

# Ministère de la culture

## **Concours externe de technicien des services culturels et des bâtiments de France de classe normale, spécialité « surveillance et accueil », session 2019**

**Mardi 4 juin 2019**

### **Épreuve écrite d'admissibilité n°2**

19-DEC4-07133

La seconde épreuve écrite d'admissibilité correspond à l'étude d'un dossier technique. Cette épreuve consiste en la rédaction de propositions argumentées à partir d'une mise en situation sur un sujet relevant de la spécialité choisie par le candidat. Elle peut comporter la réalisation de schémas, dessins et calculs. Le candidat s'appuie sur un dossier documentaire qui ne peut excéder vingt pages.

(durée : trois heures ; coefficient : 3)

#### **À LIRE ATTENTIVEMENT AVANT DE TRAITER LE SUJET**

- L'usage de la calculatrice, d'un dictionnaire ou de tout autre document est interdit.
- Le candidat ne doit faire apparaître aucun signe distinctif dans sa copie, ni son nom ou un nom fictif, ni signature ou paraphe.
- Pour rédiger, seul l'usage d'un stylo noir ou bleu est autorisé (bille, plume ou feutre). L'utilisation d'une autre couleur, pour écrire ou souligner, sera considérée comme un signe distinctif, de même que l'utilisation d'un surligneur.
- Le candidat doit rédiger sa copie dans une seule et même couleur (bleu ou noir) : tout changement de couleur dans sa copie est considéré comme signe distinctif.
- Les feuilles de brouillon ou tout autre document ne sont pas considérés comme faisant partie de la copie et ne feront par conséquent pas l'objet d'une correction.

**Le non-respect des règles ci-dessus peut entraîner l'annulation de la copie par le jury.**

**Ce document comporte 18 pages au total :**

- Page de garde (1 page)
- Sujet (1 page)
- Sommaire du dossier documentaire (1 page)
- Dossier documentaire (15 pages)

# Ministère de la culture

## **Concours externe de technicien des services culturels et des bâtiments de France de classe normale, spécialité « surveillance et accueil », session 2019**

**Mardi 4 juin 2019**

### **Épreuve écrite d'admissibilité n°2**

#### SUJET :

Vous êtes technicien des services culturels et des bâtiments de France (TSCBF) au sein d'un établissement recevant du public (ERP), monument national – château du Béarn, monument du XVIIIème.

Les équipes d'accueil et de surveillance sont composées aujourd'hui de 15 agents (surveillance, caisse, accueil) et il est envisagé de la renforcer de 3 à 5 agents dont 2 agents plus spécifiquement chargés de l'accueil des groupes et de la médiation.

Le bâtiment comporte :

- un rez-de-chaussée ouvert à la visite et qui abrite des collections de beaux-arts et de pièces de mobilier du XVIIIème siècle ;
- un 1<sup>er</sup> étage décalque exacte du rez-de-chaussée et composé de pièces dévolues à divers usages : chambres, cabinets, salons de réception d'une superficie totale de 250 m<sup>2</sup>.

Ce premier étage contient des éléments patrimoniaux de mobiliers et décors. Il sert aujourd'hui en partie de réserve au musée. Il est accessible par un escalier figurant sur le plan (grand escalier dans le document n°1) mais le bâtiment n'est pas équipé d'ascenseur.

Les sanitaires et point d'eau sont situés au rez-de-chaussée.

Le conservateur du patrimoine, responsable du musée, souhaite libérer une partie des salles du 1<sup>er</sup> étage et notamment, le salon central afin de créer un espace de médiation pour tous publics en s'appuyant sur les collections du musée, qui comprend des collections d'échantillons de tissus et de costumes.

Il vous demande de l'assister dans ce projet :

✓ en contribuant à la mise à jour du programme scientifique et culturel (PSC) de l'établissement et à ce titre :

- de lui rappeler, à partir des documents du dossier, les questions à se poser pour enrichir l'offre du musée en matière de médiation culturelle.
- de lui donner quelques exemples d'actions de médiation culturelle qui pourraient être imaginées dans ces espaces.

✓ en lui rappelant les différents documents à établir ou à modifier et les autorisations à recueillir pour créer un espace de médiation au 1<sup>er</sup> étage et :

- Notamment, de lui préciser les points de vigilance en matière de sécurité et de sûreté afin de permettre des accueils de groupes.
- de lister les informations complémentaires dont vous souhaiteriez disposer pour sécuriser les aspects techniques de ce projet.
- d'intégrer à votre réflexion la problématique de l'accueil des personnes en situation de handicap en présentant succinctement le cadre applicable en la matière.

✓ en formulant des recommandations sur les consignes de visite à rédiger.

# Ministère de la culture

## **Concours externe de technicien des services culturels et des bâtiments de France de classe normale, spécialité « surveillance et accueil », session 2019**

