

**RAPPORT D'ACTIVITÉ
2021**

**PROGRAMME
PRÉVISIONNEL 2022**

MUSÉES ET SOCIÉTÉ EN WALLONIE

MSW

TABLE DES MATIÈRES

Le mot de la Présidente

- I. Objectifs généraux
- II. Vision
- III. Missions
- IV. Organigramme
- 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

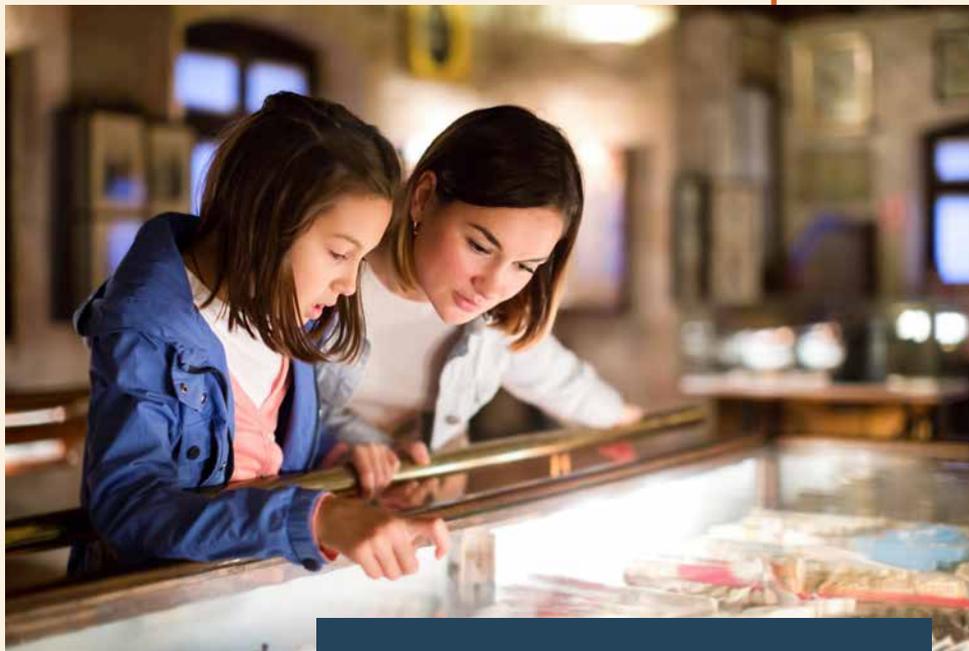


Illustration © Shutterstock.com

Le mot de la Présidente

L'année 2021 aura certes été un peu moins compliquée que la précédente pour nos musées, mais elle ne fut pas pour autant reposante pour l'équipe de Musées et Société en Wallonie. Le rôle d'appui de l'association au secteur muséal a été très important, qu'il s'agisse de la crise sanitaire, de la réforme des APE ou des points d'attention aux politiques muséale et touristique. Des projets d'envergure ont été poursuivis avec succès, tels Behind the Museum - dont le site emmène à ce jour à la découverte de 23 musées, collections et sites – et le sac ludique Marmaille, lancé en décembre dernier, et qui promet d'être une aide à la visite incontournable pour les familles.

Alors que les 25 années d'existence de l'association se profilent pour 2023, ce sont plus de 180 membres qui participent au réseau et l'alimentent, tandis que Musées et Société en Wallonie constitue en retour pour eux un opérateur d'appui indispensable.

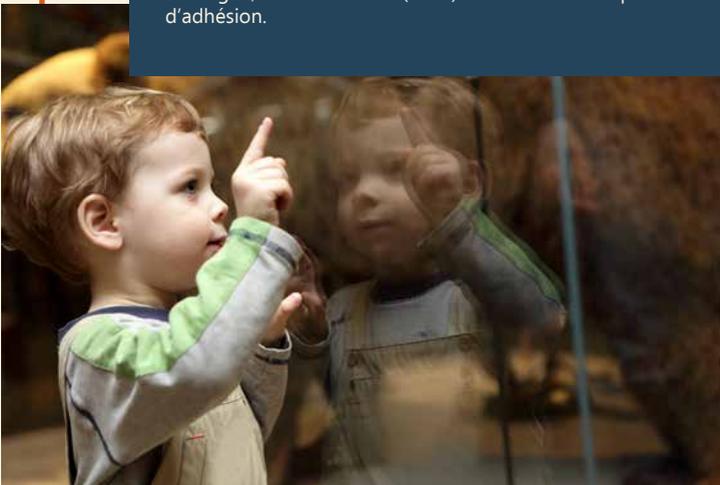
I. OBJECTIFS GÉNÉRAUX



« 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.

Innovier

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

En 2021, l'organigramme a subi de légères modifications. Fin 2020, Laurent Panepinto remplaçait Emeline Laus au poste de Chargé de la comptabilité, de l'administration et des ressources humaines. En avril, Aurielle Marlier remplaçait Noélie Maquestiau au poste de Chargée de communication. L'organigramme en 2021 se présentait comme ci-dessous :

- 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 ;
- 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 ;
- Aurielle Marlier, engagée en avril 2021, chargée de projet Marmaille&Co et responsable communication & marketing.

2022 - Alice Terwagne sera remplacée 9 mois suite à son congé de maternité.

V. GESTION DE LA CRISE COVID

Comme en 2020, l'ensemble de l'équipe a été fortement mobilisée tout au long de l'année 2021 par la gestion de la crise et ce sur plusieurs 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** : en 2021, un focus group a permis de finaliser la partie qualitative de l'enquête sur la situation des musées. Une publication a vu le jour et a été envoyée aux autorités.

2022 – MSW continuera son travail d'information et d'accompagnement auprès de ses membres.

VI. PARTENARIATS ET REPRÉSENTATION

Fédération Wallonie-Bruxelles (FWB)

MSW est toujours réactive aux demandes émanant des pouvoirs qui la subsidie. C'est donc tout naturellement que MSW répond aux différentes demandes de la FWB. En 2021, elle a répondu notamment à une demande portant sur les contenus vidéos dans les musées. Parallèlement, MSW occupe pour la deuxième année la présidence de la Chambre des Patrimoines culturels, instance initiée dans le cadre du décret sur la nouvelle Gouvernance culturelle en FWB. A ce titre, MSW participe évidemment aux différents travaux et remet des avis via la Chambre suite aux demandes ministérielles ou sur des sujets importants concernant le secteur. En 2021, plusieurs avis ont été remis :

- Le 4ème avis de la Chambre porte sur la révision du décret portant sur les Archives privées en FWB. Cet avis, articulé en dix points demande notamment un élargissement financier (fonctionnement et/ou infrastructure) du décret utile à l'intégration de nouvelles institutions, de sortir de la seule logique de flux financier du précédent décret, un élargissement du champ d'application, une transition « douce » entre les deux décrets, la visibilité des institutions et de leur travail, la catégorisation des critères sur base de critères, prise en considération dans le périmètre le territoire, la thématique et la discipline, la place du numérique et de la mutualisation, l'emploi.
- L'avis n°5 porte sur l'évaluation de l'avant-décret concernant « La Protection du Patrimoine culturel mobilier » en FWB. Cinq recommandations ont été émises par la Chambre :
 - maintenir la notion « d'inventaire large »
 - vérifier l'habilitation des personnes conservant ou restaurant les pièces
 - une meilleure articulation entre les représentants du Culte et la FWB dans ce cadre
 - une clarification concernant les différents types de protection ainsi que les procédures d'introduction de demande opérées par les musées
 - une référence aux conventions internationales
- L'avis n°6 propose d'opérer des modifications au décret et à l'arrêté d'exécution concernant la reconnaissance des musées et ce, en deux temps. De premières modifications quant à l'arrêté sont proposées afin de gommer certaines incohérences administratives notamment sur les délais d'introduction des dossiers ou sur les modalités de remise. Dans un second temps, il est demandé de pouvoir entamer une réflexion sur le fond et envisager une révision du décret et de son arrêté.
- Finalement, l'avis n°7 portait sur la réponse à la demande de la Ministre concernant la Gratuité scolaire dans les musées. Bien que la mesure a de quoi réjouir le secteur, ils nous a semblés que la Chambre avait été saisie un peu tardivement. En effet, le budget, les modalités, le périmètre... semblaient déjà établis quand nous avons été saisis de la question. Dans cet avis, la Chambre recommande d'étendre la mesure à l'ensemble des opérateurs des patrimoines culturels. Elle demande également de clarifier certaines choses comme sur quoi portera la compensation, la méthodologie de facturation, de paiement, de contrôle, de calcul de l'enveloppe budgétaire, l'évolution de la mesure au regard d'autres nouvelles législations (notamment le PECA).



- L'unique recommandation de la Chambre portait sur le traitement catastrophique qui avait été opéré sur les bas-reliefs de Jacques Dubroeuq dans la cathédrale Saint-Waudru de Mons. La Chambre avait émis cette recommandation : les membres de la Chambre de Concertation des Patrimoines Culturels demandent donc à Madame la Ministre de prendre l'initiative de lancer une étude des dégâts aux œuvres altérées et de prendre des mesures de conservation préventive sur les pièces classées endommagées et de confier le suivi de ces mesures à l'Administration.

