

PROJET BEAUVOISINE – BILAN DE L'ATELIER SCOLAIRE DU 24 MAI 2019

Muséum d'Histoire Naturelle
Classe de 3^{ème} du Collège Pasteur – 13 élèves
10h00 – 11h00

OBJECTIF DE L'ATELIER

L'objectif de l'atelier était d'amener les lycéens à imaginer le musée du futur en identifiant les éléments d'attractivité pour les jeunes générations.

DEROULEMENT DE L'ATELIER

L'atelier s'est déroulé en 3 étapes :

1. Constitution des groupes de travail par tirage au sort.
2. 1^{er} temps de travail (10 minutes) :
 - a. Avec des post-it à coller sur des panneaux dédiés, les élèves ont été invités à exprimer leur « état d'esprit » et leur « ressenti » sur les deux musées.
 - b. Toujours avec des post-it, les élèves ont ensuite été invités à faire des propositions « libres » sur ce qu'ils aimeraient trouver dans un musée demain.



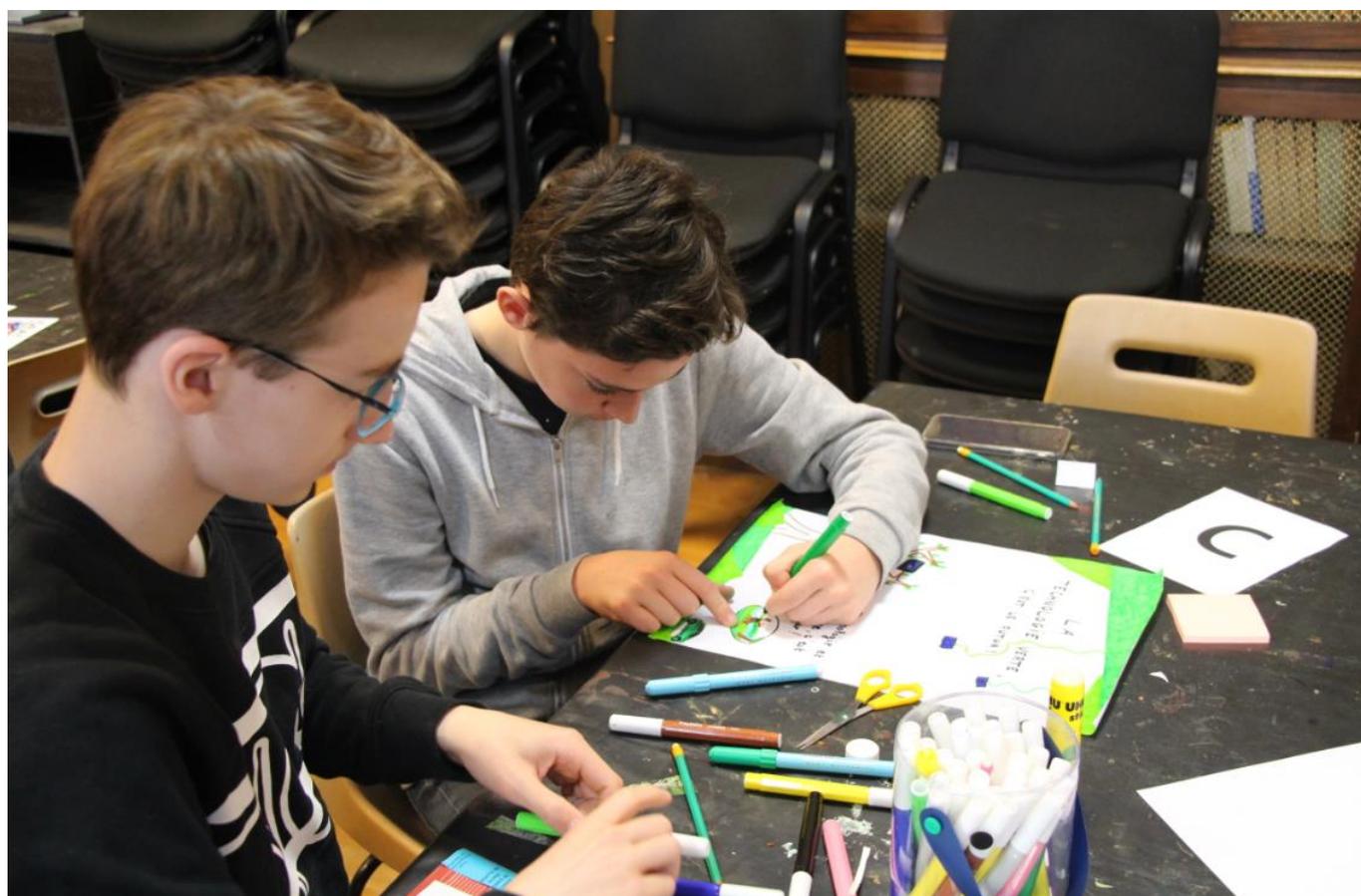
3. 2^{ème} temps de travail (30 minutes) : Il a été proposé aux élèves de se projeter en 2025, dans la position de l'équipe dirigeant du musée qui doit inciter le public à venir découvrir leur nouvel équipement. Pour cela, il leur a été demandé d'imaginer une campagne de publicité, centrée sur les éléments d'attractivité qu'ils jugent les plus efficaces pour attirer un jeune public. Un lien avec les post-it du précédent exercice était demandé.

