RAPPORT D'ACTIVITÉ 2020

PROGRAMME PRÉVISIONNEL 2021

Musées et Société en Wallonie ASBL

TABLE DES MATIÈRES

Le mot de la Présidente

I. Objectifs généraux
II. Vision
III. Missions
IV. Organigramme 2020
V. Gestion de la crise Covid
VI. Partenariats et représentation
VII. Etudes, travail de sensibilisation et conférences
VIII. Les réseaux
IX. Communication et promotion
X. Veille
XI. Professionnalisation du secteur
XII. Services aux membres
XIII. Projets sectoriels spécifiques
XIV. Innovation muséale

Conclusion

Le mot de la Présidente

Dire que l'année 2020 fut profondément bouleversée et totalement inédite pour chacun d'entre nous est un doux euphémisme. Nos musées se sont tout à coup retrouvés amputés d'une part essentielle de leur ADN, privés des publics pour lesquels ils concentrent quotidiennement tant d'efforts. Mais cette situation nouvelle, si elle a bien entendu généré son lot de problèmes et d'incertitudes, a aussi poussé bon nombre de musées à s'interroger sur eux-mêmes et à tenter de se réinventer.

L'association Musées et Société en Wallonie s'est également reformulée durant cette année, pour remplir de façon optimale ses missions d'appui aux institutions muséales. Qu'il s'agisse de rechercher et de transmettre aux musées toutes les informations nécessaires à leur survie, d'être l'interlocuteur privilégié de nos instances décisionnaires pour faire entendre la voix des musées ou de développer des projets permettant à nos institutions de maintenir le lien avec les visiteurs, voire d'en nouer de nouveaux par des approches originales, Musées et Société en Wallonie a été sur tous les fronts en 2020 et a démontré une fois encore sa pleine capacité à rencontrer les attentes du secteur muséal wallon.

Illustrations p. 1-2-3-6-47 © Shutterstock.com

I. OBJECTIFS GÉNÉRAUX

« Musées et Société en Wallonie » (MSW) a pour objectifs de fédérer les musées et les institutions muséales membres situés sur le territoire de la Wallonie, de les représenter, de les faire progresser ainsi que de les faire connaître.
Ses missions visent à assurer la préservation ainsi que la mise en valeur du patrimoine mobilier et s'inscrivent dans la notion permanente de services à ses membres dans l'esprit de réseaux et d'ouverture à d'autres partenaires.
Association sans but lucratif, MSW a son siège social Place Gustave Falmagne, 1 situé à Namur (5000).
MSW veille au respect de sa charte d'adhésion.

II. VISION

Les valeurs qui nous animent sont :

- fédérer les institutions muséales tout en respectant les spécificités de chacun ;
- encourager les membres à exister et à développer leurs projets ;
- promouvoir le débat d'idées ;
- promouvoir le professionnalisme de nos membres ;
- promouvoir un tourisme culturel durable, dans les limites de la spécificité patrimoniale et muséale.

Nous voulons être reconnus comme :

- une association proposant des services professionnels à ses membres, ses réseaux, ses partenaires (régionaux, nationaux, internationaux) et permettant le développement des missions ainsi que du fonctionnement des institutions muséales ;

- une association indépendante, représentative du secteur muséal, partenaire incontournable des pouvoirs publics et de leurs administrations ;

- un espace de réflexions, de rencontres, d'échanges de pratiques professionnelles, dans le but de développer des actions concrètes.

III. MISSIONS

Fédérer

MSW mène des actions visant à mettre en réseau ses membres afin qu'ils puissent s'enrichir et développer ensemble leurs missions avec d'autres acteurs de la vie économique, sociale et culturelle. MSW suscite et défend une position commune.

Représenter

MSW représente et défend le secteur muséal wallon auprès du secteur, des partenaires et au sein des instances décisionnelles. MSW suscite et défend une position commune.

Faire progresser

MSW est animé par une volonté de professionnalisation du secteur muséal en dotant ses membres de l'expertise nécessaire à la réalisation de leurs missions. MSW suscite et défend une position commune.

Faire connaître

MSW mène des actions pour faire connaître et mettre en valeur le secteur muséal et plus particulièrement ses membres. MSW suscite et défend une position commune.

Innover

MSW est une plateforme permettant la mise en place de projets et d'expérimentations dans un but d'amélioration du secteur muséal wallon. MSW suscite et défend une position commune.

IV. ORGANIGRAMME 2020

En 2020, l'équipe de MSW était composée de 7 employés. En novembre, l'organigramme a été modifé en raison du départ d'Emeline Laus, notre assistante administrative et comptable. Cette dernière a été remplacée par Laurent Panepinto. Fin 2020, l'organigramme de MSW se présente donc comme suit:

- Clément Lalot, engagé en mai 2017, directeur ;
- Alice Terwagne, engagée en juin 2017, chargée de projets (Tourisme) et des formations ;
- Romain Jacquet, engagé en juin 2017, chargé de projets (Patrimoine) et formateur TIC ;
- Noélie Maquestiau, engagée en novembre 2017, chargée de projets et responsable communication & marketing ;
- François-Louis de Schaetzen, engagé en mars 2018, chargé de projets MPM et traducteur
- Diane Degreef, engagée en décembre 2019, chargée de projets (Patrimoine) (mi-temps)
- Laurent Panepinto, engagé en novembre 2020, assistant administratif et comptable

2021 – Suite à l'octroi d'un nouveau poste Maribel mi-temps, Diane Degreef deviendra conseillère en nouvelles technologies pour nos membres et ce, à partir du 22 février.

V. GESTION DE LA CRISE COVID

Sans grande surprise, l'ensemble de l'équipe a été fortement mobilisée par la gestion de la crise et ce sur de nombreux aspects :

1. **Information :** nous avons tâché d'informer au mieux les membres de notre association, notamment à propos des mesures mises en place, des formes de soutien, des appels à projet… Cette information s'est faite au travers de nombreux mailings, newsletters et publications sur notre site internet. Nous avons enfin eu beaucoup de contacts téléphoniques avec des membres en recherche d'informations.

2. **Evaluation** : nous avons tenté au travers de 6 enquêtes et 1 focus group d'évaluer quantitativement et qualitativement la situation des musées. Ces enquêtes portaient sur les pertes financières, la stabilité de l'emploi, les activités réalisées par les musées, la capacité des institutions à rouvrir…

3. **Accompagnement** : afin de faciliter la réouverture des musées, nous avons réalisé une commande groupée de 30 000 masques chirurgicaux quand leur disponibilité était compliquée. Cela a permis aux musées d'être équipés pour la première réouverture. Nous avons également dressé une liste de fournisseurs utiles à la mise aux normes sanitaires.

4. **Élaboration des protocoles :** MSW a été consulté à plusieurs reprises pour la rédaction des protocoles sanitaires tant en Fédération Wallonie-Bruxelles qu'en Région wallonne. En Fédération Wallonie-Bruxelles, MSW a été, avec ICOM B-WB et Brussels Museums, à la base du premier protocole sanitaire qui a alors été amendé au fur et à mesure de l'évolution de la crise. MSW a été consulté pour le protocole en Région wallonne afin de le coordonner avec celui de la FWB.

5. **Communication :** MSW a beaucoup communiqué avec les autorités, la presse et ses membres afin de faire connaître les réalités vécues par les musées.

6. **Coordination :** les différentes réouvertures des musées ont nécessité un important travail de coordination avec les diverses fédérations du pays. En effet, MSW s'est coordonné avec les fédérations francophones mais également avec la Flandre ce qui a donné plus de poids aux demandes formulées par notre secteur.

2021 – MSW publiera un bilan de la crise qui sera diffusé auprès des autorités, des administrations, de la presse et de ses membres. Pour ce faire, MSW s'appuiera notamment sur la mise en place de deux nouveaux focus groups. L'ASBL continuera aussi son important travail d'accompagnement.

VI. PARTENARIATS ET REPRÉSENTATION

Fédération Wallonie-Bruxelles (FWB)

Durant la première partie de l'année, MSW a été un support pour la FWB dans la rédaction des protocoles, dans la transmission d'informations relatives à la situation des musées (cfr. Gestion de la crise Covid). La deuxième partie de l'année (septembre 2020) a vu la mise en place des instances d'avis. MSW siège donc, en tant que fédération reconnue, dans la Chambre de concertation des Patrimoines culturels. Les représentants de MSW sont : Christelle Rousseau, Alice Terwagne, Pascal Lefèbvre et Clément Lalot.
Clément Lalot est devenu président de la Chambre tandis que Sarah Lessire (Association des Archivistes francophones de Belgique) occupe la vice-Présidence. De ce fait, ils représentent la Chambre au Conseil supérieur de la Culture.

En 2020, la Chambre s'est réunie le 3 septembre, le 8 octobre, le 29 octobre, le 26 novembre, le 27 novembre (Groupe de travail « Archives ») et le 17 décembre (Groupe de travail « Archives »). Les travaux de la Chambre ont porté sur :

1. La publication d'un avis sur le rapport « un futur pour la culture »
2. La question du nouveau décret dédié aux archives privées a été amorcée par la remise de deux avis.

Un groupe de travail a été constitué.

Le Conseil supérieur de la Culture s'est réuni le 29 septembre pour la séance inaugurale. Il s'est ensuite réuni le 13 octobre, le 27 octobre, le 5 novembre, le 17 novembre et le 17 décembre. Il a notamment travaillé sur :

1. La remise d'un avis sur le rapport « un futur pour la culture »
2. La remise d'un avis sur l'avant-projet de décret organisant une coordination et un renforcement des actions de la Communauté française en faveur d'une transition écologique.

En **2021**, la Chambre continuera son travail sur le décret « Archives » par une réflexion en groupe de travail. Dans cette optique, des assises auront lieu. L'objectif est d'aboutir à l'écriture du texte fin 2021. Parallèlement, elle se penchera sur la révision des décrets Patrimoines culturels mobiliers et sur le Patrimoine immatériel. Le décret relatif aux musées ne sera pas revu en 2021 mais fera l'objet d'une réflexion sur la compréhension du texte. Une étude sera également menée sur la problématique du gardiennage. La Chambre réagira aux sollicitations de la Ministre, des autres instances ou encore sur tout sujet pertinent.
Le Conseil supérieur de la Culture travaillera sur le décret relatif à la direction des lieux de création, de diffusion, des festivals et des centres scéniques bénéficiant d'un contrat-programme et sur tout autre sujet nécessitant son avis.

FÉDÉRATION WALLONIE-BRUXELLES

Agence Wallonne du Patrimoine (AWaP)

Semaine Jeunesse et Patrimoine

Dans le cadre de la préparation de la Semaine Jeunesse et Patrimoine 2020, notre équipe a œuvré à l'élaboration de trois supports de médiation : l'un à destination du public scolaire et les deux autres à destination du public familial (pour la journée des familles le 1er mai). Pour chaque outil, une attention particulière a été portée à l'apport pédagogique de l'activité.

Ces supports ludo-pédagogiques s'articulent tous autour du thème de la chasse au trésor. Ce thème est ainsi décliné de diverses façons pour chaque tranche d'âge. Le premier support, conçu pour le public scolaire de 9 à 13 ans, se présente sous la forme d'un jeu d'équipe. Les élèves sont invités à explorer le musée à la recherche d'épreuves et d'énigmes qui leur font découvrir les espaces et les collections. Le deuxième jeu, créé pour les enfants de 3 à 5 ans, se compose d'un puzzle de 4 pièces faisant office de boussole. Cette dernière, une fois reconstituée et correctement orientée, indique l'emplacement du trésor. Enfin le troisième support, à destination des enfants de 6 à 12 ans, se compose d'une carte au trésor. Afin de trouver le mot de passe donnant accès au trésor, les enfants doivent retrouver une série de balises dispatchées sur le site patrimonial.

2021- L'annulation de l'édition 2020 en raison de la crise sanitaire a repoussé l'aboutissement et la concrétisation de ces supports pédagogiques. Cependant, nous avons été heureux d'apprendre que ces supports restés en projet seront imprimés et utilisés pour l'édition 2021. De ce fait, notre équipe adaptera les jeux précédemment développés pour cette nouvelle édition.

La Lettre du Patrimoine

MSW a poursuivi ses publications trimestrielles dans la Lettre du Patrimoine. Ces articles portent généralement sur des thématiques diverses pertinentes pour le secteur muséal et patrimonial. En 2020, les articles suivants sont parus :

- Lettre du Patrimoine n° 57 : « Musées et Société en Wallonie en 2019 : une année riche en rencontres internationales » ;
- Lettre du Patrimoine n° 58 : « Covid-19 : comment s'adaptent et évoluent les musées wallons » ;
- Lettre du Patrimoine n° 59 : « Lieux de mémoire, les musées archivent et exposent le confinement » ;
- Lettre du Patrimoine n° 60 : « Quand culture rime avec nature ».