En occupant la présidence de la Chambre, MSW siège également au Conseil supérieur de la Culture. Celui-ci, en 2021 a remis des avis portant sur :

- Avis n° 11 (16 novembre 2021) à propos des modifications annoncées à la loi du 24 décembre 2020 relative au travail associatif
- Avis n° 10 (16 novembre 2021) relatif a un avant-projet de décret-programme portant diverses dispositions accompagnant le budget 2022
- Avis n° 9 (14 septembre 2021) relatif à un appel à candidatures visant à reconnaître des collectifs oeuvrant pour une meilleure représentativité des femmes dans les politiques culturelles
- Avis n° 8 (14 septembre 2021) relatif à un plan éducation aux médias
- Avis n° 7 (14 septembre 2021) relatif à un avant-projet de décret portant modification du décret du 28 mars 2019 sur la nouvelle gouvernance culturelle
- Avis n° 6 (14 septembre 2021) relatif à un avant-projet de décret portant confirmation de l'arrêté du gouvernement de la communauté française de pouvoirs spéciaux n°44 du 21 janvier 2021 modifiant l'arrêté du gouvernement de la communauté française de pouvoirs spéciaux n°4 du 23 avril 2020 relatif au soutien du secteur culturel et du cinéma dans le cadre de la crise sanitaire du covid-19
- Avis n° 5 (28 avril 2021) sur un plan de transition écologique
- Avis n° 4 (29 mars 2021) sur un déploiement de mesures de soutien aux secteurs de la culture
- Avis n° 3 (19 janvier 2021) Avant-projet de décret relatif à la direction des lieux de création, de diffusion, des festivals et des centres scéniques bénéficiant d'un contrat-programme
- Avis n° 2 (19 janvier 2021) relatif au positionnement du Conseil supérieur de la Culture à l'égard du document intitulé « un futur pour la culture »
- Avis n° 1 (17 décembre 2020) sur un avant-projet de décret organisant une coordination et un renforcement des actions de la communauté française en faveur d'une transition écologique

Avis d'initiative

- Avis d'initiative N° 5 (24 décembre 2021) en suite des mesures adoptées par le CODECO du 22 décembre 2021 impactant le secteur culturel
- Avis d'initiative N° 4 (21 septembre 2021) relatif à la réforme de la loi du 16 juillet de 2008 modifiant le code des impôts sur les revenus 1992 et organisant une fiscalité forfaitaire des droits d'auteur et des droits voisins
- Avis d'initiative n° 3 (14 juin 2021) relatif aux artistes, ainsi qu'aux travailleurs et travailleuses des arts et de la culture en général
- Avis d'initiative n° 2 (5 mars 2021) pour la défense de l'exercice des droits culturels et des libertés et en soutien à « Sill standing for culture »
- Avis d'initiative n° 1 (19 janvier 2021) sur le projet de décret relatif aux services de médias audiovisuels et aux services de partage de vidéos

2022 - La Chambre continuera son travail législatif notamment sur l'entrée en vigueur prochainement du décret dédié aux archives et au patrimoine mobilier. D'autres thématiques viendront ponctuer les discussions comme le PECA, le décret « Musées »... Du côté du Conseil supérieur de la Culture, seront discutés les décrets sur la diffusion, sur la Gouvernance...

Agence wallonne du Patrimoine (AWaP)

Semaine Jeunesse et Patrimoine

Depuis 2019, MSW collabore avec l'Agence wallonne du Patrimoine à la création de supports pédagogiques pour la Semaine Jeunesse et Patrimoine. Suite à l'annulation de l'édition 2020, les trois supports pédagogiques qui avaient déjà été conçus ont été adaptés pour l'édition 2021. Ainsi un long travail a été réalisé afin de revoir les visuels des trois jeux selon la charte graphique que l'édition 2021 tout en adaptant le contenu aux nouvelles institutions participantes.



Cependant, en raison de la pandémie de Covid-19, l'événement Semaine Jeunesse et Patrimoine 2021 a été conçu sous un format allégé. Aussi, seuls les supports à destination du public scolaire ont été finalement imprimés et distribués aux musées participants. Il s'agit du jeu de société collaboratif à destination des élèves de 9 à 13 ans. À la suite de ces événements, les musées participants nous ont fait part du retour positif de la part des élèves et des enseignants au sujet de cette chasse au trésor créée pour l'occasion.



De plus, étant donné que le contenu des jeux était adapté pour chaque institution, ces musées ont été ravis de pouvoir disposer par la suite de ce matériel pédagogique pour leurs activités futures.

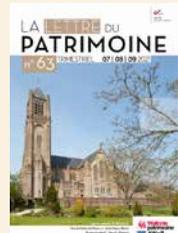
2022 - Nous espérons que les supports réalisés pour le volet familial (La vie de château) pourront être utilisés et que la collaboration pour le volet scolaire pourra être renouvelée.

Lettres du Patrimoine

Chaque année, MSW poursuit ses publications trimestrielles dans la Lettre du Patrimoine. Pour l'association, ces articles sont l'occasion de proposer des réflexions autour de problématiques récurrentes ou innovantes pour les musées et les sites patrimoniaux tout en illustrant les propos par des exemples concrets et des expériences vécues chez nos membres interrogés pour l'occasion.

En 2021, les articles suivants sont parus dans la Lettre du Patrimoine :

- Lettre du Patrimoine 61 : "Behind The Museum, un lancement officiel à l'image du projet : numérique"
- Lettre du Patrimoine 63 : "Châteaux et Abbayes, vers la création d'un nouveau réseau MSW"
- Lettre du Patrimoine 64 : "Patrimoine et catastrophes naturelles : vers une nouvelle gestion des risques"



2022 - MSW abordera de nouvelles thématiques en lien avec nos projets et l'actualité du patrimoine archéologique et immobilier wallon.

Journées du Patrimoine

Chaque année, MSW veille à relayer l'actualité de l'AWaP, notamment via ses site web, réseaux sociaux et newsletters mensuelles. En 2021, l'asbl a diffusé à plusieurs reprises les informations relatives à l'organisation des Journées du Patrimoine à ses membres (procédures d'inscription, cycle de formations...). MSW a également assuré la promotion de l'événement auprès du grand public et ce, de diverses façons. Alors qu'une page web dédiée spécifiquement à l'événement a été créée sur le site web (<http://museozoom.be/journees-du-patrimoine-2021/>) et partagée sur la page Facebook (<https://www.facebook.com/museozoom/photos/2900535716862680>), le week-end des Journées du Patrimoine a également été volontairement choisi par MSW pour débiter une chronique radio et télévisuelle consacrée aux musées et au patrimoine wallon. En effet, depuis le samedi 11 septembre, la séquence « Il était une fois un musée... », créée en partenariat avec Vivacité et La Une, donne chaque semaine la parole à un(e) représentant(e) d'un musée wallon et participe ainsi au travail de communication du secteur auprès du grand public.



Les partenariats avec le CGT se sont essentiellement déroulés au travers des actions mises en place dans le cadre de Wallonie Destination Qualité et du Tourisme pour Tous. Des contacts ont également été pris par rapport à « Bienvenue Vélo » afin d'organiser un webinaire de sensibilisation au label. MSW a aussi postulé pour être présent au sein des comités techniques des attractions touristiques et du tourisme social. L'association répond également aux sollicitations de l'Observatoire du Tourisme.

CGT - Wallonie Destination Qualité



Les collaborations dans le cadre de Wallonie Destination Qualité se sont limitées à la promotion des ateliers organisés par l'équipe de WDQ, à notre présence aux réunions de travail dans le cadre du comité d'accompagnement et à la participation à l'atelier « Analyse des outils de communication digitaux » du 5 octobre 2021. De manière générale, MSW tente toujours de faire référence au label dans ses supports de communication. Aussi, malgré la mise en suspens des dossiers de labélisation, MSW a continué de développer son dernier plan d'action.

2022 - L'équipe attend les nouvelles directives de la direction de la stratégie afin d'envisager une nouvelle labélisation et de nouvelles collaborations.

CGT - Tourisme pour tous !

Plusieurs actions ont été mises en place dans le cadre du plan de lutte contre la pauvreté initié par la Région wallonne.

Tout d'abord, MSW est resté attentif aux sollicitations du CGT par rapport à cette thématique. C'est ainsi que nous avons pu mettre en place la conférence du 16 décembre dernier sur les visites guidées pour les personnes atteintes de surdité.

L'asbl a également organisé plusieurs formations visant à améliorer l'accueil des publics à besoins spécifiques dans les musées :

- 11 mai 2021 - Webinaire – Comment faire vivre une œuvre à tout type de public ?
- Septembre 2021 – Formation « Comment rendre son musée accessible à un maximum de publics à besoins spécifiques ? » - Formation annulée par manque de participants
- Le 16 décembre 2021 – Conférence sur les visites guidées pour les personnes atteintes de surdité (sourds, aveugles et malvoyants) – Espace gallo-romain d'Ath.