Le choix était donné entre 3 outils de communication :

- a. Une affiche
- b. Un programme fictif du premier mois d'exploitation du musée
- c. Un communiqué de presse.

Des magazines, des exemples de programme de divers lieux (salles de concert, musées, théâtre,...) de la Métropole et d'ailleurs et des exemples d'affiches ont été mis à disposition des élèves pour les inspirer. Par ailleurs des feutres, des ciseaux, de la colle,... ont également été mis à disposition.

Les animateurs de l'atelier sont passés de groupe en groupe pour échanger avec les élèves sur leurs idées et discuter des objectifs visés pour chacune de leur création.



BILAN DES DIFFERENTS TEMPS DE TRAVAIL

Les post-it ont permis d'évaluer 3 champs :

1. L'appréciation « globale » des deux musées, via un jeu de + et de - avec le barème suivant :
 - a. (- - -) on n'aime pas du tout, on aimerait être ailleurs.
 - b. (- -) on n'aime pas vraiment, on subit la visite.
 - c. (-) on visite mais sans intérêt particulier.
 - d. (+) un intérêt limité pour le musée, c'était bien mais on ne reviendrait pas spécialement visiter.
 - e. (++) un avis plutôt favorable, une bonne expérience à refaire.
 - f. (+++) un véritable plaisir de visiter le musée, on reviendrait avec plaisir, plusieurs fois.

Bilan de cette première appréciation :



Concernant le Muséum d'histoire naturelle :

Il récolte 33 « + » et aucun « - ».

7 élèves ont opté pour le post-it « +++ » et 6 pour le post-it « ++ », témoignant d'un avis très favorable pour cet équipement et d'une expérience de visite particulièrement appréciée par les élèves.

Concernant le Musée des Antiquités :

Il récolte seulement 15 « + » et un 1 « - ».

70 % des élèves ont opté pour le post-it « + » et seulement 3 élèves ont attribué un « ++ ».

Aucun élève n'a attribué la note maximale « +++ ».

Analyse / Commentaire :

On note une différence d'appréciation très marquée entre un Muséum d'Histoire Naturelle particulièrement apprécié et un Musée des Antiquités qui ne semble pas passionner les élèves du collège Pasteur. A noter cependant que cette classe connaissait déjà très bien le Musée des Antiquités qu'elle a visité à plusieurs reprises alors qu'elle découvrait totalement (le matin même de l'atelier) le Muséum d'Histoire Naturelle. L'effet de nouveauté, et une possible « lassitude » pour le MDA, peut expliquer cette différence d'appréciation très nette.