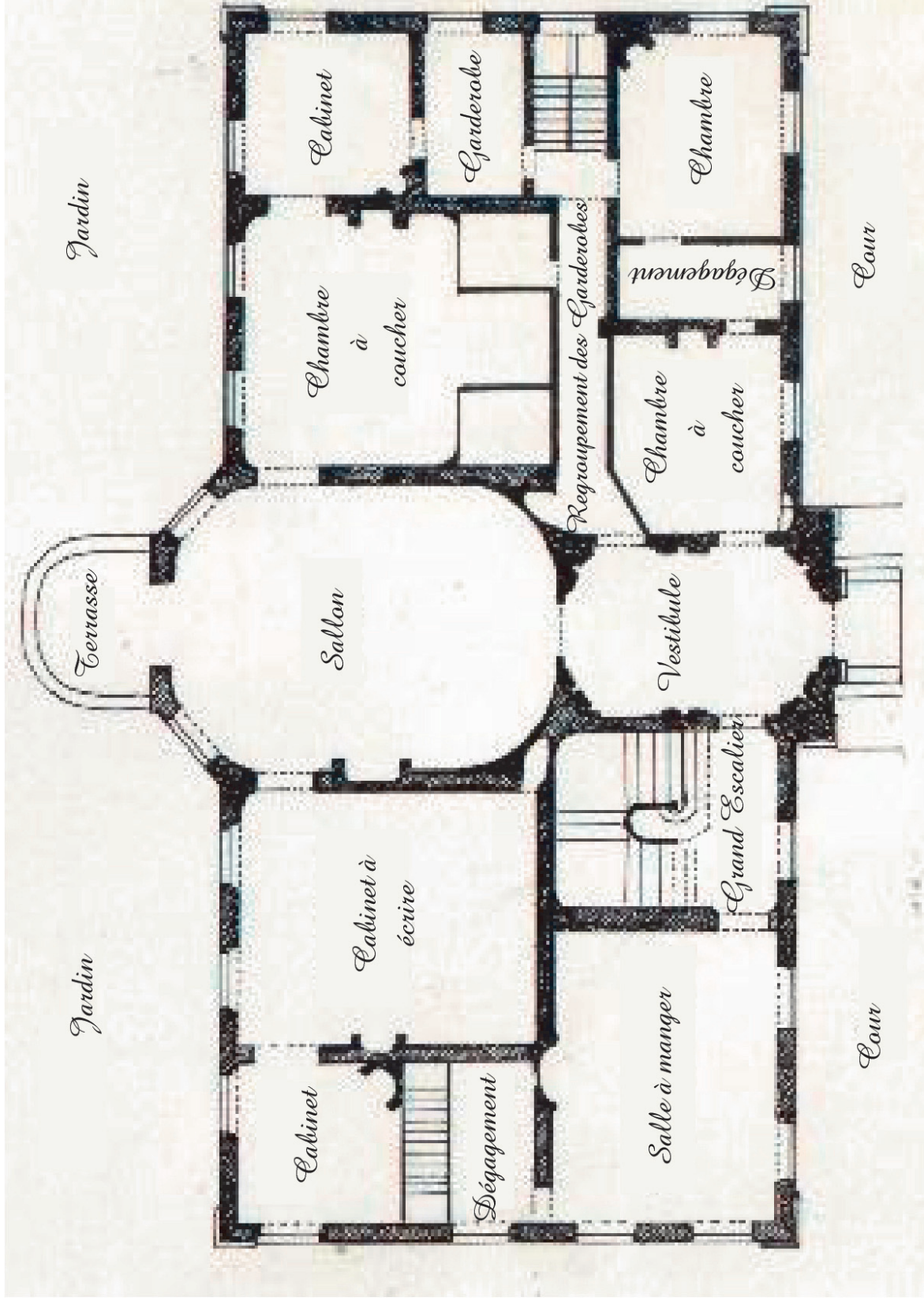
**Mardi 4 juin 2019**

### **Épreuve écrite d'admissibilité n°2**

#### SOMMAIRE DU DOSSIER DOCUMENTAIRE

Document n°1	Plan du 1 <sup>er</sup> étage du château de Béarn	Page 4
Document n°2	Exemple de consignes à l'attention des groupes scolaires – source : site internet du musée de la Grande Guerre – Pays de Meaux	Page 5
Document n°3	Fiche ERP – source DILA	Pages 6 à 7
Document n°4	Fiche obligations d'accès des ERP aux personnes handicapées - Service public	Page 8 à 9
Document n°5	Extrait du projet scientifique et culturel – Muséo fiche – Direction des musées de France, 2007	Pages 10 à 14
Document n°6	La médiation culturelle, une expérience partagée avec les publics – Les dialogues de « Com'en Histoire » - Extrait	Pages 15 à 18

Document 1 : Plan du 1<sup>er</sup> étage du château de Béarn



## **Document n°2 : Exemple de consignes à l'attention des groupes scolaires – source : site internet du musée de la Grande Guerre – Pays de Meaux**

### **Réservation de votre visite**

Toute visite doit faire l'objet d'une réservation auprès du service réservation, ceci afin de permettre à tous de visiter le musée dans les meilleures conditions.

### **Encadrement des groupes**

Les visites s'effectuent en présence constante d'un responsable qui fait respecter les prescriptions ci-dessus et la discipline du groupe. Il est exigé au minimum un accompagnateur pour 7 enfants de moins de 11 ans et un accompagnateur pour 15 et au-delà. Pour ne pas gêner les autres visiteurs, les groupes ne doivent pas excéder 30 personnes (accompagnateurs compris).

### **Déroulement de la visite**

#### **Avant d'entrer dans le musée**

En raison du plan Vigipirate, les règles de contrôle et de sécurité à l'entrée dans le musée ont été renforcées. Pour votre confort et pour gagner du temps nous vous invitons à suivre les indications suivantes :

- dans la mesure du possible, les élèves doivent laisser leurs affaires dans le car. En cas contraire, les sacs de chacun seront contrôlés à l'entrée du musée (contrôle visuel) par un gardien.
- les élèves ne sont pas autorisés à rentrer dans les espaces d'exposition avec leur sac. Ils doivent donc déposer leurs affaires dans des endroits dédiés. Des consignes sont à votre disposition. Renseignez-vous à l'accueil du musée.
- faites attendre les élèves sur le parvis du musée, pendant qu'un adulte se présente à l'accueil du musée pour retirer les billets et obtenir les informations et documents utiles à sa visite (livret de visite, plan du musée, clé des consignes...)
- à leur arrivée, les groupes en visite libre ont accès aux toilettes du rez-de-chaussée. Les élèves ne peuvent passer aux toilettes que par groupe de 5 (5 garçons / 5 filles).

