à destination des familles existe également.

Le site Parisdenfant.com a un statut à part : il s'agit d'une structure privée prestataire de services culturels, qui propose aux familles et aux groupes scolaires des parcours au sein de différents musées parisiens : le Louvre, les musées d'Orsay, Rodin, Beaubourg, Carnavalet... Elle définit son activité comme complémentaire de celles des musées et fournit certains services non proposés par les musées eux-mêmes. Comme par exemple faire goûter le groupe scolaire à l'extérieur, ou proposer une offre anniversaire pour les familles. Cela permet à Paris d'enfants d'exploiter ce « créneau anniversaire » très convoité, de nouer des partenariats avec les musées et certains restaurants pour satisfaire une demande croissante de la part des écoles et des familles.

Photos extraites de la brochure présentant les visites 2016-2017 de Paris d'enfants, « *le Patrimoine à Hauteur d'Enfants* »



Afin d'enrichir notre propos et d'étudier ce que Paris d'enfants est en mesure de proposer à un groupe d'enfants en milieu scolaire, nous avons interrogé Monsieur TAGAWA, directeur de d'un établissement scolaire primaire du 9^{ème} arrondissement, qui fait appel aux services de Paris d'enfants pour organiser l'ensemble des sorties scolaires du CP au CM2. Voici notre introduction : « je conduis actuellement un mémoire de recherche dans le cadre de mon Master en communication au Celsa. Mon étude porte sur l'évolution des acteurs de l'éducation culturelle et artistique à l'école primaire ainsi que dans trois institutions muséales. Dans le cadre de ma recherche, je souhaiterais vous poser quelques questions concernant les sorties scolaires prévues dans la programmation annuelle des visites. Vos réponses seront retranscrites dans mon mémoire que je soutiendrai en juin prochain au Celsa ».

Grille d'entretien :

La programmation annuelle des visites 2016-2017 de votre école a pour thème les « Arts et Histoire dans Paris ».

Qui décide de cette programmation ?

L'Éducation nationale et/ou le Ministère de la culture sont-ils impliqués dans ces choix ?

Quand a-t-elle été décidée ?

Sera-t-elle renouvelée l'année prochaine ?

Pourquoi avoir choisi l'association Paris d'enfants pour organiser les visites ?

Pourquoi n'avez-vous pas fait directement appel aux musées ?

Par qui est effectuée la visite ? Quelles sont les médiations utilisées ?

Ces sorties font-elles ensuite l'objet de discussions ultérieures en classe entre les instituteurs et leurs élèves ?

Ces sorties s'inscrivent-elles dans le cadre d'un PEAC (Programme d'Éducation Artistique et Culturel) ?

Est-ce une recommandation de l'Académie de Paris ?

Par exemple, les visites prévues dans une classe de CE2 sont les suivantes pour l'année 2016-2017 (visites et rallyes organisés par l'association Paris d'Enfants) :

- Musée de Cluny « De Lutèce au Paris médiéval »
- Rallye à la Défense
- Louvre Égypte : « les pharaons »
- Les Invalides : « sur les traces des chevaliers »
- Conciergerie et Sainte Chapelle « autour du Palais du roi »
- Musée d'Orsay
- La Belle Hélène au Théâtre des Champs-Élysées

Voici la restitution de mon entretien téléphonique du 3 janvier 2017.

Cet entretien a duré 22 minutes.

Sur son impulsion, l'équipe enseignante décide du programme, le Ministère n'a pas de regard sur le choix du programme mais celui-ci s'inscrit bien dans le cadre de loi d'orientation et de programmation pour la refondation de l'école de la République de juillet 2013 instituée par l'Éducation nationale, qui demande à tendre vers des parcours culturels et artistiques.

Ce programme sera renouvelé l'an prochain du CP au CM2, car il fait partie du projet d'école. Pour organiser ces visites, l'école fait appel à l'association Paris d'enfants qui propose un vaste choix de sorties et des médiateurs de qualité. Monsieur Tagawa les avait repérés en faisant des recherches sur Internet et les connaissait déjà de son précédent poste en tant que Directeur d'établissement d'une autre école primaire à Paris. La qualité des médiateurs et le côté pratique, avoir un seul interlocuteur qui organise l'ensemble des visites pour l'école, sont les deux principaux critères mis en avant par Monsieur Tagawa dans son choix de se tourner vers Paris d'Enfants. De plus, les enseignants en sont satisfaits, car « ils fournissent des conférenciers de grande qualité ». Cette association est également affiliée à la Ligue de l'enseignement et c'est important pour lui, d'une part, de savoir qu'il fait vivre une association qui est partenaire de l'Éducation nationale et, d'autre part, de savoir qu'il contribue à faire exister une entreprise « qui présente quelques difficultés financières depuis les attentats de 2015 ».

Paris d'enfants organise également des interventions en classe sur l'art, mais Monsieur Tagawa trouve important que « les enfants soient en contact avec de vraies œuvres d'art ». Faire appel à eux représente un coût plus élevé que de passer en direct avec les musées mais cela présente aussi des avantages logistiques non négligeables. Mais ce n'est pas la seule raison, car quelques enseignants de l'école ont fait appel par le passé aux musées directement et ils ont été déçus par la qualité de la visite, notamment parce que le guide-conférencier ne semblait pas au courant du niveau scolaire des enfants en visite ce jour-là et tenait de ce fait un discours peu adapté à leur âge.

Ces visites dans les musées et monuments de Paris s'inscrivent dans le cadre du programme scolaire et font l'objet d'études et de discussions en classe au préalable et après la visite. Monsieur Tagawa a insisté sur le fait que ces visites ne sont pas du « loisir » et ce message est véhiculé auprès des enfants de façon à ce qu'ils comprennent bien l'intérêt de celles-ci.

Par exemple, les visites suivantes ont été programmées en classe de CE2, car elles correspondent à l'étude de la période historique inscrite dans le programme scolaire (dans ce cas la période médiévale et l'Antiquité) :

- Musée de Cluny « De Lutèce au Paris médiéval » ;
- Louvre Égypte : « les pharaons » ;
- Les Invalides : « sur les traces des chevaliers ».

Avant de partir en visite, les élèves sont interrogés sur le monument qu'ils vont visiter, sur l'époque à laquelle il se rattache et sur le nom d'un personnage célèbre auquel il peut être associé. Jean-Marc Lauret, dans son ouvrage « *l'art fait-il grandir l'enfant ?* »⁵⁶ démontre que la visite au musée n'est marquante que si elle est étudiée et débattue ensuite, autrement elle est perçue comme une activité « récréative ». Au cours de la visite, Paris d'enfants remet au groupe d'élèves un livret-jeu, support de médiation qui sera le fil conducteur de la visite.

Monsieur Tagawa rappelle que : « la culture est fondamentale, c'est ce qui fonde notre intelligence, c'est ce qui nous marque ». La sensibilité d'un enfant qui n'a pas encore développé l'esprit critique que nous avons à l'âge adulte rend cet enseignement encore plus important. Cela rejoint la théorie de Legendre⁵⁷ (1993) selon laquelle « il est possible d'imaginer la situation pédagogique en dehors du contexte scolaire et de plus en plus nombreux sont les adeptes de « l'apprentissage tout au long de la vie » inspiré du concept anglo-saxon « life-long learning » (Falk et Dierking, 2000). On considère que les lieux d'éducation formelle, les écoles et autres lieux où l'on dispense un enseignement scolaire à partir desquels on sanctionne les apprentissages par des diplômes permettant d'accéder à un niveau supérieur d'éducation, **ne constituent plus des lieux uniques d'apprentissage. La situation pédagogique est susceptible de prendre place dans d'autres contextes, notamment au musée.**

Le GREM – Groupe de Recherche sur l'Éducation et les Musées – a développé le modèle pédagogique de la situation d'apprentissage en contexte muséal qui comporte quatre composantes : le visiteur (S-sujet), la thématique (O-objet), le médiateur (A-agent) et le musée (M-milieu). Il s'agit d'une éducation non formelle, dite formative, car elle a pour but de faire connaître aux enfants des activités d'enrichissement culturel qui ne font pas l'objet d'une évaluation traditionnelle. Les musées sont des lieux où l'on apprend, les visites permettant d'aller à la rencontre de savoirs historiques ou artistiques. Dans le cadre de la visite scolaire, l'apprentissage s'opère sans l'effort et sans la pesanteur d'un apprentissage

⁵⁶ Essai sur l'évaluation de l'éducation artistique et culturelle, éditions de l'attribut, publié en décembre 2014

⁵⁷ Legendre « Dictionnaire actuel de l'éducation », 1993

traditionnel. Elle est marquante et utile en termes de connaissances si elle est ensuite accompagnée par d'autres pratiques éducatives, c'est-à-dire si les notions sont reprises à l'école par les enseignants ou en famille, de manière à « encre » les œuvres artistiques dans les esprits des enfants. Pour l'enseignant, cela peut aussi être un excellent moyen de nourrir les cours de dessins et d'histoire par exemple, passant ainsi de la théorie à l'appréhension concrète de ce qu'est une œuvre ou un objet ancien. La visite est aussi un moment de partage, de plaisir, « qui fait du bien », nourrit l'imaginaire des enfants et développe la créativité, le tout dans un cadre où il y a tout de même des règles de vie à respecter, comme à l'école.

Au sujet des sorties au musée dans le cadre scolaire, un enseignant d'une classe de CE2 me confiait : *« l'enfant d'aujourd'hui a souvent du mal à se poser et se trouve sollicité par de multiples activités extrascolaires et des activités qui tournent autour de moyens médiatiques comme la télévision, la console de jeux ou encore la tablette. Cette forte stimulation fait que l'on doit plus que jamais, en tant qu'enseignant, poser un cadre clair en énonçant les règles à respecter lorsque nous allons visiter un musée, et cela plusieurs semaines avant la visite. Ainsi, pendant les quinze jours qui précèdent la visite, je leur parle de ce que l'on va voir, sans trop en dire pour laisser libre cours à leur imagination. Je leur dis aussi que l'on fera le « bilan » après la visite et que ceux qui n'auront pas respecté les règles n'auront pas le droit de venir à la prochaine sortie. Cela fonctionne bien, à tel point que lors de notre dernière visite au Louvre, ce sont eux qui m'ont demandé le « bilan », car j'avais oublié de le faire tellement ils avaient été respectueux de l'endroit et attentifs au discours de la conférencière ».*

Il poursuit : *« par ailleurs, tout au long de l'année, je les sensibilise à l'art, modestement, en projetant sur le mur de la classe des œuvres d'art de peintres contemporains comme Picasso, Monet, Dubuffet, etc. Je leur demande de bien observer puis je cache certaines parties du tableau et leur donne des réponses à choix multiples. Cela leur permet de savoir ce qu'est une œuvre d'art et d'affiner leur capacité d'observation. J'ai intitulé ce jeu « Cache-cache Art » et certaines œuvres projetées seront vues dans le cadre d'une sortie de fin d'année au musée d'Orsay par le biais d'un parcours de visite que j'organise moi-même ».*

Pour en revenir à l'école, on est en droit de se poser la question suivante : y aura-t-il un lien qui sera fait entre les activités périscolaires des mardis et vendredis et le parcours artistique, c'est-à-dire une mise en cohérence des enseignements par l'école en tant qu'institution et la ville de Paris qui gère ces temps périscolaires ? Monsieur Tagawa pense que ce serait souhaitable à l'avenir, car chacun travaille pour l'instant de son côté. La ville de Paris a

instauré pour l'année 2016-2017 un programme autour du Moyen-âge, notamment dans le cadre des ateliers bleus et il serait intéressant de construire un programme commun, sans se chevaucher, avec une entrée plus axée plus sur le ludique pour les ateliers bleus, et plus historique et scolaire pour l'école.

En conclusion, dans notre exemple, l'école fait appel à un intermédiaire pour organiser ses sorties scolaires, une association (Paris d'enfants) et ne passe donc pas en direct avec les musées ou monuments visités. Monsieur Tagawa, s'il insiste volontiers sur l'importance de l'éducation à l'art pour les élèves de l'école primaire, insiste aussi sur le fait que l'école fait appel aux services de Paris d'enfants pour des raisons purement pratiques, car ces derniers prennent en charge l'ensemble de la logistique et proposent une offre globale, adaptée à chaque niveau et en adéquation avec le programme scolaire, ce qui facilite l'organisation des sorties. Les qualités du médiateur sont également mises en avant, ce dernier point étant très important.

Donc les musées, s'ils voient leur fréquentation augmenter grâce à ces visites, ne bénéficient que partiellement du revenu associé à ces visites. Ces musées permettent donc à d'autres acteurs, associatifs et privés, de prendre une partie d'un marché dont ils détenaient, jusqu'à présent, l'exclusivité. Ce phénomène existe depuis longtemps mais après avoir effectué une recherche approfondie de l'offre culturelle et artistique destinée au jeune public sur Paris, cette offre extérieure aux musées semble prendre de plus en plus d'importance dans le paysage muséal parisien et oblige les musées à accentuer la formation de leurs propres médiateurs.

3. L'entrepreneuriat culturel au cœur du renouvellement : l'exemple de Little io

Le nombre de start-up et d'associations qui proposent une offre culturelle et/ou artistique à destination du jeune public a fortement augmenté au cours de ces dix dernières années, notamment grâce à l'essor du numérique. D'après les chiffres rendus par l'APUR⁵⁸ (l'Atelier Parisien d'Urbanisme), on dénombrait 221 start-up dans le secteur culturel en 2015 sur Paris

⁵⁸ « Les startups et les entrepreneurs culturels créatifs accueillis dans les incubateurs parisiens en 2015 », APUR, 2015 : http://www.apur.org/sites/default/files/documents/Etude_Startups.pdf

contre 152 l'année précédente. Ainsi, l'essor du secteur privé dans le paysage culturel parisien a favorisé l'émergence d'une typologie de médiation alternative, voire complémentaire ou même parfois concurrentielle à celle des musées. Comment et auprès de qui ces entreprises se sont-elles positionnées sur ce marché ?

- Auprès des pouvoirs publics : en instaurant des partenariats avec les municipalités pour obtenir un référencement, une visibilité et/ou une subvention ;
- À l'école primaire : en répondant aux appels d'offres des marchés publics, notamment pour les activités périscolaires. Opportunité rendue possible dès 2014 avec la réforme des rythmes scolaires ;
- Auprès des familles : en proposant des ateliers culturels et/ou artistiques comparables à ceux de certains musées.

Les entreprises créatives deviendront-elles les alliés incontournables des musées de demain ? Seront-elles des potentiels concurrents pour les musées ? Dans quelle mesure viennent-elles renouveler les médiations proposées au jeune public ?

L'émergence de ces nouveaux acteurs de proximité, de plus en plus nombreux, semble venir progressivement redessiner le paysage culturel francilien. Nous allons étudier dans cette partie, un exemple en particulier : celui de Little io, une start-up qui propose des ateliers culturels pour les enfants de 7 à 12 ans. Au-delà du fait que Little io m'ait accueillie en stage pendant six mois, le cas de cette start-up est particulièrement intéressant à étudier, car elle s'est positionnée auprès des trois acteurs cités ci-dessus (institutions publiques, écoles et familles) ce qui illustrera clairement notre propos.

Depuis deux ans, Little io propose aux enfants de découvrir les héros littéraires, mythologiques, historiques ou religieux, à travers les textes classiques et tous les arts – peinture, musique, danse, photographie, cinéma, etc. Il était une fois... Moïse, Hercule, Don Quichotte, Cléopâtre, etc. Une belle façon de se constituer un socle culturel solide, dans une ambiance propice à l'expression, à la rêverie et aux rires. Les ateliers ont lieu dans les écoles, au Collège des Bernardins et dans le 6^{ème} arrondissement de Paris au sein de la maison d'édition Diane de Selliers. Ils réunissent une dizaine d'enfants, accompagnés de leurs parents lorsque ces derniers le souhaitent.

Nous allons, dans un premier temps, étudier les outils et médiations utilisés par Little io pour canaliser l'attention des enfants puis, dans un deuxième temps, par le biais d'un entretien avec la fondatrice, nous évoquerons les enjeux auxquelles elle fait face en tant qu'entrepreneur culturel en 2017. Enfin, nous verrons dans quelles mesures les partenariats publics et privés pourraient constituer un levier de croissance pour cette entreprise en devenir.

3.1 L'efficacité de l'expérience orale : la stimulation par l'échange et l'éveil des sens

L'idée de départ de Little io était de créer un produit éditorial en ligne qui permettrait aux enfants de 7 à 12 ans de voyager à travers les arts grâce à l'histoire des grands héros mythologiques, littéraires, historiques ou religieux. Mais pour savoir s'il y avait un marché, Joséphine, la fondatrice, a d'abord eu envie de tester ce produit auprès de vrais enfants. Passionnée par l'iconographie et l'histoire de l'art, ses enfants lui demandaient toujours face à un tableau : « raconte-nous l'histoire de ce tableau », et c'est de là que Little io est née. Par le biais du 'il était une fois' Joséphine emmène les enfants au plus proche de tous les arts : peinture, sculpture, cinéma, ballet et opéra...

C'est ainsi que depuis deux ans, Little io embarque les enfants dans les histoires des grands héros légendaires et les fait voyager à travers toutes les œuvres d'art qui s'en sont inspirées. Le premier atelier a donné lieu à cent heures de travail et a vu le jour le 1^{er} mai 2014 sur le thème de Roméo et Juliette. Après avoir conté l'histoire, Joséphine présente le plafond de l'Opéra Garnier peint par Marc Chagall en 1960 sur lequel sont représentés les deux amants ; une symphonie dramatique d'Hector Berlioz de 1839 qui fait apparaître les émotions des deux amants au travers des instruments, des notes, des nuances et des rythmes utilisés ; et enfin le film West Side Story (1961) qui s'inspire de l'histoire de Roméo et Juliette. Le vocabulaire évoqué pendant l'atelier est repris dans un livret distribué aux enfants. Au cours de cet atelier, les mots suivants sont expliqués aux enfants: ballet, clair-obscur, comédie musicale, contre-alto, danseur étoile, dramaturge, opéra, symphonie, tessiture, théâtre de Broadway, 7^{ème} art, etc.

Chaque atelier convoque ainsi quatre sens : l'ouïe par l'écoute de captations, la vue par les iconographies et tableaux que les enfants regardent et commentent sur grand écran, le toucher par les ardoises qui leur servent à écrire leurs réponses aux quizz et le goût au sens figuré du

terme : qu'as-tu pensé de cet opéra ? Comment trouves-tu Bellini ? Quel attribut peut-on voir à côté de la déesse Athéna ?

Chaque séance dure deux heures et donne lieu à de nombreux échanges : qu'avez-vous compris de l'histoire ? Comment était Narcisse ? Joséphine met un point d'honneur à poser des questions ouvertes qui donnent lieu à de nombreuses discussions avec les enfants. Ils posent beaucoup de questions et répondent précisément aux jeux et quizz proposés pendant l'atelier. Puis Joséphine projette sur écran des tableaux, des captations de ballets et d'opéras, en posant le contexte et en expliquant brièvement qui était l'auteur, le courant auquel il a appartenu, et une ou deux anecdotes ayant marqué sa vie. Elle transporte également les enfants avec une chanson composée par ses soins, qui revient comme une ritournelle tout au long de l'atelier, accompagnée par son Ukulélé.

L'atelier est à la fois instructif et ludique, et l'enfant en est l'acteur principal puisque sans cesse sollicité au travers des questions et des jeux qui lui sont proposés. Ces ateliers leur donnent des clés de lecture pour décrypter les œuvres grâce à l'histoire qui leur est contée, c'est une entrée imparable pour les guider vers la compréhension de l'art et pour développer un goût pour l'art, tout simplement. Cela leur permet aussi de prendre confiance en eux, d'acquérir du vocabulaire et une culture générale solide. Ces héros sont « des personnages auxquels nous pouvons nous référer et qui peuvent nous aider à sortir d'une impasse. Ce sont de jolis modèles et de grands garde-fous qui sont en lien avec notre époque » nous explique Joséphine. Les enfants de cet âge là (7 à 12 ans) posent un regard à la fois pur et critique sur les œuvres ce qui rend les échanges passionnants.

La pédagogie des ateliers Little io rappelle les propos de Tanguy Pelletier⁵⁹ dans son article intitulé : « *quels sont alors les ingrédients pour arriver à l'interaction du jeune public avec l'art ?* ». En effet, si Tanguy Pelletier considère que l'esprit ludique (d'un atelier ou d'une visite) est important, il est plutôt question pour lui d'une approche ludique : « *Ce n'est pas s'amuser des œuvres, avec les œuvres, c'est avoir différentes entrées possibles pour accéder à l'œuvre. Tout d'abord, le processus narratif offre une manière différente de poser le regard sur l'art. Il y a donc une liberté avec les œuvres, ce qui va permettre de multiplier les moyens d'accès : manipulation d'objets, histoires loufoques, musiques, etc., qui vont aider à se laisser emporter par le jeu de l'imaginaire. C'est l'accessibilité plus que la simplification du discours qui se joue dans l'activité ludique (...), l'enfant est encouragé à fabriquer des objets,*

⁵⁹ Entretien avec Tanguy Pelletier, chargé de la programmation des activités auprès du jeune public au Palais de Tokyo, le 15 octobre 2007.

à rapprocher ses propres expériences de celles de l'artiste auquel on l'introduit. C'est donc essentiellement par le biais d'un personnage et d'une histoire que l'enfant pénètre dans l'univers de l'artiste. »

Une des premières remarques d'une directrice d'école que nous avons rencontrée dans le cadre de mon stage pour lui présenter les ateliers était de dire : « mais, dans vos ateliers, les enfants ne créent rien ? Comment faites-vous pour garder leur attention ? ». Cette remarque montre qu'effectivement, pour la plupart des professionnels de l'enfance, l'attention de l'enfant passe par l'expérimentation, par le geste, par le faire. Or, dans le cas de Little io, l'enfant ne fabrique rien mais il observe, commente, s'interroge et ne s'ennuie jamais : il est captivé par les œuvres qui sont projetées sur écran et les opéras qu'il écoute car il a compris l'histoire à laquelle ces œuvres se rapportaient. Little io apporte ainsi des outils et des connaissances qui vont permettre aux enfants d'aborder l'art et la culture avec confiance. Le témoignage ci-dessous en est la preuve.

Little io intervient dans plusieurs écoles publiques et privées sur le temps périscolaire. Un parent d'élève, dont la fille assiste aux ateliers, à l'école bilingue Jeanine Manuel, a écrit le message suivant à la directrice de l'école, à destination de Joséphine qui anime ces ateliers :

« Bonjour Madame, je vous serais reconnaissant de bien vouloir remettre mon message à Mme Joséphine de « il était une fois ». Je tiens à remercier Mme Joséphine pour le travail exceptionnel qu'elle fait avec la classe « il était une fois ». Ma fille, Margaux y a participé au premier semestre, et continue maintenant au deuxième semestre. Elle revient à la maison heureuse, pleine d'idées, débordante de souvenirs de son cours d'afterschool. Et tout ce qu'elle ramène nourrit de vives conversations d'histoire, de mythes, et de pleins d'autres choses. Quand j'ai emmené Margaux au Louvre, elle a passé deux heures et demi à me raconter les histoires des tableaux : "ça c'est Pénélope, elle défait sa broderie..." Je trouve le contenu riche et pertinent, vu au travers des yeux de Margaux, et je suis reconnaissant du travail profond que ça demande. Un grand merci. Bruce ».

Nous décelons à la fois l'émotion et la fierté de ce père dont la fille de 8 ans est désormais capable de décrypter l'histoire peinte dans certains tableaux du Louvre (de la pédagogie inversée !), mais aussi le formidable moment de partage qui se dégage de cet instant passé avec sa fille dans le musée.

Pour rendre les échanges plus interactifs, Little io s'appuie sur le livret-jeu, le son et les images. Le livret-jeu est un puissant outil d'apprentissage, car l'enfant garde mieux en mémoire ce qu'il entend lorsque le médiateur propose un exercice ou un jeu générant une réponse.

Little io nous fait aussi découvrir les pouvoirs magiques de l'image notamment au travers de la peinture et de l'opéra. « *Outil de communication, divinité, l'image ressemble ou se confond avec ce qu'elle représente. Visuellement imitatrice, elle peut se tromper comme éduquer. Reflet, elle peut conduire vers la connaissance. La Survie, le Sacré, la Mort, le Savoir, la Vérité, l'Art, tels sont les champs auxquels le simple terme d'image nous rattache, si l'on a seulement un peu de mémoire. Consciente ou non, cette histoire nous a constitué et nous invite à approcher l'image de manière plus complexe, à lui attribuer spontanément des pouvoirs magiques, liée qu'elle est à tous nos grands mythes⁶⁰ ».*

Toutefois, rien ne saurait remplacer l'émotion procurée par le contact avec des œuvres originales, celles que l'on admire en vrai dans les musées tandis que les enfants les regardent sur écran dans ces ateliers. Pourtant, si Little io n'emmène pas les enfants au musée, elle leur donne l'envie d'y aller et de comprendre ce qui est exposé, afin qu'ils puissent vivre leur expérience artistique.

Pour aller plus loin dans cette expérience et ainsi répondre à la demande de certaines écoles ou musées, Little io pourrait demander aux enfants de sélectionner un passage de l'histoire qu'ils ont particulièrement apprécié, puis le mettre en scène au moyen de décors de théâtre, de lumières, de costumes et d'accessoires. Les enfants seraient alors invités à incarner les personnages de l'histoire en créant un tableau vivant. Après avoir choisi un metteur en scène et un éclairagiste, la scène s'immortaliserait en prenant une photographie du groupe qui serait ensuite envoyée aux parents. Ce serait de surcroît un excellent moyen pour les fidéliser.

⁶⁰ Introduction à l'analyse de l'image, Martine Joly, éditions Armand Colin

Atelier Narcisse chez Little io, le 24 septembre 2016



Pour finir, durant mon stage chez Little io, j'ai essentiellement été amenée à concevoir des supports de communication écrits, un apprentissage vraiment formateur, où l'imagination et les idées novatrices étaient les bienvenues. Mais la réalité du travail d'un médiateur englobe aussi la transmission orale des savoirs que j'ai pu expérimenter en co-animant un atelier Little io dans une école primaire. Voici, en quelques mots, le récit de cette expérience et ce qui s'est mis en place comme relation de médiation avec ce groupe d'enfants.

Sur trois semaines consécutives, Joséphine et moi sommes intervenues dans la classe de CE2 de ma fille Lisa, pour leur présenter l'atelier Pierrot, héros populaire. Les enfants avaient donc 8/9 ans. Nous sommes restées 1h15 à chaque fois, face à des enfants très réactifs et intéressés par le sujet. Joséphine a tenu la majeure partie de l'atelier, je suis intervenue sur trois temps : au moment où l'on contait l'histoire puis pour présenter deux artistes : Nadar, père du portrait photographique puis Georges Méliès, fondateur des effets spéciaux au cinéma. À chaque fois, nous commençons par présenter l'artiste, puis nous montrions des photographies de ses réalisations qui étaient en lien avec notre personnage.

J'ai été impressionnée par la capacité des enfants à décrypter les œuvres, à réagir au vocabulaire employé et à reprendre à tue tête la chanson de l'atelier. À la suite de nos trois

interventions, nous avons rencontré l'enseignant qui était satisfait de l'atelier et qui s'est servi du personnage de Pierrot pour reprendre des thèmes abordés en classe.

Atelier « Pierrot », classe de CE2, janvier 2017 (Paris 9^{ème})



3.2 Les enjeux d'un entrepreneur culturel en 2017

Nous avons interrogé Joséphine Barbereau, fondatrice et dirigeante de Little io, afin de mieux comprendre les enjeux d'un entrepreneur culturel en 2017. Voici la restitution de cet entretien, mené le 25 février 2017.

Que signifie être un entrepreneur culturel ?

« Être animé par un immense désir de partager la beauté, la connaissance. Emprunter un chemin innovant pour parvenir à cet idéal. Et tout mettre en œuvre pour que cela dure, en intégrant les deux logiques : culturelle et économique ».

Qu'est-ce qui fonctionne le mieux auprès du jeune public aujourd'hui ?

Joséphine parvient à faire écouter aux enfants de la musique classique, à leur montrer des ballets, à les intéresser à la peinture classique et contemporaine parce qu'ils ont compris l'histoire racontés dans ces œuvres. *« Mais il reste fondamental de capter leur attention en leur donnant la parole, en leur faisant faire des jeux, des quizz et des blind test. La chanson est également un moment fort, car elle permet de recentrer leur attention sur l'histoire. »*

Quel(s) défi(s) relevez-vous actuellement pour votre développement ?

« Exploiter les contenus Little io de façon large, au-delà des ateliers qui rencontrent un succès grandissant, est la grande ambition des prochains mois. Little io planche sur la conception d'un produit éditorial numérique. Les efforts de communication et de commercialisation seront alors cruciaux pour accompagner le produit sur son marché. »

Ce dernier point sera vital pour assurer le développement et la pérennité de Little io. Le déploiement d'une plateforme numérique devrait lui permettre de diffuser plus largement ses contenus pour faire des économies d'échelle et ainsi accroître son chiffre d'affaires.

3.3 Les partenariats : un facteur clé de réussite ?

Aujourd'hui, Little io touche à la fois un public scolaire, puisque trois ateliers sont donnés dans les écoles chaque semaine, mais aussi un public familial, par le biais d'ateliers donnés une fois par mois dans le 6^{ème} arrondissement. En plus, l'entreprise est présente pendant les vacances scolaires au Collège des Bernardins, qui a récemment développé une offre jeune public.

Ainsi, pour se développer, Little io a dû nouer différents partenariats, aussi bien avec des acteurs privés que publics.

Tout d'abord, un partenariat avec la Mairie de Paris dans le cadre du marché public de la Direction des Affaires scolaires (DASCO) qui attribue une subvention pour donner deux ateliers périscolaires d'1h30 par semaine sur 36 semaines.

Ensuite, avec les Mairies des arrondissements de proximité (6^{ème} et 7^{ème}). Il s'agit là de partenariats axés sur l'échange de visibilité : Little io donne un atelier gratuitement une fois par an dans le cadre de la journée des associations ou de la journée inter-génération, et en échange, la Mairie publie un article dans le journal local et relaie les publications de Little io sur Facebook : c'est un partenariat où chacun y trouve ses avantages; d'un côté, la Mairie propose un atelier culturel aux enfants, ce qui comme nous l'avons vu, reste une priorité du gouvernement, et de l'autre, Little io se fait connaître.

Little io a aussi signé plusieurs partenariats commerciaux avec des sites revendeurs privés qui touchent une commission sur chaque atelier vendu.

Un partenariat axé également sur l'échange de visibilité dans le cadre d'une opération de financement participatif (crowdfunding) initiée par le Carré Rive Gauche qui souhaitait lever des fonds pour refaire l'éclairage de la chapelle Saint-Louis de l'Eglise Saint-Thomas d'Aquin (nous en reparlerons en partie III).

Enfin, la clé de ces partenariats réside dans un travail quotidien de communication multicanale : presse, radio, présence sur les réseaux sociaux et dans la presse spécialisée (Paris Mômes, Bubble mag, etc.). Décrocher des articles dans certaines newsletters destinées aux jeunes parents ou sur certains blogs féminins est aussi un excellent moyen pour se faire connaître.

En parallèle, Little io poursuit le développement de son activité d'ateliers : élargir l'offre aux écoles et développer de nouveaux partenariats avec des lieux culturels en franchise.

L'offre pourrait également être développée auprès d'autres types de publics : les seniors et/ou les grands-parents avec leurs petits-enfants et aussi auprès d'entreprises qui sont sensibles à ce type de projet. Si l'offre devait se déplacer dans l'entreprise elle-même, il faudrait alors recruter et former des personnes qui ont une expérience dans la gestion et l'animation de groupe et idéalement une formation en histoire de l'art.

Par cet exemple, nous percevons que cette entreprise possède une offre et une médiation originale à destination des enfants et que, pour s'accroître, les partenariats et le

développement d'un outil numérique semblent être la prochaine étape pour cette start-up culturelle.

En conclusion de cette première partie, nous pouvons dire que l'offre jeune public est effectivement au cœur d'un écosystème culturel en pleine mutation au sein duquel acteurs publics et privés s'investissent pour développer l'accès des 7-11 ans aux champs culturels et artistiques dans le cadre scolaire et familial. L'entrepreneuriat culturel permet à la fois d'approfondir certains dispositifs de médiations existants, mais également d'ouvrir la voie à de nouvelles formes de médiations, notamment grâce à l'essor du numérique. L'enfant, au cœur de ce système, va disposer de plus en plus d'outils pour développer son imaginaire et son rapport à l'art, en dehors de toute sphère évaluative.

Nous avons également vu que la réforme des rythmes scolaires a permis, pour certains musées et certaines entreprises, d'intervenir dans les classes en présentiel ou à distance.

Nous verrons dans notre deuxième partie que cette réforme peut, à contrario, constituer une contrainte pour certains musées. Pour confronter nos hypothèses à la réalité, nous sommes allés sur le terrain à la rencontre de trois institutions muséales afin de mieux comprendre leurs offres, leurs enjeux et les dispositifs de médiation qu'elles déploient pour permettre aux enfants de développer leur rapport à l'art. Cette partie sera aussi l'occasion d'évoquer les éventuelles collaborations de ces musées avec des start-up culturelles. Enfin, nous aborderons la question de la formation des médiateurs, à savoir si ces nouvelles relations entre acteurs publics et acteurs privés participent ou non à une évolution dans la professionnalisation de la fonction de médiateur.

PARTIE II :

**Transmettre le goût de l'art aux
enfants : focus sur trois expériences
ludo-éducatives en milieu muséal**

II. Transmettre le goût de l'art aux enfants : focus sur trois expériences ludo-éducatives en milieu muséal

La gestion des musées a énormément changé au cours des deux dernières décennies. L'institution muséale s'est résolument recentrée sur les visiteurs et de nombreux grands musées se tournent de plus en plus souvent vers des modèles managériaux d'entreprise pour la gestion de leurs opérations quotidiennes. La profession muséale et son environnement ont ainsi inéluctablement évolué⁶¹.

Trois facteurs extérieurs impactent aujourd'hui la fréquentation du jeune public au sein des musées parisiens : la baisse des subventions publiques, le Plan Vigipirate qui tend à restreindre le nombre de sorties scolaires des établissements et l'essor du numérique dans le secteur culturel. Tout ceci contraint aujourd'hui les musées à faire évoluer leur offre envers le jeune public et à envisager d'autres formes de médiations.

Dans cette partie, nous verrons, au travers de nos entretiens menés auprès du Centre Pompidou et du Musée des Arts Décoratifs si ces institutions collaborent avec des start-up, des universités ou des entreprises privées. Nous nous poserons les questions suivantes : qu'est-ce que les musées mettent aujourd'hui en œuvre pour intégrer ces changements ? Les partenariats entre acteurs publics et privés participent-ils à un renouvellement des dispositifs de médiation à destination du jeune public ? Nous approfondirons dans un second temps la question de la médiation : quels dispositifs ces trois musées mettent-ils en place pour éveiller les enfants à l'art ?

⁶¹ Extraits de la Lettre de l'OCIM (Musées, Patrimoine et Culture scientifiques et techniques, janvier-février 2011. Lancé en 1993 sous la supervision d'André Desvallées et en collaboration avec François Mairesse depuis 2005, le Dictionnaire de muséologie est un travail monumental, résultat de plusieurs années de recherche, de questionnement, d'analyses, de révisions et de débats au sein du Comité international de muséologie de l'ICOM (ICOFOM), lequel se consacre particulièrement au développement de notre compréhension de la pratique et de la théorie muséale et du travail qui est effectué quotidiennement au sein des musées.

A. Éclectisme et innovation des médiations muséales pour les enfants

Mon choix s'est porté sur ces trois musées, car ce sont des Musées d'art contemporain et d'Arts Décoratifs (deux sont publics et un privé).

Plus précisément, quatre raisons à ce choix :

- Échantillon parisien
- Programmation étoffée à destination du jeune public
- Publics ciblés : familles et scolaires/enseignants
- Propositions d'ateliers artistiques ou contés avec la présence d'un médiateur.

Nous étudierons dans un premier temps, le Centre Pompidou en tant que lieu de la création contemporaine. Nous ferons un focus, à la fois sur l'offre dédiée au jeune public et aux familles, mais également sur l'offre éducative⁶².

Dans un deuxième temps, nous parlerons du Musée du Quai Branly, lieu des Arts du monde : nous ferons une présentation et une analyse théorique du site Internet et du livret-jeux, car je n'ai pas pu obtenir d'entretien dans ce musée⁶³.

