

MUSÉOCOM

Jeune Agence spécialisée en ingéniérie culturelle

MUSÉOCOM

Jeune Agence avignonnaise spécialisée dans l'ingénierie culturelle, Muséocom propose son expertise aux professionnels de la culture depuis 2011. Les membres de la Jeune Agence vous accompagnent dans différents domaines : la **médiation**, la **communication**, la **conception d'exposition** et l'**étude de public**.

Muséocom bénéficie d'une grande expertise dans ces domaines, d'une connaissance éclairée des publics, d'un esprit créatif et d'une culture avertie dans le champ du numérique. Soutenue par l'équipe de recherche du Centre Norbert Elias, chaque projet est porté avec méthode, qualité, attention et écoute.

Forts de parcours d'études complémentaires et d'expériences professionnelles diversifiées, les membres de Muséocom vous garantissent une proposition innovante et créative adaptée à vos besoins.







MÉDIATION

Muséocom propose ses services dans le champ de la médiation culturelle et patrimoniale.

La Jeune Agence conçoit des dispositifs d'aide à la visite innovants et adaptés aux différents publics de la culture. Chaque outil d'aide à la visite est pensé de façon à guider vos publics au sein de vos structures en tenant compte de vos besoins. Visites guidées, ateliers, conceptions de dépliants d'aide à la visite, vidéos de présentation, nos propositions sont variées. Notre objectif reste le même : favoriser la transmission et le dialogue entre les publics et les institutions culturelles.

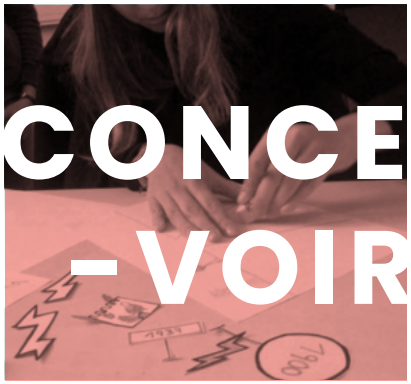
Ils nous ont fait confiance

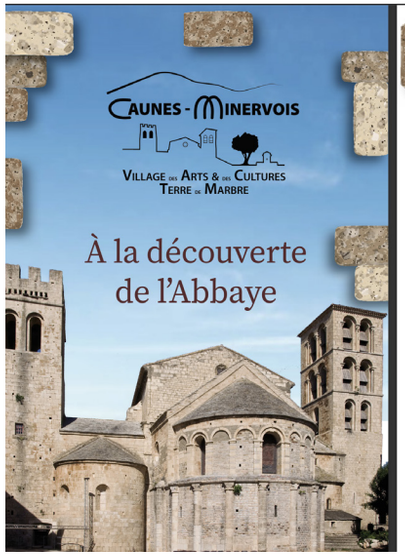
CNR
L'énergie au cœur des territoires

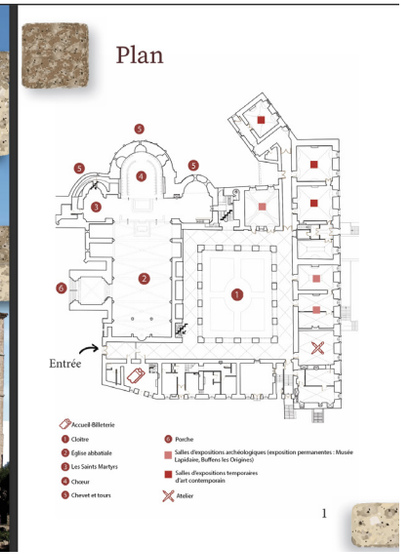
Musée départemental Arles antique

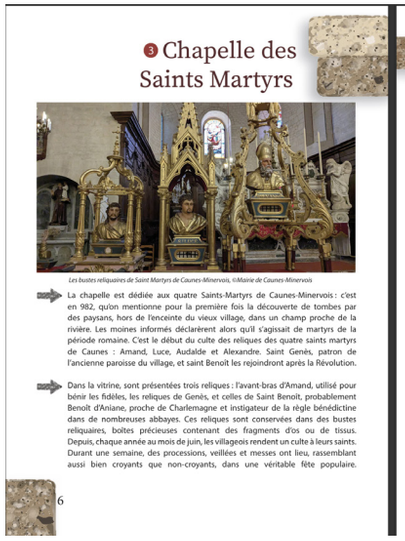
les petits débrouillards













© Muséocom
© Muséocom

Abbaye de Caunes-Minervois

Mission : Réalisation d'une enquête pour connaître les comportements des usagers du site internet
Lieu : Avignon (84)
Date : Novembre 2024 - Septembre 2025
Maître d'ouvrage : Archives Départementales de Vaucluse

La **mairie de Caunes-Minervois** souhaitait développer un **support de médiation autonome** à destination des visiteurs ne souhaitant pas participer à une visite guidée au sein de l'**Abbaye de la commune**. Ce livret créé par l'agence Muséocom permet de **mieux appréhender l'espace** et de mettre en lumière les **points d'intérêt** de l'Abbaye.

Ce projet avait pour ambition de proposer une **offre attractive**, rendant la découverte du **lieu accessible à tous les publics**. En favorisant **l'autonomie** des visiteurs, ce dispositif contribue à **enrichir** et à **diversifier l'expérience** de visite de l'Abbaye.

Rédaction

Création d'outil de médiation

Conception graphique

Médiation





© Muséocom
© Villa Créative

Villa Créative

Mission : Réalisation d'un jeu de piste et de journées de médiation autour de la Villa créative
Lieu : Avignon (84)
Date : Février 2024 - Septembre 2024
Maître d'ouvrage : Directrice de la Villa Créative

La **Villa Créative** est un **site hybride de formation, de création, d'innovation, d'expérimentation et de recherche**. Elle est implantée sur le site Pasteur, au sein d'un édifice du XIXe siècle actuellement en réhabilitation, entouré par des jardins. Le lieu ouvrira ses portes courant 2024, mais la Villa Créative vit déjà hors les murs depuis 2021, par le biais des actions de l'association "Les acteurs de la Villa Créative". Depuis 2016, le projet est reconnu à l'échelle nationale et internationale.

Pour son ouverture la Villa Créative souhaitait **informer le public local**, à savoir la communauté universitaire et les riverains, de son existence et de ses fonctions. La réalisation de plusieurs journées d'un **jeu de piste** ont étés organisées au sein d'Avignon Université par Museocom. L'objectif était de **faire découvrir le futur lieu aux étudiants**. Ce jeu de piste avec différents arrêts permettait de dévoiler toutes les infrastructures présentent au sein de la Villa Créative (brasserie, auditorium, plateaux d'exposition,etc).

- Conception graphique
- Création de dispositifs
- Animation de dispositif

Médiation

L'Abbaye Saint-André et ses jardins, l'histoire d'un patrimoine vivant





© Muséocom
© Muséocom

Missions : Réalisation d'une vidéo de médiation
Lieu : Villeneuve-lès-Avignon (30)
Date : Janvier-Mars 2021
Maître d'ouvrage : Abbaye Saint André

Située à Villeneuve-lès-Avignon, l'Abbaye Saint-André a fait appel à Muséocom pour réaliser une **nouvelle vidéo de médiation** s'insérant dans le parcours de visite.

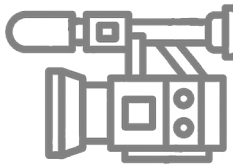
À partir de **recherches documentaires**, l'équipe a créé un concept de vidéo qui s'articule autour des personnes qui ont participé à l'histoire de ce patrimoine vivant.

Puis, Muséocom s'est chargée du **tournage** des différents plans du monument et de ses jardins, ainsi que des **interviews**. Pour ce faire, l'équipe a écrit l'ensemble du **scénario** de la vidéo sous forme de **storyboard**.

Enfin, la Jeune Agence a réalisé le **montage** et la **traduction en anglais** de la vidéo.



Recherche documentaire



Création de supports vidéo



Montage vidéo et audio

Médiation





© Muséocom
© Muséocom

Mourcairol

Missions : Création de vidéos de médiation et de promotion
Lieu : Saint-Michel de Mourcairol (34)
Date : Mars 2019 - Mars 2020
Maître d'ouvrage : Les Amis de Saint-Michel

Après avoir fait appel à Muséocom pour la réalisation d'un dépliant, l'association Les Amis de Saint-Michel a de nouveau sollicité Muséocom pour la **réalisation de supports audiovisuels de médiation**.

L'objectif était de **valoriser l'histoire et l'architecture** du site historique de Mourcairol, surplombant la commune des Aires dans l'Hérault, dont les premières traces remontent à un siècle avant notre ère. Le site se compose d'une chapelle et des ruines du château de Mourcairol.

Soutenue par la mairie des Aires, l'association a missionné Muséocom pour réaliser **une vidéo promotionnelle du site et deux vidéos de médiation**, à destination des visiteurs et futurs visiteurs du site.

Création de supports vidéo

Montage vidéo et audio

Médiation





© Louis Weber – Archives d'Avignon – 85Fi
© Archives municipales d'Avignon

TABLE RONDE

Missions : Animation d'une table ronde
Lieu : Archives municipales d'Avignon
Date : Juillet 2019
Maître d'ouvrage : Archives municipales d'Avignon

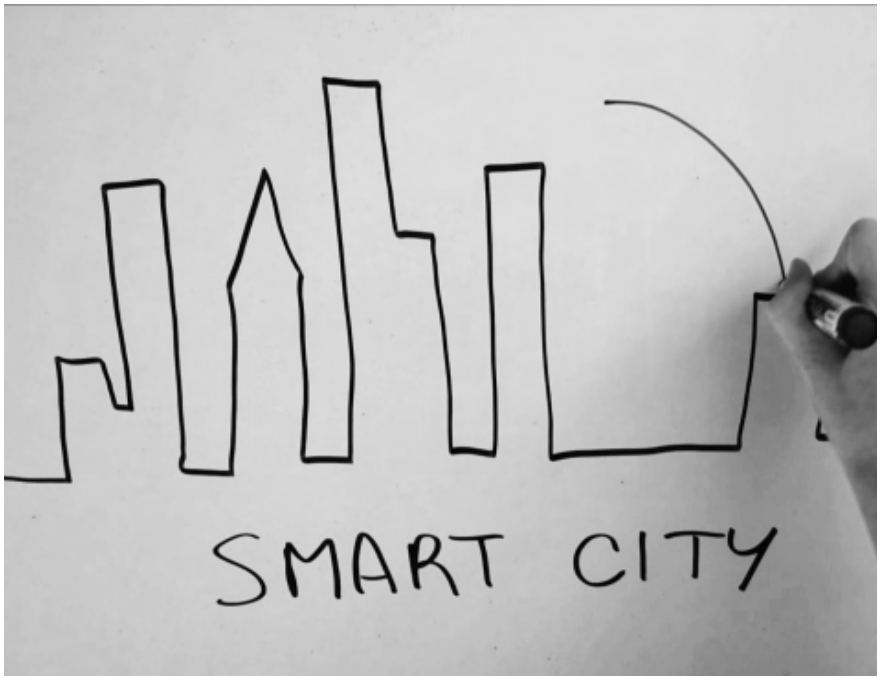
Le mardi 4 juin 2019, les archives municipales d'Avignon ont fait appel à la Jeune Agence Muséocom pour **animer une table ronde** autour de l'exposition temporaire « On refaisait le monde (souvenirs de 1968 à Avignon) ».

La mission de Muséocom, représentée par Justine Jandot dit Danjou, a donc consisté à **créer un dialogue entre les trois intervenants** et témoins Michel Boucicot, Michel Croustillat et Robert Vettoretti, autour de la question « Y a-t-il eu un mai 68 à Avignon ? ».

Grâce à des souvenirs authentiques, cette table ronde a réhabilité l'année 1968 et ses réalités, dans une bienveillance qui ne fut pas sans rappeler la « franche camaraderie » qui aurait animé le mois de mai 68 à Avignon.