#### **Règles de vie dans le musée et pendant la visite**

Les photographies sont autorisées dans le musée sans flash : la lumière du flash endommage les objets.

Pour des raisons de sécurité et de conservation, il est interdit de boire, manger, courir et toucher les objets à l'exception des dispositifs prévus à cet effet dans le parcours de visite.

Le musée est parfois très fréquenté, veillez donc à ne pas parler trop fort pour ne pas gêner les autres groupes en visite.

#### **Déjeuner sur place**

Le musée de la Grande Guerre ne possède pas de salle pour le déjeuner des élèves.

Ces derniers peuvent déjeuner en extérieur sur le parvis couvert du musée.

Si vous souhaitez déjeuner dans un espace abrité, le collège Beaumarchais de Meaux situé à proximité du musée vous propose des prestations repas dans son restaurant scolaire ou la location d'une salle de pique-nique.

Le service des réservations vous informera des modalités horaires et tarifaires si vous en faites la demande.

## Document n°3 : Fiche ERP – source DILA

### Définition d'un établissement recevant du public (ERP)

Vérfié le 30 janvier 2019 - Direction de l'information légale et administrative (Premier ministre), ministère chargé de l'intérieur

Les établissements recevant du public (ERP) sont des bâtiments dans lesquels des personnes extérieures sont admises. Peu importe que l'accès soit payant ou gratuit, libre, restreint ou sur invitation. Une entreprise non ouverte au public, mais seulement au personnel, n'est pas un ERP. Les ERP sont classés en catégories qui définissent les exigences réglementaires applicables (type d'autorisation de travaux ou règles de sécurité par exemple) en fonction des risques.

### Catégories d'ERP

Les catégories sont déterminées en fonction de la capacité d'accueil du bâtiment, y compris les salariés (sauf pour la 5<sup>e</sup> catégorie).

Le classement d'un établissement est validé par la commission de sécurité à partir des informations transmises par l'exploitant de l'établissement dans le dossier de sécurité déposé en mairie.

Catégories d'ERP en fonction de la capacité d'accueil	
Effectif admissible	Catégorie
à partir de 1 501 personnes	1
de 701 à 1 500 personnes	2
de 301 à 700 personnes	3
jusqu'à 300 personnes	4
en fonction de seuils d'assujettissement	5

### Types d'ERP

Les ERP sont classés par type (symbolisé par une lettre), en fonction de leur activité ou la nature de leur exploitation.

Types d'ERP en fonction de la nature de leur exploitation				
Nature de l'exploitation	Type	Seuils d'assujettissement de la 5 <sup>e</sup> catégorie		
		Ensemble des niveaux	En sous-sol	En étages
Structure d'accueil pour personnes âgées	J	25 résidents (100 en effectif total)	(pas de seuil)	(pas de seuil)
Structure d'accueil personnes handicapées	J	20 résidents (100 en effectif total)	(pas de seuil)	(pas de seuil)
Salle d'audition, de conférence, multimédia Salle de réunion, de quartier, réservée aux associations	L	200	100	(pas de seuil)
Salle de spectacle (y compris cirque non forain) ou de cabaret Salle de projection, multimédia Salle polyvalente à dominante sportive de plus de 1 200 m <sup>2</sup> ou d'une hauteur sous plafond de moins de 6,50 m	L	50	20	(pas de seuil)
Magasin de vente et centre commercial	M	200	100	100

Types d'ERP en fonction de la nature de leur exploitation				
Nature de l'exploitation	Type	Seuils d'assujettissement de la 5 <sup>e</sup> catégorie		
Restaurant et débit de boisson	N	200	100	200
Hôtel, pension de famille, résidence de tourisme	O	100	(pas de seuil)	(pas de seuil)
Salles de danse et salle de jeux	P	120	20	100
Établissement d'enseignement et de formation Internat des établissements de l'enseignement primaire et secondaire Centre de vacance et centre de loisirs (sans hébergement)	R	200	100	100
Crèche, école maternelle, halte-garderie, jardin d'enfants	R	100	interdit	20 (si un seul niveau situé en étage)
Bibliothèque et centre de documentation	S	200	100	100
Salle d'exposition	T	200	100	100
Établissement de santé public ou privé, clinique, hôpital, pouponnière, établissement de cure thermale	U	- sans hébergement : 100 - avec hébergement : 20	(pas de seuil)	(pas de seuil)
Lieu de culte	V	300	100	200
Administration, banque, bureau (sauf si le professionnel ne reçoit pas de clientèle dans son bureau)	W	200	100	100
Établissement sportif clos et couvert, salle omnisports, patinoire, manège, piscine couverte, transformable ou mixte Salle polyvalente sportive de moins de 1 200 m <sup>2</sup> ou d'une hauteur sous plafond de plus de 6,50 m	X	200	100	100
Musée	Y	200		
Établissement de plein air	PA	300		
Structure gonflable	SG	(pas de seuil)		
Parcs de stationnement couvert	PS	(pas de seuil)		
Gare (pour sa partie accessible au public)	GA	(pas de seuil)		
Hôtel-restaurant d'altitude	OA	20		
Refuge de montagne	REF	(pas de seuil)		

Exemples de calcul :

- une structure d'accueil pour personnes âgées est classée en catégorie 5 si elle accueille moins de 25 résidents, et en catégorie 4 si elle accueille entre 25 et 300 résidents ;
- un magasin de 100 m<sup>2</sup> en rez-de-chaussée d'une capacité d'accueil de moins de 200 personnes est classé en catégorie 5 s'il est indépendant (devanture donnant sur une rue) ;
- une salle de spectacle est classée en catégorie 5 si elle peut accueillir moins de 50 personnes, ou si elle est située en sous-sol moins de 20 personnes ;
- un chapiteau est classé en catégorie 5, quelle que soit sa capacité d'accueil (il n'y a pas de seuil).