Et enfin, le Musée des arts Décoratifs : lieu où se mêlent la mode, la décoration, le design et l'architecture⁶⁴.

L'objectif de cette partie sera de comprendre leur offre aujourd'hui et ses évolutions. Nous verrons quels sont les dispositifs de médiation qu'ils mettent en œuvre pour toucher ce public en abordant le sujet sous trois angles : les évolutions de la fonction de médiateur, son discours et les médiations qu'il utilise pour toucher ce public ainsi que l'impact du numérique sur ses pratiques professionnelles. Enfin, nous verrons quels partenariats ces musées mettent aujourd'hui en place avec le privé, leurs axes de développement, les enjeux auxquels ils font face aujourd'hui et par quels moyens ils y répondent.

Ma grille d'analyse théorique va porter sur l'analyse sémiologique de chaque page du site Internet des trois musées dédiée à « la visite en famille » aussi bien dans son contenu que dans le décryptage des images de cette page afin de saisir au mieux le message transmis.

⁶² <https://www.centrepompidou.fr/fr/Visite/Decouvrir-en-famille>; <https://www.centrepompidou.fr/cpv/rechercher.action>: 165 fiches pédagogiques à destination des enseignants.

⁶³ <http://www.quaibrantly.fr/fr/informations-pratiques/aller-plus-loin/visites-et-ateliers/visites-contees/visites-contees-des-collections/>

⁶⁴ <http://www.lesartsdecoratifs.fr/francais/activites/par-publics/4-18-ans-familles/#article208>

Plus exactement, les objectifs sous-jacents à ma grille d'analyse sont les suivants :

- Analyser la façon dont les activités sont présentées et communiquées (dans le texte et au travers des images) ;
- Analyser l'offre de chaque musée en mettant en évidence la singularité de chacun, les différences et les points communs ;
- Analyser les dispositifs de médiation.

De façon plus précise, nous analyserons les éléments présentés en annexe 1.

1. Le Centre Pompidou comme lieu de la création contemporaine

Le Centre Pompidou a été inauguré le 31 janvier 1977.

À la fois bibliothèque, centre de création musicale (Ircam) et musée, il devient rapidement une référence dans le domaine de l'art moderne et contemporain mais aussi de l'architecture et du design. Il propose également une programmation étoffée pour le jeune public avec de nombreux événements gratuits. D'une superficie de 400 m², la Galerie des enfants existe depuis la réouverture du Centre Pompidou en 2000, après le grand chantier de rénovation qui a duré de 1998 à 2000. Elle prend la suite d'un autre lieu à forte visibilité dans le Centre : l'Atelier des enfants qui, lui, avait ouvert avec le Centre Pompidou en 1977. Danièle Giraudy en est la fondatrice. D'après elle, la Galerie des enfants n'a pas pour mission d'éveiller les enfants à l'art mais d'éveiller les enfants au monde par l'art.

Si l'on remonte à la création du Centre Pompidou, celui-ci a réuni, une grande bibliothèque, un musée, un centre de création industrielle... mais tout cela avec l'objectif de favoriser la compréhension du monde contemporain. À la fin des années 70, moment de bouleversement culturel, le Centre devait être un centre d'interprétation et de renouvellement de la culture contemporaine. Toutes les formes d'art étaient convoquées pour cela, y compris les œuvres créées dans le cadre de processus industriels. L'Atelier des enfants représente peut-être l'illustration la plus forte de cette mission : il est pluridisciplinaire, il vise la transformation de

l'enfant considéré comme un futur adulte, il est lui-même producteur culturel de formes et de mise en résonance de ces formes et du public⁶⁵.

L'Atelier des enfants, cela veut dire – comme l'on dit l'atelier de l'artiste – là où l'enfant crée, et là où des artistes créent, en présence ou avec des enfants, car les animateurs (futurs « médiateurs ») qui furent recrutés à cette époque étaient eux-mêmes artistes. Les principes de travail sont logiquement en phase avec ce double statut d'« animartistes » :

- l'expérimentation, prise dans un sens très pratique : on fait, et on voit ce que cela donne et si ça marche ;
- la notion de sensible : ne pas parler qu'à l'intellect, engager la main, le corps, les cinq sens dans le processus ;
- la création : chaque projet, chaque atelier étant considéré comme une création en soi.

Et donc la démarche part tout naturellement de l'expérimentation, c'est-à-dire des ateliers, pour aller vers la connaissance, mais une connaissance qui n'est pas une transmission de savoir imposé, mais une découverte de soi, des autres et du monde.

Cette démarche inclut l'enfant, de manière éducative au sens fort, c'est-à-dire consistant à chercher à lui apporter les éléments nécessaires à son évolution, pour qu'il prenne sa place singulière dans le monde. Et elle inclut aussi l'adulte, qui fut enfant et qui au travers de cet enfant qu'il a été, trouve les moyens de communiquer avec ses propres enfants.

Aujourd'hui, depuis sa réouverture en 2000, la programmation de la Galerie des enfants reflète :

- d'une part, les compétences acquises au sein de l'Atelier des enfants par les différents chefs de projet (travaillant dans divers secteurs : design, art contemporain, arts plastiques et danse, art et technologie...);
- d'autre part, une expérience de trente ans menée au sein d'ateliers.

Elle s'appuie aussi sur le projet pluridisciplinaire du Centre Pompidou.

La Galerie des enfants se veut un lieu :

- ouvert à la création contemporaine ;

⁶⁵ Extrait de « pourquoi une Galerie des enfants au Centre Pompidou aujourd'hui ? Dans le cadre du Colloque qui s'est tenu au Louvre en 2006 sur « quelles expositions d'art pour les enfants ? »

- développant des dispositifs pédagogiques, des ateliers, des rencontres avec des artistes afin de permettre à l'enfant de développer son regard par l'utilisation de ses différents sens (voir, toucher, écouter, regarder, sentir), de s'appropriier le contenu et d'exprimer sa capacité de création⁶⁶.

Nous allons, dans un premier temps, effectuer une analyse théorique de la page « Découvrir en famille » (annexe 2).



De manière générale, la ligne éditoriale du site est claire et épurée, les couleurs utilisées sont le blanc, le noir, le gris et le rouge qui sont reprises sur tout le site.

Concernant la page étudiée, il s'agit d'une page institutionnelle, avec beaucoup de texte et quatre images sur lesquelles l'enfant est placé au cœur de l'action.

Les informations données sont claires et hiérarchisées par âge (enfants, famille et adolescents). Les tranches d'âges définies sont les suivantes : 2-10 ans pour la Galerie des enfants ; 13-16 ans pour les adolescents avec le Studio 13/16 et depuis septembre 2016, le Centre a ouvert la Fabrique, un fab lab⁶⁷ destiné au 9-12 ans. Il suffit ensuite de dérouler la page pour accéder aux différentes informations. Les activités pour les enfants (de 2 à 10 ans) occupent les 2/3 de la page.

⁶⁶ Extrait de « pourquoi une Galerie des enfants au Centre Pompidou aujourd'hui ? Dans le cadre du Colloque qui s'est tenu au Louvre en 2006 sur « quelles expositions d'art pour les enfants ? »

⁶⁷ Un fab lab (contraction de l'anglais fabrication laboratory, « laboratoire de fabrication ») est un tiers-lieu cadré par le Massachusetts Institute of Technology (MIT) et la Fab Foundation.

On s'aperçoit en cliquant sur l'agenda que les ateliers sont ensuite scindés en deux tranches d'âges : 2-5 ans et 6-10 ans pour la Galerie des enfants. À priori, cette information n'est pas considérée comme déterminante par le musée puisque relayée sur l'agenda.

Concernant l'agenda en ligne (annexe 4) de leur programmation culturelle : il est assez peu lisible, les caractères sont tous petits et l'on ne distingue pas bien s'il s'agit d'une activité en famille, d'une exposition ou encore d'un atelier.

Les couleurs, les pictogrammes utilisés et l'aspect général de la page Internet du site analysée ci-dessus invitent à la découverte par le discours en plaçant, non seulement l'enfant au cœur du dispositif, mais aussi les parents, qui sont présentés, comme nous l'avons vu précédemment, non pas comme accompagnateurs, mais comme acteurs, c'est une expérience résolument familiale que propose le Centre. Cette page utilise la charte graphique du site. On aurait pu s'attendre à ce que cette page dédiée aux familles utilise une charte graphique et une ligne éditoriale un peu différentes de celles des autres pages afin de refléter le côté créatif du musée mais s'agissant d'un site institutionnel, il se doit sans doute de respecter certaines contraintes propres à l'institution.

Le Centre Pompidou propose trois grands groupes d'activités destinées aux familles :

- Les expositions-ateliers de la Galerie des enfants qui leur permettent de découvrir l'univers d'un plasticien, architecte, danseur, designer, musicien, écrivain... et de partager avec lui sa démarche et sa pratique créative. Deux expositions par an sont programmées.
- Les ateliers et parcours qui se déclinent ainsi :
 - Des ateliers de pratiques artistiques
 - Des parcours dans le musée avec des musiciens, des comédiens....
 - Des visites actives au musée

Ces activités offrent toujours un temps face aux œuvres, soit dans le musée, soit au sein d'une exposition temporaire.

- Les événements en famille qui sont des activités proposées gratuitement aux parents et enfants autour d'une thématique précise.

Toutes ces activités se font en famille, c'est-à-dire que la présence d'un adulte est obligatoire.

Voici un extrait qui décrit les ateliers et parcours proposés par la Galerie des enfants :
« *L'objectif est d'élargir le champ de **l'imagination** pour aborder la **création** comme une ressource qui développe chez l'enfant une **liberté** du regard et aiguise sa **curiosité** et son appréhension du monde. Quel que soit le domaine exploré, chaque proposition prend appui sur **l'expérience** quotidienne et sur **l'approche sensorielle** pour enrichir la perception de l'enfant et favoriser sa rencontre avec la création d'aujourd'hui ».*

On notera que le champ lexical utilisé fait appel aux sens, il s'agit là de montrer que l'enfant ne va pas seulement voir un atelier mais qu'il va y être acteur et aller à la rencontre de l'art en découvrant l'univers d'un artiste contemporain. Le Centre se positionne résolument comme une référence en matière d'offre jeune public avec une segmentation par tranche d'âge bien définie. Il est intéressant de noter aussi que la Galerie des enfants est présentée comme « un espace d'exposition ouvert à toutes les disciplines artistiques dans lequel les enfants, **accompagnés de leur famille**, aiguisent leur regard sur la création ». Ainsi, si l'enfant est placé au centre du discours, ce dernier s'adresse avant tout à la famille qui joue là également un rôle essentiel. D'après le musée, l'adulte « participe à l'activité en cours, il est un relai, un acteur. La dimension participative des projets encourage le plaisir de faire et de s'amuser ensemble pour partager en famille un moment de créativité⁶⁸ ». On perçoit, au travers de cette exemple que la médiation culturelle des musées tente de réconcilier le jeune public avec la culture, en proposant la mise en place d'équipements interactifs, davantage familiaux, rassurants et au goût du jour.

Il y a quatre photographies sur cette page « découvrir en famille » mais nous avons décidé d'en sélectionner deux qui sont celles qui correspondent respectivement aux paragraphes « la Galerie des enfants » et « les Ateliers et parcours ». Les photographies sont extraites de la page du site du Centre Pompidou : « Découvrir en famille »⁶⁹.

⁶⁸ Extrait du site Internet du musée : <https://www.centrepompidou.fr/fr/Visite/Decouvrir-en-famille>

⁶⁹ <https://www.centrepompidou.fr/fr/Visite/Decouvrir-en-famille>

Photographie « Galerie des enfants »



Sur cette photographie, nous voyons une petite fille de 6-7 ans environ, au sein de la Galerie des enfants, de dos, manipuler des outils.

Cette photographie est produite par le Centre Pompidou et se destine aux parents qui envisagent d'emmener leur enfant au Centre. Elle a un objectif de séduction. Elle est diffusée sur le site Internet du Centre.

La photographie est prise en plan serré et fait un focus sur la petite fille en train de jouer. Le cadrage serré fait que l'on se sent proche d'elle et met le lecteur au cœur de l'action : elle expérimente sans doute l'effet d'un « gouvernail » sur le reste de la machine. Le photographe s'est centré sur la petite fille et les détails qui l'entourent : les formes géométriques représentées sont des ronds et des carrés, la symétrie de l'image renvoie à un exercice assez minutieux. Les couleurs sont vives : le rose, le violet et le bleu dominent la photo, couleurs qui renvoient aux genres : masculin et féminin. À travers cette photo, l'objectif du Centre Pompidou est sans doute de montrer que son rôle est celui d'aiguiser le regard des enfants sur la création, par l'observation et l'expérimentation et, par ce biais, de séduire les parents.

Photographie « ateliers et parcours »

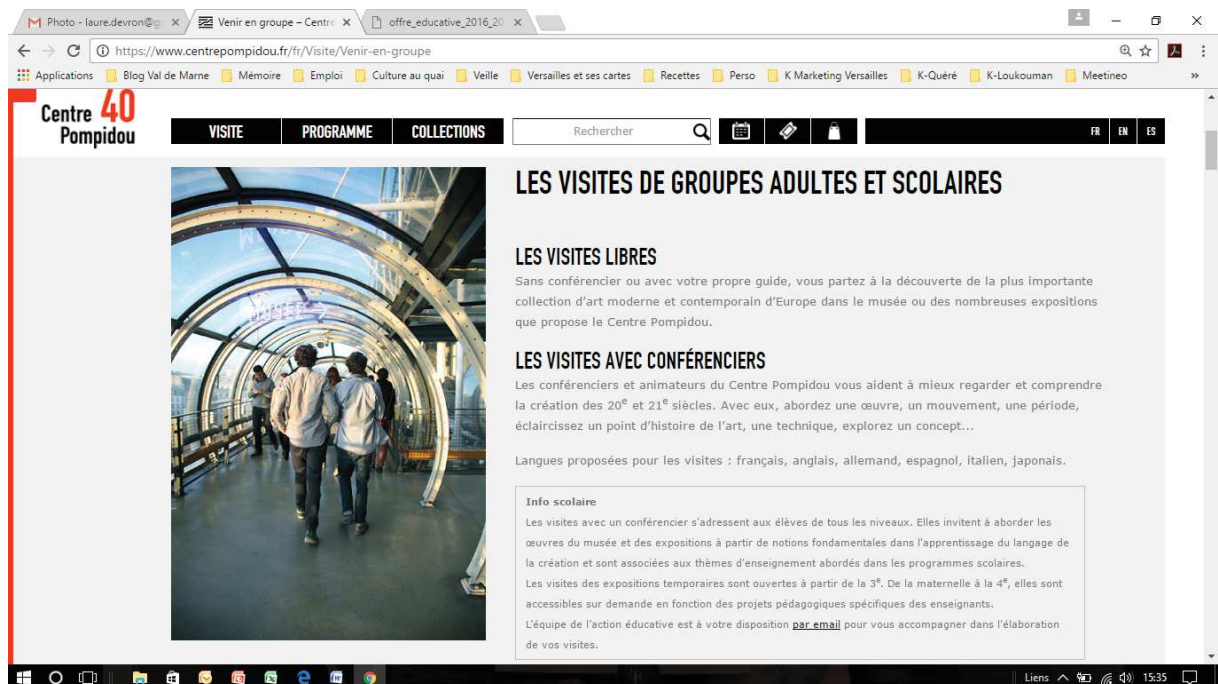


Sur cette photographie, nous voyons une petite fille de 4-5 ans environ, au sein de l'Atelier des enfants, de profil, sur un fond blanc, qui tient un ballon rond métallisé qui vient se substituer à sa tête.

Cette photographie est produite par le Centre Pompidou et se destine aux parents qui envisagent d'emmener leur enfant au Centre. Elle a un objectif de séduction. Elle est diffusée sur le site Internet du Centre. La photographie est prise en plan serré sur un fond blanc.

Contrairement à l'image précédente, l'enfant est immobile et il a placé devant sa tête un ballon. Le photographe s'est centré exclusivement sur l'enfant, les ombres et l'effet miroir du ballon. Les couleurs sont assez neutres mais un rose pâle domine. Par l'intermédiaire de cette photo, l'objectif du Centre Pompidou est sans doute de montrer que c'est un lieu ludique et créatif dans lequel les enfants pourront développer leur imagination.

Nous allons, dans un deuxième temps, effectuer une analyse théorique de la page du Centre Pompidou intitulée « venir en groupe » dédiée aux visites en groupes adultes et scolaires (annexe 3).



Sur cette photographie nous voyons deux hommes de dos qui marchent dans les étages du Centre Pompidou, reconnaissables grâce à l'architecture arrondie caractéristique des escaliers du musée.

Cette photographie est produite par le Centre Pompidou et se destine aux enseignants ou aux entreprises qui envisagent d'emmener leur classe ou leurs équipes au Centre. Elle est diffusée sur le site Internet du Centre.

La photographie est prise en plan large en plein jour. Les personnes sont en mouvement, il n'y a pas de guide-conférencier à leurs côtés, on peut donc penser qu'ils ont opté pour la visite libre. Les couleurs sont assez vives : le blanc et le bleu ainsi qu'une grande luminosité dominant puisque l'escalier donne sur l'extérieur. À travers cette photo, l'objectif du Centre Pompidou est sans doute de montrer que c'est un lieu où l'on peut flâner, ouvert à tout le monde. Nous ne voyons pas de classe en situation de sortie scolaire mais le texte placé à côté de la photo renvoie à un lien qui présente toute l'offre éducative du Centre, dans un document téléchargeable au format PDF.

L'offre éducative se présente sous deux formes : en ligne ou sous la forme de visites en groupe, sur place. En ligne, le Centre Pompidou met à disposition des enseignants 165 dossiers pédagogiques permettant de faire découvrir l'art moderne et la création contemporaine à leurs élèves en classe. Ces dossiers traitent aussi bien du design, de l'architecture, des grandes figures de l'art moderne, du graphisme, de l'art contemporain que de la création cinématographique ou des arts de la scène.

a) Les ressources numérisées

Le Centre Pompidou met à disposition de la communauté éducative de nombreuses ressources pédagogiques numérisées pour créer son propre parcours thématique, préparer sa visite ou exploiter ce contenu en classe. En partie I, nous avons déjà parlé de la web-série « Mon œil » qui fait partie de ces ressources.

- Des ressources pédagogiques écrites : parcours « histoire des arts » en lien avec les programmes scolaires, des dossiers pédagogiques ;
- Des captations vidéo et audio : présentations d'expositions, commentaires d'œuvres, parcours d'expositions, interviews d'artistes, reportages sur des ateliers d'artistes, conférences, bandes annonces ;
- Des documents d'aide à l'orientation : Travail ! 10 métiers du Centre Pompidou, un film de Philippe Jamet accompagné de son livret pédagogique ;
- Des reproductions d'œuvres de la collection moderne et contemporaine.

Voici trois exemples de ressources numérisées :

- ***Pearltrees***⁷⁰

Cette interface visuelle de **bibliothèques numériques** permet au Centre Pompidou de développer une plateforme multimédia communautaire, sur laquelle sont accessibles des ressources pédagogiques continuellement mises à jour. La typologie est fonctionnelle, l'usage intuitif. Ces bibliothèques numériques proposent deux approches des collections du Centre Pompidou : « thématique » ou « histoire des arts ».

- ***La quinzaine du code créatif – Primaires***

S'amuser et créer avec le **code informatique**, tel est l'objectif de ce programme.

« Du 27 février au 10 mars 2017, tout s'invente et se transforme : les formes, les couleurs, la musique, et même les objets ! Organiser, multiplier, éclater... Les possibilités sont infinies et donnent les premières clefs du monde informatique. Au Musée, les passerelles avec l'art moderne s'établissent spontanément. »

- ***Les tables des matières – Primaires***

Il s'agit d'un service proposant des contenus éducatifs dans le **domaine des arts plastiques** : catalogue de kits à la location, suivi logistique et formation des animateurs. Par l'intermédiaire de kits thématiques faciles à prendre en main (déroulé des séances, outils, consommables, œuvres de référence, rangement), ce dispositif offre aux enfants une pratique généreuse ancrée dans la création contemporaine.

Ces dispositifs ont été développés au fil du temps par le Centre Pompidou et témoignent de l'intérêt de ce dernier pour le numérique, qui permet de transposer le musée en classe et ouvrent ainsi la voie à de nouveaux modes d'enseignement. Ces contenus peuvent également être visionnés en famille, permettant ainsi d'éveiller les enfants au numérique et de les initier à certaines bonnes pratiques inhérentes à son usage.

⁷⁰ <http://www.pearltrees.com/centrepompidou>

b) Les visites scolaires des expositions

Sous la forme de visite en groupe⁷¹, l'action éducative du Centre Pompidou favorise la rencontre du jeune public avec la création contemporaine sous toutes ses formes, par l'expérimentation et la stimulation des sens et de l'esprit. **En écho aux objectifs de l'éducation artistique et culturelle en France**, les programmes créés par le Centre Pompidou invitent tous les élèves à se constituer une culture personnelle riche tout au long de leur parcours scolaire. Chaque année, le Centre Pompidou propose des activités intégrant l'évolution des besoins des élèves et des enseignants. Au cours des visites, des parcours et des ateliers, la classe se questionne, expérimente et découvre les œuvres du Musée et des expositions.

Les enfants peuvent visiter avec leur classe les collections modernes (1905-1965) ainsi que les collections contemporaines (1965 à nos jours). Les expositions temporaires leur sont également ouvertes. Les visites peuvent être libres ou guidées par un conférencier du Centre Pompidou. Ces conférences sont adaptées à chaque niveau, elles sont l'occasion de construire de multiples liens avec les programmes scolaires.

- Les classiques – tous niveaux

L'art moderne et l'art contemporain suscitent bien des questions. À partir d'œuvres choisies, de Picasso à Dubuffet, de Giacometti à Starck en passant par Buren ou Matisse, cette visite découverte des collections du Centre Pompidou permet de découvrir de manière ludique et sensible les figures majeures de la création participant à la force de l'art et au succès de la plus grande collection d'art moderne contemporain d'Europe.

- Visite active – maternelles, primaires

Observer, dessiner, manipuler, écouter... autant d'actions pour rythmer la visite devant chaque œuvre. Le conférencier-animateur propose aux élèves des outils pour stimuler le regard, élargir le vocabulaire sensoriel et favoriser la participation. Grâce aux lunettes, nuanciers, zooms, les œuvres de Delaunay, Klein, Picabia... se dévoilent différemment.

⁷¹ Extrait de la brochure « l'offre éducative du Centre Pompidou 2016-2017 », disponible sur www.centrepompidou.fr

c) Les ateliers destinés aux élèves du primaire

On en dénombre quatre pour l'année 2016-2017 :

Jeux optiques, autour de Vasarely, Soto ...

Jouer avec la lumière, les effets visuels et l'espace pour faire surgir un monde différent. Des spirales en mouvement deviennent des cônes en trois dimensions, des miroirs et des lignes distordent et animent des images... L'aventure se poursuit au Musée avec les ingénieux artistes de l'art cinétique et optique.

Partition de signes, autour de Klee

Inventer un langage des signes en s'inspirant des formes de la nature.

Spirales de coquillages, nervures de feuilles, lignes du bois révèlent par frottage, empreinte ou dessin un nouvel alphabet. Comme une écriture, le graphisme et les couleurs se combinent pour mettre en musique le rythme de la nature, le mouvement, la lumière. Nous reviendrons sur cette visite atelier, à laquelle nous avons assisté, en page suivante.

Archi-lumière, autour de Morellet, Eliasson...

Entre construction et labyrinthe, clarté et obscurité, vide et plein, la lumière redessine l'espace et entraîne le visiteur dans une expérience sensorielle. À partir de tubes, les élèves construisent une architecture à leur mesure, qui devient par la magie de la lumière un jeu de signes. L'architecture disparaît, une écriture codée se découvre tandis que les points de vue se jouent du spectateur.

Transformation, autour de Giacometti, de Kooning...

Cœur de la sculpture, la matière se transforme et se vit par étapes, se construit et se déconstruit. Chaque élève élabore sa propre création à partir de matériaux divers déposés sur une armature en fer qui disparaît pour laisser place à la forme.

Le Centre Pompidou vue de l'extérieur le 19 novembre 2016



Notre expérience de visite en famille au Centre Pompidou

Mon mari, mes deux filles et moi-même avons assisté à un atelier pour les 6-10 ans, en famille le 19 novembre 2016. L'atelier s'intitulait « Partition de signes, autour de Paul Klee » et durait 2 heures. Il était présenté de la façon suivante : « *inventer un langage des signes en s'inspirant des formes de la nature. Spirales de coquillages, nervures de feuille, lignes du bois révèlent par frottage, empreinte ou dessin un nouvel alphabet. Comme une écriture, le graphisme et les couleurs se combinent pour mettre en musique le rythme de la nature, le mouvement, la lumière* ». La visite était organisée par la Direction des publics en collaboration avec le service de la médiation culturelle.

Nous avons commencé notre expérience par l'atelier et la manipulation d'objets, pour ensuite faire une courte visite dans le musée autour de trois œuvres de Paul Klee.

Dans un premier temps, nous étions dans une salle de la Galerie des enfants avec d'autres familles et nous devions choisir les objets avec lesquels nous allions réaliser du « frottage » : coquillages, pierres, feuilles ou bois, toutes sortes d'objets et de matériaux étaient présentés aux enfants. Ensuite, nous sommes passés par cinq étapes différentes pour réaliser plusieurs dessins d'après les objets que nous avons sélectionnés : frottage sur feuilles, puis sur calque, puis sur polystyrène et tout ça avec une cadence assez soutenue et un objectif non explicité au

départ. Nous (et d'autres familles) avons eu quelques difficultés à suivre le déroulement de l'activité et sa finalité !

Ainsi, nous avons d'abord été invités à manipuler différents objets et différentes matières, à observer et à classer, puis ensuite, après la visite, à s'interroger. Il nous a manqué le lien entre ce que nous étions en train de faire et ce pourquoi nous le faisons. Autrement dit, il nous a semblé que si le concepteur de cet outil pédagogique avait identifié les caractéristiques de l'activité proposée aux enfants, il manquait celle du type d'apprentissage sous-jacent et surtout un moment d'échange où nous aurions pu être amenés à décrire ce qui nous était présenté, d'évoquer des souvenirs, des sensations, des émotions, des réactions physiques provoqués par l'activité. La médiatrice, d'origine sud-américaine, était dynamique, enthousiaste mais allait un peu vite dans ses explications lors de l'atelier et nous aurions aimé avoir la « clé de départ » pour comprendre ce que nous étions en train de faire, à savoir le contexte de notre présence ici, avec une brève présentation de l'artiste. Mais l'atelier a pris tout son sens lorsque nous sommes allés voir les tableaux de Paul Klee (1879-1940) et que nous avons découvert que ses œuvres étaient comme des partitions de musique, avec la présence de nombreux signes évoquant la montée du nazisme qui était en cours à l'époque en Europe.

Cette approche qui place l'atelier en premier et la visite en second plan est typique de l'approche pédagogique prônée par le Centre Pompidou qui considère que l'enfant doit manipuler et appréhender les objets dans un premier temps, pour ensuite aller à la découverte des œuvres afin de ne pas être influencé par l'artiste. C'est un parti pris, assez unique dans les activités proposées aux enfants, car les autres musées commencent par la visite pour conduire les enfants vers l'atelier où ils fabriqueront leur propre petite œuvre en relation avec l'artiste étudié.

Ce qui était intéressant, c'est que tout au long de l'atelier nous étions acteur, l'enfant était considéré comme « acteur social et non plus récepteur passif, démarche adoptée par la sociologie de l'enfance⁷² ». La découverte active était favorisée par le toucher des empreintes et des moulages, la manipulation des objets et le fait de regarder.

⁷² Régine SIROTA, « Eléments pour une sociologie de l'enfance », Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2006.

Les tableaux de Paul Klee sont structurés par des carrés évoquant tour à tour des rythmes musicaux, des peintures de vitraux, des tapisseries, des parterres multicolores ou encore des champs vus d'en haut. En reproduisant les effets qu'exerce le temps à la fois sur l'objet (usure, moisissure, érosion) et son contenu, il confère à ses œuvres un caractère parodique. Si Paul Klee puise dans le répertoire des « signes de cultures primitives » ou non-occidentales, il ne fait que mimer les principes de leur organisation initiale.

De façon générale, Klee contrecarre la terreur par une iconographie enfantine et ludique dans laquelle les signes se métamorphosent en bonshommes allumettes qui dansent non pas de joie, mais de peur⁷³.

⁷³ Extrait du site Internet du Centre Pompidou qui présente l'artiste Paul Klee en quelques lignes.

Voici, en images, le déroulement de l'atelier :



Dans le musée, nous avons découvert quelques tableaux de Paul Klee grâce aux explications de la médiatrice :

« Le médiateur va mettre en avant sa personnalité et sa voix posée et dynamique fera entrer l'enfant dans l'univers ludique de l'art. Un bon médiateur alternera les moments de distraction et moments plus sérieux, facilité et difficulté, réflexion et divertissement s'alternent pour mettre l'enfant en condition de réussite. L'utilisation des qualités humaines et de l'humour dans l'approche de l'œuvre sont aussi une entrée intéressante pour attirer l'attention du jeune public⁷⁴. »

Sandra DOUBLET

Explication du tableau *Flèche dans le jardin* (1929)



Restitution du dialogue entre la médiatrice et les enfants devant ce tableau :

Médiatrice : « Quels signes il a gravé dans ce tableau ? Des fleurs, mais vous voyez elles sont très simples, ce sont des cercles concentriques ».

Un enfant : « on dirait un œil ».

Médiatrice : « oui comme pour surveiller que chaque être humain n'est pas en train de faire des bêtises ».

Un enfant : « il fait un escalier ».

⁷⁴ EXTRAIT DE LA REVUE EDIT: l'art en jeu...pour une médiation ludique et pédagogique adaptée aux enfants, Sandra DOUBLET, le 8 décembre 2007.

Médiatrice : « oui mais cet escalier, ça pourrait être quelque chose de terrible qui descend quand il y a des nuages, une tempête, des éclairs. Donc vous voyez, Paul Klee va réunir tous ces signes pour que chacun de nous puisse imaginer quelque chose ».

Un enfant montre la flèche noire au milieu du tableau.

Médiatrice : « alors quelle direction elle prend cette flèche ? » ... *les enfants ne trouvent pas de réponse.* « Il faut savoir que pour Paul Klee, la direction que pouvait avoir la flèche signifiait des choses bien précises. Une flèche qui descendait, ça voulait dire qu'il y allait avoir un mort sûr et certain, de gauche à droite, c'était une bonne direction, mais de droite à gauche, c'était le symbole du fascisme donc cette flèche est très importante. Je sais qu'il y a des enfants qui ont fait un signe dans leurs dessins pendant l'atelier que vous n'avez pas découvert ici. Comment on appelle ce signe qui commence comme ça et qui se déroule ? »

Un enfant : « Une spirale »

Médiatrice : « Est-ce que vous voyez où est ce signe ? Et là-haut, qu'est-ce qu'il y a là-haut ? » (oh la la il va falloir qu'on descende...)

Un enfant : « Un truc ».

Médiatrice : « Ouh la la, truc est un mot interdit ici, et pour dé-truquer, il faut nommer. C'est une rosace. Bon nous allons redescendre en rythme. »

Flèche dans le jardin, Paul Klee (1929)



Port et voiliers (1937)



C'est ainsi qu'après ces brèves explications (une dizaine de minutes environ), nous sommes redescendus à la Galerie des enfants pour récupérer nos affaires et quitter les lieux.

Nous terminerons la description de cette visite par ces quelques mots de Sandra Doublet, titulaire d'un Master 2 en « Art contemporain et son exposition » (Paris IV Sorbonne), extraits de la revue EDIT⁷⁵ qui illustrent parfaitement ce que nous avons pu vivre au travers de cette expérience de visite familiale au Centre Pompidou : *« ne pas vouloir inculquer un savoir mais inviter à voir : voilà le but du jeu dans les visites destinées au jeune public. Ici, c'est un rapport à la production différent de celui de l'école qui est proposé. Dans les activités du musée, la curiosité l'emporte, on veut découvrir la solution de l'énigme, car le jeu n'est-ce pas démêler un secret? L'enfant produit un scénario par l'imagination et, accompagné du médiateur, il va garder la trace de son activité. De cette manière, une réalisation créative éclot hors de toute sphère évaluative. Cette technique pédagogique se verra toujours gratifiante pour l'enfant. Il faut le hisser vers la réussite, car ce n'est pas une évaluation scolaire, toute participation étant encouragée et validée, qu'elle soit exacte ou redirigée. Le résultat ne peut qu'être positif pour l'enfant qui apprend, s'amuse, et recrée ainsi son petit théâtre de l'art. Il n'est pas dans une optique de résultat, il doit seulement passer un moment agréable au musée. Les jeunes visiteurs réalisent une œuvre qui sera ramenée à la maison, mise en valeur, par l'accrochage, parfois dans le lieu même d'exposition. Les sites internet des institutions stimulent également les productions artistiques hors du musée, en manière de préambule à la visite ou en la prolongeant. »*

J'ai par la suite rencontré Fanny Serain qui travaille au service de la médiation culturelle du Centre Pompidou pour confronter mon analyse théorique à la réalité. Nous allons en faire l'analyse ci-dessous.

La retranscription de notre entretien avec Fanny SERAIN, Responsable du Pôle Pratiques et Programmation à la Direction des publics, service de médiation culturelle, au Centre Pompidou se trouve en annexe 10. Cet entretien a eu lieu le mercredi 14 décembre 2016 et a duré une heure.

Fanny Serain m'a accueillie dans son bureau avec un large sourire et s'est montrée très à l'écoute. Elle doit avoir entre 35 et 40 ans et travaille depuis près de quinze ans pour différents musées : elle a débuté sa carrière au Centre Pompidou, puis a travaillé au Palais de Tokyo, à la Fondation Vuitton puis de nouveau au Centre depuis novembre 2016. Elle est

⁷⁵ EXTRAIT DE LA REVUE EDIT: l'art en jeu...pour une médiation ludique et pédagogique adaptée aux enfants, Sandra DOUBLET, le 8 décembre 2007.

spécialisée sur les questions liées à la médiation culturelle à destination des enfants et des adolescents.

Dès mon arrivée, elle me demande de lui rappeler mon sujet. Je lui parle d'enfants de 7 à 11 ans, de médiation culturelle, de partenariats, d'acteurs privés/publics et au fur et à mesure que je lui explique mon sujet, je m'aperçois qu'il n'est pas encore très clair pour moi. De toute évidence, cela ne lui échappe pas et elle adopte une posture de « moi aussi, je suis passée par là, si je peux vous donner un conseil, c'est de restreindre votre sujet et de clarifier vos hypothèses ». J'ai apprécié son franc-parler, elle a d'ailleurs elle-même insisté sur le fait qu'elle n'était « pas langue de bois ». Au fond, qu'est-ce que j'étudie, et surtout qu'est-ce que je cherche à démontrer ?

Madame Serain est passionnée par les questions de médiation et de publics, de ce fait, notre entretien a donné lieu à quelques digressions, ce qui a rendu nos échanges assez spontanés.

Pour parler de l'offre jeune public du Centre Pompidou, Madame Serain aborde la question de la segmentation : « récemment on s'est intéressé à la tranche d'âge 3-5 ans alors qu'avant on ne proposait des ateliers qu'à partir de 6 ans. La question des 0-3 ans mérite d'être posée. »

Ensuite, elle aborde différentes problématiques en lien avec mon sujet qui semblent faire débat au sein des institutions muséales: qu'est-ce que la famille en 2016 ? Quel est le rôle du parent dans l'atelier ? Que peut-on proposer aujourd'hui comme activités aux 0-3 ans, ou même aux femmes enceintes ?

Elle m'explique que l'offre jeune public du centre Pompidou a pour fondements l'objet et la pratique. L'atelier débute toujours par la pratique puis par la visite et l'explication de quelques œuvres dans le musée. Il y a ainsi deux axes: « faire parler les objets (...) et associer le regard au geste (...) par la pratique ». Il en est ainsi depuis l'ouverture de l'atelier des enfants en 1977 imaginé par Danièle Giraudy : « cette idée a perduré car les ateliers ont commencé par un moment de pratique et ensuite on allait au musée ». C'est d'ailleurs ce que nous avons pu expérimenter en famille, la théorie rejoint donc la pratique, ce qui est bon signe !

