

MUSÉES

EXPÉRIENCE MUSÉALE

CAHIER THÉMATIQUE H · LE DEVOIR · LES SAMEDI 24 ET DIMANCHE 25 OCTOBRE 2015



Une nouvelle présidente pour la **Société des musées**
Page H 2



La technologie au service du message au **CCA**
Page H 3



GIUSEPPE CACACE AGENCE FRANCE-PRESSE

«Le musée est à la croisée du cognitif, du culturel, du divertissement et du commerce. Mais il ne doit pas oublier que sa première mission, c'est de servir le public», selon le muséologue Raymond Montpetit. Ici, une femme malentendante porte des lunettes intelligentes qui traduisent en langue des signes les informations complémentaires à l'exposition qu'elle visite.

Collectionner, mais aussi communiquer

ANDRÉ LAVOIE

Le visiteur de musée fut longtemps, à une époque lointaine, perçu comme encombrant, surtout s'il n'était pas un chercheur, un initié ou un riche collectionneur. Cette position élitiste ferait maintenant figure d'hérésie dans le milieu de la muséologie, qui a pris depuis un bon moment le virage «visiteur», pour ne pas dire «client».

Le virage est perceptible un peu partout à travers le monde, et la muséologie québécoise a contribué de façon exceptionnelle à cette approche, car il ne suffit plus de collectionner, mais de communiquer. Raymond Montpetit, muséologue, historien d'art et professeur associé à l'École de muséologie de l'Université du Québec à Montréal (UQAM), réfléchit depuis un bon moment à «l'expérience du visiteur». C'était le thème principal du congrès organisé par la Société des musées du Québec (SMQ) qui s'est tenu à Lévis du 28 septembre au 1^{er} octobre, ainsi que le sujet de la conférence d'ouverture de celui qui fut également consultant pour de nombreux musées québécois au cours des trente dernières années.

Si ce fameux visiteur a énormément changé depuis les dernières décennies, c'est aussi parce que les musées se sont passablement transformés, constate le spécialiste sans aucune nostalgie. «Avant, quand on allait dans un musée, on y allait une fois pour la vie, car peu de choses changeaient. Avec la multiplication des expositions temporaires, les musées sont devenus des producteurs culturels à part entière.» Pour attirer un public nombreux et diversifié, le langage publicitaire devient essentiel, forçant ainsi la direction des musées à explorer les rouages du marketing, ce qu'ils ne faisaient pas du tout avant le début des années 1980.

Or, il ne suffit pas de créer l'événement sur la scène médiatique, encore faut-il savoir livrer la marchandise, la rendre accessible, compréhensible, attrayante, voire ludique. Raymond Montpetit souligne que l'histoire de la muséologie



SOURCE SMQ

« Ça jouait avec tous les sens : il y avait du son, de la musique, de la lumière, du spectaculaire, et bien sûr des œuvres d'art! Quand on comparait ça avec nos salles de musées... »

Raymond Montpetit, au sujet de l'«électrochoc» de l'Exposition universelle présentée à Montréal en 1967 et de ses pavillons design

est parsemée de moments déterminants qui ont dépoussiéré les mentalités et ouvert les portes de ces institutions attirant aux quatre coins de la province en 2013, selon l'Institut de la statistique du Québec, 14,2 millions de visiteurs. Une impulsion importante fut donnée, et ce, dès les années 1930, par le *National Park Service* des États-Unis, soucieux de la préservation et du développement, mais aussi de l'interprétation : il ne s'agissait pas pour eux d'objectifs, mais d'obligations. «Il y avait des guides-interprètes partout, précise le muséologue. On se devait de répondre aux questions des visiteurs. Dans les bonnes années de *Parcs Canada*, on avait la même approche, ce fut une grande école de muséologie pour beaucoup de Québécois, mais les choses ont bien changé...»

Autre tournant majeur dans l'histoire de la muséologie québécoise, et qui par la suite fera école un peu partout : la tenue de l'Exposition universelle à Montréal en 1967. Pour le professeur de l'UQAM, il s'agit d'un électrochoc. «Les gens découvraient des pavillons qui présentaient l'histoire

de civilisations, de pays et de cultures du monde dans un design et avec des technologies de l'époque. Une vraie révolution pour les visiteurs, surtout ceux du Québec. Ça jouait avec tous les sens : il y avait du son, de la musique, de la lumière, du spectaculaire, et bien sûr des œuvres d'art! Quand on comparait ça avec nos salles de musées...»

Centré sur les visiteurs

Terre des hommes fut donc un formidable territoire d'expérimentations pour de jeunes designers qui réinventeront plus tard la manière de concevoir des expositions, comme au Musée de la civilisation de Québec, ouvert en 1988. «Quand il est né, on disait avec un peu d'ironie que l'objet le plus étudié dans ce musée-là, c'est le visiteur! Mais je trouve qu'ils avaient raison. Ce musée a été fondé dans cette nouvelle logique centrée sur les visiteurs. On cherchait à connaître ses habitudes, ses intérêts, sa provenance.» Aujourd'hui, ces questions sont monnaie courante pour permettre aux musées de répondre aux attentes de ceux et celles voulant

«trouver du sens et du plaisir», comme le rappelle Raymond Montpetit.

La partie est toutefois loin d'être gagnée pour assurer une réelle fidélisation des visiteurs, sollicités de toutes parts et très exigeants. Pour les institutions, grandes et petites, voilà un défi permanent. «Dans ce contexte, la tâche des musées augmente. Car il ne faut pas seulement s'occuper du visiteur dans la salle d'exposition, mais tenir compte aussi de l'accueil, du restaurant, de la boutique. De plus, la présence sur le Web est essentielle pour prolonger l'expérience du visiteur et rejoindre les internautes, eux aussi visiteurs de musées. D'ailleurs, plusieurs grands musées distinguent maintenant l'équipe en salle et celle sur Internet : ça ne se fait pas en criant ciseaux, mais en investissant de l'argent.»

Cette accélération de la numérisation des activités muséales, dont la mise en ligne des collections («Une chose importante que le public ne voit pas», souligne Raymond Montpetit), ne fait pas perdre de vue les missions principales du musée. Mais avec la prolifération des tablettes et des gadgets, le musée est-il passé du temple de la contemplation à celui de l'interaction? «Ce n'est pas faux, admet le spécialiste. Avant, on ne faisait que deux choses dans les musées : contempler et lire. Aujourd'hui, on donne encore beaucoup de choses à regarder, mais on nous permet aussi d'interagir. Car il ne faut pas négliger l'importance sociale de la visite. D'ailleurs, la plupart des spectateurs viennent en petits groupes, et c'est un aspect important que les musées doivent considérer pour comprendre ce que chacun retire. Plus de savoir? Plus de sensibilité?»

Raymond Montpetit reconnaît toutefois que la tâche des musées s'effectue à une époque «où les frontières sont un peu brouillées». Selon lui, «le musée est à la croisée du cognitif, du culturel, du divertissement et du commerce. Mais il ne doit pas oublier que sa première mission, c'est de servir le public.»

Collaborateur
Le Devoir

MUSÉES

CONGRÈS DE LA SOCIÉTÉ DES MUSÉES DU QUÉBEC

Faire éclater les quatre murs des musées

Lors du dernier congrès de la Société des musées du Québec (SMQ), tenu à Lévis en septembre, Katy Tari est devenue la nouvelle présidente de cette association essentielle à la cohésion du milieu muséal. Celle qui remplace René Binette, directeur de l'Écomusée du fier monde, à Montréal, n'a rien d'une nouvelle venue, et exprime avec conviction ses ambitions.

