

Une stratégie numérique régionale pour les musées et leurs publics

L'exemple de Nouvelle Aquitaine

Marie-Françoise Gérard
DRAC Nouvelle Aquitaine





Stratégie numérique et publics


Le contexte

- Enquête des publics DPP 2015
- Le réseau Aliénor.org
- Fusion Nouvelle Aquitaine
- Mission Musées du 21^{ème} siècle
- Feuille de route culture mars 2018
- Education artistique et culturelle
- Drac et PNV en 2018

Les enjeux

 Fédérer les musées , leur faire partager une gamme d'outils nomades modélisables et évolutifs

 Leur donner une image de marque commune sur leur territoire

 Développer les cercles des publics par des ressources collaboratives co-construites qui génèrent des publics extérieurs

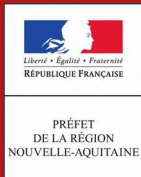
Une démarche, qui s'appuie sur le réseau Aliénor.org

Démarche collaborative et participative

Selon des formats qui ciblent les publics

L'extension du réseau Alienor.org aux musées de Nouvelle Aquitaine

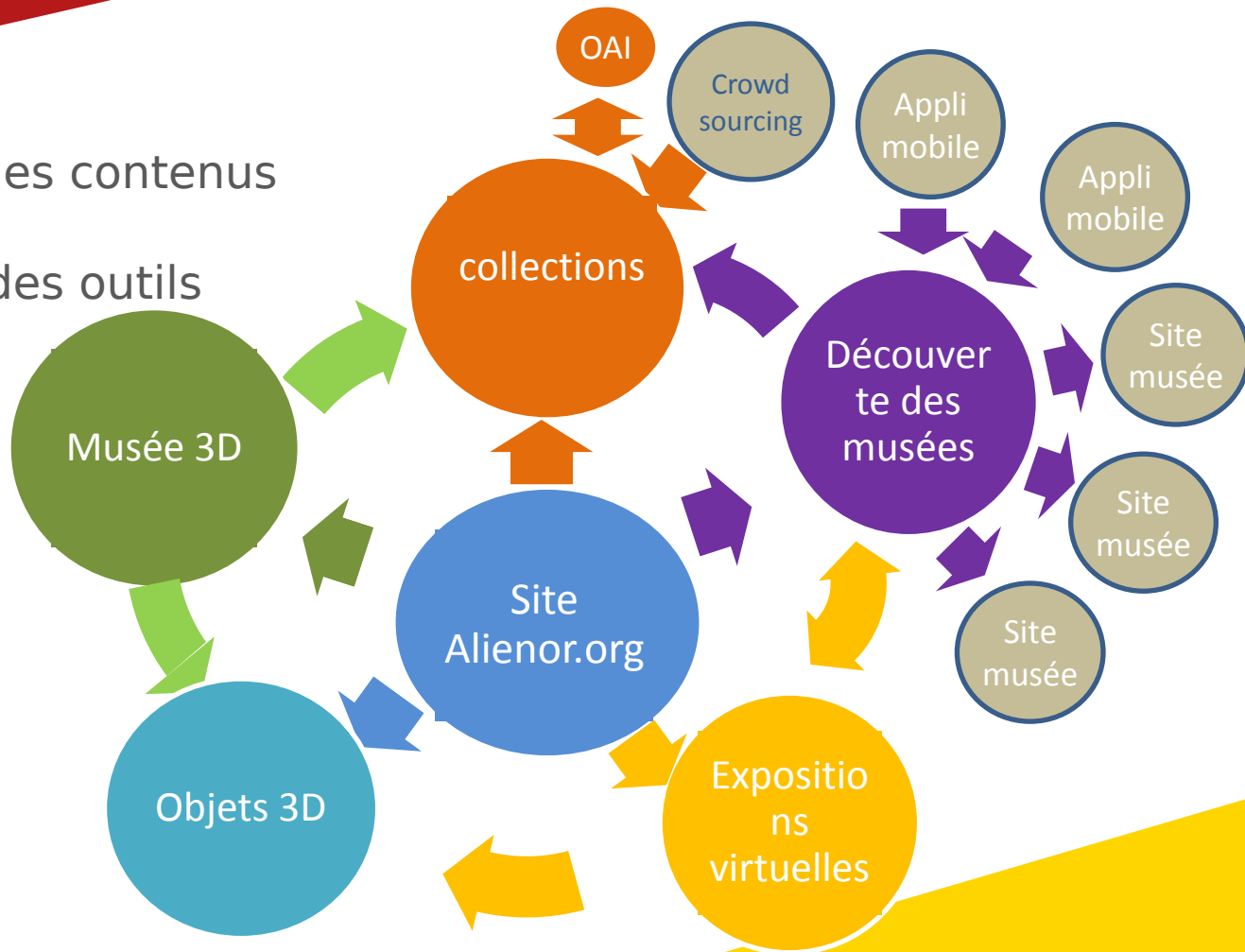
Qui crée un système d'interconnexions des contenus et d'interopérabilité des outils