Les principaux axes d'évolution de l'institution au cours des dernières années ont été les suivantes:

- Un changement dans la dénomination des services avec l'introduction de la notion de médiation dans la terminologie employée à partir de 1995.

- La mise en place d'expositions itinérantes organisées par le service « hors les murs et partenariats » pour aller à la rencontre des publics et aussi déclinaison de la Galerie des enfants à l'étranger (notamment à Istanbul).
- Le lancement d'une nouvelle offre famille avec des événements comme le Yog'art et la Mini-party (pour les 2-5 ans accompagnés de leurs parents).

Pour Madame Serain, il y a aujourd'hui une vraie nécessité de repenser les programmations pour conquérir de nouveaux publics, car les statistiques montrent que ce sont toujours les mêmes visiteurs qui viennent au musée : « si on regarde les profils des visiteurs, ce sont les mêmes qui viennent deux ou trois fois plus ».

Deux raisons à ce phénomène :

- Une programmation qui n'est pas en phase avec les attentes du public :
« (...) il faut être réaliste, un français sur trois va au musée, même s'il y est allé une fois dans sa vie, ça ne veut pas dire qu'il va poursuivre sa carrière de visiteur pour employer les grands mots (...). Si on regarde toutes les études de fréquentation des musées, ce n'est pas vraiment en chute, alors oui il y a eu une baisse avec les événements, les attentats. Tout le monde se rassure en se disant ce n'est pas de notre faute, c'est le monde qui va mal. Concrètement, il y a aussi des articles qui sont un petit peu plus pertinents dans le journal des Arts, qui nous disent tout simplement : mais c'est peut-être aussi parce que vos programmations ne sont pas bonnes. Et je pense que la vérité est plutôt là. Les Français n'ont pas arrêté d'aller sur les terrasses de café pour autant donc la programmation des expositions peut être mise en cause (...) à un moment on a peut-être des expositions qui sont trop pointues, pas bonnes, qui ne répondent pas à des questions sociales, qui ne sont peut-être pas en phase avec la société et bah faut pas s'étonner que ça ne tienne pas (...). Et puis à un moment il y a ceux qui ne se sentent pas concernés ou ne se sentent pas à leur place. Si vous interrogez les gens, qu'ils aillent au musée ou pas, ils trouvent tous ça formidable qu'il y ait un musée, tous d'accord sur la valeur éducative du truc, juste ils n'y vont pas parce qu'ils ont l'impression que ça n'est pas pour eux ».

- L'importance de la médiation et des compétences des médiateurs:
« oui c'est bien d'offrir plus d'accès au visiteur et ça doit s'accrocher à d'autres politiques d'ouvertures qui ne doivent pas se contenter de mettre l'œuvre sous les yeux, super ça va être

beau et vous allez avoir un rapport inné à l'art, non ça ne marche pas comme ça dans la vraie vie ».

Elle m'explique que les réponses du Centre Pompidou à ces problématiques sont multiples.

Tout d'abord une réponse d'ordre thématique : Madame Serain parle de « concernation » en citant André Giordan, c'est-à-dire, aller vers ce qui intéresse les gens, « à un moment, vous aller venir parce que l'on va vous chercher sur votre horizon d'attente et on se sent bien quelque part parce qu'on s'y sent attendu. Cette attente, elle va venir du fait que vous vous sentez concerné. Donc il faut aller piocher dans les intérêts des gens pour les emmener ailleurs. C'est la mécanique de la pédagogie. » C'est ce que le Centre a mis en place depuis novembre 2016, avec l'organisation de sessions de Yoga en famille, appelées « Yog'art » : proposer une séance de yoga parent/enfant suivie d'une visite du musée.

Ensuite, d'après Madame Serain, il y a aussi une réponse d'ordre géographique : proposer des expositions en dehors de leur institution : « (...) pour en revenir aux expositions hors les murs, on est tous convaincus que c'est pas en restant dans notre institution et encore moins dans notre 4^{ème} arrondissement, qu'on va faire venir les gens qui ont peut-être le plus besoin de nous (...) c'est aller sur des terrains qui sont mal équipés et il n'y a pas besoin d'aller très très loin, il suffit d'aller aux portes de Paris. Il y a une frontière avec le périph', une barrière intellectuelle qu'on a tous, oh mon dieu je vais au fin fond de je sais pas où alors que non, donc un moment il faut que ça sorte, on est aussi censé être un établissement à rayonnement national et international. C'est ce que l'on appelle la programmation itinérante et hors les murs et on a un pôle en interne ici qui est dédié à ça ». Concernant les partenariats, ils revêtent différentes formes, mais celle qui prédomine aujourd'hui au Centre Pompidou est le partenariat de compétences en association avec des entreprises privées. Cela leur a permis de monter des projets comme le Studio 13/16, d'exporter la Galerie des enfants au sein d'un musée à Istanbul.

Les médiateurs, animateurs, conférenciers sont tous des employés du Centre mais le musée fait appel à des consultants externes pour concevoir et mettre en place leurs expositions : « les conférenciers ici n'ont pas, pour la plupart, la carte de conférencier mais ça c'est historique. Ils ne sont pas à plein temps et ce sont des métiers qui sont extrêmement épuisants. Les animateurs ont plus des compétences plastiques, c'est typiquement ceux que vous avez eu en

atelier. Les médiateurs sont ceux qui sont sur la Galerie des enfants, qui ont des compétences plus relationnelles, et qui font l'objet de contrats très spécifiques à la maison mais sont bien salariés. Ils ont bien souvent une autre activité à côté. Pour les animateurs, ils sont bien souvent plasticiens, enseignants en design et donnent des conférences ailleurs et pour ce qui est des médiateurs ce sont beaucoup des étudiants aux Beaux-arts ou en médiation. »

Leurs principaux axes de développement sont aujourd'hui:

- La formation professionnelle de leurs médiateurs ;
- Le développement de supports numériques avec la création récente d'un fab lab en septembre 2016 réservé aux 9-12 ans et le déploiement à plus grande échelle de la web-série *Mon œil* : « du point de vue du service, on va beaucoup vers des dispositifs intégrant les nouvelles technologies justement pour favoriser une grande diffusion, vous avez peut-être pu voir la web-série *Mon œil*. L'objectif est de réaliser de courts épisodes autour de grandes thématiques liées à la collection et à la création contemporaine en général, de travailler avec différents créateurs. On est en train de développer une web-série pour les adultes avec un illustrateur pour expliquer les grands mouvements de l'art moderne ».

Puis Madame Serain poursuit : « l'idée est de multiplier les canaux de diffusion, les supports pour permettre des appropriations. L'intérêt de *Mon œil* c'est qu'un prof peut utiliser ça dans sa classe surtout avec les tableaux électroniques. C'est donner une palette d'outils, la multiplier, la rendre aussi un peu en phase avec ce qui est contemporain et puis faire un truc de qualité. L'intérêt de ces outils c'est aussi qu'il n'y a pas de contraintes de temps, pas de contraintes d'espaces, ils peuvent être utilisés n'importe où par n'importe qui, c'est ouvrir d'autres possibilités et diffuser » ;

- La conquête de nouveaux publics est aussi un axe de développement majeur : repenser la segmentation et proposer des ateliers intergénérationnels. Poursuivre la programmation de l'événement *Yog'art* de manière trimestrielle.

Sur la question de la concurrence entre les musées, Madame Serain ne pense pas qu'il y en ait une, car : « on mène tous les mêmes combats avec les mêmes convictions. Ce n'est pas un

système si concurrentiel que ça, car aujourd'hui on est tous conscients que les bonnes pratiques, autant s'en inspirer, et on ne fait pas ce métier pour avoir de l'égo d'auteur ou je ne sais quoi. C'est juste des dispositifs pédagogiques que l'on fait, on n'est pas des artistes ».

Pendant notre entretien, Madame Serain n'a pas cherché à tenir un discours formaté, bien au contraire, le langage employé était bien souvent familier : « bah voilà ; bah faut pas s'étonner que ça ne tienne pas ; si ça s'est cassé la gueule ; ça peut être sympa ; gamins ; un truc un peu classieux ; oh merde ». Elle sort bien souvent de sa posture de responsable de la médiation culturelle, en me donnant son avis : « en vrai, je pense que l'on se trompe ; on s'interroge sur les segmentations qui, à mon avis, sont galvaudées ; on ne s'embête pas avec les parents ; c'est de vraies réflexions pour le coup que j'ai rencontrées à la Fondation Vuitton, etc. ». Elle fait également souvent référence aux expériences qu'elle a vécues à la Fondation Vuitton et au Palais de Tokyo pour expliquer les problématiques croisées des institutions. Cela donne lieu à des échanges plus riches, ponctués d'anecdotes intéressantes. Elle cite aussi souvent des théoriciens pour enrichir son propos : Duchamp, Piaget, Bourdieu et Giordan.

Disons qu'elle parle à l'étudiante que je suis de manière très spontanée, sans « langue de bois » : « vous pouvez plus vous appuyer sur des critères Piagétien ; vous êtes partie dans plein de directions, toutes intéressantes, mais à mon sens votre hypothèse de recherche n'est pas claire ». Il y a, d'un côté, une volonté dans son discours de montrer qu'elle fait partie de ce milieu depuis longtemps : « j'ai travaillé à Pompidou, puis au Palais de Tokyo, puis à la Fondation Vuitton », mais d'un autre côté, elle laisse également percevoir un certain détachement par rapport à sa fonction et par rapport au secteur muséal en général : « il y a une question dans les musées qu'on ne regarde pas trop et on continue à vivre sur nos trucs ancestraux (...) en vrai, je pense que l'on se trompe. » Elle a d'ailleurs elle-même conscience que les informations qu'elle me délivre 'sortent un peu du cadre' lorsqu'elle dit : « besoin, c'est une grande ambition, ou une grande utopie et c'est un peu prétentieux de le présenter de cette façon là, néanmoins, ça fait partie de notre mission et de la mission du service public, si tant est qu'elle existe, je suis complètement politiquement incorrect » ; ou encore lorsqu'elle évoque la web-série *Mon œil* : « c'est gratuit et heureusement qu'il y a encore des choses gratuites car tout le monde les paie dans ses impôts ».

En conclusion, le ton de l'entretien était direct, franc et sans détour. Elle est sortie de sa posture de responsable du service programmation et médiation culturelle pour parler, à la fois à l'étudiante, mais aussi pour me livrer sa vision du secteur muséal et ses perspectives d'évolution. Il a fallu souvent « recadrer » l'entretien afin d'obtenir les informations souhaitées, car Madame Serain partait rapidement dans un monologue, certes intéressant, mais que l'on ne pouvait pas tellement se permettre en raison des contraintes de temps qui étaient les nôtres. Nous n'avons pas parlé de l'impact de la réforme des rythmes scolaires sur leur fréquentation, ni de l'utilisation de la web-série *Mon œil* par les enseignants dans le cadre scolaire, et du tournant pris par le Centre au milieu des années 90 sur la notion de médiation culturelle, ce qui aurait été intéressant pour étoffer mon propos. Nous avons aussi peut-être passé trop de temps sur la question de la famille sous l'angle : qu'est-ce que la famille en 2017 ? De même, concernant la place du parent dans l'atelier, l'historique de la galerie des enfants et de l'intérêt ou non de développer une offre anniversaire. J'ai néanmoins pu obtenir des informations pertinentes par rapport à mon étude et ainsi restreindre mon sujet. Je remercie Madame Serain de m'avoir accordé une heure de son temps, si précieux à notre époque.

L'article qui suit est extrait de Télérama qui dresse le bilan de la fréquentation de quelques musées parisiens sur l'année 2016. Il est intéressant, car il rejoint le discours de Madame Serain concernant l'importance de la programmation que les musées proposent à leur public.

Optimisme au Centre Pompidou⁷⁶

(...) Tel est le cas du Centre Pompidou qui peine à se remettre des pertes financières enregistrées depuis 2015. Le Centre revendique pourtant une hausse de fréquentation de 9 % en 2016, soit plus de 3 300 000 visiteurs. Un comptage large dont les modalités ont suscité une petite polémique en ce début d'année, mais qui pousse à l'optimisme la célèbre institution, malgré une trésorerie qui reste tendue.

Comme le musée d'Orsay, Beaubourg envisage de **diversifier ses ressources** — notamment à travers le **mécénat** — **mais pas de réduire sa programmation**. « Nous continuerons à entretenir la curiosité et à favoriser la découverte », rassure Serge Lasvignes, président du Centre Pompidou. Autre facteur d'optimisme : les Franciliens — 60 % de son public — sont

⁷⁶ <http://www.telerama.fr/sortir/pourquoi-le-public-ne-frequite-plus-les-grands-musees-parisiens.152668.php>: « Pourquoi le public ne fréquente plus les grands musées parisiens », Télérama, le 15 janvier 2017

restés fidèles, malgré la crainte des attentats. En témoignent les rétrospectives Paul Klee (381000 visiteurs) et Anselm Kiefer (297 795 visiteurs). L'institution que dirige Serge Lasvignes ne veut « rien perdre de sa vitalité et de ses engagements ».

Sylvie Hubac, la présidente du Grand Palais propose une explication supplémentaire à la baisse de fréquentation des musées : « De manière générale, l'offre d'expositions est abondante. Plus d'une centaine par an. Or, le public ne dispose pas d'un temps élastique pour pouvoir aller d'un établissement à un autre ».

Dans la partie suivante, nous allons étudier l'offre « contée » du musée du Quai Branly, en décrivant notre expérience d'un atelier partagé en famille.

2. Le Musée du Quai Branly comme lieu des arts du monde

Comparativement aux deux autres musées étudiés, le Musée du Quai Branly est assez récent puisqu'il a fêté ses dix ans en 2016. « C'est en 2006, sous l'impulsion de Jacques Chirac que le musée du quai Branly ouvre ses portes. Fruit de sa rencontre avec le collectionneur Jacques Kerchache, il est l'aboutissement d'un rêve plus ancien, porté par nombre d'écrivains, de critiques et d'anthropologues du 20^e siècle : rendre aux arts et civilisations non-occidentaux leur juste place au sein des musées nationaux ».

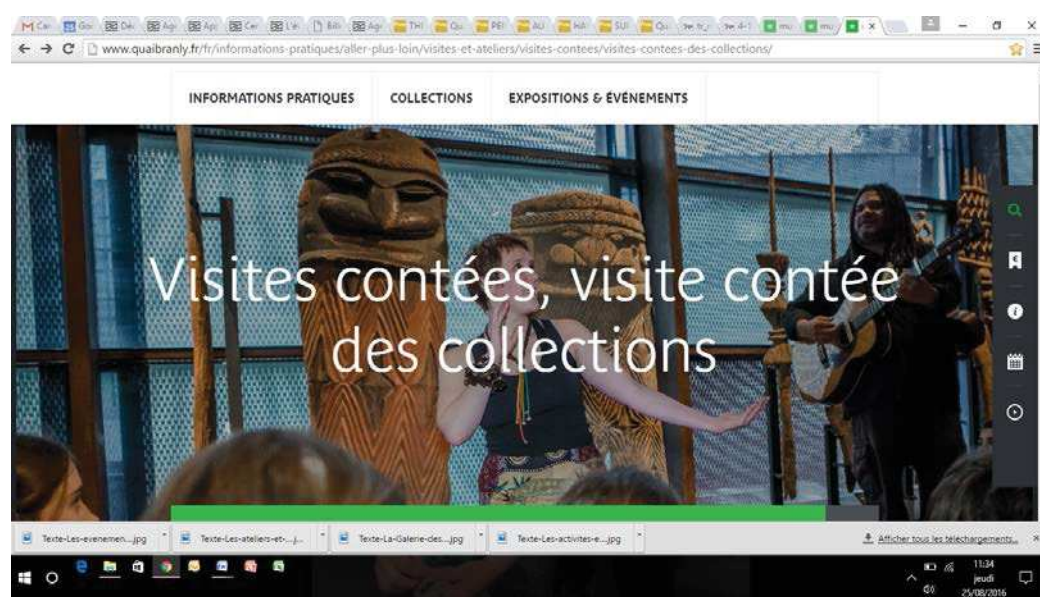
Pour servir cette ambition, l'architecte Jean Nouvel a signé un édifice audacieux, pensé comme un écrin pour conserver un héritage de près de 300 000 œuvres. Jean Nouvel propose « une architecture singulière pour des objets tout à fait singuliers ». Tout est courbe, fluide, transparent, mystérieux, pour mieux servir la mission première de l'établissement : créer des ponts entre les cultures, susciter la curiosité et répondre aux attentes de différents publics. Les quatre continents – Afrique, Asie, Océanie et Amérique – sont rassemblés dans un seul et même territoire. Le cheminement parmi les espaces est libre, sans repère ni hiérarchie particulière, protégé par un éclairage tamisé qui place les œuvres dans l'intimité qui est la leur. Grâce à une scénographie épurée, l'exploration des collections devient une expérience autant sensorielle que visuelle. »⁷⁷

⁷⁷ Extrait du site Internet du Musée du Quai Branly <http://www.quaibrantly.fr/fr/les-espaces/une-architecture-une-histoire/>

La Tour Eiffel vue du Quai Branly, le 28 août 2016



Nous allons, dans un premier temps, effectuer une analyse théorique de la page intitulée « visites contées des collections⁷⁸ » (annexe 5) du Musée du Quai Branly dédiée aux visites en famille dont la capture d'écran se trouve ci-dessous.



La page nous invite dans l'univers du musée aux travers de nombreuses images et d'un texte très succinct placé au centre de l'image et qui a donc son importance.

Sur cette page nous voyons une médiatrice en mouvement, le visage souriant qui regarde vers la droite, probablement en direction du musicien, de type amérindien. Au premier plan, on décèle le haut de la tête des enfants, attentifs au « spectacle » qui est en place. En arrière plan, les totems, symboles du Musée du Quai Branly qui invitent le visiteur à entrer dans les Arts

⁷⁸ <http://www.quaibrantly.fr/informations-pratiques/aller-plus-loin/visites-et-ateliers/visites-contees/visites-contees-des-collections/>

du monde. Les couleurs utilisées sont le bleu indigo et le marron. Le cadrage serré fait que l'on se sent proche de la médiatrice et du musicien et met le lecteur au cœur de l'action.

Sur cette image, l'objectif du musée est sans doute de montrer que son rôle est celui d'aiguiser le regard des enfants sur le monde oriental, par l'observation et la musique et, par ce biais, de séduire les parents.

En-dessous de cette image, nous trouvons d'autres images qui viennent présenter les différents thèmes des visites contées. Lorsque l'on clique sur une visite en particulier (par exemple la visite contée Océanie, capture d'écran en annexe 6), l'information en-dessous de l'image est claire, bien hiérarchisée et présentée en deux 'colonnes' : à gauche les informations sur le conte et le déroulement de la visite et à droite les informations pratiques (dates, tarifs, etc.). Le discours énoncé est le suivant : « Embarquez pour une aventure au gré des flots du Pacifique et voguez d'île en île ! Découvrez le monde des terres sacrées où les arbres deviennent masques et tambours, où les flûtes chantent la vie des ancêtres, où les plumes couronnent les chefs, où les rêves sont peints et racontés. Un conteur vous entraîne à la découverte de l'Océanie : rites, histoires et traditions prennent corps dans les mots, gestes et jeux sonores de ce guide singulier pour une approche mythologique des objets⁷⁹ ».

L'utilisation de l'impératif met le lecteur au cœur de l'action si bien que l'on se sent déjà comme faisant partie de la visite. Le champ lexical est celui de l'enchantement : les mots « aventure, île, rêve, terres sacrées, masques et tambours » en sont les témoins.

L'image présentée sur cette capture d'écran nous montre la visite contée sur l'Océanie, le texte est toujours centré sur l'image, en gros caractère avec, en-dessous, les tranches d'âges auxquelles la visite s'adresse. L'image utilisée en fond d'écran présente une affiche qui peut nous faire penser à une peau d'animal. Il s'agit là sans doute d'emmener le visiteur dans un autre monde. Les couleurs : le blanc, le noir et le marron/ocre font penser à un animal sauvage, il y a à la fois quelque chose d'inquiétant et de fascinant, car les formes ressemblent à des yeux mais les couleurs évoquent l'ailleurs, symbolisant ainsi l'univers des arts du monde du Quai Branly.

⁷⁹ Extrait du site Internet du Musée du Quai Branly : <http://www.quai Branly.fr/fr/informations-pratiques/aller-plus-loin/visites-et-ateliers/ateliers/details-de-levenement/e/visite-contee-oceanie-35971/>

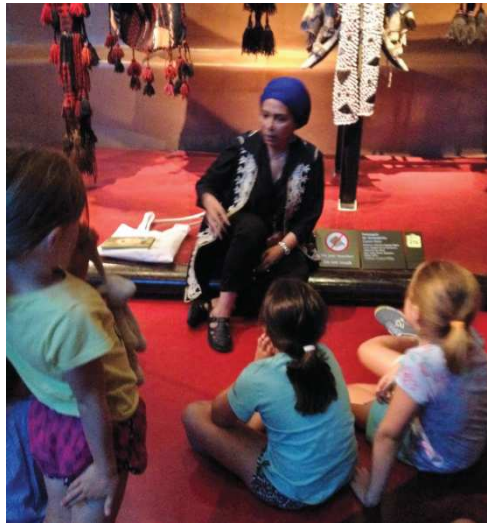
Notre expérience de la visite contée en famille

Mon mari, mes deux filles et moi avons participé à l'atelier conté « Mille & un Orient », le 28 août 2016 au Musée du Quai Branly. Nous retrouvons la médiatrice, d'origine marocaine, dans une salle au niveau -1 où elle nous explique les règles à respecter dans un musée. Puis nous empruntons l'escalier en spirale du musée en comptant en arabe : « un, deux, trois, quatre », etc. Nous passons rapidement devant le parcours tactile puis nous nous arrêtons au niveau 2 « le plateau des collections », dans la zone du Maghreb.

Nous nous asseyons par terre et la médiatrice, vêtue d'une djellaba, commence à nous conter une, puis deux, puis trois histoires, le tout pendant plus d'une heure. Le ton est joyeux et chaleureux, sa voix est posée et dynamique. La situation est un peu particulière, car nous sommes assis par terre dans le musée, dans le passage des visiteurs pendant un long moment, disons que les conditions n'étaient pas idéales pour favoriser l'échange et le partage avec les enfants. De plus, dans le cadre de ce genre d'activité, l'enfant est spectateur, il est dans une posture d'écoute parfois difficile à tenir pour lui. Ainsi, selon la médiation à l'œuvre, l'enfant trouve la possibilité ou non d'être acteur de l'atelier ou de l'activité proposée dans le cadre du musée. Pour un atelier conté, il est forcément plus dans une posture de « spectateur ».

Nous nous attendions ensuite à déambuler dans le musée pour y découvrir différentes œuvres et sculptures en rapport avec le Maghreb mais cela n'a pas été le cas. À la fin seulement, la médiatrice nous a montré le tombeau d'une mariée et un totem, c'était très décevant d'être dans un si beau musée et de ne pas avoir été à la rencontre de certaines œuvres. Quel intérêt y a-t-il à faire le déplacement si nous ne voyons aucune œuvre ? Bien évidemment, l'échange s'est poursuivi bien après l'atelier car nous avons effectué notre propre visite, mais avec une certaine déception de ne pas avoir eu plus d'explications sur ce type d'œuvre qui est difficile à appréhender lorsque l'on n'est pas spécialiste. À la fin de l'atelier, la médiatrice nous a même proposé d'acheter son livre/CD sur lequel figuraient les histoires qu'elle venait de nous conter !

La conteuse au Musée du Quai Branly, le 28 août 2016



Ainsi, le musée propose trois types d'activités différentes :

- Des ateliers pour les enfants uniquement ou à faire en famille par tranche d'âge : 3-5 ans, 6-8 ans et 9-12 ans. Une quinzaine de thèmes sont proposés en alternance et permettent de découvrir le musée à travers une région du monde. Ils se déroulent en deux parties : un médiateur parcourt le musée avec les enfants en leur présentant quelques œuvres en rapport avec la thématique, puis il propose une activité artistique : peinture ou art plastique, fabrication d'un objet, pratique musicale, fouille archéologique...
- Des visites guidées sur un thème défini, pour les 3-5 ans ou à partir de 6 ans.
- Des visites contées des expositions et des collections en famille (dont la programmation pour la rentrée reste encore à définir).

N'ayant pu obtenir d'entretien avec la responsable de la médiation culturelle de ce musée, nous ne pourrions pas aller plus loin dans l'analyse, mais nous l'avons quand même conservé, car cela permettait de comparer leur offre en ligne et notre expérience de visite avec les deux autres musées.

La partie suivante sera consacrée à l'étude de l'offre du musée des Arts décoratifs.

3. Le Musée des Arts Décoratifs comme lieu de création artistique

Le Musée fait partie d'une association privée reconnue d'utilité publique, qui gère notamment un ensemble muséal important (musée des Arts décoratifs, musée Nissim de Camondo, ateliers du Carrousel). À ce titre, il bénéficie de subventions publiques qui couvrent uniquement les salaires du personnel, le reste des activités devant s'autofinancer.

« L'institution, fondée en 1864, a pour mission de défendre et faire valoir les arts décoratifs par le biais d'un musée, transmettre les connaissances et favoriser l'enseignement par la création d'une bibliothèque et d'une école. Le musée témoigne de l'évolution culturelle en étudiant tous les champs des arts décoratifs, du mobilier à la céramique, mais aussi du textile, de l'affiche, et de la production graphique, conduisant à l'actuelle répartition des collections : art décoratifs, mode et publicité⁸⁰ ».

Nous allons, dans un premier temps, effectuer une analyse théorique de la page intitulée « 4-18 ans / Familles » (annexe 7) du Musée des Arts Décoratifs dont la capture d'écran se trouve ci-dessous.



La capture d'écran ne met pas en avant les atouts du musée mais d'autres images convoquent les thèmes du musée que sont les métiers d'art, la mode et la publicité (voir annexe 8). Les activités pour le jeune public occupent une place prépondérante dans la programmation du musée et lui permettent de découvrir de nombreux loisirs créatifs, d'aller à la rencontre de l'art en l'associant à la décoration.

⁸⁰ Extrait du site Internet du Musée des Arts Décoratifs : <http://www.lesartsdecoratifs.fr/francais/musees/musee-des-arts-decoratifs/actualites/expositions-terminees/publicite-et-graphisme/une-histoire-en-images-les-arts>

La page qui est dédiée aux activités à destination du jeune public s'intitule « 4-18 ANS / FAMILLES » et est introduite de la manière suivante : « *Design, mode, mobilier et encore jouet, les collections des Arts Décoratifs invitent à découvrir les objets de notre environnement quotidien, à retracer leurs histoires et questionner leurs usages. Pendant la visite (1h), formes et décors, matières et techniques inspirent les jeunes visiteurs pour des interprétations personnelles et contemporaines en atelier (1h)* ». Ce texte présente rapidement l'univers du musée puisque les mots-clés y sont repris : « design, mode, mobilier et encore jouet » et invite parents et enfants à venir le découvrir. La ligne éditoriale est simple et épurée, mais élégante et claire.

Ce texte est suivi de sept photos qui présentent les ateliers par tranches d'âges et les parcours en famille. Tout le contenu de la programmation jeune public est concentré sur une seule et même page Internet, ce qui est assez pratique. Les photographies montrées en annexe 8 présentent toutes les activités du musée. Elles sont toutes en plan très serré pour montrer les détails et la précision des gestes auxquels les enfants seront initiés au cours des ateliers. Elles font plus penser à des images artistiques dont l'objectif serait de séduire les parents. Les images sont statiques et les couleurs utilisées sont très vives : rouge, jaune, violet, vert... L'univers graphique utilisé représente bien l'image que l'on se fait des arts décoratifs et la dimension visuelle est très soignée.

Les ateliers et les parcours proposés au musée des Arts Décoratifs sont les suivants :

- Les ateliers se composent de deux parties et durent 2h (les enfants sont seuls avec le médiateur, sauf pour certains ateliers destinés aux 4-6 ans) :
 - Une visite d'1h dans les collections permanentes ou expositions temporaires du musée permet de sensibiliser les enfants à des formes et décors, matières et techniques.
 - Puis, cette visite est suivie d'une application pratique d'1h en atelier, destinée à mieux faire comprendre les gestes, les matériaux et les lignes des arts décoratifs, de la mode ou de la publicité. Les ateliers sont proposés pour plusieurs tranches d'âges : 4-6 ans, 7-10 ans, 11-14 ans et 15-18 ans.

- Les parcours contés en famille : pas de programmation en cours au moment de la rédaction de ce mémoire.

Le parcours est animé par un conférencier des Arts Décoratifs qui étaye ses propos et stimule l'observation à l'aide d'un matériel pédagogique adapté (livret de visite rappelant le fil conducteur, avec des visuels des principales œuvres observées ; mallette pédagogique).

- Les ateliers en famille : pas de programmation en cours au moment de la rédaction de ce mémoire.

Notre expérience de visite en famille

Malheureusement, nous n'avons pas pu effectuer de visite au Musée des Arts Décoratifs, car aucune visite en famille n'a été programmée par le musée pendant le temps de rédaction de ce mémoire. En revanche, j'ai pu rencontrer Madame Collin à la Direction du Service des publics. Mon analyse de cet entretien se trouve ci-dessous.

La retranscription de mon entretien avec Catherine Collin, Responsable du service des publics au Musée des Arts Décoratifs se trouve en annexe 12.

L'entretien a eu lieu le 6 décembre 2016 et a duré 46 minutes.

Comme évoqué précédemment, le Musée des Arts Décoratifs fait partie d'une association privée reconnue d'utilité publique. À ce titre, il bénéficie de subventions publiques qui couvrent uniquement les salaires du personnel, le reste des activités s'autofinance.

Lorsque je suis arrivée pour l'entretien, je me suis brièvement présentée. Madame Collin avait souhaité recevoir ma grille d'entretien au préalable, ce qui nous a permis d'entrer rapidement dans le vif du sujet. Concernant les détails de leur offre jeune public, elle m'a d'emblée tendu leur brochure et m'a invitée à la consulter pour avoir toutes les informations nécessaires. Sur la question du « renouvellement » qui est au cœur de mon sujet, elle m'a tout de suite précisé qu'elle « ne se situe pas sur l'offre elle-même, mais plutôt sur les statuts des guides-conférenciers ». Ensuite, elle a beaucoup insisté sur « l'excellence » de leur offre et de leurs guides-conférenciers: « on étoffe nos gammes plus que l'on change les fondamentaux qui demeurent (...) assez excellents »; « nous comptons sur l'excellence de nos guides-conférenciers »; « on ose revendiquer qu'il faut un peu d'effort et que ce discours doit être passé par des personnes ayant de grandes compétences ».

Dans le même registre, elle tient à présenter les Arts Décoratifs comme pionnier en terme d'offre jeune public: « le principe même (de notre offre) est très avéré »; « l'offre anniversaire

a 25 ans (...), c'est une activité très avérée ». Par ailleurs, elle met aussi en avant le fait qu'ils ont été les premiers, avec le Musée en Herbe, à proposer des activités pour le jeune public puisqu'elle revient par quatre fois sur ce registre en utilisant de manière récurrente, les champs lexicaux suivants: « cela fait 60 ans que l'on fait des ateliers, le principe même a été figé et fixé de longue date »; « cela fait 60 ans environ que nous organisons des ateliers »; « nous sommes l'un des plus anciens service pédagogique ».

Ainsi, d'après Madame Collin, les ateliers du musée destinés au jeune public existent depuis plus de 60 ans et se distinguent par leur « excellence ». Le renouvellement se situe plutôt au niveau de la formation et du statut du personnel du musée qu'au niveau de l'offre elle-même. La mission du musée envers l'école et les enseignants est primordiale bien qu'il y ait également une offre famille et une offre anniversaire qui « rencontrent tous deux un grand succès ». L'équipe du service des publics est assez restreinte puisque composée de treize personnes. Madame Collin souligne qu'il faut composer avec cette contrainte au même titre que leurs activités doivent s'autofinancer, ce qui n'est pas le cas des musées publics. En somme, le Musée des Arts Décoratifs se distingue des autres musées par son statut privé et par le statut de ses guides-conférenciers qui ne sont en aucun cas des « médiateurs ». Par ailleurs, elle présente la réforme des rythmes scolaires « comme une formidable opportunité de se renouveler » mais en réalité, cette réforme a « changé la donne », car elle accorde désormais la priorité aux musées de la Ville de Paris, ce qui leur a fait perdre une grande partie de leur public scolaire : « il faut que l'on aille trouver des pistes ailleurs », « on n'a pas les moyens », « l'idée c'est de faire avec nos moyens ».

Concernant la communication de leur offre au grand public, elle passe essentiellement par l'intermédiaire des réseaux sociaux, des sites et des blogs sur lesquels ils sont référencés mais aussi par la presse : « on aime bien quand Paris Mômes nous repère et nous distingue », mais c'est « le bouche à oreille qui reste notre meilleure médiation ».

Concernant la concurrence par rapport aux autres musées, « elle n'existe pas, tout au moins pas au niveau du service des publics », c'est plutôt de « l'émulation ». « L'important est de savoir qu'un enfant qui découvre un musée aura envie d'en découvrir deux puis trois autres ».

Elle évoque aussi les partenariats qu'ils ont avec d'autres institutions (Opéra de Paris, Comédie Française, Radio France) et insiste sur le fait qu'ils travaillent ensemble. Concernant

les partenariats, les Arts Décoratifs avaient signé un accord en 2016 avec Séopuscope, une start-up qui fabrique des casques à réalité mixte⁸¹ et qui a gagné le concours et la subvention octroyée par le Ministère de la culture et de la communication dans le cadre de l'Appel à projets numérique⁸². À ce titre, le Ministère de la culture et de la communication lance un appel à projets permettant aux acteurs culturels de participer, dans une logique de partenariat et de co-construction de services, à des expérimentations valorisant des contenus culturels et favorisant l'émergence d'usages numériques innovants.

Cette subvention va permettre à Séopuscope de développer le projet de casques à réalité mixte qui seront peut-être mis à disposition du jeune public.

Autre initiative que le Musée va tester en 2017 avec des étudiants: le codage dans leurs ateliers pour le jeune public dans le but de voir comment les enfants pourraient, grâce au code, arriver à créer une œuvre. Il y a donc bien une collaboration en cours avec le secteur privé, et ce depuis 2010.

J'aurais aimé approfondir cette question ainsi que celle des acteurs privés qui proposent une offre culturelle à destination du jeune public mais je n'ai pas saisi l'occasion de rebondir sur ses propos à ce moment là. J'ai quand même posé la question en évoquant Paris d'enfants ou d'autres structures qui emmènent des groupes scolaires dans leur musée pour faire des visites guidées, mais elle a rapidement éludé la question en me répondant que « nos conférenciers sont les meilleurs » et que « les petits comme ça, c'est assez marginal ». De ce fait, je n'ai pas insisté.

⁸¹ La réalité mixte combine les caractéristiques de la réalité virtuelle et augmentée. Comme pour la réalité augmentée, l'utilisateur d'un casque de réalité mixte voit se superposer des informations digitales par-dessus son environnement. Néanmoins, plutôt que de quelques données comme du texte ou des images, ces éléments virtuels peuvent être poussés jusqu'à simuler de véritables éléments vivants. Par exemple, il n'est tout à fait envisageable de voir apparaître un personnage intégralement virtuel dans son salon. <http://www.realite-virtuelle.com/difference-realite-augmentee-virtuelle>

⁸² <https://cultureveille.fr/appel-a-projets-ministere-de-culture-services-numeriques-innovants-2016/> <https://cultureveille.fr/financement/>

Pour résumer, les évolutions du musée au cours de ces dix dernières années ont essentiellement eu lieu au niveau:

- du statut et de la formation de leur propre personnel: employés en CDI intermittents, ils ont été formés aux thématiques de l'enfance et du handicap et aussi au numérique ;
- de l'offre (à la marge) avec la mise en place de parcours contés ;
- de la mise à disposition de dispositifs numériques (casques à réalité mixte et ateliers de codage) grâce notamment à l'appel à projets numériques du Ministère de la Culture.

Leurs principaux axes de développement :

Comme évoqué précédemment, l'aménagement des rythmes scolaires de 2013 leur a fait perdre une partie de leur public scolaire, car le marché des ateliers bleus et des classes culturelles est désormais presque exclusivement réservé aux 14 musées de la Ville de Paris, et les temps d'activités périscolaires des mardis et vendredis sont captés par les associations et entreprises privés. Ces nouvelles contraintes ont obligé le musée à faire évoluer son offre pour conquérir de nouveaux visiteurs.