En raison de l'actualité particulière de 2020, trois de ces quatre articles évoquent la crise sanitaire et la façon dont les musées ont été impactés.

Journées du Patrimoine

Chaque année, MSW veille à relayer l'actualité de l'AWaP via notamment ses sites web, les réseaux sociaux et sa newsletter mensuelle. Nous diffusons les informations relatives à l'organisation des Journées du Patrimoine à nos membres (procédures d'inscription, cycle de formations…). Nous faisons également la promotion de l'événement auprès du grand public. Pour la 32ème édition des Journées du Patrimoine 2020 (consacrée au thème Patrimoine et Nature), MSW a ainsi diffusé les activités de ses membres via les réseaux sociaux mais aussi sur le site www.museozoom.be par la création d'une page spécifiquement dédiée à cet événement.

Commissariat Général au Tourisme (CGT)

Diverses collaborations sont entreprises avec le CGT. Ces dernières s'articulent autour de différents projets à l'initiative de l'administration. Chaque année, MSW sollicite également le CGT afin de développer ses outils de promotion, de participer à des foires et salons pour y représenter ses membres et de faire la promotion de Museozoom, Marmaille&Co…

La démarche Wallonie Destination Qualité (WDQ)

Depuis le début, MSW est attentif aux diverses sollicitations du CGT à l'égard de la démarche Wallonie Destination Qualité. En février 2021, on compte 214 labellisés dont 26 sont membres de MSW (29 en 2019).
Ci-après, un descriptif des différentes actions entreprises en 2020 dans le cadre de WDQ.

- MSW, une association reconnue Wallonie Destination Qualité - Axe 1

L'association est labellisée depuis août 2018 et ce jusqu'en 2021. La mise en œuvre du dernier plan d'action est actuellement en cours et un dossier de renouvellement sera rentré d'ici la fin de l'année.

- MSW parle de la démarche Wallonie Destination Qualité

En termes de communication, MSW tente de faire systématiquement référence au label WDQ via la présence du logo sur ses supports de promotion. Les musées labellisés sont également identifiables sur Museozoom via le pictogramme WDQ qui renvoie sur le site http://www.walloniedestinationqualite.be. Une information générale existe également sur msw.be (http://msw.be/2018/04/12/wallonie-destination-qualite/).
En 2020, un article spécialement dédié à WDQ a été publié sur msw.be et dans la Newsletter. Ce dernier valorise les initiatives des musées labellisés pendant le 1er confinement : http://msw.be/2020/06/25/musee-confinement-quelques-initiatives-du-secteur-museal-wallon/.
Plusieurs autres publications WDQ ont été enregistrées sur msw.be. Il s'agit essentiellement du partage de l'agenda des formations.

- MSW organise une formation WDQ : « Accueillez vos visiteurs en néerlandais »

Afin d'aider ses membres à encore mieux accueillir leurs visiteurs en néerlandais, MSW a organisé une formation dispensée par TradOffice. Les 4 modules de 3h ont été donnés sur 2 jours, les 13 et 20 octobre 2020 chez MSW. 15 membres ont participé gratuitement à la session.

- MSW une association proche de ses membres

Dans le cadre de son plan d'action WDQ 2018-2021, MSW s'est engagé à continuer de se rapprocher de ses membres. Des visites des institutions sont régulièrement organisées afin d'écouter leurs attentes quant à leur association et de comprendre leurs réalités. Ainsi, les actions mises en place par MSW sont davantage pertinentes et répondent à un besoin réel.
En 2020, l'équipe de MSW s'est rendue dans 52 musées, 33 institutions ont été visitées dans le cadre de cette action de sensibilisation. Etant donné la situation liée au Covid-19, la plupart de ces rencontres n'ont pas pu avoir lieu physiquement faisant place à quelques accompagnements/rencontres/entretiens via Zoom.

- MSW organise une séance d'information et une formation sur la démarche WDQ

Initialement, une séance d'information (le 5 juin 2020) et une formation (les 10 et 11 septembre 2020) étaient prévues au Musée de la Grande Ardenne. Néanmoins, ces deux événements ont été annulés suite à la pandémie.

2021- Etant donné la situation sanitaire, le CGT a décidé de mettre temporairement en suspens les aspects administratifs liés à Wallonie Destination Qualité. MSW souhaite tout de même continuer la mise en place de son dernier plan d'action afin de rester dans une démarche d'amélioration continue. L'association s'engage également à participer aux événements (réunions, ateliers, tables rondes, colloques…) organisés par la direction de la stratégie, à sensibiliser ses membres à la démarche, à organiser minimum une formation visant à améliorer l'accueil des visiteurs dans les musées et enfin de continuer à se rapprocher de ses membres en partant à leur rencontre.

Tourisme pour Tous

Depuis 2016, MSW s'est engagé, aux côtés du CGT, à développer des actions dans le cadre du Tourisme pour Tous. Ce projet s'articule autour de deux axes :
- L'accessibilité au tourisme pour les personnes précarisées. Cet axe s'inscrit dans le cadre du plan de lutte contre la pauvreté dont l'objectif est de développer une offre touristique sociale et solidaire et de lever les freins à l'accès au tourisme (freins financiers, sociaux, de mobilité…).
- L'accessibilité pour les personnes à besoins spécifiques. Cet axe tente de professionnaliser le secteur afin d'améliorer considérablement l'accueil de ce public.

En 2020, MSW a développer plusieurs actions dans le cadre du Tourisme pour Tous.

- En 2020, MSW a rejoint le Conseil d'Administration d'Article 27.

L'objectif est de créer davantage de ponts entre les musées et cet organisme favorisant l'accès à la culture pour les personnes en situation précaire. Cette année dédiée plus à l'observation qu'à l'action, a permis d'envisager des axes de collaboration futurs.

- La valorisation du museumPASSmusées (MPM) au tarif réduit proposé aux utilisateurs d'Article 27

MSW tente de sensibiliser les CPAS à l'existence du pass à 12€ (au lieu de 59€) afin d'inciter les utilisateurs des Articles 27 à pousser la porte des 187 musées participants. Cette carte se décline de manière non discriminante pour le détenteur en garantissant son anonymat. De cette manière, le MPM s'inscrit pleinement dans la démarche de Tourisme pour tous. L'objectif est double : ouvrir la culture à tout le monde et promouvoir la diversité culturelle. Au 31 janvier 2020, le MPM compte plus de 125 334 adhérents actifs dont 702 au tarif social (987 en 2019), 327 ont été vendus via Article 27.

- Sensibiliser ses membres à l'amélioration de l'accessibilité de leur institution

Depuis 2019, divers contacts ont été pris avec les associations dépendant d'Access-I comme Atingo et AccessAndGO. La volonté de MSW est d'inciter ses membres à s'engager dans une démarche d'amélioration de l'accessibilité et d'informer le grand public des structures investies dans le projet.

- Behind The Museum, l'inaccessible à portée de main

2020 sera marqué par le lancement de Behind the Museum (https://behindthemuseum.be/), un projet, issu d'une collaboration entre MSW et Epicentro, qui a pour objectif de valoriser et de sauvegarder la mémoire des hommes et du patrimoine. Au travers de visites virtuelles en 3D, les visiteurs du site sont invités à « Vivre une expérience immersive et percer les mystères des musées ! ». Les contenus complémentaires, présentés dans les parcours virtuels, permettent de vulgariser diverses thématiques inédites comme les métiers du secteur muséal, les différentes problématiques rencontrées par les institutions… Le projet prévoit également la réalisation de photographies artistiques de pièces de collection qui ont un attrait esthétique, une story telling ainsi qu'un caractère interfrontalier. En 2020, 13 musées ont été numérisés. La volonté est que chaque parcours réponde à un ou plusieurs enjeux et à des problématiques spécifiques aux établissements comme :

- rendre le musée accessible à des publics difficiles à atteindre pour certaines institutions (PMR et les personnes à besoins spécifiques), (ex.: la Maison du Patrimoine Médiéval Mosan, la Maison de la Marionnette et les Mines de Spiennes) ;
- présenter des zones inaccessibles au grand public et les valoriser au même titre que les collections permanentes et temporaires (ex.: l'église Notre-Dame d'Orval) ;
- visualiser des musées avant leur transformation (ex.: l'Aquarium Muséum de Liège).

La phase pilote du projet, fixée à 13 musées, étant terminée, il paraissait important de mesurer l'intérêt du public à l'égard de ce type d'initiative. Les résultats se sont avérés très encourageants puisqu'en décembre 2020, les parcours virtuels ont été visités plus de 21 700 fois et sont apparus sur les réseaux sociaux, les sites des musées et dans des articles en ligne près de 58 000 fois.

En **2021**, MSW lancera sa première action avec Article 27 et le museumPASSmusées. Les deux structures vont également réfléchir ensemble à des actions communes. MSW souhaite organiser une formation à destination des membres de MSW visant à rendre leur structure accessible à un maximum de publics à besoins spécifiques (accueil, aménagement et adaptation des contenus…). Suite à l'analyse des statistiques de Behind The Museum, il a donc été décidé que le projet se poursuivrait en 2021 avec la numérisation de nouveaux sites. L'association répondra aussi favorablement aux sollicitations du CGT à l'égard du Tourisme pour Tous.

Bienvenue Vélo

Si 2020 fut l'année de la reprise des contacts, 2021 sera l'année de la mise en place des actions. Ainsi, MSW désire réaliser une promotion du projet « Les Musées sans Voiture » dans les hébergements reconnus Bienvenue Vélo. L'association souhaite également sensibiliser ses membres à la démarche sur son site MSW.be et dans sa newsletter afin d'augmenter le nombre d'adhérents. En 2021, on compte 694 labellisés dont 38 (31 en 2020) font partie de MSW. L'objectif du projet reste d'aider les opérateurs à proposer un accueil adéquat aux cyclotouristes via des services et des équipements adaptés.

BIENVENUE VÉLO
FIETSWELKOM

Participation aux comités techniques du CGT

Plusieurs administrateurs de MSW participent au comité technique des attractions touristiques ainsi qu'au comité technique des guides touristiques. En 2021, on compte 170 attractions (163 en 2020), dont 82 membres de MSW, reconnues par le CGT (76 en 2020).
Suite à une modification du Code wallon du Tourisme (CWT) en 2017, la grille de classement des soleils a été simplifiée afin d'en faciliter la lecture. C'est pourquoi les attractions touristiques déjà reconnues sont actuellement recontrôlées afin de renouveler leur agrément pour une durée de cinq ans.

ICOM Belgique/Wallonie-Bruxelles (ICOM B-WB)

MSW occupe, en consortium avec ICOM B-WB, une place d'administrateur au sein de la coopérative à finalité sociale museumPASSmusées.
Les deux associations ont longuement collaboré sur la gestion de la crise. Elles ont rédigé ensemble les différentes demandes faites aux autorités (Cfr. Gestion de la crise Covid). Les deux institutions ont été partenaires lors de l'édition 2020 de BeMuseum. Dans ce cadre, elles ont collaboré sur la mise en place d'un panel.

2021- MSW et ICOM se rapprocheront encore en 2021 par une convention de partenariat entre les deux institutions. Les collaborations précédentes perdureront. En outre, MSW répondra aux demandes d'ICOM dans le cadre de la relance de la consultation concernant la nouvelle définition du musée. MSW et ICOM envisagent également de rencontrer des parlementaires ainsi que la Commission Culture du Parlement de la FWB afin de dresser un bilan de la situation actuelle.

Tax Shelter

MSW a réceptionné la traduction de l'étude qualitative de l'opportunité et de la faisabilité d'étendre la loi sur le Tax Shelter au secteur muséal. Cette étude fut commanditée par ICOM B-WB auprès de l'Université d'Anvers. Lors d'un webinaire un des 3 auteurs, le Professeur Dirk De Corte, a commenté ce travail dont voici le résumé des opportunités et des obstacles.

- Opportunités

La plus grande opportunité est évidente : attirer plus de moyens dans le secteur et diversifier les sources de financement, permettant d'être moins dépendant des autorités locales. Le Tax Shelter peut compenser la sponsorisation et le fundraising, qui ces dernières années sont de plus en plus difficiles et rapportent des montants moins élevés. Il permet d'augmenter le budget d'une exposition de 27%. La clarté de la convention et du rendement pour chaque partie permet de vendre le produit plus facilement à un investisseur. En outre, un gain d'efficacité est possible et après quelques projets, les organisations ne passent souvent plus par un intermédiaire coûteux, car elles disposent elles-mêmes d'une connaissance suffisante. La relation avec l'investisseur devient strictement professionnelle et impersonnelle… Enfin, le Tax Shelter est une mesure purement fiscale qui ne renforce pas la portée sociétale.