De plus, l'association continue de sensibiliser les CPAS et le public précaire à l'existence du museumPASSmusées à 12€ au lieu de 59€ afin d'inciter les utilisateurs des Articles 27 à pousser la porte des 211 musées participants (187 en 2020). En 2021, le MPM compte plus de 100 000 adhérents actifs. En Wallonie, Article 27 a vendu environ 600 pass au tarif réduit.

Enfin, l'asbl continue aussi de développer le projet Behind The Museum qui favorise l'accessibilité des musées à tout type de public.

2022 - MSW souhaite davantage travailler la question de l'accessibilité des publics à besoins spécifiques au travers de diverses formations. Les actions autour du museumPASSmusées et de Behind seront également maintenues. Aussi, l'asbl souhaite augmenter sa connaissance du secteur social en prenant part au comité technique du Tourisme Social et en réfléchissant à des actions concrètes à mettre en place.

CGT - Bienvenue Vélo & CGT - Comités techniques

Cfr. CGT

Plan de lutte contre la Pauvreté

MSW fait partie du 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 a été fondamentale dans la gestion de cette structure par la refonte totale des statuts de l'ASBL à laquelle MSW a activement participé. En outre, une action dans les CPAS dans le cadre du museumPASSmusées a été lancée. En 2021, MSW a également postulé au comité technique du CGT portant sur le Tourisme social.

2022 - MSW continuera le travail d'administration au sein d'Art.27 et espère intégrer le comité technique du CGT.

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 continué à collaborer sur la gestion de la Pandémie mais également sur la crise due aux inondations via le comité de crise. Depuis 2021, MSW met un employé à temps partiel à disposition d'ICOM pour de la gestion administrative. MSW collabore également avec ICOM sur le projet « ICOM solidarity » qui a pour buts la création et la diffusion de tutoriels de formation afin de former les médiateurs et guides à la visite virtuelle (v. en détail ci-dessous). Le projet initié en 2021, prendra fin en juin 2022. MSW et ICOM participent également au comité scientifique de BeMuseum.

2022 - Outre la collaboration sur ICOM Solidarity, MSW et ICOM continueront à collaborer sur la représentation du secteur muséal francophone, sur BeMuseum, museumPASSmusées.

Comité pour l'Education et l'Action culturelle (CECA)

A la demande du CECA de l'ICOM, l'équipe de MSW a rédigé un article complet au sujet des techniques de médiation mobilisées dans les divers projets de l'asbl, avec et au sein des musées. Cet article s'est inscrit dans une publication plus large consacrée à l'histoire de la médiation muséale en Belgique.

2022 - MSW se tiendra disponible pour réitérer ce type de collaboration en lien avec ses projets à caractère éducatif.

Brussels Museums



A l'instar de la collaboration avec ICOM B-WB, MSW a beaucoup collaboré avec Brussels Museums sur les aspects liés à 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. La collaboration se perpétue aussi au niveau de la conférence Bemuseum et au niveau de la coopérative museumPASSmusées. Par ailleurs, Brussels Museums a également rejoint le projet ICOM Solidarity. Un membre de l'équipe était également jury pour le recrutement de notre nouvelle chargée de communication. Les deux structures ont aussi collaboré sur le statut de guide par des enquêtes auprès de leurs membres et diverses rencontres.

2022 - Les deux structures vont finaliser le projet ICOM Solidarity. Les projets tels que BeMuseum et museumPASSmusées seront pérennisés.

Attractions et Tourisme



L'asbl, avec Attractions et Tourisme, siège au Conseil d'Administration de la CESSoc afin de représenter l'ensemble du secteur touristique francophone. Les deux associations sont notamment impliquées dans les différentes réformes liées à l'emploi, les évolutions au niveau de la législation tant sectorielle que transversale et les fonds chargés de la formation et des emplois Maribel.

2022 - Ces collaborations perdureront tout au long de l'année.

Wallonie Belgique Tourisme (WBT)



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 2021, La collaboration avec le WBT a perduré notamment au travers des actions mises en place par la nouvelle appellation VisitWallonia. Une délégation de MSW a également rencontré la nouvelle direction afin de faire un bref bilan de la collaboration et envisager les collaborations futures.

Pendant la crise sanitaire qui a considérablement freiné voire empêché la participation aux actions physiques, l'association MSW s'est efforcée de maintenir sa collaboration avec le WBT via une ou plusieurs de ses actions. Dans le cadre de l'année à thème « Wallonie destination nature », MSW a collaboré avec le WBT sur le projet « Les musées sans voiture ».

2022 - MSW souhaite poursuivre les actions du WBT déjà en place et intégrer celles à venir afin d'apporter ses connaissances et son expérience du secteur muséal wallon auprès de son partenaire. MSW participera aussi aux événements importants ainsi qu'aux comités auxquels l'association a actuellement accès.

Centre compétence tourisme

En 2021, les relations avec le Centre de compétence Forem Tourisme ont été ravivées. En effet, le centre nous a tout d'abord aidé à organiser le webinar sur les visites guidées interactives en ligne. Un événement qui a rassemblé près de 200 participants belges et étrangers. MSW a ensuite participé au Diagnostic Court Appliqué organisé par le CDT en vue de les aider à obtenir le renouvellement de leur label. Suite à cela, nous nous sommes portés volontaires pour faire partie du comité d'orientation du centre. Fin 2021, MSW était présent au RWET afin de présenter Behind the Museum au secteur touristique.

2022 - Plusieurs formations sont en cours de réflexion. Les deux structures souhaitent continuer de collaborer ensemble afin de s'épauler mutuellement sur divers projets.

Fonds 4S

Chaque année, MSW rentre des demandes au Fonds 4S afin d'obtenir des financements pour les formations suivies par le personnel de l'asbl. Ainsi, depuis 2020, le Fonds 4S a permis de financer une vingtaine de formations. En tout, c'est 51 25€ sur un BMA de 7500€ qui ont été subsidiés par cet organisme. Aussi, les formations mises en place par MSW sont toujours subsidiées par le Fonds 4S via les actions clé sur porte (<https://www.fonds-4s.org/soutien-formation/formations-cle-sur-porte/#recap>). Ce qui permet aux participants de financer leurs inscriptions jusqu'à 90€ par jour et par participant.

2022 - Des actions qui seront évidemment maintenues en 2022.





Gestion de la crise

La CESSoC a continué à informer les opérateurs culturels sur les différents changements liés à la législation du travail dans le cadre de la pandémie.

APE

Le 1er janvier 2022, une nouvelle réforme APE est entrée en vigueur. Durant toute l'année 2021, les instances de la CESSoC et ses représentants ont proposé des améliorations de la méthode de calcul de la prime APE pour les opérateurs. Ainsi, certaines variables ont connu des ajustements diminuant l'impact négatif pour les opérateurs.

2022 - La CESSoC restera attentive à l'évolution de la réforme et surtout son application.

Article 17 et travail associatif

En 2021, la CESSoC a proposé une alternative au travail associatif (ou semi-agoral) qui avait été prolongé d'un an jusqu'à la fin de 2021. En effet, la CESSoC et ses représentants ont défendu un élargissement du contrat **art. 27** (conversion des jours en heures, augmentation des plafonds, élargissement des activités...).

2022 - En janvier, le travail associatif a été abrogé et l'art. 17 a été élargi comme il avait été demandé. MSW a consacré un article sur son site internet.

Maribel

La CESSoC s'est concentrée sur la gestion du fonds Maribel et la possibilité d'augmenter le plafond de subvention, une indexation des primes et la création de nouveaux postes.

2022 - Un nouvel appel verra le jour. Notre secteur bénéficiera d'une dizaine de postes.

Institut royal du Patrimoine artistique (IRPA)



Resilient Storage

Depuis le second semestre 2020, MSW participe en tant que partenaire au projet Resilient Storage coordonné par la cellule de conservation préventive de l'IRPA et la KU Leuven.

resilient storage

En s'inspirant de méthodes existantes (IPI's Guide, IPI's Methodology & Steensen Varming's Practical Guide), ce projet a pour but de développer une méthodologie pour aider les petites institutions culturelles belges à optimiser la consommation énergétique de leurs systèmes climatiques. En 2021, s'est déroulée la phase pilote du projet. Pendant cette phase, la méthodologie a été testée dans deux musées : le musée Felixart (Drogenbos) et le Centre belge de la bande dessinée (Bruxelles).

2022 - La stratégie nationale du projet débutera. L'objectif étant de diffuser la méthodologie développée lors de la phase pilote aux musées belges. Un guide sera diffusé et une formation en collaboration avec le Getty Conservation Institute va être proposée aux musées belges. Cette formation portera sur les outils de mesure et l'interprétation des datas afin de prendre les bonnes décisions en termes de conservation. MSW participera en tant que partenaire régional au soutien logistique de l'évènement.

Formation

En collaboration avec la cellule de conservation préventive de l'IRPA, MSW a proposé un module de trois séances de formation en conservation préventive selon le cadre des 10 agents de détérioration pouvant affecter le patrimoine culturel (forces physiques, incendie, dégât des eaux, températures inadaptées, taux d'humidité relative inadaptés, vol/vandalisme, lumière visible et rayonnement UV, agents biologiques, polluants et dissociation). Chaque agent de détérioration y a été abordé théoriquement et de manière appliquée au moyen d'exercices dans les musées par deux expertes en conservation préventive. Ce module était un premier socle général visant à enseigner les bases indispensables à la pratique de « gestion des collections ».