ANDRÉ LAVOIE

Elle ne manque pas non plus d'humour lorsque vient le moment d'énumérer ses expériences professionnelles des 20 dernières années, soulignant qu'entre ses contrats de conservatrice invitée et de conceptrice d'exposition, elle a réalisé quelques sites Web... ainsi que des céderoms! Ce souvenir la fait sourire, montrant à quel point les technologies ont beaucoup évolué, parfois à grande vitesse, bousculant les musées dans leur façon de concevoir des expositions.

«Les musées ne sont pas conçus que pour des intellectuels, mais pour tout le monde»

Au cours de sa carrière, elle a compilé plusieurs études sur les attentes du public des musées, une expertise qui n'a pas échappé au Musée de la civilisation de Québec (MCQ). Directrice des collections et des relations avec les musées québécois depuis février 2014, Katy Tari entend bien poursuivre le dialogue maintenant qu'elle est à la tête de la SMQ.

Elle entend aussi défaire quelques préjugés tenaces. «Les musées ne sont pas que des espaces pour intellectuels, mais conçus pour tout le monde», précise Katy Tari. Ceci allait d'ailleurs en droite ligne avec les discussions du dernier congrès de la SMQ sur la notion de visiteur, car celui-ci est loin d'avoir un seul et même profil.

Si les musées ont bien compris qu'ils doivent s'adresser à plusieurs publics à la fois, le défi apparaît souvent difficile dans un contexte de rareté de ressources et d'infrastructures vieillissantes. «Les musées se préoccupent depuis longtemps des personnes à mobilité réduite, mais ils se questionnent également sur l'accueil des



La nouvelle présidente de la Société des musées du Québec, Katy Tari

ÈVE LECLERC PERSPECTIVE PHOTO

analphabètes, des personnes aveugles ou souffrant de maladies mentales. Comment entrer dans leur univers et comprendre leurs besoins, leurs préoccupations? Ces questions viennent enrichir les propositions des musées.»

De plus en plus de visiteurs

La communication ne doit pas être si mauvaise, puisque le milieu muséal québécois peut se réjouir d'une augmentation fort appréciable du nombre de visiteurs depuis quelques années, évalué à plus de 14 millions en 2013 selon les derniers chiffres de l'Institut de la statistique du Québec. Avec les succès combinés de l'exposition Rodin au Musée des beaux-arts de Montréal (MBAM), la rétrospective David Altmejd au Musée d'art contemporain et Inspiration Japon au Musée national des beaux-arts du Québec (MNBAQ), la présente année devrait faire sourire les directeurs de musées... même si plusieurs remercient le

ciel maussade de l'été 2015!

Ce constat météorologique amuse Katy Tari. «Dans le milieu muséal, quand il fait beau, on dit: malheur! Et quand il pleut, l'espoir revient!» Plus sérieusement, elle observe avec satisfaction cette indéniable progression. «Pendant plusieurs années, nous avons atteint un plafond de 12 millions de visiteurs, et nous avons même cru, malgré tous nos efforts, à une incapacité de le dépasser. L'augmentation des 2-3 dernières années nous prouve que nos efforts ont porté fruit, même si c'est difficile de déterminer un seul élément pour l'expliquer.»

Tout comme d'autres observateurs, elle signale que ce chiffre mirobolant camoufle quelques écueils. «Ce qui nous préoccupe, c'est la clientèle scolaire. Depuis le boycottage des activités culturelles en 2005, on assiste à une baisse, et c'est très difficile de rattraper ce que l'on a perdu. Cette situation a poussé les musées à diversifier leurs publics, à être créatifs dans la concep-

tion des programmes de médiation culturelle.»

Dans ce contexte, le salut passerait-il par le numérique? Katy Tari souligne la contribution essentielle du Plan culturel numérique du Québec, dont plus de 10 millions sont dévolus à trois musées importants, soit le MCQ, le MBAM et le MNBAQ. «Le virage sera plus prononcé dans ces institutions, mais tous les musées, grands et petits, savent que le numérique est là pour rester, qu'il permet de faire une différence, et de rejoindre un public que l'on ne rejoindrait pas autrement.» En fait, les nouvelles technologies peuvent autant séduire le visiteur de passage que ce que certains surnomment... le non-public.

«Les musées sont des espaces physiques, le visiteur doit se déplacer, et les outils numériques peuvent non seulement revaloriser les collections, mais créer de nouveaux lieux de découvertes», déclare avec enthousiasme la présidente de la SMQ. On n'a qu'à penser aux nombreuses applications pour téléphones intelligents permettant la découverte de l'art public ou de l'architecture sous toutes ses formes et à travers les âges. Voilà pourquoi elle décrit toutes les institutions muséales comment autant de «pourvoyeurs de sens et de contenus».

Les nouvelles technologies favorisent aussi un dialogue fécond entre les citoyens et les musées, et Katy Tari entend bien convaincre tous ses partenaires de l'enrichir. Car le numérique favorise l'échange d'informations et l'interactivité pendant la visite des expositions, mais elle voit poindre un phénomène intéressant. «Les gens ont besoin de partager leurs expériences, leur vécu, et de commenter le contenu d'une exposition qui les touche. Les musées doivent être à l'écoute, et se questionner sur la manière d'utiliser ce partage, qui ne fera qu'enrichir nos connaissances.»

Pour elle et ses collègues, la perception du musée comme un silo relève du folklore, sachant que les nombreux défis qui attendent ces institutions à l'heure de l'austérité et du bouleversement des habitudes culturelles des Québécois les poussent plus que jamais à l'audace, et au dialogue. «La SMQ le faisait déjà très bien, mais pendant mon mandat, je veux maintenir la force du réseau, partager les expériences entre les institutions, peu importe leur taille. Bref, faire preuve à la fois de créativité et d'originalité», conclut Katy Tari.

Collaborateur
Le Devoir

**MONTRÉAL
DANS L'OEIL
DE VITTORIO**

MUSÉE
McCORD

50 ANS DE VIE URBAINE ET DE CRÉATION GRAPHIQUE
DU 25 SEPTEMBRE 2015 AU 10 AVRIL 2016

astral AFFICHAGE INFOPRESSE PANORAM
Institut Italien di Cultura Montreal CNIC
OPERA DE MONTREAL MONTREAL GAZETTE
CULTURE et Communications Québec



RENÉ BOUCHARD

Lors du Symposium du Musée d'art contemporain de Baie-Saint-Paul, le public est invité à déambuler dans tout l'espace et à participer au processus de création.

MUSÉE D'ART CONTEMPORAIN DE BAIE-SAINT-PAUL

Rapprocher l'art et le public

Rapprocher l'art et le public. Rendre la création accessible, la mettre en relation directe avec les visiteurs. Ce sont des missions du Musée d'art contemporain de Baie-Saint-Paul (MACBSP), qui offre chaque été une rencontre entre artistes et spectateurs lors de son Symposium international. Son exposition permanente, Zone de livres échanges, raconte les différentes histoires de cet événement annuel, où douze artistes œuvrent en direct dans l'aréna municipal. De véritables ateliers vivants, au cours desquels le public fait partie intégrante de la création.

ALICE MARIETTE

Depuis trente-trois ans, le seul musée d'art contemporain de l'est du Québec veut changer l'expérience muséale de ses visiteurs. En proposant une rencontre entre l'artiste et le public lors de son Symposium, le MACBSP modifie le rapport à l'art. «Ce n'est pas une exposition, c'est un lieu de création», indique Jacques Saint-Gelais Tremblay, directeur général du musée. Depuis 1982, cet événement est devenu l'une des forces de Baie-Saint-Paul, un rendez-vous pour les habitués et un premier pas vers l'art moderne pour les néophytes. Une rencontre inusitée, unique en son genre, qui veut faire disparaître les frontières avec le monde artistique.