Animation de dispositif

Médiation





© Muséocom
© Muséocom

Forum de l'innovation culturelle

Missions : Réalisation et présentation d'une vidéo
Lieu : Musée départemental Arles antique (13)
Date : Novembre 2017
Maître d'ouvrage : Pôle Industries Culturelles & Patrimoines

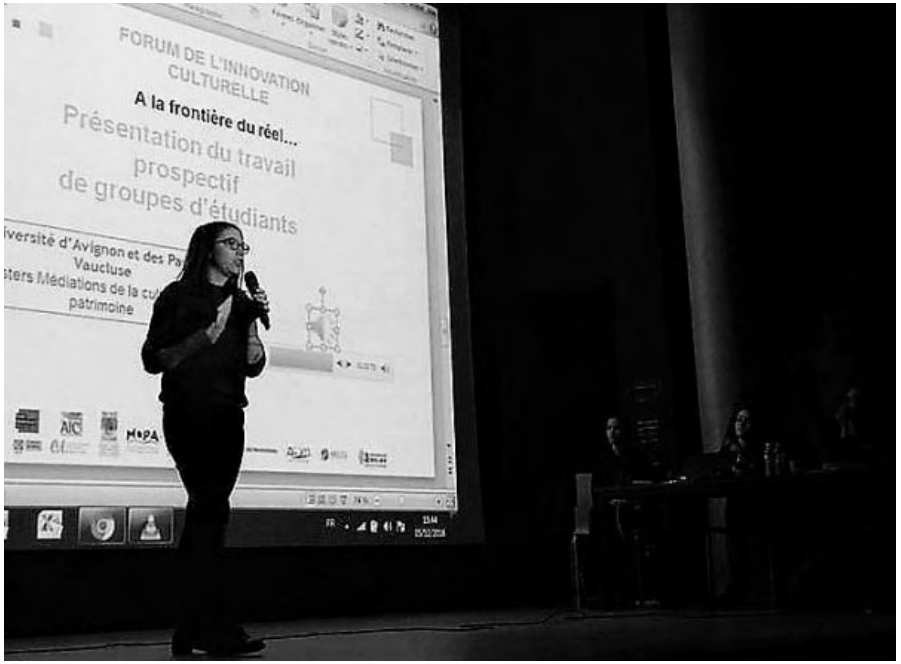
Pour la troisième fois, Muséocom participait au Forum de l'Innovation Culturelle (FIC). Cette journée de débats et d'échanges a lieu chaque année au musée départemental Arles antique. L'édition 2017 portait sur le **thème des smart cities dans le secteur culturel**. Ainsi, la question posée était : Comment la *smart city* va-t-elle faire évoluer les métiers des secteurs de la culture et des patrimoines ?

Pour répondre à cette thématique, la Jeune Agence Muséocom a proposé un **format vidéo original** : le *Draw My Life*. Cette vidéo a été diffusée devant l'audience du FIC. La présentation s'est achevée par une courte **prise de parole** évoquant les changements que la *smart city* pourrait apporter aux métiers de la culture et des patrimoines.

Montage vidéo **Présentation**

Médiation





© Muséocom
© Muséocom

Forum de l'innovation culturelle

Missions : Réalisation d'une vidéo
Lieu : Musée départemental Arles antique (13)
Date : Décembre 2016
Maître d'ouvrage : Pôle Industries Culturelles & Patrimoines

Pour la deuxième fois, Muséocom participait au Forum de l'Innovation Culturelle (FIC). Journée de débats et d'échanges, l'édition 2016 abordait le **sujet de la réalité virtuelle au musée** à travers la question : « Réalité virtuelle, réalité augmentée, quels impacts en termes de médiation et de création ? »

Muséocom a fait le choix de la **vidéo *stop motion*** pour retracer l'histoire des innovations technologiques dans la médiation muséale et pour montrer que la réalité virtuelle est le fruit d'une longue évolution.

Montage vidéo
Présentation

Médiation

Forum de l'innovation culturelle

Missions : Réalisation de vidéos
Lieu : Musée départemental Arles antique (13)
Date : Décembre 2015
Maître d'ouvrage : Pôle Industries Culturelles & Patrimoines (ICP)

Le 1er décembre 2015, Muséocom s'est rendue au Forum de l'Innovation Culturelle (FIC) organisé par le Pôle ICP au musée départemental Arles antique. C'est autour du thème de cette sixième édition « 2045 : retour vers notre futur », que la jeune agence a réalisé **quatre vidéos présentant quatre versions possibles du musée de demain.**

Chacune des vidéos met en scène le musée et un type de médiation possible dans un futur proche :

– un « futur déconnecté » basé uniquement sur la médiation humaine ;
– un « futur hybride » dans lequel médiation humaine et dispositifs numériques sont indissociables ;
– un « futur immersif » plongeant le visiteur dans un univers numérique ;
– un « futur sans fioritures » faisant disparaître tous les types de médiation.



© Musée départemental Arles antique
© Muséocom

Montage vidéo **Présentation**

Médiation

Médiation Coquillon

Missions : Conception d'outils de médiation
Lieu : Vallabrègue (30)
Date : Avril 2015
Maître d'ouvrage : Compagnie Nationale du Rhône (CNR)

Muséocom a été sollicitée par la Compagnie du Rhône afin de mettre en valeur le fonctionnement de la centrale photovoltaïque du site de Coquillon (Gard).

La Jeune Agence a ainsi réalisé une **veille sur les outils existants** ainsi qu'une **recherche documentaire** qui ont mené à la **conception de deux outils de médiation** : un panneau sur site ainsi qu'un dépliant.



©Compagnie Nationale du Rhône
© Muséocom

Veille

Conception de dispositif

Conception graphique



Projet UniverCité

Missions : Organisation d'une visite et animation de stand
Lieu : Université d'Avignon (84)
Dates : Octobre 2014 - Janvier 2015 et 2013
Maître d'ouvrage : Association Les Petits Débrouillards

Suite au partenariat établi en 2013 avec l'association « Les Petits Débrouillards », Muséocom a souhaité aller plus loin en développant le format des visites de l'Université sous la forme d'un **grand jeu** et en créant de **nouvelles actions de médiation pour les enfants.**

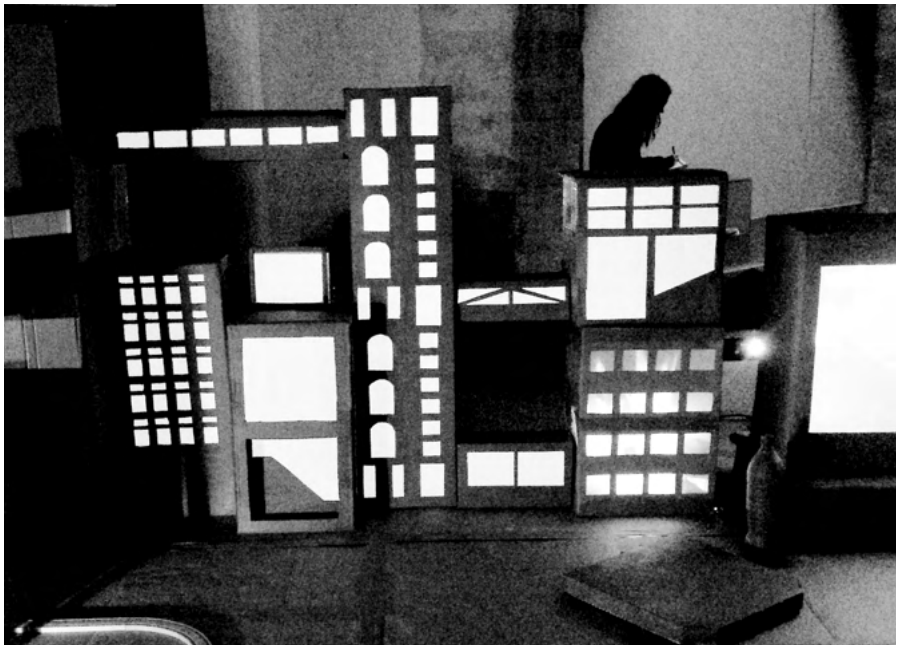
De plus, la Jeune Agence a organisé une **visite ludique et pédagogique** du Palais des Papes ainsi qu'une **animation de stand** lors d'un tour scientifique régional.

les petits débrouillards

Conception de dispositif

Animation de dispositif

© Muséocom
© Les petits débrouillards





© Muséocom
© Muséocom (photographie), Olivier Grossetête (artiste)

Obs'In

Missions : Réalisation et mise en place d'outils de médiation innovants et interactifs
Lieu : Arles et Marseille (13)
Date : Novembre 2014
Maître d'ouvrage : l'Observatoire des Pratiques de Création de l'Image Numérique

L'Obs'In, initiative créée en 2011 par l'École Nationale Supérieure de la Photographie d'Arles, de l'École Supérieure d'Art d'Aix-en-Provence et de l'IUT d'Arles, est une rencontre des acteurs de l'imagerie numérique organisée en journées d'études, un hacktahon et des colloques sur Arles et Marseille, avec une exposition présentée à la galerie La Compagnie.

Muséocom est intervenue dans le cadre de l'exposition des lauréats des Bourses de recherche et de création de l'Obs'In 2014 : Steven Daniel, Gaëtan Trovato et Julien Ferrato, et Eve Woda. Leurs travaux étaient exposés à la Compagnie, une galerie marseillaise.

Ainsi, Muséocom a été chargée de la **réalisation** et de la **mise en place d'une médiation innovante et interactive**. Chaque samedi, des médiatrices étaient présentes et accueillaient les publics pour leur présenter ces œuvres numériques.

Conception de dispositif

Animation de dispositif

Médiation

Remp'Arts

Missions : Conception et réalisation de visites
Lieu : Université d'Avignon, site Sainte-Marthe (84)
Date : 2014
Maître d'ouvrage : La Triplette de Quartier

Remp'arts est un projet qui vise à **mettre en valeur la richesse culturelle, artistique et scientifique avignonnaise** à travers des évènements répondants à la diversité et à la complémentarité des compétences des acteurs avignonnais.

Dans ce cadre, Muséocom a pu **concevoir et réaliser de nombreuses visites** de l'Université d'Avignon. Au programme de ces visites : passé hospitalier et lieux cachés dans l'une des plus anciennes universités de France.



© La triplette de quartier
© Muséocom

Conception de dispositif

Animation de dispositif

Médiation



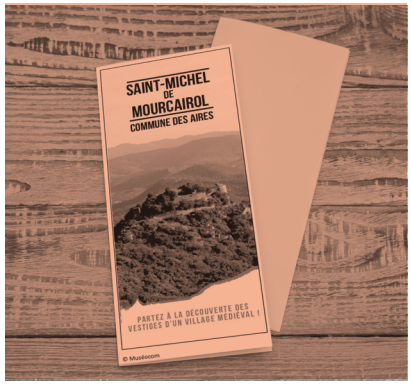


COMMUNICATION

Muséocom propose d'accompagner les institutions culturelles désireuses de valoriser leur positionnement et d'améliorer leur visibilité auprès de leurs publics.

La Jeune Agence, grâce à une veille permanente et des outils d'expertise pertinents, conçoit des outils de communication innovants et adaptés aux publics souhaités.







Ils nous ont fait confiance

LA CHARTREUSE
Villeneuve lez Avignon Centre national des écritures du spectacle

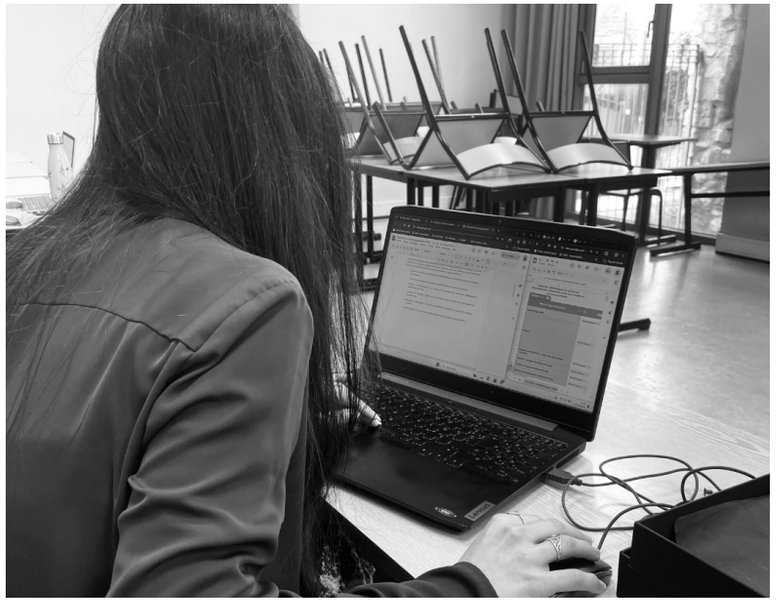
AVIGNON FESTIVAL &Cies OFF

CENTRE DE DÉVELOPPEMENT CHORÉGRAPHIQUE LES HIVERNALES
AVIGNON VAUCLUSE PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR

ASSOCIATION GÉNÉRALE DES CONSERVATEURS DES COLLECTIONS PUBLIQUES DE FRANCE

Volubilis
Réseau euro-méditerranéen pour la ville et les paysages

cdc





© Muséocom
© Muséocom

Diffusion EUA et Culture&Musées

Mission : Prospection et création d'un fichier de contacts
Lieu : Avignon (84)
Date : Janvier 2026 - Février 2026
Maître d'ouvrage : Julie DERAMOND (directrice EUA) et Caroline USCLAT (gestionnaire Culture&Musées)

La volonté des **Éditions Universitaires d'Avignon** était d'**accroître la diffusion** de leurs publications au niveau national afin de les faire connaître auprès d'un très grand nombre. Elles ont donc fait appel à Muséocom afin d'aider à la **surdiffusion** des publications en réalisant deux fichiers contacts qualifiés. Le premier était destiné au recensement de toutes **grandes institutions** qui pourraient être intéressées par leur publication (librairies, bibliothèques, centres documentaires...), le second était pensé dans le but d'inventorier des contacts appartenant au milieu de la **presse**.