2022 - Des collaborations de ce type seront certainement envisagées tant les besoins de nos membres et les compétences de l'IRPA se rejoignent. L'institut reste et restera un partenaire de choix pour son expérience en conservation et en restauration.

Cellule de crise Inondation

Lors des inondations de juillet 2021, MSW a intégré la cellule de crise lancée par l'IRPA et le comité belge du Bouclier Bleu pour y assumer le rôle de centrale d'information/redirection pour tout ce qui touche au patrimoine muséal dans son ensemble (patrimoine matériel, immatériel et immobilier). L'asbl a pris contact avec tous les musées susceptibles d'être sinistrés, a réalisé un inventaire des dégâts et les a relayés à la cellule de crise.

L'asbl a aussi intégré le service communication de la cellule et a relayé tous les communiqués à l'adresse des professionnels du secteur ou du grand public (appels aux bénévoles, aux dons, etc.).

2022 - En cas de sinistre, MSW représenterait logiquement le secteur muséal wallon auprès d'une des instances de crise mises en place et ferait le relais des informations qui y sont discutées.

Fédération des Conteurs professionnels



En décembre 2021, la Fédération des Conteurs en FWB est venue vers nous afin d'initier un programme de « Conte au Musée » durant l'année 2022 et 2023. Fin 2021, nous avons centralisé l'appel auprès de nos musées membres. A cet appel, 85 musées ont répondu positivement.

2022 - Si le projet est financé, les années 2022 et 2023 seront ponctuées par des événements en lien avec le conte dans les musées.

Centre d'Ingénierie Touristique de Wallonie (CITW)



En 2021, MSW a contacté le CITW à plusieurs reprises pour des questions relatives aux stratégies touristiques en RW. Il n'y a pas eu de collaboration supplémentaire.

2022 - MSW reste un partenaire privilégié pour apporter son regard vis-à-vis du secteur muséal.

Eventchange



En 2020, l'ASBL Pastoo (Namur en mai, Lascemo 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 événements des musées sont directement touchés (expositions temporaires, journées thématiques...) mais également leur fonctionnement structurel (réserves, gestion patrimoniale des lieux...). 2021 a été le lancement du consortium et les premières actions. Malgré quelques ralentissements dus à la crise, Pastoo a publié un rapport dans le courant de l'année. Les musées ont également été sondés. Plusieurs collaborations ont vu le jour notamment l'organisation de formations, la participation à BeMuseum, la participation à l'Assemblée générale...

2022 - MSW fournira un rapport sur les musées wallons et le développement durable. Cette synthèse permettra d'amorcer une rencontre en mars avec les musées membres du réseau HoMusée. D'autres formations verront le jour et plusieurs axes de travail seront mis en place.



SOCIÉTÉ DES MUSÉES
DU QUÉBEC

Société des Musées du Québec (SMQ)

Les relations avec la SMQ se sont organisées de manière virtuelle. Elles ont principalement porté, en 2021 sur l'organisation de formations. Toujours en 2021, nous avons eu quelques contacts afin d'envisager des échanges entre le Québec et la Wallonie.

2022 - Plusieurs rencontres sont prévues pour établir des possibilités d'échanges en présentiel. Avec le BIJ, il est notamment prévu d'organiser un échange de jeunes afin d'assister au colloque organisé par la SMQ et dédié au développement durable. De son côté, MSW accueillera une délégation québécoise en 2023 lors de son colloque. Il est aussi question de se rendre en juillet au Québec pour échanger sur les pratiques professionnelles des musées. Il n'est pas exclu d'organiser conjointement une nouvelle formation en 2023.

Office de coopération et d'information muséales (OCIM)



En 2021, MSW a rédigé un article portant sur la situation de la crise dans le secteur muséal belge intitulé « Les musées belges sont-ils plus essentiels que les musées français ? ». L'article est paru dans la lettre de l'OCIM. MSW répond régulièrement aux sollicitations de l'OCIM quant à l'échange d'informations pertinentes vis-à-vis du secteur (personnes de référence, études, ...).

2022 - La collaboration de MSW et de l'OCIM est toujours envisagée quant à une étude sur la tarification dans le secteur muséal. Il nous faudra voir si les conditions sanitaires permettent cela.

Observatoire des Politiques culturelles (OPC)

En 2021, MSW et Brussels Museums ont été sollicités pour répondre à une enquête portant sur l'emploi dans les musées.

2022 et 2023 - L'OPC projette plusieurs travaux et études dont le périmètre concerne les musées. Dans ce cadre, plusieurs collaborations avec MSW sont envisagées. Ce sera le cas notamment en ce qui concerne le numérique et l'emploi culturel. En 2023, est prévue une étude complète sur le secteur.

Network of European Museum Organisations (NEMO)

Contacts MSW-NEMO

Les contacts avec Berlin, siège de NEMO, étaient quelque peu au ralenti, alors que les associations européennes et leurs membres étaient focalisées sur la reprise du secteur culturel, et muséal en particulier, ainsi que sur les différentes phases de la nouvelle définition du musée. Les webinars et workshops organisés par NEMO sont systématiquement publiés sur le site de notre association.



Network of European
Museum Organisations

NEMO Annual European Museum Conference

La conférence annuelle, qui devait avoir lieu du 14 au 17 novembre à Baku, en Azerbaïdjan, a été annulée, faute du Covid-19. L'Assemblée Générale s'est dès lors tenue en visio le 17 novembre 2021.

David Vuillaume, Chair NEMO, accueille les participants des 34 pays représentés. Avec 14 nouveaux membres, le réseau européen en compte désormais 128.

Points forts 2021

- Afin de répondre au nombre croissant de ces derniers, le système de membership désormais comptera 4 catégories : membre à part entière, membre du réseau (MSW), membre individuel et entreprise (sans droit de vote !)
- Le nouveau financement triennal pour NEMO a été approuvé le 12 novembre dernier ;
- Coopération transfrontalière pour les musées ;
- Exhorter les États membres de l'UE à consacrer au moins 2 % du fonds de recouvrement à la culture ;
- 2 conférences ont été organisées traitant de la responsabilité sociale et des musées ;
- Le groupe de travail LEM (The Learning Museum) compte à présent 57 membres (+7). Ce groupe explore des sujets liés aux domaines de l'éducation muséale, du développement des publics, du dialogue interculturel et de l'apprentissage tout au long de la vie. Nous organisons des échanges et un apprentissage par le biais de visites d'étude régulières dans différentes musées, ainsi que la production d'études et de rapports. Ceci a mené à la création du GEM (Group of Education in Museums), qui a discuté du projet d'une Charte de l'UE : actualiser le profil de l'éducateur de musée ;
- Le groupe de travail « Défense des intérêts et Affaires publiques » (Advocacy and PA) s'est penché sur le financement des musées et veut assurer la liaison avec les membres du réseau européen ;
- Le groupe de travail « Digitalisation et droits de propriété intellectuelle » (Digitalisation and IPR) a abordé comment les droits de propriété intellectuelle affectent la façon de faire de la promotion et a travaillé sur le sujet des données ouvertes liées.

Élections au Conseil exécutif 2021

- Le Conseil compte 7 sièges, dont 3 étaient à pourvoir pour 2022-2024 ;
- Quatre personnes s'étaient portées candidates pour occuper les trois sièges vacants. David Vuillaume (Association des musées allemands) a été réélu pour un nouveau mandat de trois ans et restera président du Conseil d'administration. Liv Ramskjaer (Association des musées norvégiens) et Dagmar Ingi (Association des musées estoniens) ont été élues pour rejoindre le conseil d'administration. Elles remplacent Aida Vežić (Balkan Museum Network), qui a terminé son mandat, et Kimmo Levö qui a dû quitter le conseil lorsqu'il a quitté son poste à l'Association des musées finlandais. Les membres du conseil d'administration doivent travailler dans une organisation membre de NEMO.

2022 - La prochaine conférence européenne des musées NEMO aura lieu du 13 au 15 novembre 2022 à Loulé, au Portugal. Le thème sera communiqué au printemps.