Interconnexion des contenus

Interopérabilité des outils

Crowd sourcing



Évolution des publics

Professionnels

Base de données d'inventaire des collections
Centre de ressources professionnelles

Grand public mais mixité

Site Internet Alienor.org, Age roman, ENV
Expositions virtuelles thématiques
Découverte des musées, actualités

Publics ciblés

Mal et non-voyants :

- adaptation des contenus web/pdf aux lecteurs vocaux
- Impressions 3D

Ados/18-25 ans

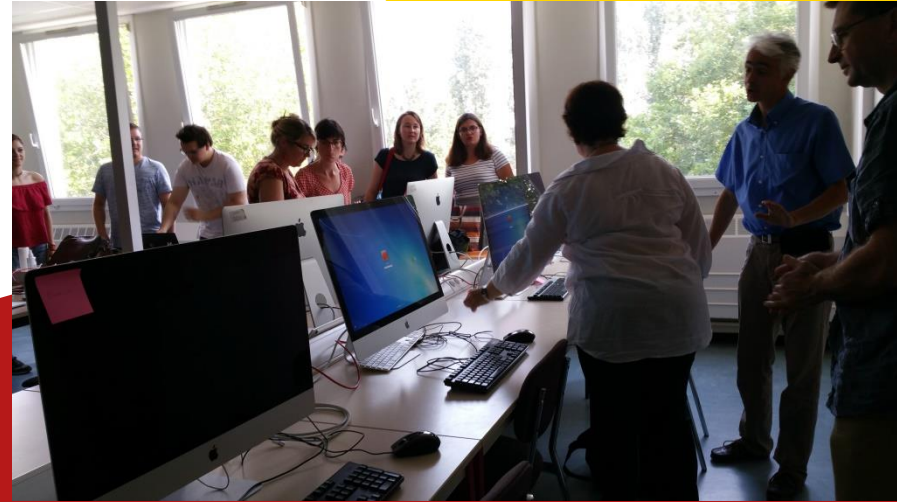
- Musée virtuel en 3D avec gameplay type jeu vidéo
- Sketchfab



Une démarche renforcée par des partenariats conventionnés: DRAC, Alienor.org, Université de La Rochelle, CANOPE, ARIA, Cap Sciences

Ciblés pour leurs compétences, leurs savoir-faire

- Produits co-construits selon un business model, modélisables et évolutifs
- Au service d'une expérience utilisateur
- Bénéficiant des programmes de recherche
- Pour s'adapter à tous les publics



Co-construction de l'expérience muséale et nouveaux cercles de publics

L'exemple de la création de l'association Innov Culture



Des outils numériques nomades modélisables : les effets leviers sur les publics

Un nouveau cercle de fidélisation itinérante des publics par la déclinaison de mêmes produits sur le territoire; les liens d'interaction avec le site portail Alienor.org



Chauvigny



Poitiers



Oléron



Périgueux



Tulle....

Visite Patrimoine



Limoges La Rochelle Lussac.....



Visite Musée



Des outils numériques nomades modélisables : les effets leviers sur les publics

Vers une nouvelle mixité des publics?

L'offre de deux outils complémentaires:

Visite Patrimoine, tous les patrimoines sur un cœur de ville et son territoire



le partage des ressentis...vers
une catégorisation nouvelle,
comportementale, émotionnelle



Des outils numériques nomades modélisables : les effets leviers sur les publics

Vers une nouvelle mixité des publics?

L'offre de deux outils complémentaires:

Visite Musée, la scénarisation des parcours

La scénarisation participative: croisement des outils et one shot



L'effet longue traîne sur le public jeune



| EXPLORER LE MUSÉE



| AUJOURD'HUI AU MUSÉE



Des outils numériques nomades modélisables : les effets leviers sur les publics

Un nouveau type d'itinérance
pour un public ciblé?
La mallette pédagogique
numérique modélisable
Pour un public jeune en temps
scolaire en lien avec les PEAC



Pour une itinérance vers les
scolaires en réseau de diffusion
et une extension à tous les
domaines culturels