Le public est invité à déambuler dans tout l'espace et à participer au processus de création. La relation est bilatérale: si la population découvre les artistes, les artistes découvrent eux aussi la population et, pour plusieurs, la réaction des gens modifie le résultat final. Le Symposium se renouvelle, innove constam-

ment, cherche toujours à se redéfinir, change de thème. Chaque année, douze nouveaux artistes, sélectionnés par un comité de professionnels, habitent pendant un mois l'aréna municipal pour peindre, sculpter, photographier ou encore filmer devant et avec les visiteurs.

Zone de livres échanges

Pour poursuivre le partage, mais aussi la réflexion, l'exposition permanente Zone de livres échanges offre tout au long de l'année une immersion dans l'aréna de Baie-Saint-Paul au moment du Symposium. Une exposition interactive, à la fois historique et artistique. On retrouve dans la salle la plus basse du musée un mélange de technologies, permettant de traduire l'ambiance et le caractère particulier de la rencontre annuelle. «On a pensé cette zone avec des technologies de pointe. Comme le Symposium n'est pas qu'une simple exposition, il fallait que cette exposition permanente n'en soit pas une non plus», témoigne Martin Labrie, commissaire de

VOIR PAGE H 4: ART

MUSÉES

CENTRE CANADIEN D'ARCHITECTURE

La technologie au service du message

ARNAUD STOPA

Avec son programme d'expositions et de publications visibles en ligne, le Centre canadien d'architecture (CCA) aspire à l'ouverture de son public au monde entier.

« Nous voulons fournir autant que faire se peut les contenus et la pensée critique à notre public, que nous espérons atteindre même s'il ne peut pas se déplacer physiquement à Montréal. C'est pourquoi nous mettons nos efforts dans la présence en ligne », se positionne Mirko Zardini, directeur du CCA, en entrevue pour le Devoir.

Le musée de la maison Shaughnessy est d'abord un centre de recherche plus qu'un musée. La mise à disposition des travaux sur Internet semble donc toute naturelle, à l'heure du tout numérique.

« Nous sommes une institution internationale, rappelle le conservateur d'origine italienne. La plus grande partie de notre public interagit déjà avec nous à travers des publications que nous mettons en ligne. Nos investissements se portent donc sur cette stratégie de publication. »

Pour son 25^e anniversaire, l'an passé, le CCA avait commencé un programme de création d'une banque mondiale de l'architecture numérique, en se fondant sur les archives de 25 projets expérimentaux. « Nous avons décidé d'aller dans la direction de la publication numérique, car nous pouvions présenter à travers ce médium non seulement des diapositives ou des vidéos, mais aussi des animations

de fichiers numérisés qui peuvent donner aux gens l'accès direct à certains matériaux. »

Ces réflexions que mène la direction du centre ne sont pas uniques: elle se fait à travers le monde. Chacun va de son expérience avec les interactions entre l'humain et le virtuel, entre l'œuvre et la pensée. Mais un point rejoint tous les musées: l'ouverture aux intéressés aux mécanismes de construction d'une exposition. « Nous essayons vraiment de montrer le travail en amont d'une exposition. Nous allons mettre l'accent sur cet aspect dans notre nouveau site Internet », qu'il espère mettre en ligne en novembre.

« L'idée de montrer les démarches à travers de très courtes entrevues avec les personnes ressources est par exemple une voie que nous souhaitons suivre. » Ces idées ne serviront pas

que le public. Les professionnels des métiers muséaux aussi. « Lors de séminaires ou de vernissages d'expositions, il y a une demande pour que les conservateurs expliquent comment les matériaux ont été préparés, pour que les responsables des installations expliquent leurs travaux avec les architectes lors du développement du projet », décrit Mirko Zardini.

Transmission du savoir

C'est ainsi qu'il ne perd pas de vue le cœur du rôle de son établissement: la transmission du savoir. « Nous allons toujours considérer l'exposition et les installations comme une chose cruciale, car c'est le meilleur moyen pour amplifier le

message que nous souhaitons passer dans nos expositions. »

La philosophie de Mirko Zardini est donc d'utiliser la technologie pour mettre en valeur le propos de ses thèmes. « Tout le monde pense qu'il faut mettre systématiquement du numérique dans les galeries. C'est une stratégie qui vise l'augmentation du nombre de visiteurs avec une nouvelle offre de l'expérience muséale. Je ne suis pas contre cela, opine le conservateur, mais ce n'est pas mon objectif. Je veux que les gens viennent pour obtenir du contenu et de l'information sur une problématique donnée. Donc, quel que soit le moyen pour transmettre le message, nous l'utiliserons. Si cela passe par les nouvelles technologies, alors nous le ferons. Mais faire un parcours interactif juste pour être interactif, c'est inutile. »

Nouvelles technologies

Il faut remonter à 2011 pour que le directeur du CCA se souvienne d'une exposition qui l'a étonné. *Architecture en uniforme: projeter et construire pour la Seconde Guerre mondiale* a été l'une des premières à tester une interactivité entre le visiteur et l'œuvre. « Nous sommes un musée orienté vers la recherche, nous visons donc un public de niche. Alors quand le grand public s'empare d'une exposition aux problématiques aussi graves que celle de la Seconde Guerre mondiale, c'est réjouissant. »

Mais c'est la deuxième partie de l'exposition *Archéologie du numérique: Environnements virtuels, objets interactifs*, en 2014, qui a d'une certaine façon été la mise en bouche de l'utilisation importante des nouvelles technologies à la sauce CCA.

« Nous voulons les intégrer



SOURCE CCA

« Quel que soit le moyen pour transmettre le message, nous l'utiliserons. Si cela passe par les nouvelles technologies, alors nous le ferons. Mais faire un parcours interactif juste pour être interactif, c'est inutile », estime le directeur du CCA, Mirko Zardini.

lorsque le contenu de l'exposition le permet. Dans *Archéologie du numérique*, nous avons vraiment essayé d'évoquer et de représenter la technologie telle qu'elle était voilà 15 ans. Nous avons mis nos efforts dans la présentation et la façon dont le public doit comprendre ce point de l'espace-temps. Des fois avec des vidéos, des fois avec des archives numériques, des fois avec l'interaction avec des pièces de machines qui ont été perdues. »

Défi financier

Le principal obstacle à l'introduction des nouvelles technologies au CCA, selon Mirko

Zardini, ce n'est pas la volonté, mais l'aspect pécuniaire. « La technologie demande énormément de ressources. Rien que l'investissement dans des écrans nous coûterait dix millions de dollars. Au Metropolitan de New York, ils ont mis environ 30 millions sur la table et ils ont embauché 70 personnes. Au Brooklyn Museum, ils ont développé une application qui permet de poser une question sur son téléphone intelligent à propos d'une œuvre exposée et d'avoir une réponse instantanée. C'est 78 personnes dans une pièce qui ne font que répondre à ces questions. »

L'autre aspect problématique est l'identité même du centre d'architecture, qui ne propose pas d'exposition permanente. « Nous faisons affaire majoritairement avec du matériel fragile, comme le papier, qui ne peut pas être exposé à la lumière sur une longue durée. Alors si on souhaite investir dans les nouvelles technologies, il faut penser que l'immense investissement qu'on y fait va être mis à la poubelle, car nous renouvelons nos expositions tous les trois à quatre mois. »

Collaborateur
Le Devoir

REDÉCOUVREZ
Espace pour la vie!