Culture&Musées souhaitait que Muséocom réalise un fichier contact suite à la commande avec les Editions Universitaires d'Avignon. Il était destiné à la diffusion auprès de **80 contacts** pour l'**information par mail** de la parution du numéro 48 (Enfance et musées).

Muséocom a donc mis au service des commanditaires ses compétences en **communication** et **recherche documentaire**.

Recherche documentaire

Communication

Communication

Café des Sciences Avignon

Missions : Réalisation d'une charte graphique et rédaction d'une synthèse de recommandations pour Facebook
Lieu : Avignon (84)
Date : Décembre 2020 - Mars 2021
Maître d'ouvrage : Café des Sciences Avignon



Le Café des Sciences Avignon organise tous les mois des discussions-débats autour de sujets de science et société. L'association a fait appel à Muséocom pour la refonte de son **identité visuelle** (logo, typographie, codes couleurs). La réalisation d'un **benchmark** a permis d'argumenter les choix graphiques.

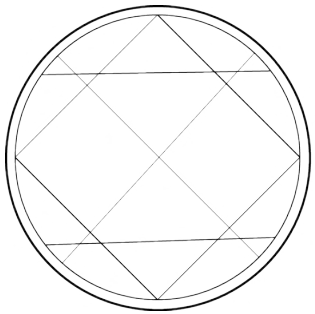
À partir de cette nouvelle charte graphique, la Jeune Agence a créé plusieurs types de **supports de communication** : un nouveau bandeau pour le site internet, une carte d'adhérent pour les membres de l'association, et des modèles pour la newsletter et le flyer de programmation.

Enfin, l'équipe a rédigé un **guide de recommandations sur la gestion de la page Facebook** du Café des Sciences Avignon en s'appuyant sur des **recherches documentaires** ainsi qu'une **analyse critique** de la page.

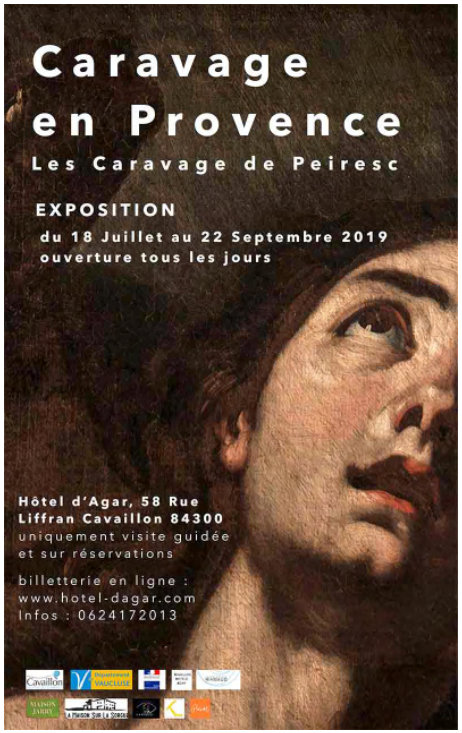
- Conception graphique
- Conseils et récommandations
- Benchmarking

Communication

© Muséocom



Proposition de logo «Caravage en Provence»
© Muséocom, Florence Boyer et Chloé Braud.



Affiche de l'exposition «Caravage en Provence»
© Hôtel d'Agar.

Hôtel d'Agar

Missions : Élaboration et mise en place d'une stratégie de communication
Lieu : Cavaillon (84)
Date : Décembre 2018 - Mars 2019
Maître d'ouvrage : Hôtel d'Agar Cavaillon

L'Hôtel d'Agar, situé au coeur de la ville de Cavaillon, est un hôtel particulier inscrit au titre des monuments historiques depuis 2011. Les propriétaires actuels possèdent depuis des années deux tableaux attribués au peintre italien le Caravage. Après de nombreuses expertises, ils ont décidé de les dévoiler au grand jour. Pour ce faire, une annonce officielle a été réalisée le 15 mars 2019 suivi d'une exposition dont le vernissage se tiendra le 18 juillet 2019.

A l'occasion de cette exposition temporaire « Caravage en Provence », l'Hôtel d'Agar a fait appel à Muséocom en décembre 2018 pour l'**élaboration d'outils, d'une stratégie de communication et de relations presse.**

L'équipe s'est divisée en trois groupes, chacun responsable d'une mission : la **réalisation du communiqué de presse** annonçant la découverte de deux tableaux attribués au peintre le Caravage, conçu sous la forme d'un modèle générique réutilisable pour l'annonce de l'exposition « Caravage en Provence» ; la **création d'un logo** pour ladite exposition ; l'**élaboration d'un planning prévisionnel de diffusion des communiqués de presses** à destination des journalistes et contacts figurant dans le fichier personnel de la Famille Morand.


Conception de dispositif


Stratégie de communication


Action de communication


Conception graphique

Communication

13E Rencontres Euro-méditerranéennes



Missions : Réalisation d'une campagne d'invitation numérique et d'une vidéo promotionnelle
Lieu : Avignon (84)
Date : Novembre 2018
Maître d'ouvrage : ONG Volubilis

Les 13e Rencontres Euro-Méditerranéennes, organisées par l'association Volubilis, se sont tenues les 28, 29 et 30 novembre 2018 au Théâtre des Halles (direction Alain Timàr) d'Avignon. A cette occasion, la Jeune Agence Muséocom a été sollicitée afin de promouvoir cet évènement. Il nous a alors été demandé de mener une **campagne d'invitation numérique** mais également de créer une **vidéo promotionnelle** de l'évènement qui avait pour vocation d'être diffusée sur les réseaux sociaux.

Pour mener à bien ces missions, l'équipe a, dans un premier temps, constitué un fichier contacts puis a créé un communiqué de presse qu'elle leur a diffusé. Un **plan de communication** a également été mis au point, prenant la forme d'une **campagne d'invitation par mail**. Le même travail a aussi été entrepris pour convier les journalistes à la conférence de presse organisée par Volubilis. Dans un second temps, l'équipe a imaginé un **scénario permettant de mettre en valeur l'évènement à travers une vidéo**. Des prises de vues sous forme d'**interviews** de différents membres de Volubilis ont été faites, des images d'archives ont été regroupées et les **sous-titres** ont été rédigés avant le **montage** de l'ensemble.

- Collecte de données
- Conception de dispositif
- Stratégie de communication
- Montage vidéo
- Community management

Communication



© Muséocom

Ligne 14

Missions : Création d'affiches promotionnelles et collectes de paroles
Lieu : Avignon (84)
Date : Novembre 2017 - Mars 2018
Maître d'ouvrage : Compagnie Mises en scène

Le projet Ligne 14, inspiré de la seule ligne de bus avignonnaise à ne jamais franchir les remparts, est portée par la compagnie de théâtre Mises en Scène. A travers des propositions d'ateliers, notamment au-delà des remparts de la ville, ce projet humaniste et ambitieux a pour objectifs de faire le lien entre tous les avignonnais mais aussi de faire porter la voix des habitants de l'extra-muros.

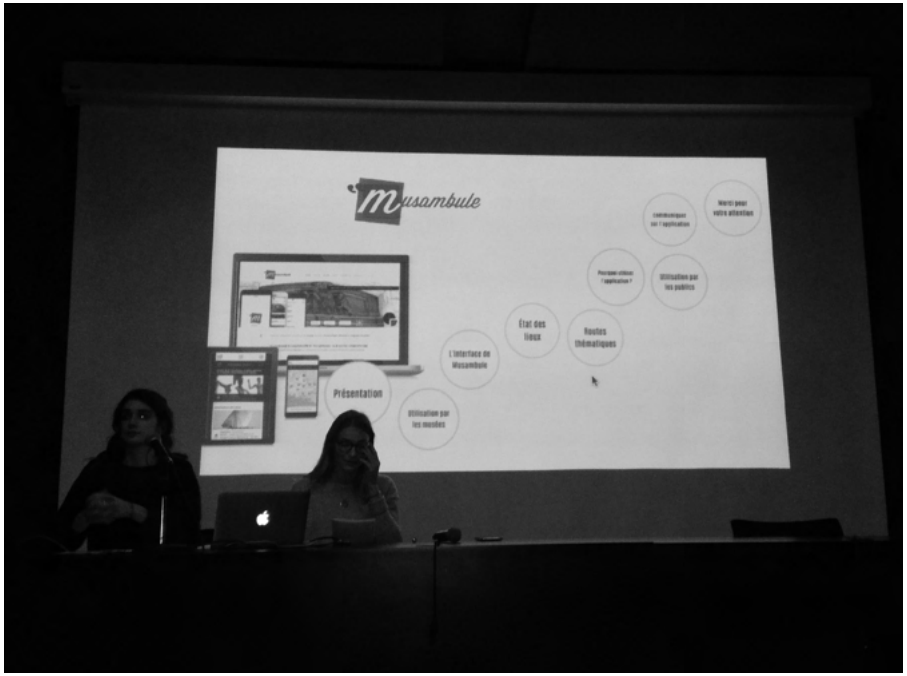
A l'automne 2017, la compagnie Mises en Scène a souhaité présenter ce projet aux habitants par le biais de trois évènements : une conférence de presse et le vernissage de l'exposition du plasticien Alain Léonesi à l'Entrepôt Théâtre; des fragments de spectacles au Théâtre des Doms et la restitution d'ateliers d'enfants et d'étudiants du Conservatoire d'Avignon à l'Entrepôt Théâtre.

La Compagnie a fait appel à Muséocom pour la **réalisation d'une affiche annonçant ces trois évènements** mais également pour la **collecte de paroles des spectateurs** à l'issue de la soirée au Théâtre des Doms. Cette collecte a ensuite été **retranscrite** par notre équipe afin que ce production puisse être réutilisé par la Compagnie.

Collecte de données

Conception graphique

Communication





© Muséocom
© Muséocom

Muséambule v4

Missions : Conception et mise en place d'actions de communications
Lieu : Marseille (84), Nîmes (30), Fontaine-de-Vaucluse (34)
Date : Octobre 2017 - Janvier 2018
Maître d'ouvrage : Association Générale des Conservateurs des Collections Publiques de France PACA

Depuis 2011, la section PACA de l'Association Générale des Conservateurs des Collections Publiques de France (AGCCPF PACA) rassemble les musées du réseau méditerranéen autour d'un projet de valorisation de leurs institutions. Cette initiative prend la forme d'une application mobile gratuite à destination des publics des musées de France : Musambule.

En septembre 2017, l'AGCCPF PACA a sollicité Muséocom pour mettre en œuvre des **actions de communication** auprès des musées afin de leur présenter la nouvelle administration de l'application et les solliciter pour contribuer à l'enrichissement de ses contenus.

Dans un premier temps, Muséocom a réalisé des **mails d'informations** et s'est chargée de leur **diffusion auprès des professionnels** des musées des Bouches-du-Rhône, du Vaucluse et du Gard. Par la suite, les membres en charge du projet ont élaboré des **guides de réunion** adaptés à chaque département et se sont chargés de l'**animation des différentes réunions**.

Stratégie de communication | **Action de communication** | **Animation de dispositif**

Communication





© Muséocom
© Muséocom

La parole des spectateurs

Missions : Promotion d'un événement à travers le collage de citations
Lieu : Avignon (84)
Date : Septembre 2017 - Février 2018
Maître d'ouvrage : Centre de Développement Chorégraphique National d'Avignon

Le Centre de Développement Chorégraphique National (CDCN) d'Avignon a pour objectif de soutenir la création et la diffusion de la danse. Pour ce faire, la structure fonctionne par saisons artistiques et propose deux festivals annuels : *Les Hivernales*, en hiver, et *L'Eté danse au CDC*, en été.