Comment ? « En renouvelant nos expositions en fonction de nos envies et compétences internes en interaction avec les métiers d'art ». Le musée n'envisage pas de mettre en place de nouvelles pratiques artistiques et culturelles, car les fondamentaux restent « excellents » - sauf à décliner pour les 6-10 ans les stages sur les métiers d'art aujourd'hui réservés au 11-14 ans. L'enjeu reste plus pour eux de « trouver de nouveaux visiteurs (...) que de s'orienter vers de nouvelles pratiques ». Ainsi, pour conquérir de nouveaux publics, ils renouvellent leurs expositions en gardant les fondamentaux (visite puis atelier avec la fabrication d'une « petite création »). Elle insiste sur le fait qu'ils partent des compétences dont ils disposent en interne pour « aller ce vers quoi nous ne sommes pas encore allés », donc développer de nouvelles offres qui attireront un nouveau public.

De mon point de vue, rien n'a été dit en trop, j'aurais aimé en savoir plus concernant l'impact de la réforme des rythmes scolaires sur leur fréquentation (en termes de chiffres et d'éventuels projets mis de côté), mais je n'ai pas saisi l'opportunité au moment venu. J'ai néanmoins pu obtenir des informations concrètes, notamment sur les partenariats avec les start-up et les autres institutions, qui ont fait avancer mon étude et Madame Collin s'est montrée disponible pour répondre à mes questions !

En conclusion, l'étude théorique de l'offre de notre corpus, nous a permis d'observer que chaque musée catégorise le jeune public à sa manière. Il n'y a visiblement pas de règle, car chacun semble définir ses propres catégories. Concernant la cible qui nous intéresse pour notre sujet (les 7-11 ans), chacun des trois musées étudiés a défini deux tranches d'âges. Pour le Centre Pompidou, c'est seulement depuis septembre 2016 avec l'ouverture de la Fabrique, un fab lab⁸³ destiné aux 9-12 ans. Cela a forcément un impact sur la communication du musée : plus d'ateliers par tranche d'âge induisent une offre démultipliée et donc des coûts plus importants. Pour le visiteur, il est aussi plus difficile de s'y retrouver.

La stratégie de communication de chacun diffère aussi dans la présentation des contenus et la place qu'ils occupent par rapport aux images. En effet, la lisibilité des pages des sites Internet des trois musées étudiés varie d'un site à l'autre : le Centre Pompidou donne beaucoup d'importance au texte, il est dans une démarche plutôt « pédagogique » en expliquant sur son site sa 'mission' envers le jeune public. On ne rentre pas immédiatement dans la médiation mais dans un univers où le discours nous laisse penser que l'art peut aider l'enfant à comprendre et à changer le monde qui nous entoure. Les deux autres musées ont une approche communicationnelle axée sur l'image avant tout, complétée par un petit texte qui sert de 'teasing' et des informations pratiques. C'est une communication avec une démarche plus séduisante pour le visiteur. En ce sens, leurs sites s'adressent aussi directement au jeune public, qui est aujourd'hui très sensible à la culture du visuel.

Concernant les entretiens effectués, nous avons affaire à deux personnes qui avaient deux fonctions différentes et donc deux postures différentes :

Fanny Serain est responsable de la médiation culturelle au Centre Pompidou. Catherine Collin est responsable du service des publics au Musée des Arts Décoratifs.

La mission du responsable de la médiation culturelle est d'élaborer et de proposer la politique de médiation culturelle de l'établissement et de superviser la conception, la mise en œuvre et l'évaluation des dispositifs d'accès à l'offre culturelle. Il anime, coordonne et encadre une équipe en charge de l'accompagnement des publics.

La mission du responsable du service des publics est de définir la stratégie de développement de la politique des publics de l'établissement et d'élargir l'offre culturelle⁸⁴.

⁸³ Un fab lab (contraction de l'anglais fabrication laboratory, « laboratoire de fabrication ») est un tiers-lieu cadré par le Massachusetts Institute of Technology (MIT) et la FabFoundation

⁸⁴ Le référentiel des métiers, édité par le Centre Pompidou en 2015

Nous avons fait ressortir les principaux éléments de comparaison des deux entretiens dans le tableau ci-dessous :

Critères	Arts décoratifs	Centre Pompidou
Qui ?	Catherine COLLIN, Responsable du service des publics des musées	Fanny SERAIN, Responsable du Pôle Pratiques et Programmation au sein de la direction des publics, service de médiation culturelle
Quand ?	Le 6 décembre 2016	Le 14 décembre 2016
Durée de l'entretien	46 minutes	60 minutes
Offre jeune public : pour qui ?	À destination du public scolaire À destination de l'enfant sans les parents Quelques offres familles (week-ends, fêtes d'anniversaire)	À destination des familles : enfants avec leurs parents (Yog'art, Mini party) À destination du public scolaire
Segmentation par tranche d'âge	4-6 ans, 7-10 ans, 11-14 ans et 15-18 ans	2-5 ans et 6-8 ans ; 9-12 ans ; 13-16 ans
Format des ateliers	Visite du musée puis atelier (1h+1h) : « l'œuvre est première »	Atelier puis visite (1h+1h) : « la pratique est première ».
Positionnement	Ateliers « haut de gamme », CSP+	Ateliers grand public avec de nombreuses gratuités
Statut du personnel	En pleine évolution : la formation professionnelle est un enjeu important et rejoint celui de la professionnalisation du personnel des musées	
Objectif	Conquérir de nouveaux publics	
Médiations utilisées	Nouvelles expositions	Ouverture d'un fab lab pour les 9-12 ans
	Interaction plus importante avec les métiers d'art	Mise en place de nouveaux événements à destination des familles : Yog'art et mini-party
	Communication multicanale : presse, blogs, réseaux sociaux...	Travailler avec des artistes pour renouveler les médiations
Partenariats avec le privé	Avec des start-up (comme Séopuscope)	Avec des musées à l'étranger (Istanbul), avec des centres commerciaux et des consultants externes pour la mise en place des expositions
Le numérique et ses enjeux	Mise en place sur 2016 d'une collaboration avec Séopuscope pour initier les enfants à la réalité mixte.	En décembre 2015, lancement de la web-série « Mon Œil » : mise à disposition d'un contenu pédagogique et ludique transposable en dehors du musée
Concurrence	Par rapport aux autres musées : pas de concurrence entre eux mais plus une	Par rapport aux autres musées : pas de concurrence entre eux mais plutôt une

	émulation. Par rapport aux entreprises privées qui organisent des visites dans leur musée ou propose une offre culturelle et artistique étoffée : marginale	recherche de collaboration, car « nous travaillons tous pour le même objectif qui est celui de rendre la culture accessible au plus grand nombre ».
Environnement extérieur	Politique : la réforme des rythmes scolaires a eu un impact sur leur fréquentation, car la ville de Paris a mis en avant l'offre des 14 musées de la ville	N.C
Axes de développement	Mise en place d'ateliers de codage.	Développer des activités pour la femme enceinte, pour les 0-3 ans et intergénérationnels (notamment enfants/grands-parents) Renforcer le développement de contenus numériques.

Ce tableau fait ressortir les différences de positionnement des deux musées : le Centre Pompidou est résolument tourné vers l'offre à destination des familles et place le parent au même niveau que l'enfant dans ses ateliers. Il s'adresse aux 2-4 ans, alors que les Arts Décoratifs proposent des ateliers à partir de 4 ans. Ce dernier propose également un format : visite puis atelier, car l'œuvre est première. Le Centre a une démarche pédagogique inverse. Historiquement, ce dernier s'adresse au grand public, tandis que les Arts Décoratifs, de par leur statut, s'adresse plus à des catégories socioprofessionnelles élevées, même si cela n'est pas clairement énoncé dans leur discours.

Sur des aspects plus généraux, ils ont beaucoup de similitudes : la formation des médiateurs ou guides-conférenciers est aujourd'hui une préoccupation majeure, au même titre que la conquête de nouveaux publics. Concernant les partenariats actuels avec le secteur privé, il en existe déjà : avec une start-up pour les Arts Décoratifs et avec des consultants externes pour le Centre Pompidou. La question du développement de dispositifs numériques reste aussi centrale dans leur discours, car ils peuvent servir à transposer le musée dans d'autres lieux à moindre coût et ainsi toucher un public plus large.

Dans un article du journal La Croix consacré au musée des Arts Décoratifs de Paris⁸⁵, il est décrit que le musée caracole a +124 % de fréquentation sur l'année 2016, avec 600 000 visiteurs sur ses deux sites. « Nous avons un public étranger fidèle – asiatique et américain – mais il est surtout francilien et plutôt jeune, témoigne son directeur, Olivier Gabet. 2014 et 2015 ont été des années difficiles, aussi avons-nous pensé 2016 comme une année ambitieuse. Nos visiteurs viennent surtout pour les expositions temporaires, cela fait partie de notre histoire. Or cette année, nous avons su, à notre modeste échelle, trouver notre place dans la programmation parisienne ».

Il souligne l'importance d'expositions « sortant les visiteurs de la grisaille des événements » et « donnant des clés de lecture du monde contemporain », comme « Barbie », sur « l'American way of life », à travers la célèbre poupée (240 000 visiteurs), ou « Tenue correcte exigée, quand le vêtement fait scandale ». « Le public et la critique ont reconnu que ça n'étaient pas des expositions commerciales et qu'elles apportaient du sens ».

Le musée a aussi misé sur la valeur de ses propres collections, avec l'exposition « Faire le mur », consacrée aux papiers peints. Et la question de la transmission, avec « L'esprit du Bauhaus », sur cette école d'enseignement artistique. « Nous sommes un musée bien plus modeste que le Louvre ou Pompidou, mais les gens viennent car ils nous ont identifiés, estime son directeur. Et puis, **lorsque les sorties scolaires ont été annulées à la suite des attentats, nous avons proposé de nous déplacer dans les écoles pour ne pas couper les ponts avec ce public** ».

En conclusion, ce corpus d'entretiens nous a permis de comprendre qu'il existait déjà des partenariats entre les musées et les acteurs privés, ces derniers n'étant pas nécessairement perçus comme des concurrents potentiels mais comme des compléments qui les aideraient à innover. En revanche, la professionnalisation de la fonction de médiateur (ou guide-conférencier) est un sujet qui est actuellement au cœur de leurs préoccupations.

Dans notre seconde sous-partie, nous allons procéder à l'étude des dispositifs de médiation mis en œuvre par ces structures pour permettre à l'enfant de développer son rapport à l'art au travers d'expérimentations inédites et de pratiques créatives conduisant à accroître son imaginaire.

⁸⁵ Extrait du Journal la Croix, Marie Soyeux, le 06/01/2017 à 18h20 <http://www.la-croix.com/Culture/Expositions/Frequentation-musees-2016-gagnants-perdants-2017-01-06-1200815324>

B. Exploration des dispositifs de médiation mis en œuvre

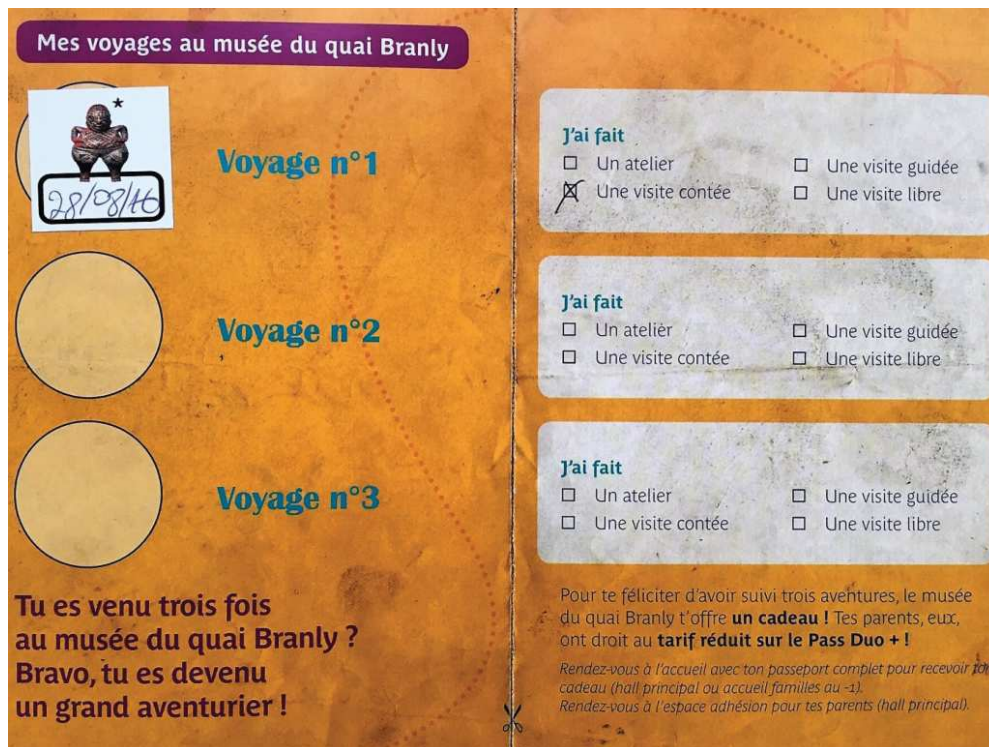
1. Le livret pour enfants : un support pour guider la visite individuelle

Lors de notre visite au Musée du Quai Branly, l'hôtesse d'accueil nous a remis un « passeport de l'aventurier » qui permet d'inscrire le type de visite effectuée – notons d'ailleurs que le mot « visite » est ici remplacé par celui de « voyage », plus ludique – et s'inscrit dans un objectif de fidélisation du jeune public. En effet, au bout de trois « voyages », la famille peut bénéficier d'un tarif réduit sur un Pass duo+⁸⁶ et l'enfant reçoit un cadeau.

« Passeport de l'aventurier » du musée du Quai Branly (recto puis verso)



⁸⁶ Le Pass quai Branly Duo+ : 60€/an. Valable pour deux (l'adhérent et un invité de son choix). Ce pass est destiné aux familles avec des enfants de moins de 18 ans qui entrent gratuitement : <http://www.quai-branly.fr/fr/si-vous-etes/adherent/devenez-adherent/>



Nous avons également pris à l'accueil un livret-jeu intitulé « mon petit guide d'exploration » destiné au 7-12 ans, dans lequel nous avons trouvé un plan du musée et un texte associé à un jeu pour chacun des continents visités, pour nous accompagner dans notre visite individuelle du musée que nous avons effectuée avant la visite contée.

Ce support de médiation nous a aidés à guider nos enfants dans leur découverte de l'institution, des collections ou de l'exposition temporaire en cours. Ce livret « ludo-éducatif » ou « livret-jeu », est proposé gratuitement dans la plupart des musées d'art de grande importance. Il a tendance à se généraliser un peu partout, même en dehors des institutions muséales, car il symbolise l'expérience acquise pendant l'atelier et permet à l'enfant de partager cette expérience avec d'autres personnes une fois rentré chez lui. Les livrets pédagogiques se présentent à la manière d'une invitation à l'exploration, à l'observation et au voyage sensible, le tout de manière ludique.

Le plus souvent, la conception des livrets varie selon les âges en fonction de l'acquisition ou non de la lecture. Le livret-jeu répond à plusieurs objectifs. En s'adressant directement à l'enfant, il permet d'engager une démarche de séduction entre les deux partis concernés. Cette alternative à la visite guidée, se veut attractive et énigmatique, afin de procurer un minimum de plaisir à l'enfant que le musée souhaite faire revenir dans ses lieux. Appréhender les

subtilités des œuvres d'art exposées à la manière d'une palpitante chasse aux énigmes, tel est l'objectif principal de ce support d'accompagnement. Par conséquent, le livret-jeu (important outil de communication) doit pouvoir remplir la jauge de satisfaction de l'enfant après sa visite, et ainsi constituer un souvenir agréable et personnel émanant du musée comme énoncé précédemment mais aussi permettre à l'institution de se faire connaître dans la mesure où ce livret sera rapporté à la maison par l'enfant.

Ce livret a la particularité d'attribuer un rôle à l'enfant (enquêteur, détective, chercheurs, explorateurs, etc.). De plus, l'efficacité du support résulte en une attractivité de ses graphismes, ses couleurs, ses polices d'écriture (lisibles) ou encore ses images (le plan du musée est parfois fourni). L'introduction d'un personnage, dévoilé au début du livret, reste un moyen efficace pour délivrer des consignes de visite (rédigées en un court texte), afin que l'enfant fasse naturellement la transition entre l'extérieur et l'intérieur de l'espace d'exposition⁸⁷.

Ce type de livret développe aussi l'autonomie de l'enfant, qui se prête généralement au libre-jeu de la déambulation, se sentant valorisé et au même niveau d'apprentissage qu'un individu adulte. Heureusement, cette expérience individuelle se transforme bien souvent en un moment de partage familial, rassemblant l'ensemble de la famille autour du livret. L'activité intellectuelle est encouragée et nous avons pu constater que les enfants s'engagent alors inconsciemment dans une démarche d'appropriation du musée. À l'instar de la visite guidée, l'enfant est encouragé à observer, à appréhender un sujet et à stimuler un questionnement personnel.

2. La visite guidée : une expérience humaine

De par sa définition, la visite guidée effectuée en majorité par les médiateurs culturels ou les guides spécialisés, consiste en une méthode de transmission orale permettant aux visiteurs de découvrir, clarifier, confronter ou renforcer des connaissances. Elle s'adapte en fonction des publics (adultes, personnes âgées, enfants, handicapés...) et privilégie l'approche directe, stimulant ainsi l'intégration personnelle. Elle s'inscrit donc dans une perspective d'implication éducative et s'adresse généralement à des groupes variant entre dix et trente-cinq personnes

⁸⁷ Extrait de « Des livrets pour accompagner les enfants dans les musées » d'Audrey Van Dorpe et Lucie Scamps, décembre 2008 : <https://ocim.revues.org/313>

maximum. Sa durée varie entre une heure et une heure et demie selon les structures d'accueil. Il s'agit sans doute du type de médiation le plus populaire et la forme la plus ancienne d'intervention éducative. Les visiteurs profitent généralement de la présence du médiateur pour le questionner sur un point obscur ou un détail non compris.

Les visites guidées nécessitent la mobilisation d'un nombre suffisant de personnel, car il s'agit d'une médiation longue nécessitant un temps requis. Du point de vue de sa conception, le médiateur doit sélectionner à l'avance les œuvres susceptibles d'intéresser les enfants en fonction de leur âge.

D'ailleurs, de plus en plus de musées optent pour la visite thématique auprès des jeunes publics. Une fois ces points déterminés, le médiateur pourra répartir équitablement l'ensemble des commentaires qu'il souhaite livrer sur le sujet.

Édouard Claparède⁸⁸, médecin neurologue et psychologue suisse affirmait en 1931 que l'engagement actif ne se réfère pas uniquement à des comportements sensori-moteurs, mais également à des actions cognitives abstraites et guidées, dont l'intérêt résulte d'un besoin. Le deuxième principe mis en évidence par le groupe de chercheurs cités ci-dessus, propose de considérer l'attention de l'enfant, qui amplifie son activation cérébrale. **En effet, lorsque l'attention est concentrée vers l'élément à expérimenter, elle contribue à l'accélération de l'apprentissage.** Expérimenter l'art par le « faire » permet alors d'impliquer l'enfant de manière concrète dans sa rencontre avec l'œuvre. Le professionnel est à même de proposer une juste médiation qui abolit la distance entre l'art et le jeune visiteur. Dans cette optique, les musées d'art n'hésitent pas à renouveler l'offre culturelle et les types de médiations, afin d'amener les jeunes générations à fréquenter les institutions muséales.

L'ultime principe relève du fait que **la notion de plaisir accentue l'envie d'apprendre de l'enfant.** Les efforts cognitifs doivent être sollicités de manière plaisante. Lorsque l'enfant interrogé arrive à proposer une réponse correcte, l'expérience collective bascule paradoxalement dans l'expérimentation individuelle de l'art.

Car le sentiment de **réussite** ajouté de surcroît à celui d'être **apprécié**, conforte et récompense l'enfant dans son **individualité** ; un élément qui lui permet de **rendre positif son approche du musée.** Par conséquent, la **mémorisation** traitée de manière **active**, associée à un **langage adapté** aux âges de chacun, renforcent **l'envie d'apprentissage de l'enfant.**

⁸⁸ L'Éducation fonctionnelle (1931), réédition Fabert 2003 d'Édouard Claparède

Pour le médiateur, la visite guidée implique l'utilisation d'un **vocabulaire simple** compréhensible et mémorisable. Un minimum d'informations doit être délivré de manière claire et rigoureuse.

Claude Halmos, psychanalyste et spécialiste de l'enfance, nous explique dans son ouvrage « *Dis-moi pourquoi : Parler à hauteur d'enfant* », paru en 2012, que « parler aux enfants est une tâche d'une impressionnante complexité. Parce que leur parler vraiment, avoir avec eux un véritable dialogue implique de pouvoir les considérer comme des personnes sensées, respectables et capables de comprendre ce qu'on leur dit, sans pour autant les prendre pour des adultes⁸⁹ ».

Lors de notre visite en famille au Centre Pompidou (décrite dans les pages 63 à 68), nous avons pu voir à quel point la théorie ci-dessus rejoint la pratique : les enfants ont produit une « petite œuvre », fruit de leur imagination au cours de l'atelier et, accompagnés par le discours de la médiatrice, ils ont pu garder la trace de leur activité en se confrontant aux « vraies œuvres » (de Paul Klee en l'occurrence) dans le musée, et comprendre tout ou partie de leur signification.

3. La découverte de l'art au musée par le langage corporel

Pour cette sous-partie, n'ayant pu assister à une visite en famille aux Arts Décoratifs faute de programmation, nous allons parler de notre expérience de visite au Louvre, intéressante et singulière puisque la médiatrice a effectué une visite guidée en utilisant le langage du corps.

Les ateliers du musée du Louvre permettent de s'initier à des techniques artistiques, tout en découvrant les collections du musée. Différentes visites sont proposées pour le jeune public, dont « Le Louvre en corps » que j'ai pu effectuer avec mes deux filles dans le cadre d'une visite réservée aux familles en novembre 2016.

Lors des visites, les médiateurs ont souvent recours, dans un premier temps, à une méthode de présentation des œuvres assez classique, consistant en l'explication de quelques peintures, sculptures, choisies préalablement. Dans un second temps, ils interpellent puis interrogent les

⁸⁹ Claude Halmos, *Dis-moi pourquoi : Parler à hauteur d'enfant*, Paris, Fayard, 2012.

enfants afin de susciter leur intérêt face à ce qu'il leur est présenté. Un jeu de questions/réponses s'opère alors entre les deux partis.

À notre arrivée, la médiatrice formule la question suivante, à savoir quelles sont les règles dans un musée? Les enfants ont instantanément répondu qu'il ne fallait pas crier, ni courir. Dans ce cas, le jeune public prend conscience du caractère « sacré » de l'espace muséal.

La médiatrice commence par distribuer un support à dessin à chaque enfant et nous invite à la suivre dans le musée. Nous nous asseyons dans un coin afin qu'elle puisse expliquer aux enfants les règles à respecter puis elle leur montre sur le plan le trajet que nous allons effectuer. Elle distribue ensuite aux parents et aux enfants un dépliant sur lequel figurent les œuvres que nous allons découvrir (essentiellement des sculptures). La visite dure deux heures et elle est entièrement consacrée au musée, quelques temps de poses sont prévus pour laisser les enfants admirer et dessiner les œuvres, mais aucun temps n'est prévu pour un atelier. Elle varie ainsi le type de médiation, afin de démontrer, à juste titre, qu'un musée peut présenter bien d'autres facettes.

Nous démarrons la visite par la période Antique, avec l'observation de figurines allant de 2700 avant J.C jusqu'à 470 avant J.C. La médiatrice encourage les enfants à observer, à commenter et à dessiner ces figurines qui deviennent de plus en plus grande à mesure que nous traversons les différentes époques. Elle les incite également à prendre la pose à la manière d'Aphrodite ou d'Hercule lorsque nous avançons dans la visite. Les figurines se transforment peu à peu en de véritables sculptures à taille humaine.

Dans ce parcours, les enfants interprètent le langage du corps et certains sentiments ou émotions comme la surprise, la peur, l'amour (Vénus) et des attitudes comme le repos, la concentration ou la force (Hercule).

À la fin de la visite, elle nous remet des bustes et des corps à découper et à mélanger façon « cadavre exquis », de façon à ce que l'on puisse inventer en famille un personnage au drôle de corps une fois rentrés à la maison.

Cet exemple nous montre que l'art peut être abordé avec le corps tout entier. Les postures adoptées par les personnages présents dans les sculptures sont reprises et imitées par les enfants. Par ce biais, l'art et l'espace muséal sont expérimentés. À la manière d'un travail

chorégraphique, le corps écrit tel un pinceau sur une toile vierge. Les corps se dessinent et se construisent librement, créant un langage artistique et personnel. Les œuvres s'approprient d'abord par le lieu. La sensibilité du corps permet de questionner l'espace et de jouer avec lui.

De plus, la notion d'échelle peut être considérée dans ce type d'exercice. L'enfant peut comparer la dimension des œuvres et des personnages par rapport à la taille de son propre corps. Qui sommes-nous par rapport à l'œuvre ? Quel est le statut de l'un et de l'autre ? Par exemple, le jeune visiteur peut prendre conscience de l'aspect bidimensionnel d'une peinture et de l'espace réel tridimensionnel dans lequel il évolue. Cette distinction met en évidence les notions de statisme et de mouvement. Cette expérience de l'art proposée par le musée du Louvre permet au jeune public de s'approprier les œuvres d'art par la prise de conscience d'un espace plastique, mettant à contribution l'ensemble du corps et des sens. Le regard est dirigé, les mouvements sont concentrés, le ressenti ne peut être que total.

En conclusion, les dispositifs de médiations mis en œuvre par les trois musées étudiés – le Quai Branly, le Centre Pompidou et le Louvre – restent assez classiques dans la mesure où la visite libre et la visite guidée existent depuis longtemps. C'est plutôt au niveau des supports de communication tels que les livrets-jeux (que les enfants réclament souvent eux-mêmes dès leur arrivée au musée) que l'innovation se situe : personnages, énigmes, graphismes, etc. présentent un aspect de plus en plus ludique. C'est aussi au niveau du discours porté par le médiateur et donc par la formation qu'il a reçue, que l'enjeu se situe.

En effet, la reconnaissance du métier de médiateur culturel dans les musées, si elle paraît aujourd'hui acquise et stabilisée, résulte en effet d'une longue lutte de la part des acteurs concernés, qui ne se reconnaissaient ni dans la fonction de guide-conférencier, ni dans les métiers de la communication et du marketing. Le Centre national de la fonction publique territoriale⁹⁰ suit l'évolution de ces fonctions désormais intégrées dans la filière culturelle territoriale.

Parallèlement, l'association nationale « Médiation culturelle », qui regroupe des médiateurs essentiellement dans le champ des musées, du patrimoine et de l'art contemporain, produit des données qui montrent que cette intégration reste partielle et que les emplois sont encore précaires et mal rémunérés. Dans les musées, le recrutement de médiateurs culturels sur des

⁹⁰ Le centre national de la fonction publique territoriale est un établissement public français à caractère administratif qui intervient dans la gestion de la fonction publique territoriale.

contrats à temps partiel fait reposer la médiation sur des personnes qui ont souvent une relation personnelle forte aux œuvres d'art, soit par une formation en histoire de l'art, soit par une activité artistique personnelle, parfois les deux à la fois⁹¹.

Pour pouvoir s'adresser au jeune public d'aujourd'hui, le médiateur culturel doit continuer à se former pour faire en sorte que l'enfant devienne acteur de sa visite. Il doit l'impliquer dans un processus de créativité, par le biais d'activités orales et/ou manuelles.

Le statut des médiateurs est aussi varié que leurs missions : ils peuvent occuper un poste de salarié ayant le statut d'intermittent du spectacle dans le secteur public aussi bien que celui de salarié pour une entreprise ou une association. Au sein des deux musées interrogés, le Centre Pompidou et le musée des arts Décoratifs, ils sont employés en CDI par les musées (par le biais d'un contrat spécifique) et complètent bien souvent leurs revenus par une autre activité.

Dans notre troisième et dernière partie, nous verrons quelles sont les tendances qui se dessinent pour les médiations à destination du jeune public de demain. Pour cela, nous étudierons trois dispositifs de médiation issus de l'entrepreneuriat culturel que nous confronterons à l'étude de trois concepts de médiation émergents du secteur muséal.

Enfin, nous concluons notre propos en nous demandant si d'éventuelles synergies entre ces différents acteurs pourraient ouvrir la voie à de nouvelles formes de médiation.

⁹¹ Extrait « du service éducatif au service culturel dans les musées, Marie-Christine BORDEAUX, bbf, 2013

PARTIE III :

Vers de nouvelles formes de médiations pour l'enfant d'aujourd'hui et de demain

III. VERS DE NOUVELLES FORMES DE MEDIATIONS POUR L'ENFANT D'AUJOURD'HUI ET DE DEMAIN

À ce jour, les industries culturelles et créatives (ICC), situées à la frontière des champs de l'économie et de la culture, sont considérées comme un moteur de l'économie de la connaissance. L'offre culturelle des musées en fait partie, mais aussi plus récemment, l'offre de petites entreprises et de start-up qui pourraient venir modifier le paysage culturel et artistique. En effet, une des caractéristiques des industries créatives est leur adaptabilité aux changements et leur capacité à intégrer en permanence de nouvelles technologies. Comme évoqué dans notre première partie, le contexte actuel crée des opportunités pour les entreprises, notamment les PME. En effet, la diffusion de ces technologies peut permettre à de petites structures indépendantes ou à des entrepreneurs culturels d'accéder au secteur plus aisément et ainsi contribuer à renforcer la diversité culturelle.

Ainsi, dans cette partie nous présenterons deux modèles d'entrepreneuriat culturel, pour ensuite détailler trois concepts de médiation émergents dans les musées. Enfin, nous concluons sur les synergies possibles entre musées, institutions et entreprises privées qui participeraient au renouvellement des médiations à destination du jeune public.

A. Présentation de deux modèles d'entrepreneuriat culturel

1. Découvrir l'art hors les murs : l'exemple des galeries d'art

À propos des galeries d'art⁹² :

« Il y a une quarantaine d'années, on montrait les œuvres à la suite, sans une réelle mise en scène, aujourd'hui au contraire on insiste sur le parcours et le propos de l'artiste. Le musée possède une vocation éducative tandis que celle de la galerie est plus commerciale. Si le musée apporte la connaissance de l'art à un public plus vaste, une galerie a pour principal but de faire connaître un artiste. Elle assumait auparavant, au-delà de son activité

⁹² Michel Ragon, écrivain français et critique d'art disait, à propos des galeries d'art

commerciale nécessaire, de partager un regard, une émotion et jouait son rôle de passeur auprès du public⁹³ ».

Michel Ragon

Aujourd'hui de nombreuses entreprises proposent des « balades urbaines » afin de faire découvrir aux enfants l'art autrement, en dehors des murs des musées, le plus souvent à destination des publics familiaux ou des enfants seuls.

Dans le cadre de mon expérience chez Little io, nous avons organisé un parcours de visite dans certaines galeries d'art du 7^{ème} arrondissement de Paris afin de faire découvrir l'art par le « toucher » aux enfants de 7 à 12 ans. L'objectif était aussi de leur faire vivre une expérience insolite et privilégiée et de les initier au plaisir d'une visite en galerie. Une occasion pour eux d'être en contact avec des œuvres, d'échanger directement avec certains artistes et d'appréhender la dimension marchande de l'art qui n'est jamais abordée dans les musées, puisque ce n'est pas leur rôle.

Ce parcours jeune public s'inscrivait dans le cadre de la soirée de Noël du Carré Rive Gauche⁹⁴ et de la campagne de financement participatif lancée par son fonds de dotation sur la plateforme Dartagnans, visant à financer l'éclairage de la chapelle Saint-Louis de l'église Saint-Thomas d'Aquin.

Voici, en détails, le parcours effectué : rencontre avec l'artiste Antoine de Castellane autour de ses œuvres à la 1831 Art Gallery ; puis découverte d'une sculpture antique inspirée de l'une des sept Merveilles du monde à la galerie Chenel ; échanges autour d'un tableau des amours de Mars et Vénus à la galerie Jacques Leegenhoek ; découverte de la porcelaine en majolique avec un plat représentant une scène mythologique de la belle Hélène à la galerie JM Béalu & Fils ; aperçu d'un fragment de sarcophage égyptien à la galerie Alexandre Piatti ; d'un paravent japonais représentant des jeux d'enfants au pays du Soleil Levant à la galerie Tiago ; réflexions autour du cadre, en compagnie d'une doreuse, à la galerie des Modernes et enfin voyage autour de la photographie entre grands espaces et Gaudí, à la galerie Hegoa.

Un groupe de huit enfants a participé à cette soirée. La rencontre avec l'artiste peintre Antoine de Castellane a beaucoup impressionné les enfants qui ont pu échanger librement avec lui au

⁹³ Extrait du dossier « les musées et leurs publics, publié par la Fédération Française des Amis de Musées, octobre 2013.

⁹⁴ Association créée en 1977 qui regroupe plus d'une centaine de galeries d'art présentes dans les 6^e et 7^e arrondissements de Paris

sujet des personnages représentés, des couleurs utilisées et de la notion de perspective. Le tableau de Mars et Vénus à la galerie Leegenhoek et la porcelaine en majolique à la galerie Béalu ont permis aux enfants d'évoquer des scènes mythologiques qui leur étaient familières, de parler des attributs et de la lumière dans un tableau. Au cours de notre visite dans la galerie Chenel qui présente des statues antiques à taille humaine, un des enfants nous a demandé si «la sculpture en marbre était une véritable personne et pourquoi l'homme (Hercule) était nu». La notion d'acquisition d'une œuvre a aussi été abordée à cette occasion afin qu'ils puissent comprendre ce qu'est un collectionneur.

La visite la plus marquante pour eux fut celle de la galerie des Modernes qui fabrique de magnifiques cadres pour sublimer les tableaux présentés dans les musées. Une doreuse leur a présenté son métier en quelques mots et leur a fait manipuler des feuilles d'or très fines. Ils devaient déposer sur le cadre ces feuilles d'or afin d'entamer le processus de dorure. Par la pratique, l'enfant met à contribution ses mains, ses mouvements et ses déplacements, entraînant son corps tout entier dans la découverte. Le toucher, les odeurs, les sons, les activités manuelles créent alors une interactivité qui déclenche le plaisir du corps et de l'esprit.

Parcours de visite à travers les galeries du Carré Rive Gauche le 1^{er} décembre 2016



En conclusion, il est intéressant de constater avec quelle conviction ce jeune public aborde les œuvres d'art. L'imaginaire reste une phase déterminante dans son développement. Ce territoire intime, propre à chaque individu, éloigne pour un temps l'enfant des contraintes

liées à la réalité, au moment présent. Par le biais de ce parcours de visite, les enfants ont ainsi pu découvrir que l'art peut être présent en dehors du musée et que certaines œuvres peuvent s'acheter et que l'on peut même les collectionner, ce qui permet de développer un rapport à l'art différent de celui présent dans les musées.

Dans notre troisième sous-partie, nous allons voir une dimension de « l'art connecté » avec l'entreprise Guideez qui propose des applications pour faire découvrir l'art et la culture aux enfants.

2. Guideez : la médiation culturelle 3.0

« Guideez, c'est l'assurance de balades en famille 100 % réussies⁹⁵ ». La promesse a de quoi séduire les parents réticents à l'idée d'emmener leurs jeunes enfants au musée ou en visite touristique. Cette application mobile a été spécialement conçue pour les enfants de 5 à 12 ans. Elle leur permet de préparer leur visite, puis elle les accompagne durant tout le parcours avec des jeux, des défis et des informations adaptés à leur âge, et enfin, elle prolonge l'expérience en proposant des activités post-visite (recette de cuisine, carte postale personnalisée, etc.)

Guideez a été conçu par My Appy Tours, une société de communication et de médiation culturelle créée en 2014 par Hélène Jaffrelot. « Nous aidons les sites touristiques à développer leur notoriété et leur attractivité », explique-t-elle en citant, pour montrer la diversité des sites concernés, les quatre premiers clients de l'appli Guideez : l'aquarium de Vannes, la collégiale Saint-Martin d'Angers, le voyage à Nantes et le parc zoologique Natural Parc. « Il nous manque encore un musée et un site industriel pour faire le tour de toutes les options possibles. Mais cela ne saurait tarder ! ».