Une NOUVELLE APPLICATION MOBILE
pour visiter autrement

À télécharger:



le Biodôme, l'Insectarium,
le Jardin botanique
et le Planétarium Rio Tinto Alcan!



biodôme insectarium jardin botanique planétarium rio tinto alcan

Montréal

Canada



MUSÉE D'ART CONTEMPORAIN
DE BAIE-SAINT-PAUL

BRUNO

CÔTÉ

L'esprit de la nature

Parcours des paysages canadiens

31 octobre 2015 - 7 février 2016

www.macbsp.com

Une présentation de



Culture et Communications Québec

Baie-Saint-Paul

Desjardins

Hydro Québec

MRC

MUSÉES



Le Musée d'art contemporain de Montréal accueillera en novembre l'événement international Museumix, qui réunit, en trois jours et partout dans le monde, des férus de nouvelles technologies.

MUSÉE D'ART CONTEMPORAIN DE MONTRÉAL

La main tendue aux visiteurs

JÉRÔME DELGADO

Il n'est pas rare, dans un musée d'art contemporain, de s'arrêter devant des modules interactifs, de vivre des expériences immersives, de découvrir des œuvres immatérielles. Pour les artistes d'aujourd'hui, le dispositif technologique est un outil de création parmi tant d'autres. Or, là et peut-être plus qu'ailleurs, plus que dans tout autre musée, faire appel à la technologie pour guider les visiteurs pose un problème.

Un problème ou un « beau défi », selon Louise Simard, responsable des créations multimédias au Musée d'art contemporain de Montréal (MACM).

« L'exploration de nouveaux outils numériques, de nouveaux types de médiation dans un contexte encyclopédique, ça peut se comprendre. [On veut] aller vers la nouveauté, vers les outils en émergence, pour créer des liens avec le public, constate-t-elle. Mais chez nous, les nouvelles technologies sont déjà présentes dans les œuvres d'art, dans la création. Pour nous, l'outil [de médiation] ne doit pas être en compétition avec l'œuvre. »

Un musée, quel qu'il soit, ne peut cependant forcer les visiteurs à éteindre leurs machines. Dirigé désormais par John Zeppetelli, jadis à la fondation DHC du Vieux-Montréal, un des premiers lieux en ville à avoir exploité les appareils mobiles pour diffuser des informations sur les artistes exposés, le MACM en est conscient.

Un outil de médiation est « toujours une plus-value », reconnaît Louise Simard. Et c'est pour ne rater aucune occasion de mieux s'approcher de son public que le MACM vit une forte « phase d'ouverture, de curiosité ». « Le vent dans les voiles », dit-elle, vers toutes sortes d'aventures, le musée accueillera au début novembre, pour la première fois, l'événement international Museumix.

Un labo entre technophiles

Laboratoire de création, charrette en multimédia, marathon entre passionnés. Tout ça et un peu plus, Museumix réunit en trois jours, partout dans le monde, des férus de nouvelles technologies. L'antenne québécoise prendra place à Québec, au Musée national des beaux-arts du Québec, et à Montréal, au MACM. Les participants, triés sur le volet, se regroupent par équipes et doivent au bout de longues heures de travail à huis clos, souvent jusqu'à minuit, pondre un prototype d'un outil de médiation culturelle.

« Museumix est un laboratoire ouvert, de recherche et de développement autour des nouvelles pratiques dans le musée, axé sur la médiation muséale pour la simple et bonne raison qu'on ne fait pas de l'art, dit Justine Chapleau, de Museumix Québec. On fait des prototypes qui servent à la médiation, à donner de l'info supplémentaire, à explorer de nouvelles formes d'interaction, à changer la posture de public. »

C'est un marathon créatif et technologique de trois jours, au cœur d'un musée.

Né en France en 2011, le concept de Museumix repose sur un principe tout simple : donner au visiteur de musée un rôle plus actif. Il trouve son origine dans la réaction à l'interdit de photographier les œuvres imposé par certains établissements.

« L'idée est d'arriver à un musée participatif, décrit Justine Chapleau. Il faut sortir du musée traditionnel tel qu'on le connaît, sortir le public de cette zone de contemplation et le rendre actif. On veut un musée qui permette un espace de liberté, un espace d'action, à l'opposé de la salle blanche, en silence, sans meubles. »

Pour la jeune muséologue, il n'est pas question de tout recommencer à zéro. Le musée contemplatif doit rester, estime-t-elle, il s'agit cependant d'offrir une plus grande variété d'expériences, et de prendre conscience que le visiteur est n'est plus juste un visiteur. « Le musée gagne à ne pas être monolithique et doit s'interroger sur le rôle du public », croit Justine Chapleau.

Louise Simard ne considère pas qu'il faut condamner les outils de médiation traditionnels. « On est encore très attachés aux visites avec guide [en chair et en os], assure-t-elle. Il faut seulement chercher de nouvelles manières de faire. »

Les trois jours de Museumix sont imprévisibles. Personne ne sait vers où iront les équipes, qui seront formées le premier matin. Des bidules in-

teractifs, des audioguides, des projets futiles ou futuristes, les résultats pourront prendre toutes sortes de dimensions.

Les créateurs seront invités cependant à suivre un des thèmes suggérés, un « terrain de jeu », parmi lesquels « le musée dans la ville », « quand le musée est fermé », ou encore l'inévitable question de la concurrence entre l'outil technologique et l'œuvre médiatique. « Comment donner du contenu supplémentaire, demande Justine Chapleau, sans ajouter un écran entre l'œuvre et le visiteur ? »

En 2014, le Musée de la civilisation, à Québec, avait accueilli Museumix. Plusieurs des prototypes sont devenus des réalités au cours l'année, notamment un laboratoire d'animation pour l'exposition *Image x Image* issu d'un dispositif intitulé « court-circuit métrage ».

Sans promettre quoi que ce soit pour les prototypes qui seront concoctés au MACM, Louise Simard assure que ce type de projets est indispensable pour le rapprochement entre un musée et son public.

« On est toujours prêt à trouver de nouvelles manières de tendre la main aux visiteurs. Museumix [nous donne raison], estime-t-elle. Il faut rester à l'affût du profil du visiteur. Selon son âge, sa culture, son profil, son éducation. Il faut avoir une panoplie d'outils de médiation à lui offrir. »

Collaborateur
Le Devoir

ART

SUITE DE LA PAGE H 2

l'exposition. Il explique par ailleurs que le mot « zone » a été choisi car il s'agit davantage d'un lieu de partage qu'une exposition au sens classique du terme. Pas de protocole mais des couleurs vives et de la musique en fond sonore. Tout l'endroit est pensé pour que la visite ne soit pas conventionnelle, avec une mise en scène ludique et interactive. Chaque année, la zone est repensée, notamment pour intégrer les nouvelles œuvres.

« Puisque le Symposium c'est des artistes qui réalisent leurs œuvres devant le public, dans la Zone de livres échanges, il est important de mettre en valeur leur processus de création », explique M. Labrie. La projection immersive, sur trois murs, presque une salle entière, plonge immédiatement dans l'ambiance et rappelle l'effervescence de l'événement. En une vingtaine de minutes, les images permettent de comprendre comment les artistes créent en direct. La contemplation du résultat final ne vient qu'en deuxième lieu. « Plutôt que de simplement consulter des photos d'archive, le but est vraiment de réaliser comment l'œuvre est en train de se faire », commente M. Labrie.