NEMO Board

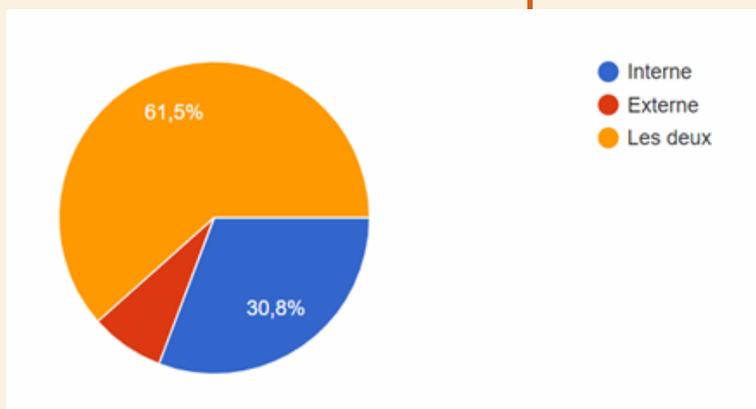
VII. ETUDES, TRAVAIL DE SENSIBILISATION ET CONFÉRENCES

Enquêtes

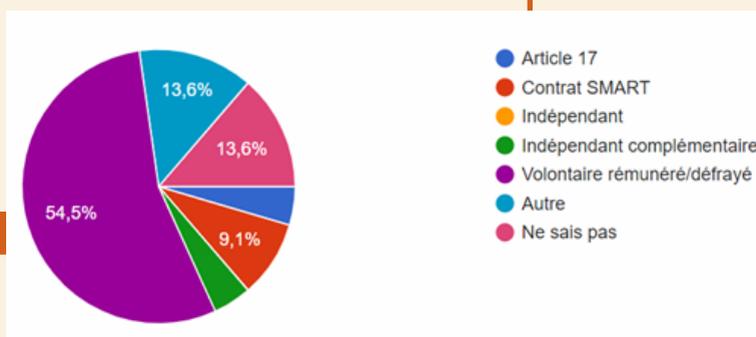
Début 2021, MSW a mis en place des focus group dédiés aux échanges entre opérateurs quant à la crise de COVID. Ces focus groups et les différentes enquêtes qui avaient été faites en 2020 ont permis, début 2021, la publication d'un rapport portant sur l'impact de la crise sur les musées wallons.

MSW a également lancé plusieurs enquêtes sur des sujets divers :

Janvier 2021. Le guidage dans le secteur muséal. 26 répondants. Les résultats de ce questionnaire sont entre autres :

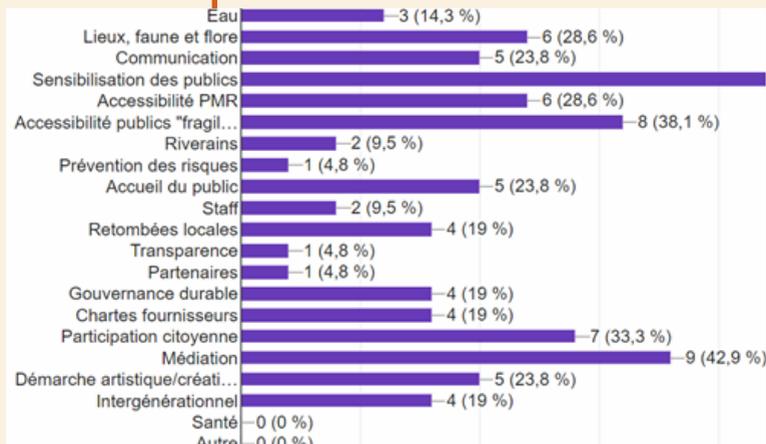


Nature du guidage

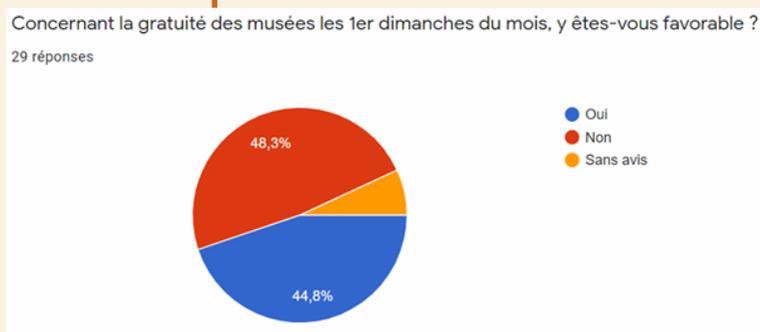


Statut du guide

Mars 2021. Le développement durable et les musées. 22 répondants. Par notre collaboration avec Pastoo sur la thématique de développement durable dans les musées, une enquête à été lancée. Les résultats montrent plusieurs thématiques prioritaires pour les institutions muséales.



Octobre 2021. La gratuité dans les musées. 29 répondants.



Publications

En 2021, l'équipe a publié plusieurs articles pour des revues spécialisées belges ou étrangères :

- En février 2021, est publié un article préparé en 2020 : « Les musées belges sont-ils plus « essentiels » que les musées français ? ».
- Faro. L'article a été rédigé et traduit (en interne) en 2020 : « En kijk op de musea in Wallonië ». Janvier 2021.

- CECA – ICOM B-WB, décembre 2021. « Musées et Société en Wallonie, de fédération à plateforme d'échanges et d'innovations ».
- La Lettre du Patrimoine

2022 - Plusieurs articles dans la Lettre du Patrimoine et une publication dans la revue associée aux Journées du Patrimoine sont prévus. MSW répondra également aux demandes qui pourraient lui être faites.

Conférences - interventions

- 28 janvier 2021 : MSW a présenté son utilisation de la digitalisation d'espaces muséaux au travers de Behind The Museum lors des Activités CLIC France
- 1 mars 2021 : MSW était invitée à la conférence 100.000 Entrepreneurs pour parler de l'entreprenariat culturel (en lien avec le développement numérique (Behind the Museum) et les musées)
- 21 septembre 2021 : MSW a abordé lors des Rencontres de Territoire (Proscitec) à Tournai la transférabilité du modèle de Behind The Museum en France
- 8 octobre 2021 : MSW a coordonné une table-ronde lors de BeMuseum à Bruxelles sur l'expérience digitale après les confinements suite au Covid-19 en 2020 et y a aussi présenté Behind The Museum
- 12 octobre 2021 : MSW était invitée à MuséoHub à Roubaix pour aborder ses projets digitaux consacrés au patrimoine industriel
- 7 décembre 2021 : MSW a abordé lors des Rencontres wallonnes du e-tourisme (FORM@NAM et le Centre de Compétence Forem Tourisme) à Namur son ressenti sur les expériences digitales après les confinements suite au Covid-19 en 2020

2022 - L'asbl MSW sera invitée lors d'un cours de muséologie (Uliège) portant sur les défis pour les musées belges. En avril, MSW interviendra dans un cours sur la médiation mutualisée (UCL) et dans le cours de muséologie (UCL). Par ailleurs, d'autres partenariats sont envisagés, notamment avec l'UNamur et l'ULB.



BeMuseum

Depuis 2019, MSW a rejoint l'organisation du colloque national traitant des innovations muséales BeMuseum. Cette rencontre, qui s'est tenue cette année le 8 octobre au CIVA, permet aux professionnels belges et internationaux du secteur d'aborder de nouvelles approches innovantes, qu'elles soient technologiques, environnementales, managériales... Cet événement est l'occasion pour MSW de poursuivre ses partenariats avec diverses institutions telles que Brussels Museums, ICOM Belgique Wallonie-Bruxelles et Vlaanderen, Faro, Innoviris et Meemoo (ex-PackeD).

BeMUSEUM
BeMUSEUM
BeMUSEUM

En 2021 comme en 2020, le comité scientifique a opté pour un format de conférence allégé (une demi-journée) en raison des contraintes sanitaires. Outre plusieurs workshops, deux panels ont été proposés aux participants : le premier, coordonné par MSW, était intitulé « Des expériences physiques aux expériences digitales, vers une redéfinition des frontières du musée post-covid », le second s'intitulait « Questionner les modèles économiques des musées ». Cette conférence nationale marquait pour le secteur muséal un retour aux événements en présentiel.

2022 - Faisant partie du comité scientifique de l'événement, MSW participera certainement à l'organisation de cette rencontre enrichissante pour les professionnels du secteur.



Conférence BeMuseum 2021 © Guillaume Zhang

VIII. LES RÉSEAUX

MSW développe 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).

L'association 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

En 2021, ArcheoPass réunit 33 musées membres (musées archéologiques, sites et centres d'interprétation archéologiques en Wallonie). 2021 a été une année particulière puisque le réseau ne s'est pas réuni. En effet, la visite annuelle d'un musée flamand ou étranger a été reportée à 2022 ainsi que la rencontre inter-réseaux. Le projet de support promotionnel en français/néerlandais a lui aussi été repoussé à 2022. Ces reports se justifient par la volonté d'organiser ces réunions/événements en présentiel et par le souci de qualité des actions qui ne vont pas forcément de pair avec une année 2021 particulièrement chargée.



2022 - Cette année marquera un retour à la « normale » et une reprise des objectifs de développement du réseau débutés fin 2019-2020, dont notamment la promotion égalitaire de ses membres via un support sous la forme d'un nuancier.

Art&Mus



Le réseau s'est réuni deux fois en 2021. Le 26 avril, la réunion a permis de relancer le réseau qui était à l'arrêt depuis un an. Cette réunion a défini les axes d'action pour les prochaines réunions. Plusieurs thématiques ont émergé : la vidéo portant sur les publics maternels (la remettre au goût du jour), faire un bilan de la crise COVID dans les musées d'art, le PECA et la prise de vue vidéo.

15 juin : en visio conférence, cette réunion avait pour but d'appréhender la crise COVID au travers de l'expérience des musées du réseau mais également de musées extérieurs.