« L'offre développée par My Appy Tours est techniquement innovante. Elle est accompagnée par Atlanpole et le Cluster Quartier de la Création, dans le cadre de la Creative Factory » commente Vincent Mellouet, chargé de mission au sein d'Initiative Nantes. De plus, le service que propose Hélène Jaffrelot a peu de concurrence directe. **Sur les 314 applications mobiles culturelles, muséales et patrimoniales recensées par le Club Innovation et Culture France, seules cinq applications figurent dans la catégorie Jeunesse.** Elle

⁹⁵ Extrait du site Internet : <http://www.initiativeremarquable.com/my-appy-tours>

s'appuie, par ailleurs sur l'expérience de ses clients pour développer et améliorer son application.

Les valeurs que défend la créatrice font partie intégrante de son projet : la culture et l'éducation pour tous, la valorisation de toutes les formes de patrimoine et le développement de son territoire.

Hélène Jaffrelot et ses associés ont pour ambition de « donner la possibilité à tous les enfants de comprendre le monde qui les entoure », ce qui peut devenir une préoccupation internationale. Des projets collaboratifs seront également mis en œuvre pour impliquer l'ensemble des parties prenantes de l'environnement culturel de l'enfant, afin d'améliorer continuellement le service.

Ces valeurs lui ont permis d'obtenir un prêt d'honneur Initiative de 25 000 €, en plus des 23000 € de prêt octroyé par Initiative Nantes.

Un soutien bienvenu pour une activité « qui requiert une mise de départ importante », commente Hélène Jaffrelot. La jeune entrepreneuse a investi plus de 200 000 € dans le développement de son offre et créé trois emplois. « Elle s'est entourée de collaborateurs qui partagent ses valeurs », apprécie Vincent Mellouet. De quoi assurer la pérennité de cette entreprise qui devrait créer trois autres emplois dans les deux ans à venir. Surtout si elle parvient à lever les 300 000 € qui lui permettront de booster son développement technologique et de commercialiser son offre à une échelle européenne.

Si l'on regarde de plus près l'offre d'applications proposées par Guideez, celles-ci prennent en compte les trois temps de la visite : la préparation, la visite elle-même et l'après visite, c'est-à-dire le souvenir que l'enfant emportera chez lui. Au lieu d'être une « petite œuvre artistique », ce souvenir 3.0 sera plutôt des photos du lieu et des selfies qui seront transformés en carte postale ou en carnet de voyage grâce à l'application.

Par exemple, voici le descriptif de la visite proposée par Guideez au Château de Blois (41) :
*« Ton appli Guideez au Château Royal de Blois : suis le guide ! **Muni d'une tablette ou d'un smartphone**, amuse-toi à revivre l'histoire du Château Royal de Blois ! Tu es prêt pour la vie de château ? En avant pour l'heure d'exploration du Château Royal de Blois ! Tu vas tout savoir sur l'histoire de ce lieu et la vie de ses anciens occupants ! Laisse-toi guider à travers les pièces et suis les indications de ton petit guide pour découvrir le lieu et trouver ton*

chemin. D'ailleurs, quel personnage choisiras-tu pour t'accompagner dans cette nouvelle aventure ? ».

« Ta mission au Château Royal de Blois :

1/ Trouve ton chemin et reconstitue l'histoire du château !

2/ Valide les 12 étapes de ton parcours.

Pour y arriver, ouvre l'œil et ne va pas trop vite : tu pourrais passer à côté de précieux détails ! Une surprise t'attend à la fin de la visite.

Tout au long de ta visite, tu vas devoir être malin et résoudre plusieurs énigmes : cherche et trouve, cadavre exquis, relie, code secret, crée ta vidéo ... Alors, prêt pour l'aventure ?

3/ Prends des photos !

Tu vas voir, chacune des pièces a un décor particulier alors n'hésite pas à les photographier ! Et fais des selfies ! Tu peux les personnaliser avec des accessoires amusants ! Après ta visite, connecte-toi à ton compte Guideez pour retrouver tes clichés. Crée ton carnet de voyage et transforme tes photos en cartes postales ! »

En 1994, Evelyne Lehalle docteure en histoire et membre de l'ICOM a défini l'accueil dans les musées comme une « notion large dans le temps (**avant, après, pendant la visite**) et dans l'espace (ne pouvant se réduire au seul hall d'arrivée des visiteurs ou à une billetterie et un vestiaire)⁹⁶ ». Aujourd'hui, **le multimédia a pris place dans ces trois temps**. Dans la plupart des musées, le phénomène de jonglage entre l'œuvre et le cartel semble bel et bien révolu. Les institutions muséales proposent désormais d'appréhender l'art au travers des innovations liées au développement des nouvelles technologies.

Cette définition des trois temps n'est pas seulement valable pour les musées, elle l'est aussi pour les entreprises. Cette notion est parfaitement illustrée par l'exemple de Guideez qui s'appuie désormais sur les nouvelles technologies, la possibilité de télécharger un contenu sur un téléphone portable pour installer le jeune public au cœur de sa visite, le plaçant ainsi dans une démarche d'acteur connecté. Guideez bénéficie également du fait que, pour l'instant, peu

⁹⁶ Extrait de l'ouvrage « L'accueil dans les musées » d'Evelyne Lehalle

d'acteurs ce sont positionnés sur ce segment d'applications pour le jeune public, mais on peut penser que ce ne sera pas éternellement le cas !

Dans notre deuxième sous-partie, nous verrons quels dispositifs les musées mettent en œuvre pour attirer ce jeune public.

B. Présentation de trois concepts émergents du secteur muséal

Dans un écosystème où la conquête de nouveaux publics représente un enjeu crucial, l'objectif de cette partie sera de montrer dans quelle mesure la redéfinition des rôles de chacun peut avoir un impact sur le renouvellement de l'offre et des dispositifs de médiations traditionnels à destination du jeune public.

1. Le Yog'art au Centre Pompidou

Depuis novembre 2016, le Centre Pompidou organise l'événement Yog'art ou Arty Yoga⁹⁷ quatre fois par an. Il s'agit de proposer aux familles de venir avec leurs enfants pour participer à une séance de yoga qui sera suivie par une visite des collections du musée.

Nous avons évoqué cette nouvelle médiation au cours de mon entretien avec Fanny Serain. Cette initiative marque une collaboration entre acteurs publics et privés avec le magazine Paris Mômes et Yogamini, centre de formation au yoga.

Voici comment cet événement est présenté sur le site Internet du Centre Pompidou: « *une à chaque nouvelle saison, histoire de négocier les changements sans stress. Comme lors des précédentes, le Centre Pompidou ouvrira une heure avant l'horaire habituel, rien que pour vous. Venez en famille et en tenue cool (mais n'oubliez pas la petite laine pour la relaxation finale !). Nature & Découvertes fournit les tapis, mais si vous avez le vôtre n'hésitez pas à l'emporter. C'est Ulrika Dézé, de Yogamini, qui conduit la séance. Avec elle, une seule consigne : chacun selon sa mesure, l'essentiel, c'est de partager un moment de découverte, de détente et de bien-être, de se faire du bien. L'idéal pour enchaîner avec la visite guidée dans*

⁹⁷ <http://www.parismomes.fr/guide-des-sorties/8-82-1937/evenement/art-yoga-parents-enfants>

les collections, offerte avec la séance. Attention, vous ne serez pas seuls sur le coup, réservez ! »

Et les informations pratiques :

Yog'art, le yoga du Centre Pompidou - À partir de 5 ans, en famille

Forum, Musée - Niveau 5 - Centre Pompidou, Paris

Adulte 10€ / TR 8€ / Enfant 8€.

L'organisateur est le Service de l'action éducative et de la programmation publics jeunes

En partenariat avec Paris Mômes, Yogamini et Nature & Découvertes.

Qui est Yogamini⁹⁸ ?

C'est un centre de yoga qui propose un programme ludique, créatif et pédagogique pour les enfants, les adolescents et les parents. Chaque atelier est construit autour d'un thème. Il alterne des postures dynamiques et apaisantes, des jeux de groupe, des moments de méditation. Chaque séance se termine par une histoire relaxante, une invitation à la détente et à l'éveil de l'imaginaire. Les cours sont dispensés en milieux scolaires et extrascolaires (studios, musées, hôpitaux). Yogamini propose aussi des séminaires destinés aux professeurs de yoga, aux professionnels de l'enfance et de santé ainsi qu'aux parents. Yogamini intervient au centre Pompidou mais aussi au musée Guimet et au musée du Louvre.

Ce partenariat met en lumière plusieurs éléments intéressants pour notre sujet :

- Il s'agit d'un partenariat tri, voire quadripartite : le Centre Pompidou ; Paris Mômes, le magazine de référence de sorties culturelles pour enfants; Yogamini, centre de yoga privé et Nature & Découvertes, marque qui a construit sa notoriété grâce aux produits naturels, et qui fournit les tapis. Le premier fournit le lieu, le deuxième assure la promotion de l'activité, le troisième apporte ses compétences et le dernier fournit le matériel nécessaire à la pratique de l'activité.
- Le positionnement, avec la récurrente d'un champ lexical autour du bien-être, le tout en famille : « découverte, détente, se faire du bien » ressemble plutôt à ce qui est d'ordinaire réservé à la sphère privée. De plus, l'activité en elle-même – le yoga – très

⁹⁸ www.yogamini.fr

à la mode, démontre une volonté du Centre de se renouveler pour attirer un nouveau public familial.

- L'objectif: faire venir un public qui ne vient pas habituellement au Centre Pompidou. Le choix des termes utilisés, d'un registre plutôt familial, « tenue cool », « histoire de négociier », « vous ne serez pas seuls sur le coup », cherchent à séduire un public familial qui n'aurait pas franchit les portes du musée sans cette activité.

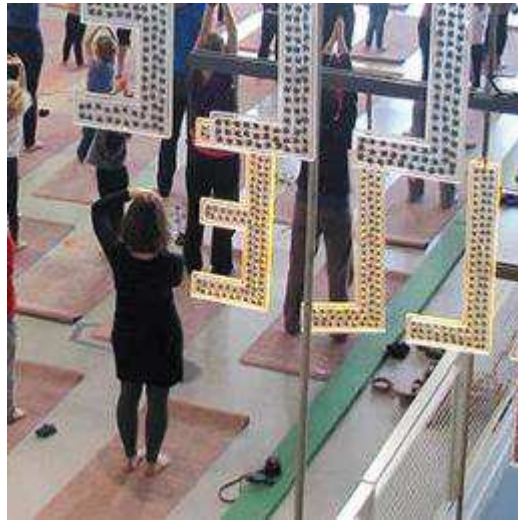
Avec ce partenariat, le Centre Pompidou va sur le terrain de la « concernation » dont parlait Fanny Serain en entretien, c'est-à-dire qu'il propose des activités qui viennent chercher les gens sur leurs centres d'intérêts. On est à la frontière entre le loisir et la culture. Mais comme la séance de yoga est suivie d'une visite au musée, les deux sont habilement conjugués. D'une certaine façon, le Centre Pompidou s'inspire d'une activité à la mode, d'ordinaire réservée au secteur privé et propose une nouvelle forme de médiation à destination du jeune public.

En ces temps de crise, les institutions muséales essaient sans cesse de développer de nouvelles offres, afin de fidéliser de nouveaux visiteurs. D'une certaine façon, le Centre Pompidou propose des pratiques commerciales comparables à celles mises en place dans les espaces de loisirs.

Pour l'occasion, c'est l'enfant qui est au centre du musée et non les œuvres. Nous pouvons considérer cette pratique comme s'apparentant à une diversification des modes de médiation s'inscrivant dans une volonté d'attirer les publics, à condition que l'on souligne cette approche partielle de l'œuvre, semblable à un phénomène de vulgarisation, complètement assumée par les structures concernées. Pour considérer cette pratique comme une médiation jeune public, le Centre Pompidou insiste sur le fait que ce cours de yoga sera suivi d'une visite dans les collections du musée.

Mais cette nouvelle appréhension du musée ne contribue-t-elle pas à décrédibiliser la médiation culturelle et le rôle du médiateur ? Compte tenu des interprétations proposées ci-dessus, il apparaît que l'institution muséale se place dans un constant renouvellement de ses propositions de médiation, dans l'optique de séduire de nouveaux jeunes publics, de plus en plus exigeants et « d'aller chercher les publics sur leurs centres d'intérêt ». Aujourd'hui, l'art peut s'entrevoir autrement, par le biais de moyens modernes rassurants, perçus comme des points de repères fondés autour d'une culture familière.

Séance de Yog'Art au Centre Pompidou, le 20 novembre 2016



Nous allons voir, dans notre deuxième sous-partie, que le musée de Lille rejoint le Centre Pompidou sur ce terrain en proposant une médiation qui se situe à la frontière entre le divertissement et la culture et qui va permettre au jeune public de découvrir l'art autrement.

2. L'Open Museum au Musée de Lille

Au Palais des beaux-arts de Lille, le directeur Bruno Girveau mise en effet sur la culture populaire pour réveiller ses galeries permanentes.

Sous le mot d'ordre d'« Open Museum », il a invité en 2014 le groupe de musique électro Air à composer une bande originale pour sonoriser ses salles, attirant ainsi un public jeune.

En 2015, une centaine de copies d'œuvres anciennes où se glissait une facétieuse tête de Donald ont été mêlées aux collections permanentes par le collectif allemand interDuck.

Bilan : 71 % de visiteurs venus au musée pour la première fois.

Mais faut-il aller jusqu'à parodier ses propres œuvres pour doper la fréquentation ? « **Je revendique le fait d'aller chercher un nouveau public à partir de choses qu'il connaît, pour l'amener ensuite vers l'histoire de l'art** », se défend ce conservateur, qui avait exposé il y a dix ans Walt Disney au Grand Palais.

En 2016, le Palais des beaux-arts de Lille a donné carte blanche au dessinateur Zep, le papa de Titeuf, héros de la littérature jeunesse, qui a attiré 150 000 visiteurs et, en mars 2017, l'invité était le chef Alain Passard.

Le musée va aussi métamorphoser son atrium central en juin prochain pour en faire un lieu d'échange et de vie accessible gratuitement, avec un café, des livres et journaux à disposition, une connexion Internet, des animations et débats réguliers proposés par des conservateurs, des artistes, et même – pourquoi pas ? – des cours de yoga...⁹⁹

Nous savons qu'un enfant mémorise mieux un sujet lorsque celui-ci est abordé en musique, mais l'objectif ici est sans doute moins pédagogique qu'économique. Le musée se doit désormais de trouver de nouveaux dispositifs de médiation pour attirer les familles et, avec elles, leurs enfants.

Dans notre dernière sous-partie, nous porterons un regard sur des médiations inédites à destination des jeunes publiques mises en place par le Musée de la civilisation à Québec et le musée national des Beaux-arts du Québec situé à Montréal.

3. Regard international sur des dispositifs de médiation insolites

Dans un article datant du 17 décembre 2016 intitulé « *Penser le musée à hauteur d'enfant*¹⁰⁰ », Louise-Maude Rioux Soucy, journaliste au Quoditien (journal indépendant au Québec), met en avant des dispositifs de médiation innovants outre-Atlantique.

Regardons cela de plus près.

Le sous-titre de son article est « *Quand l'enchantement, le plaisir et le jeu font la vie dure à la tradition muséal* » dans lequel elle nous parle du Musée de la civilisation à Québec qui depuis plus d'un quart de siècle, rivalise d'inventivité pour « accrocher » le jeune public. Ici, l'enfant et l'adolescent sont des visiteurs à part entière. Et ça se sent à travers une foule de détails pensés expressément pour eux. « *Le public jeune mérite qu'on déploie les mêmes efforts que ceux déployés pour le public adulte* », affirme Josée Laurence, directrice de l'action culturelle

⁹⁹ Extrait du journal La Croix Sabine Gignoux, le 02/03/2017 : <http://www.la-croix.com/Culture/Expositions/Les-musees-reinventent-pour-attirer-nouveaux-publics-2017-03-02-1200828725>

¹⁰⁰ Article extrait du site Internet suivant : <http://www.ledevoir.com/culture/arts-visuels/487239/penser-le-musee-a-hauteur-d-enfant>

et éducative au musée. Pour cela, elle peut compter sur des chargés de projets éducatifs et culturels dont l'une des compétences particulières est justement d'être à jour sur le développement et la psychologie de l'enfant. « *Nous voulons parler à son intelligence et à sa sensibilité en créant des liens avec lui, sur son terrain, avec les moyens de compréhension qui lui sont propres* ».

Plus précisément, dans l'espace « **Observer** » du **Musée de la civilisation**, Jonathan Plante, scénographe, a créé une **ville en trompe-l'œil** qu'il fait bon d'explorer en gang. Voir s'allumer Cassiopée dans la voûte étoilée, allongé sur une butte gazonnée. Décoder le langage corporel des chiens en fabriquant une bande dessinée interactive. Plonger dans le formidable capharnaüm de l'artiste Claudie Gagnon, ludique et inquiétant avec son oreille en cage, ses animaux empaillés et ses mille et une collections enchantées.

Le musée mélange volontairement les publics et reçoit 160 000 jeunes en ses murs chaque année. C'est pourtant une des clés majeures de leur intégration, estime Josée Laurence. « *On cherche toujours à avoir des espaces dédiés à la jeunesse. Mais, et c'est particulier par rapport aux autres musées, nous insistons aussi pour développer des espaces jeunes à l'intérieur des expositions dédiées de prime abord à un public adulte* ». Cette démarche va plus loin qu'une vignette adaptée ou un accrochage à hauteur d'enfant, comme le croient encore beaucoup d'établissements. « *Par exemple, avec l'exposition ONF, on avait placé au cœur de l'expo un espace où les jeunes pouvaient tester la technique du stop-motion. Dans une exposition sur la musique, on avait intégré un espace qui permettait de s'approprier les notions véhiculées dans l'expo, mais dans un langage adapté et interactif, avec un guide animateur qui facilitait l'apprentissage, tout ça dans l'esprit de susciter l'enchantement, le plaisir, le jeu. Au musée, il y a des objets et des connaissances d'un côté et, de l'autre, il y a des publics. Notre travail est de créer les liens les plus efficaces possible pour les relier* », explique Mme Laurence. *De plus en plus, on pense également ces ponts-là à l'inverse, c'est-à-dire qu'on essaie de faire en sorte que les publics puissent aussi intervenir sur les contenus* ».

Cette médiation peut se faire de **façon autonome** par des objets exposés, des objets à manipuler, mais aussi par des **guides animateurs, des parents, des professeurs ou des accompagnateurs** que le musée outille de diverses manières. Quitte même à sortir du musée pour mieux y rentrer, précise-t-elle. « *On fait souvent affaire avec des artistes, des*

philosophes, des scientifiques. Ils viennent nourrir nos réflexions, ouvrir des fenêtres. Cela nous permet d'être plus précis et plus efficaces dans notre offre pour rejoindre les publics dans les zones émotives qui sont les leurs ».

S'il y a des frontières à franchir, **faut-il comprendre qu'il y a aussi des limites à respecter pour préserver les yeux et les idées chastes des petits** ? Pas plus qu'avec les autres publics, répond sans hésiter Mme Laurence. « *Ça fait des années qu'on se demande si on va aborder la mort au musée. On ne l'a pas fait encore. Mais le jour où on le fera, je suis persuadée qu'on pourra le faire aussi bien avec le public adulte qu'avec le public enfant. Tout va dépendre de la manière de l'aborder ».*

Sur la photo ci-dessous, voici ce que les enfants ont pu expérimenter :

Le Musée de la civilisation à Québec en 2016



Dans cet article, la journaliste précise que l'approche n'est pas unique. « Elle a fait des petits un peu partout dans le monde. Le mois dernier, le Musée national des beaux-arts du Québec ouvrait sa galerie famille aux délicats cabinets de curiosités de l'artiste Vicky Sabourin¹⁰¹. Son diorama, palpitant de vie, est un véritable exemple à suivre ». Le diorama est un système de présentation par mise en situation ou mise en scène d'un modèle d'exposition (un

¹⁰¹ Extrait du site Internet du Musée national des beaux-arts du Québec : <https://www.mnbaq.org/exposition/les-curiosites-1248>

personnage historique, fictif, un animal disparu ou encore vivant à notre ère...), le faisant apparaître dans son environnement habituel. C'est un mode de reconstitution d'une scène (historique, naturaliste, géologique... voire religieuse) en volume (au moins pour le sujet principal placé au centre de la scène).

Cette exposition de cabinets de curiosités s'adresse à la famille et plus particulièrement à celle ayant des **enfants d'âge scolaire, soit de 6 ans et plus**.

L'univers artistique de Vicky Sabourin évolue autour de l'histoire naturelle, des artefacts, des cabinets de curiosités. Elle propose dans la Galerie famille une **exposition immersive**, qui combine les vitrines, les cabinets, et initie les enfants au diorama, leur permettant **de se mettre en scène et de jouer dans l'installation**. Une **ambiance nocturne** donne l'impression aux enfants de visiter une forêt la nuit et d'entrer dans l'univers de l'artiste apparenté aux contes de Grimm.

Un arbre géant se dresse au cœur de l'installation, pour recréer **l'univers mystérieux** de la forêt boréale. Au pied de l'arbre juché sur un socle, un monticule de terre, recouvert de champignons, de souris et d'éléments naturels en céramique – créés spécialement par Vicky Sabourin – vient compléter cette zone imposante. Dans le socle, comme dans un terrier, un renard se cache... L'arbre diffuse des sons de la forêt. **On entend le vent, des craquements et des bruits de petites bêtes**. Tout autour de l'arbre, des buches et des coussins permettent aux visiteurs de profiter d'une sélection de **livres de contes**, tous avec des histoires fascinantes qui se déroulent dans les bois.

À la manière d'un petit musée d'histoire naturelle, les enfants pourront observer des éléments créés et fabriqués par l'artiste, présentés sous **vitrine**. **Véritables cabinets de curiosités**, où souris, lièvres, renard, crottes dorées, œufs d'oiseaux, champignons et autres éléments intrigants viennent piquer la curiosité des petits comme des grands. Ces derniers peuvent même **changer de perspective**, en rampant sous l'une des vitrines, afin de regarder par-dessous, tout ce qui est exposé. Pour accéder aux vitrines, comme si les enfants entraient dans un terrier, ils **devront suivre les traces** des petits animaux au sol. Disposées aux quatre coins de la Galerie Famille, afin d'agrémenter **le plaisir de la découverte**, des souris en peluche pourront être **manipulées** par les enfants. Dans cette zone de l'exposition, les enfants pourront aussi prendre le temps de dessiner des petites bêtes et des personnages d'histoires fabuleuses, installés à la table à dessiner aménagée spécialement pour eux.

Inspirée par la comptine « *Promenons-nous dans les bois* », l'artiste a voulu, dans un diorama imposant, présenter une grande reproduction de paysage forestier dans lequel les enfants peuvent **entrer et prendre la pose**. Le paysage s'anime grâce aux enfants qui ont à leur disposition des **costumes** de loup, de souris, de renard, de lièvre et de chaperon. Ils créent ainsi un véritable tableau vivant. **Les multiples photos prises pourront être partagées sur les réseaux sociaux**, afin d'immortaliser ce moment heureux passé dans la nouvelle exposition du Musée national des beaux-arts du Québec (MNBAQ).

Au MNBAQ, les curiosités de Vicky Sabourin suscitent un pur éblouissement chez les petits comme chez les grands



Dans nos deux exemples, le Musée des civilisations à Québec et le Musée national des Beaux-arts du Québec, il s'agit d'œuvres à expérimenter et à vivre dans le but de se délecter d'autres supports : voir et écouter. L'enfant n'évolue pas seul dans la structure. Il est accompagné soit par une médiatrice spécialisée jeunes publics soit par ses parents.

Ici, le rôle du professionnel ou de l'accompagnateur n'est plus de guider l'enfant dans son approche du musée, mais de le laisser vivre pleinement son expérience. Mis à part les quelques consignes obligatoires applicables dès son entrée dans l'espace d'exposition, un

minimum d'encadrement et d'accompagnement est admis lors de la découverte des œuvres par les enfants. Dans un musée plus traditionnel, une médiation écrite ou orale est indispensable afin d'accompagner les publics dans leur compréhension de l'œuvre ou d'un concept artistique. Dans cet espace, l'accent est mis sur l'expérience individuelle de chacun.

Ces deux musées conjuguent habilement toutes les pratiques créatives évoquées dans cette étude pour permettre à l'enfant de vivre une expérience inédite par l'exploration, la pratique et l'imagination. La visite au musée n'est plus seulement un moment inédit pendant la visite mais elle se prépare avant et se prolonge après par le biais de médiations innovantes.

En conclusion de cette troisième partie, nous voyons qu'aujourd'hui, la question des publics reste une préoccupation centrale pour des institutions muséales. Le jeune public représente une part importante de la fréquentation, par conséquent il semble nécessaire de développer des dispositifs de médiation permettant de séduire et d'attirer de nouveaux jeunes visiteurs, en créant une médiation familière, interactive, ludique et au goût du jour.

Enfin, la question du numérique, reste un enjeu majeur.

Tous les secteurs ont aujourd'hui recours aux contenus et services numériques et les différents acteurs sont plus interconnectés que jamais. Le **numérique** a fortement impacté les musées. La plupart des musées ont intégré ces dispositifs, d'autres sont en pleine mutation et peinent parfois à retrouver de nouveaux modèles économiques. Nous pouvons regretter que, par exemple, l'initiative de la web-série *Mon œil*, lancée en décembre 2015 par le Centre Pompidou, ne soit pas plus largement diffusée dans les écoles, même si cela reste un objectif du musée. Les supports numériques développés par les musées sont pertinents mais ils manquent souvent d'explications, car si l'outil est intéressant, il ne peut pas être mis dans les mains d'un enfant sans explication.

Dans la société actuelle, le virtuel est associé aux joies et aux loisirs des enfants. Confondre le musée d'art, lieu d'apprentissage, et l'univers numérique divertissant, peut s'avérer être un bon compromis dans un but d'appropriation de la structure muséale. Mais ne perdons pas de vue que la visite d'un musée d'art reste avant tout **une expérience physique et spirituelle mettant à contribution notre corps ainsi que notre intelligence**. Ces deux paramètres donnent du sens à la rencontre artistique. L'informatique et les nouvelles technologies

canalisent notre attention mais réduisent notre expérience physique et nos échanges à l'intérieur de l'institution muséale.

Si la médiation numérique s'avère être un outil interactif, ludique et plaisant pour la majorité des jeunes publics, il n'en demeure pas moins un **support difficile à appréhender pour une partie novice de la population**. La complexité des nouvelles technologies peut faire fuir de nombreux visiteurs préférant une médiation plus classique. L'aspect récréatif de ces nouvelles propositions ne doit pas entraver les missions pédagogiques et éducatives auxquelles les établissements artistiques prétendent. En possession de ces nouveaux outils de médiation, les jeunes visiteurs pourraient être tentés de se détacher des valeurs intrinsèques du musée d'art. Les outils numériques ne doivent pas remplacer l'atmosphère de ces lieux singuliers, propices à l'échange et empreints d'humanité.

Cependant, les musées ne peuvent pas se fermer totalement à ces évolutions. Un tel choix les placerait en rupture avec les autres structures à vocation culturelle. Ils ne doivent pas se couper de leur public. D'ailleurs, certains musées comme les Arts Décoratifs, que nous avons rencontrés, en ont bien conscience : « l'important avec le numérique, c'est de montrer que l'on y est sensible, que ça nous intéresse ». De plus, l'ajout de la médiation numérique permet un large choix de supports d'aide à la visite. Il ne s'agit pas d'abandonner la médiation classique au profit d'un contenu numérique, mais de laisser aux visiteurs le choix de leur support d'accompagnement.

Concernant le jeune public, l'objectif est de faire entrer l'art dans leur quotidien, en dédramatisant l'approche muséale, en la rendant plus accessible et familière. Intégrer le multimédia au cœur de l'espace d'exposition permet de lier médiation et actions pédagogiques. Mais cette intégration doit faire l'objet d'une harmonieuse disposition, afin de permettre la cohabitation entre l'œuvre et l'écran. Ce dernier point a été d'ailleurs souligné par Madame Collin, responsable du service des publics au musée des Arts Décoratifs, lors de notre entretien : « oui mais c'est toujours le même problème, si on met une tablette dans les mains d'un enfant, il ne regarde plus l'œuvre ». Donc l'utilisation d'outils numériques n'est pas si simple et ne peut se faire sans l'aide d'un médiateur. **Il s'agit plutôt de trouver un compromis habile permettant au médiateur d'explorer certaines démarches créatives.**

D'après notre étude, une nouvelle ère semble désormais en marche : comme nous l'avons vu, les musées font de plus en plus appel aux entreprises privées pour trouver de nouvelles formes

de médiation à destination du jeune public et de la famille en général, et parallèlement, l'offre culturelle des entreprises privées s'étoffe et monte en gamme.

Afin de poursuivre leur objectif de conquête de ce nouveau public, le partenariat publics/privés semble être un facteur clé de développement des outils de médiation de demain. Il existe déjà ce type de partenariat entre certains musées et entrepreneurs privés. Ils peuvent prendre différentes formes :

- a. Des partenariats de compétences : les start-up envers les musées par le biais de l'appel à projets numériques, comme c'est le cas pour le musée des Arts Décoratifs.
- b. Des partenariats commerciaux : des musées envers les start-up qui proposent une offre culturelle inspirée des entreprises privées, comme l'initiative Yog'art en famille ou la Mini-party pour les 2-5 ans en famille.
- c. Des partenariats institutions/acteurs privés : entre le Ministère de l'Éducation nationale, la ville de Paris, les écoles et les intervenants privés sur les temps d'activités périscolaires consacrés aux activités culturelles et artistiques. Une mise en cohérence est en route avec le Projet Éducatif Territorial (PEDT) qui va conduire vers d'autres formes de partenariats possibles (voir partie I).

Mon expérience au sein de la société Little io a clairement fait émerger cette opportunité : la richesse des contenus et les retours d'expérience très positifs des enfants et des parents en comparaison avec certaines visites familles dans des musées m'ont progressivement amenée à penser qu'une collaboration serait bénéfique à tous. L'entreprise pourrait fournir les contenus et le musée les utiliserait dans le cadre d'une visite-atelier correspondant à une thématique de leur exposition. Les musées pourraient aussi se situer dans une démarche proactive en demandant à ces entrepreneurs culturels des contenus sur mesure adaptés à leur programmation. Ce serait une opération gagnante pour chacune des parties : d'un côté, l'entreprise développe son activité en vendant ses contenus, et de l'autre, le musée propose une offre innovante, qui répond à sa problématique de conquête de nouveaux publics, en particulier le jeune public.

Ainsi, pourrait-on imaginer que les musées de demain fassent appel plus régulièrement aux entrepreneurs afin de proposer une offre complémentaire à la leur ce qui participerait au renouvellement des médiations à destination du jeune public. Les

entrepreneurs culturels spécialisés sur les questions du numérique pourraient mettre leurs compétences et savoir-faire au service des musées pour imaginer des outils toujours plus interactifs et ludiques et ainsi répondre à leur objectif d'attirer de nouveaux publics dans leurs structures.

Pour cela, il faudrait rendre les frontières sectorielles plus **poreuses et favoriser les synergies** entre les acteurs (par la formation, les réseaux, etc.), afin de créer une « **communauté créative** » susceptible d'innover, d'anticiper les nouveaux usages de demain, et au-delà d'irriguer l'ensemble de l'économie. On pourrait imaginer des synergies entre les talents créatifs qui essaient de plus en plus dans l'ensemble de l'économie francilienne, les musées et le jeune public.

Ainsi, rassembler, fédérer les acteurs de l'écosystème des industries culturelles et créatives franciliennes nous paraît être un des enjeux majeur des années à venir :

- Mettre en réseau, promouvoir les acteurs ;
- Décloisonner des institutions : mettre en lien les politiques menées et favoriser la transversalité entre la culture et l'économie (aides aux filières, aux indépendants, à la création...), l'aménagement (ateliers d'artistes, équipements culturels, locaux d'activité spécifiques aux entreprises créatives...) et l'éducation culturelle et l'enseignement (pratiques artistiques, action culturelle).
- Mettre le jeune public en contact avec des dispositifs numériques types fab labs ou les faire participer à des ateliers de codages afin qu'ils sachent manipuler ces outils dès le plus jeune âge.

Mais cela ne semble pas s'imposer comme une évidence. Les institutions muséales sont soumises à des contraintes fortes en raison de leur statut public. Ceci est clairement illustré dans l'exemple qui suit. Lors d'une interview de Philippe Rivière par le Club Innovation et Culture France en septembre 2016¹⁰², le directeur du service numérique de Paris Musées s'est vu poser la question suivante : « la France est riche de ses start-up notamment dans le domaine du numérique patrimonial: comment travaillez-vous avec ces structures ? »

¹⁰² Extrait de l'article publié le 29/09/2016 sur le site Internet suivant : <http://www.club-innovation-culture.fr/ph-riviere-paris-musees-personnalisation-rv-opencontent-scenarise-participatif/>

Réponse de Monsieur Rivière : « nous travaillons avec des start-up sur des projets bien définis (expérimentation des abribus Decaux, livres d'or numérique) **mais ça n'est jamais très évident pour un établissement public administratif. Le résultat vaut souvent tous les soucis administratifs rencontrés lors d'un tel projet. Il ne faut pas se décourager !** ». Tout est dit, c'est une volonté des musées publics mais la réalité est souvent bien plus complexe...

Par conséquent, nous sommes légitimement en droit de nous demander : une médiation, est-ce vraiment nécessaire au vue du développement de l'autonomie du visiteur et des outils numériques ? Dans le cas du jeune public, nous avons vu que le médiateur jouait une place centrale pour rendre l'art accessible aux enfants. Cependant, les institutions muséales se rendent bien compte que celui-ci doit se former afin de rester en phase avec l'évolution rapide des dispositifs de médiation à destination des enfants.

Par ailleurs, en mettant en place par exemple des séances de yoga pour attirer de nouveaux publics, les musées ne sont-ils pas en train de « tirer la culture vers le bas » ?

« Beaucoup des éléments figurant dans les programmes culturels des musées d'aujourd'hui relèvent désormais autant de la sphère des loisirs que de celle de l'éducation, pourtant fondatrice de ces établissements. Tant et si bien que ces lieux de formation et de délectation à la fois offrent à présent des visages aussi divers que les publics qu'ils reçoivent. Le musée ne saurait plus se limiter à n'être qu'un conservatoire et un lieu d'apprentissage, garant d'une diffusion des savoirs à portée pédagogique ou éducative¹⁰³ », comme nous avons pu le voir avec l'initiative Yog'art du Centre Pompidou.

Dans notre dernière partie, nous allons proposer un projet de médiation innovant pour le jeune public étranger en visite à Paris avec sa famille en abordant la notion de tourisme créatif et participatif. Grâce aux recherches menées dans ce mémoire, ce projet se présente en quelque sorte comme une synthèse et une ouverture possible à notre sujet.

¹⁰³ Éric Blanchegorge, Président de l'Association des Conservateurs des Collections publiques de France. Extrait du dossier publié par la Fédération Française des Amis de Musée (FFSAM) sur « les musées et leurs publics », printemps 2014, Jean-Michel RAINGEARD, directeur de publication.

C. Le tourisme créatif à destination du jeune public étranger : une opportunité pour demain ?

Si les offres de voyages en famille existe dans le cadre de voyages tout compris (excursions, hôtels et restaurants) il n'en demeure pas moins que la destination « Paris » pourrait être envisagée sous un spectre plus large, considérant le ou les enfants faisant parti de l'aventure comme des personnes à qui l'on proposerait un panel d'activités. Il s'agirait de passer de la simple visite de Paris à l'expérience créative en famille.

Aujourd'hui le tourisme créatif désigne un « tourisme qui offre aux voyageurs la possibilité de développer leur potentiel créatif en participant activement à des cours ou à des expériences caractéristiques de leur lieu de séjour¹⁰⁴ ». Autrement dit, il s'agit non pas simplement d'une consommation de produits culturels du passé mais une intégration créative aux cadres et manières de vie locale. Cela implique également la mise en réseau d'acteurs marchands et publics.