L'échange possible lors du Symposium se traduit dans le musée par une borne interactive, qui permet de consulter les centaines d'œuvres créées en trois décennies et de découvrir tous les artistes. Ces bornes permettent au visiteur de ne pas être passif et de sélectionner l'information qu'il veut recevoir pour qu'il devienne acteur de son expérience. Quelques œuvres originales sont aussi offertes au public, accompagnées de documents d'archives de la collection du musée, de photographies et d'une carte du monde répertoriant les artistes passés au Symposium.

« On s'attend aussi à ce que les visiteurs parlent entre eux », dit M. Labrie. Comme lors du Symposium, la dis-

ussion est privilégiée, voire provoquée.

Accompagner le public

Lors des Symposiums, des médiateurs guident le public. « L'idée de la médiation est de ne pas se substituer à la rencontre, mais de la préparer », précise le directeur du musée. Pour lui, les néophytes, comme les habitués ont besoin d'un accompagnement et d'explications. Les premiers pour bien comprendre ce qu'est l'art moderne et les seconds pour avoir davantage d'informations sur la démarche créative de l'artiste.

Dans la Zone de livres échanges, les médiateurs ont été remplacés par des textes et de la vidéo, les protagonistes des vidéoclips diffusés semblent parler directement aux visiteurs. « L'exposition est faite avec plusieurs degrés d'informations pour que tous les visiteurs la trouvent intéressante », estime le commissaire de l'exposition. De nombreuses pistes de lectures sont offertes, pour plaire aux amateurs d'art, aux novices et même aux enfants.

Que ce soit lors du Symposium ou dans la Zone de livres échanges, la démocratisation de l'art contemporain est au cœur même du projet. Dès le début, la fondatrice du MACBSP, Françoise Labbé, souhaitait faire de son établissement un ambassadeur de l'art contemporain. Accessible, ouvert à tous. Le mélange entre artistes connus (Andy Warhol, Marc Séguin, Riopelle) et artistes émergents offre un florilège de l'art contemporain.

Une exposition permanente dure généralement cinq ans, la Zone de livres échanges accessible depuis 2011 devrait donc être remplacée l'année prochaine. Toutefois, M. Labrie précise qu'elle sera prolongée au moins une année supplémentaire et que le musée cherche actuellement d'autres solutions. Par la suite, l'exposition pourrait être itinérante, sur le web, ou encore dans une autre salle en cas d'agrandissement du MACBSP.

Collaboratrice
Le Devoir



SOURCE MUSÉE D'ART CONTEMPORAIN DE BAIE-SAINT-PAUL
L'exposition permanente Zone de livres échanges

LIGNES DE VIE
ART CONTEMPORAIN DES AUTOCHTONES D'AUSTRALIE

Nouvelle exposition
Une première canadienne!

LES AUTOCHTONES D'AUSTRALIE DIALOGUENT AVEC LE MONDE ET LEUR ENVIRONNEMENT. ILS RÉALISENT DES ŒUVRES AUX DIMENSIONS POLITIQUES ET IDENTITAIRES, LESQUELLES TÉMOIGNENT DE LA VITALITÉ DE LEUR CULTURE ET DE LEUR HISTOIRE.

Une exposition réalisée par le Musée de la civilisation en collaboration avec la Kluge-Ruhe Aboriginal Art Collection de l'Université de Virginie



Achetez vos billets en ligne au mccq.org

Gardez un souvenir impérissable de votre visite avec la publication éponyme en vente à la Boutique du Musée.

Les Musées de la civilisation sont subventionnés par le ministère de la Culture et des Communications.



MUSÉE DE LA CIVILISATION
Québec



ALCOA
PARTENAIRE DE LA PROGRAMMATION



PASSION PRIVÉE

L'ART MODERNE DU QUÉBEC
DE LA COLLECTION PIERRE LASSONDE

M
A
N
Q

Musée national des beaux-arts du Québec
Québec

29 OCTOBRE 2015 - 27 MARS 2016

DELTA STRUCTUBE

MNBAQ.ORG

JEAN PAUL LEMÉRIX, JULIE ET L'UNIVERS DÉTAIL, 1965. HAÏLE SUR TOILE, 104,1 X 142,2 CM. COLLECTION PIERRE LASSONDE. © SUCCESSION JEAN PAUL LEMÉRIX. PHOTO: MBEA, DENIS LEGENDRE / PAUL ÉMILE BORDIACS, SANS TITRE N° 23, 1959. HAÏLE SUR TOILE, 60,3 X 72,4 CM. COLLECTION PRIVÉE. PHOTO: HEFFEL. FINE ART AUCTION HOUSE, AGSF-E02989-001. © SUCCESSION PAUL ÉMILE BORDIACS/SOPIAC (2015)

MUSÉES

MUSÉE MCCORD

Des initiatives dynamiques pour faire vivre le musée

CATHERINE GIROUARD

Les musées ont bien changé au cours des 30 dernières années. La visite guidée présentée de façon magistrale est même en voie de disparition, alors que les musées rivalisent de créativité pour offrir des expériences uniques aux visiteurs. L'objectif: transformer une journée au musée en une expérience cognitive complète. On ne veut plus faire simplement visiter un musée: on veut le faire vivre.

«*Haïda. Anishinaabe. Déné. Inuit. Naskapi. Eeyou.*» En pénétrant dans la salle d'exposition de *Porter son identité – la collection Premiers Peuples* du Musée McCord — les noms des 11 premières nations sont récités en boucle dans leur langue maternelle. Sac de l'aventure au musée sur le dos, papiers et crayons en main, de jeunes visiteurs débambulent à travers des vêtements traditionnels et des œuvres contemporaines autochtones à la recherche d'indices pour compléter leur jeu de piste. Au rythme du hochet et du tambour, ils sont ensuite initiés à la musique et à la danse autochtones, tandis que d'autres fabriquent un pendentif inspiré de l'art inuit.

Dans la salle suivante, c'est un iPad en main et des écouteurs aux oreilles que les visiteurs découvrent l'exposition *Montréal – Point de vue*. À l'aide de pièces musicales, de textes poétiques et théâtraux, ils doivent résoudre des énigmes et découvrir le puzzle final à assembler.

Ces deux exemples illustrent les multiples formes dy-

namiques et participatives qu'empruntent de plus en plus de musées pour mieux transmettre leur savoir. «*Auparavant, un musée était un cénacle d'experts et de scientifiques qui transmettaient leur savoir par des guides qu'on appelle maintenant des médiateurs*, relate Dominique Trudeau, chef de l'action éducative au Musée McCord, qui a présenté un atelier sur l'expérience cognitive des visiteurs lors du récent congrès de la Société des musées du Québec. *On s'est par ailleurs aperçu il y a une trentaine d'années que ce n'est pas que la science et les objets qui doivent être au centre de la mission des musées, mais aussi les visiteurs.*»

«**On ne veut pas que notre musée soit vu comme une église où on vient une fois par année, mais comme un endroit où on peut vivre**»

L'expérience cognitive prônée aujourd'hui tient donc compte de toutes les façons d'appréhender le savoir, explique M^{me} Trudeau. «*On parle entre autres de la mémoire, du langage, du raisonnement, de l'apprentissage, de la résolution de problème, de la prise de décision et de l'attention. On s'aperçoit autrefois les émotions de tout ça, mais plus maintenant, car on s'est rendu compte que ce qu'on apprend n'est jamais détaché de ce qu'on ressent.*»

Les musées cherchent aussi à présenter l'information de sorte que le visiteur ait à la réorganiser. Que ce soit en reconstituant une ligne du temps à la fin de la visite, en participant à un atelier de création ou en ayant été suffisamment interpellé pour avoir envie de reparler de ce qu'il a vu, la réorganisation de l'information ainsi engendrée favorise l'ap-



«**Quand un visiteur quitte le musée, je veux qu'il ait eu du plaisir, qu'il ait appris quelque chose et qu'il ait développé sa curiosité d'en savoir plus**», affirme la chef de l'action éducative au Musée McCord, Dominique Trudeau.

propriation des contenus, affirme la muséologue.