2022 - Il sera question de la mise en place d'une formation in situ sur la prise de vue vidéo et de la vidéo consacrée aux classes maternelles

HOMusée



En raison de la crise sanitaire, il n'a pas eu l'opportunité de se réunir en 2021. En 2020, le réseau Homusée a été initiateur d'une grande enquête visant à mesurer l'impact des périodes de confinement sur le quotidien des citoyens. Le but était de récolter et d'archiver un maximum d'informations (documents, objets, témoignages, vidéos...) qui pourraient à l'avenir faire l'objet d'expositions.

2022 - Les musées membres relanceront une deuxième enquête (post-covid) afin de mesurer l'impact sur le long terme de la crise et de sonder en quoi la pandémie a modifié nos comportements. Parallèlement à cette deuxième enquête, Homusée mènera également une réflexion sur le thème du développement durable dans les musées wallons. Une réunion du réseau permettra de faire un état des lieux du secteur sur la question et de dégager des axes de travail pour la suite. Cette thématique sociétale a toute son importance dans les futurs enjeux muséaux. En tant qu'un petit groupe de travail tel qu'Homusée, nous souhaitons prioriser des axes et des actions sur lesquelles travailler durant les mois et années à venir.

PISTe



Le réseau PISTe, composé de 17 membres (16 en 2020), a pu se rencontrer le 26 janvier 2021 autour d'un webinaire consacré à la conservation, la gestion et l'acquisition de pièces industrielles et techniques. Une rencontre durant laquelle les participants ont pu découvrir le secteur industriel et technique en Flandre et à Bruxelles ainsi que les politiques de préservation, de gestion et d'acquisition du Musée de l'Industrie de Gand.

2022 - En début d'année, plusieurs thématiques seront proposées aux membres en vue d'une nouvelle rencontre virtuelle.

Réseau Châteaux et Abbayes

En 2020, suite à la demande de plusieurs institutions patrimoniales, MSW a décidé de créer un nouveau réseau thématique intitulé « Châteaux & Abbayes ». Le coordinateur du réseau l'animera par des réunions et conférences, prospectera de nouveaux membres tant dans le secteur public que le secteur privé et relaiera l'information pertinente des membres du réseau.

En début d'année 2021, tous membres MSW ayant exprimé un intérêt à rejoindre ce réseau ont été recontactés dans le cadre de la planification d'un lancement officiel. Malheureusement, les conditions sanitaires ne permettaient pas l'organisation de ce type d'événement que nous souhaitions à tout prix tenir en présentiel. Dans le courant de l'été, notre association a souhaité intégrer ce lancement dans le cadre d'une Journée Inter-Réseaux, d'autant plus que cette dernière n'a plus été organisée depuis plusieurs années. Cet événement qui devait avoir lieu en automne a été reporté à 2022 pour des raisons logistiques, le lieu choisi n'étant finalement plus disponible pour nous accueillir dans des conditions optimales.

2022 - MSW prévoit dès lors l'organisation de cette Journée Inter-Réseaux en septembre. Pour le réseau Châteaux & Abbayes, nous pouvons d'ores et déjà compter sur la participation d'une quinzaine de nos membres et nous prévoyons d'inviter un nombre similaire d'adhérents potentiels. Le référent du nouveau réseau peut compter sur plusieurs orateurs pour la mini-conférence.



Illustration © Shutterstock.com

IX. COMMUNICATION ET PROMOTION

Marmaille&Co



Marmaille&Co, c'est l'art de conjuguer culture et expérience intergénérationnelle ! En 2021, ce sont 60 musées en Wallonie et à Bruxelles qui ont adhéré à ce projet en proposant aux enfants âgés de 6 à 12 ans et à 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, une à deux réunion(s) est/sont organisée(s) 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 non seulement pour définir des techniques d'amélioration et d'évolution 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 par ce biais la communication avec le public et générer une véritable communauté autour du produit Marmaille&Co. Une stratégie payante qui s'est dès lors poursuivie, intensifiée et diversifiée en 2021, notamment grâce à l'action « familles ambassadrices ». L'objectif de cette action était de proposer une communication différente, dynamique et plus « directe » vers le grand public. Une campagne de recrutement de « familles ambassadrices » a donc été menée sur la page Facebook durant tout l'été, tantôt grâce à des publications sponsorisées sur Facebook et Instagram (deux publications Facebook de 7 jours chacune, lancées respectivement les 5 et 31 juillet 2021 et une publication Instagram de 7 jours également, lancée le 5 juillet 2021), tantôt grâce à des concours lancés sur Facebook pour faire gagner des places de musées partenaires (10 concours qui se sont échelonnés sur les deux mois de vacances estivales).

Des affiches et flyers ont également été imprimés et distribués dans les musées membres.

Toute famille ambassadrice sélectionnée a reçu un « kit ambassadeur » composé d'un sac à dos, d'un t-shirt, d'une casquette, d'une boîte de crayons de couleur, d'un carnet de notes et d'un stylo, d'une gourde, d'une carte de membre et d'un passeport par enfant ainsi que d'un museumPassmusées et d'entrées pour l'un des musées membres Marmaille&Co. Cette action de communication a incité près de 70 familles à s'inscrire. Seules 15 d'entre elles ont été sélectionnées (sur base de très nombreux critères tels que la situation géographique, la composition familiale, les centres d'intérêt...) pour devenir des familles ambassadrices Marmaille&Co et, ainsi, jouer les reporters dans les musées. Après chaque visite d'un musée Marmaille&Co, les familles sont invitées à nous faire parvenir témoignages et photos/vidéos afin que nous puissions en assurer le relais sur le site web et les réseaux sociaux. Ces familles sont également encouragées à partager leur expérience sur leurs propres réseaux, en faisant toujours bien référence à Marmaille&Co et Museozoom. Partager les pérégrinations et expériences muséales de familles permet une excellente identification du public cible qui se reconnaît aisément dans ces ambassadeurs et se projette plus spontanément dans ce type de visites. Depuis le mois de septembre, ce sont près de 20 témoignages de familles qui ont été partagés sur le site web (au sein d'une page portrait créée pour chaque famille) et relayés sur les réseaux sociaux.



@ JP Bougnet

En 2020, Marmaille&Co a conçu un passeport à faire cacheter à l'accueil des 56 musées membres (à l'époque) pour permettre aux familles d'élargir leurs frontières lors d'un voyage sensationnel en Wallonie et à Bruxelles. Ce passeport a continué sa route en 2021 et a confirmé sa place de « compagnon de visites » incontournable pour le public familial.

2021 a également été l'année du lancement officiel du sac ludique Marmaille&Co. L'objectif du sac, qui est désormais mis gratuitement à disposition des musées membres, est d'aider les familles à passer de bons moments 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. Le sac ludique Marmaille&Co se veut être un outil, une porte d'entrée vers une autre forme de découverte du patrimoine wallon. Après plusieurs années de travail, de réflexion et de tests, ce sac a officiellement été lancé le 19 décembre, tantôt auprès des médias, lors d'une conférence de presse organisée dans l'un des musées membres et d'un envoi massif du dossier de presse (dont les répercussions ont été et sont encore nombreuses – Le Ligueur, JT de RTL, Vivacité, Femmes d'aujourd'hui...), tantôt auprès des familles et du grand public, grâce à une grande campagne d'affichage en Wallonie et à Bruxelles ainsi qu'une campagne de publicité sponsorisée sur Facebook. En effet, la vidéo promotionnelle qui a été réalisée au Musée royal de Mariemont avec l'aide précieuse de l'une de nos familles ambassadrices a été largement diffusée sur Facebook du 27 décembre 2021 au 7 janvier 2022. La vidéo a ainsi été vue 3872 fois, la publication ayant permis de toucher 30 009 personnes et de générer 910 clics sur le lien de la page web consacrée au sac sur Museozoom.

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 non seulement de donner de la visibilité au projet et de 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 (lancement du sac ludique et promotion générale de Marmaille&Co) ;
 - Diffusion de 15.000 exemplaires sur les sites culturels en Wallonie (312 points) et à Bruxelles (115 points) via BHS ;
 - Diffusion de 5.000 exemplaires dans les 60 musées membres Marmaille&Co
 - Impression de 100 présentoirs à dépliants à destination des musées membres Marmaille&Co ;
 - Impression de 850 affiches A3 et A0 (lancement du sac ludique) ;
 - Diffusion de 750 affiches en Wallonie (500 points) et à Bruxelles (50 points) via BHS ;
 - Diffusion de 100 affiches dans les 60 musées membres Marmaille&Co ;
 - Impression de 100 stickers « fenêtré » et de 100 stickers classiques à l'effigie de Mani, mascotte Marmaille&Co, à coller à l'entrée des musées labellisés Marmaille&Co ;
 - Création de 50 « kits ambassadeurs » (impression de sacs à dos, de casquettes, de carnet de notes, de crayons de couleur, de gourdes aux couleurs de Marmaille&Co + impression de « cartes de membre » et de « passeports » du Petit Ambassadeur) ;
 - Communication digitale : réalisation de campagnes de promotion ; événementielle sur les réseaux sociaux ;
 - Rédaction et diffusion de communiqués et dossiers de presse destinés à la presse locale et nationale pour chaque action et organisation de conférences de presse ;
 - 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 « Nuits 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 2021, 56 musées ont participé à l'action Viens t'a(musées) (contre 41 en 2020), et ce, malgré les conditions sanitaires peu favorables à l'organisation de tels événements (conditions qui nous ont d'ailleurs contraints à annuler les habituelles conférences de presse). L'action « Nuits au musée » est, quant à elle, restée au format d'un agenda annuel 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 20 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 ateliers créatifs, sous forme de capsules vidéo, ont également été montés et diffusés pour l'occasion ;
- 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 engendré 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.