Pour une clientèle étrangère venant visiter Paris avec ses enfants, nous pourrions développer une offre ludo-éducative en plus du « pack » habituel : balades urbaines à faire soi-même par l'intermédiaire d'une application dédiée (de type Guideez, en anglais), visites de musées avec ateliers, ateliers créatifs proposés par des entrepreneurs indépendants (comme Little io). Cette offre serait une offre touristique ludo-éducative dédiée aux enfants et adaptée à leur âge. Les parents, quant à eux, bénéficieraient d'un autre package dans lequel ils partageraient certaines activités avec leurs enfants tandis que d'autres activités leur seraient dédiées.

Cette expérience créative pourrait s'intituler :

« *Experience, taste and create Paris with your kids* » et nécessiterait la création d'un site Internet dédié et collaboratif. On y trouverait les informations suivantes :

- La liste des hôtels 'child friendly', c'est-à-dire ceux qui ont l'habitude d'accueillir des familles et disposent de chambres adéquates ;
- La liste des restaurants 'child friendly' également, car Paris bénéficie souvent d'une mauvaise réputation pour son accueil, mais ce dernier est encore plus froid lorsque l'on arrive avec des enfants ;
- Les expositions parisiennes à voir avec ses enfants par tranche d'âge ;

¹⁰⁴ Greg Richards, UNESCO, extrait du cours de Dominique Pagès sur le « tourisme créatif »

- Les visites guidées en famille, les ateliers proposés par les musées ;
- Les balades urbaines : mise à disposition d'applications sur le site Internet pour visiter un quartier en particulier (Opéra, visite des antiquaires du Carré Rive Gauche, quartier latin) avec un langage adapté aux enfants ;
- Les parcours sonores ;
- Les ateliers parents/enfants dans des lieux insolites : cours de couture, de cuisine, de danse ou même encore de musique ;
- Les spectacles pour enfants au théâtre et au cinéma ;
- Les librairies pour enfants proposant des ateliers (comme le Musée de Poche par exemple qui accueille déjà un public anglophone) ;
- Les événements festifs.

Le site pourrait aussi proposer de télécharger un « *mini explorer guide* », sorte de livret jeux qui donnerait des informations sur Paris et proposerait des énigmes à résoudre par exemple.

Les visites proposées pourraient classées par thème : artisanat, design et architecture, science, histoire, spectacles, gastronomie, littérature, arts numériques, musique, photos, sport, ateliers créatifs, fablabs...

La visite de Paris prendrait place sur trois temps. L'avant : la préparation du voyage via le site Internet en sélectionnant le type d'activité souhaitée, le pendant : suivi du planning déterminé à l'avance via une application et l'après en incitant l'enfant à partager ses photos ou en déposant un dessin/un billet de blog sur le site à son retour, en fonction de son âge.

On entrerait dans un processus qui va bien au-delà du tourisme classique et rejoint l'éducation artistique et culturelle qui soutient que la culture, ses lieux et ses ressources se partagent. « Il s'agit de biens communs publics qui permettent à chacun de se sortir de sa propre culture, de s'émanciper et de développer sa curiosité en direction de toutes les cultures en se construisant, non dans un modèle unique, mais au contraire dans sa diversité¹⁰⁵ ».

Nous serions dans une démarche de coproduction, de faire ensemble et de pratiques culturelles traditionnelles (visites de musées ou de monuments) et hors les murs (balades urbaines), caractéristiques du tourisme créatif et participatif.

¹⁰⁵ Pour un accès de tous les jeunes à l'art et la culture – Consultation nationale décembre 2012 – Culture et Départements

Les clients ciblés :

- Étrangers parlant anglais
- CSP+
- Souhait de voyager différemment, de vivre une expérience insolite

Les acteurs publics : la ville de Paris, l'office du tourisme de Paris, certains musées, gares...

Les acteurs privés : hôtels type Mamma Shelter ou Royal Monceau qui disposent déjà d'un Conciergerie ; entreprises privées proposant une offre culturelle pour les enfants (comme les ouvreuses ou y'en a marre du square) ; collaboration avec une entreprise spécialisée dans le développement d'applications et de contenus numériques (comme Smartapps). Un partenariat avec Eurostar et Air France qui proposeraient notre offre sur leur site serait un bon moyen pour acquérir une certaine notoriété en peu de temps.

L'entreprise Creative France¹⁰⁶ (anciennement Creative Paris) propose ce type d'offre mais uniquement pour les français, avec des offres sur le territoire national et très peu orientées vers le jeune public.

Ce serait un projet ambitieux mais correspondant à une demande existante sur un créneau encore très peu exploité.

Ce projet s'inscrirait dans une démarche de réflexion menée grâce à ce mémoire, regroupant ainsi tous les thèmes évoqués : le jeune public, l'art et les partenariats public/privés. Affaire à suivre...

¹⁰⁶ <http://www.creativefrance.fr>

CONCLUSION

« Proposons-leur des activités, puis laissons-les rêver. L'art et la culture sert à échapper aux contraintes du quotidien, à développer son imaginaire, à être ensemble, à papoter et à s'amuser. La culture ne s'enseigne pas au sens magistral du terme, c'est aussi une question d'imitation, d'observation ».

Patrick Lemoine, psychiatre

Aujourd'hui, l'émergence de nouvelles approches de l'art permet aux jeunes publics d'expérimenter le musée par différents moyens, de plus en plus adaptés aux goûts, aux envies et modes de vie des nouvelles générations. Pourtant, après étude, il en découle que les musées étudiés (le Centre Pompidou, le Quai Branly, les Arts Décoratifs et Le Louvre) proposent des activités et des médiations plutôt classiques : jeu de pistes, histoires scénarisées, jeux de rôles, visites guidées ludiques, contes participatifs, etc.

Grâce à mes observations participantes de visites en famille au musée du Quai Branly, au Centre Pompidou, au Louvre et dans bien d'autres musées dans lesquels j'ai accompagné mes enfants, j'ai pu constater que rien ne remplace la médiation humaine. Elle est incontestablement au cœur de la rencontre entre l'enfant et l'œuvre d'art.

J'ai également pu remarquer avec mes propres enfants que les instants passés avec eux au musée étaient de formidables moments de partage et d'échange, de paroles et d'émotions. De manière générale, les questions et les réactions des enfants durant les ateliers et les visites sont surprenantes. Leurs remarques, pleines de candeur, sont souvent originales et pertinentes et donnent lieu à de joyeux échanges. La visite en famille est aussi le moment pour les parents de découvrir leur enfant, ses centres d'intérêt ou même encore des facettes inconnues de sa personnalité. Propulsé dans un univers inédit et inhabituel, l'enfant ne se comporte pas comme dans l'univers familial.

Comme nous l'avons vu, les visites que nous avons effectuées n'étaient pas un moment consacré uniquement à l'enfant, car la médiatrice, par l'explication des œuvres au Louvre ou au Centre Pompidou, nous interpellait aussi en tant que parents et nous invitait à dessiner avec

les enfants, à faire ensemble. Nous avons ainsi découvert Paul Klee au Centre Pompidou, une histoire contée au Musée du Quai Branly ou encore quelques tableaux et statues mythiques au Musée du Louvre. Au-delà de l'envie de transmettre mon goût pour l'art et la culture à mes enfants, je pense qu'ils peuvent trouver dans les histoires qu'ils découvrent au travers des œuvres, la réponse à des questions ou la capacité à surmonter certaines difficultés en se rattachant à une figure marquante pour eux. Cette sensibilisation à l'art contribue à développer leur imaginaire qui lui-même les aidera à faire face. Mes enfants n'auront peut-être pas envie de retourner au musée à l'âge adulte mais ils se rappelleront du « faire ensemble » et sans doute d'une partie de ce qu'ils auront appris.

Notre étude a largement parlé du sujet de la médiation. Dans le cas du jeune public, une médiation adaptée doit émaner d'un équilibre entre l'apprentissage et le jeu, plus communément appelées médiations ludo-éducatives. Pour obtenir ce point d'équilibre, il est primordial de s'intéresser et de s'adapter aux savoirs, aux sensations, et aux réflexions que les enfants sont susceptibles de générer. La **médiation orale** invite dans un premier temps à **l'interprétation**. Elle prend en compte les ressentis ainsi que les idées de chacun, afin d'avancer dans une démarche d'exploration et de questionnement de l'œuvre. Le discours du médiateur ne découle pas d'une vérité absolue. Il **invite au partage** et a recours à une mise en scène qui décale son récepteur de ses habitudes, afin de l'amener à **développer sa propre expérience de l'œuvre**. En ce sens, l'art constitue une forme ouverte de questionnement sur soi. En incluant cette liberté interprétative, l'enfant s'éloigne du discours scientifique inculqué en milieu scolaire. Dans un second temps, la médiation propose d'explicitier l'œuvre en laissant le libre choix du sens. On ne peut pas s'en saisir complètement mais uniquement s'en approcher.

Ainsi, le rapport avec le monde de l'art n'est pas immédiat chez un enfant. Celui-ci doit passer par un jeu de construction mental afin de saisir l'espace physique dans lequel il se trouve. Le rôle de la médiation permet de faciliter et d'activer ces constructions. Ce large concept transmet mais surtout crée un sens qui provoque l'appropriation d'une œuvre ou d'un processus artistique. La médiation produit quelque chose en soi. Elle permet d'entrevoir une nouvelle vision de notre existence, d'affirmer l'identité de l'enfant et contribue à faire de lui un individu à part entière. L'approche du musée apporte à l'enfant la dimension **individuelle** (sentiment d'être unique), **groupale** (sentiment d'appartenir à un groupe), **culturelle** (sentiment d'avoir une culture d'appartenance) et de plus en plus **familiale**.

Pour finir, nous pouvons dire que l'éducation artistique et culturelle du jeune public est bel et bien au cœur d'un écosystème en pleine mutation avec, d'un côté, les institutions muséales qui consolident leurs offres et développent de nouvelles médiations pour attirer ce public, et de l'autre, les entreprises privées qui, avec l'essor du numérique, proposent une offre et des dispositifs de médiation renouvelés. Une nouvelle dynamique est désormais en marche et la question reste ouverte quant à savoir si ces entrepreneurs culturels vont pouvoir trouver des synergies avec les musées sachant que ces derniers sont le plus souvent des institutions publiques, avec des contraintes internes importantes qui vont souvent à l'encontre des aspects marchands des sociétés privées.

Enfin, les politiques publiques menées au cours de ces cinq dernières années ont contribué à renforcer l'idée que l'école et la culture sont intrinsèquement liées. À tel point que tous les grands musées ont développé pour les enseignants des outils accessibles à distance. Certains musées, comme les Arts Décoratifs, ont même décidé d'aller à la rencontre des élèves en se déplaçant dans les classes. Par ailleurs, la réforme des rythmes scolaires a créé de nouvelles opportunités pour les associations et les entrepreneurs culturels ce qui a favorisé le renouvellement de l'offre culturelle et artistique au sein des écoles primaires.

Ainsi, dans la société actuelle, les musées ne sont plus les seuls pourvoyeurs du savoir culturel et artistique à destination du jeune public. De plus, la baisse de fréquentation conjuguée à un besoin accru de rentabilité les a fragilisés. Fort de ces constats, ne devraient-ils pas envisager de collaborer davantage avec les entrepreneurs culturels pour inventer les médiations de demain ?

Pour cela, inscrire cette réflexion dans une démarche plus globale en proposant une forme de médiation inédite aux familles étrangères dans le cadre du tourisme créatif et participatif pourrait ouvrir la voie à de nouvelles opportunités.

BIBLIOGRAPHIE

Musées

« L'écosystème créatif en Île-de-France », Institut d'Aménagement et d'Urbanisme (IAU), mai 2015.

« Les nouveaux espaces de communication des musées » d'Emmanuelle SERRES-PALSON.
« Concepts clés de muséologie » sous la direction d'André Desvallées et François Mairesse, 2010, éditions Armand Collin, 2010. Lancé en 1993 sous la supervision d'André Desvallées et en collaboration avec François Mairesse depuis 2005, le Dictionnaire de muséologie est un travail monumental, résultat de plusieurs années de recherche, de questionnement, d'analyses, de révisions et de débats au sein du Comité international de muséologie de l'ICOM (ICOFOM), lequel se consacre particulièrement au développement de notre compréhension de la pratique et de la théorie muséale et du travail qui est effectué quotidiennement au sein des musées.

« Lettre de l'OCIM » (Musées, Patrimoine et Culture scientifiques et techniques), janvier-février 2011.

« Le musée et l'école », Dominique Schnapper, Revue française de sociologie, 1974, n°15

« Introduction à l'analyse de l'image », Martine Joly, éditions Armand Colin

« Les musées et leurs publics », publié par la Fédération Française des Amis de Musée (FFSAM), printemps 2014, Jean-Michel RAINGEARD, directeur de publication.

« L'accueil dans les musées » d'Evelyne Lehalle

« La dimension culturelle du Grand Paris », Daniel Janicot, conseiller d'Etat, rapport publié le 9 février 2012.

« Musées et publics : bilan d'une décennie (2002-2011) », Jacqueline Eidelman, Anne Jonchery, Lucile Zizi, Département de la politique des publics de la Direction générale des patrimoines, juin 2012.

Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture. Feuille de route pour l'éducation artistique. Conférence mondiale sur l'éducation artistique : « Développer les capacités créatrices pour le 21^{ème} siècle ». Lisbonne, 6-9 mars 2006.

Médiations

« La médiation culturelle : pratiques et enjeux théoriques », Marie-Christine Bordeaux et Elisabeth Caillet, Culture & Musées, hors série 2014.

« Médiateurs pour l'art contemporain », Elisabeth Caillet, Paris, La documentation française, 2000, p.9.

Accompagner les publics, l'exemple de l'exposition « Naissances » au Musée de l'Homme, Elisabeth Caillet, Paris, L'Harmattan, 2007.

« Les enjeux de la médiation culturelle au musée », Marie-Christine BORDEAUX, 2008

« Du service éducatif au service culturel dans les musées », Marie-Christine BORDEAUX, bbf, 2013

« La médiation culturelle », Bernard Lamizet, L'Harmattan, 2000.

« Pour un accès de tous les jeunes à l'art et la culture » – Consultation nationale décembre 2012 – Culture et Départements.

Tourisme créatif

Greg Richards, UNESCO, extrait du cours de Dominique Pagès sur le « tourisme créatif »

Enfants, culture et arts

« L'art fait-il grandir l'enfant ? » Éditions de l'attribut, Jean-Marc Lauret publié en décembre 2014.

« Quelles expositions d'art pour les enfants ? », Partages les journées professionnelles du Louvre, le vendredi 28 avril 2006. Thèmes abordés :

- Pourquoi des expositions pour les enfants et les familles ?
- Quel rôle joue l'œuvre d'art dans le développement de l'enfant ?
- Donner à voir les œuvres autrement, récits d'expérience.

« Les horizons culturels des jeunes », publié dans la revue française de pédagogie par Sylvie Octobre en juin 2008.

« Pratiques culturelles enfantines et stratégies éducatives des parents : effets de la délégation ans la transmission des pratiques culturelles », et « Interviewer des enfants sur leurs pratiques

culturelles : problèmes de méthode ». Site Enfances & Cultures, association internationale des sociologues de langue française et Ministère de la Culture et de la Communication, 2010.

http://www.enfanceetcultures.culture.gouv.fr/actes/julhe_mirouse.pdf

<http://www.enfanceetcultures.culture.gouv.fr/actes/vanhee.pdf>

« Les pratiques culturelles adolescentes », rédigée par Jean-François Hersent en février 2003.

<http://bbf.enssib.fr/consulter/02-hersent.pdf>

« Pour un accès de tous les jeunes à l'art et à la culture » - Consultation nationale décembre 2012 – Culture et Départements.

« Tels parents, tels enfants ? Une approche de la transmission culturelle » par Sylvie Octobre, Yves Jauneau, 2008.

« La Psychologie de l'enfant » Professeur de psychologie du développement à l'université Paris-V-René-Descartes, auteur de, 2e éd., Puf, « Que sais-je ? », 2005.

« Pratiques culturelles chez les jeunes et institutions de transmission : un choc de cultures ? » Sylvie Octobre, Culture prospective, janvier 2009

« Explique-moi le musée, dessine-moi un musée ». Une analyse des représentations des musées chez les 8-11 ans, Anne JONCHERY, Ministère de la Culture et de la Communication, Direction générale des patrimoines Département de la politique des publics.

« Projet Éducatif territorial de Paris » (PEDT) 2016-2019, Direction des Affaires Scolaires (DASCO)

« Pratiques culturelles chez les jeunes et institutions de transmission : un choc de cultures ? », Sylvie OCTOBRE, Culture prospective, n°1, 2009

« Essai sur l'évaluation de l'éducation artistique et culturelle », éditions de l'attribut, publié en décembre 2014

« Dictionnaire actuel de l'éducation », Legendre, 1993

« L'art en jeu...pour une médiation ludique et pédagogique adaptée aux enfants », REVUE EDIT, Sandra DOUBLET, le 8 décembre 2007.

Tanguy Pelletier, chargé de la programmation des activités auprès du jeune public au Palais de Tokyo, le 15 octobre 2007.

« La représentation du monde chez l'enfant », Jean Piaget, Paris, Presses Universitaires de France, 2008.

« L'Éducation fonctionnelle » (1931), réédition Fabert 2003, Édouard Claparède

« All Our Futures: Creativity, Culture, and Education », Kenneth Robinson, 1998.

John DEWEY, « L'art comme expérience » (1934), Editions Farago, 2005.

Cultures numériques et jeunes publics

« Génération 3.0 : enfants et ados à l'ère des cultures numérisées », Pascal Lardellier publié en juin 2016.

« Comment le numérique transforme les lieux de savoirs », Bruno Devauchelle, janvier 2012.

« Pratiques culturelles des français à l'heure du numérique – éléments de synthèse 1997-2008 », et « Pratiques culturelles chez les jeunes et institutions de transmission : un choc de cultures » ? Ministère de la Culture et de la Communication, publié en octobre 2009.

<http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/doc/08synthese.pdf>

<http://www2.culture.gouv.fr/culture/deps/2008/pdf/Cprospective09-1.pdf>

Démarche exploratoire pour une hiérarchisation des équipements en Île-de-France, Paris, IAU îdF, 2008 et «Équipements et structuration du territoire francilien», Note Rapide n°464, IAU IDF, 2009.

Stratégie régionale de développement du tourisme et des loisirs 2011-2016, région Ile-de-France, 2011.

L'écosystème créatif en Ile-de-France, Institut d'Aménagement et d'Urbanisme (IAU) mai 2015.

WEBOGRAPHIE

Musées

Définition du musée : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Mus%C3%A9e>

Paris Musées Juniors: la nouvelle plateforme dédiée aux jeunes publics des musées de la ville de Paris : <http://www.club-innovation-culture.fr/paris-musees-juniors-la-nouvelle-plateforme-dediee-aux-jeunes-publics-des-musees-de-la-ville-de-paris/>

Extrait du site du Ministère de la culture et de la communication publié dans le JO Sénat du 19/01/2017 - page 190 : <https://www.senat.fr/questions/base/2016/qSEQ160119747.html>

Ministère de la Culture et de la Communication, texte en ligne :

<http://www.culturecommunication.gouv.fr/Politiques-ministerielles/Education-artistique-et-culturelle/Missioneducative>

Musées étudiés :

Le Centre Georges Pompidou : <https://www.centrepompidou.fr/>

Le Musée du Quai Branly : <http://www.quaibranly.fr/>

Le Musée des Arts Décoratifs : <http://www.lesartsdecoratifs.fr/>

Sélection des « meilleurs musées » http://mom-art.org/?page_id=550

« Pourquoi le public ne fréquente plus les grands musées parisiens » :

<http://www.telerama.fr/sortir/pourquoi-le-public-ne-frequeute-plus-les-grands-musees-parisiens,152668.php>, Télérama, le 15 janvier 2017

Musées cités :

<http://gaitelyrique.net/>

www.numa.paris

www.labellevilloise.com

www.gagosian.com

<http://ropac.net/>

Josy Carrel-Torlet, directrice du développement des publics, des partenariats et de la communication à Paris Musées, discours prononcé lors du salon Sitem le 15 janvier 2016 -

www.parismusees.fr

Extrait du journal La Croix Sabine Gignoux, le 02/03/2017 : <http://www.la-croix.com/Culture/Expositions/Les-musees-reinventent-pour-attirer-nouveaux-publics-2017-03-02-1200828725>

Article extrait du site Internet suivant : <http://www.ledevoir.com/culture/arts-visuels/487239/penser-le-musee-a-hauteur-d-enfant>

Extrait du site Internet du Musée national des beaux-arts du Québec : <https://www.mnbaq.org/exposition/les-curiosites-1248>

Médiations

« Les outils pédagogiques dans les musées : pour qui, pour quoi ? », Anik Meunier janvier, février 2011

<https://ocim.revues.org/648>

La médiation culturelle

https://fr.wikipedia.org/wiki/M%C3%A9diation_culturelle

https://fr.wikibooks.org/wiki/La_m%C3%A9diation_culturelle

Médiations numériques et musées

<http://mediationdoc.enssib.fr/lire-en-ligne/sommaire/i-le-perimetre-de-la-mediation-numerique-documentaire/la-mediation-numerique-et-les-musees-entre-autonomi>

<http://mediationdoc.enssib.fr/lire-en-ligne/sommaire/i-le-perimetre-de-la-mediation-numerique-documentaire/la-mediation-numerique-et-les-musees-entre-autono-1>

<http://mediationdoc.enssib.fr/lire-en-ligne/sommaire/i-le-perimetre-de-la-mediation-numerique-documentaire/la-mediation-numerique-et-les-musees-entre-autono-1>

<http://www.culturemobile.net/dossiers/musees-ere-numerique>

<http://eduscol.education.fr/numerique/actualites/veille-education-numerique/archives/2015/juin2015/mediation-numerique-au-musee>

<http://cursus.edu/dossiers-articles/dossiers/108/musees-patrimoines-numeriques/#.Vt8IQuZ8kSQ>

Définition de la médiation culturelle : www.wikibooks.org/mediationculturelle

Yog'art :

<http://www.parismomes.fr/guide-des-sorties/8-82-1937/evenement/arty-yoga-parents-enfants>
www.yogamini.fr

Le Pass quai Branly Duo+ : 60€/an. Valable pour deux (l'adhérent et un invité de son choix).
Ce pass est destiné aux familles avec des enfants de moins de 18 ans qui entrent gratuitement :
<http://www.quaibrantly.fr/fr/si-vous-etes/adherent/devenez-adherent/>

Extrait de « Des livrets pour accompagner les enfants dans les musées » d'Audrey Van Dorpe
et Lucie Scamps, décembre 2008 : <https://ocim.revues.org/313>

Start-up

www.ioartculture.com
www.guideez.com

Enfants, culture et arts

Sites du Ministère de la Culture :

www.enfanceetcultures.culture.gouv.fr
<http://www.culturedepartements.org/>
[http://www.culture.fr/Actualites/Jeune-public/Ateliers-dans-les-musees-pour-les-enfants-apprendre-en-s-amusant/\(theme\)/1](http://www.culture.fr/Actualites/Jeune-public/Ateliers-dans-les-musees-pour-les-enfants-apprendre-en-s-amusant/(theme)/1)

Site de la Ville de Paris : <http://quefaire.paris.fr/enfants>

Le nouveau portail numérique de l'éducation nationale :

<http://ecolenumerique.education.gouv.fr/>

La Canopé : Le réseau de création et d'accompagnement pédagogiques du Ministère de
l'éducation nationale : <https://www.reseau-canope.fr/>

http://crdp.ac-amiens.fr/cddpoise/blog_mediatheque/?p=11075

Portail éducol : guide sur la mise en place des PEAC :

http://cache.media.eduscol.education.fr/file/Domaines_artistiques/49/9/2013_EAC_guide_bdef_287499.pdf

<http://eduscol.education.fr/cid74945/le-parcours-d-education-artistique-et-culturelle.html>

Ministère de la culture: www.culture.gouv.fr/deps et <http://www.culture.fr/Juniors/A-la-Une>

Eduthèque : <http://www.edutheque.fr/> : ressources pédagogiques, culturelles et scientifiques, pour les enseignants.

La ligue de l'enseignement : <http://www.laligue.org/la-ligue-en-action/culture/>

Transmission culturelle / communication

http://www.scienceshumaines.com/communication-transmission-un-couple-orageux_fr_12512.html

<https://semen.revues.org/5341>

<https://www.cairn.info/revue-pensee-plurielle-2006-1-page-21.htm>

<https://communiquer.revues.org/1877>

<http://calenda.org/330129>

<http://classes.bnf.fr/rendezvous/actes/7/ponty.pdf>

« Manifeste d'intérêt général pour une politique d'éducation artistique durable et concertée », à la rédaction duquel la Ligue de l'enseignement a participé en 2007 en tant que membre du Forum permanent pour l'éducation artistique.

<http://laligue.org/wp-content/uploads/2012/06/Manifeste-janvier-07.pdf>

Pour un accès de tous les jeunes à l'art et la culture – Consultation nationale décembre 2012 – Culture et Départements : <http://budgetprimitif2015.paris.fr/#/>

La circulaire conjointe Culture – Éducation n° 93-142 du 3 mars 1993, destinée à encourager les institutions subventionnées à s'organiser face aux nouvelles politiques d'éducation artistique visant à élargir significativement l'éducation des publics scolaires

www.education.gouv.fr/pid25535/bulletin_officiel.html?cid_bo=71673

Cultures numériques et jeunes publics

Le numérique

<http://www.rencontres-numeriques.org/2015/education/?action=programme>

<http://www.economie.gouv.fr/consultation-label-qualite-promotion-mediation-numerique>

<https://cultureveille.fr/appel-a-projets-ministere-de-culture-services-numeriques-innovants-2016/> <https://cultureveille.fr/financement/>

Observatoire des politiques culturelles : http://www.observatoire-culture.net/reformations/ido-16/ateliers_culture_et_jeunesse.html

Le Labo de l'édition : http://www.labodeledition.com/event/temps-periscolaires-osez-le-numerique/?instance_id=161

Extrait du Journal la Croix, Marie Soyeux, le 06/01/2017 à 18h20, <http://www.la-croix.com/Culture/Expositions/Frequentation-musees-2016-gagnants-perdants-2017-01-06-1200815324>

Extrait du site Internet : <http://www.initiativeremarquable.com/my-appy-tours>

Extrait de l'interview de Philippe Rivière, directeur du service numérique de Paris Musées, le 29/09/2016 : <http://www.club-innovation-culture.fr/ph-riviere-paris-musees-personnalisation-rv-opencontent-scenarise-participatif/>

Extrait du site Internet : <http://www.vousnousils.fr/2015/12/04/mon-oeil-le-centre-pompidou-lance-une-web-serie-educative-pour-les-enfants-579992>

Le Centre Pompidou est présent sur le portail d'accès « Éduthèque » gratuit, mis en place par le ministère de l'Éducation nationale. Cette plateforme met à disposition des ressources pédagogiques exclusives classées en fonction des programmes, des formations et des visites. Ces outils pédagogiques sont proposés en haute définition et sont, pour certains, téléchargeables sur <http://www.edutheque.fr>

« Les startups et les entrepreneurs culturels créatifs accueillis dans les incubateurs parisiens en 2015 », APUR, 2015 : http://www.apur.org/sites/default/files/documents/Etude_Startups.pdf

Tourisme créatif

<http://www.creativefrance.fr>

ANNEXES

Annexe 1 : grille d'analyse théorique

Analyse du contenu

Analyse de la page d'accueil du site : qu'est-ce que je ressens, quels sont les effets voulus connotés ? Quelles sont les perceptions qui émergent ? Émotions sensorielles et intellectuelles.

Quelle est la ligne éditoriale du site ?

Quelle est la hiérarchie des informations ?

Comment s'adressent-ils aux enfants/famille (analyse émetteur/récepteur)

Quel est le discours produit ?

Analyse des dispositifs de médiation

Comment les musées se représentent, se publicisent sur leur site web, rentre t'on directement dans la production c'est-à-dire dans la médiation ? Si oui, quels sont les dispositifs de médiation affichés?

Quels sont les médiations proposées ? Visites guidées, ateliers, expositions, applications...

Analyse de la stratégie de positionnement et de communication envers le jeune public

Comment sont-ils communiqués au public ? S'agit-il d'une expérience sensorielle, corporelle, scénographique, pourquoi ? Comment ?

Corpus d'images

L'analyse de l'image : pour cela, nous nous appuyerons sur l'approche théorique sémiotique de l'analyse de l'image¹⁰⁷.

Nous analyserons uniquement des images au message visuel unique et fixe qui sont différentes de l'image en séquence qui donne des messages visuels plus complexes.

Nous tenterons de répondre aux questions suivantes :

- Dans quel contexte cette image est présentée : qui la produit et à qui est-elle destinée ?

¹⁰⁷ Extrait d'introduction à l'analyse de l'image, Martine Joly, éditions Colin, 2015

- Quel est son support de diffusion ? Site internet, télévision, livre... sous quelle forme est-elle présentée ? Affiches publicitaires, photographie, peinture, dessin, gravure, lithographie et images numériques.
- Quel est son statut et les attentes qu'elles suscitent ?
- Étude du message texte associé à l'image : le langage participe à la construction du message visuel, le relaie et le complète.

L'image suscite des associations mentales propres à l'histoire de chacun et elles provoquent des associations mentales systématiques (plus ou moins justifiées) qui servent à identifier tel ou tel objet, telle ou telle personne, telle ou telle profession en leur attribuant un certain nombre de qualités socio culturellement élaborées.

Signifiants plastiques	Signifiés*	Signifiés*
Cadre	Absent, hors-champ : <i>imaginaire</i>	Présent, hors-cadre : <i>concret</i>
Cadrage	Serré : <i>proximité</i>	Large : <i>distance</i>
Angle de prise de vue	Légère contre-plongée : <i>hauteur, force du modèle</i>	Légère plongée : <i>domination du spectateur</i>
Choix de l'objectif	Longue focale : flou/net, pas de profondeur de champ : <i>focalisation, généralisation</i>	Courte focale : piqué, profondeur de champ : <i>espace, précision</i>
Composition	Oblique ascendante vers la droite : <i>dynamisme</i>	Verticale descendante : <i>équilibre</i>
Formes	Masse : <i>mollesse, douceur</i> Verticales : <i>rigidité</i>	Trait, hachures : <i>finesse</i>
Dimensions	Grand	Petit
Couleurs	Dominante <i>chaude</i>	Dominante <i>froide</i>
Éclairage	Diffus, manque de repères : <i>généralisation</i>	Diffus, manque de repères : <i>généralisation</i>
Texture	Grain : <i>tactile</i>	Lisse : <i>visuel</i>

*Les signifiés sont notés ici en italique

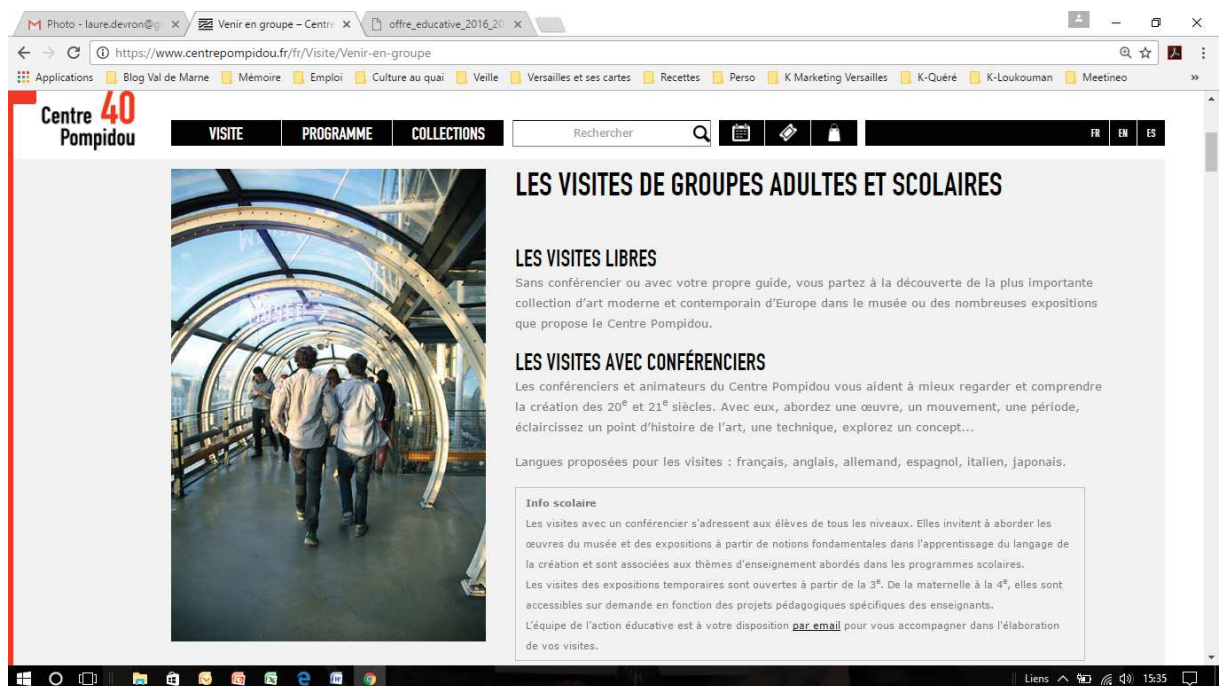
Décrire son impression : couleurs, symboles, impressions ressenties quand on voit l'image par rapport à ce que l'on veut transmettre comme message. Recherche de signes et d'indices et expliciter nos premières impressions Analyse sémiologique et analyse des visuels utilisés (captures d'écrans, de blogs).

Quelle expérience interprétative me donne les images ? Décrire son impression : couleurs, symboles ressenti quand on voit l'image par rapport à ce que l'on veut transmettre comme message. Recherche de signes et d'indices et expliciter nos premières impressions.

Annexe 2 : capture d'écran de la page destinée à la programmation enfants et familles au Centre Pompidou



Annexe 3 : capture d'écran de la programmation du Centre Pompidou destinée aux groupes scolaires



Annexe 4 : capture d'écran de la programmation du Centre Pompidou destinée au jeune public

The screenshot shows the website for Centre Pompidou's youth programming for September 2016. The page features a navigation bar with 'VISITE', 'PROGRAMME', and 'COLLECTIONS' tabs. A search bar is present, and the main content is a calendar grid for the month of September. The calendar lists several activities, each with a corresponding bar indicating its duration over the month's days. The activities listed are:

- 1, 2, 3 Pompidou ! - Atelier 2-10 ans en famille
- En rimes et en couleurs - 2-5 ans, en famille
- Images trompeuses - 6-10 ans, en famille
- La Fabrique
- La création en famille
- Le bestiaire du Centre Pompidou - Atelier 2-10 ans, en famille
- Ouvrez les yeux 1! - Atelier 2-5 ans, en famille
- Sur la route #2

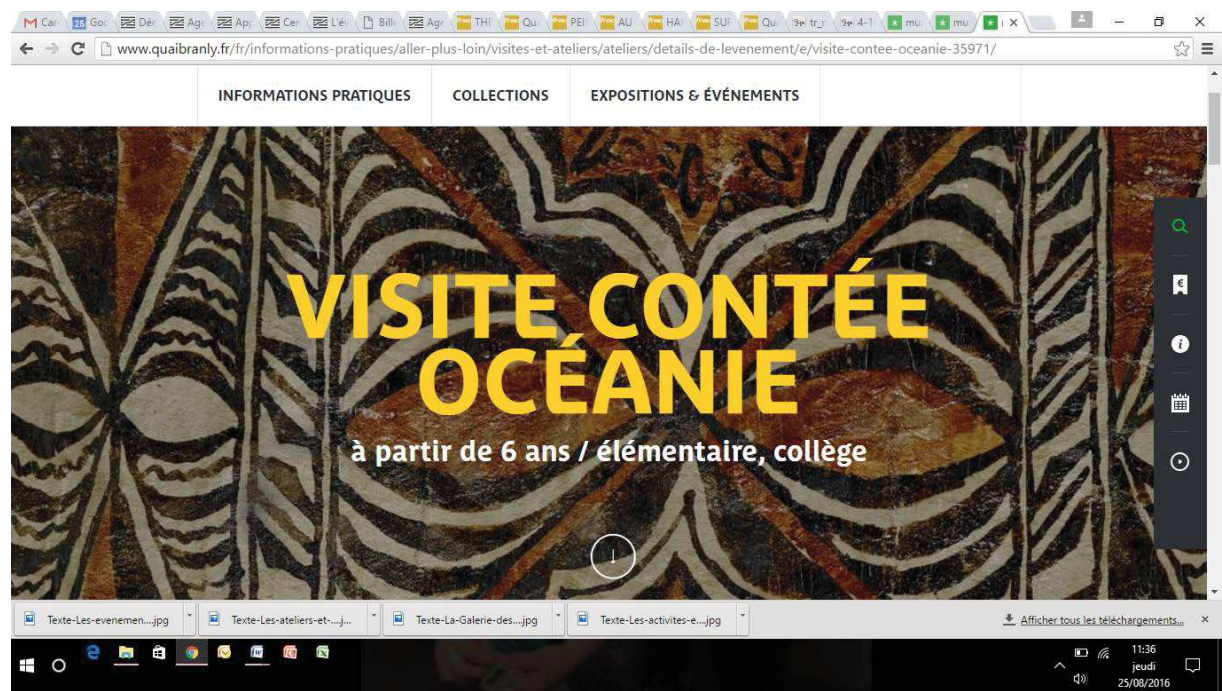
The calendar grid shows that most activities occur on specific days, with some recurring weekly. The bottom of the screenshot shows the Windows taskbar with the date and time: 19:00 mercredi 24/09/2016.

