



Présentation de la #MuseumWeek 2015

jeudi 5 mars 2015

Contact presse

**Délégation à l'information
et à la communication**

Tél. : 01 40 15 82 05

01 40 15 80 20

service-presse@culture.gouv.fr



www.culturecommunication.gouv.fr

ÉDITO	3
PRÉSENTATION DE LA #MUSEUMWEEK 2015	4
DISPOSITIFS INNOVANTS	8
COMMUNICATION	9
GOUVERNANCE	10
CONTACTS	12



Fleur Pellerin

Ministre de la Culture et de la Communication

Opération mondiale imaginée et lancée en France, la « semaine des musées »* est un précieux outil au service du rayonnement culturel de notre pays, qui permet de valoriser la richesse de nos collections et de nos savoir-faire muséaux auprès de tous publics.

Née en 2014 de l'engagement de douze grands musées français, la première édition de cette semaine consacrée aux musées sur les réseaux sociaux a réuni près de 700 institutions européennes sur Twitter et généré plus de 260 000 tweets. Ce succès est une belle preuve du formidable dynamisme de nos musées et de leur ambition démocratique de conquérir de nouveaux publics, en repensant l'accès à la culture à partir des nouveaux usages.

Je suis convaincue que nos musées, ambassadeurs de la culture française sur les réseaux sociaux et passeurs de culture auprès des nouvelles générations, ont un rôle déterminant à jouer pour toucher tous ceux qui peinent à se reconnaître dans nos institutions culturelles ou ne les fréquentent pas de peur de ne pas s'y sentir à leur place. Les réseaux sociaux constituent un espace de dialogue et de découverte en constante expansion dans lequel notre ministère, l'ensemble de ses établissements et de ses musées, se doivent d'être toujours plus présents, plus réactifs et plus imaginatifs, pour donner envie à un public toujours plus large de pousser leur porte et d'aller à la rencontre des œuvres.

Cette année encore, le ministère de la Culture et de la Communication apporte tout son soutien à cette belle initiative et mobilise toutes ses équipes pour donner à cette opération, devenue le premier projet culturel mondial sur les réseaux sociaux, l'ampleur qu'elle mérite.

Je souhaite à cette deuxième édition un succès à la hauteur de ses ambitions : à vos mots-dièses et rendez-vous aux musées !

* #MuseumWeek



Vivez l'expérience #MuseumWeek du 23 au 29 mars 2015

L'ensemble de la communauté muséale, le ministère de la Culture et de la Communication et Twitter ont le plaisir d'annoncer la seconde édition de la #MuseumWeek.

Du 23 au 29 mars 2015, les musées et institutions culturelles du monde entier se mobiliseront sur Twitter pour un moment unique et ludique de partage, de conversations et d'échanges. Cette année, les utilisateurs de Twitter, les musées, galeries et établissements culturels seront amenés à converser durant **7 jours autour de 7 thématiques, 7 mots-dièses dédiés à l'événement**. Quels que soient leurs tailles, leurs emplacements ou leurs collections, les établissements ouvriront virtuellement et concrètement leurs portes. Ils donneront au public l'occasion d'apprendre et de partager leur passion, en toute simplicité. Des coulisses à l'architecture, en passant par des secrets et anecdotes historiques, les amateurs d'art et de culture, tout comme les novices auront de quoi satisfaire leur curiosité au fil de la semaine, sur la toile comme dans les musées.

Pour plus d'informations sur l'événement:

- Compte Twitter : @MuseumWeek
- Site Internet : www.MuseumWeek2015.org

Retour sur la #MuseumWeek 2014

Lancée par une douzaine d'animateurs et d'animatrices de communautés de musées et institutions culturelles français, la première édition de la #MuseumWeek a été lancée en mars 2014 en collaboration avec les équipes de Twitter France.

Lors du lancement de l'opération, plus de 630 musées en Europe ont rejoint cette initiative et plus de 260 000 «Tweets» autour de l'art et de la culture ont été échangés sur la plateforme.

La #MuseumWeek a permis aux musées et établissements culturels européens, qui sont pour la plupart déjà actifs sur Twitter depuis plusieurs années, d'unir leur passion dans un même objectif : rendre la culture accessible à n'importe qui, n'importe où dans le monde.

En 2015, l'ambition est double : donner une dimension mondiale à cet événement et fédérer un public plus large encore, de manière ludique et participative.

Pour retrouver les informations sur la première édition, rendez-vous sur <http://blog.twitter.com/2014/museumweek-celebrating-culture-around-europe>

Comment suivre la #MuseumWeek 2015 sur Twitter ?