2. La qualification de l'état d'esprit durant la visite des musées en 1 seul mot.

Sur ce deuxième post-it, les élèves étaient invités à exprimer leur état d'esprit quand ils visitent les musées. Ce qualificatif, couplé à l'exercice précédent doit permettre d'affiner leurs impressions sur les musées actuels. A noter qu'ils avaient la possibilité de proposer plusieurs post-it.

Bilan de cette deuxième appréciation :

Enthousiaste
Ecoule
Attentif Ennui
Découverte
Traineelespieds
Fatigué Intrigué
Intéressé Admiratif

Analyse / Commentaire : Le champ lexical utilisé reflète assez bien les appréciations portées sur les deux équipements puisqu'on retrouve aussi bien des états d'esprits positifs (« découverte », « attentif »,...) mais également des positionnements moins enthousiastes (« traîne les pieds », « ennui »,...). Le groupe n'a pas une vision uniforme de l'expérience des musées.

3. Les propositions d'évolution du musée.

Sur le 3^{ème} et dernier tableau de post-it, il a été demandé aux lycéens de faire preuve d'imagination et d'innovation pour exprimer leurs « envies » sur ce que devrait offrir le musée original du futur. Chaque élève avait la possibilité de formuler plusieurs « envies », sans limite de nombre.

Bilan des « envies » proposées :

EXPERIENCE DE VISITE : Le champ le plus exploré par les élèves a été celui de la restauration. Les nombreuses contributions sont orientées vers le « snacking » plutôt qu'un véritable « restaurant ». Il s'agit pour les élèves de pouvoir « grignoter » au gré des visites (pop-corn, tacos, cocktail,...), et de pouvoir s'arrêter à une buvette ou un bar.

La notion de confort est également bien présente puisque les élèves attendent des lieux de « repos » avec canapés ou des bancs pour pouvoir faire une pause. Un espace « détente » est même évoqué. Des « bornes pour recharger les smartphones » et un « accès Wifi » viennent compléter le tout.

Enfin, il est à noter la demande de « musique » dans les musées, formulée par plusieurs élèves (hip-hop, k-pop).

TIERS-LIEU : autre thématique plutôt bien explorée par les élèves, la notion de tiers-lieu a été abordée à travers de propositions centrées sur des activités voire des attractions parfois très éloignées du champ des musées. Ainsi, **la majorité des propositions a tourné autour de terrain de jeu et de sports** (foot, basket, bowling, salle de sport...). Des jeux de type « babyfoot » sont également évoqués.



LES COLLECTIONS : les principales envies exprimées autour des collections concernent le Muséum d'Histoire Naturelle puisqu'il s'agit à plusieurs reprises **d'avoir des « animaux vivants »**. Une alternative est évoquée avec des animaux naturalisés mis en mouvements. Par ailleurs, de la « nouveauté » est attendue, avec des **animaux « géants » et « surprenants »**. Sans que cela ne soit nécessairement lié, les « dinosaures » reviennent à deux reprises dans les propositions faites. Enfin, la possibilité de toucher les animaux est également évoquée. En matière de nouvelle technologie, seule une proposition d'hologrammes peut être rattachée à la thématique des collections.

LA MEDIATION : les propositions en matière de médiation sont peu nombreuses. Elles touchent principalement à l'interactivité et à la pédagogie (panneaux explicatifs, quiz,...). En matière de support, les nouvelles technologies occupent une bonne place avec des propositions de tablettes, de télévisions, de vidéoprojection,...