<https://www.centrepompidou.fr/cpv/agenda/jeune-public?agenda.dateCal=01-09-2016>

Annexe 5 : capture d'écran de la page « visites contées des collections » du Musée du Quai Branly

The screenshot shows the website for the Musée du Quai Branly, specifically the page for 'visites contées des collections'. The page has a navigation bar with 'INFORMATIONS PRATIQUES', 'COLLECTIONS', and 'EXPOSITIONS & ÉVÉNEMENTS' tabs. The main content is a large image of a woman speaking to a group of people in a museum setting, with a man playing a guitar in the background. The text 'Visites contées, visite contée des collections' is overlaid on the image. The bottom of the screenshot shows the Windows taskbar with the date and time: 11:34 jeudi 25/08/2016.

Annexe 6 : capture d'écran de la visite contée Océanie au Musée du Quai Branly



Annexe 7 : capture d'écran de la page dédiée à la programmation destinée au jeune public au Musée des Arts Décoratifs



Annexe 8 : photographies des ateliers proposés au Musée des Arts Décoratifs (issues du site Internet du musée)



Annexe 9 : grille d'entretien/Centre Pompidou

Mme Fanny Serain au Centre Pompidou qui est Responsable du Pôle Pratiques et Programmation au service de médiation culturelle.

Rappel de mon sujet : LE JEUNE PUBLIC (7-11 ANS) À LA RENCONTRE DE L'ART : Étude du renouvellement des acteurs de l'éducation artistique et culturelle et des dispositifs médiations à destination des 6-11 ans, lecteurs.

Votre programmation/offre

Pouvez-vous me décrire votre offre jeune public ?

De quand date cette offre ?

Que proposez-vous (visites, ateliers ou autres) ? Est-ce qu'un atelier est suivi d'une visite dans le Centre ou pas nécessairement ?

Quelle offre remporte le plus de succès ? Pourquoi ?

Quelle est celle qui a rencontré moins de succès ? Pourquoi ?

Quels sont vos axes de développement ? Qu'est-ce qui vous différencie des autres musées ? (L'appellation Centre déjà) mais à part ça ?

Il y a eu une Mini party réservée au 2-5 ans les 5 et 6 novembre, cet événement a-t-il été un succès ? Pourquoi ? Puis également un événement intitulé Yog'art le 20 novembre dernier, comment est venue cette idée ? Est-ce qu'elle a plu ? Allez-vous la renouveler ou proposer d'autres activités de ce type ?

Pouvez-vous me dire un mot sur l'expo « mon œil » et le lien qu'il y a entre la web-série et l'exposition qui se tient jusqu'en février 2017 ?

Avez-vous déjà imaginé proposer une offre anniversaire comme le font certains musées ?

Évolutions de votre offre:

Pour le public familial : Qu'est-ce qui a changé dans votre programmation, dans votre manière de mener des activités pour le jeune public ces dernières années ? (Les catégories d'âge, la durée, la présence des parents ou autre ?)

Pour le public scolaire : le plan Vigipirate a-t-il eu un impact sur votre fréquentation ? Avez-vous développé une offre alternative ? Par exemple : œuvres d'art ou médiateurs dans les écoles, plateformes de visites virtuelles comme le fait Paris Musées).

Les dispositifs de médiation

Quel dispositif de médiation (ateliers, numérique, applications ou autre) remporte un large succès aujourd'hui auprès du jeune public dans votre institution ?

Depuis quand utilisez-vous ces dispositifs ? Y a-t-il des dispositifs différents en fonction des tranches d'âges ?

En quoi avez-vous innové au cours de ces dernières années ?

De nombreuses start-up mettent au point des outils créatifs, avez-vous déjà collaboré avec certaines ? (par exemple, pour la gestion de votre billetterie ou en utilisant un outil créatif pour accompagner les ateliers jeune public...)

Les « pratiques » professionnelles au sein de votre institution: comprendre la potentielle évolution du métier de médiateur

L'offre : Faites-vous appel à des entreprises externes pour compléter votre offre ?

L'animation : Les médiateurs/trices qui animent vos ateliers/visites à destination du jeune public sont-ils des employés en CDI du musée ou bien des indépendants/freelance/start-up ?

Si oui, pour quelles activités ? Quelle formation ont-ils ?

Est-ce un partenariat ponctuel ou travaillez-vous toujours avec les mêmes personnes ?

Il existe un certain nombre d'entreprises spécialisées dans l'organisation de visites-conférences dans les principaux musées parisiens. Travaillez-vous avec eux ? Si oui, de quelle manière ? (redevance). Comment percevez-vous leur travail ?

Environnement extérieur

Est-ce que vous ressentez une forte concurrence ? (autrement dit : une augmentation de l'offre culturelle à destination du jeune public au cours de ces dernières années) ?

Quels sont aujourd'hui vos partenaires/mécènes publics et privés ?

Avez-vous déjà effectué une opération de financement participatif (crowdfunding) pour financer l'un de vos projets ?

Annexe 10 : retranscription entretien au Centre Pompidou

Entretien avec Fanny SERAIN, Responsable du Pôle Pratiques et Programmation à la Direction des publics, service de médiation culturelle, mercredi 14 décembre 2016.

Rappel de mon sujet : LE JEUNE PUBLIC (7-11 ANS) À LA RENCONTRE DE L'ART : Étude du renouvellement des acteurs de l'éducation culturelle et artistique.

Problématique

Ainsi, au travers de ce mémoire de recherche, nous étudierons : pourquoi, comment et dans quelles mesures l'offre artistique et culturelle, et notamment muséale, destinée au jeune public voit évoluer ses acteurs (publics et privés) et ses médiations ?

F.S. : Fanny Serain

L.A. Laure Ambonville

Introduction : présentation, explication de mon sujet...de manière un peu confuse...

F.S. : Quel lien faites-vous entre le renouvellement des dispositifs de médiation et les possibles collaborations privées/publiques ? Est-ce que ces partenariats ont, à un moment donné, renouvelé les dispositifs de médiation ?

Cette collaboration se fait notamment au niveau des dispositifs numériques qui viennent ainsi renouveler les dispositifs à destination du jeune public.

Pourquoi vous avez fait 6-11 ans ?

L.A. : Parce que ça correspond au niveau école primaire, lecteurs.

F.S. : Pour moi l'école primaire s'arrête à 10 plutôt et on rentre au collège à 11.

F.S. : je me permets de vous dire cela plus d'un point de vue universitaire, vous êtes partie dans pleins de directions, toutes intéressantes mais à mon sens votre hypothèse de recherche n'est pas claire, il faut savoir ce que vous cherchez à démontrer.

L.A. : Pouvez-vous me décrire votre offre jeune public ?

F.S. : Le terme de médiation existe concrètement dans la littérature depuis 1995.

Nous on s'interroge aujourd'hui sur les segmentations qui, à mon avis, sont galvaudées, elles ne correspondent plus à la réalité : les enfants à 9 ans sont des préados. Il y a une question

dans les musées que l'on ne regarde pas trop et on continue à vivre sur nos trucs ancestraux, on se dit « voilà les parents sont habitués, ce sont des repères, c'est super. En vrai, je pense que l'on se trompe. Maintenant cela pose la question de la segmentation : est-ce qu'à un moment il faut aller vers une segmentation à outrance ?

Les musées s'interrogent également actuellement sur la question de la famille : qu'est-ce que la famille aujourd'hui ?

La question du rôle du parent est centrale (il ne doit pas servir de porte-manteau) : quel rôle joue t-il dans les scénarios d'atelier ?

Trouver des dispositifs qui fassent que les enfants quel que soit leur âge vont avoir des compétences différentes : à partir de 6 ans, ils savent lire, découper. Et c'est compliqué pour les médiateurs de gérer les différents âges au sein même de la segmentation, car certains parents vont mettre leur enfant de 5 ans et demain dans un atelier destiné aux 6-10 ans. Voir M. Piaget qui définit les différents « stades psychologiques » de l'enfant en fonction de son âge. Il faut pouvoir prendre en compte tous ces éléments là et faire en sorte que tout le monde y trouve son compte.

L.A. : Visites/atelier avec ou sans les parents ? Les Arts Décoratifs privilégient plutôt les visites sans les parents.

F.S. : Ce sont de vrais positionnements, il y avait beaucoup de musées qui traditionnellement privilégiaient les ateliers solos, pas que pour de bonnes raisons. Il y avait le côté, on ne s'embête pas avec les parents, ils vont avoir un œil critique sur ce que l'on fait. À la marge, mais quand même, j'ai commencé ma carrière il y a 13 ans au Centre Pompidou, ensuite j'étais au Palais de Tokyo, puis à la Fondation Vuitton puis de nouveau depuis un mois au Centre Pompidou, on avait que des activités individuelles et c'était pas du tout acquis et on était sur des volets 6-12 ans, en-dessous de 6 ans on considérait que les enfants n'étaient pas capables, pourquoi s'embêter ? Aujourd'hui descendre en-dessous de 3 ans c'est rare, vos enfants ont été petits, j'imagine que vous savez que c'est une galère de trouver des activités pour les enfants de moins de 3 ans. Il y a le Musée en Herbe, un peu de théâtre, mais c'est le désert, ce qui n'est pas le cas dans d'autres pays. Tout ça pour dire qu'il y a cette pédagogie qui est encore assez latente dans pas mal d'institutions, qui néanmoins correspond parfois aussi à une attente des parents qui ont envie tout bonnement de se dire : bah voilà, je lui fais faire une activité sympa à mes enfants, moi je vais faire ma visite, je les récupère, j'ai passé un bon moment, ils ont passé un bon moment qui est tout à fait légitime aussi. Donc il peu y avoir plusieurs attentes en fonction des activités, mais de plus en plus il y a cette idée de

passer un moment de partage en famille. On s'est orienté là-dedans comme pas mal d'institutions, donc c'est la dynamique familiale qui est à repenser et puis aujourd'hui, le Louvre a commencé à y réfléchir : c'est quoi la famille ? C'est des familles monoparentales, recomposées, c'est peut-être la grand-mère, c'est peut-être la nounou, c'est peut-être les grands-frères, les grandes-sœurs, c'est peut-être le parrain, la marraine, c'est des familles monoparentales. La famille n'est plus celle que l'on entendait au sens traditionnel et c'est des vraies réflexions pour le coup que moi j'ai rencontré à la Fondation Vuitton puisque là on ouvrait un lieu donc on a reposé cette question là qui était de se dire quand on a établi un pass famille, c'est quoi la famille ? Qui rentre dedans ? Et au final, du moment que l'on considérait qu'il y avait un porteur de carte, qui qu'il soit, on a considéré qu'il embarquait sa famille : 2 adultes et 4 enfants.

Là sur votre sujet si vous l'arrêtez aux 6-11 ans, déterminé par le niveau élémentaire, est-ce que vous êtes en train de vous poser la question de l'enfant en situation individuelle ou l'enfant dans des modalités de groupe, si oui dans quelles modalités (centres de loisirs, écoles). En tout cas, c'est un public que l'on appelle dans notre jargon « captif » puisqu'il est sujet à une prescription qui va être l'adulte t l'adulte peut être le parent, le prof, l'animateur etc.

Il faut restreindre votre sujet à l'une ou l'autre des situations car les modalités sont différentes. *Pourquoi 6-11 ans, j'ai répondu par des critères scolaires mais mon sujet est attaché à la famille, donc attention !*

Vous pouvez plus vous appuyer sur des critères Piagétien (M. PIAGET) : il a effectué un découpage des acquisitions de compétences en fonction de l'âge : 0-3 ans, la phase de motricité... vous arrivez à découper comme ça la capacité des enfants à combiner des éléments, à partir de 11 ans à avoir une pensée abstraite, d'envisager les choses qui ne sont pas là. Concrètement, quand on monte une activité, on se sert de ce modèle pour savoir ce que l'on peut faire faire à l'enfant parce qu'il va avoir les habilités pour le faire. Pour ne pas qu'il soit en situation d'échec car il n'en est pas à ce stade là.

À partir de 7 ans, les enfants sont capables d'appréhender la chronologie des événements (l'âge de raison), il acquiert certaines capacités de raisonnement (calculs, etc.). Cela peut vous aider, vous allez sûrement y retrouver des phases de compréhension de ce qu'il est possible de faire faire à un enfant ou pas.

L.A : De quand date votre offre jeune public et pouvez-vous me la décrire ?

F.S. : Mon Dieu, s'il faut que je vous fasse tout l'historique de l'atelier des enfants ! En 1977, quand le Centre Pompidou a été inauguré, c'était un des premiers lieux dans lequel on instituait un espace dédié aux enfants. Il y avait historiquement des expérimentations qui avaient été faites à Marseille et puis une grande dame qui s'appelle Danièle Giraudy avait été nommée ici, ancienne conservatrice ce qui est assez rare, a eu à charge en lien directement avec la présidence de monter un espace dédié aux enfants. On est en 1977, ça a l'air idiot de dire post 68 mais néanmoins le concours d'architecture pour le Centre Pompidou a été lancé en 69, donc effectivement on est dans cette mouvance : l'art pour tous, la création aux créateurs. Donc elle constitue une équipe d'animateurs qui sont des plasticiens pour la plupart, ce qui a beaucoup marqué la pédagogie qui a été développée au Centre Pompidou. Elle monte ce que l'on a appelé l'atelier des enfants qui se situait là où aujourd'hui vous avez la librairie Flammarion et elle monte clairement avec un cahier des charges, un espace et une équipe qui va réaliser des éditions à destination des enfants, qui va monter des expositions et des ateliers conçus et conduits par cette équipe qu'elle a constituée. Qui vont souvent être thématiques selon deux axes : l'un très tourné vers un attachement à l'objet, à faire parler les objets en quelque sorte, très proche aussi du coup de la création contemporaine puisque ce qui déstabilise beaucoup le public, c'est ces questions de registre de langage où un moment on a fait rentrer depuis Marcel Duchamp l'objet quotidien et interroger le musée et les langages formels, enfin je ne vais pas vous faire un cours d'histoire de l'art, qui peuvent déstabiliser car on réfléchit sur des codes quotidiens et un regard fonctionnel sur les objets et qui fait que l'on s'interroge au fond sur qu'est-ce que c'est que l'art ? Qu'est-ce qui est beau, pas beau ? Néanmoins, repartir de ces objets c'est aussi repartir de l'environnement quotidien. Le deuxième axe était d'associer le regard au geste. Donc ça veut dire beaucoup sur la pratique. Depuis le début la particularité a toujours été, alors on est à une époque où il y a deux espaces qui existent comme ça : le Musée en Herbe, pas celui que vous connaissez aujourd'hui mais celui qui était au jardin d'acclimatation historiquement en 1975 avec Claire Merleau-Ponty et Sylvie Girardet et l'atelier des enfants ici. C'est assez exceptionnel car il n'y a pas beaucoup de lieux qui à cette époque et même encore aujourd'hui peuvent se dire de disposer d'espaces. Donc ça a été fondamental et pour en revenir à cette histoire de pratiques, c'était vraiment associé le faire à l'œil, la première exposition inaugurée en 1977 s'appelait à juste titre « les mains regardent », beaucoup tablée sur des choses de l'ordre de l'appropriation de l'ensemble des sens, c'est surtout cela que ça voulait dire : toucher, pratiquer. Alors c'est évident aujourd'hui mais ça ne l'était pas forcément en 1977. Et cette idée a perduré car les ateliers ont commencé par un moment de pratique et ensuite on allait au musée. Ce qui en général est

plutôt l'inverse dans les autres institutions. L'idée de travailler comme ça c'était de se détacher d'un effet mimétique ou plutôt d'un risque de mimétisme par rapport au travail des artistes et de plutôt se rapprocher de la démarche de l'artiste, s'interroger, pour finalement quand on va au musée comprendre et avoir les clés.

L.A. : C'est ce qui s'est passé dans mon atelier Paul Klee. Ça c'est un peu la marque ici. Je ne vais pas vous faire toutes les étapes car il y a quarante ans d'histoire, néanmoins l'atelier des enfants et le service éducatif était regroupé au sein d'un même service qui est devenu le service de la médiation culturelle, déjà l'évolution de ces noms rend assez bien compte de comment le métier a évolué aussi. On se charge de l'ensemble des publics. À mon niveau, j'ai en charge le pôle « pratiques et programmations » donc ce qui va relever de la programmation artistique de ces espaces là. Les espaces des ateliers des enfants ont été rénovés il y a 6 ans maintenant, la galerie est montée à l'étage au-dessus de la boutique. Fort de cette pédagogie là, nous l'avons déclinée sur les 3-5 ans et sur les adolescents, identifiés comme un public à part entière avec le développement du studio 13/16. Je suis spécialisée sur les enfants et les ados et c'est pour ça qu'on avait beaucoup travaillé cette question là, donc l'idée a été de développer ce projet là ; tablant beaucoup sur la participation s'inspirant des exemples américains dans un registre et un modèle correspondant au modèle français et à nos valeurs républicaines, car la muséologie anglo-saxonne et la muséologie française et européenne (hors Grande Bretagne qui est plus proche du modèle anglo-saxon) ont des modalités d'action très différentes. On a développé ce projet là il y a maintenant 6 ans, en itinérance, car c'est vrai que la particularité au Centre Pompidou dès 1977 a été de s'inspirer d'un modèle suédois d'expositions itinérantes. L'atelier des enfants a ainsi toujours eu un service d'expositions itinérantes. Et aujourd'hui ce que vous voyez à la Galerie des enfants, il y a encore une exposition sur deux qui est destinée à être itinérante en France comme à l'étranger. C'est le service hors les murs et partenariats qui s'en charge. Demain je vais à Istanbul où l'on envoie des expositions depuis longtemps, on en envoie aussi en Italie, au Mexique dernièrement, en Suisse, à Malaga en Espagne où le Centre Pompidou a une antenne.

L.A. : Ces expositions vont-elles dans des musées ?

F.S. : Pas forcément, il arrive qu'elles puissent aller dans des centres commerciaux de la région Ile-de-France du type Parly 2, les Halles. Même travail avec le studio 13/16 qui est devenu le studio 13/16 tour pendant plusieurs mois aux Halles. On peut imaginer que ce soit décliné dans des entreprises. Ces initiatives ont vocation à être multipliées, car nous avons constaté que (c'est mon point de vue personnel mais avec d'autres arguments il est partagé par

l'équipe) il faut être réaliste, un français sur trois va au musée, même s'il est allé une fois dans sa vie ça ne veut pas dire qu'il va poursuivre sa carrière de visiteur pour employer les grands mots et que aujourd'hui, dans le contexte actuel, je pense que si on fait les métiers qu'on exerce tous c'est parce que l'on est fondamentalement convaincu de la place de la culture sur des modalités profondes de changement de la société qui ne va pas forcément dans le bon sens actuellement. Si on regarde toutes les études de fréquentation des musées, c'est pas vraiment en chute alors oui il y a eu une baisse avec les événements, les attentats alors tout le monde se rassure c'est pas de notre faute, c'est le monde qui va mal. Concrètement, il y a aussi des articles un tout petit plus pertinent dans le journal des Arts, qui nous disent tout simplement mais c'est peut-être aussi parce que vos programmations ne sont pas bonnes. Et je pense que c'est plutôt ça la vérité. Néanmoins, les Français n'ont pas arrêté d'aller sur les terrasses de café pour autant donc la programmation des expositions est plutôt à mettre en cause. L'exposition sur Chtchoukine à la Fondation (Vuitton) a fait doublé le nombre de visiteurs par jour donc les gens n'ont pas si peur que ça d'aller au musée. À un moment on a peut-être des expositions qui sont trop pointues, pas bonnes, qui répondent pas à des questions sociales, qui sont peut-être pas en phase avec la société et bah faut pas s'étonner que ça ne tienne pas. On a Magritte aujourd'hui, on n'en peut plus de la file d'attente. Donc c'est bien qu'il y a une question de programmation si ça s'est cassé la gueule à un moment ou à un autre. Là où je voulais en venir (et la chute elle n'est pas vraiment si énorme que ça), on a explosé les chiffres de fréquentation mais si on regarde les profils des visiteurs, ce sont les mêmes qui viennent 2 ou 3 fois plus. À ce niveau là, il y a un échec de la démocratisation, enfin un échec, oui et non, oui c'est bien d'offrir plus d'accès au visiteur et ça doit s'accrocher à d'autres politiques d'ouvertures qui ne doivent pas se contenter de mettre l'œuvre sous les yeux, super ça va être beau et vous allez avoir un rapport inné à l'art, non ça ne marche pas comme ça dans la vraie vie. Et puis un moment ceux qui ne se sentent pas concernés ou ne se sentent pas à leur place. Si vous interrogez les gens, qu'ils aillent au musée ou pas, ils trouvent tous ça formidable qu'il y ait un musée, tous d'accord sur la valeur éducative du truc, juste ils y vont pas parce qu'ils ont l'impression que ça n'est pas pour eux.

Comme le dit très justement Bourdieu, contrairement à l'économie, plus le besoin décroît, moins on en a conscience. Alors qu'en économie, moins on a d'argent, plus on en a conscience. Le besoin culturel non, plus on en est privé et moins on en a conscience. Ce qui est assez catastrophique. Donc effectivement, pour en revenir aux expositions hors les murs, on est tous convaincus que « c'est pas en restant dans notre institution et encore moins dans notre 4^{ème} arrondissement, qu'on va faire venir les gens qui on peut-être le plus besoin de

nous ». Besoin, c'est une grande ambition, ou une grande utopie et c'est un peu prétentieux de le présenter de cette façon là, néanmoins, ça fait partie de notre mission et de la mission du service public, si tant est qu'elle existe, je suis complètement politiquement incorrect, d'aller sur d'autres terrains, qu'on explore d'autres espaces, oui ça a toujours existé d'aller dans les établissements hospitaliers, de développer la formation continue, toutes les entreprises à un moment se reposent cette question de comment on garde les gens impliqués dans l'entreprise et la culture peut apporter ça aussi. Donc c'est réimpliquer sur ces terrains là, aller sur des terrains qui sont mal équipés et il n'y a pas besoin d'aller très très loin, il suffit d'aller aux portes de Paris. Il y a une frontière avec le périph', une barrière intellectuelle qu'on a tous, oh mon dieu je vais au fin fond de je sais pas où alors que non, donc un moment il faut que ça sorte, on est aussi censé être un établissement à rayonnement national et international. C'est ce que l'on appelle la programmation itinérance et hors les murs et on a un pôle en interne ici qui est dédié à ça.

L.A. : Est-ce que vous pensez qu'aujourd'hui c'est suffisamment communiqué ?

F.S. : Ce sont plutôt des partenaires professionnels, on a construit un réseau mais on a des limites en interne : la programmation et la capacité à pouvoir traiter la demande mais de plus en plus on a développé un réseau et nous on fait de la démarche proactive. Certaines entreprises viennent aussi vers nous car il y a les congés personnels de formation et nous nous positionnons là-dessus. Avec l'émergence des fab labs, les makers, tout ce que fait Google en termes de temps adapté même si c'est dans une logique productiviste, en tous les cas, il y a quand même des interrogations sur ces implications à l'échelle du temps de travail. Donc on est de plus en plus sur ces logiques là et nous à se dire qu'on peut accompagner les entreprises sur ces trucs là. Au même titre que pour les enfants, il n'y a pas que l'école qui est là pour éduquer les enfants, il y a déjà le milieu familial pour commencer car ça démarre par là et puis après il y a d'autres structures et nous après on est dans un autre schéma. Quand on voit les initiatives comme la réserve citoyenne, les gens ont envie de s'impliquer sur ces trucs là. Donc on a bien tous conscience que l'éducation ce n'est pas entre 2 et 10 ans. Il y a plein de territoires sur lesquels il est possible de s'insérer et c'est de plus en plus ce que l'on essaye de faire.

L.A. : Donc ça peut aller avec des partenariats avec des structures privées ?

F.S. : Oui effectivement, les partenariats avec le privé ils se font à pleins de niveaux :

- Ça peut être du mécénat, numéraire. Aujourd'hui, vu le contexte économique, il n'y en a plus trop, de moins en moins
- Il y a toute la logique des entreprises qui s'achète une image sociale, culturelle et qui mettent de l'argent dans des expositions
- De plus en plus, il y a du partenariat de compétences : c'est par exemple Orange qui vous accompagne pour faire une application ou Vivendi ou Vinci qui va vous aider à construire un espace. On avait des partenaires fondateurs comme ça sur le studio 13/16 qui nous ont accompagné sur de la compétence de mise en œuvre.
- Partenariats aussi sur la mise en œuvre du projet lui-même ou pour envoyer des projets dans d'autres musées, des centres commerciaux ou en termes d'expertise ou d'ingénierie. En échange, le Centre Pompidou lui propose des formations. C'est le principe des parties et contre parties. Je me suis beaucoup écartée de votre sujet...

L.A. : J'ai vu que vous aviez récemment organisé un événement intitulé Yog'art (20 novembre 2016), était-ce nouveau ? Est-ce une façon de se renouveler ?

F.S. : Non c'est la deuxième fois cette année. De plus en plus, on a une dynamique qui est de croiser les disciplines dans pleins d'institutions c'est le cas. Pourquoi ? Pour aller chercher les gens sur leurs intérêts. On a fait du street art au studio 13/16, non pas pour faire du street art mais pour aller sur un domaine qui les intéressent, qui correspond à leurs préoccupations. André Giordan parlait de concernation, un mot qui n'existe pas, mais qui est de concerner les gens. À un moment, vous aller venir parce que l'on va vous chercher sur votre horizon d'attente et on se sent bien quelque part parce qu'on s'y sent attendu. Cette attente elle va venir du fait que vous vous sentez concerné. Donc aller piocher dans les intérêts des gens pour les emmener ailleurs. C'est la mécanique de la pédagogie. Il y a deux manières d'approcher les choses : vous pouvez faire une opération de comm' un peu événementiel, on fait venir les gens qui viendrait jamais puis on s'en tient là ou alors on va un peu plus loin et on travaille sur qu'est-ce qu'on va faire pendant la séance et comment on va les connecter au lieu ? Et que ça a du sens ici et que ça ne pourrait pas forcément être transférable dans un autre lieu.

L.A. : En l'occurrence, quel était le lien avec les expositions ?

F.S. : Alors j'ai pas pu y assister, pour en avoir conduit au Palais de Tokyo mais plus avec le Shiatsu, en général on travaille sur des postures, des notions liées aux espaces dans lesquels

vous êtes, soit aux œuvres face auxquelles vous êtes. Cette offre date de 2016, il y en a eu un tous les deux mois. La mini-party, pour les 2-5 ans en famille, c'est une nouveauté 2016 aussi.

L.A. : J'ai vu que vous ne proposiez pas d'offre anniversaire, pourquoi ?

F.S. : Le Palais de Tokyo a été le premier à proposer une offre anniversaire (2002). Le centre Pompidou a toujours été réfractaire, c'est un vrai sujet et c'est souvent une fausse bonne idée dans le sens où les parents souhaitent faire une activité et dans le sens où ils sont visiteurs d'une institution, ils se disent que ça peut être sympa pour leurs enfants de faire une activité et qu'on va prendre en charge leurs gamins. Le problème c'est que là on a un groupe qui ne relève ni du groupe scolaire, ni du groupe individuel, car il y a déjà une dynamique entre les gamins qui se connaissent, qui sont en mode festif donc en mode cadeaux, gâteaux donc c'est très compliqué à gérer. Maintenant c'est très souvent une attente qui peut y avoir des parents, il y a des lieux sur lesquels c'est très attendu ce type d'offre. Les Arts Déco ça ne m'étonne pas par rapport au contenu de leur programmation qui soient attendus sur ce genre de proposition, le Palais de Tokyo, c'est le côté un peu arty/art contemporain, la Fondation Vuitton on m'attendait sur ces questions aussi car on était sur un public VIP qui souhaite faire un truc un peu classieux pour ses enfants. C'est une logistique qui fait que pour le coup, nous on ne propose pas. Même sans une offre identifiée comme telle, il y a toujours des parents qui achètent 10 places et qui viennent avec leurs gamins et là on fait : oh merde... parce que la problématique c'est moins que les gens aient pris 10 places que le fait que cela crée un déséquilibre en terme de dynamique de groupe à gérer, car il y aura 5 autres enfants qui seront venus en individuel.

L.A. : Comment appelez-vous les personnes qui animent les ateliers JP ? Sont-ils salariés du Centre ou faites-vous appel à des personnes externes ?

F.S. : On a les animateurs, les médiateurs et les guides-conférenciers. Ce sont tous des salariés du Centre, effectivement si vous regardez à la Fondation, c'est complètement externalisé. Il n'y a pas de terminologie uniforme, c'est bien le problème du métier, sauf pour le conférencier puisque c'est le seul qui est soumis à la carte dite professionnelle de guide-conférencier donc il a un statut qui faisait l'objet d'un concours mais qui est maintenant remis en question avec l'ubérisation de la médiation. Pour le reste, il n'y a pas de diplôme d'animateur, de médiateur, donc ça dépend de chaque institution. Les conférenciers ici n'ont pas pour la plupart la carte de conférencier mais ça c'est historique. Ils ne sont pas à temps pleins et ce sont des métiers qui sont extrêmement épuisants. Les animateurs ont plus des compétences plastiques, c'est typiquement ceux que vous avez eu en atelier. Et les médiateurs

sont ceux qui sont sur la Galerie des enfants qui ont des compétences plus relationnelles et qui font l'objet de contrats très spécifiques à la maison mais sont bien salariés. Ils ont bien souvent une autre activité à côté : pour les animateurs, ils sont bien souvent plasticiens, enseignants en design et donnent des conférences ailleurs et pour ce qui est des médiateurs ce sont beaucoup des étudiants aux Beaux-arts ou en médiation.

L.A. : Collaborez-vous avec des start-up ? Externalisez-vous une partie de vos services ?

F.S. : À la direction des publics, bien sûr mais ça ne dépend pas de mon service : l'accueil, le vestiaire, l'informatique. Sur la médiation culturelle, on va plus avoir ce que l'on va appeler des consultants : des gens auxquels on va faire appel et avec qui on va collaborer car on aura besoin de telle et telle compétence. On fait beaucoup appel à des artistes pour créer des espaces, pour faire du design. Tout n'est pas gérer en interne, loin de là et heureusement.

Nous avons ouvert un nouvel espace ouvert en septembre 2016 pour les 9/12 ans : un fab lab pour les enfants, car les tranches d'âge sont un peu obsolètes et on voulait développer un fab lab pour les enfants accompagné de médiateurs qui ont des compétences sur l'imprimante laser et l'espace n'est pas ouvert aux parents.

L.A. : vous considérez-vous comme concurrent par rapport aux autres musées ?

F.S. : On échange tous entre institution, ce n'est pas un projet que j'ai piloté car je suis arrivée il y a un mois mais j'avais conduit ce projet au Palais de Tokyo. On mène tous les mêmes combats avec les mêmes convictions. Ce n'est pas un système si concurrentiel que ça, car aujourd'hui on est tous conscients que les bonnes pratiques autant s'en inspirer et on ne fait pas ce métier pour avoir de l'égo d'auteur ou je sais pas quoi. C'est juste des dispositifs pédagogiques que l'on fait on n'est pas des artistes.

L.A. : Quels sont les axes de développement dans les années à venir ?

F.S. : La formation professionnelle

Sur le jeune public, on amorce cette histoire avec la Fabrique, on est toujours sur la dynamique de travailler avec des artistes sur la Galerie des enfants

De mon point de vue, la question de l'intergénérationnel est à remettre au cœur : les grands-parents aujourd'hui ont du temps et sont très actifs et ils ont le pouvoir d'achat et l'envie. Il y a là une vraie question que l'on commence à se poser : on propose des choses pour les seniors mais pas forcément dans une dynamique intergénérationnelle. La question de la tranche d'âge 0-3 ans et des femmes enceintes (elles ont du temps, pas forcément envie de rester chez elles)

on ne l'a s'est pas encore posée. Culturellement parlant, je pense qu'il y a des choses qu'on peut amener. La culture poussette et la culture in-utéro.

C'est mon point de vue, je ne sais pas si ce seront les axes du Centre et du pôle médiations culturelles.

Du point de vue du service, on va beaucoup vers des dispositifs intégrant les nouvelles technologies justement pour favoriser une grande diffusion, vous avez peut-être pu voir la web-série mon Œil. L'objectif c'est de réaliser de courts épisodes autour de grandes thématiques fondamentales liées à la collection et à la création contemporaine en général, de travailler avec différents créateurs

On est en train de développer une web-série pour les adultes avec un illustrateur pour expliquer les grands mouvements de l'art moderne.

L'idée est de multiplier les canaux de diffusion, les supports pour permettre des appropriations. L'intérêt de mon œil c'est qu'un prof peut utiliser ça dans sa classe surtout avec leurs tableaux électroniques. C'est donner une palette d'outils, la multiplier, la rendre aussi un peu en phase avec ce qui est contemporain et puis faire un truc de qualité. L'intérêt de ces outils c'est aussi qu'il n'y a pas de contraintes de temps, pas de contraintes d'espaces, ils peuvent être utilisés n'importe où par n'importe qui, c'est ouvrir d'autres possibilités et diffuser. De plus en plus, dans notre service, ça va être aussi de formaliser un peu ce que l'on fait, c'est-à-dire l'écrire, le diffuser parce qu'à un moment on a tous dans nos institutions la tête dans le guidon, et on oublie de dire quelle est notre spécificité, qu'est ce qu'on fait, on dit pas que c'est des recettes mais en tout cas nous on fait comme ça. Et si ça peut être inspirant pour d'autres tant mieux.

L.A. : Est-ce que ça a été le cas, est-ce que vous avez eu des retours de certains enseignants qui s'en sont servis ?

F.S. : Historiquement, le centre Pompidou avec sa pédagogie autour de l'objet a beaucoup inspiré les fracs, les centres d'art. Il y a encore beaucoup de gens qui regardent ce que l'on fait. Dans nos partenariats, je vous parlais d'Istanbul, ils avaient Istanbul moderne qui va être réhabilité et refait par Enzo Piano, pour nous c'est un partenaire historique, ils envisagent du coup, depuis le temps qu'ils reçoivent nos expositions, d'ouvrir un espace dédié au jeune public, donc ils nous ont demandé de les accompagner là-dessus. Ça amène à ce genre de choses aussi et c'est là où ça devient intéressant.

L.A. : du coup, est-ce que cette web-série sera traduite en plusieurs langues ?

F.S. : Il faudrait c'est vraie qu'elle a rencontrée une très grande diffusion et un super succès. C'est plutôt un projet réussi donc à voir. Avez-vous pu monétiser cette diffusion ? Non, c'est

gratuit et heureusement qu'il y a encore des choses gratuites car tout le monde les paie dans ses impôts.

Annexe 11 : grille d'entretien/Musée des Arts Décoratifs

Mme Catherine Collin aux Arts déco, Responsable du service des publics.

Rappel de mon sujet : LE JEUNE PUBLIC (7-11 ANS) À LA RENCONTRE DE L'ART :

Etude du renouvellement des médiations muséales et artistiques.

Ma démarche : étude du renouvellement de la fonction de médiateur et des dispositifs de médiation dans le secteur muséal à destination des 6-11 ans, lecteurs.

Votre programmation/offre

Pouvez-vous me décrire votre offre jeune public ?

De quand date cette offre ?

Que proposez-vous (visites, ateliers ou autres) ? Est-ce qu'un atelier est suivi d'une visite dans le musée ou pas nécessairement ?

Quelle offre remporte le plus de succès ? Pourquoi ?

Quelle est celle qui a rencontré moins de succès ? Pourquoi ?