- Obstacles

Le recours au Tax Shelter n'est pas sans contraintes car il requiert des efforts considérables de la part des musées. Ces derniers devront consigner les dépenses avec une plus grande précision pour pouvoir les attribuer à une exposition spécifique. Les musées seront tenus d'être assujettis à l'impôt des sociétés. Il leur faudra donc tenir compte des conséquences fiscales, entre autres des investissements, des dépenses et des recettes. Ensuite, il faut noter que le Tax Shelter ne prend pas en considération les dépenses en dehors de l'Espace économique européen.

- Conclusion

La procédure est malheureusement compliquée et chronophage, ce qui nécessite de la mettre en balance avec les recettes. Beaucoup de musées sont tributaires des autorités locales, régionales ou fédérales, et par conséquent ne sont pas soumis à l'impôt des sociétés, ce qui les exclut tout simplement du Tax Shelter ! D'autre part, certaines structures disposent de personnel gratuit via l'autorité concernée. Ce système n'est pas opportun pour ces derniers car les frais de personnel représentent traditionnellement l'un des postes les plus importants d'une exposition… Lorsque le coût salarial n'est pas comptabilisé, le musée perd en moyenne 40% de l'avantage du Tax Shelter.
Il y a donc certainement matière à réflexion ! MSW, Brussels Museum (ex-CBM) et ICOM B-WB demeurent en étroite concertation sur ce dossier important.

Brussels Museums

A l'instar de la collaboration avec ICOM B-WB, MSW a beaucoup collaboré avec Brussels Museums sur les protocoles à mettre en place durant la crise. L'expertise de Brussels Museums est indispensable pour pouvoir refléter le fonctionnement des institutions bruxelloises qui est parfois fort différent des institutions wallonnes. Une rencontre a eu lieu pour envisager les pistes futures de collaboration au niveau des formations et des rencontres de nos réseaux. La collaboration se perpétue aussi au niveau de la conférence BeMuseum et au niveau de la coopérative museumPASSmusées.

En **2021**, les deux structures vont collaborer pour la mise en place d'une formation dédiée aux visites virtuelles. Cette formation est due à la collaboration des deux structures sur la question de la guidance dans les musées en période de Covid. En effet, les deux structures rencontrent début janvier la nouvelle structure des Guides et médiateurs culturels de Belgique. Parallèlement, une enquête sera menée pour déterminer l'importance et le statut de guide au sein des institutions membres de nos structures. La collaboration au travers de BeMuseum et du museumPASSmusées perdura. Brussels Museums et MSW défendront aussi une position commune sur l'impact de la crise Covid au sein du secteur.

Wallonie Belgique Tourisme

Depuis 2017, MSW siège au Bureau du club Détente-Découverte Excursions. Fin 2020, les Assemblées générales des clubs « Excursions » et « Séjours » ont décidé de fusionner afin de limiter la charge administrative et comptable jugée trop importante et d'ainsi dégager plus de temps pour la recherche de nouvelles propositions d'actions. Dès lors, le bureau du nouveau club « Loisirs » a totalement été renouvelé et MSW n'y est plus représenté.
En 2020, les foires et salons auxquels MSW participe habituellement via le WBT ont été annulés. En outre, l'association a décidé de s'inscrire à l'action de promotion « La Wallonie en famille » afin de mettre en avant le projet Marmaille&Co : « En balade au musée ». L'ASBL a également aidé le WBT à la mise en place de l'ORC en organisant un webinaire d'information à destination de ses membres et en répondant, dans la mesure du possible, aux diverses demandes du WBT à ce sujet.
Début 2020, les deux associations se sont rencontrées afin de discuter des futurs projets réalisés dans le cadre de « Wallonie Destination Nature ». A l'occasion de cette réunion, MSW en a profité pour présenter plusieurs autres projets comme Behind The Museum et les Semaines Jeunesse et Patrimoine qui, dès lors, seront relayés par le WBT.

2021 - MSW envisage de rencontrer la direction de Wallonie Belgique Tourisme afin de définir les futures collaborations entre les deux associations. En termes de promotion, l'ASBL s'est inscrite à l'unique foire maintenue, « Oostende voor Anker », qui se déroulera du 27 au 30 mai 2021. Fin 2021, le bureau du club « Loisirs » sera renouvelé. MSW compte bien y faire acte de candidature afin d'y représenter ses membres.

Attractions et Tourisme

Attractions et Tourisme et MSW collaborent essentiellement dans le cadre de la représentation à la CESSoC, du club de promotion Détente-Découverte Excursions de Wallonie-Belgique Tourisme et de plusieurs groupes de travail mis en place par le CGT (Wallonie Destination Qualité, Plan de lutte contre la pauvreté…).
En 2020, les deux associations se sont coordonnées lors de la demande de réouverture des attractions touristiques fermées durant la crise sanitaire. Elles ont également travaillé ensemble sur le protocole de visite des attractions touristiques. MSW n'exclut pas en 2021 de s'associer à A&T dans d'autres projets.

Centre de compétence Tourisme (CDT)

En 2020, la collaboration avec le Centre de compétence Tourisme s'est uniquement limitée à informer les membres de MSW des formations organisées.

En **2021**, MSW souhaite continuer cette mission d'information. Une réunion est également prévue prochainement afin de discuter de l'éventualité de mettre en place une formation sur l'utilisation des outils en ligne tels que Zoom comme support de communication pour les visites guidées dans les musées.

Le Fonds 4S

Chaque année, MSW introduit des demandes de subvention auprès du Fonds 4S afin, d'une part, de financer les formations suivies par le personnel de MSW et, d'autre part, de mettre en place pour ses membres des formations qui soient remboursables par le Fonds 4S.
Pour rappel, le Fonds 4S accorde un Budget Maximum Autorisé (BMA) à chaque asbl de la CP 329.02 et 329.03, calculé en fonction du nombre d'équivalents temps plein (ETP). Les informations se trouvent sur le site (https://www.fonds-4s.org). Les modalités du plan d'action 2020-2022 sont détaillées dans le lien suivant : https://www.fonds-4s.org/decouvrez-les-modalites-du-plan-daction-2020-2022/.

CESSoC

Gestion de la crise

La première partie de l'année, la CESSoC s'est longuement penchée sur la gestion de la crise pour les opérateurs culturels. Celle-ci a mis en place plusieurs rencontres spécifiques « Culture » afin d'envisager une position commune. Ces réunions ont porté sur les protocoles, les fonds d'urgence et les nouvelles dispositions légales. Vis-à-vis des protocoles, les différentes fédérations ont collaboré à l'élaboration d'un espace centralisé sur le site de la CESSoC reprenant les différentes dispositions selon les différentes activités des opérateurs culturels. Toutefois, devant le poids et la fréquence des changements légaux, cet espace a finalement été abandonné. Un suivi régulier cependant eu lieu au niveau du C.A.

APE

Le 1er janvier 2022, une nouvelle réforme APE produira ses effets. Celle-ci a pour buts de maîtriser l'enveloppe budgétaire dévolue à cette aide, maintenir les emplois existants et en créer de nouveaux. Une méthode de calcul a été proposée. Celle-ci a été analysée par les travailleurs de la CESSoC et exposée en C.A.

Article 17

La loi sur le travail semi-agoral ayant été abrogée, il n'est donc plus possible de l'organiser à partir du 1er janvier 2021. La CESSoC s'est donc penchée sur la possibilité de rendre plus flexible un dispositif assez proche : l'article 17. La CESSoC a donc proposé à l'UNISOC, qui mène les négociations, un article 17 remanié qui propose d'augmenter le nombre de jours convertis alors en heures. Le dossier suit son cours.

Maribel

La CESSoC s'est également penchée avec ses représentants sur un appel à candidatures du Fonds Maribel en 329.02. L'appel a donc été lancé en fin d'année. Une demande d'augmentation du plafond salarial a aussi été demandée concernant les postes Maribel.

En **2021**, la gestion de la crise continuera à alimenter les débats à la CESSoC car elle touche à de nombreux aspects liés au travail. L'importance du dossier A.P.E. va également occuper tous les esprits quant à cette réforme et les impacts sur les travailleurs sur secteur socio-culturel. Un suivi des dossiers habituels sera amené.

Institut royal du Patrimoine artistique (IRPA)

Resilient Storage

MSW a rejoint aux côtés d'autres partenaires (FARO, Urban.brussels, ICOM Belgique Wallonie-Bruxelles et ICOM België Vlaanderen) le projet Resilient Storage coordonné par l'IRPA (cellule de conservation préventive) et la KU Leuven (département physique des bâtiments).
L'objectif de ce projet est de créer une méthodologie pour aider les petites institutions culturelles belges à optimiser la consommation énergétique de leurs systèmes climatiques. Pour ce faire, l'équipe s'inspire de méthodes existantes, développées aux Etats-Unis et en Australie (IPI's Guide, IPI's Methodology & Steensen Varming's Practical Guide), afin de les adapter au contexte des institutions belges. L'objectif à plus long terme de ce projet est de pouvoir lancer une stratégie nationale, portée par les partenaires régionaux.
En 2020, la phase pilote du projet a débuté. Le but de cette première phase est de développer et tester la méthodologie dans deux musées : le Musée FeliXart (Drogenbos) et le Centre belge de la bande dessinée (Bruxelles).

2021- La phase pilote va se poursuivre au cours de l'année 2021. En fonction des résultats obtenus une stratégie nationale sera mise en place en 2022.

Centre d'Ingénierie touristique de Wallonie (CITW)

En 2020, à la demande du CITW, MSW a intégré le comité de pilotage concernant le redéploiement touristique d'un musée. L'objectif était d'apporter une expertise sur l'ensemble du territoire. Par ailleurs, MSW a répondu aux diverses sollicitations du CITW dans le cadre de redéploiement de certaines structures muséales.

En **2021**, MSW reste un partenaire privilégié pour apporter son regard vis-à-vis du secteur muséal. Le comité d'accompagnement prendra fin mais la participation à de nouveaux groupes n'est pas exclue si elle peut être bénéfique à l'ensemble du secteur.

Pointculture

En 2020, MSW a participé au lancement des premiers web-magazines de la structure en consacrant un article (sous forme d'interview) au comité de rédaction de PointCulture.

En **2021**, MSW prolongera ses collaborations avec PointCulture et n'omet pas de nouvelles collaborations, notamment sur l'organisation du Consortium PECA à Namur.

Pastoo - Eventchange

En 2020, l'ASBL Pastoo (Namur en mai, LaSemo Festival…) a contacté MSW pour mettre en place un consortium axé sur le développement durable. L'objectif est de donner aux opérateurs culturels des outils afin qu'ils puissent s'inscrire durablement dans notre société. Les évènements des musées sont directement touchés (expositions temporaires, journées thématiques…) mais également leur fonctionnement structurel (réserves, gestion patrimoniale des lieux…). Un dossier a été remis fin de l'année 2020.

En **2021**, plusieurs rencontres auront lieu entre les différentes parties prenantes du consortium. L'objectif est de pouvoir réaliser un colloque dédié à la question du durable, de pouvoir mettre en place une phase pilote de diagnostic dans plusieurs musées et de créer des fiches outils.

Société des musées du Québec (SMQ)

En août, une rencontre au Québec était prévue entre la direction de MSW et des représentants de la SMQ. Celle-ci n'a pu avoir lieu et a été postposée. Toutefois, plusieurs échanges et rencontres ont eu lieu notamment au sujet de collaborations futures pour les formations.

En **2021**, il est peu probable que la situation permette à nouveau cette rencontre. Toutefois, il est prévu de faire intervenir un ou plusieurs représentants de la SMQ lors de rencontres virtuelles notamment sur la thématique des visites virtuelles.

OCIM

MSW et l'OCIM se sont rencontrés à Paris lors du Salon du SITEM. L'objectif de cette rencontre était de pouvoir baliser les axes de collaboration entre les deux structures. En effet, il était question notamment d'envisager une collaboration sur la réalisation d'une étude portant sur la tarification en secteur muséal. Plusieurs rencontres étaient alors envisagées entre les différentes parties prenantes. Malgré le report de ce travail, MSW et l'OCIM ont collaboré notamment sur le transfert d'informations liées à la situation dans nos pays respectifs. MSW a également rédigé un article pour la revue de l'OCIM.

En **2021**, MSW rédigera à nouveau un article portant sur la situation de la crise dans le secteur muséal belge. MSW répond régulièrement aux sollicitations de l'OCIM quant à l'échange d'informations pertinentes vis-à-vis du secteur (personnes de référence, études,…).