La mission des musées n'a pour sa part pas changé à travers le temps. Grand diffuseur de savoir, ils cherchent encore et toujours à préserver et transmettre des connaissances. Ce sont les méthodes de transmission qui ont évolué. «*On s'est aperçu que les visiteurs ont des besoins émotifs et sensitifs, et qu'on améliorerait la transmission de la connaissance si ces besoins sont comblés*», explique Dominique Trudeau.

Mettre la théorie en pratique

Tout cela, Dominique Trudeau le met en pratique au quotidien au musée de la rue

Sherbrooke, qui se consacre à l'histoire sociale de Montréal, de ses gens, de ses artisans et des communautés qui la composent. Découverte des expositions permanentes du musée du point de vue d'un enfant, chasse au trésor dans une exposition temporaire qui débute en novembre avec Monsieur Lapin, cette vedette aux grandes oreilles d'une série de livres jeunesse publiée aux éditions Les 400 coups, ateliers de création, heure de contes, activités spéciales parents-poupons: le programme annuel L'aventure au musée, qui propose plusieurs activités familiales variées, a été pensé et conçu selon ces principes. Et selon la chef de l'action éduca-

tive du Musée, cette approche répond bien aux attentes des visiteurs. «*Nos expositions se veulent aussi des déclencheurs d'activités familiales*, souligne M^{me} Trudeau. *On s'est rendu compte des bienfaits de laisser une place à la relation parents-enfants durant les activités.*»

M^{me} Trudeau mise d'ailleurs particulièrement sur son programme d'activités familiales pour rejoindre les jeunes cette année, les coupes en éducation ayant un impact direct sur le nombre de visites scolaires. Alors que le Musée McCord a généralement déjà accueilli 5000 élèves à ce temps-ci de l'année, ils ne sont qu'environ 1500 à avoir visité le musée jusqu'à présent, se désolent-elle.

M^{me} Trudeau est par ailleurs convaincue qu'une visite au musée est un complément important à la formation scolaire traditionnelle. Le contact avec de vrais objets, entre autres, permet d'absorber autrement des informations transmises en classe. «*Je me souviendrai toujours de ce que j'ai ressenti dans ma jeunesse en fouillant dans de vieilles boîtes d'objets dans le grenier de ma grand-mère. Les traces de l'utilisation de l'objet interpellent*», dit-elle, évoquant le phénomène de l'empathie historique, cette faculté de s'imaginer la vie à une autre époque.

Et ce qui fonctionne bien avec les plus petits fonctionne généralement bien avec les plus grands aussi. «*La stratégie de questionnement qu'on utilise avec les écoliers, par exemple, est une manière d'intégrer le visiteur dans la démarche et de dynamiser la présentation. En étant bien dosée, cette stratégie est aussi intéressante pour les adultes, leur permettant de s'exprimer et de leur faire sentir que le musée est un endroit pour eux.*»

Si certains préfèrent toutefois les visites plus traditionnelles, rien ne les empêche de le faire à leur manière. Les médiateurs restent à proximité pour répondre à leurs questions au besoin.

«*Quand un visiteur quitte le musée, je veux qu'il ait eu du plaisir, qu'il ait appris quelque chose et qu'il ait développé sa curiosité d'en savoir plus*, conclut M^{me} Trudeau. *Et si une exposition a donné envie à quelqu'un d'approfondir ses recherches en revenant chez lui, je me dis que c'est mission accomplie.*»

Programmation: musee-mccord.qc.ca

Collaboratrice
Le Devoir

MUSÉES DE LA CIVILISATION

Séduire, émouvoir, faire réfléchir

Pour chaque exposition, les musées doivent se réinventer pour offrir une expérience riche à leurs visiteurs. On doit arriver à les séduire, puis à toucher à leurs fibres émotive et rationnelle. Chaque fois, le défi est grand et il faut tenter de nouvelles avenues. Entrevue mixte sur l'expérience muséale avec le tout nouveau directeur général des Musées de la civilisation, Stéphan La Roche, et Dany Brown, directeur des expositions.

MARTINE LETARTE

Coloré, contemporain, même urbain, l'art autochtone en provenance d'Australie est à l'honneur au Musée de la civilisation, à Québec, avec l'exposition *Lignes de vie* dévoilée cette semaine. À travers les œuvres présentées, le visiteur est rapidement amené à réfléchir sur la question des revendications politiques et territoriales des autochtones et insulaires du détroit de Torrès qu'il découvre — ou redécouvre — avec cette exposition.

«*Le Musée de la civilisation a comme priorité de présenter les arts autochtones et diverses réalités de ces peuples qui sont présents au Québec et au Canada, mais aussi ailleurs dans le monde*, affirme Stéphan La Roche. *Présenter cet art contemporain autochtone australien vient compléter le regard que l'on porte sur la culture autochtone. Il y a des liens évidents entre les réalités québécoises, canadiennes et australiennes, mais elles sont vécues différemment.*»

Le visiteur acquiert également de nouvelles connaissances et découvre des êtres mythiques dans cet art bien singulier, dont les traditions sont perpétuées depuis plus de 60 000 ans.

«*Les œuvres sont tout à fait fascinantes, alors l'aspect enchantement est aussi présent pour le visiteur*, affirme Dany Brown. *Elles sont présentées d'une façon originale, en aplat, alors on les voit du dessus. Elles présentent des itinéraires de vie et sont associées à des territoires. C'est très touchant.*»

Les œuvres se déploient dans un espace ouvert évoquant le vaste territoire australien. L'exposition comprend aussi trois montages vidéo qui posent un regard documentaire et artistique sur cette présence humaine. On a aussi pensé aux enfants: 11 stations éducatives ont été créées pour stimuler leur curiosité.

Lignes de vie a été réalisée par le Musée de la civilisation en collaboration avec le Kluge-Ruhe Aboriginal Art Collection de l'Université de Virginie.

Une expérience à bâtir chaque fois

On pourrait penser qu'il existe des recettes pour créer des expositions à succès dans les musées, mais aux yeux de Dany Brown, le processus de création est à recommencer chaque fois. Comme base, on retrouve toujours tout de même trois ingrédients: l'émotion, le cognitif et la séduction.

«*Ces trois aspects doivent être présents, mais leur dosage varie d'un projet d'exposition à un autre*, explique M. Brown. *Chaque fois, il faut regarder comment le sujet ou le thème abordé pourra aller chercher le visiteur dans les différents aspects de sa personne. Généralement, un aspect prend le dessus sur les deux autres. Le site, l'approche, l'angle de traitement différent toujours. La créativité n'a pas de limite.*»

Par exemple, pour l'exposition *Corps rebelles*, présentée jusqu'au 14 février, où on décèle le

langage du corps en mouvement et l'écriture chorégraphique de la danse contemporaine, l'approche est très technologique. L'exposition se situe même à la limite de l'installation et de l'œuvre, avec très peu de documents. Grâce à la collaboration de Moment Factory, les visiteurs sont même invités à se mettre sous les feux de la rampe en participant à *Danser Joe*, une projection immersive.