Action 3 – « Week-end familles » Marmaille&Co

À l'occasion du week-end de l'Ascension, et de la journée internationale des familles, le 15 mai, 15 musées membres Marmaille&Co ont invité les familles à vivre une expérience muséale différente (à travers des jeux, des ateliers créatifs, des visites thématiques...), axée sur la nature (en lien avec l'année à thème Wallonie Destination Nature).

Promotion de l'évènement

- Communication digitale : un graphisme spécifique lié à l'évènement ainsi qu'une mise à jour complète du site ont été réalisés. Des promotions gratuites et ont été diffusées sur les réseaux sociaux ;
- Presse et insertions publicitaires : des documents destinés à la presse ont été diffusés auprès de la presse locale et générale ;
- La promotion du week-end a engrangé plusieurs demandes d'interviews et de reportages relayés sur différents supports médiatiques (Vivacité, Bel RTL, Antipode, La Capitale...).

Action 4 – « Les familles ambassadrices »

Une communication directe et dynamique, de famille à famille, c'est l'objectif visé par cette action Marmaille&Co. Recrutées durant les deux mois de vacances estivales, les familles ambassadrices sillonnent les musées membres Marmaille&Co et endossent le rôle essentiel de reporters de terrain.



Promotion de l'évènement

- Communication digitale : un graphisme spécifique lié à l'évènement ainsi qu'une mise à jour complète du site ont été réalisés. Des promotions gratuites (concours) et payantes ont été diffusées sur les réseaux sociaux ;
- Presse et insertions publicitaires : des documents destinés à la presse ont été diffusés auprès de la presse locale et générale.

Action 5 – « Halloween au musée »

Pendant les vacances d'automne, Marmaille&Co a proposé aux familles de venir frissonner dans 17 musées hantés où les animations terrifiantes se sont succédé pour le plaisir de tous.

Promotion de l'évènement

- Communication digitale : un graphisme spécifique lié à l'évènement ainsi qu'une mise à jour complète du site ont été réalisés. Des promotions gratuites et payantes ont été diffusées sur les réseaux sociaux ;
- Presse et insertions publicitaires : des documents destinés à la presse ont été diffusés auprès de la presse locale et générale.



Action 6 – « RaConte-moi un musée »

Alors que l'hiver frappait à nos portes, les enfants et leur famille ont été invités à prendre part à des visites chaleureuses autour de l'univers du conte dans 16 musées aux quatre coins de la Wallonie.

Promotion de l'événement

- Communication digitale : un graphisme spécifique lié à l'événement ainsi qu'une mise à jour complète du site ont été réalisés. Une promotion gratuite a été diffusée sur les réseaux sociaux ;
- Presse et insertions publicitaires : des documents destinés à la presse ont été diffusés auprès de la presse locale et générale.

Promotion spécifique relatifs aux stages d'été 2021

Pour promouvoir les musées membres dont une majorité est estampillée Marmaille&Co, plus de 60 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 spécifique 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. Une promotion gratuite de ces événements a été diffusée sur les réseaux sociaux.

2022 – Le plan d'action qui définit les axes opérationnels du projet a été transmis aux membres Marmaille&Co le 3 janvier 2022. Face à la volonté des membres de modifier certaines actions, le plan a connu quelques modifications.

1. Afin que tous les musées du réseau se retrouvent dans les programmations Marmaille&Co, et afin de laisser aux membres le plus de liberté possible, l'année 2022 se structurera un peu différemment avec une généralisation de l'action « Viens t'a(musées) ! ». Organisé depuis plusieurs années à l'occasion du congé de détente, « Viens t'a(musées) ! » est l'événement culturel familial incontournable pour ne plus entendre les enfants dire « Je m'ennuie » dans un musée. Forte de son succès et d'une solide notoriété auprès des médias et du public cible, cette année, cette action prend le pouvoir dans le programme Marmaille&Co et s'étend à l'ensemble des congés scolaires. Si elle se parera de couleurs et d'attributs propres à chaque saison (dans les visuels, sur le site web et sur les réseaux sociaux), l'action « Viens t'a(musées) ! » constituera néanmoins le fil conducteur général de Marmaille&Co et guidera le réseau dans la création et la mise en place de son programme. Les activités qui entreront dans le cadre dans ces actions com' « coups de poing » (chaque action se distinguera des autres par un sous-titre global en lien avec la période scolaire concernée) pourront prendre des formes très variées mais seront toujours destinées au public familial (enfants entre 6 et 12 ans principalement). À chaque musée son style pour capter l'attention des familles et faire jaillir l'étincelle d'une nouvelle histoire entre jeunes publics et culture.

2. Toujours dans l'optique de laisser un maximum de liberté aux musées membres, en 2022, le Week-end familles évoluera en « Instants familles ». En effet, la famille sera désormais mise à l'honneur tout au long de l'année au sein du réseau Marmaille&Co. Les musées membres qui le souhaitent sont ainsi invités à proposer à leurs visiteurs un ou plusieurs moment(s) dédié(s) à la famille (hors vacances scolaires compris), sous la forme de leur choix (après-midi, week-end, journée, goûter...). Aucune thématique ne sera imposée cette année pour ces activités, mais la famille, la convivialité et le partage devront obligatoirement en constituer le fil rouge.
3. Pour accroître la notoriété du produit Marmaille&Co, la première édition d'un événement familial annuel de grande envergure (initialement prévu en 2021 mais repoussé pour des raisons sanitaires) se tiendra en 2022. Pensé comme un festival destiné aux familles, cet événement aura une triple mission : fédérer les musées membres, promouvoir le produit et renforcer une fois encore les liens entre musées et divertissement. Les musées membres qui le souhaitent pourront profiter de cette journée pour venir rencontrer leur public et présenter le musée de manière originale et dynamique. Un groupe de travail se penchera sur l'organisation de ce dernier. Une large campagne de promotion sera mise en place à cette occasion.
4. Afin de satisfaire tous les besoins et toutes les envies des musées en matière de promotion Marmaille&Co sans imposer quelque support que ce soit, en 2022, il sera proposé à tous les musées membres de choisir un/plusieurs supports parmi une liste de propositions. Cela permettra d'assurer une promotion omniprésente et variée à travers tous les musées du réseau sans exception.
5. L'aventure des familles ambassadrices se poursuivra tout au long de l'année, faisant ainsi de ces familles volontaires de vrais alliés dans la communication et la transmission culturelles auprès du public familial.
6. De nouvelles formes de communication, basées sur des partenariats « long terme », seront mises en place et testées tout au long de l'année.
7. La cotisation annuelle s'élève toujours à 125€ par an. Nous débutons 2022 avec 3 nouveaux membres, ce qui en élève le nombre à 62.



Année à thème – Les Musées sans voiture



En 2020 et 2021, l'année à thème « Wallonie Destination Nature » animait le secteur touristique. Afin de surfer sur la vague, MSW a mis en place « 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 !

Le concours s'est clôturé le 31/12/21 et compte une vingtaine de participants pour 1300 kilomètres parcourus via la mobilité douce. Les résultats ont été annoncés en janvier 2022 et ont permis aux gagnants de remporter :

1. Une nuitée pour 4 personnes aux Grottes de Han
2. Deux museumPassmusées
3. Un Bongo « Tour à vélo et souper à Anvers en duo »

Toutes les dépenses effectuées dans le cadre de ce projet seront reprises dans la subvention de promotion CGT 2021. Seuls des frais de personnel feront l'objet de cette demande de subvention.

Grâce à une importante campagne de promotion autour de l'année à thème, l'action « Musées sans voiture » a été massivement relayée dans les médias nationaux et régionaux :

- Un partenariat avec le Soirmag a permis de mettre chaque semaine des deux mois de vacances d'été un des musées participants à l'action à l'honneur à travers un article d'une page
- Vivacité a relayé l'information sur plusieurs antennes (Vivawebweekend, Liège Matin, Luxembourg Matin, Vivre ici Hainaut...)
- Plusieurs interviews ont été menées sur le sujet (Max, DH, Chérie FM...)

2022 - Suite à une réorientation stratégique du WBT, les années à thème ont été supprimées pour les années à venir.

Foires et salons

Les foires et les salons ont toujours constitué 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 ont jusqu'à présent été 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 2021, MSW n'a finalement pu prendre à aucune des manifestations habituelles, la plupart de celles-ci ayant été annulées. Aucune représentation professionnelle n'a donc pu être effectuée.