NEMO

Contacts MSW-NEMO

Notre association a participé directement et via ses membres à plusieurs enquêtes organisées par NEMO. Celles-ci étaient directement liées à la Covid-19 et visaient à récolter un maximum d'informations relatives à l'impact des confinements sur la gestion muséale à travers l'Europe.
MSW a également noué un contact plus personnalisé avec le Réseau des Associations muséales européennes, basé à Berlin, par le biais de plusieurs échanges téléphoniques.

NEMO Annual European Museum Conference : 16 – 19 novembre 2020 : en ligne (Rijeka, Croatie)

Museums making sense

MSW a à nouveau participé à la conférence annuelle de NEMO. Plus de 1.500 personnes représentant environ 80 pays étaient inscrites à la toute première conférence numérique NEMO des musées européens, qui a exploré le rôle important que jouent les musées pour rendre des questions complexes tangibles et compréhensibles.
La conférence s'est ouverte par un discours liminaire prononcé de Richard Sandell (Université de Leicester), qui a parlé de division et de polarisation : « Il n'est jamais facile de trouver un équilibre entre les voix conservatrices et progressistes au sein de la direction des musées ». Il a présenté aux participants trois manières différentes de traiter des sujets complexes et contestés par les musées, à savoir par l'autocensure, la multiperspectivité et l'activisme muséal. Et encore d'ajouter que toutes les décisions prises devraient toujours l'être dans le contexte du respect des droits de l'homme.
Dans un panel sur la complexité, la compréhensibilité et la crédibilité, Dragana Lucija Ratković Aydemir (Muze) a parlé de la propriété partagée des histoires exposées dans les musées, grâce à une écoute collaborative et active dans la communauté.
David Weigend (Futurium) a ensuite parlé aux participants des processus de co-conception : « museums as Labs ? ». Il a souligné que toutes les activités des musées, expositions et ateliers peuvent être considérés comme des prototypes pouvant être modifiés à tout moment. Pour se faire, il préconise un cocktail réunissant un bon état d'esprit, de la créativité et une étroite collaboration.
Suivait alors un module axé sur « Comprendre les différences - changer les perspectives ». On y souligna l'importance d'une formation permanente du personnel, ainsi de la nécessité « Museums open for all ! » et le fait que des perspectives différentes montrent souvent des vérités complexes. Plusieurs orateurs accentuaient une volonté trop rare de surmonter nos frontières culturelles, ce qui est pourtant essentiel pour des projets muséaux internationaux.
Jan-Christian Warnecke (Landesmuseum Württemberg) a abordé un sujet très intéressant intitulé « Comment devenir pertinent et faire un acte de foi ?». Il a relaté une expérience personnelle lors de laquelle il s'est posé la question de pourquoi avoir besoin de consultants externes alors que le commissaire sait monter son exposition tout seul ? Et souvent sans se demander si le curateur a satisfait les besoins de ses visiteurs… Ce sont l'aveu et la remise en question extraordinaire de ce conservateur, après un workshop de 2 jours où il s'est rendu avec des pieds de plomb… En rentrant, il a réuni l'ensemble de son équipe et s'est mis au travail différemment. L'exposition, qui en suivit, a connu une fréquentation exceptionnelle !
Parmi d'autres sujets traités, notons encore la valeur de la coopération internationale et les opportunités de financement.
Un rapport est disponible sur le site www.msw.be.

En **2021**, NEMO réunira ses membres du 14 au 17 novembre à Baku, en Azerbaijan. Le thème sera communiqué au printemps.

VII. ETUDES, TRAVAIL DE SENSIBILISATION ET CONFÉRENCES

Etudes

En 2020, MSW a mené plusieurs enquêtes pour évaluer l'impact de la crise sur les structures muséales.

1. 17 mars 2020 : cette première enquête portait sur l'évaluation de la perte occasionnée par la fermeture entre le 16 mars et le 4 avril 2020. La question du chômage temporaire y était également abordée. Il y a eu 54 répondants.
2. 8 avril 2020 : cette deuxième enquête, plus importante que la première, portait sur les pertes financières réelles et estimées (toujours dans l'optique d'une fermeture totale) pour les mois de mars, avril et mai. Elle portait également sur le chômage temporaire, le télétravail et la situation générale au sein du Musée. Il y a eu 63 répondants à l'enquête.
3. 17 avril 2020 : cette enquête nous était utile pour appréhender les bases d'un protocole de déconfinement du secteur. C'est notamment sur ces réponses que nous avons pu faire des propositions de protocole pour notre secteur. Il y a eu 19 répondants.
4. 23 avril 2020 : une enquête a été publiée pour demander au secteur des pistes de relance. Cette enquête a fait l'objet de 3 réponses.
5. 9 octobre 2020 : cette enquête portait sur l'évaluation des protocoles et la capacité des opérateurs muséaux à répondre aux règles sanitaires. 89 institutions ont répondu à cette enquête.
6. 24 novembre 2020 : une question était posée dans ce questionnaire : « Etes-vous favorable à une réouverture prochaine de votre institution ? ». 74 institutions y ont répondu.
7. 15 décembre 2020 : cette dernière enquête portait sur les pertes réelles en 2020, le télétravail et le chômage temporaire, les éventuels plans de restructuration ainsi que sur les activités mises en place. 55 institutions y ont répondu.

MSW a également mis en place trois focus groups dont le premier a eu lieu fin décembre. Toutes ces données vont être analysées et synthétisées dans un document disponible pour tout le monde.

En **2021**, les deux derniers focus groups auront lieu. Ils permettront d'aborder les résultats quantitatifs par une approche plus qualitative. L'objectif est de pouvoir produire une synthèse utile pour les pouvoirs publics mais également pour les musées et leur positionnement. Dès le début de l'année, les documents seront analysés. Ensuite, après l'analyse, il y aura une phase de rédaction puis de mise en page. Finalement, le document sera envoyé et publié.

Parallèlement à cette étude, plusieurs enquêtes seront menées en 2021, notamment sur l'organisation de guidance interne dans les institutions muséales et patrimoniales wallonnes. Ces enquêtes nous permettent d'appréhender plus objectivement les problématiques sectorielles. D'autres thématiques seront probablement abordées comme le gardiennage…

Publications

En 2020, l'équipe a publié plusieurs articles pour des revues spécialisées belges ou étrangères.

- La Lettre de l'OCIM : « Après la stupéfaction, la réaction… » : article portant sur la gestion de la crise dans le secteur muséal wallon. Juin 2020
- En 2021 (Février), sera publié un article préparé en 2020 : « Les musées belges sont-ils plus « essentiels » que les musées français ? ». Février 2021
- Faro, publié en 2021, l'article a été rédigé et traduit (en interne) en 2020 : « En kijk op de musea in Wallonië ». Janvier 2021.
- La lettre du Patrimoine

Conférences- interventions

- Fin janvier, MSW était invité par le SITEM et l'AWEX au carrousel du Louvre pour donner une conférence sur les musées wallons. Accompagnés de Xavier Roland (Pôle muséal montois) et Sébastien Pierre (Piconrue, Musée de la grande Ardenne), nous avons dressé un rapide bilan de la situation des musées en Wallonie. Ensuite, ont été évoqués les pôles et l'intérêt de la mutualisation, les musées et leur intégration dans les dynamiques territoriales, le mécénat…
- Le 3 décembre, MSW été invité virtuellement par le CLIC-France afin d'évoquer la thématique des musées imaginaires et virtuels au travers du projet Behind The Museum.

En **2021**, MSW est invité par 1001 entrepreneurs pour évoquer avec des étudiants le développement d'un projet (Behind The Museum) et les compétences requises pour mener à bien des projets culturels. MSW répond favorablement aux diverses sollicitations pour autant que l'expertise de notre structure soit suffisante.

BeMuseum

BeMuseum est l'unique événement national consacré à l'innovation dans les musées du pays. Depuis sa première édition en 2016, BeMuseum est de plus en plus connu auprès des musées belges et des institutions culturelles attenantes. Pour MSW, ce moment permet d'aborder des thématiques qui touchent un grand nombre de musées du pays et surtout, de réunir des personnes des trois régions lors d'un même événement. Depuis 2019, MSW a intégré le comité de pilotage constitué de l'équipe de BeMuseum, ICOM Wallonie-Bruxelles et ICOM Vlaanderen, le Conseil bruxellois des Musées et Meemo(flemish institute for archives). MSW soutient financièrement le projet à hauteur de 1500€ et met également à disposition son traducteur. En amont de l'événement, MSW a pris contact avec les universités wallonnes (l'UCL, l'ULiège et l'UMons) pour les inviter à participer à l'événement et, plus largement, à réfléchir avec nous à comment travailler plus étroitement avec le secteur muséal wallon.

L'édition 2020 a lieu le 9 octobre au Musée juif de Bruxelles. Une partie de son organisation a été modifiée pour répondre aux exigences fédérales dues à la crise sanitaire : un seuil maximum de participants a été fixé, la longueur de l'événement a été réduite, le catering diminué, la soirée post-événement supprimée.... Sur invitation uniquement, l'événement a réuni 126 personnes représentant 45 institutions muséales wallonnes, bruxelloises et flamandes, 16 compagnies privées et 4 universités belges. 7 étudiants et 4 journalistes étaient également présents. Répartis en 3 panels, un intervenant clé international, 2 modérateurs et 5 intervenants ont animé les débats.
La mise en place du panel « L'activisme dans le musée : la neutralité remise en question » avait été confiée en début d'année à MSW, qui a réuni autour de la modératrice Gladys Vercammen-Grandjean (Brussels Museums) trois intervenantes de choix, spécialisées dans la question de l'intégration dans les musées des publics les moins représentés : Melat Gebeyaw Nigussie (ex-Brussels Museums et actuelle directrice du Beursschouwburg de Bruxelles), Nadya Nsayi (travaillant au MAS d'Anvers) et Manuelina Duarte (professeure à Université de Liège).

2021 - MSW rejoindra à nouveau le Comité scientifique pour assurer l'organisation des panels de la prochaine édition de cet événement qui se tiendra au CIVA.

Conférence BeMuseum 2020 au Musée juif de Bruxelles.

VIII. LES RÉSEAUX

MSW a développé avec ses membres 4 réseaux thématiques : ArcheoPass (musées et sites archéologiques), Art&Mus (musées d'art), HOmusée (musées d'ethnologie) et PISTe (musées et institutions de Patrimoine industriel, scientifique et technique).
Musées et Société en Wallonie met à disposition de chaque réseau un coordinateur dont la tâche est de récolter l'avis des musées membres des réseaux. Il veille également à ce que chaque projet envisagé corresponde au plan stratégique et opérationnel quadriennal ainsi qu'aux missions de Musées et Société en Wallonie. Il propose également de nouvelles actions ou encore la mise en place de projets transversaux permettant de limiter toute perte d'énergie et de temps de travail.
Le but de la mise en réseau est bien de se distinguer par sa thématique. Les réseaux doivent cependant rester complémentaires et non concurrents. Par ailleurs, cela n'empêche nullement les projets transversaux. Marmaille&Co en est un bel exemple puisqu'il mobilise des membres des quatre réseaux. La journée inter-réseaux annuelle propose de faire le lien entre les différents réseaux.

ArcheoPass (archéologie)

ArcheoPass est le réseau thématique de MSW consacré aux musées, sites et centres d'interprétation de type archéologique. Il regroupe actuellement 32 membres. La crise sanitaire et les confinements, fermetures et réouvertures des musées qui y sont liés, ont empêché toute réunion en présentiel. Or, l'intérêt même du réseau est la réunification de ses membres pour permettre des moments d'échange autour d'une thématique. La visite annuelle d'un musée archéologique en dehors de la Wallonie a elle aussi été reportée, MSW ayant préféré ne pas prendre le risque d'éventuelles contaminations.

HOmusée (ethnographie)

Parmi les missions des musées membres du réseau HOmusée, on distingue la notion d'archivage du patrimoine matériel et immatériel des populations présentes sur un territoire. Leur objectif est de susciter un débat, de nourrir une réflexion au sein de la population sur des thématiques ou problématiques communes. Face à la crise sanitaire, et suite à l'initiative du Musée de la Civilisation de Québec de rassembler des témoignages de citoyens quant à leur expérience en temps de confinement, le réseau HOmusée a jugé intéressant de documenter au niveau belge cet épisode unique dans l'histoire de l'humanité. Soucieux de jouer leur rôle de miroir de société, plusieurs musées du réseau (dont le Musée de la Vie wallonne qui s'est plus fortement impliqué) ont alors imaginé une enquête plus vaste. Celle-ci porte sur l'impact du confinement sur le quotidien des citoyens et ce, afin de récolter un maximum d'informations qui pourraient faire l'objet de futures expositions.