4. La campagne de communication

Suite à l'exercice des post-it, les élèves se sont consacrés à l'élaboration d'un outil de communication pour inciter le public à venir découvrir leur musée. Ils ont été incités à identifier une idée centrale sur laquelle axer leur communication (slogan, visuel,...). Cette idée centrale devant être celle qui selon eux, pourrait faire venir un jeune public dans le futur musée. **Tous les groupes ont opté pour la création d'une affiche.**

Les affiches créées



Idée générale portée par le groupe :

EVENEMENTIEL AUTOUR DE L'OUVERTURE DU MUSEE

Actions envisagées pour le musée :

- Créer un escape game dans lequel Carlos Jean Pablo s'est fait voler ses œuvres et où le visiteur sera chargé de les retrouver dans les collections.
- Proposer des lots à gagner pour faire venir du monde (1 an d'accès gratuit au restaurant du musée, organisation du prochain escape game).



Idee générale portée par le groupe :

UN MUSEE MODERNE ET ECOLOGIQUE

Actions envisagées pour le musée :

- Proposer de la réalité virtuelle pour découvrir les animaux du musée et la biodiversité d'une manière générale.
- S'appuyer sur des tablettes.



Idee générale portée par le groupe :

UN ESPACE RESTAURATION EVOLUTIF

Actions envisagées pour le musée :

- Proposer un restaurant thématique dans les différentes salles (l'exemple pris sur l'affiche serait celui d'une salle préhistorique avec un menu « dinosaure »).
- Permettre aux visiteurs de goûter des produits qu'on mangeait à l'époque.

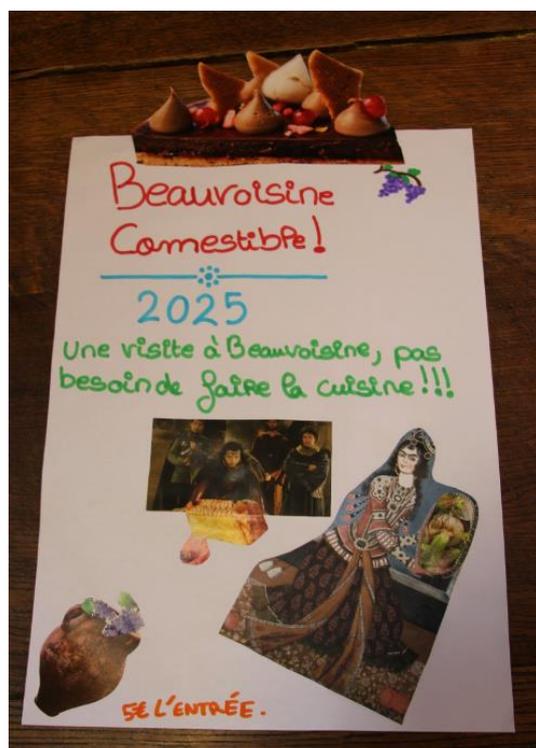


Idée générale portée par le groupe :

INSISTER SUR L'EXPERIENCE DE VISITE

Actions envisagées pour le musée :

- Lister tous les nouveaux avantages du musée (restauration, animations, confort, nouvelles technologies...).
- Donner envie à tous les publics de venir.
- L'entrée serait payante pour tous les publics.



Idée générale portée par le groupe :

CENTRER LA COMMUNICATION SUR LA RESTAURATION

Actions envisagées pour le musée :

- Dans chaque salle, proposer des produits comestibles différents, et gratuitement. En faisant le lien avec les collections.

Explication de l'affiche :

Un slogan centré sur la restauration : « Une visite à Beauvoisine, pas besoin de faire la cuisine ». Un vase avec des raisins à grignoter pour faire le lien entre une collection présente dans le musée et des produits consommés à l'époque. Un gâteau décoré en forme de momie...

Analyse / Commentaire :

La classe de 3^{ème} du collège Pasteur aura principalement insistée sur l'expérience de visite des musées, avec une place importante accordée à la restauration et au confort des visiteurs. Dans une logique comparable, l'ouverture du musée a des activités totalement différentes de l'image traditionnelle (salle de sport, terrains de jeu,...) est à noter. Cette impression de vouloir changer l'état d'esprit du lieu, plus que le « contenu » est confirmé par le peu d'éléments proposés en matière de médiation, de pédagogie et de transmission des savoirs via ces équipements.