En février 2018, le CDCN a fêté la quarantième édition de son festival *Les Hivernales*. Muséocom a alors été chargée d'**investir les structures partenaires** du CDCN en y affichant **des citations de spectateurs** du festival qu'elle a sélectionné parmi des témoignages recueillis par l'institution. Il s'agit de donner la parole aux spectateurs et de **promouvoir *Les Hivernales*** dans la ville à travers leurs souvenirs. Après avoir associé ceux-ci à différents établissements avignonnais partenaires du festival de danse (structures culturelles, restaurants, hôtels, l'Université d'Avignon…), l'équipe de la Jeune Agence a **conçu graphiquement ces citations**, en collaboration avec le photographe Thomas Bohl.

A suivi **un temps de collage**, précédant l'ouverture du quarantième festival, afin que ces souvenirs trouvent leur place sur différents murs de la ville.







© Avignon Festival & Compagnies
© Muséocom

Festival OFF

Missions : Conception d'une stratégie de communication
Lieu : Avignon (84)
Date : Février - Avril 2017
Maître d'ouvrage : Avignon Festival & Compagnies (AF&C)

Chaque année en juillet, la ville d'Avignon se transforme et accueille les représentations des pièces de théâtre et de danse de nombreuses compagnies de théâtre nationales et internationales.

En 2017, désireux de renouveler l'image du Festival OFF et d'attirer un public jeune, l'association AF&C a confié à Muséocom la **conception de la stratégie de communication à destination des 18/25 ans** pour les prochaines éditions du Festival OFF, à compter de 2017.

Dans un premier temps, la Jeune Agence a réalisé une **évaluation du public** des 18/25 ans dans les festivals de spectacles vivants, un **diagnostic de la communication existante** de l'association et une **analyse des stratégies des concurrents du secteur culturel**. Le commanditaire a ainsi pu choisir, parmi les éléments mis en lumière par Muséocom, les grands axes de la stratégie de communication sur lesquels poursuivre la réflexion. De ce fait, dans un second temps, Muséocom a pu réaliser **un cahier des charges présentant des propositions d'actions précises**.

- Diagnostic
- Stratégie de communication
- Conseils et récommandations
- Benchmarking

Communication

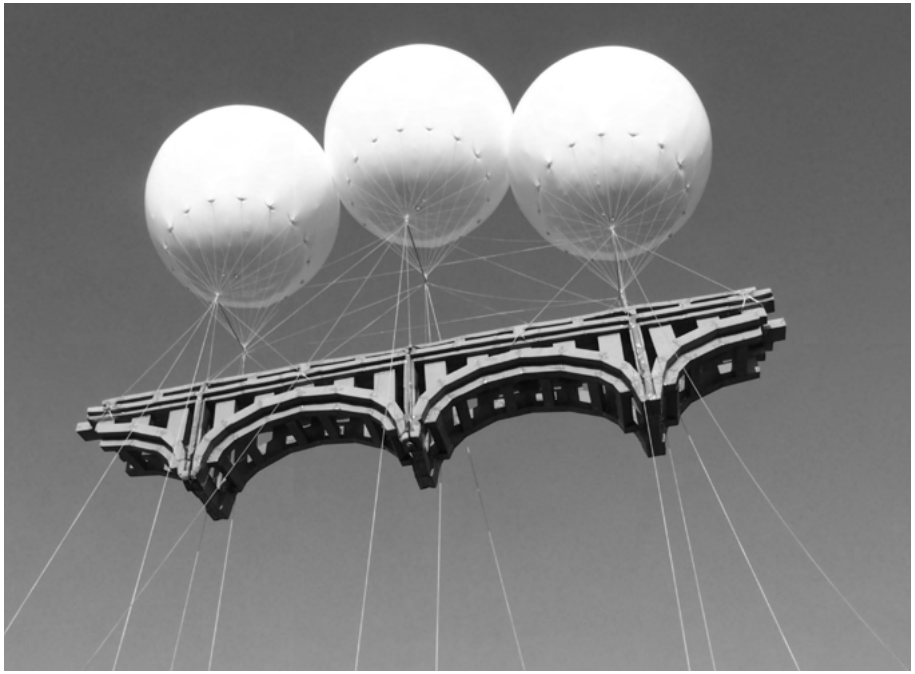
Architecture en fête

LA CHARTREUSE
Villeneuve lez Avignon **Centre national des écritures du spectacle**

Missions : Conception d'une stratégie de communication
Lieu : Villeneuve-lez-Avignon (30)
Date : Novembre 2015
Maître d'ouvrage : la Chartreuse CNES

Dans le cadre de « l'Architecture en Fête » qui s'est déroulé du 3 au 7 novembre 2015, la Chartreuse CNES de Villeneuve-lez-Avignon a mis en place des ateliers et des conférences sur le thème « Rêve et Création ».

Afin de mettre en valeur ses évènements, la Chartreuse CNES a confié à Muséocom la réalisation et l'application d'une **stratégie de communication numérique sur les réseaux sociaux**. La Jeune Agence a également mis en place une **campagne de communication physique**.

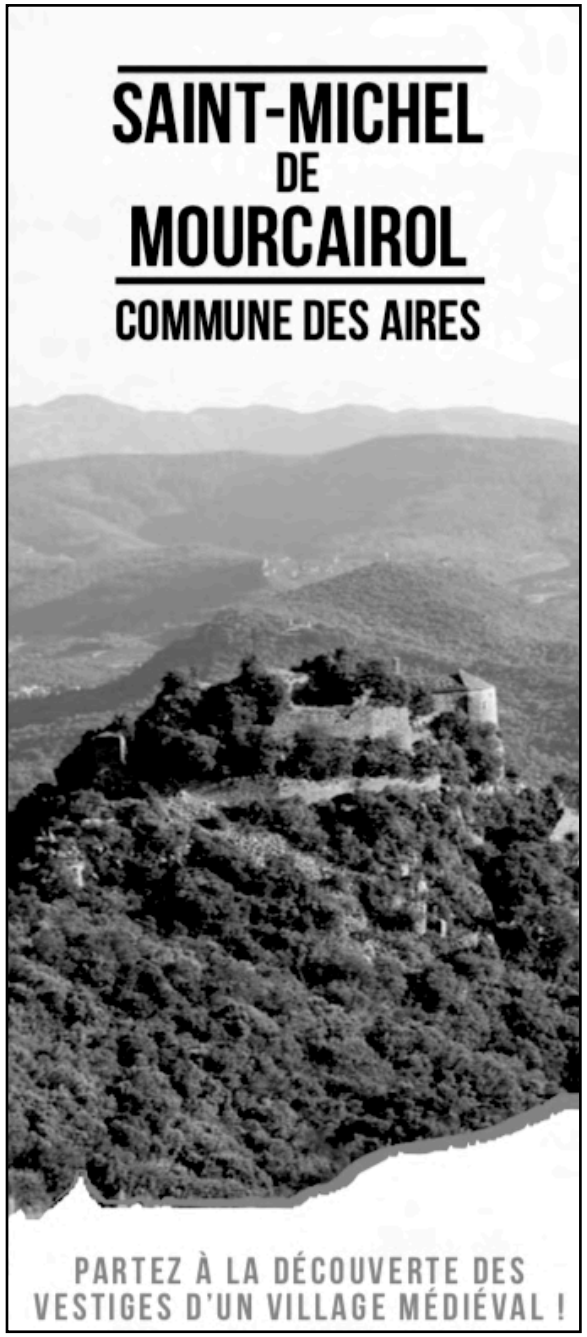


© la Chartreuse CNES
© Muséocom (photographie), Olivier Grossetête (artiste)

Campagne de communication

Community management

Communication



© Muséocom

Site de Mourcairol

Missions : Création d'un dépliant
Lieu : Les Aires (34)
Date : Mai 2014
Maître d'ouvrage : Commune des Aires

En 2014, après une étude archéologique, la commune des Aires lance un projet touristique et scientifique afin de mettre en valeur le castrum de Saint-Michel-de-Mourcairol.

Muséocom a alors été sollicitée afin de concevoir **un outil de communication à destination des visiteurs : un dépliant**. En amont de cette conception, l'équipe a également élaboré un **circuit de visite du site de Mourcairol** pour faire découvrir ses richesses patrimoniales.

Elaboration circuit

Conception graphique

Communication



CONCEPTION D'EXPOSITION

Muséocom conçoit des expositions pour les professionnels souhaitant mettre en valeur leurs collections ou leurs patrimoines.

Riche de ses expériences auprès d'acteurs culturels locaux et nationaux, la Jeune Agence utilise son savoir-faire afin de proposer une prestation sur-mesure pour la conception d'exposition. Ses compétences portent sur la recherche documentaire, le scénario d'exposition, la scénographie, le parcours de visite, l'écriture des textes et la réalisation de différents dispositifs d'aide à la visite.





Ils nous ont fait confiance











© Muséocom
© Muséocom

Exposition virtuelle Olive4ALL

Mission : Conception d'une exposition virtuelle sur Olive4ALL
Lieu : Avignon (84)
Date : Novembre 2025 - Décembre 2025
Maître d'ouvrage : Centre Norbert Elias

Le **CER Culture et communication** a acheté un espace d'exposition virtuelle sur la plateforme **Artsteps** afin de créer une exposition photo qui prolonge le projet **OLIVE4ALL**. Avant de faire appel à Muséocom, le CER Culture et communication à déjà fait le choix des thématiques et des photos ainsi que la rédaction des textes associés.

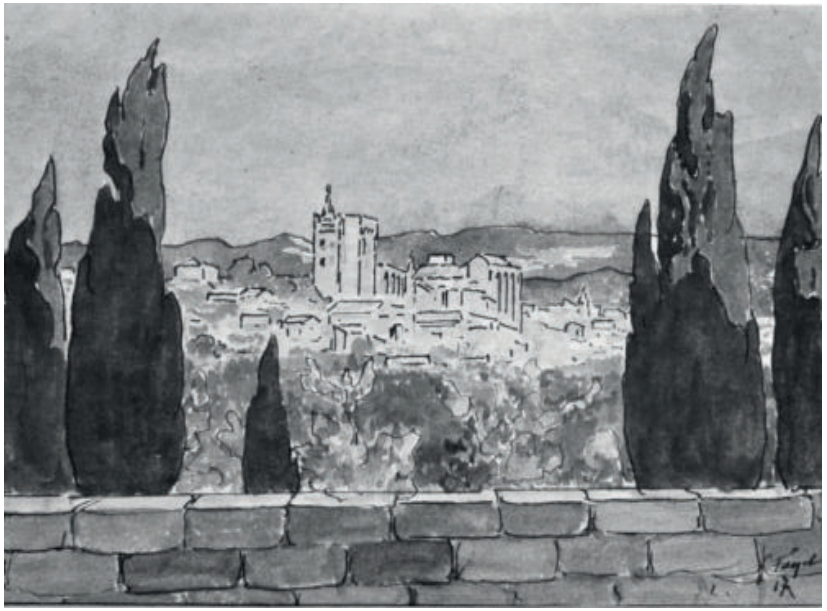
Les objectifs de la commande étaient avant tout la **mise en ligne de l'exposition**. Pour cela, l'équipe de Muséocom a du **prendre en main de la plateforme** et **implanter les photos dans l'espace** en respectant le découpage thématique et avec une certaine homogénéité dans les formats de photos que l'agence a imagins. Dans le respect de ces contraintes Muséocom a proposé un "accrochage" le plus **cohérent** et le plus **esthétique** possible.

Prise en main d'outils numériques

Conception graphique

Muséographie

Conception d'exposition





© Abbaye Saint-André
© Muéocom

L'Abbaye Saint-André

Mission : Conception muséographique d'une exposition sur Gustave Fayet
Lieu : Villeneuve-les-Avignon (30)
Date : Janvier 2024 - Avril 2025
Maître d'ouvrage : Abbaye du Fort Saint-André

L'Abbaye Saint-André est une propriété privée, classée aux Monuments Historiques depuis 1947 a été acquise en 1916 par **Gustave Fayet un artiste,** collectionneur et homme d'affaires du monde viticole originaire de Béziers. Afin de célébrer le centenaire de la mort de l'artiste, une **large programmation d'expositions** est organisée autour de lui et de son œuvre. L'abbaye Saint-André initiatrice de ce projet, accueille pour l'occasion une exposition intitulée **"La Provence de Gustave Fayet."**

L'Abbaye Saint-André a fait appel à Muséocom pour la **conception muséographique** d'une exposition sur Gustave Fayet, divisée en deux volets. Pour le premier volet de l'exposition, Muséocom a apporté son **expertise muséographique** pour concevoir le **parcours de visite** et les **dispositifs de communication** afin de mettre en lumière le travail artistique de Fayet ainsi que son lien avec la Provence, où il a résidé et influencé la scène artistique.