Dans *Tirées par les chevaux*, présentée jusqu'au 17 janvier, on exploite plutôt la trame historique. On y découvre le savoir-faire de voituriers québécois à l'époque où les chevaux étaient essentiels au transport terrestre.

«*On joue beaucoup sur la nostalgie, sur l'émotion*, indique Dany Brown. *Cela favorise les échanges. Puis, nous invitons les gens à laisser leur trace. Nous avons créé une activité de "twitterature" où les visiteurs peuvent raconter une très courte histoire à partir des voitures présentées.*»

Les visiteurs peuvent rédiger ces minuscules textes sur des bornes installées dans l'exposition et elles sont publiées sur Twitter.

Des musées actuels

Les Musées de la civilisation multiplient les efforts pour s'inscrire concrètement dans le monde actuel. Chargée de projet pendant 30 ans, Lise Bertrand, reconnue pour la place qu'elle accordait aux artistes contemporains dans son travail, vient d'ailleurs d'obtenir le prix Carrière de la Société des musées du Québec.

Entré en poste à la mi-octobre, Stéphan La Roche a l'intention de poursuivre le travail pour que les Musées de la civilisation soient toujours

plus en phase avec les réalités d'aujourd'hui.

«*Nous voulons répondre aux attentes des citoyens québécois, puis des visiteurs de l'étranger, toujours rester à l'affût des nouvelles tendances et poursuivre les développements dans le domaine du numérique, qui touche maintenant tout le monde*», affirme-t-il.

Dans ses anciennes fonctions à la tête du Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ), Stéphan La Roche s'est démarqué pour avoir mené une réorganisation majeure afin de faciliter l'accès au financement des artistes. S'il a toujours l'âme de développeur, il n'a pas l'intention toutefois d'adopter la même approche aux Musées. «*Le CALQ et les Musées sont évidemment des institutions extrêmement différentes*», précise-t-il.

Le nouveau directeur général connaissait déjà le Musée de la civilisation de l'intérieur, puisqu'il y a travaillé comme guide à l'ouverture de l'établissement de Québec, en 1988. Actuellement, il se dit dans la phase où il s'imprègne de son nouveau milieu de travail avant d'annoncer d'éventuels projets.

«*Après quelques jours en poste, je peux dire tout de même que je suis extrêmement privilégié et conforté de me retrouver entouré d'une équipe extraordinaire, passionnée de la chose muséale et investie de sa mission de faire découvrir au plus grand public possible des éléments du passé, du présent, et de lui permettre de se projeter dans l'avenir. Mais, il est encore tôt pour annoncer quoi que ce soit. Donnez-moi quelques mois.*»

Les Musées de la civilisation comprennent le Musée de la civilisation, bien sûr, mais aussi le Musée de l'Amérique francophone, le Musée de la place Royale et la Maison historique Chevalier.

Collaboratrice
Le Devoir

PATRICK BERNATCHEZ

LES TEMPS INACHEVÉS

NOUVELLE EXPOSITION
JUSQU'AU 10 JANVIER 2016En coproduction avec le
Casino Luxembourg – Forum d'art contemporainPatrick Bernatchez, *Lost in Time*, 2014. Film couleur transféré
sur support numérique, 46 min, son. Coproduction Musée
d'art contemporain de Montréal et Casino Luxembourg.
Avec le soutien du Conseil des arts et des lettres du Québec
et du Conseil des arts du Canada. Collection privée, Montréal

MAC

MUSÉE D'ART
CONTEMPORAIN
DE MONTRÉAL185, rue Sainte-Catherine Ouest
Montréal (Québec) H2X 3X5, Canada
Métro Place-des-Arts macm.orgPARTENAIRE PRINCIPAL
Collection
Loto-Québec

UBISOFT

COGECO
Métromédia

MUSÉES

MUSÉE NATIONAL DES BEAUX-ARTS DU QUÉBEC

Du forum du savoir au lieu de rencontre

Si la question de l'expérience du visiteur n'est pas nouvelle, elle ne trouvait cependant pas, jusqu'à tout récemment, d'application concrète. Elle était au cœur du dernier colloque de la Société des musées du Québec, qui se tenait à Lévis du 28 septembre au 1^{er} octobre. Anne Eschapasse, directrice des expositions et de la médiation au Musée national des beaux-arts du Québec (MNBAQ), y comptait parmi les panélistes d'une table ronde consacrée à l'attractivité des institutions muséales, aux défis qui les attendent et aux tendances qui se dessinent en la matière.

LAURIE VANHOORNE

« On oublie souvent la fatigue muséale, remarque M^{me} Eschapasse. Il s'agit de l'épuisement que l'on ressent, souvent au bout de deux heures, quand on se promène dans un musée. On n'a alors pas la capacité d'en absorber plus. » Plusieurs moyens très simples permettent cependant de contourner ce phénomène comportemental: la présence de lumière naturelle, de toilettes accessibles, mais aussi l'aménagement d'espaces pour prendre un café, qui permettent de reprendre des forces... pour mieux repartir à la découverte d'œuvres d'art. « La principale critique que l'on reçoit, c'est que les cartels — les textes didactiques qui accompagnent les œuvres — sont trop petits. On est donc beaucoup plus vigilants avec cette composante des expositions. On s'assure que les caractères soient assez larges. »

Pour un musée qui se distingue par son offre destinée à la famille et en particulier aux tout-petits, les stratégies en matière d'expérience du visiteur ne s'arrêtent pas là. L'exposition *Derrière la porte*, qui sera gratuite et ouverte au public du 3 décembre au 31 janvier prochains, incarne le souhait du MNBAQ de faire vivre à sa clientèle des expériences immersives, sensorielles. « Derrière la porte est inspirée de la tapisserie d'Alfred Pellan *Chambre d'enfant*, explique Marie-Hélène Audet, responsable des ateliers pour le grand public du musée de Québec. En entrant, il y aura un passage obligé par lequel les familles devront passer et où elles pourront admirer l'œuvre en question. Le public pourra franchir des petites portes qui rappellent l'univers d'Alice au pays des merveilles et découvrir celui de Pellan en manipulant des objets, en touchant toutes sortes de textures — peluches, plumes —, en dessinant et même en faisant le tour de l'exposition en tricyle! »

Le MNBAQ réfléchit par ailleurs en ce moment à la possibilité de se doter d'une charte des droits des visiteurs, qui consoliderait l'une

de ses cibles principales qu'est l'expérience du public. Celle-ci établirait de façon officielle les objectifs qui guident ses activités, notamment le souci du confort, d'une orientation plus précise et le respect du public, qui doit se sentir écouté. De telles chartes existent déjà dans certains musées américains.

« Avant, on était plus centrés sur les collections; aujourd'hui, on se concentre sur le lieu. On essaie d'avoir une offre qui répond aux attentes du public, précise Anne Eschapasse. Le monde des musées peut être assez tendu et complexe, mais les musées restent remarquables, car ils sont des lieux de ressourcement, de rassemblement, souvent dans des cadres magnifiques; des lieux de plus en plus recherchés pour vivre une expérience collective, plus multipolaires que ce qu'ils étaient auparavant. » Le musée s'efforce également de pallier l'appauvrissement des programmes scolaires dans l'enseignement des arts plastiques. « On sait à quel point l'art est une source de stimulation de l'imagination, d'ouverture sur le monde. »

L'apport du numérique

Et quelle est la place du numérique, en 2015, dans un musée qui souhaite maximiser l'expérience de ses visiteurs? « On pense que le numérique est un atout, mais on ne le privilégie pas au détriment d'autres moyens de communication, indique M^{me} Eschapasse. Nous avons un comité numérique qui réfléchit au type d'actions que l'on peut poser, mais ce n'est pas au cœur de notre développement. »

De février à mai 2015, le musée présentait une exposition des photos prises par Lida Moser au Québec en 1950. A cette occasion, des iPad mini se sont faufilés entre les murs du musée et ont permis au public de jeter un œil aux clichés qui n'avaient pas pu être développés.