Un sondage sur l'intention des musées de participer à la conception de l'enquête leur a été transmis le 23 mars 2020 avant de débuter le travail de recoupement de l'information le 30 mars. L'enquête a été publiée et transmise à la presse le 21 avril. Au total, ce sont près de 300 réponses que nous avons rassemblées pour dresser l'état des lieux de notre pays en pause. Parmi les profils rencontrés, 75% étaient des femmes nées entre 1940 et 2008. L'enquête était découpée en deux parties, avant et pendant le confinement, et divisée en 6 axes thématiques (loisirs, sorties culturelles, activité professionnelle, alimentation, santé et médias et moyens de communication). Plusieurs articles de presse (RTBF, Afp, La Libre, Le Vif, …) sont venus soutenir l'initiative, lui donnant plus de visibilité.

2021 - Afin de réaliser une analyse scientifique rigoureuse, cette étude comporte deux phases. Si la première (2020) s'intéressait aux impacts de la pandémie sur le quotidien des Belges, la seconde, après le confinement, portera sur les bouleversements induits par cette crise. L'objectif est de déterminer si les changements d'habitudes des citoyens sont toujours observés après cette période de lockdown. Le Belge achètera-t-il toujours plus de produits locaux pour soutenir la production nationale ? Privilégiera-t-il toujours les commerces de proximité ? Comment cette crise a-t-elle impacté nos vies ? Le groupe de travail élaborera cette deuxième partie de l'enquête. Le confinement derrière nous, cette enquête sera diffusée auprès des participants à la première phase.

Art&Mus (arts plastiques)

Il n'y a pas eu de réunion en 2020. Une proposition de réunion portant sur la découverte du Fab-Lab de Charleroi n'a encore pas pu se concrétiser vu le contexte.

En **2021**, nous espérons pouvoir réunir le réseau pour aborder la question du PECA lors d'une journée d'information. Plusieurs contacts ont déjà été pris à cette fin. La découverte du Fab-Lab sera possible en fonction des diverses mesures et nous n'excluons pas une visite ou la venue d'un intervenant spécifique.

PISTe (Patrimoine Industriel, Scientifique et Technique)

Le réseau PISTe, composé de 16 membres, n'a pas eu l'occasion de se réunir en 2020. Lors de la dernière rencontre, en novembre 2019, les membres avaient identifié diverses thématiques intéressantes à traiter en réseau :

- la gestion des réserves ;
- la politique d'acquisition des pièces industrielles ;
- l'exposition - les choix des pièces à exposer ;
- la conservation préventive des pièces industrielles ;
- la définition d'un PSC cohérent.

Le réseau souhaite également mieux se connaître, se découvrir, rencontrer des partenaires extérieurs et délocaliser les rencontres (si nécessaire).

2021 - C'est sur base de ces diverses attentes que la prochaine rencontre a été organisée. Cette dernière se déroulera via Zoom le 26 janvier 2021 et abordera la conservation, la gestion et l'acquisition des pièces industrielles et techniques. Au programme : une présentation du secteur industriel et technique en Flandres et à Bruxelles réalisée par Joeri JANUARIUS, le coordinateur d'ETWIE. Ensuite, une présentation du Musée de l'Industrie réalisée par Pieter NEIRINCKX. Le réseau espère pouvoir se réunir à nouveau d'ici la fin de l'année 2021 afin de faire le bilan de la crise sanitaire et d'envisager de nouvelles perspectives.

Châteaux et Abbayes

Le projet d'un nouveau réseau émane de besoins spécifiques, propres à un certain nombre de nos membres. En effet, nous pouvons compter sur une belle représentation de châteaux et abbayes, dont la direction a fort à faire avec l'aspect traitant le patrimoine immobilier, voire les jardins attenants, qui de surcroît est souvent classé…
La grande majorité des membres suspectés d'être intéressés par cette initiative ont tous répondu positivement à notre démarche.

2021 - MSW projette ainsi l'organisation d'une mini conférence inaugurale au printemps 2021. Cette journée permettra de regrouper pour la première fois les membres de ce nouveau réseau, de cerner les différentes thématiques qu'ils souhaitent voir aborder et de préciser ce que notre association peut leur apporter. Notre association devrait pouvoir compter sur une quinzaine de ses membres, mais vise sur une approche plus large du réseau. C'est ainsi que nous avons détecté plusieurs adhérents potentiels qui ne sont pas encore membres de MSW.
Pour encadrer cet événement, le référent du réseau fera appel à différents orateurs renommés dans le secteur du patrimoine wallon. Il remettra un dossier complet à la direction pour la fin du premier trimestre.

IX. COMMUNICATION ET PROMOTION

Marmaille&Co

Marmaille&Co, c'est l'art de conjuguer culture et expérience intergénérationnelle ! En 2020, ce sont 56 musées en Wallonie et à Bruxelles qui adhèrent à ce projet en proposant aux enfants âgés de 6 à 12 ans et leur famille d'enrichir leur capital culturel. Les musées d'aujourd'hui aspirent à légitimer la parole, réactiver le regard et intégrer une dimension multisensorielle pour bousculer la relation des familles à la culture.
Chaque année, deux réunions sont organisées pour rassembler les membres Marmaille&Co. Avec pour objectif le partage d'expériences, ces rencontres attirent entre 30 et 40 représentants d'institutions différentes. Toujours dans des perspectives d'évolution, les membres se réunissent en groupes de réflexion pour définir des techniques d'amélioration du produit mais également pour déterminer comment mieux fidéliser le public cible.
Avec près de 5 millions de Belges connectés sur Facebook, il semble bien que les médias sociaux représentent désormais un canal de communication à ne pas négliger dans la stratégie de communication. L'objectif 2020 suite au confinement des musées fut d'investir toujours plus les réseaux sociaux, renforcer via ce biais la communication avec le public et générer une véritable communauté autour du produit Marmaille&Co. Un kit de confinement (100 publications) a stimulé notre communauté Facebook et Instagram du 18 mars au 26 juin 2020 en proposant des tutos, des ateliers virtuels, des bricolages,… de quoi maintenir le contact avec les publics malgré l'impossibilité de pousser la porte des musées. Du 27 juin au 31 août, deux actions ont été parallèlement entreprises sur les réseaux sociaux, un kit de déconfinement (65 publications) et « en balade avec nos ambassadeurs ». La dernière avait pour but de donner la parole à des familles ayant visité l'une ou l'autre institution afin d'ouvrir la voie à d'autres familles. Marmaille&Co 3.0 est resté le point d'orgue en 2020 !

En 2020, Marmaille&Co a conçu un passeport à faire cacheter à l'accueil des 56 musées membres pour permettre aux familles d'élargir leurs frontières lors d'un voyage sensationnel en Wallonie et à Bruxelles. Chaque nouveau membre a reçu un tampon à l'effigie de son institution. Avec ce passeport du petit visiteur, les familles peuvent désormais embarquer pour une traversée inédite dans 56 musées en Wallonie et à Bruxelles.

Dans le courant du mois d'octobre 2020, un contrat en vue de la conception d'une mascotte Marmaille&Co a été conclu entre Musées et Société en Wallonie et Whooop Design. Suite à plusieurs sondages auprès des membres Marmaille&Co, nous avons opté pour la déclinaison de 10 positions de l'illustration d'une petite araignée nommée Mani.

Enfin, le lancement du sac d'activités ludiques prévu initialement pour la rentrée 2020 a été reporté à la rentrée 2021. En 2020, les groupes de travail se sont réunis en présentiel ou en distanciel afin d'établir les règles de jeu ainsi qu'un cahier des charges (par jeu). Nous essuyons des retards de conception en raison de la crise sanitaire. Une réunion virtuelle consacrée à la réflexion ludique s'est tenue le 9 décembre 2020 en présence de Michel Van Langendonckt (président de Ludo Asbl). L'objectif était de définir le scénario, le mode d'emploi du sac avant de nous consacrer à la phase de recherche de prestataires pour la conception du matériel.

Stratégie de communication

La stratégie de communication du produit Marmaille&Co est double : la promotion globale et la promotion événementielle. La communication est une des composantes essentielles d'un projet. Une communication efficace est synonyme de meilleures performances pour les musées. La promotion globale permet de donner de la visibilité au projet et contribuer ainsi à sa viabilité mais également de le faire connaître auprès d'un public non averti. La communication événementielle permet, quant à elle, de promouvoir le projet auprès des différents groupes cibles grâce à des campagnes de communication plus importantes.

- Différentes actions de promotion ont été réalisées dans le cadre de la communication globale:

  - Impression de 20.000 dépliants promotionnels :
    - o Diffusion de 12.500 exemplaires sur les sites culturels en Wallonie (317 points), à Bruxelles (115 points) et en Flandre (26 points) via BHS ;
    - o Diffusion de 10.000 « Cartes au trésor » auprès des musées, des partenaires (gîtes, offices de tourisme, etc.)
  - Impression de 5.000 passeports ;
  - Création de 500 boîtes de crayons de couleurs ;
  - Création de 4 vestes et 4 chemises Marmaille&Co pour les représentations professionnelles ;
  - Création de 500 t-shirts Marmaille&Co à destination des enfants de 3 à 11 ans ;
  - Création de 15 tampons à l'effigie des nouveaux musées membres ;
  - Conception de la mascotte Marmaille&Co déclinée en 10 positions ;
  - Communication digitale : réalisation de campagnes de promotion événementielle sur les réseaux sociaux ;
  - Amélioration du référencement payant Google ;
  - Rédaction et diffusion de communiqués et dossiers de presse destinés à la presse locale et nationale ;
  - Participation à des interviews.

- Évaluation des actions de communication spécifiques :

Parallèlement à la communication globale, des actions spécifiques ont été menées dans le cadre de la promotion de Marmaille&Co. L'objectif étant toujours d'asseoir le produit et de le faire connaître au public non averti par des campagnes de plus grande envergure concentrées sur une période définie.

Action 1 – « Viens t'a(musées) » + Action 2 – Agenda de « Nuit au Musée »

Une action menée lors du congé de détente dont l'objectif est de mettre en lumière Marmaille&Co par une action fédératrice d'envergure. En 2020, 41 musées ont participé à l'action Viens t'a(musées) (contre 40 en 2019).
En 2020, l'action « Nuit au musée » reste au format d'un agenda annuel des « Nuits au musée » afin de satisfaire les critères des membres Marmaille&Co. L'objectif de cet agenda est de permettre aux familles de s'immerger dans l'univers des veilleurs de nuit à l'image des Museum Night Fever dont la cible est un public strictement adulte. Plus de 30 nuits ont été proposées par les musées aux familles à travers la Wallonie pour leur faire profiter d'un programme rêveur rythmé par des ateliers inédits.

Promotion des événements couplés :

- Communication digitale : un graphisme spécifique lié à l'événement ainsi qu'une mise à jour complète du site ont été réalisés. Des promotions gratuites et payantes de la semaine événementielle ont été diffusées sur les réseaux sociaux. L'information a également été relayée sur différents sites internet (agendas gratuits, sites spécialisés et sites des partenaires) et partagée sur les pages Facebook des partenaires (WBT, CGT, Gîtes de Wallonie…) ;
- Des newsletters extraordinaires ont été envoyées ;
- Organisation de sept conférences de presse à travers la Wallonie pour toucher la presse locale (Train World, Musée de la Photographie, Espace gallo-romain, Aquarium-Muséum, Musées de la Ville d'eaux, Musée Gaspar, Espace de l'homme de Spy) ;
- Presse et insertions publicitaires : des documents destinés à la presse ont été diffusés auprès de la presse locale et générale ;
- La promotion de la semaine événementielle a engrangé plusieurs demandes d'interviews et de reportages relayés sur différents supports médiatiques.

De manière globale, les membres se sont montrés satisfaits, voire très satisfaits, de cette action qui, selon eux, est celle qui remporte le meilleur succès.

Plus de 40 parutions dans la presse francophone (contre 35 l'année précédente), dont notamment dans des magazines hebdomadaires comme Femmes d'aujourd'hui, ont été recensées pour cette action de carnaval.

Les actions 3, 4, 5 et 6 initialement prévues ont été annulées en raison de la crise sanitaire bien qu'une campagne de promotion avait déjà débuté pour l'action d'automne.

Action été 2020 – « En balade au musée ! »

À l'occasion des vacances d'été 2020 et au vu de la mesure sanitaire limitant le nombre de visiteurs dans les musées, un accent a été mis sur toutes les idées d'escapades estivales sur les traces de notre patrimoine. 45 musées ont invité les citoyens à parcourir des itinéraires culturels tout au long de l'été.