#### À savoir :

Les espaces non clos par une enceinte ou non couverts (parking non couvert, station-service hors magasin de vente par exemple) ou les logements (bâtiments à usage exclusif d'habitation) ne sont pas considérés comme des ERP sauf si l'activité principale de ces espaces est modifiée.

## **Document n°4 : Fiche obligations d'accès des ERP aux personnes handicapées – Service public**

### Règles d'accessibilité :

Les normes d'accessibilité doivent permettre aux personnes handicapées de circuler avec la plus grande autonomie possible, d'accéder aux locaux et équipements, d'utiliser les équipements et les prestations, de se repérer et de communiquer.

L'accès concerne tout type de handicap (moteur, visuel, auditif, mental...).

Les conditions d'accès doivent être les mêmes que pour les personnes valides ou, à défaut, présenter une qualité d'usage équivalente.

L'accessibilité de ces établissements et de leurs abords concerne :

- les cheminements extérieurs ;
- le stationnement des véhicules ;
- les conditions d'accès et d'accueil dans les bâtiments ;
- les circulations horizontales et verticales à l'intérieur des bâtiments ;
- les locaux intérieurs et les sanitaires ouverts au public ;
- les portes, les sas intérieurs et les sorties ;
- les revêtements des sols et des parois ;
- les équipements et mobiliers intérieurs et extérieurs susceptibles d'y être installés (dispositifs d'éclairage et d'information des usagers, par exemple).

### Déroghations :

Des dérogations à l'accessibilité des lieux sont prévues dans les cas suivants :

- impossibilité technique ;
- contraintes liées à la conservation du patrimoine ;
- disproportion manifeste entre les améliorations apportées par la mise en accessibilité et leurs coûts, leurs effets sur l'usage du bâtiment et de ses abords (ou la viabilité de l'exploitation de l'établissement)

Elles doivent être autorisées après avis de la commission départementale consultative de la protection civile, de la sécurité et de l'accessibilité.

Dans le cas des ERP remplissant une mission de service public, des mesures de substitution doivent être prises.

La demande de dérogation donne obligatoirement lieu à une décision explicite.

Une dérogation peut être accordée pour les ERP situés dans un immeuble collectif à usage principal d'habitation existant, dans le cas où les copropriétaires refusent les travaux de mise en accessibilité dans les parties communes de la copropriété, sous réserve de produire le procès-verbal de l'assemblée générale des copropriétaires refusant les travaux.

Cependant, le gestionnaire reste tenu de rendre les prestations à l'intérieur de son local accessibles aux personnes handicapées, quel que soit leur handicap.

### Agenda d'accessibilité programmée (Ad'AP) :

Dans le cas où un établissement n'est pas accessible au 31 décembre 2014, son propriétaire doit déposer un agenda d'accessibilité programmée (Ad'AP) auprès de :

- la mairie pour un Agenda de 3 ans maximum portant sur un seul ERP ;
- la préfecture dans les autres cas.



Ce dispositif comprend les actions nécessaires à la mise en accessibilité, le programme, le calendrier des travaux et les financements.

Le préfet du département doit approuver ou rejeter l'agenda dans un délai de 4 mois après avis de la commission consultative départementale de sécurité et d'accessibilité (CCDSA). Le silence vaut acceptation de l'Ad'AP.

La durée des travaux est de :

- 3 ans maximum ;
- ou 2 périodes de 3 ans chacune (6 ans maximum) pour les ERP pouvant accueillir un public excédant un seuil fixé par le règlement de sécurité ;
- ou 3 périodes de 3 ans chacune (9 ans maximum) lorsque la mise en accessibilité est particulièrement complexe (exigences de continuité de service, la surface des bâtiments concernés etc.).

Au-delà de 3 ans, le délai doit être accordé sur autorisation motivée de l'autorité administrative.

En cas de *force majeure*, de difficultés techniques ou financières nouvelles, la prorogation de la mise en œuvre de l'Ad'AP peut être demandée à l'autorité administrative qui l'a validée.

Sont mises en ligne sur le site internet de la préfecture :

- la prorogation du délai de dépôt de l'Ad'ap ;
- la décision d'approbation de l'Ad'ap.

#### Point de situation à un an :

Le propriétaire (ou l'exploitant) doit transmettre un point de situation sur la mise en œuvre de l'agenda d'accessibilité programmée à l'issue de la première année.

- au préfet ;
- aux commissions pour l'accessibilité.

Lorsqu'un établissement est aux normes, le propriétaire doit envoyer une attestation d'accessibilité :

- au préfet de département ;
- à la commission pour l'accessibilité de la commune où est implanté l'établissement.

#### Attestation d'accessibilité :

Dans le cas des ERP de 5<sup>e</sup> catégorie, une simple attestation sur l'honneur suffit.

Des auto-diagnostics existent pour savoir si l'ERP est conforme aux normes.

Pour les établissements ayant fait l'objet d'un permis de construire, une attestation finale de vérification de l'accessibilité est obligatoire. Établie par un contrôleur technique (ou un architecte indépendant), elle doit être jointe à la déclaration attestant l'achèvement et la conformité des travaux (DAACT).

# Méthodologie de réflexion pour élaborer un PSC

## MODE D'EMPLOI DU TABLEAU

Toutes les missions d'un musée, ses fonctions ainsi que ses moyens sont recensés dans le tableau. Pour chaque fonction, le tableau détaille les éléments suivants :

### Rappel :

Ce tableau n'est pas le plan du futur PSC, c'est une aide à la réflexion. Il n'a pas forcément vocation à être rempli exhaustivement et il doit être adapté à chaque musée.