Quels sont vos axes de développement ? Qu'est-ce qui vous différencie des autres musées ?

Vous proposez une offre anniversaire, de quand date-t-elle ? Est-ce qu'elle plaît ? Quel type d'activité organisez-vous pour les enfants ?

Évolutions de votre offre:

Pour le public familial : Qu'est-ce qui a changé dans votre programmation, dans votre manière de mener des activités pour le jeune public ces dernières années ? (Les catégories d'âge, la durée, la présence des parents ou autre ?)

Pour le public scolaire : le plan Vigipirate a-t-il eu un impact sur votre fréquentation ? Avez-vous développé une offre alternative ? Par exemple : œuvres d'art ou médiateurs dans les écoles, plateformes de visites virtuelles comme le fait Paris Musées.

<http://www.lesartsdecoratifs.fr/francais/activites/groupes/enseignants/contenus-pedagogiques-et-documentaires/> : ressources documentaires, visites virtuelles du musée avec commentaires audio, dépliants et aides à la visite

Les dispositifs de médiation

Quel dispositif de médiation (ateliers, numérique, applications ou autre) remporte un large succès aujourd'hui auprès du jeune public dans votre institution ?

Depuis quand utilisez-vous ces dispositifs ? Y a-t-il des dispositifs différents en fonction des tranches d'âges ?

En quoi avez-vous innové au cours de ces dernières années ?

De nombreuses start-up mettent au point des outils créatifs, avez-vous déjà collaboré avec certaines ? (par exemple, pour la gestion de votre billetterie ou en utilisant un outil créatif pour accompagner les ateliers jeune public...)

Les « pratiques » professionnelles au sein de votre institution: comprendre la potentielle évolution du métier de médiateur

L'offre : Faites-vous appel à des entreprises externes pour compléter votre offre ?

L'animation : Les médiateurs/trices qui animent vos ateliers/visites à destination du jeune public sont-ils des employés en CDI du musée ou bien des indépendants/freelance/start-up ?

Si oui, pour quelles activités ? Quelle formation ont-ils ?

Est-ce un partenariat ponctuel ou travaillez-vous toujours avec les mêmes personnes ?

Il existe un certain nombre d'entreprises spécialisées dans l'organisation de visites-conférences dans les principaux musées parisiens. Travaillez-vous avec eux ? Si oui, de quelle manière ? (redevance). Comment percevez-vous leur travail ?

Environnement extérieur

Est-ce que vous ressentez une forte concurrence ? (autrement dit : une augmentation de l'offre culturelle à destination du jeune public au cours de ces dernières années) ?

Quels sont aujourd'hui vos partenaires/mécènes publics et privés ?

Avez-vous déjà effectué une opération de financement participatif (crowdfunding) pour financer l'un de vos projets ?

Annexe 12 : retranscription entretien au Musée des Arts Décoratifs

Entretien avec Catherine Collin le 6 décembre 2016, Responsable du service des publics des musées : catherine.collin@lesartsdecoratifs.fr (durée : 46 minutes)

Abréviations:

C.C.: Catherine Collin

L.A.: Laure Ambonville

Je me suis brièvement présentée mais elle avait souhaité recevoir ma grille d'entretien avant notre rencontre ce qui nous a permis d'entrer directement dans le vif du sujet...

C.C.: par rapport à votre sujet, la question du renouvellement concerne plus les statuts des guide-conférenciers que notre offre. On étoffe nos gammes plus que l'on change les fondamentaux qui demeurent quand même assez excellents. Cela fait 60 ans que l'on fait des ateliers, le principe même a été figé et fixé de longue date et très avéré.

En revanche, le renouvellement se situe au niveau de la formation de nos guides-conférenciers: avant 2006, nos conférenciers étaient des praticiens et des diplômés d'arts appliqués (plasticiens, stylistes). A la réouverture du musée, en 2006, nous avons effectué un plan de formation important et nos conférenciers sont désormais employés en CDI intermittent (convention collective de l'animation).

Votre programmation/offre

C.C.: Concernant notre offre jeune public, nous faisons un travail très intense envers les classes, les sorties scolaires. Nous avons une mission envers les enseignants que nous formons également. Ils sont accueillis dans le musée pour découvrir les collections dans le cadre de plans de formation. Avec Vigipirate, la demande a un peu diminué, alors comme à ce moment là on avait l'exposition sur l'école des loisirs, on est allé dans les classes.

On organise également une « journée découverte des métiers » (cuir, bois, joaillerie) pour les collégiens à l'initiative du musée. On répond également à l'appel d'offre de Citoyenneté Jeunesse de Seine-Saint-Denis (destinée aux collégiens) et la cellule mécénat avait rencontré l'hôpital Robert Debré et ils ont effectué une mission là-bas. De manière générale, les enseignants viennent vers nous, nous faisons peu de démarche active.

C'est très différent de ce que vous rencontrerez chez nos homologues de Pompidou où il y a une sectorisation très précise et tout autant intéressante. On est un petit service, donc on se

saisit de toutes les bonnes occasions et de toutes les opportunités. Nous sommes financés par L'État mais notre statut privé fait que nos activités doivent s'autofinancer.

Au départ, les ateliers pour enfants étaient avec ceux du Carrousel¹⁰⁸ qui maintenant propose des activités artistiques pures sous la forme de cours annuels. Aujourd'hui, les ateliers du Carrousel continuent d'exister et la partie ateliers à la carte a été conservée par les Arts Décoratifs.

L.A.: dans quel ordre se déroule la visite?

C.C.: L'enfant effectue la visite du musée puis l'atelier parce qu'on a besoin de savoir ce qui s'est produit avant nous et que c'est un bon moyen pour nous de faire passer la chronologie. Et parce que c'est l'œuvre qui est la première. Ils repartent avec une vraie petite chose et nous comptons sur l'excellence de nos guides-conférenciers.

Cela fait 60 ans environ que nous organisons des ateliers pour les moins de 13 ans, il y a ceux qui vont venir pratiquer le dessin, la peinture, le modelage et ceux qui veulent découvrir le musée sur des temps plus courts. Nous sommes l'un des plus anciens services pédagogiques. Nous ne faisons pas beaucoup de visites familles, à part nos journées familles avec des ateliers valables aussi bien pour les petits que pour les grands, les parcours contés et les ateliers 4/6 uniquement, pour lesquels les enfants doivent être accompagnés des parents. On est moins familles que peuvent l'être d'autres musées car on développe d'autres choses et ce besoin là ne nous est pas apparu en tant que tel. On travaille en intuition, on fait des propositions en fonction de ce que l'on sait faire nous. Comme je vous le disais on est une petite équipe : moi, une personne en charge de l'action éducative, 8 conférencières, une assistante administrative qui organise toutes les visites, un régisseur qui travaille sur l'approvisionnement et la bonne gestion des ateliers, une enseignante mise à disposition une fois par semaine.

L.A.: Pourquoi ne faites-vous pas plus d'ateliers familles ?

C.C.: On s'attache à ce que sont les parents, c'est toujours compliqué quand le parents veut aider, quand le parents a un œil sur ce que fait l'enfant. C'est une vraie alchimie à trouver, car l'adulte ira quand même d'une certaine façon porter un jugement sur ce que fait son enfant : « regarde, il fait bien lui, fais comme lui ».

L.A.: de quand date votre offre anniversaire?

¹⁰⁸ Depuis 1953, Les Ateliers du Carrousel accueillent chaque année plus de 1800 élèves de tous âges dans 112 cours d'arts plastiques variés : dessin, peinture, sculpture, bande dessinée, maquette, mode... Les 50 enseignants - plasticiens, céramistes, designers, historiens - transmettent la vocation d'origine des Ateliers : « Éveiller les facultés créatrices de chacun au contact des matières, des objets et des œuvres ».

C.C.: L'offre anniversaire a 25 ans. Une personne assez emblématique a tenu le département jusqu'en 2005 pendant une quinzaine d'années et elle était américaine donc arrivait avec un bagage anglo-saxon relativement fort c'est-à-dire qu'au moment de Noël, on fabriquait les bottes du Père Noël et elle était ravie car ça marchait avec toutes les familles. Même si on avait envie parfois de quelque chose de moins commercial, c'était une activité très avérée. La demande d'anniversaire est très importante, on en a minimum 4 ou 5 chaque week-end. On prend les ateliers les plus ludiques, qui produisent le plus immédiat petit objet qui séduira tout le monde. On s'appuie par exemple sur nos collections du Moyen-âge qui sont plébiscitées ou au contraire sur nos expositions temporaires pour faire en sorte d'avoir un calibrage un peu festif mais on reste sur la définition de notre atelier traditionnelle. Et ce sont nos conférenciers qui animent.

Les évolutions de votre offre jeune public

C.C.: On a ajouté de petites touches, on a renforcé la formation des enseignants et on a généralisé la formation de nos propres conférenciers sur des thématiques liées à l'enfance ou au handicap de façon à renforcer la compréhension des publics en question. On a inscrit les parcours contés qui sont programmés en fonction des compétences de nos conférenciers et du thème des expositions (certaines expositions ne se prêtant pas à la visite contées). C'est sur ces nuances là que ça se joue et pas sur le fondamental qui est que l'enfant soit devant l'œuvre, la comprenne et puisse esquisser à la fin un petit objet en lien avec le thème de l'atelier. C'est un format de 2 heures qui correspond à l'enfant : 1 heure de visite et 1 heure d'atelier, car 2 heures dans le musée ce serait trop long et 2 heures en atelier ce serait trop bête. Les parcours contés dépendent des expositions du moment, on en a développé beaucoup au moment de l'exposition sur l'école des loisirs et on en retrouvera l'année prochaine si on accueille Gabriel Vincent et son Ernest et Célestine. C'est un format d'1h30, peu de conférencières les font, car ça nécessite certaines compétences : on déambule dans le musée, on capte les enfants au travers de la narration et on se pose devant certaines œuvres.

Les « pratiques » professionnelles au sein de votre institution: comprendre la potentielle évolution du métier de médiateur

C.C.: Ce sont des conférencières et non des médiatrices, car la première a des compétences importantes en histoire de l'art et ont un diplôme reconnu par l'État et c'est ce vers quoi on voulait aller. Certains musées sont allés vers cette dénomination de médiatrice pour avoir

quelque chose de plus léger, mais nous on ose revendiquer qu'il faut un peu d'effort, et que ce discours doit être passé par des personnes à grandes compétences.

Les dispositifs de médiation

L.A.: et le numérique dans vos ateliers?

C.C.: Ce n'est pas le propre de nos ateliers. Nous utilisons un peu la photo, et nous avons des ateliers daguerréotypes. Le numérique il est plutôt pour les grands, dans les salles, à partir de 10 ans, il marche très bien mais avant il n'y a pas nécessité. J'accueillerai l'année prochaine des stagiaires qui vont essayer de voir si elles nous proposent des jeux sur tablettes, mais c'est toujours le même problème, vous donnez une tablette, vous ne regardez plus l'œuvre. On s'en est servi à l'hôpital, car c'est un lieu fermé avec des enfants qui ne sortent pas, on arrivait avec des tablettes chargées avec les parcours qu'on souhaitait leur montrer. Sauf à se dire que l'on fait des ateliers de petits codeurs pour voir comment l'œuvre va bouger ; si l'on avait une activité numérique, ce serait pour coder ou apprendre à coder.

L.A.: Feriez-vous appel à des personnes extérieures ?

C.C.: Oui comme on le fait de temps en temps avec nos visites théâtralisées prises en charge par une compagnie théâtrale. Nos ateliers indigo sont pris en charge par une de nos conférencières, nos ateliers d'écriture par une conférencière extérieure. Effectivement, il n'y a pas de préalable, il est clair que si l'on devait faire coder et on commencerait par là, on irait démarcher quelqu'un d'extérieur, en formant en parallèle conférenciers et codeurs de façon à ce que la visite soit comprise histoire de l'art, qu'est-ce que je fais de ces fichiers numériques que j'ai et comment je les associe et qu'est-ce qui se joue.

Ce que je trouve important avec le numérique, c'est de montrer que l'on y est sensible et que ça nous intéresse tout autant, donc le faire rentrer dans nos pratiques comme on fait du dessin, on peut coder et du coup obtenir des résultats, des petites choses qui vont révéler une œuvre et en dire davantage, ça ça fait partie des points intéressants. On va voir... une start-up avec laquelle on s'est associée à gagner l'appel à projets numériques innovants (ANI) du Ministère (de la Culture) sur la question des casques à réalité mixte (augmentée et virtuelle) et du coup on verra si on fait créer des hologrammes aux enfants. Ça fait partie du projet dans son ensemble tel qu'on doit le discuter, le mettre en œuvre bientôt. Vu le poids et le prix du casque, il se destine plutôt aux adultes. Cette start-up s'appelle Séoposcope (voir annexe 13). Cette année, l'ANI était lancé à destination des start-up qui devaient trouver leur musée pour candidater. C'était la 4^{ème} édition : 2010, 2012, 2014, 2016 ; les start-up qui gagnent sont

financées à hauteur de 30 à 50000€. En général, tous les musées ont des affinités avec des start-up et des étudiants qu'ils démarchent pour faire des projets.

L.A.: C'est quand même une tendance assez récente, non ?

C.C.: Non puisque le premier appel à projets numériques c'était 2010. Là on parlait dans l'autre sens, c'était le musée qui devait trouver les start-up avec lesquelles il s'associerait.

L.A.: Pour moi c'est récent 2010 !

C.C.: 2010 correspond à l'année où le Ministère a commencé à financer des projets mais avant ça existait déjà.

L.A. : Est-ce que vous démarchez ou ce sont les entreprises qui viennent à vous ?

C.C. : Nous on est démarché, alors c'est vrai que c'est récent, mais le numérique va tellement vite qu'il paraît très vite obsolète. C'est en 2007 qu'un étudiant nous démarque pour la première fois pour mettre une application à l'intérieur du musée. Ça c'est lié à l'arrivée du smartphone. Aujourd'hui nous avons une application mais ce n'est pas par là que ça passe, car ça passe par les réseaux sociaux : Facebook, twitter et instagram.

Environnement extérieur

L.A.: Il y a quelque chose qui m'interroge, car j'ai vu qu'il y avait beaucoup d'entreprises qui proposaient des visites à des particuliers ou à des écoles, comme Paris d'enfants par exemple. Est-ce que vous travaillez avec ces entreprises là ?

C.C.: Non, car on considère que nos conférenciers sont les meilleurs. Ils viennent, on les accueille, chez nous il n'y a pas de droit à parole, c'est la rémunération que fait payer un certain nombre de musées aux conférenciers qui ne sont pas attachés à leur maison.

L.A.: Quelle proportion représentent-ils ?

C.C.: Les petits comme ça, c'est assez marginal, les individuels et les écoles font plutôt appel aux musées en direct. C'est une clientèle particulière que se développent quelques personnes donc ensuite ils y sont attachés, souvent parce qu'ils ont été parents d'élèves dans une école et qu'ils ont organisé la sortie et voilà, c'est tout, c'est comme ça que ça naît.

Mais il y a des dispositifs intéressants : un outil assez bien fait et habile, car c'est pas toujours le cas. C'est l'association Môm'art qui a fait un petit jeu, une sorte de kit pour la visite dans un musée : vous avez une longue vue, un petit sac et puis des fiches conseils du type « prends un papier et un crayon, assied-toi et dessine, prend ton ticket d'entrée, retrouve le tableau reproduit... j'ai bien aimé, c'est une démarche que je trouve intéressante qui opère dans tous

les musées. Une sorte de kit prêt à l'emploi destiné aux familles qui s'appelle « petits conseils pour bien jouer au musée »¹⁰⁹.

L.A.: Allez-vous le proposer sur votre site Internet ?

C.C.: Non, il n'y a pas trop de raisons, on pourrait le proposer à la boutique. Mais je ne sais pas où ils en sont, car ce sont des éléments qu'ils ont fait financer en ligne.

Axes de développement

L.A.: Quels sont vos axes de développement à venir ?

C.C.: Ce qui est formidable c'est que l'on nous propose toujours de nous renouveler. La question des rythmes scolaires a fait considérablement évoluer nos offres et nos propositions d'accueillir les groupes scolaires parisiens puisqu'ils sont très fortement dirigés et incités à aller dans les musées de la Ville de Paris et tout à fait logiquement et du coup c'est plus difficile de les capter et de faire des propositions et de continuer à faire ce que l'on faisait avec les ateliers bleus, les classes culturelles qui étaient demandées par la ville de Paris¹¹⁰. Pour que le service continue à bien œuvrer, il faut que l'on aille trouver des pistes ailleurs, mais c'est davantage vers de nouveaux visiteurs que vers de nouvelles pratiques que l'on s'oriente. On n'a pas les moyens, on espère que l'on aura un espace dédié lors du prochain renouvellement du pavillon sur le moderne et contemporain mais c'est notre seule espérance. Ensuite on aura différents dispositifs que l'on placera à l'intérieur, mais ce n'est pas non plus totalement révolutionnaire. L'idée c'est de faire avec nos moyens au mieux de ce que l'on connaît des publics et de ce que l'on a envie de faire passer au travers de nos offres.

¹⁰⁹ Nous avons conçu des MuséoJeux qui favorisent le partage, les échanges, des rires et beaucoup de connivence.

Pour que ce soit pratique, nous avons mis tous les MuséoJeux dans un super sac beau + solide + réutilisable + de fabrication française. Le sac MuséoJeux contient tous les ingrédients pour faire de nouvelles expériences au musée en famille. Les MuséoJeux sont des jeux que l'on peut faire en famille au musée pour passer un bon moment (super souvenirs garantis). La vie est trop courte et trop belle pour s'ennuyer au musée ! Le sac contient :

- un MuséoRouleau pour mieux observer les œuvres
- un MuséoBandeau pour mieux imaginer les œuvres
- Des cartes de jeux

¹¹⁰ La DASCO (Direction des Affaires Scolaires) de la ville de Paris organise des « classes à Paris » destinées à des élèves de l'école élémentaire ; elles sont conduites par des intervenants extérieurs à l'école.

Leur objectif est d'élargir l'univers scolaire à l'environnement extérieur, de stimuler la curiosité et l'intérêt de enfants en leur permettant de s'initier à des techniques nouvelles, en les mettant en contact avec le monde de la création, de l'art, de la science et en leur faisant mieux connaître Paris ou leur quartier.

Les classes à Paris peuvent être :

- des classes culturelles : découvertes des collections des musées, des expositions, de l'œuvre d'un artiste, du patrimoine historique, géographique et environnemental de Paris ;
- des classes scientifiques : astronomie, archéologie, aéronautique, robotique, mécanismes, environnement (avenir de la planète, écologie et développement durable) ;
- des classes artistiques : photo, gravure, sculpture, musique, poésie, danse, théâtre, bande dessinée, marionnettes, calligraphie, vitrail ;
- des classes conduites par des professionnels de l'image, de l'écriture ou des nouvelles technologies (photo, cinéma, presse...)
- Les enseignants volontaires déposent leur projet pédagogique en deux exemplaires auprès de l'inspecteur de circonscription pour avis avant la date indiquée.

Un enseignant ne peut cumuler au cours de l'année scolaire une classe de découvertes et une classe culturelle à Paris.

Source : https://www.ac-paris.fr/serail/jcms/s1_779039/classes-a-paris-culturelles-scientifiques-artistiques

Donc on continuera très fort sur l'interaction et sur le lien avec les métiers d'art qui est un axe qui nous semble important et intéressant. Qui, comme je vous le disais, est plus pour les plus grands (plus de 11 ans) mais qu'on pourrait travailler autrement avec les plus jeunes. Les stages sur les métiers sont pour les 11-14 ans.

L.A.: Avez-vous déjà travaillé sur une année scolaire en partenariat avec un établissement ?

C.C.: Oui on en fait beaucoup. Quatre établissements sur l'année et on en a même un sur trois ans. C'est un partenariat avec une école proche de la Samaritaine qui pendant les travaux a décidé d'accompagner de façon artistique et culturelle l'école en question. Ce projet est financé en grande partie par la Samaritaine. Ça consiste à développer des ateliers et des parcours pour l'ensemble des classes année après année, ce qui nous permet sur trois ans que les enfants voient toutes nos collections et d'avoir un parcours complet. Les enfants « produisent des œuvres » qui seront restitués prochainement autour de la Samaritaine.

L.A.: pensez-vous que l'offre jeune public s'est beaucoup développée au cours de ces dernières années ? À la fois du côté de l'offres muséale mais aussi de l'offre culturelle proposée par les indépendants ?

C.C.: On propose 3, voire 4 ateliers dans le musée par semaine, on est au taquet de ce que l'on peut faire en continu pour l'accueil du jeune public, mais pas complètement les mardis et jeudis, car les nouveaux rythmes (scolaires) ont changé la donne.

L.A.: diriez-vous qu'il y a beaucoup de concurrence aujourd'hui dans votre secteur?

C.C.: La concurrence elle n'existe pas dans nos musées, pour moi c'est de l'émulation. Faire en sorte qu'un enfant découvre un musée, c'est s'assurer qu'il aura envie d'en découvrir deux ou trois autres, qu'il sera curieux, qu'il aura cette appétence. Autant, il peut y avoir concurrence à un autre niveau mais jamais au niveau du service des publics. On a beaucoup de coopération avec l'Opéra de paris, la Comédie Française et Radio France et avec les autres musées et on fait tous en sorte de travailler ensemble. En juin prochain, le ministère est en train de nous imaginer un grand colloque sur la question de la médiation, on est tous réunis pour partager nos expériences et voir ce qu'elles contribuent à apporter à tout un chacun.

Après on aime bien quand Paris Mômes nous repère et nous distingue pour tel ou tel atelier et fait part de son choix et ça fait plaisir mais ce n'est pas la concurrence ; c'est juste le choix fait par un journaliste et qui permet d'attirer l'attention sur nous. Paris Mômes est un très prescripteur, c'est le magazine de référence, en tout cas pour nous. En plus de tous les sites et tous les blogs qui existent et nous répertorient bien-sûr. Une enquête de publics est sortie

récemment et montre que c'est finalement le bouche à oreille qui reste notre meilleure médiation.

L.A.: Avez-vous des partenaires/mécènes? Qui sont-ils?

C.C.: Nous avons un partenariat avec l'hôpital Robert Debré financé par une campagne de crowdfunding (financement participatif). Le partenariat que nous avons avec la Samaritaine et une école primaire. Ces deux entités sont venues vers nous, nous n'avons pas eu besoin d'aller les chercher. On n'a pas de stratégie en tant que telle, on avance en fonction de tout ce que l'on peut capter et ce vers quoi on peut aller en fonction des compétences dont nous disposons. Les expositions vont permettre d'attirer à chaque fois un public différent parce que par exemple le Bauhaus va motiver le professeur d'arts plastiques mais aussi pourquoi pas le prof de maths et donc c'est à chaque fois ce principe là : aller ce vers quoi on n'est pas encore allé.

L.A. : en fonction de la demande ?

C.C.: En fonction de nos propres envies, nous ne faisons pas que répondre à la demande, chère Madame. Ce que j'essaie de vous faire comprendre, c'est que notre stratégie n'est pas exprimée mais elle existe, l'idée est que chaque année nous avons de nouvelles expos et on fait en sorte de trouver le public en fonction de ces expos au travers des propositions plus ou moins renouvelées que nous faisons.

L.A.: Le financement public a-t-il diminué ?

C.C.: Non, car il est juste sur nos salaires et toutes nos activités s'autofinancent.

Annexe 13 : communiqué de presse, OPUSCOPE au Musée des Arts Décoratifs

À PARIS, LE 13 MAI 2016

Vendredi 13 mai 2016, le Musée des Arts Décoratifs présentait ses dernières innovations d'usage du numérique, notamment grâce au mécénat de la Fondation Bettencourt Schueller depuis 2013. À cette occasion, le musée a donné la parole à Opuscope, une startup dont l'ambition est de proposer des expériences culturelles destinées au grand public.

Une scénographie immersive et ludique au 5ème étage du musée se trouve le Rhinocrétaire, secrétaire en laiton représentant un rhinocéros, de François-Xavier Lalanne. Habituellement, celui-ci ne s'ouvre pas au visiteur. En collaboration avec le musée des Arts Décoratifs, la startup Opuscope a voulu offrir un regard nouveau sur cette œuvre, en proposant une immersion dans une scénographie interactive. Munis d'un casque de réalité virtuelle, d'un capteur de gestes et d'une manette, journalistes, personnels du musée et visiteurs ont redécouvert cette œuvre. Un livre d'or, placé sur l'abattant du secrétaire, était mis à leur disposition afin de laisser leur créativité s'exprimer. Cette exposition virtuelle, une salle à l'allure contemporaine reflétant l'esprit des Lalanne, présentait divers éléments documentaires tels des vidéos, des photos et des cartels numériques. À travers les fenêtres, le visiteur pouvait apercevoir une savane reconstituée, pour le bonheur des enfants et même des plus grands, qui se sont cultivés en voyageant. Les visiteurs, fiers de leurs dessins, pouvaient repartir avec un souvenir de leur performance artistique apposée sur le livre d'or.

Face à l'enthousiasme des visiteurs, Opuscope présentera à nouveau cette expérience le 21 Mai de 18h à 23h dans le cadre de la Nuit des Musées. « Nous sommes très heureux et honorés de pouvoir collaborer avec le musée des Arts Décoratifs dans l'application des toutes nouvelles technologies au sein d'un contexte muséal », assure Soraya Jaber, étudiante de Paris 1 Panthéon-Sorbonne et à l'origine du projet Opuscope. Thomas Nigro, CTO de la startup explique « C'était un challenge pour nous, étant donné les courts délais, mais grâce à nos procédés techniques et créatifs optimisés, nous avons pu livrer à temps ».

Le scan de l'œuvre, réalisé à l'aide d'un smartphone, avait été effectué quelques jours auparavant, la scénographie pensée et réalisée en parallèle.

À propos d'Opuscope

Issu d'une collaboration entre Soraya Jaber (20 ans), étudiante en Histoire de l'Art à Paris 1 et employée au musée des Arts Décoratifs, et Thomas Nigro (20 ans), développeur de VLC pour Windows et Microsoft Regional Director, le projet Opuscope a pour ambition de repenser les moyens d'accès à l'Art et l'Histoire à travers la réalité virtuelle et mixte.

Selon Catherine Collin, responsable du service des publics du musée : "Le musée des Arts décoratifs a plaisir à confirmer ses missions d'accueil et de possibles expérimentations offertes aux artistes, designers, développeurs et donc aux startups. Les propositions d'Opuscope s'inscrivent au cœur de nos développements culturels et de notre politique en faveur de la transmission humaine mais également de la médiation numérique quand elle révèle les œuvres autrement, qu'elle participe à bien voir et dès lors mieux comprendre l'histoire d'un objet, le geste d'un artiste, ce que nous nommons le "regard augmenté".

Opuscope dématérialise œuvres d'art, monuments et sites archéologiques qu'elle intègre ensuite dans une scénographie immersive, ludique et pédagogique. La startup a créé un logiciel permettant de générer des scénographies adaptées aux œuvres qu'elles présentent. Ces différentes expériences sont ensuite centralisées sur une plateforme en ligne.

L'équipe travaille également à l'utilisation de la Réalité Mixte pour concevoir une expérience à vivre sur place, à l'aide de lunettes projetant des hologrammes.

La startup a récemment remporté le prix City Art Xperience du Culturathon 2016, lui permettant de rejoindre l'incubateur de la Louvre Lens Vallée et de développer son offre dans la région. Elle a également été sélectionnée, avec 10 autres startups dans le monde, par l'accélérateur Hacker

Unit et finalise une première levée de fonds. La commercialisation de son offre d'expériences en Réalité Virtuelle débute en Juin, l'application Opustore sera disponible dans le courant de l'été. Les développeurs espèrent pouvoir présenter le Musée augmenté au grand public en 2017, tandis que les premiers essais vont débiter dans le courant de l'été.

Annexe 14: grille d'entretien avec Joséphine Barbereau, fondatrice de la société Little io

Depuis quand existez-vous ?

Comment définiriez-vous votre activité ? (éducative/pédagogique, culturelle, artistique, manuelle, créative). Quel est le statut de votre entreprise ?

Public ciblé ? Familles et/ou écoles ?

Activités envers le public familial :

Combien d'ateliers donnez-vous par mois ? À quelle tranche d'âge ? Quelle est la durée de l'atelier ? Les parents peuvent-ils être présents ? Quels sont vos tarifs ?

Où se déroulent ces ateliers ? (LIEU) Louez-vous cet endroit ? Quel est votre loyer par mois ?

Quel dispositif de médiation utilisez-vous (ateliers, vidéo, sons, images, rétroprojecteur) ?

Qu'est-ce qui fonctionne le mieux auprès du JP ? Avez-vous investi dans le développement d'un site internet marchand ou d'une application numérique ?

Qu'est-ce qui a évolué dans votre offre au cours de ces dernières années ?

Votre activité est-elle rentable aujourd'hui ? Quel est votre coût horaire et à combien s'élève votre CA par an ?

Avez-vous levé des fonds ? Si oui auprès de qui ? Vous êtes-vous associé et/ou avez-vous investi votre propre argent ?

Votre positionnement par rapport aux musées :

Avez-vous déjà proposé votre offre aux musées ou dans des lieux plus alternatifs ? (Gaité Lyrique, Recyclerie, etc.) ? Si oui, quel a été leur réaction ?

Justement, qu'est-ce qui vous différencie de l'offre des musées ? En quoi votre offre est-elle innovante ?

Activités dans les écoles :

Combien faites-vous d'ateliers par semaine (durée, nombre d'enfants, tarif)

Quelles sont ces écoles ?

Comment avez-vous réussi à y rentrer (réponse à appel d'offre, cooptation) ?

Recrutez-vous des personnes pour animer les ateliers à votre place ? Si oui, comment faites-vous pour trouver des personnes fiables et combien les rémunérez-vous ?

Stratégie de communication :

Comment faites-vous connaître ? Presse, blogs...

Participez-vous à des salons ? Si oui lesquels ?

Échappées belles

Le Centre Pompidou : vue d'en haut



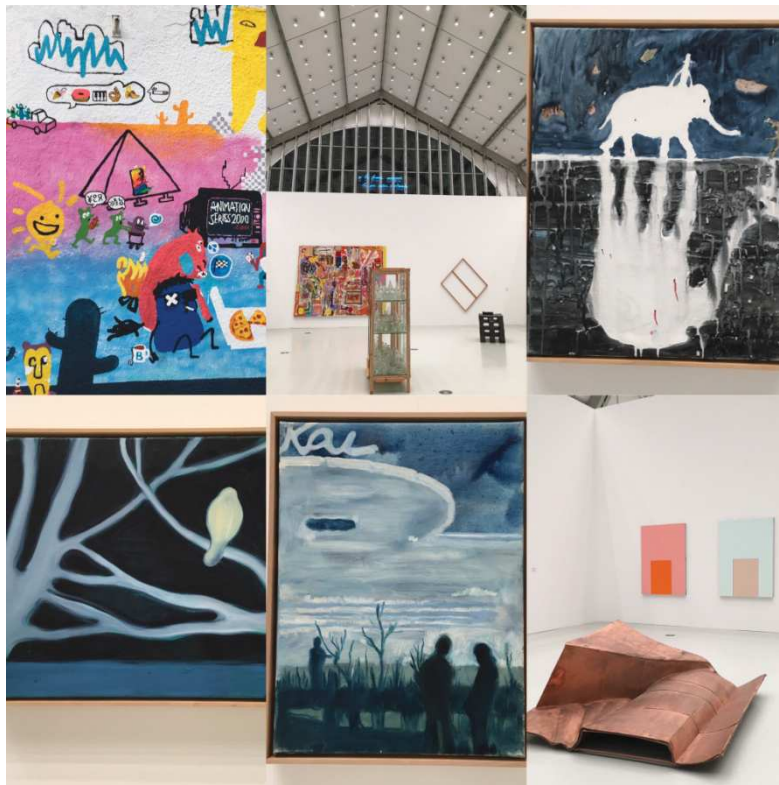
Visite au Louvre pour l'exposition « Le Louvre en corps » le 13 novembre 2016



Petites créations post-atelier de cadavres exquises



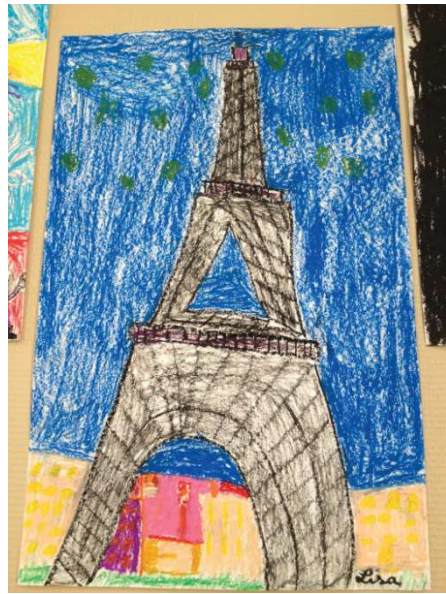
Inspirations contemporaines



Exposition « Bernard Buffet intimement » au Musée Montmartre, janvier 2017



La Tour Eiffel dessinée par un enfant de 8 ans, après sa sortie scolaire



MOTS CLÉS

Jeune public

Enfants

Art et culture

Transmission culturelle

Pratiques culturelles

Éducation (artistique et culturelle)

Musée

Offre

École

Pédagogie

Imagination, créativité

Expérimentation

Partage

Communication

Médiateur, animateur, guide-conférencier

Médiation culturelle

Dispositif de médiation

Médiatisation

Numérique

Expériences de visite, observation participante

Animation

Écosystème

Acteurs publics

Acteurs privés

Institutions

Start-up, créateurs free-lance, entrepreneurs

Partenariat, synergie

Changements, transformations et mutations

Innovation

RÉSUMÉ

De l'enfance à l'adolescence, les dispositifs d'éducation et de médiation, les programmes destinés au jeune public et les propositions d'activités artistiques et culturelles se multiplient, sans pour autant être l'objet d'une démarche globale, concertée et coordonnée entre acteurs et collectivités.

Les évolutions des pratiques expressives et numériques, la réforme des rythmes scolaires ou encore les nouveaux cadres de l'enseignement artistique offrent des opportunités aux musées et aux acteurs privés de revisiter les modalités d'intervention culturelle pour la jeunesse. Une perspective d'autant plus intéressante qu'elle vise non seulement des objectifs d'éveil et de construction de la personnalité, mais aussi de formation des citoyens de demain.

En nous appuyant sur les apports théoriques de spécialistes (universitaires et professionnels), sur les témoignages de certains professionnels et sur notre propre réflexion, notre étude porte sur le renouvellement des acteurs des médiations culturelles et artistiques à destination de ce jeune public et sur les opportunités de partenariats possibles entre ces différents acteurs.

Mais cette recherche nous a permis aussi et surtout d'aller à la rencontre des enfants de 7 à 11 ans pour mieux comprendre leur rapport à l'art et comment, au travers des médiations développées par les musées et les entrepreneurs culturelles, ces derniers sont tour à tour guidés au travers d'expériences parfois ludiques, sensorielles et immersives.

Jean Piaget, dans son ouvrage intitulé « *La représentation du monde chez l'enfant*¹¹¹ » disait : « *ne pas vouloir inculquer un savoir mais inviter à voir : voilà le but du jeu dans les visites destinées au jeune public. Ici, c'est un rapport à la production différent de celui de l'école qui est proposé. Dans les activités du musée, la curiosité l'emporte, on veut découvrir la solution de l'énigme, car le jeu n'est-ce pas démêler un secret? L'enfant produit un scénario par l'imagination et, accompagné du médiateur, il va garder la trace de son activité. De cette manière, une réalisation créative éclot hors de toute sphère évaluative. Cette technique*

¹¹¹ « La représentation du monde chez l'enfant », Jean Piaget, Paris, Presses Universitaires de France, 2008.

pédagogique se voudra toujours gratifiante pour l'enfant. Il faut le hisser vers la réussite, car ce n'est pas une évaluation scolaire, toute participation étant encouragée et validée, qu'elle soit exacte ou redirigée. Le résultat ne peut être que positif pour l'enfant qui apprend, s'amuse, et recrée ainsi son petit théâtre de l'art. Il n'est pas dans une optique de résultat, il doit seulement passer un moment agréable au musée. Les jeunes visiteurs réalisent une œuvre qui sera ramenée à la maison, mise en valeur, par l'accrochage, parfois dans le lieu même d'exposition. Les sites internet des institutions stimulent également les productions artistiques hors du musée, en manière de préambule à la visite ou en la prolongeant ».