Mais pour le MNBAQ, c'est surtout dans le cadre de la prévisite et de la postvisite que les outils numériques s'avèrent intéressants, no-



SOURCE MNBAQ

Le Musée national des beaux-arts du Québec accueillera l'événement *Museumix*, auquel le Musée de la civilisation de Québec a été le premier établissement nord-américain à participer, en 2013.

tamment à travers des applications, des microsites consacrés aux expositions et les réseaux sociaux, sur lesquels il publie parfois des capsules vidéo dans lesquelles un conservateur et une personne du grand public discutent à propos d'une pièce d'une collection en salle. « Ça doit rester des outils et non une fin en soi, insiste Marie-Hélène Raymond, édimestre et gestionnaire de communauté de l'institution. Ce qu'on présente, ce sont d'abord des œuvres d'art. »

Museumix

Le MNBAQ accordera une place de choix aux technologies numériques du 6 au 8 novembre, alors qu'il accueillera pour la première fois *Museumix*, sorte de laboratoire vivant qui se déroule simultanément dans plusieurs musées du monde et dont les participants développeront des prototypes d'outils de médiation, de réalité augmentée. Le dimanche midi, le public sera invité à les tester.

Autre nouveauté imminente, l'inauguration au printemps prochain d'un nouveau pavillon, qui permettra de presque doubler la surface actuelle du MNBAQ et dont la conception s'inscrit dans la volonté du musée d'améliorer l'expérience de ses visiteurs.

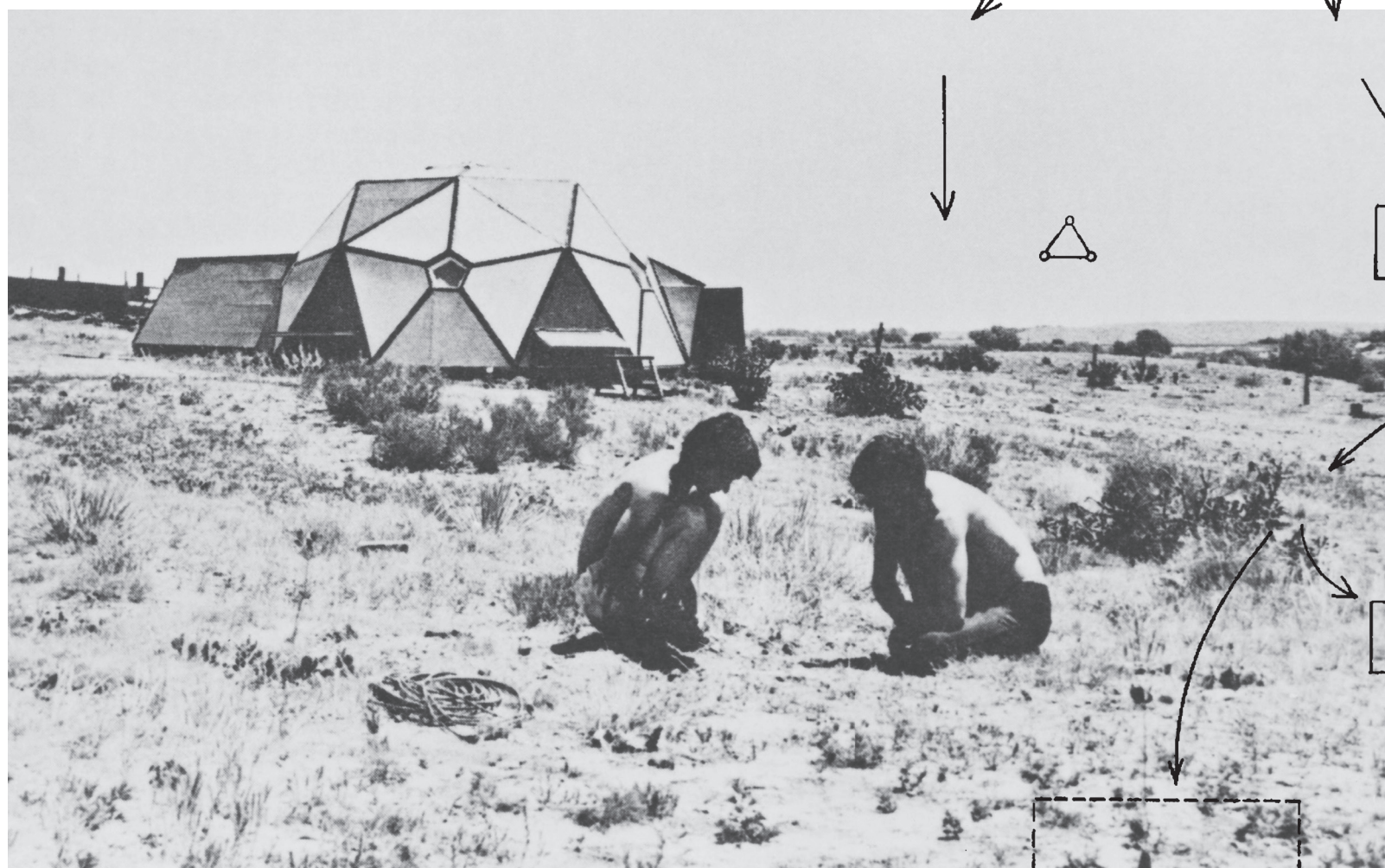
La famille sera le pilier de ce nouveau complexe et demeure au cœur du développement du musée, qui reste à l'affût des tendances et poursuit le dialogue avec le public et la communauté muséale, précise Anne Eschapasse. « Les musées se sont décloisonnés et sont plus à l'affût de leur sens du service. Ils sont devenus moins un temple du savoir qu'un forum de rencontre, de socialisation. On doit en multiplier les portes d'entrée, les connecter à la communauté, qu'elle soit scolaire, familiale ou encore senior. »

Collaboratrice
Le Devoir

L'architecte, autrement

28 octobre 2015 – 10 avril 2016

23 études de cas qui soulignent le potentiel de l'architecture afin de répondre aux problématiques pressantes de notre époque:
AD/AA/Polyark, AMO, Anyone Corporation, Architects Revolutionary Council, Architectural Detective Agency, Architecture Machine Group, Art Net, Atelier de Recherche et d'Action Urbaines, Center for Urban Pedagogy, CIRCO, Corridart, Delos Symposium, Design-A-Thon, Forensic Architecture, Global Tools, Institute for Architecture and Urban Studies, International Laboratory of Architecture and Urban Design, Lightweight Enclosures Unit, Multiplicity, Kommunen in der Neuen Welt, Pidgeon Audio Visual, Take Part and Urban Innovations Group.



CCA

Centre Canadien d'Architecture
Canadian Centre for Architecture

1920, rue Baile, Montréal, Québec, Canada H3H 2S6

Le CCA tient à remercier de leur appui généreux le ministère de la Culture et des Communications, le Conseil des Arts du Canada, le Conseil des arts de Montréal et Hydro-Québec. The CCA gratefully acknowledges the generous support of the Ministère de la Culture et des Communications, the Canada Council for the Arts, the Conseil des arts de Montréal and Hydro-Québec.

cca.qc.ca/autrement

Fier partenaire

Hydro
Québec