Conception graphique

Création de dispositifs

Muséographie





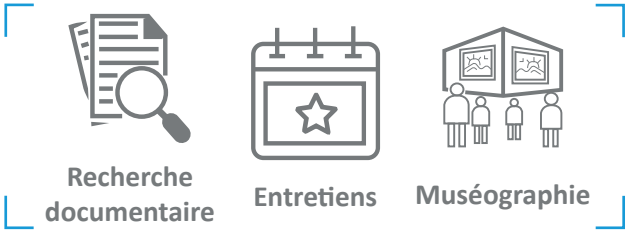
© Communication Avignon Université
© Communication Avignon Université

Exposition sur la Transition Environnementale

Mission : Conception d'une exposition sur la transition environnementale
Lieu : Avignon (84)
Date : Septembre 2023 - Janvier 2024
Maître d'ouvrage : Service Communication d'Avignon Université

Dans le cadre de **l'engagement d'Avignon Université pour la transition environnementale**, le service communication a sollicité la Jeune Agence Muséocom afin de créer une **exposition** sur cette thématique. **Le projet s'inscrit dans le cadre du lancement du schéma directeur durabilité**, qui fixe les objectifs d'Avignon Université pour les cinq ans à venir.

L'exposition commandée à la Jeune Agence Muséocom visait à sensibiliser l'ensemble des étudiants, enseignants et personnel de l'université sur la question. Muséocom a imaginé **deux supports différents,** en fonction des deux campus : des bâches pour Hannah Arendt et des stickers pour Jean-Henri Fabre. Les lieux d'expositions ont été soigneusement choisis, afin d'être visibles par un maximum de personnes. L'utilisation des **matériaux éco-responsables**, afin de refléter le thème de l'exposition, a été primordiale.



Conception d'exposition





© Le Dauphiné Libéré - D.G.
© La Marseillaise - F.C.

Le Parcours Mémoriel

Mission : Création d'un parcours mémoriel autour de la mémoire de la Seconde Guerre Mondiale
Lieu : Saint-Ruf, Avignon (84)
Date : Septembre 2022 - Août 2024
Maître d'ouvrage : Ville d'Avignon

Commandé par la **Ville d'Avignon**, le projet de parcours mémoriel visait à **mettre en lumière la mémoire des anciens combattants et l'histoire du quartier Saint-Ruf** pendant la Seconde Guerre Mondiale. Il a été créé à l'occasion de l'anniversaire de la libération d'Avignon en 1944.

La première année, l'équipe du projet s'est consacrée à **la conception muséographique du parcours : la construction du parcours, les recherches documentaires, la rédaction des panneaux ainsi qu'un début de collecte de témoignages**. La deuxième année a permis de **maquetter** treize panneaux pour le parcours mémoriel. En parallèle, une partie de l'équipe s'est chargée de réaliser la suite des **entretiens** pour collecter des **témoignages de personnes ayant vécu à Avignon à cette période**. Puis l'équipe a conçu treize **capsules sonores** rassemblant des extraits des différents **témoignages** et destinées à être accessibles depuis les panneaux via des QR-codes.

L'inauguration de cette exposition s'est déroulée le 24 mai 2024, en présence de la Maire d'Avignon.

Entretiens

Conception graphique

Capsule sonore

Conception d'exposition





© Muséocom
© Muséocom

Le Moulin Cornille

Mission : Conception d'exposition sur le patrimoine de l'olivier et la Coopérative Oléicole de la Vallée des Baux
Lieu : Le Moulin Cornille, Maussane-les-Alpilles (84)
Date : Avril 2021 - Juin 2023
Maître d'ouvrage : Le Moulin Cornille

Datant du XVIIe siècle et devenu une coopérative en 1924, le Moulin Cornille est **l'un des trois plus gros producteurs d'huile d'olive en France**. L'histoire du moulin dispose d'une richesse patrimoniale importante, notamment son produit phare et unique : l'huile d'olive **fruité noir**.

Le Moulin Cornille fait appel à la Jeune Agence Muséocom pour **réaliser l'ensemble de l'exposition**, à **l'Atelier Mehl*Usine de Marie-Laure Mehl pour la scénographie et à la graphiste Natalie Bigard**. L'exposition a pour objectif de **montrer l'histoire du lieu et de la coopérative**, ainsi que **valoriser le savoir-faire des hommes et des femmes autour de l'huile d'olive**. Le Moulin Cornille souhaitait également développer son réseau et s'insérer dans un tissu culturel local.

Pour établir la muséographie et réaliser l'exposition au sein des greniers du Moulin Cornille, la Jeune Agence a été mobilisée **pendant deux ans**. **Des recherches documentaires au montage de l'exposition, en passant par la sélection des objets exposés et la création des supports de communication et de médiation**, ce projet a une importance toute particulière pour la Jeune Agence, grâce à la richesse des compétences mobilisées.

Recherche documentaire
Création de dispositifs
Création audiovisuelle
Muséographie

Conception d'exposition





© Muséocom
© Muséocom

Va-et-Vient

Missions : Conception et mise en place d'une exposition
Lieu : Université d'Avignon (84)
Date : Février - Avril 2018
Maître d'ouvrage : Campus Sonore

Dans le cadre de la 4e édition de Campus Sonore, Muséocom a été appelée afin de réaliser une exposition sur la thématique du mouvement. Mais, pour des raisons de sécurité, l'évènement a été annulé. Muséocom a alors délocalisé son exposition « Va-et-Vient » dans les murs de l'Université d'Avignon.

L'une des premières missions de la Jeune Agence a alors été de **sélectionner les trois artistes exposés**. Pour cela, **un appel à candidature a été rédigé et diffusé** auprès de plusieurs formations de l'enseignement supérieur. Ainsi, les photographies d'Axel Lempérière (Absalom Palmer) et de Florence Françoise Boyer ainsi que les collages papiers d'Eva Georgy ont été retenus pour offrir une vision singulière de la thématique du mouvement. Toute la difficulté résidait ensuite dans la capacité à **mettre en valeur les œuvres des artistes** et à **créer un espace cohérent et harmonieux**, dans un lieu qui n'était initialement pas destiné à recevoir cette exposition. Pour cela un jeu asymétrique avec des bandes noires a été proposé afin de délimiter l'espace.

Muséocom a également **rédigé les textes sur la thématique et les artistes**, et a **assuré le montage et le démontage de l'exposition**.

Un vernissage a également été organisé le lundi 12 février 2018.

Conception d'exposition | **Organisation d'évènement** | **Montage démontage** | **Conception de dispositif**





© Muséocom
© Muséocom

PHOTOGRAPHIK

Missions : Conception et mise en place d'une exposition
Lieu : Campus Henri Fabre, Université d'Avignon (84)
Date : Avril 2017
Maître d'ouvrage : Culture.Com

L'Atypik Festival est un évènement organisé par l'association étudiante Culture.com et a pour objectif premier de dévoiler les talents universitaires.

Pour la première fois, Muséocom a été sollicitée par Culture.com afin de **réaliser une exposition photographique** « La musique à l'Université » avec les fonds photographiques des évènements musicaux organisés à l'université. Cette exposition a été présentée en deux temps, sur les deux campus universitaires d'Avignon.

L'exposition s'est présentée sous la forme de **cinq panneaux en vinyle** dont le fond reprenait l'arrière plan bleu de l'affiche du festival. Les photographies étaient ensuite réparties en trois thèmes (l'Atypik Festival, les artistes et les publics). Par ailleurs, **une playlist participative a été créée** par Muséocom sur la plateforme Deezer.

Conception d'exposition

Conception graphique

Conception de dispositif





© Laurent Marti
© Laurent Marti

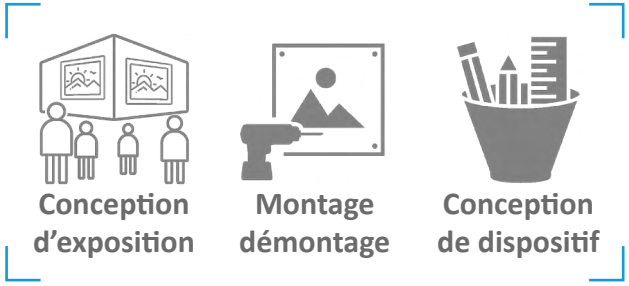
Terre de vie et de lumière

Titre : Conception et mise en place d'une exposition
Lieu : Opéra du Grand Avignon (84)
Date : Septembre - Octobre 2016
Maître d'ouvrage : Premières Loges

Campus Sonore est un évènement organisé sous l'impulsion de l'association étudiante Premières Loges et a pour objectif premier de dévoiler les talents universitaires.

Pour cette troisième édition, Muséocom n'a pas eu à choisir les artistes exposés, Premières Loges ayant déjà approché trois photographes. **L'exposition que la Jeune Agence était chargée de concevoir avait pour thème « Terre de vie et de lumière »** et comprenait trente photographies de trois artistes, formant un collectif. Tous trois voyagent à travers le monde et capturent ces moments de liberté. Ainsi, les photographies exposées pour Campus Sonore #3 étaient principalement des photographies de paysages ou animalières. Les paysages étaient variés mais comprenaient des éléments communs : la lumière, la beauté et l'élévation. Muséocom s'est inspirée de ce dernier point pour penser la **scénographie de l'exposition**.

Par ailleurs, afin de rester dans le thème du voyage, la Jeune Agence a mis en place **deux outils de médiation participatifs et sensoriels** (branche d'expression et de senteurs).







© Muséocom
© Muséocom

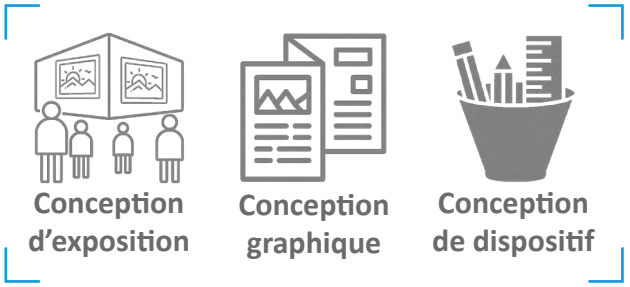
1916-2016 : L'Aventure Saint-André

Missions : Conception et mise en place d'une exposition
Lieu : Villeneuve-lez-Avignon (30)
Date : Mai 2016
Maître d'ouvrage : Abbaye Saint-André

L'Abbaye Saint-André est une propriété privée, classée Monument Historique depuis 1947. Dans le cadre de la célébration du centenaire de l'acquisition de l'édifice par Gustave Fayet en 1916, Muséocom a été appelée afin de **concevoir une exposition**.

De la **conception des supports de communication**, au **scénario** en passant par la **mise en espace**, la Jeune Agence a proposé une **exposition photographique d'archives**. Située à la fois dans les jardins et à l'intérieur du monument, elle a été installée de manière à faire dialoguer passé et présent tout en conférant une dimension poétique et artistique à l'exposition.

Ainsi, du 7 mai au 30 octobre 2016, les visiteurs ont pu découvrir l'histoire du lieu à travers des photographies d'époque installées dans leur contexte de création.







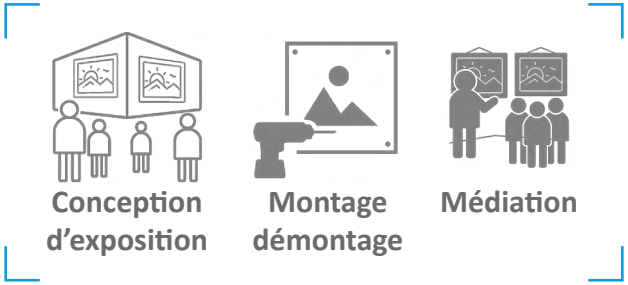
© Muséocom
© Muséocom

Légendes

Missions : Conception et mise en place d'une exposition
Lieu : Opéra du Grand Avignon (84)
Date : Octobre 2015
Maître d'ouvrage : Culture.com

Campus Sonore est un événement organisé sous l'impulsion de l'association étudiante Premières Loges et a pour objectif de dévoiler les talents universitaires. L'évènement offre ainsi aux avignonnais une programmation éclectique et exclusivement composée d'étudiants et anciens étudiants de l'Université d'Avignon. L'Opéra d'Avignon, lieu de la manifestation, donne alors carte blanche aux associations étudiantes pour une soirée.

Pour sa deuxième édition, sur le thème des légendes, Première Loges a fait appel à Muséocom afin de **scénographier** mais aussi d'**assurer l'accrochage et la médiation des expositions**. Les avignonnais ont pu découvrir le voyage photographique d'Héloïse Rochette, les créations plastiques de Marie Ballon ou encore la rétrospective photographique de Laurent Marti sur la première édition de l'évènement.