La #MuseumWeek 2015 sera lancée le 23 mars prochain. L'occasion pour les musées et les institutions culturelles du monde entier de partager mais aussi d'échanger avec le public présent sur la plateforme grâce aux mots-dièses dédiés à l'événement. Les utilisateurs de Twitter et les visiteurs seront eux-aussi mis à contribution et entreront dans la conversation, pour partager leurs souvenirs, leurs expériences et leurs créations pendant ces 7 jours dédiés à la culture et à la connaissance.

Qu'attendre de la #MuseumWeek ?

Découvrez le programme qui vous est réservé :

- 
 lundi
23/03

#secretsMW

Musées et institutions culturelles du monde entier vous feront découvrir leur quotidien, leurs coulisses et peut-être même quelques secrets bien gardés !
- 
 mardi
24/03

#souvenirsMW

Partagez vos souvenirs de visites : photos, livres, cartes postales ou rencontres et moments marquants !
- 
 mercredi
25/03

#architectureMW

Découvrez l'histoire des musées, leur richesse architecturale, leurs jardins et alentours...
- 
 jeudi
26/03

#inspirationMW

À votre tour de créer et de partager pour la postérité ! L'art, la science, l'histoire, l'ethnographie... sont partout autour de nous. À vos terminaux de poche !
- 
 vendredi
27/03

#familyMW

À la veille du week-end, profitez des conseils et des astuces des musées pour préparer vos visites en famille, ou une prochaine sortie scolaire.
- 
 samedi
28/03

#favMW

En ce premier jour de week-end, partagez vos coups de cœur (œuvres, conférences, espaces, etc.) en 140 caractères, en vidéo, photo, ou Vine (vidéo de 6 sec.).
- 
 dimanche
29/03

#poseMW

Cette dernière journée de la #MuseumWeek 2015 sera dédiée à la créativité ! Poses, autoportraits numériques... À vous de jouer !

Quelques conseils pour profiter pleinement de la #MuseumWeek 2015 :

- 1** Rendez-vous sur MuseumWeek2015.org pour découvrir l'événement. Cette année, la #MuseumWeek s'est dotée d'un site Internet complet pour permettre à tous de profiter de l'événement, utilisateurs de Twitter ou non.
- 2** Si vous n'avez pas de compte Twitter, vous pouvez vous inscrire ici <http://twitter.com/signup>. Il suffit de choisir un nom d'utilisateur, un mot de passe, et d'indiquer une adresse de courriel valide pour faire ses débuts sur la plateforme.
- 3** Si vous disposez d'un compte Twitter, suivez le compte officiel de la #MuseumWeek @MuseumWeek : Pivot de la #MuseumWeek sur Twitter, le compte officiel de l'événement relaiera toutes les informations importantes de cette seconde édition.
- 4** Suivez vos établissements préférés dans le monde entier.
Abonnez-vous aux comptes des musées et lieux culturels participant à la #MuseumWeek en cliquant sur le bouton "suivre" sur leur compte. Une fois abonné, vous verrez apparaître sur votre fil d'actualité l'ensemble des Tweets publiés par ces comptes.
- 5** Partez à la découverte des pépites de la #MuseumWeek.
Les musées et sites culturels du monde entier se serviront tous des mêmes mots-dièses pour participer à la semaine des musées. Saisissez #MuseumWeek ou le mot-dièse du jour dans la barre de recherche Twitter pour retrouver les Tweets consacrés à l'événement, en provenance du monde entier. Et si des contributions vous plaisent, n'hésitez pas à les diffuser à l'ensemble de vos abonnés en cliquant sur "Retweeter", ou à les plébisciter en cliquant sur "favoris".
- 6** Pour finir, contribuez, échangez, créez et «Tweetez» ! Rejoignez l'expérience #MuseumWeek ! Venez découvrir, écouter et prendre part à la conversation du 23 au 29 mars 2015.

Comment participer à la #MuseumWeek 2015?

Professionnels de la culture, découvrez ici le mécanisme de la #MuseumWeek 2015, inscrivez-vous et préparez votre participation !

Qui peut s'inscrire ?

Tous les musées et institutions culturelles sont invités à participer à cet événement gratuit et unique au monde. À ce jour, plus de 1000 établissements dans 44 pays ont confirmé leur participation. Vous pouvez les retrouver sur www.MuseumWeek2015.org.

Pourquoi participer ?