Promotion de l'événement :

- Internet : via le site www.museozoom.be et sur les réseaux sociaux ;
- Une newsletter a été envoyée aux abonnés ;
- Réalisation d'une capsule vidéo RTBF en partenariat avec le WBT ;
- Communication digitale : un graphisme spécifique lié à l'événement ainsi qu'une mise à jour complète du site ont été réalisés. Des promotions gratuite et payante de la semaine événementielle ont été diffusées sur les réseaux sociaux ;
- Campagne « En balade avec nos ambassadeurs » ;
- Presse et insertions publicitaires : des documents destinés à la presse ont été diffusés auprès du listing presse.

Promotion spécifique relatifs aux stages d'été 2020

Pour promouvoir les musées membres dont une majorité est estampillée Marmaille&Co, plus de 75 stages ont été relayés et promus avant et pendant les vacances d'été.

Promotion de l'événement :

- Internet : via le site www.museozoom.be ainsi que sur les réseaux sociaux ;
- Une newsletter a été envoyée aux abonnés ;
- Communication digitale : un graphisme spécifique lié à l'événement ainsi qu'une mise à jour complète du site ont été réalisés. Des promotions gratuites et payantes de la semaine événementielle ont été diffusées sur les réseaux sociaux.

2021 – Le plan d'action qui définit les axes opérationnels du projet a été transmis aux membres Marmaille&Co le 22 décembre 2020 et à tous les membres MSW via la newsletter de janvier. Face à la volonté des membres de modifier certaines actions, le plan a connu quelques modifications :

1. Pour accroître la notoriété du produit Marmaille&Co, la première édition d'un événement familial annuel de grande envergure se tiendra en 2021. Cet événement a une double mission, fédérer mais aussi promouvoir le produit. Un groupe de travail se penchera sur l'organisation de ce dernier. Pour ce rendez-vous annuel, nous prévoyons une publicité promotionnelle radio et une large diffusion. Le sac Marmaille&Co sera lancé à l'occasion des vacances de printemps 2021. L'objectif est de « passer de bons moments en famille au musée à l'aide d'accessoires permettant l'exploration et la découverte par le jeu et l'humour, et favorisant l'observation et l'échange intergénérationnel ». Il contient trois mécaniques de jeu pensées pour être adaptées à vos collections et/ou expositions temporaires. 500 sacs seront produits et diffusés gratuitement dans vos musées. Marmaille&Co organisera également un week-end commun à tous les membres autour de l'année thématique « Wallonie Destination Nature » afin d'asseoir la marque. L'événement, le week-end commun et le sac profiteront d'une promotion commune.
2. Pour asseoir le produit, Marmaille&Co souhaite distribuer des goodies (gadgets et décalcomanies) gratuitement lors de ses représentations en foires et salons et lors de toutes autres manifestations promotionnelles.
3. Création d'un présentoir de flyers Marmaille&Co, d'un sticker publicitaire de sol antidérapant à afficher à l'accueil de vos musées et d'un autre support promotionnel à disposer à l'accueil de vos musées.
4. En quête d'ambassadeurs pour partager sur les réseaux sociaux leurs expériences au musée. Leurs retours qualitatifs s'inscrivent comme un excellent outil de promotion. Les musées membres ont reçu quelques échantillons pour promouvoir et désigner des nouveaux « ambassadeurs Marmaille&Co ». Le but est de contribuer à l'image Marmaille sur les réseaux en laissant la parole aux enfants. MSW réalisera la charte des petits ambassadeurs et fournira des kits aux familles souhaitant participer à cette promotion.
5. Publication d'ateliers virtuels sur les réseaux sociaux (tutos, bricolages, etc.) pour occuper et divertir les familles.
6. Pendant les vacances d'été, une promotion spécifique vers les seniors du produit Marmaille&Co sera opérée.

En **2021** , nous comptons 58 musées inscrits au projet Marmaille&Co. La cotisation est restée inchangée, s'élevant à 125€.

Avant de finaliser la conception du sac Marmaille&Co, les différentes mécaniques seront testées dans un musée par les membres Marmaille&Co et, ensuite, par des familles de testeurs.

Année à thème 2020 – 2021 : Wallonie Destination Nature

En 2020 et 2021, c'est la « Wallonie Destination Nature » qui animera le secteur touristique. Afin de surfer sur la vague, Musées et Société en Wallonie vous présente le projet « Les Musées sans voiture » !
L'objectif ? Encourager les familles et les petits sportifs en herbe à se rendre au musée via une mobilité douce. En vélo, à pied, en trottinette, en transport en commun… tout est permis SAUF… la voiture. Chaque visite sans voiture et/ou participation à une activité en lien avec la nature, rapportera aux participants des points « Nature » qu'il sera possible d'accumuler via le site Museozoom.be géré par MSW. Les participants qui remporteront le plus de points, recevront des cadeaux !
L'année 2020 a permis de sensibiliser les membres de MSW au projet et d'inciter 43 musées à se lancer dans l'aventure. Une partie du matériel promotionnel nécessaire a également été préparé (articles inspirationnels, promotion digitale, relais des informations au WBT…).
A l'occasion du plan de relance du tourisme initié par Le Cabinet de la Ministre du Tourisme, le CGT, le WBT, les associations professionnelles et les organismes touristiques, MSW a lancé son action « En balade au Musée avec Marmaille&Co » durant l'été 2020. L'objectif est de mettre en avant les balades à faire en famille autour des musées.

2021 marquera le lancement du projet « Les Musées sans Voiture » auprès du grand public. En effet, le concours débutera en avril à l'occasion de la saison touristique et se terminera en décembre 2021. Une campagne de promotion BHS est prévue ainsi que de la promotion digitale. Plusieurs flyers seront aussi distribués dans les hébergements « Bienvenue Vélo ». Tout sera mis en place pour favoriser la réussite de ce projet et continuer d'encourager un tourisme de proximité et l'utilisation de la mobilité douce.

Foires et salons

Les foires et les salons constituent pour MSW une opportunité unique de promouvoir ses activités et ses membres auprès d'un public cible. Soutenus par une image médiatique forte et des thématiques attractives, ceux-ci sont des lieux de rencontres privilégiés attirant un public de qualité sensible au secteur muséal wallon.

Les différents objectifs de nos participations aux foires et salons sont :

- Promouvoir, représenter, diffuser les services et les produits de nos institutions muséales membres (expositions permanentes, expositions temporaires, visites guidées, publications, packages, produits dérivés,…) ;
- Présenter les nouveaux produits et services de nos institutions muséales membres ;
- Réduire le coût de la participation des membres par la mutualisation
- Prospecter auprès des touristes étrangers (français et autres) ;
- Fidéliser la clientèle touristique étrangère déjà existante ;
- Identifier et lister les besoins des touristes étrangers (français et autres) ;
- Redynamiser le secteur muséal wallon ainsi que l'économie wallonne ;
- Rencontrer les acteurs locaux et ainsi développer de nouvelles synergies et coopérations transfrontalières à long terme.

En 2020, MSW projetait de participer aux sept salons suivants : Wallonië in Vlaanderen, carrefour du Tourisme, bourse d'échanges, rencontres Internationales de cerfs-volants, Beau Vélo de RAVeL, 1001 Familles et Oostende voor Anker. Aucune représentation professionnelle n'a pu être effectuée.
Afin d'augmenter notre visibilité lors de ces événements, 4 vestes et 4 chemises ont été créées aux couleurs et à l'effigie de Marmaille&Co et de Museozoom.

2021– Afin de favoriser les échanges et collaborations de nos membres et de faire la promotion de leurs produits, MSW participera aux salons Oostende voor Anker, 1001 familles, salon EDUC et aux 11 étapes du Beau Vélo de RAVeL.
En effet, MSW projette de réitérer sa présence aux rencontres BtoB et de renforcer sa participation aux manifestations prévues en Flandre. A l'étranger et au-delà de la frontière linguistique, l'objectif est aussi de promouvoir le savoir-accueillir wallon de tous les acteurs qui gravitent autour du réseau muséal.

Museozoom.be et Marmaille.be

Museozoom est la plateforme grand public qui centralise toutes les activités de nos musées membres (expositions, événements ponctuels, stages, etc.). Chaque année, nous tentons un peu plus de faire du site un espace incontournable pour tout intéressé par les musées en Wallonie. Pour ce faire, nous maintenons une stratégie de publication intensive ainsi qu'une collaboration avec la société Clé2Web spécialisée dans le marketing digital. Cette dernière optimise notre présence sur le moteur de recherche Google au moyen des subsides que nous recevons par le programme Google Adgrants ainsi que sur les réseaux sociaux et Youtube. Malgré une année compliquée en raison de la pandémie, 38.729 utilisateurs se sont rendus sur la plateforme contre 35.522 en 2019. On constate également une belle progression de fréquentation du public néerlandophone avec 17% des visiteurs contre 6,75% en 2019.

MUSEOZOOM.be
1001 idées musées !

En 2020, 354 événements ont été encodés et publiés sur le site museozoom.be, soit en moyenne 7 encodages par semaine. 9 pages spécifiques, 6 bannières événements, 6 carrousels Museozoom et 2 carrousels Marmaille&Co ont été créés pour promouvoir les événements des membres de Musées et Société en Wallonie.

2021 – Musées et Société en Wallonie entend renforcer sa mission de promotion des activités des musées en néerlandais et en anglais via Museozoom.be. Afin d'optimiser l'offre pour le public néerlandophone, MSW publiera au moins 20 événements par mois sur le site internet.

Réseaux sociaux

Afin de promouvoir les activités des membres auprès d'un plus large public, Musées et Société en Wallonie a investi les réseaux sociaux début 2015.
Avec 6.154 abonnés au 31 décembre 2019, la communauté Facebook s'est développée avec un total de 6.942 abonnés au 31 décembre 2020. Parmi nos abonnés, on compte 55% de femmes et 43% d'hommes. Nous touchons essentiellement les 25-54 ans. Près de 1.000 fans sont d'origine étrangère (majoritairement européenne). En 2020, 446 publications (contre 195 en 2019) ont été faites sur Facebook, soit plus de 8 publications par semaine. Sur l'année, on constate que 168.381 personnes ont consulté du contenu sur la page Facebook (publications, stories et publicités confondues). La publication payante ayant obtenu les meilleurs résultats d'audience concerne la promotion de l'enquête HOmusée sur l'impact de la pandémie sur notre quotidien. La publication non payante ayant obtenu le plus de mentions « J'aime » et étant la plus partagée est celle relative au lancement de l'événement Behind The Museum du 3 décembre 2020. En moyenne, la couverture publications s'élève à 126 personnes.
Sur Instagram, la communauté est passée de 475 personnes en 2019 à 630 en 2020. 42 publications (contre 27 l'année précédente) ont été réalisées sur Instagram. Sur l'année, 12.247 personnes ont consulté du contenu sur la page Facebook (publications et stories confondues). En moyenne, la couverture publications s'élève à 165 personnes.

En 2020, MSW a également un peu plus renforcé sa présence sur LinkedIn afin de communiquer auprès de ses membres mais aussi pour toucher de nombreux professionnels du secteur muséal et culturel belge et étranger. Pour ce faire, l'association relaye sur LinkedIn les articles et les événements postés sur le site MSW.be ainsi que les résultats de sa veille. Actuellement, nous comptabilisons 1262 abonnés. Avec 1.237,90 € dépensés sur les réseaux sociaux pour 6 campagnes publicitaires (3 consacrées à Marmaille&Co et 3 autres au projet Behind The Museum), nous avons touché 315.485 personnes.

2021– Musées et Société en Wallonie entend renforcer sa mission de promotion des activités des musées sur les réseaux sociaux et investir plus activement le réseau Tik Tok, le nouveau réseau social qui attire les jeunes. MSW s'engage également à publier davantage de vidéos de type ateliers virtuels sur les réseaux sociaux afin de dynamiser l'offre.

X. VEILLE

Musées et Société en Wallonie a mis en place au sein de son équipe un service dédié à la veille. Ce travail se concentre sur tout ce qui peut aider les musées à assurer et à développer leurs missions.
Le service de veille a un rôle essentiel de transmission d'informations. Cette démarche s'effectue principalement via la newsletter et le site internet MSW.be. Sur ce site, la veille est accessible à tous, sauf certains articles qui sont rendus accessibles sur connexion.

Site MSW.be

Le site MSW.be est la plateforme qui rassemble le plus d'informations destinées à nos musées membres et aux professionnels du secteur muséal. L'association y décrit intégralement ses missions, ses services, ses projets et ses produits. L'outil rassemble aussi les résultats de sa veille de l'actualité et donne accès à son annuaire des fournisseurs. Pendant la période de confinements successifs de l'année 2020, l'actualité des décisions fédérales et locales a été principalement rapportée sur le site MSW.be. 149 articles et 36 événements ont été publiés. Nous enregistrons un record de visiteurs s'élevant à 19.259 visiteurs contre 11.401 en 2019, soit une hausse de 68,92 %. Cette augmentation nous confirme la pertinence du choix des articles postés durant ce contexte spécifique ainsi que le besoin des membres de trouver rapidement les informations qu'ils recherchent sur une plateforme unique.