© Muséocom
© Muséocom

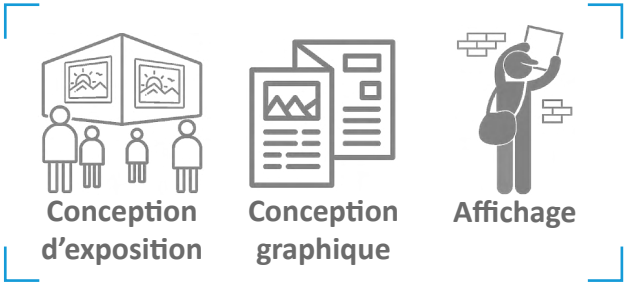
WINTER IS DANCING

Missions : Conception et mise en place d'une exposition
Lieu : Avignon (84)
Date : Janvier 2015
Maître d'ouvrage : Inter'Asso Avignon

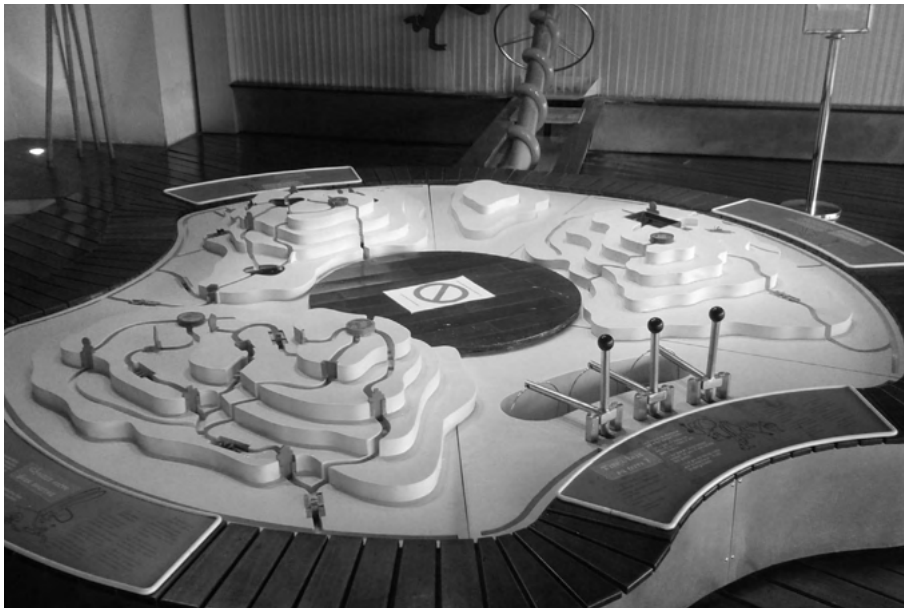
Le Centre de Développement Chorégraphique National (CDCN) d'Avignon a pour objectif de soutenir la création et la diffusion de la danse. Pour ce faire, la structure fonctionne par saisons artistiques et propose deux festivals annuels : *Les Hivernales*, en hiver, et *L'Eté danse au CDC*, en été.

Dans le cadre de la 37e édition des Hivernales, Muséocom a été chargée de **concevoir et de réaliser une exposition photographique** en collaboration avec le photographe Thomas Bohl.

La Jeune Agence a également **conçu la charte graphique de l'évènement** ainsi que des **fresques murales éphémères** qui ont été collées dans les rues avignonnaises.







© Muséocom
© Muséocom

Espace Ludo

Missions : Refonte de la muséographie
Lieu : Vers-Pont-du-Gard (30)
Date : Janvier 2014
Maître d'ouvrage : Pont du Gard

L'espace jeune « le Ludo » du Pont du Gard propose un parcours découverte de l'exposition pour les enfants de 5 à 12 ans, borné en quatre unités et thématiques (le voyage dans le passé, la maîtrise de l'eau, les traces du passé - archéologie, et l'observation de la nature).

L'institution a fait appel à Muséocom afin de **réorganiser la muséographie et la scénographie** de cet espace, et plus particulièrement de l'unité dédiée à l'eau. L'objectif était de remédier à des problèmes rencontrés par le Centre (espace vieillissant, dispositifs demandant de nombreuses manipulations et dégradés).

Pour remédier à ces problèmes, la Jeune Agence a effectué une **veille** ainsi qu'une **évaluation des dispositifs** afin de soumettre deux propositions. Ces dernières devaient permettre à l'équipe du Pont du Gard, à long terme, d'apporter des améliorations à la mise en espace du Ludo et assurer une meilleure expérience de visite aux jeunes publics.

Étude de dispositif | **Conception d'exposition** | **Veille**

Conception d'exposition





ÉTUDES

Muséocom possède une expertise reconnue dans l'étude de publics et de dispositifs. La Jeune Agence vous propose différents modèles d'évaluation en adéquation avec vos objectifs et vos besoins.

Que ce soit pour des enquêtes de réception qualitative ou quantitative d'une exposition ou d'un projet de médiation mais aussi d'études de fréquentation de lieux patrimoniaux, Muséocom prend en charge l'ensemble des phases d'enquête afin de produire des études pertinentes et précises.







Ils nous ont fait confiance

Centre Norbert Elias

CENTRE DES MONUMENTS NATIONAUX

Musée départemental Arles antique

MUSÉUM TOULOUSE

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Ministère Culture Communication





© images libres de droit

Co[opéra]tive

Mission : Réalisation d'une étude de publics
Lieu : Avignon (84)
Date : Octobre 2025 - Mai 2026
Maître d'ouvrage : La co[opéra]tive

La Co[opéra]tive est un collectif de production rassemblant six structures culturelles engagées pour faire vivre et rayonner l'opéra dans tout le pays, en complément du travail des grandes institutions lyriques. Son objectif, rendre accessible le monde de l'opéra à tous. C'est dans ce contexte que le collectif a fait appel à Muséocom. La commande consistait à **concevoir une enquête des publics** des spectacles organisés par la Co[opéra]tive, et à **analyser** les résultats obtenus.

Les principaux objectifs de l'enquête étaient d'identifier les **caractéristiques sociodémographiques et culturelles** des spectateurs, d'explorer leurs **motivations de fréquentation**, de vérifier la capacité de ces programmations à **toucher des publics éloignés** de l'opéra tout en mobilisant les **habitués du spectacle vivant**.



Études





© Muséocom
© Muséocom

Le Musée d'Art et d'Histoire de Provence

Mission : Réalisation d'une enquête de publics pour connaître le type de visiteurs et leurs motivations
Lieu : Grasse (06)
Date : Septembre 2023 - Novembre 2024
Maître d'ouvrage : Musées de Grasse

Le MAHP fait partie des **Musées de Grasse** comprenant les musées publics de la ville. Ouvert pour la première fois au public en 1921, le MAHP se distingue par **son histoire et la richesse de ses collections**. Il est le plus ancien musée de la ville, mais ne semble malheureusement pas bénéficier du même engouement que les autres structures culturelles de la ville. C'est donc dans la volonté de **restructurer le MAHP pour le rendre plus attractif auprès de tous les publics**, que la commande s'inscrit.

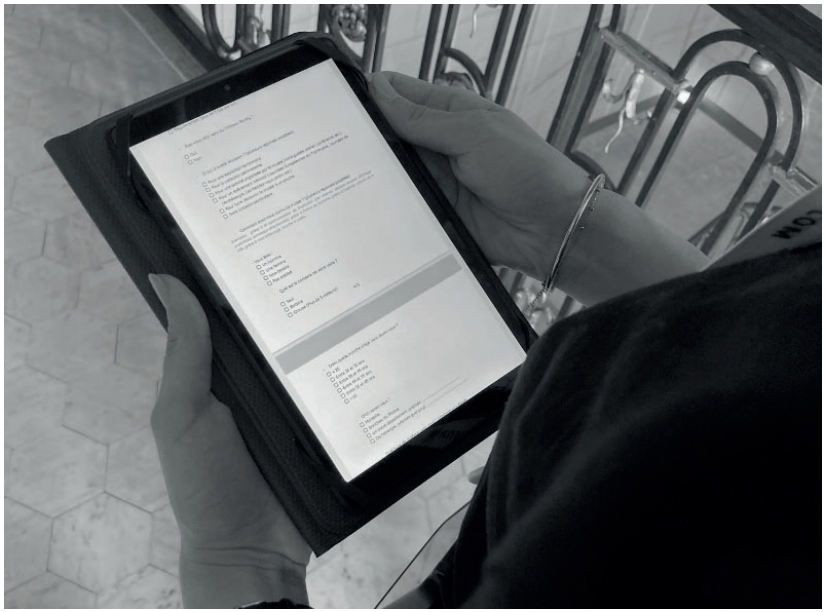
Ce projet consiste en la **conception d'une enquête des publics du MAHP**. Deux questionnaires ont été alors élaborés, l'un pour le **grand public** car Grasse est une ville située dans une région touristique, l'autre **aux enseignants**, car les publics principaux du musée sont les scolaires.

Enquête de public

Traitement et analyse

Études





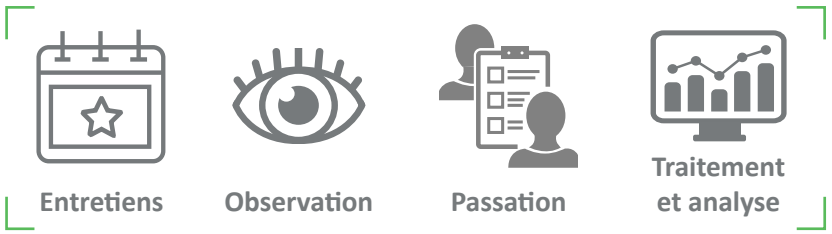
© Muséocom
© Muséocom

Le château Borély

Mission : Étude de réception de l'exposition « L'Asie fantasmée - Histoires d'exotisme dans les arts décoratifs en Provence 18e-19e siècles »
Lieu : Château Borély, Marseille (13)
Date : Septembre 2023 - Septembre 2024
Maître d'ouvrage : Ville de Marseille

Le château Borély fait partie des musées municipaux de la **ville de Marseille**. En plus de sa collection permanente portant sur les arts décoratifs et la mode, le **Château Borély organise régulièrement des expositions temporaires** comme **«L'Asie fantasmée - Histoires d'exotisme dans les arts décoratifs en Provence 18e-19e siècles»** qui permet de voir comment l'art asiatique s'intègre dans les collections marseillaises et cela au travers de 400 objets.

La demande de la Ville de Marseille portait sur une **enquête de réception de l'exposition.** L'équipe Muséocom s'est rendue à plusieurs reprises dans le musée **afin d'évaluer la réception de l'exposition ; de cerner le profil des visiteurs de l'exposition** ; de comprendre la manière dont le public interprète l'exposition. Pour répondre à la commande, Muséocom a réalisé l'élaboration des outils, la passation et l'analyse des entretiens ainsi que la **rédaction d'un rapport d'enquête** qui ont permis à la ville de Marseille de relever des pistes d'améliorations pour les futures expositions du Château Borély.







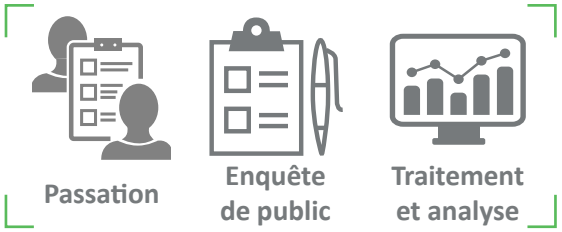
© Muséocom
© Muséocom

Les Musées de la Ville de Marseille

Mission : Réalisation d'une enquête de publics de grande ampleur pour connaître la satisfaction des visiteurs
Lieu : Marseille (13)
Date : Septembre 2022 - Septembre 2024
Maître d'ouvrage : Ville de Marseille

Le projet d'étude de publics des musées de Marseille s'est concentré sur **huit musées de la ville** : le Musée des Beaux-Arts, le Musée d'Histoire de Marseille, le Musée d'Archéologie Méditerranéenne, le Musée d'Arts Africains, Océaniens et Amérindiens, le Château Borély - Musée des Arts décoratifs, de la Faïence et de la Mode, le Musée Cantini, le Musée des enfants - Préau des Accoules et le Musée d'Art Contemporain. L'objectif était de **connaître la satisfaction des visiteurs**.