Mettre en avant l'identité et les atouts de votre institution
Moderniser votre communication
Renforcer la proximité avec votre public
Faire participer et co-construire avec votre public
Créer des contenus pertinents pour votre institution

Comment s'inscrire ?

Inscrivez-vous dès aujourd'hui sur le site Internet dédié à l'événement : www.MuseumWeek2015.org et encouragez d'autres établissements à faire de même en «Retweetant» @MuseumWeek.

Un document de présentation et de bonnes pratiques pour les musées qui souhaitent participer est téléchargeable en plusieurs langues sur le site Internet.

Recommandations générales

- Préparez dès maintenant l'événement en perfectionnant votre usage de Twitter. Vous n'avez pas encore de compte Twitter ? N'hésitez pas !
- Quelle que soit la taille de votre institution ou vos ressources, vous pouvez prendre part à l'événement. Pour participer : 1 Tweet par jour suffit. Nul doute que vous vous prendrez rapidement au jeu
- Mobilisez vos forces vives : personnel, visiteurs, artistes... Tous peuvent profiter de l'événement pour célébrer leur enthousiasme pour votre établissement et la culture en général
- Stimulez la participation de votre écosystème (écoles spécialisées, passionnés, bloggeurs influents) et/ou de personnalités locales voire nationales
- Identifiez les institutions françaises et internationales sur Twitter, et réfléchissez à des échanges croisés ou interdisciplinaires pendant l'événement
- Rejoignez dès à présent la conversation sur [@MuseumWeek](https://twitter.com/MuseumWeek) et via [#MuseumWeek](https://twitter.com/MuseumWeek)

Principes de la seconde édition

7 jours, 7 thématiques partagées par tous les participants, dans le monde entier. Retrouvez l'intégralité du semainier sur www.MuseumWeek2015.org. Chaque thématique est transposable à toutes les spécialités de vos institutions (art, science, histoire, ethnographie...) et suffisamment large pour s'adresser à tous les publics. En semaine, les thématiques encourageront les conversations en ligne. Le week-end, elles stimuleront plutôt la participation des visiteurs. Les interactions entre institutions, y compris à l'international, et avec les publics en visite au musée seront favorisées, tout au long de la semaine.

Professionnels de la culture, préparez-vous pour la #MuseumWeek



#secretsMW

Lundi, faites découvrir au public le quotidien de vos institutions, leurs coulisses et peut-être quelques secrets bien gardés.



#souvenirsMW

Mardi, invitez vos publics à partager leurs souvenirs de visites, qu'il s'agisse d'objets (photos, livres, cartes postales) ou de rencontres et moments marquants. C'est également l'occasion pour les boutiques des musées de présenter leurs produits phares.



#architectureMW

Mercredi, racontez l'histoire de votre bâtiment, de ses jardins, de son quartier et des lieux emblématiques. Une façon de présenter votre institution sous un autre angle.



#inspirationMW

Jeudi, incitez le public à capter autour de lui des œuvres ou des contenus en lien avec vos spécialités ! L'art, la science, l'histoire, l'ethnographie... sont partout autour de nous. Et grâce aux terminaux de poche, la création est à la portée de tous.



#familyMW

Vendredi, présentez au public toutes les possibilités pour qu'une visite en famille ou dans le cadre scolaire soit réussie : in situ (espaces dédiés, audioguides, ateliers, visites guidées...) ou en ligne (dossiers pédagogiques, livrets, jeux). Et incitez le public à partager son expérience.



#favMW

Samedi, place aux coups de cœur depuis le musée ! Encouragez les visiteurs à partager leurs contenus favoris par une photo, une vidéo ou un Vine (vidéo de 6 secondes). Valorisez les incontournables de vos institutions (œuvres, dispositifs, espaces...) et utilisez Twitter comme outil d'aide à la visite.



#poseMW

Dimanche, invitez vos visiteurs à se mettre en scène dans le musée comme dans un décor. Poses, autoportraits numériques... Laissez le public investir le lieu. Stimulez la participation en mobilisant le personnel de l'institution.

#MuseumWeek 2015 : quand le virtuel nourrit le réel

L'ambition de la #MuseumWeek 2015 est double : fédérer tous les publics et se développer avec une dimension mondiale. Pour cela, la #MuseumWeek se devait de dépasser les frontières du monde virtuel et s'incarner au sein des institutions culturelles, sur un mode ludique et participatif.