**Les deux premières colonnes sont consacrées à l'état des lieux.**

- La colonne de gauche est consacrée au « **bilan de l'existant** ».

Le bilan de l'existant, fondé sur des données objectives, est une phase nécessaire qui doit prendre en compte toutes les activités du musée, mais qui ne doit pas prendre trop de temps ni absorber toutes les énergies, car c'est le projet qui importe. C'est un exercice de positionnement précis dans le temps (le musée aujourd'hui). Sauf pour l'historique, le bilan doit prendre en compte des données récentes (au maximum 3 à 5 ans) et ne pas mélanger données anciennes et données récentes. Il ne doit pas non plus anticiper sur le projet (tentation fréquente). Le bilan est également l'occasion de recenser les études existantes.

- La colonne centrale, « **diagnostic** » complète le bilan par une évaluation critique :

La situation est-elle satisfaisante ou non ?  
Quels sont les ressources, les points forts et les faiblesses en interne ?

Quels sont les dysfonctionnements observés, les réussites et les échecs ?

Où se situent les menaces (concurrence, évolution du contexte...) et les opportunités (synergies, collaborations...) en externe ? Quelles sont les potentialités ?

Les moyens sont-ils suffisants pour réaliser les missions ?

Ce diagnostic permet d'identifier les potentialités et les difficultés ; il permettra de déterminer des priorités et aidera à orienter les propositions du projet.

**La colonne de droite est consacrée au « projet ».**

En fonction des priorités identifiées, elle permet de dégager les futures orientations du projet, en déterminant les objectifs que l'on veut fixer et en précisant s'il s'agit d'une continuité ou d'une évolution par rapport à l'existant (rétablir, développer, transformer, innover...). Il est rappelé que ces objectifs doivent être sélectifs (et éventuellement quantifiables).

<b>PUBLICS</b>		Service-ressource de la DMF : PUB
<b>CONNAISSANCE DES PUBLICS</b> Connaître les publics		
<b>BILAN DE L'EXISTANT</b>	<b>DIAGNOSTIC</b>	<b>PROJET</b>
Connaissance des visiteurs du musée ou les publics potentiels Méthodes et outils utilisés : études et enquêtes, billetterie, analyse quantitative, analyse qualitative... Exploitation des données et analyse des résultats (comment, par qui, sous quelle forme...)	<i>Quels enseignements peut-on en tirer ? Quels sont les publics du musée ? Quelles conclusions tirer des tableaux de fréquentation ? Ces résultats correspondent-ils aux objectifs ?</i>	Des études et enquêtes sur les publics sont-elles envisagées ? Avec quelles méthodes et quels outils ? Avec quelles compétences, en interne ou en externe ? La politique des publics utilise-t-elle les résultats des études et enquêtes réalisées pour proposer des évolutions et appuyer des projets ?
<b>POLITIQUE DES PUBLICS, OBJECTIFS</b>		
<b>BILAN DE L'EXISTANT</b>	<b>DIAGNOSTIC</b>	<b>PROJET</b>
Fixer les objectifs de la politique des publics		
Objectifs exprimant les priorités stratégiques du musée en liaison avec les axes définis par la tutelle Objectifs opérationnels pour les différents domaines d'activité	<i>Ces objectifs sont-ils formalisés et mesurables ? Sont-ils connus de la tutelle et du personnel de l'établissement ? Ces objectifs sont-ils atteints ? Sont-ils (encore) adaptés ?</i>	Les objectifs proposés s'inscrivent-ils dans la continuité de l'action du musée ou marquent-ils une évolution ? De nouveaux objectifs sont-ils présentés ?
Définir une stratégie		
Stratégie retenue : développement, diversification, fidélisation des publics...	<i>La stratégie est-elle adaptée aux publics visés ? Quels sont les résultats ? Sont-ils satisfaisants ?</i>	La stratégie proposée s'inscrit-elle dans la continuité de l'action du musée ? Marque-t-elle une évolution ? Laquelle ?
Déterminer une politique tarifaire		
Politique et grille tarifaires : gratuité, tarifs réduits...	<i>La politique tarifaire adoptée correspond-elle aux objectifs de la politique des publics du musée ? Est-elle adaptée aux publics qui fréquentent le musée ?</i>	La politique tarifaire proposée s'inscrit-elle dans la continuité de l'action du musée ? Marque-t-elle une évolution ? Laquelle ? Une analyse de la structure des publics est-elle prévue ?
Choisir des horaires d'ouverture		
Horaires d'ouverture : ouverture à l'heure du déjeuner, nocturnes...	<i>Les horaires d'ouverture sont-ils adaptés aux souhaits et aux pratiques des visiteurs ?</i>	Le choix des horaires d'ouverture proposés s'inscrit-il dans la continuité de l'action du musée ? Marque-t-il une évolution ? Laquelle ?