Différentes membres du projet et d'autres étudiantes du Master Culture & Communication se sont rendues à plusieurs reprises dans ces musées. L'idée était **de rencontrer les visiteurs**, afin de leur distribuer les questionnaires et leur poser diverses questions. Suite à ces passations, une équipe a analysé les réponses récoltées pour ensuite **écrire un rapport d'enquête**. Ces résultats ont permis aux musées de Marseille d'en savoir plus sur le profil de leurs publics, leurs attentes et ainsi mieux s'y adapter.



Études





© Muséocom
© Muséocom

Le Musée d'Art et d'Histoire de Provence

Mission : Réalisation d'un diagnostic pour le MAHP de Grasse en vue de la rédaction du futur PSC du musée
Lieu : Grasse (06)
Date : Septembre 2022 - Avril 2023
Maître d'ouvrage : Musées de Grasse

Le MAHP fait partie des **Musées de Grasse** comprenant les musées publics de la ville. Ouvert pour la première fois au public en 1921, le MAHP se distingue par **son histoire et la richesse de ses collections**. Il est le plus ancien musée de la ville, mais ne semble malheureusement pas bénéficier du même engouement que les autres structures culturelles de la ville. C'est donc dans la volonté de **restructurer le MAHP pour le rendre plus attractif auprès de tous les publics**, que la commande s'inscrit.

Entre **étude documentaire préalable, analyse des données statistiques, expertise de la communication en ligne**, nous avons pu **identifier l'image du MAHP et cibler les enjeux du site patrimonial**. Après avoir élaboré les **outils de diagnostic pour l'enquête de terrain**, nous nous sommes rendues sur place pendant trois journées. Nous avons ainsi pu visiter le musée et les alentours, rencontrer l'équipe, les agentes de salle, les visiteurs et appliquer notre méthode de recherche afin d'émettre nos premiers résultats. Un **rapport d'enquête** a ensuite été rédigé, permettant de dresser le portrait du MAHP.







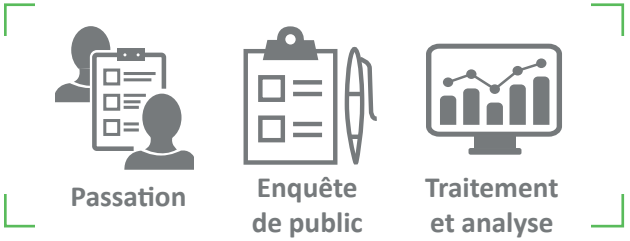
© Muséocom
© Muséocom

La Fête de la Science

Mission : Étude de publics visant à découvrir les profils, les intérêts et la satisfaction des visiteurs
Lieu : Place de l'Horloge, Avignon (84)
Date : Octobre 2022
Maître d'ouvrage : Café des Sciences, Avignon

La 31ème édition de la Fête de la Science aborde le **changement climatique**, un thème plus qu'actuel puisqu'il résonne comme une urgence à prendre au sérieux. Cet évènement national est destiné à **promouvoir la culture scientifique et cherche à créer du lien entre chercheurs, jeunes étudiants, animateurs et les publics** curieux de découvertes. Adaptée aux enfants comme aux parents, la manifestation propose chaque année au mois d'octobre **des ateliers pédagogiques, des stands thématiques, des expérimentations ludiques et même une chasse aux trésors** pour les plus courageux !

C'est à cette occasion qu'une équipe de Muséocom s'est engagée auprès du Café des Sciences pour **réaliser une enquête de terrain autour du Village des Sciences, situé Place de l'Horloge à Avignon**. L'étude vise à **connaître le profil des visiteurs, leur rapport à la science, le contexte de visite, leurs attentes et l'appréciation générale de l'événement**. Nous avons également procédé à un **comptage des visiteurs** afin d'avoir un aperçu global de la fréquentation.







© Muséocom
© Nuit Européennes des Chercheurs

La Nuit des Chercheurs

Mission : Étude de publics visant à découvrir les profils, les intérêts et la satisfaction des visiteurs
Lieu : Dock des Suds, Marseille (13)
Date : Septembre 2022
Maître d'ouvrage : Aix-Marseille Université

La Nuit Européenne des Chercheurs est **un événement qui a lieu chaque année à la fin du mois de septembre** et cela depuis 2005. Cette soirée a pris place simultanément dans de nombreuses villes en France et en Europe. **Elle a permis à des chercheurs de présenter, par des échanges simples, leurs savoirs lors de moments conviviaux**.

Le 30 septembre 2022 a été **une nuit pleine d' « imprévu[s] »** se déroulant au Dock des Suds à Marseille. En effet, dans les sciences les imprévus sont quotidiens. Ce postulat a donc inspiré le thème de cette année et conduit à **un programme riche en activités originales**.

Muséocom, engagée par Aix-Marseille Université, a déjà réalisé cette étude de publics durant les éditions 2018, 2019 et 2021 de la Nuit Européenne des Chercheurs. Cette enquête a pour but de **définir les profils des publics** assistant à l'événement, ainsi que **leurs intérêts et niveau de satisfaction** à l'issue de la soirée.

Passation

PUITS DE SCIENCES

Projet Scientifique et Culturel

Missions : Expertise et recommandations dans la rédaction d'un Projet Scientifique et Culturel
Lieu : Gardanne (13)
Date : Novembre 2020
Maître d'ouvrage : Guillaume Riou, directeur du projet Puits de Sciences



© Yannick Bretin
© Unicarchitecture

Situé sur un ancien site industriel minier à Gardanne, le Puits de Sciences est un centre de culture scientifique qui devrait ouvrir ses portes d'ici 2023. Cette institution a fait appel à Muséocom pour **l'assister dans la rédaction de son Projet Scientifique et Culturel (PSC).** Muséocom a ainsi apporté son expertise au commanditaire dans la finalisation de la rédaction de son PSC.

L'équipe a réalisé sous la forme d'un **benchmarking**, une **analyse critique** de différents PSC donnant suite à deux synthèses : une première valorisant les **recommandations utiles à la rédaction d'un PSC** puis une seconde apportant des recommandations et **préconisations personnalisées au PSC du Puits de Sciences.**

Diagnostic

Conseils et recommandations

Benchmarking

Études





© Muséocom
© Muséocom

Fête du Livre Jeunesse

Missions : Évaluation de la fréquentation et des publics
Lieu : Saint-Paul-Trois-Châteaux (23)
Date : 2020
Maître d'ouvrage : Le Sou des écoles laïques

Le Sou des écoles laïques de Saint-Paul-Trois-Châteaux a contacté Muséocom dans le cadre de la 36ème édition de la Fête du Livre Jeunesse. Les organisateurs ont souhaité avoir un regard plus exigeant quant à la **fréquentation**, mais également **mieux connaître les publics de l'évènement**.

L'objectif est d'obtenir une base pertinente pour le renouvellement de la programmation. L'événement est en effet situé à la croisée de quatre départements (Drôme, Ardèche, Gard, Vaucluse) et draine une fréquentation sur un large territoire. Les publics sont très variés et ont chacun des attentes spécifiques.

Pour répondre à cet objectif, Muséocom a réalisé une **étude de publics en déployant une méthode de recueil et d'analyse des données adaptée au terrain**. Une approche tantôt quantitative, tantôt qualitative a été ainsi mise en œuvre dans l'ensemble de l'enquête, via trois outils : le **questionnaire** (pour l'enquête tout public), l'**entretien** (pour les journées professionnelles) et l'**observation** (pour l'espace des Petits Sentiers).

Enquête de public

Traitement et analyse

Observations

Études





© Muséocom
© Muséocom

Ville de Malaucène

Missions : Expertise du patrimoine malaucénien
Lieu : Malaucène (84)
Date : 2019
Maître d'ouvrage : Ville de Malaucène

La ville de Malaucène a contacté Muséocom pour réaliser une **expertise du patrimoine malaucénien** afin de proposer des **recommandations pour le projet de valorisation du patrimoine de la ville**.

Cette étude s'est déroulée en deux temps : tout d'abord, Muséocom a réalisé une **analyse des sites patrimoniaux ainsi que de la communication**, complétée d'un **benchmark**. Puis la Jeune Agence a élaboré des **questionnaires** à destination des touristes, enrichie d'**entretiens** réalisés auprès des acteurs culturels locaux, afin de mieux cerner les enjeux et les attentes de chacun.

A l'issue de cette expertise, Muséocom a proposé ses **recommandations** pour le projet de valorisation patrimoniale de la mairie de Malaucène.

Enquête de public | **Évaluation de médiation** | **Entretien** | **Benchmark**

Études





© Yohanne Lamoulère / Tendance Floue
© Muséocom

Nuit des Chercheur.e.s

Missions : Réalisation d'une étude de public
Lieu : Les Docks des Suds, Marseille (13)
Date : Septembre 2018, septembre 2019
Maître d'ouvrage : Université d'Aix-Marseille

La Nuit européenne des Chercheur.e.s est un événement qui a lieu chaque année vers la fin septembre de façon simultanée dans plus de 200 villes d'Europe. Pour la session 2018 le thème était « 1001 histoires », une thématique qui a permis à l'événement de raconter la science et de narrer l'histoire de chercheurs et chercheuses.

Pour cet événement, Muséocom a été mobilisée et avait pour mission de mener la passation de 100 questionnaires dans le cadre d'une enquête quantitative. L'objectif de cette dernière était l'évaluation de la réception de cet événement par le public qui y participe. La passation s'est faite sur toute la soirée et au fil des arrivées des nombreux visiteurs.

Muséocom a pu réitérer l'experience pour l'édition 2019. Cette quinzième Nuit des chercheur.e.s, intitulée « Entrez dans l'enquête », a permis aux visiteurs d'échanger avec les chercheur.e.s sur leur quotidien : observations, hypothèses, analyses, et ce à travers toutes les disciplines que couvre la culture scientifique et technique.

Passation





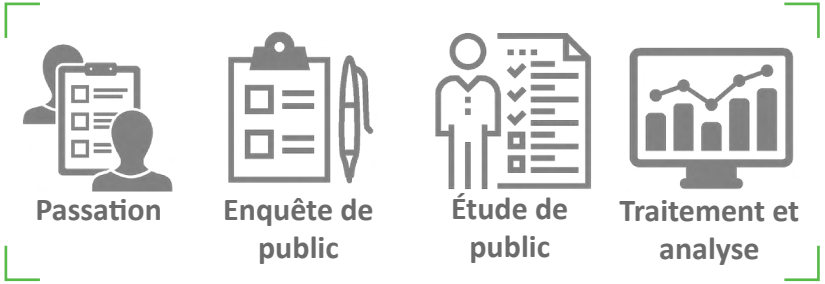
© Muséocom
© Muséocom

Fête de la science

Missions : Expertise de la fréquentation et de la statisfaction
Lieu : Avignon
Date : Septembre à Novembre 2017
Maître d'ouvrage : Le Café des Sciences

La Fête de la Science est une manifestation nationale organisée par le Ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, destinée à favoriser dans un cadre festif les échanges entre les chercheurs et le grand public durant une semaine, en octobre.

La Jeune Agence a alors été sollicitée par le Café des Sciences d'Avignon afin d'évaluer la fréquentation du Village de la science et de mener une enquête de satisfaction auprès de ses visiteurs. Pour ce faire, différentes missions ont été prises en charge par l'équipe : la réalisation d'un questionnaire à destination des visiteurs, la passation de 150 questionnaires, l'évaluation du nombre de visiteurs présents, le traitement et l'analyse des résultats ainsi que l'élaboration d'un rapport quantitatif et qualitatif.



A L'ÉCOUTE DES VISITEURS

Missions : Passation de questionnaires
Lieu : Établissements patrimoniaux nationaux du sud de la France
Date : 2020, 2019, 2018, 2016, 2015 et 2012
Maître d'ouvrage : Ministère de la Culture et de la Communication





© Muséocom
© Muséocom

« A l'Ecoute des Visiteurs » est une enquête commanditée par le Ministère de la Culture, réalisée dans les musées nationaux et sites patrimoniaux de toute la France. Mise en place depuis 2011, cette enquête s'intéresse au rapport et aux attentes des visiteurs vis-à-vis des établissements, à l'appréciation de l'offre culturelle et à la recommandation de l'entourage. La mise en relation de ces trois éléments éclaire l'impact de l'action culturelle et la relation des sociétés contemporaines à leur culture.

Dans le cadre de cette enquête, le Ministère a fait appel à Muséocom à quatre reprises afin de mener une **enquête dans des établissements patrimoniaux nationaux** du sud de la France. La Jeune Agence avait alors pour première mission la **passation de 15000 questionnaires** (par session), tant en français, qu'en anglais, allemand, italien, espagnol ou encore portugais.

Au fur et à mesure de la récolte des questionnaires, la Jeune Agence a procédé à la **saisie des résultats** sur le logiciel Sphinx.