La #MuseumWeek se vivra sur Twitter du 23 au 29 mars 2015, et en attendant l'édition 2016,

son incarnation physique se poursuivra au cours des prochains mois par des dispositifs événementiels inédits :

Une œuvre numérique unique, basée sur les données de la #MuseumWeek

Est-il possible de faire de l'art avec des données numériques ? En collaboration avec l'artiste Marcin Ignac, le studio français BRIGHT produit une œuvre numérique d'un genre nouveau, basée sur les Tweets publiés en France et à l'international lors de la #MuseumWeek. Sublimées par un algorithme créatif et évolutif, ces données produiront une œuvre générative internationale, dont le rendu diffèrera en fonction de chaque musée et de son pays d'origine.

Cette création sera composée de deux éléments : l'architecture est générée en fonction des données d'un musée (géolocalisation, date de création, couleurs de la photo de profil...) sur laquelle glissent des données dynamiques issues de l'activité conversationnelle du musée (utilisation du mot-dièse #MuseumWeek, activité du compte Twitter, mentions...).

Par cette initiative, tous les centres d'art participants se réuniront autour d'une démarche artistique inédite, qui illustrera de manière innovante et créative leur activité pendant la #MuseumWeek.

Diffusée sur MuseumWeek2015.org, elle permettra aux musées d'accéder à leur œuvre personnalisée, en fonction des conversations produites par leur compte Twitter.

Chaque musée pourra la diffuser, s'il le souhaite, sur les écrans de son établissement.

De même, l'œuvre sera exposée via une installation dédiée à la Cité de l'architecture & du patrimoine, et déployée sur des écrans tactiles de mobilier urbain parisien.

En générant une œuvre numérique à la convergence de l'art et des données de Twitter, la #MuseumWeek prend la forme, pendant une semaine, d'un musée numérique, innovant, et connecté.

www.brightfor.me

www.marcinignac.com

Une capsule temporelle pour immortaliser l'événement

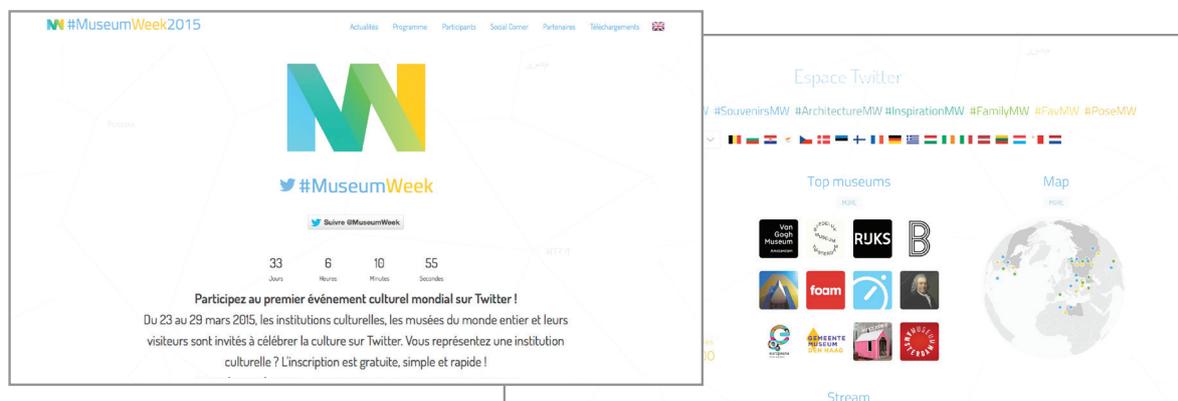
Quel héritage culturel allons-nous transmettre aux prochaines générations ? C'est à cette question millénaire que la Cité des Sciences et de l'Industrie tentera de répondre en conservant l'ensemble des Tweets émis lors de la #MuseumWeek au sein d'une capsule temporelle. Cette capsule, d'une dimension de 60 x 30 x 28,6 cm et d'un poids de 30 kilos, est conçue en acrylique, verre, fibre de carbone et métal. Scellée le 29 mars 2015 à minuit, elle ne sera pas ouverte avant 2035 et éclairera les prochaines générations sur notre mode de vie et notre consommation de l'art en 2015. Elle sera exposée au sein de la Cité des Sciences et de l'Industrie qui envisage de la faire voyager dans des musées scientifiques du monde entier.

Un #MuseumWeek géant pour ancrer l'événement dans le quotidien du public

Du 23 au 29 mars 2015, un mot-dièse #MuseumWeek de 6 m de long sur 57 cm de hauteur circulera autour des sites emblématiques de Paris.