ACCUEIL ET PARCOURS DE VISITE		
BILAN DE L'EXISTANT	DIAGNOSTIC	PROJET
<b>Accueillir les publics</b>		
<p>Accès : signalétique extérieure, abords, accessibilité...</p> <p>Accueil physique et orientation des publics : billetterie, remise d'un plan, gestion de l'affluence, prise en charge des handicapés, confort des locaux, vestiaire, sanitaires...</p> <p>Organisation de la fonction d'accueil (existe-t-il un service spécifique ?)</p>	<p><i>Est-il facile d'arriver au musée ?</i></p> <p><i>Comment l'accueil est-il organisé ?</i></p> <p><i>Par qui est-il assuré ?</i></p> <p><i>Ses modalités sont-elles adaptées et satisfaisantes pour tous les publics ?</i></p> <p><i>Existe-t-il une prise en compte de l'accueil des publics dans sa globalité (téléphone, courrier postal et électronique) ?</i></p>	<p>Quels sont les projets visant à améliorer l'accès des publics au musée ?</p> <p>Quels sont les projets visant à améliorer l'accueil physique et l'orientation des publics ?</p>
<b>Proposer un parcours de visite</b>		
<p>Signalétique intérieure au musée</p> <p>Muséographie et parcours de visite</p> <p>Proposition de documents d'aide à la visite (fiches de salle, panneaux, cartels)</p>	<p><i>Le parcours de visite est-il adapté aux publics ?</i></p> <p><i>Le message du musée est-il compris ?</i></p> <p><i>Quels dispositifs d'évaluation pour le parcours de visite et la médiation ?</i></p>	<p>Quels sont les projets concernant le parcours de visite (signalétique, évolution des thématiques...) et la médiation ?</p> <p><i>(voir supra Parcours et muséographie)</i></p>
<b>Proposer des services commerciaux</b>		
<p>Services commerciaux : librairie - carterie, boutique, café-téria...</p> <p>Offre proposée</p> <p>Mode de gestion (par le musée, concession...)</p>	<p><i>Sont-ils satisfaisants (commodité, attractivité, rentabilité, adaptation à la vocation du musée et à la demande des visiteurs...)?</i></p> <p><i>S'inscrivent-ils dans la politique des publics ?</i></p> <p><i>Concurrence ou complémentarité par rapport à l'offre environnante ?</i></p> <p><i>Le mode de gestion est-il adapté ?</i></p>	<p>Des évolutions sont-elles envisagées ?</p>

SERVICE DES PUBLICS		
BILAN DE L'EXISTANT	DIAGNOSTIC	PROJET
<b>Mettre en place et faire fonctionner un service des publics</b>		
Existence d'un service des publics et / ou d'un service éducatif Bref historique du service des publics	<i>Quelle est sa dénomination actuelle ? A-t-elle évolué ?</i>	Création d'un service des publics et/ou d'un service éducatif s'il n'existe pas ?
Moyens humains et financiers dont dispose le service des publics : - Personnel en équivalent temps plein - Organigramme du service et insertion dans l'organigramme du musée - Statut, fonction et formation (initiale et continue) des personnels - Budget du service des publics (hors dépenses en personnel) et part dans le budget total de l'établissement	<i>Ces moyens sont-ils suffisants par rapport aux objectifs de la politique des publics ?</i>	Quels sont les projets d'évolution du service, de son organisation et de ses moyens humains et financiers ?
<b>Le situer dans l'établissement et avec ses partenaires</b>		
Relations avec la conservation : mode de fonctionnement pour l'élaboration de documents, les expositions... Relations avec l'accueil Relations avec les services administratifs	<i>Degré de synergie avec les autres services en interne ?</i>	Des évolutions sont-elles envisagées ?
Relations avec des partenaires externes (Éducation nationale, entreprises, associations, autres structures culturelles...)	<i>Comment travaille-t-il avec des partenaires en externe ? Ces partenariats sont-ils satisfaisants ?</i>	Des partenariats nouveaux sont-ils envisagés ?

Outils et politiques culturelles		
BILAN DE L'EXISTANT	DIAGNOSTIC	PROJET
Mettre en œuvre des actions en direction des publics		
<p>Principales activités et publics ciblés : ateliers, visites-conférences...</p> <p>Expositions : thèmes, rythme, moyens financiers et techniques...</p> <p>Publications</p> <p>Locaux : ateliers, salle de conférence, auditorium, salle d'exposition...</p> <p>Centre de documentation ouvert au public (pour quels publics, dans quelles conditions, avec quels moyens)</p>	<p><i>Analyse critique de la programmation</i></p> <p><i>Ces actions sont-elles évaluées ? Comment (en interne ou en externe) ? Raisons du succès ou de l'insuccès de certaines activités et publications ?</i></p> <p><i>Le personnel (scientifique, de médiation, technique) est-il suffisant ? Est-il formé ?</i></p> <p><i>Les locaux sont-ils adaptés ?</i></p> <p><i>Services documentaires satisfaisants ?</i></p>	<p>Quelles sont les évolutions envisagées ?</p> <p>De nouvelles actions sont-elles proposées ?</p> <p>Correspondent-elles à de nouveaux objectifs de la politique des publics ?</p>
Communiquer		
<p>Communication spécifique pour ces actions</p> <p>Canaux de communication</p> <p>Site internet (contenu, publics visés)</p>	<p><i>Quelles sont les relations avec les médias ?</i></p> <p><i>Cette communication est-elle satisfaisante ?</i></p> <p><i>Le site internet est-il adapté aux besoins du musée et aux attentes des internautes ?</i></p>	<p>Des évolutions dans la stratégie de communication ou dans ses supports sont-elles envisagées ?</p>

## La médiation culturelle, une expérience partagée avec les publics...

11 avril 2016 Jean-Alain Pigearias, Les dialogues de "Com'en Histoire" Centre de culture scientifique et technique, Lascaux, Médiation, Public Jessica Fèvres - de Bideran

Afin de poursuivre nos réflexions sur les mises en scène et mises en représentation du patrimoine, nous proposons aujourd'hui un nouveau dialogue avec un professionnel aguerri à ces pratiques communicationnelles au sein d'une institution quelque peu différente de celles à qui nous avons pour l'instant donné la parole puisqu'il s'agit d'un centre de culture scientifique et technique. Si pour les bordelais, Cap Sciences représente avant tout un vaste espace muséographique installé sur les quais de la Garonne depuis 1995, beaucoup ignorent que cette structure pilote également le réseau aquitain des acteurs de la culture scientifique tout en assurant des missions de conseils auprès d'autres institutions culturelles.