Pour finir, toutes les données ont été mutualisées afin de les transmettre à Voix Publics, qui a pu se charger de l'analyse des résultats.



Passation

Études





© Muséocom
© Muséocom

Exposition Khaêmouaset

Titre : Expertise des publics et d'un parcours d'exposition temporaire
Lieu : Musée départemental Arles antique (13)
Date : Novembre 2016 - Mars 2017
Maître d'ouvrage : Musée Départemental Arles Antique

À la demande du musée départemental Arles antique, Muséocom a effectué une **enquête des publics et du parcours de l'exposition temporaire** « Khaêmouaset, le prince archéologue. Savoir et pouvoir à l'époque de Ramsès II », qui s'est déroulée du 8 octobre 2016 au 22 janvier 2017.

En parallèle, Muséocom a mené une **étude de la réception** du mapping « Dis Manibus » installé du 5 décembre 2016 au 5 février 2017 dans les collections permanentes.

La création du **protocole** et des **outils d'enquête**, la **passation de questionnaires**, le **diagnostic du parcours de visite** ainsi que l'**analyse des données recueillies** ont été réalisées par Muséocom.





Qu'en disent les visiteurs ?

Missions : Évaluation d'une mesure de gratuité
Lieu : 8 sites à travers la France
Date : Avril 2016
Maître d'ouvrage : Centre des Monuments Nationaux (CMN)

L'enquête « Qu'en disent les visiteurs » commanditée par l'Observatoire des publics avait pour objectif d'**évaluer la mesure de gratuité** mise en place par le Ministère de la Culture et de la Communication à travers le profil ainsi que l'opinion et les motivations des visiteurs.

Muséocom a alors **récolté les données par le biais de questionnaires** qui pouvaient être complétés par les visiteurs des huit sites deux fois par mois (un dimanche gratuit et un payant). Suite à cette passation, la Jeune Agence a procédé à la **saisie informatique des données** puis à l'**analyse des résultats obtenus**, sous la tutelle d'un expert et en comparaison avec les deux études effectuées précédemment ainsi que les enquêtes annuelles.

CENTRE DES MONUMENTS NATIONAUX



© Muséocom - Château d'Anger
© Centre des monuments nationaux

Imaginons le muséum de demain

Missions : Évaluer un projet collaboratif
Lieu : Toulouse (31)
Date : Avril 2016
Maître d'ouvrage : Muséum de Toulouse

Dans le cadre de l'exposition temporaire « Les Savanturiers », accueillie au Muséum de Toulouse entre octobre 2015 et juin 2016, l'institution a souhaité réaliser une **évaluation du projet collaboratif** « Imaginons le muséum de demain ».

L'enquête réalisée devait remplir plusieurs objectifs : **évaluer la réception du projet par tous les visiteurs** (comprendre l'opinion du public au fait d'exposer des objets du quotidien) ; **évaluer la participation au projet** (mettre en perspective le nombre de personnes qui participent au musée, et ceux qui ont publié des photos en ligne) ; et **définir les types de publics**.

La mission s'est déroulée en trois grandes étapes : l'**enquête de terrain** auprès des visiteurs, la **saisie** et le **dépouillement des données** et l'**analyse des résultats** avec la **rédaction des rapports**. Muséocom a donc administré des questionnaires, mené des entretiens semi-directifs avec le personnel et effectué des observations.



© Muséum de Toulouse
© Muséocom







© Muséocom
© Muséocom

Tumulte Gaulois

Titre : Création et réalisation de l'évaluation d'une exposition
Lieu : Clermont-Ferrand(63)
Date : Décembre 2014
Maître d'ouvrage : Musée Bargoin

A l'occasion de l'exposition « Tumulte Gaulois : représentations et réalités » qui s'est tenue à la fois au musée Bargoin et au musée d'Art Roger-Quilliot, exposition reconnue d'intérêt national par le Ministère de la Culture et de la Communication, Muséocom s'est vue confier **la création et la réalisation de l'évaluation de l'exposition.**

L'objectif de cette étude était d'interroger l'accessibilité, les attentes, la réception des visiteurs et les modalités de visite de l'exposition. Muséocom a donc mis en place **deux enquêtes de public**, l'une quantitative, l'autre qualitative. La Jeune Agence a alors réalisé le **protocole d'enquête**, élaboré les **questionnaires**, assuré la **passation**, déterminé une **méthodologie d'analyse** et **formulé des conclusions et des résultats** concernant l'exposition.



Muséomix – Sud Mix

Titre : Réalisation d'une étude de public
Lieu : Arles (13)
Date : Novembre 2014
Maître d'ouvrage : Musée départemental Arles antique

Pour la troisième édition de Muséomix, la Jeune Agence a réalisé une **évaluation auprès des publics** du musée départemental Arles antique. Cette évaluation a été l'occasion de **récolter les avis et les suggestions des visiteurs** concernant cet évènement hors du commun.

Après la **passation**, Muséocom a **traité puis analysé les données** obtenues.



© Muséomix
© Muséocom

Étude de dispositif
Enquête de public
Passation
Traitement et analyse

Études





© Muséocom
© Muséocom

La Nuit des Musées

Missions : Évaluer les réactions et désirs du public
Lieu : Arles (13)
Date : Mai 2014
Maître d'ouvrage : Musée départemental Arles antique

Cette mission a consisté en l'**analyse des réactions et des désirs du public**, face à douze installations mêlant art et numérique, présentées dans le cadre de la Nuit des Musées.

L'étude a aidé les « muséomixers » dans la conception de leur prototype pour la session Muséomix de novembre 2014 au musée départemental Arles antique.







© Muséocom
© Muséocom

Le désir de musées des Marseillais

Missions : Expertise de la pratique muséale des marseillais
Lieu : Marseille (13)
Date : Novembre 2013
Maître d'ouvrage : Ministère de la Culture et de la Communication

Dans le cadre de Marseille-Provence 2013, le Ministère de la Culture et de la Communication a souhaité connaître la **pratique muséale des habitants de Marseille et de leur envie**, ou non, de musées, mais également de connaître l'impact chez les habitants de la cité phocéenne de l'ouverture ou la réouverture des musées.

La Jeune Agence a été contactée par le Ministère afin de mener l'enquête « Le désir de musées des Marseillais ». L'équipe a fait le choix de mener des **entretiens semi-directifs** avec un **guide d'entretien**, enrichis de **recherches préparatoires**. La passation s'est ensuite déroulée sur quatre jours auprès de Marseillais.







© Universcience

Exposition Léonard de Vinci

Titre : Étude de réception d'une exposition
Lieu : Paris (75)
Date : Novembre 2012 - Février 2013
Maître d'ouvrage : Universcience

Muséocom a été contactée par Universcience afin de réaliser une **étude de réception de l'exposition temporaire « Léonard de Vinci : projets, dessins, machines »**. Il s'agissait d'interroger les visiteurs sur leurs pratiques muséales.

La Jeune Agence a alors mis en place une **évaluation** au sein de laquelle deux méthodes de recueil d'informations étaient combinées : l'**entretien semi-directif** et l'**observation directe des visiteurs**. Les objectifs étaient de cerner les impressions des visiteurs suite à leur visite de l'exposition et aussi de mieux comprendre leurs usages des outils muséographiques.



Études

Open Data

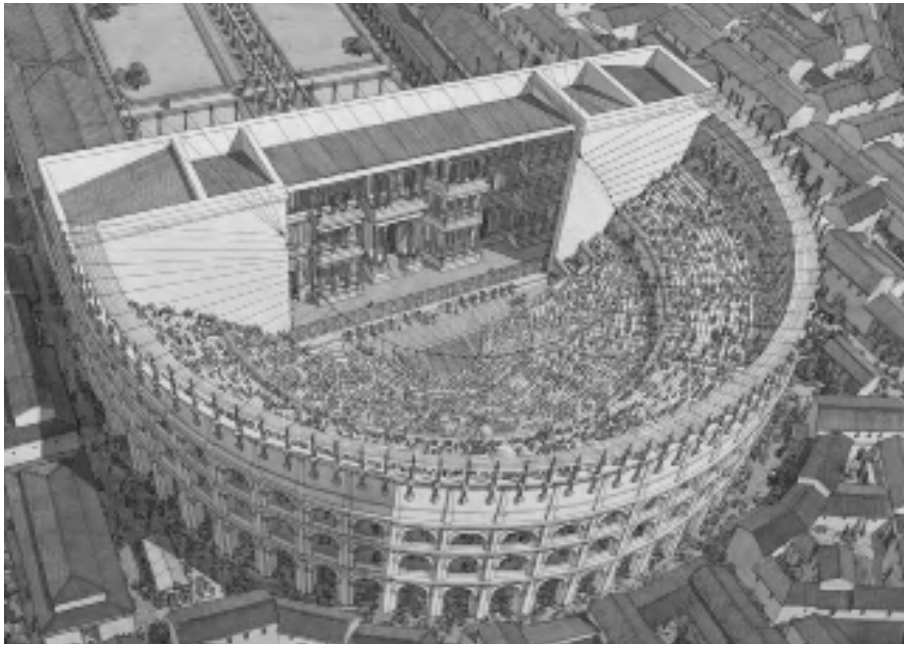
Missions : Étude sur l'ouverture et la réutilisation des données culturelles
Lieu : Internet
Date : Avril 2012
Maître d'ouvrage : Association Générale des Conservateurs des Collections Publiques de France PACA

L'Association Générale des Conservateurs des Collections Publiques de France (AGCCPF), section PACA, a organisé un vaste **projet d'étude autour de l'ouverture et la réutilisation des données culturelles**, confié à Muséocom.

Le but était de **connaître les pratiques et les attentes des musées sur l'utilisation des données**. En faisant appel à Muséocom, l'AGCCPF PACA souhaitait recueillir le sentiment général sur la problématique de l'ouverture et de la réutilisation des données culturelles afin de cerner les nouveaux usages qui seraient apparus.

La mission donnée par l'AGCCPF PACA a été alors de **réaliser une étude** sur ce thème, **concevoir un questionnaire en ligne et le diffuser**. La mission s'est poursuivie par **la collecte** et **l'analyse des données statistiques**. Enfin, Muséocom a **réalisé une synthèse** et **rédigé un rapport de l'étude**.







© Jean-Claude Golvin - Arles antique
© Jean-Claude Golvin - Arles antique

Théâtre Optique

Titre : Analyse de lieux d'expositions et d'un dispositif de médiation
Lieu : Arles (13)
Date : 2012
Maître d'ouvrage : Musée départemental Arles antique

Le musée départemental Arles antique a contacté Muséocom dans le cadre de l'exposition temporaire « Théâtre optique » consacrée au dessinateur Jean-Claude Golvin.

La Jeune Agence avait alors pour mission de **réaliser une analyse de l'exposition et de l'espace permanent, ainsi que du dispositif**. Puis, Muséocom a mené un **entretien individuel avec deux des trois commissaires de l'exposition** : Fabrice Denise et Alain Genot.

Enfin, Muséocom a entrepris **l'étude des publics**. Cette étude s'est scindée en deux axes : d'une part, l'**observation**, l'analyse des parcours et des temps de passage des visiteurs dans la seconde salle de l'exposition temporaire. Et d'autre part la **réalisation** et l'**analyse d'entretiens individuels** avec les visiteurs à la sortie de la salle d'exposition temporaire.

Ces différentes étapes de travail ont permis d'aboutir à l'**évaluation complète du dispositif** vis-à-vis des publics non captifs.







© Ville d'Arles
© Ville d'Arles

Sentiers numériques®

Titre : Réalisation d'une étude de public
Lieu : Arles (13)
Date : Octobre 2011
Maître d'ouvrage : Centre de recherche Norbert Elias

Premier réseau de signalétique dynamique, le projet « Les Sentiers numériques®» est un dispositif de balisage, d'affichage et de communication, développé pour la ville d'Arles.

De la **réalisation** à la **passation de questionnaires**, le Centre de Recherche Nobert Elias a alors demandé à la Jeune Agence de créer une **enquête qualitative** portant sur les situations et les significations d'usages de ce nouveau dispositif. Ce travail s'inscrivait dans la **meilleure connaissance du contexte scientifique entourant le projet de Sentiers Numériques®** d'Arles. Il était particulièrement orienté vers les technologies utilisées, le type d'information transmises, l'existence de parcours dans des villes, les difficultés rencontrées et l'association des habitants au projet.





MUSÉOCOM

contact@museocom.fr

Avignon Université
74 rue Pasteur - Case 19
84029 AVIGNON CEDEX 1, FRANCE

www.museocom.fr

AVIGNON UNIVERSITÉ

Centre Norbert Elias