Newsletters MSW

Musées et Société en Wallonie

17 newsletters MSW ont été envoyées en 2020 : 12 mensuelles et 5 exceptionnelles (AG, vœux, covid-19, formations, événements, etc.). Le nombre d'abonnés est passé progressivement de 356 en décembre 2019 à 474 en décembre 2020 (dont 62% de belges). En moyenne, 41% de l'audience ouvre la newsletter et clique sur les liens, 16% de l'audience est modérément engagé et enfin, 29% des abonnés ouvrent rarement l'email.
La newsletter n'est plus seulement lue par les directeurs et conservateurs des institutions, mais également par les membres de leurs équipes.
En 2020, la newsletter la plus lue avec 218 ouvertures est l'invitation au lancement de l'événement Behind The Museum.

Date d'envoi	Inscrits à la NL de MSW	% /nombre d'ouverture	% de clicks
10/01/2020	364	39,6 % 142	17,3 % 62
10/02/2020	393	45,6 % 156	17,3 % 59
28/02/2020	435	47,2 % 186	9,1 % 36
01/04/2020	450	44,9 % 183	13,5 % 55
22/04/2020	456	47,8 % 197	14,3 % 59
30/04/2020	460	48,9 % 203	16,9 % 70
29/05/2020	470	38,1 % 158	15,9 % 66
01/07/2020	464	46,8 % 197	12,8 % 54
31/07/2020	471	42,1 % 182	18,3 % 79
28/08/2020	477	36,5 % 154	15,2 % 64
04/09/2020	472	41,5 % 176	1,4 % 6
01/10/2020	476	43,1 % 183	17,6 % 75
30/10/2020	456	47,1 % 205	17,2 % 75
18/11/2020	448	49,8 % 218	18,3 % 80
30/11/2020	457	42,5 % 190	8,9 % 40
22/12/2020	472	44 % 202	13,9 % 64
29/12/2020	472	43,8 % 202	18,2 % 84

Newsletters Museozoom

8 newsletters de promotion événementielle ont été envoyées en 2020. Le nombre d'abonnés n'a pas évolué, stagnant à 106. Une des raisons qui peut être attribuée à l'absence de progression résulte en l'annulation de tous les événements grand public prévus en 2020.
En moyenne, 36% de l'audience ouvrent la newsletter et cliquent sur les liens, 28% de l'audience sont modérément engagés et enfin, 35% des abonnés ouvrent rarement l'email.
En 2020, la newsletter la plus lue avec 58 ouvertures est la promotion de l'action « Viens t'a(musées) ».

Date d'envoi	Inscrits à la NL de MSW	% /nombre d'ouverture	% de clicks
21/02/2020	99	58,6 % 58	21,2 % 21
23/04/2020	98	51 % 50	9,2 % 9
18/05/2020	98	53,1 % 51	16,7 % 16
11/06/2020	98	52,6 % 51	12,4 % 12
30/06/2020	98	47,4 % 46	22,7 % 22
28/10/2020	98	38,1 % 37	14,4 % 14
18/11/2020	97	49 % 47	12,5 % 12
30/11/2020	97	42,3 % 41	8,2 % 8

2021 – Suite au lancement de la plateforme Behind The Museum le 3 décembre 2020, Musées et Société en Wallonie a pour ambition de créer une nouvelle newsletter pour, chaque mois, mettre en avant une nouvelle visite virtuelle d'un musée.
Une seconde ambition serait d'accroître l'audience de la newsletter Museozoom afin de sensibiliser plus régulièrement les visiteurs des activités à réaliser dans les musées.

XI. FORMATIONS

La professionnalisation du secteur est une des priorités de MSW. Plusieurs fois par an, des formations, des workshops ainsi que des journées de rencontre sont organisés en vue d'aider les membres à acquérir l'expertise nécessaire à la réalisation de leurs missions.
L'objectif principal des formations est évidemment de professionnaliser le secteur et de l'aider à offrir un service de qualité aux visiteurs des musées. Pour ce faire, MSW conçoit, d'une part, ses propres formations en répondant aux besoins sectoriels objectivement définis par notre analyse de terrain.. D'autre part, l'association propose des formations sur une offre déjà existante pertinente pour les institutions muséales. L'intérêt est de décliner le contenu de la formation au secteur et d'encourager les échanges de bonnes pratiques et d'expériences. Cette formule permet de passer plus facilement de l'aspect théorique à la pratique et donc d'ajouter une réelle plus-value à la session.
En proposant des formations qui répondent aux besoins de nos membres, nous espérons les aider de manière significative dans le développement professionnel de leur institution. MSW ambitionne également de se positionner comme un organisme de formation majeur dans le secteur culturel.
En 2020, 20 sessions étaient prévues. Seulement 8 ont été organisées (28 en 2019), 6 ont été reportées et 6 annulées. Cela représente, tout de même, 67 heures de formations réparties sur 10 jours pour près de 117 participants. MSW privilégie les formations de plus courte durée afin de laisser la possibilité aux membres de se libérer plus facilement.

Ci-dessous, le tableau récapitulatif des formations 2020 :

	Formations 2020			
	Titre	**Etat**	**Dates**	**Lieu**
1	Les différentes sources de financement des musées	Donnée	22 janvier 2020	Marlemont
2	Formation Nouveau Code des Sociétés	Donnée	18 février 2020	Dernier QG de Napoléon
3	Marketing Muséal	Donnée	3 et 4 mars 2020	TAMAT
4	Les clés fondamentales pour obtenir une reconnaissance Musée auprès de la FWB	Reportée	24 mars 2020	Musée du Masque
5	Workshop – La scénarisation d'un Escape Game pédagogique	Reportée	21et 23 avril 2020	Louvain-la-Neuve
6	Sensibilisation à l'ORC	Donnée	13 mai 2020	En ligne
7	La structure touristique en Wallonie, comment exploiter au mieux son fonctionnement, créer des partenariats efficaces et installer une veille touristique	Annulée	15 mai 2020	MSW
8	Accueillez vos visiteurs en Néerlandais	Donnée	13 et 20 octobre 2020	MSW
9	Webinaire - Gestes-barrières dans les musées	Donnée	3 juin 2020	Zoom
10	Workshop - La découpe de passe-partout	Annulée	15 septembre 2020	BPS22
11	Webinaire - Sensibilisation au label clé verte et à la durabilité dans les musées	Donnée	24 septembre 2020	Zoom
12	Workshop - La CP des négatifs photos	Donnée	19 octobre 2020	Musée de la Photographie
13	Workshop - Les Boutiques au musée	Reportée	18 novembre 2020	Préhistomuseum
14	Workshop - Les musées communaux	Reportée	2021	Liège
15	Workshop MPM/MSW - Accueil des visiteurs	Annulée	à définir	MPMM
16	Workshop MPM/MSW - Accueil des visiteurs	Annulée	à définir	La Boverie
17	Workshop MPM/MSW - Accueil des visiteurs	Annulée	à définir	Musée de la Photographie
18	Workshop MPM/MSW - Accueil des visiteurs	Annulée	à définir	Mons
19	Formation en Conservation Préventive - IRPA	Reportée	2021	à définir
20	Le Business Plan - Un outil, plus un frein!	Reportée	à définir	à définir

En **2021**, l'ASBL espère davantage étoffer son offre en proposant des formations suivant les axes ci-après :

- **Axe numérique** : MSW souhaite accompagner ses membres dans leur transition numérique et digitale.
- **Axe conservation** : fin 2020, l'association a mis en place une enquête visant à réaliser un état des lieux des techniques de conservation préventive dans les musées. Sur base des résultats analysés, MSW, en collaboration avec l'IRPA, proposera une formation générale sur la conservation préventive suivie de divers ateliers thématiques (dépoussiérage des œuvres, optimisation des réserves…). L'ASBL envisage également de former ses membres au plan de sauvegarde du patrimoine.
- **Axe médiation et accueil des publics** : le volet sur la médiation a pour ambition d'aider les musées à améliorer l'accueil des différents types de public comme les tout-petits, les visiteurs à besoins spécifiques, les touristes individuels, les visiteurs néerlandophones, le public scolaire… L'ASBL encourage également ses membres à l'utilisation de nouvelles techniques de médiation comme la gamification et la ludification des contenus.
- **Axes législatif, administratif et gestion** : dans ce point se retrouvent tous les sujets liés aux bases légales du secteur muséal comme les marchés publics, le code des sociétés, le RGPD...
- **Axe communication** : l'utilisation des réseaux sociaux, la réalisation de communiqués de presse percutants, l'utilisation des vidéos comme contenu inspirationnel…
- **Axe transition** : au travers de cet axe, MSW souhaite sensibiliser ses membres à la mise en place d'un musée plus durable. Comment les musées peuvent-ils s'adapter aux enjeux écologiques ? Comment rendre le musée plus inclusif ? Comment intégrer les logiques territoriales ?

Une partie du plan de formation de 2021 est déjà confirmée :

Formations 2021 - Confirmées			
	Titre	Dates	Lieu
1	Webinaire - Les clés fondamentales pour obtenir une reconnaissance Musée auprès de la FWB	28/01/2021	Via Zoom
2	Webinaire - Le mécénat comme source de financement	03/02/2021	Via Zoom
3	Workshop - La CP des négatifs photos	29/03/2021	Musée de la Photographie
4	Workshop - Les Boutiques au musée	22/04/2021	Préhistomuseum
5	Les tout-petits au musée	29/04/2021	La San
6	Workshop - Les visites guidées virtuelles	à définir	Via Zoom
7	Comment rendre son musée accessible à un maximum de publics à besoins spécifiques ? Accueil, aménagement et adaptation des contenus, les clés pour une adaptation réussie	06/09 et 13/09	A définir
8	Formation Conservation préventive - IRPA	20/09/21 -28/09/21 - 04/10/21	A définir
9	« Je(U) te fais visiter le musée? »	Octobre 2021 (2 jours)	A définir
10	Workshop – La scénarisation d'un Escape Game pédagogique	7/10 et8/10	Louvain-la-Neuve

Les formations ci-après sont aussi envisagées pour 2021 :

Formations 2021 - en projet	
	Titre
1	Réappropriation des nouvelles technologies dans les musées
2	Design d'expériences centrées sur le visiteur
3	Atelier: pour un musée plus durable
4	Atelier: pour un musée plus durable
5	Le Business Plan - Un outil, plus un frein
6	Workshop - Les Musées communaux
7	Workshop - Accueillir le public scolaire à la lumière du PECA
8	Workshop - Accueillir le public scolaire Le pacte d'excellence
9	Workshop - Le bénévolat au musée

Les formations du personnel de MSW

Chaque année, MSW incite ses employés à participer à diverses formations dans divers domaines.

En 2020, les formations suivies sont :

- Formation en langues
- Formation de base - Conseiller en Prévention
- Plan de formation : motiver, concerter, informer
- Recyclage du secouriste en milieu professionnel
- La réussite de vos projets grâce à une méthodologie de travail commune
- S'initier aux jeux-cadres de Thiagi
- Accueillez vos visiteurs en néerlandais
- Les 10 outils de base de la gestion de projets
- InDesign - Niveau 1
- Construire et gérer son projet
- Comment utiliser le temps de façon constructive

2021 - Les besoins en formation des employés ont été rassemblés fin de l'année 2020. La validation du plan de formation du personnel sera réalisée dans les prochaines semaines.

XII. SERVICES AUX MEMBRES

Traduction

Museozoom

La traduction en néerlandais et en anglais de notre site grand public www.museozoom.be est pratiquement achevée. 154 sur les 177 membres que comptait MSW en 2020 y sont à présent représentés, dont 138 disposent d'informations complètes dans les 3 langues (FR-NL-EN).

Service aux membres

En 2020 MSW a pu dépanner une douzaine de ses membres avec des traductions essentiellement vers le néerlandais. Nous notons une mission toute particulière relative à la traduction d'une exposition, comprenant plus de 40 pages (16.000 mots).

museumPASSmusées (MPM)

Comme l'année précédente, MSW a continué à assurer différentes traductions pour le compte de la coopérative MPM.

2021 - Pour rappel, le service de traduction est réservé exclusivement aux membres de MSW et dans le cadre du museumPASSmusées. Nous comptons désormais plusieurs habitués qui nous reviennent régulièrement dans le cadre de leurs expositions et de nouveaux contractants se présentent principalement pour la traduction de leur site internet.