Jean-Alain Pigearias, qui nous accorde aujourd'hui cet entretien, est un des co-fondateurs de Cap Sciences où il est actuellement en charge de l'ingénierie des projets innovants. Cette mission implique notamment de repenser la relation aux publics en cherchant à augmenter leur niveau de connaissance et de compréhension de sujets parfois complexes tels que l'espace ou l'économie. À la suite des réflexions stimulantes de Yannick Lintz sur la médiation et ses mutations au Musée du Louvre, l'expérience de Jean-Alain Pigearias nous permet de poursuivre cette réflexion à partir d'exemples concrets comme le futur Centre International de l'Art Pariétal de Montignac-Lascaux.

**1. Depuis 1995, vous avez suivi l'évolution des pratiques de communication et d'exposition de la culture scientifique et technique, pratiques qui se sont accompagnées d'une évolution terminologique qui a vu disparaître le terme vulgarisation pour une notion toujours plus polysémique, celle de médiation. La médiation semble en effet aujourd'hui fondamentale pour les structures culturelles qui cherchent à tisser de nouveaux liens avec les publics. Comment de votre côté définiriez-vous cette notion ?**

Il y a un double glissement sémantique, qui concerne les pratiques d'une part, les praticiens d'autre part...

D'un côté les Centres de sciences ont réorienté leur fonction, passant de la vulgarisation à la médiation (médiation des sciences envers les publics mais aussi des publics vers les scientifiques, avec la mise en relation Sciences / Société puis Science citoyenne, accompagnant les besoins de légitimation de la communauté scientifique et les demandes de la société sur la responsabilité de la recherche.

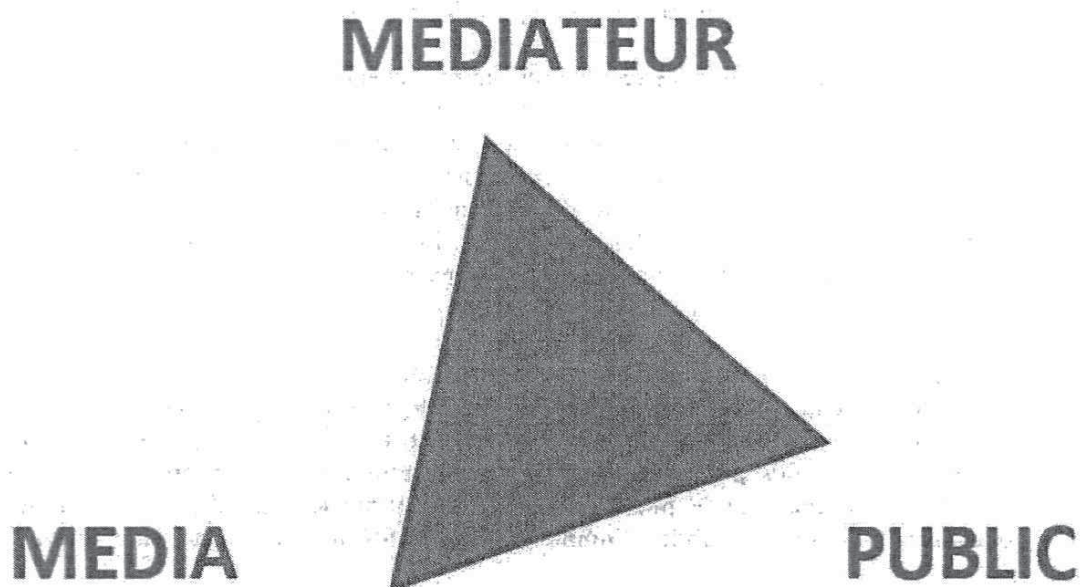
D'un autre côté, les « praticiens » des centres de sciences qui avaient l'habitude de se poser en « vulgarisateurs », « traducteurs », « passeurs » de sciences, maillon indispensable entre la communauté scientifique et le grand public, en termes de postures, de vocabulaire et d'écriture, se définissent plus volontiers comme des « médiateurs »; toujours concepteurs et animateurs de séquences d'animations, mais médiateurs au sens d'intermédiaires entre des connaissances et des publics en quête de savoirs.

## Document n°6 (suite)

Cette fonction d'intermédiation rejoint des notions comme celle de courtiers de connaissances, à la fois facilitateurs des relations entre *sachants*, chercheurs et publics, *valorisateurs* des connaissances, et instigateurs de savoirs co-produits avec les publics, dans une relation plus équilibrée, voire plus démocratique, entre les scientifiques et la société.

De mon point de vue, je dirais que la médiation n'est plus seulement l'affaire des médiateurs, qu'il s'agit plutôt d'une fonction partagée avec les publics qui ne sont plus de simples réceptacles d'une parole descendante, mais qui sont capables de passer des « commandes sociales » aux chercheurs, de publier des commentaires, de partager des pratiques d'observation et de recherche, et aussi de publier des articles ou de réaliser des supports de... vulgarisation.

La médiation serait ainsi le résultat d'une opération mettant en relation des Médias, des Médiateurs et des Publics, dans une relation triangulaire :



Dans cette vision, il n'y a pas de médiateur sans média, mais le médiateur n'est plus le seul auteur du média, comme dans une relation verticale descendante traditionnelle Connaissance -> Vulgarisation -> Public.

Dans certains cas, on parlera même de « curation » pour désigner son rôle : le médiateur devient curateur, au sens où il est capable de sélectionner des médias, de les valider et de les inscrire dans une démarche de développement des connaissances qui peut faire du public un coproducteur de média. La médiation culturelle n'échappe pas aux évolutions sociétales. La plupart du temps, le public n'arrive pas seul, il est précédé ou accompagné de ses propres collectes d'informations qu'il vient confronter, valider auprès d'un médiateur qui peut l'accompagner dans la constitution de son savoir.