Soyez attentifs et préparez vos appareils photos !

Un site Internet : www.MuseumWeek2015.org



Que trouverez-vous sur ce site ?

Pour le grand public

- **le programme**, avec les "7 jours, 7 thématiques, 7 mots-dièses" expliqués et illustrés
- **l'espace Twitter** pour vivre l'événement en direct : voir les statistiques et le nombre de Tweets mentionnant #MuseumWeek, les institutions les plus influentes, la participation par pays, les tendances...
- **la liste des institutions culturelles participantes** : leur compte Twitter, leur spécialité (art, histoire, science, architecture, arts décoratifs...) et leur pays
- **les dernières actualités** de la #MuseumWeek : la préparation de l'événement, le lancement à l'international, les initiatives et dispositifs innovants, des interviews de professionnels, ...
- **le fil Twitter** avec les derniers Tweets du compte @MuseumWeek
- **l'œuvre numérique** représentant en temps réel les conversations autour de la #MuseumWeek

Pour les professionnels de la culture

- **le formulaire d'inscription** disponible en 11 langues : français, anglais, espagnol, portugais, japonais, hébreu, arabe, russe, hindi, allemand, italien
- **le programme et les recommandations générales** pour préparer au mieux la #MuseumWeek
- **un accompagnement** pour prendre en main son compte Twitter et se perfectionner, à travers des articles de blog, des vidéos et des exemples concrets
- **un kit graphique** comprenant le logo #MuseumWeek, une image de profil Twitter, un bandeau Twitter pour chaque jour de la semaine, l'affiche de l'événement et un dépliant recto/verso à personnaliser avec son logo
- **le dossier de presse** de l'événement
- **l'accès à une version personnalisée de l'œuvre générative** issue des conversations autour du compte Twitter de chaque institution
- **la possibilité d'intégrer l'espace Twitter** directement sur son site Internet

Le compte Twitter officiel et international de la #MuseumWeek 2015 : [@MuseumWeek](https://twitter.com/MuseumWeek)

À suivre dès maintenant, et tout au long de la semaine du 23 au 29 mars 2015

Vous y retrouverez la liste des participants et leur compte Twitter

Rejoignez dès à présent la conversation sur [@MuseumWeek](https://twitter.com/MuseumWeek) et via [#MuseumWeek](https://twitter.com/MuseumWeek) !

Lancée en 2014 au niveau national par Universcience (Établissement public du Palais de la découverte et de la Cité des sciences et de l'Industrie) et une dizaine d'animateurs de communautés d'institutions culturelles françaises, la #MuseumWeek avait réuni 630 musées en Europe. Ce projet se poursuit cette année sous la conduite d'un groupe composite en charge de la conception éditoriale, du plan de communication et de l'organisation de l'événement, soutenu par le ministère de la Culture et de la Communication, les équipes Twitter France et Mar Dixon pour le déploiement de la #MuseumWeek à l'international. Des référents nationaux et internationaux se sont également joints à ce groupe de pilotage pour présenter et représenter le projet dans leurs propres réseaux d'influence et inciter le plus grand nombre à participer. Toutes ces personnes se sont portées volontaires et consacrent du temps à ce projet collectif, avec l'accord de leurs établissements respectifs. Pour le ministère de la Culture et de la Communication, il s'agit d'un nouveau mode de conduite de projets culturels de grande envergure, qui consiste à fédérer, accompagner et stimuler ces initiatives spontanées.

Le groupe de pilotage

Le groupe de pilotage a été structuré en **4 grands pôles** par **Benjamin Benita** (chargé d'études et de stratégie numérique chez Universcience), et dont il assure la coordination générale. Signalons également la participation active au niveau international de **Mar Dixon** (experte en réseaux sociaux et musées) en ce qui concerne la conception éditoriale du projet et le relais de l'événement dans plusieurs pays du monde entier.

Le pôle "communication" est conduit par **Élise Maillard** (chef du service de la communication numérique au Musée du Louvre), épaulée par **Maud Jecker** (chargée de communication chez Universcience) et **Magali Vernet** (adjointe au directeur de la communication au Musée du quai Branly).

Le pôle "communication digitale" est piloté par **Claire Gayet** (chargée de communication digitale et administratrice de site à la Cité de l'architecture & du patrimoine), en étroite collaboration avec **Xavier Derégel** (administrateur de site éditorial au Musée de l'Air et de l'Espace), **Charles d'Hérouville** (animateur de communautés et chargé web à la Philharmonie de Paris), **Eric Jouvenaux** (animateur de communautés et rédacteur web au Musée d'Orsay), **Maité Labat** (chef de projet multimédia et réseaux sociaux au service du Développement Numérique du Château de Versailles), **David Le Dû** (infographiste au Musée de la Franc-Maçonnerie).