XIII. PROJETS SECTORIELS SPÉCIFIQUES

museumPASSmusées (MPM)

Résultats 2020 : une année morose pendant laquelle la coopérative a limité les dégâts…

Musées participants
Au 31 décembre 2020, le museumPASSmusées comptait 187 musées belges participants, dont 59 wallons (31,6%) parmi lesquels figurent 2 non affiliés auprès de MSW. La coopérative a accueilli 21 nouveaux musées, dont 3 situés sur le territoire wallon : le Musée archéologique d'Arlon, le Phare (Espace Muséal d'Andenne) et le Trinkhall Museum.

Ventes
MPM comptait 35.000 nouveaux détenteurs de pass ce qui porte à 125.334 adhérents actifs. En 2020, ce sont 702 pass musées à tarif social qui ont été vendus (990 en 2019), dont 327 (46%) avec l'Article 27 (349 en 2019).

Visites
Pour l'ensemble de l'année 2020, 278.879 visites furent enregistrées (en baisse par rapport aux 349.000 visites en 2019) et représentant 1,5 Mio euros de recettes aux musées. Les visites cumulées depuis le lancement atteignent 778.760 ventilées comme suit : 529.751 en Flandre (68,02%), 193.009 à Bruxelles (24,78%) et 56.000 en Wallonie (7,20%).
Les visites cumulées au tarif social se chiffrent à 12.941 soit 1,66% du total. Par région, ces visites se ventilent comme suit : UiTpas en Flandre et à Bruxelles = 6.265 (48,41%) ; A-kaart à Anvers = 3.170 (24,50%) ; Article 27 en Wallonie et à Bruxelles = 3.506 (27,09%).
Au 31 décembre 2020, le pass musées comptait 92% d'adhérents satisfaits.

Évolution du projet : la santé financière de la scrl-fs demeure la priorité absolue !

Coopérative
Le Conseil d'administration a mis en place un plan de relance et simultanément une nouvelle directrice, provenant du secteur muséal, a pris ses fonctions. Une nouvelle collaboratrice bilingue a également rejoint l'équipe afin de se concentrer sur le support opérationnel aux musées wallons et bruxellois.
Les Comité stratégique et Conseil d'avis, au sein duquel tous les musées participants peuvent s'exprimer et contribuer au développement du projet, se sont réunis de façon ponctuelle afin d'évaluer l'évolution de la situation.
Afin d'optimaliser la vente du pass au sein des musées, la coopérative a mis en place une formation succincte du personnel d'accueil des musées participants.
De plus en plus de musées ont communiqué avoir enregistré des visites de détenteurs du pass musées en (forte) hausse.

MSW
Le référent du projet au sein de MSW a construit une base de données élaborée, permettant une approche B2B cadrée en Wallonie. Le climat des affaires, subissant de plein fouet la crise de la Covid-19, n'a cependant pas permis d'entamer cette phase.

Prévisions 2021 : nouvelle dynamique et visibilité accrue

Coopérative
Les différentes actions sur le plan marketing seront minutieusement réévaluées et activées en fonction de l'évolution des conditions sanitaires. La direction et les partenaires fondateurs mettront tout en œuvre pour une visibilité tout azimut du produit, et ce dans le respect scrupuleux des limites budgétaires.

MSW
Plusieurs nouveaux adhérents en Wallonie sont attendus dans le courant du premier trimestre 2021 : le Musée des Beaux-Arts de Tournai, le Musée d'Histoire naturelle et Vivarium (Tournai), le Musée de Folklore et des Imaginaires (Tournai), le Stadtmuseum Eupen, Le Delta (Namur) et le Musée Marthe Donas (Ittre).
MSW continuera à œuvrer sur une visibilité accrue du produit et recontactera également les partenaires distributeurs (Offices du Tourisme).
Notre association entamera sa mission B2B au printemps : le secteur des affaires en direct et par le biais de différentes associations entrepreneuriales (CCI, Cercles d'affaires, etc.), ainsi que d'autres clubs philanthropiques (Rotary International, Lions Club, etc.)

XIV. INNOVATION MUSÉALE

Behind The Museum

Behind The Museum est une plateforme web (www.behindthemuseum.be) permettant aux visiteurs de découvrir différemment un grand nombre de musées wallons depuis un ordinateur ou un smartphone. La plateforme comprend des visites virtuelles (1), des capsules vidéo/interviews du personnel des musées qui décrit sa profession, sa passion, le fonctionnement de son institution et les problématiques de celle-ci (2) ainsi que des photographies inédites de nombreuses pièces méconnues du patrimoine culturel wallon (3). Grâce à l'utilisation de la technologie virtuelle, nous pouvons montrer des espaces inaccessibles au grand public, tels que des espaces de travail (réserves, ateliers de restauration, bureaux, etc.), des expositions temporaires définitivement terminées, des espaces muséaux modifiés ou disparus. Les espaces numérisés accessibles sont ainsi remplis de contenus inédits (textes & vidéos) non disponibles lors de la visite physique, ce qui permet au projet d'avoir comme objectif d'anticiper ou de compléter une visite physique et non de la concurrencer.

Lancée officiellement le 3 décembre 2020, le lancement en ligne a été un grand succès pour MSW puisque plus de 500 personnes de toute la Belgique mais aussi de l'étranger (Québec, France, etc.), se sont rassemblées derrière leurs écrans. La Ministre Valérie De Bue a également tenu à inaugurer l'événement, n'hésitant pas à souligner le bienfondé du projet. 13 musées étaient déjà intégrés à la plateforme, permettant au public de découvrir des thématiques différentes un peu partout en Wallonie. Le projet valorisait ainsi des musées abrités dans des bâtiments classés ou en vue de l'être, des sites patrimoniaux, du patrimoine culturel mobilier (Beaux-Arts, …) ou immatériel (Folklore, …) :

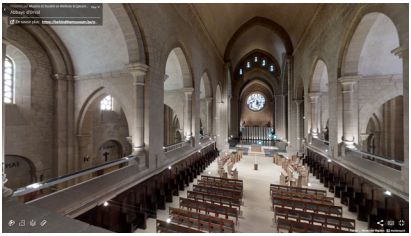
- **Le Musée international du Carnaval et du Masque**
- **L'Aquarium Muséum de l'Université de Liège**
- **La Brasserie à Vapeur de Pipaix**
- **Le Musée de la Fraise**
- **Le Musée de Folklore et des Imaginaires**
- **Le TAMAT**
- **Le Musée des Beaux-Arts de Tournai**
- **Le Musée royal de Mariemont**
- **La Maison du Patrimoine médiéval mosan**
- **L'Abbaye d'Orval**
- **La Maison de la Marionnettes**
- **L'Artothèque**
- **Le Silex's et ses minières néolithique**

BEHIND THE MUSEUM

Pour parvenir à ce résultat, MSW, en partenariat avec Epicentro (ex-Meta-Morphosis), s'est rendu en 2020 dans chaque institution pour réaliser, dans un premier temps, la numérisation 3D des espaces puis, dans un deuxième temps, pour enregistrer les capsules vidéo/interview qui permettent aux visiteurs d'en savoir plus le secteur des musées. Avant le lancement de la plateforme, une promotion des visites virtuelles étaient déjà réalisées par MSW et les musées participants, cumulant plus de 21700 vues et plus de 58.000 apparitions sur le web.

Pour les musées participants, Behind The Museum est une opportunité de se valoriser au sein d'une action fédératrice et innovante. C'est aussi l'occasion pour eux d'avoir accès à une technologie onéreuse et chronophage mais aussi de disposer de tous les outils créés par le projet pour la réalisation de futurs projets en interne.

Vue 3D de l'Aquarium-Muséeum Universitaire de Liège © Behind The Museum.



Visite virtuelle de l'Abbaye d'Orval © Behind The Museum.

2021 permettra à MSW d'enrichir la plateforme www.behindthemuseum.be d'un nouveau musée par mois et d'assoir le produit afin de le faire connaître au grand public. Pour ce faire, une stratégie de communication a été établie :

- Promotion mensuelle des nouveaux musées :
  - Via les réseaux sociaux (Facebook, LinkedIn, Instagram et TikTok)
  - Via nos sites web (Museozoom et MSW)
  - Au sein des newsletters (la newsletter MSW mais aussi une newsletter Behind The Museum)
  - Par les musées participants (sur leur site web et par leurs canaux de communication)

- Campagne publicitaire :

Fin 2020, nous avions décidé de reporter la campagne publicitaire prévue pour le lancement du projet. Il était effectivement peu impactant de promouvoir BTM par des affiches dans les gares et les lieux culturels alors que la population était confinée. Nous réaliserons cette campagne en 2021 au moment opportun pour toucher un maximum de citoyens.

- Amélioration du référencement payant et naturel du site web :

Une collaboration est prévue avec notre partenaire Clé2Web afin de scinder le financement obtenu par Google Ad Grants. Une partie sera toujours employée pour promouvoir Museozoom tandis que l'autre permettra à la plateforme www.behindthemuseum.be d'être plus présente sur Google. Le référencement naturel n'ayant pas encore été amélioré depuis la réalisation du site, Clé2Web sera aussi appelé à travailler sur cet aspect.

- Promotion du projet auprès de secteurs professionnels :

MSW réalise de nombreuses conférences/visio pour présenter BTM auprès d'acteurs du secteur muséal et culturel. Une première présentation a été faite le 1er mars pour la Haute Ecole de Liège autour de la notion d'entreprenariat. Nous discutons aussi avec les partenaires de BeMuseum pour présenter, lors de l'édition 2021, l'avancée du projet.

2021 est enfin une période de réflexion avec nos partenaires actuels et d'autres acteurs culturels afin de faire évoluer la plateforme dans les années qui viennent. Nous considérons que le virtuel peut apporter plus que ce que nous proposons actuellement mais nous attendons aussi d'avoir un produit stable pour le faire évoluer. Dans ce sens, nous avons rencontré plusieurs entreprises spécialisées dans la réalisation de contenus 3D afin d'entamer une réflexion sur la possibilité d'intégrer dans nos parcours virtuels des outils pédagogiques.

Base de données mutualisée

MSW a initié un projet de mutualisation de bases de données sous la même solution afin de diminuer les coûts d'achat, de fonctionnement et de maintenance mais aussi de centraliser les données, de favoriser le partage des données scientifiques et d'augmenter les possibilités d'échange entre les institutions.
Le Musée de la Vie wallonne (musée de la Province de Liège), qui propose déjà ces possibilités à de nombreux musées de son territoire via la solution TMS, s'est rapidement montré très intéressé de devenir partenaire de MSW. Des réunions avec divers services de la Province ont eu lieu en 2019 et ont abouti à la faisabilité du projet (en matière de ressources humaines nécessaires, de compétences, de respect de la législation, etc.). Début 2020, deux réunions de pilotage (27 janvier et 3 mars 2020) ont eu pour rôle de définir les bases du futur partenariat :

- Un marché conjoint MSW-Province de Liège et le prestataire (à définir)
- La durée du marché (4-6 ans) servirait de phase pilote (testing)
- 10 nouveaux musées participeraient à cette phase pilote
- Le Musée de la Vie wallonne prendrait en charge les musées de toute la Province de Liège d'un point de vue administratif
- MSW prendrait en charge tous les musées en dehors de la province
- Les conditions de participation des musées ont été définies

2021 –Suite aux deux réunions, il avait été décidé que le marché conjoint serait lancé en juin-juillet 2020. La crise sanitaire a malheureusement considérablement retardé le projet. Le fonctionnement de la Province et les priorités immédiates ont alors subi de nombreux changements. Les autres réunions ont été reportées à une situation plus normalisée.

Annuaire des fournisseurs

En 2020, MSW s'est lancé dans la préparation du second annuaire des fournisseurs dont la publication est programmée pour l'été 2021. Ce catalogue sera également diffusé gratuitement en versions papier et digitale auprès des institutions muséales en Wallonie et à Bruxelles. L'objectif en 2020 était d'étoffer le listing des fournisseurs pour proposer un véritable outil de référence actualisé à tous les acteurs des secteurs culturel, patrimonial et touristique.
Une enquête a ainsi été lancée auprès des musées afin de répertorier les prestataires auxquels ils ont fait appel et pour lesquels ils sont satisfaits des services rendus. Dans la foulée, une offre a été soumise aux anciens et nouveaux fournisseurs pour intégrer la seconde édition de cet annuaire.

2021 – Ce catalogue est en conception. D'ici juin, 500 exemplaires seront diffusés auprès des institutions muséales. La présentation de ce catalogue se matérialisera autour de laboratoires expérimentaux sous forme d'afterwork pour permettre aux membres de découvrir et rencontrer des fournisseurs innovateurs repris dans cet annuaire.

Musées et Société en Wallonie ASBL

Place Gustave Falmagne, 1
B-5000 Namur
081/42 00 55
info@msw.be
www.msw.be
N. entreprise : 0464.579.025
RPM Namur

BE30 0013 7429 7111