À Cap Sciences, en réécrivant le Projet Scientifique et Culturel, nous avons proposé la formule « l'expérience est le préalable du savoir ». Autrement dit, le rôle de la médiation est de proposer au public des situations d'expériences lui permettant de constituer son savoir,



## Document n°6 (suite)

avant, pendant et après la visite d'une exposition ou la participation à un atelier. Comme nous avons délibérément opté pour une médiation humaine, celle-ci passe par une relation humaine, une mise en relation qui doit produire de la médiation, et l'entretien de cette relation qui doit produire un enrichissement des savoirs. Car nous pensons que lors d'une visite, c'est le visiteur qui produit son propre savoir issu de ses expériences d'interactions. La production d'une exposition (« ce qu'elle produit ») n'est pas le fait de ses concepteurs ou de ses médiateurs, elle est le fait des visiteurs qui n'en ressortent pas indifférents... et prêts à échanger sur leurs découvertes. Mais là nous n'inventons rien; depuis toujours, c'est le spectateur qui fabrique le sens du film...

**2. Au sein de Cap Sciences, vous développez une activité d'ingénierie culturelle et d'innovation ; or, la volonté de mettre en place des formes de « médiations innovantes » se limite semble-t-il trop souvent au seul usage d'outils numériques dont les formes de discours ne s'avèrent pas toujours inédites. Selon-vous, en quoi une médiation peut-elle être considérée comme innovante (formes d'adresse aux publics ? nouveaux regards portés sur les objets ? Etc.) ?**

Depuis 2008, Cap Sciences innove dans ses présentations et dans ses formes de relation aux publics, en particulier via le numérique. L'innovation ne peut se limiter à des évolutions dans les médias, du *print* au numérique par exemple. Les « nouvelles technologies de l'information et de la communication » ne sont plus guère nouvelles ! Le changement de paradigme vient de l'universalité du numérique, du langage informatique universel.

À chaque média son langage : nombre de signes, style, choix du vocabulaire, place de l'image... Certaines formes de discours « dans l'exposition » ne tiennent plus, ou plutôt ne retiennent plus l'attention des visiteurs. La place des textes s'est considérablement réduite, à la mesure de la chute vertigineuse du temps d'attention. La forme vidéo / infographie s'impose comme le premier média d'accès à l'information, le plus souvent pour des durées de 45" à 90".

Nous n'oublions jamais que nous opérons dans le domaine du loisir culturel ou du loisir éducatif, c'est-à-dire que nous nous adressons à des visiteurs qui ont délibérément choisi de consacrer de leur temps libre à se cultiver, à développer leur curiosité, à expérimenter, à satisfaire leur soif de connaissances et à partager leurs découvertes. Aucun média n'a encore remplacé un média précédent, mais chaque média a un canal de diffusion privilégié, qui peut le destiner à un type d'audience. C'est pourquoi la médiation doit aujourd'hui se concevoir comme « multicanal » et les programmes de culture scientifique se décliner selon les règles du « transmédia ».

D'autres questions ont émergé plus récemment :

- la question des formats : entre une diffusion in situ sur grand écran et en mobilité sur un Smartphone, ni la durée ni l'écriture ne sont comparables : à chaque canal son format;
- la question de l'interaction : les médias intègrent des principes d'interaction, par exemple à la façon des webdocumentaires dont le scénario de navigation s'adapte aux choix du « lecteur » ou introduisent des moments de « sérendipité »;
- la question de la continuité de la relation : non pas « à côté » ni « en plus », mais « à propos »...

On a l'habitude de proposer plusieurs discours autour d'une exposition. Celui du commissaire ou du conservateur constitue le premier discours « autorisé » et peut se décliner en deux

## Document n°6 (suite)

formats, un premier format court adapté aux cartels et aux bornes in situ, et un format long généralement destiné aux catalogues, aux « en savoir plus » des fiches de salles, aux commentaires enregistrés dans des audio-vidéo-guides ou encore à la partie documentaire du site internet de l'institution culturelle.

Le public, quant à lui, s'intéresse à deux autres sources d'informations:  
-les critiques, les documents en ligne, blogs, Wikipédia, etc.;  
-les avis des visiteurs, particulièrement sur les réseaux sociaux ou sur des sites de recommandation comme Tripadvisor...

La pratique est aujourd'hui bien établie chez le public de pratiquer une recherche à rebours, c'est-à-dire *bottom up*, partant des avis du public (communication horizontale), pour se diriger vers les commentaires d'autorité (communication verticale). La question n'est donc plus seulement de multiplier les canaux de diffusion (*communication* descendante, de l'émetteur vers l'audience), mais d'entrer en relation avec le visiteur, depuis sa première manifestation d'intérêt jusqu'au prolongement de sa visite...

Plus que de diffusion, il est question aujourd'hui, pour un Centre de culture, d'entretenir une quadruple relation :

- avec les savoirs et les scientifiques;
- entre les savoirs et les visiteurs;
- entre les visiteurs;
- entre les visiteurs et le lieu culturel.

Parce qu'il permet une mise en relation « *anywhere* », « *anytime* », « *anymedia* », le numérique associé au web bouleverse les modes opératoires des institutions culturelles, en même temps qu'il permet de démultiplier les points de contact avec les médias culturels. Cela nécessite des compétences particulières et nouvelles, des formes de médiation – intermédiation- à inventer, d'associer les publics à la réalisation de médias, et même de considérer le public comme un média à part entière (*big data*). Pour cela il convient de définir des stratégies numériques globales, d'organiser les contenus comme des parcours, en travaillant le triptyque de la production des savoirs en loisirs culturels : Cap Sciences tend ainsi à composer son offre culturelle à l'aide du triptyque Plaisir / Echange / Connaissance, dans une circularité qui permet de proposer des portes d'entrées plus ludiques ou plus sociales ou plus documentaires...