Le pôle "autonomisation et pédagogie", dont la principale mission est d'accompagner les musées dans la compréhension du projet et la prise en main de la plateforme Twitter, est conduit par **Claire Séguret** (responsable de la communication et des partenariats au Musée de Cluny). À ses côtés, **Charlotte Abadie-Laborde** (chargée de conservation du patrimoine au Musée Jeanne d'Albret à Orthez), **Christophe Courtin** (responsable du service des projets numériques au musée d'histoire de Nantes, Château des ducs de Bretagne), **Audrey Defretin** (chargée de la presse et des nouveaux médias au Musée de Cluny), **Aurore Gallarino** (chef du pôle communication digitale au Centre des Monuments Nationaux) et **Sébastien Magro** (chargé de projets nouveaux médias au Musée du quai Branly).

Le pôle "évaluation & réception", dédié à l'évaluation qualitative et quantitative de la #MuseumWeek est quant à lui coordonné par **Jacqueline Eidelman** (chef du département de la politique des publics à la Direction générale des patrimoines du ministère de la Culture). Elle est appuyée par **Antoine Courtin** (Labex « Les passés dans le présent »), **Brigitte Juanals** (maître de conférences en sciences de l'information et de la communication, Université Paris-Ouest Nanterre La Défense, chercheur à l'UMR 7114 MoDyCo), **Jean-Luc Minel** (Professeur des universités, Directeur du laboratoire MoDyCo, Université Paris Ouest Nanterre La Défense, CNRS) et **Florence Vielfaure**, (chargée de mission Médiations numérique au département de la politique des publics, Direction des patrimoines du ministère de la Culture).

Les référents nationaux et internationaux

Coline Aunis (responsable web et médias sociaux au MuCEM à Marseille), **Ana-Laura Baz** (chargée de projets numériques au musée de la Civilisation à Québec, Canada), **Pauline Berni** (Responsable des médias sociaux aux Archives nationales à Pierrefitte-sur-Seine), **Hélène du Mazaubrun** (Directrice du musée de l'horlogerie à Saint-Nicolas d'Aliermont), **Margot Frénéa** (Réseau des musées de Basse-Normandie), **Ghislaine Gemin** (communication, Presse et community manager au Musée des Augustins à Toulouse), **Julie Guillemant** (médiatrice culturelle au Musée d'Angers), **Charlotte Launay** (chargée de mission à l'Association des musées et centres pour le développement de la culture scientifique, technique et industrielle à Paris), **Marianne Lombardi** (responsable du département des publics au Musée national de l'éducation à Rouen), **Julia Moreira** (chargée de projet multimédia à Paris Musée), **Sophie Ponson** (médiatrice culturelle au Musée du liège et du bouchon à Mézin), **Samuel Quenault** (chargé des collections et de la communication au Château d'Oiron, Centre des monuments Nationaux), **Jacques Remacle** (administrateur-délégué de Arts&Publics à Bruxelles), **Annabel Saint-Paul** (administratrice de sites et animatrice de communautés au Museum d'Histoire Naturelle de Toulouse), **Julie Scheffer** (responsable Internet et médias sociaux aux Archives de France à Paris).

Le ministère de la Culture et de la Communication

Les équipes du Secrétariat général, délégation à l'information et à la communication (**Thomas Aillagon**, délégué), **Sébastien Lucas**, chef du pôle éditions, internet et nouveaux médias, et de la direction générale des patrimoines, département de la politique des publics (**Jacqueline Eidelman**, chef de département).

L'équipe Twitter

Justine Ryst (Directrice du Développement, Twitter France) @JustineRyst, **Christopher Abboud** (Directeur de la Communication, Twitter France) @CAbboud, **Jérôme Tomasini** (Responsable Institutions, Twitter France) @jerometomasini, ainsi que leurs homologues dans plus de 20 pays.

Logo et design graphique :
Millie Servant & Benjamin Bartholet

Ministère de la Culture et de la Communication

Délégation à l'information et à la communication

service-presse@culture.gouv.fr

01 40 15 80 20

Twitter

Service de presse Twitter France (agence Weber Shandwick)

TwitterRP@webershandwick.com

#MuseumWeek

contact@museumweek2015.org