Cette année de pause a néanmoins permis à MSW d'analyser le réel impact de sa participation à de tels événements et d'en réévaluer la pertinence. Privée de ces moments de rencontres et d'échanges, MSW a redoublé d'imagination en matière de communication auprès du grand public et de partenariats et souhaite désormais revoir sa façon de fonctionner en matière de représentation. Si certains événements semblent incontournables, comme le Beau vélo de RAVeL, pour son côté résolument familial, MSW envisage d'investir davantage de temps, d'énergie et de moyens dans d'autres canaux de communication ainsi que dans des partenariats « long terme ».

2022 - La valorisation des projets de MSW et de ses membres se fera en fonction de la disponibilité des événements. Dans le pire des cas, des solutions alternatives seront trouvées par pallier ces opportunités de toucher les publics des foires et salons.

Museozoom.be

Museozoom est la plateforme grand public qui centralise toutes les activités de nos musées membres (expositions, événements ponctuels, stages, etc.) et qui se veut être une véritable vitrine des actions Marmaille&Co pour le grand public. 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.



Alimenté presque quotidiennement au cours de l'année grâce à la section agenda qui y est proposée, en 2021, ce site s'est également révélé être une plateforme essentielle pour la promotion des grandes actions Marmaille&Co. On y retrouve désormais de manière permanente les portraits et reportages de nos familles ambassadrices, devenues une référence en matière de communication directe auprès des familles. De plus, chaque action y bénéficie d'une page qui lui est entièrement consacrée, page largement diffusée sur les réseaux sociaux. La politique de mise à jour régulière du site a porté ses fruits en 2021. En effet, le cap des 50 000 visites annuelles a été franchi (près de 30% d'augmentation par rapport à 2020, du 1er janvier au 31 décembre) pour 58 859 sessions (+30%) et 129 952 pages ouvertes (+10,54%). Les publications en langues étrangères ne sont pas en reste et présentent également de beaux résultats : NL (NL) +160%, NL (Be) +42,91%, En (GB) +80,91% et En (US) +73,82%. En 2021, 262 événements ont été encodés et publiés sur le site museozoom.be. 12 pages spécifiques et 15 pages « Portraits familles ambassadrices » ont été créées et publiées.

2022 – Musées et Société en Wallonie entend renforcer sa mission de promotion des activités des musées en néerlandais et en anglais via museozoom.be. MSW souhaite également repenser et refondre son site web pour plus de clarté et une meilleure diffusion de l'information auprès du public cible.

Réseaux sociaux

Afin de promouvoir les activités des membres auprès d'un plus large public, MSW a investi les réseaux sociaux début 2015.

L'année 2021 s'est révélée particulièrement intéressante en matière de communication via les réseaux sociaux liés à MSW, ceux-ci ayant été totalement réinvestis grâce, notamment, aux familles ambadrices. En effet, les nombreux témoignages de celles-ci, ajoutés à nos actions de communication et au lancement de notre sac ludique, nous ont permis de publier des contenus divers de manière quasi quotidienne (sur Facebook, sur Instagram, dans le fil d'actualité ou en stories).

Facebook

Fin 2021, la page Facebook Museozoom comptait pas moins de 7285 abonnés et était suivie par 7560 personnes, contre 6942 abonnés un an auparavant. Suivie par une majorité de femmes (58,1%), principalement entre 25 et 45 ans, la page Facebook compte près de 10% d'abonnés d'origine étrangère.



En 2021, la page Facebook de Museozoom a enregistré une hausse de sa couverture de plus de 35% par rapport à 2020, avec 226 978 consultations de contenu (publications, stories et publicités payantes confondues) recensées sur l'année. La publication payante ayant obtenu les meilleurs résultats d'audience concerne la promotion du Week-end Familles Marmaille&Co (plus de 18 000 personnes touchées). La publication gratuite qui a rencontré le plus de succès est la vidéo de lancement du sac ludique, avec plus de 70 partages.

Instagram

Sur Instagram, la communauté est passée de 630 en 2020 à 753 abonnés en 2021. Le nombre de visites du profil a, quant à lui, augmenté de 41%.



LinkedIn

En 2021, 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 1622 abonnés, soit plus de 400 abonnés qu'en 2020.



2022 - 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 et de contenus variés, notamment sur la page Facebook, afin de toujours plus dynamiser la communication sur les réseaux sociaux.

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

MSW.be est la plateforme informative destinée aux musées membres de l'association et aux professionnels du secteur muséal. Elle y décrit intégralement ses missions, ses services (service traduction, accès au compte CLIC France, service de prêt de matériel, etc.), 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. En 2021, MSW a veillé à transmettre l'actualité des décisions fédérales et locales quant à la pandémie de Covid-19 sur le site afin que ses membres puissent retrouver aisément ce qu'ils recherchaient. 226 articles et 29 événements ont été publiés.

En matière de fréquentation, il apparaît que la hausse enregistrée en 2020 (19.259 utilisateurs et 27526 sessions pour 11.401 visites en 2019) se poursuit en 2021 (21.252 utilisateurs et 31.431 sessions). Ces deux années confirment la pertinence de l'outil, ainsi que l'adoption de celui-ci par les membres de MSW, notamment lors de la pandémie pendant laquelle trouver rapidement des informations sur une plateforme unique a vraiment du sens.

2022 - Sur base de ce constat, MSW poursuivra sa volonté de centralisation de ses informations sur le site MSW.be tout en renforçant la promotion de l'outil auprès de ses membres.

Newsletters

Newsletter membres MSW

En 2021, 16 newsletters MSW ont été envoyées : 12 mensuelles et 4 exceptionnelles (voeux, formations, infos intempéries, etc.). Le nombre d'abonnés est passé progressivement de 474 en décembre 2020 à 575 abonnés en décembre 2021. En moyenne, 42% de l'audience ouvre la newsletter et clique sur les liens. Ouverte 273 fois, la newsletter la plus lue en 2021 est celle qui a été envoyée au mois de juillet suite aux intempéries et aux nombreux dégâts qu'elles ont causés au sein de plusieurs musées, avec un taux d'ouverture de 49,2%.

La newsletter n'est plus seulement lue par les directeurs et conservateurs des institutions, mais également par les membres de leurs équipes et se révèle être un canal de communication particulièrement efficace et pertinent auprès des musées membres.



Newsletter événementielle

4 newsletters de promotion événementielle ont été envoyées. Le nombre d'abonnés n'a pas évolué, stagnant à 106. Le taux d'ouverture moyen est de 48,75%. La newsletter qui a remporté le plus de succès, avec 51 ouvertures, est la newsletter consacrée au sac ludique Marmaille&Co, envoyée au mois de décembre 2021.



Illustration © Shutterstock.com

Newsletter Behind The Museum

2021 a également été le lancement de la newsletter Behind The Museum, envoyée presque chaque mois pour mettre à l'honneur le nouveau musée numérisé. Le nombre d'abonnés s'élève actuellement à 76. 7 newsletters ont été envoyées et ouvertes à hauteur de 43,2%.

2022 - MSW s'engage à relancer de manière efficace la newsletter Museozoom, notamment à travers une campagne de promotion et d'inscription au listing d'abonnés sur les réseaux sociaux. Le design, le contenu, la fréquence d'envoi... tout sera revu pour optimiser ce précieux canal de communication auprès du grand public. En outre, une nouvelle newsletter Behind The Museum sera publiée à chaque mise en ligne d'un nouveau musée sur la plateforme www.behindthemuseum.be.

XI. PROFESSIONNALISATION DU SECTEUR

Formations

Dans le cadre de sa mission de professionnalisation, MSW organise plusieurs fois par an des formations, webinaires, workshops et journées de rencontre autour des métiers du musée.

D'un côté, MSW conçoit ses propres formations en répondant aux besoins sectoriels objectivement définis par notre analyse de terrain. De l'autre, l'association propose des formations sur une offre déjà existante et 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 aussi de passer plus facilement de l'aspect théorique à la pratique et donc d'ajouter une réelle plus-value à la session.

Colonne1	2019	2020	2021
Nombre de sessions prévues	28	20	20
Nombre de sessions dispensées	28	8	15
Nombre de sessions annulées	0	6	2
Nombre de sessions reportées	0	6	3
Nombre d'heures dispensées	119h	67h	72h
Nombre de participants	194	117	428
Nombre de jours de formation	33	10	22

Le tableau ci-dessus, permet de constater l'évolution des formations de 2019 à 2021. Si la crise sanitaire du Covid-19 a fortement ralenti 2020, on peut constater que 2021 fut une année riche. En outre, le webinaire s'est imposé comme un nouvel outil indispensable qui s'affirmera davantage en 2022. En effet, en 2021, c'est 11 webinaires qui ont été dispensés contre 4 formations en présentiel.

	Titre	Etat	Lieu
1	Les clés fondamentales pour obtenir une reconnaissance Musée auprès de la FWB	Donné	Webinaire
2	Le mécénat comme source de financement	Donné	Webinaire
3	Comment faire vivre une œuvre pour tous les types de public	Donné	Webinaire
4	Les visites guidées en ligne	Donné	Webinaire
5	Musées et enseignement : en quoi consiste le PECA ?	Donné	Webinaire
6	Workshop - Présentation de fournisseurs	Annulé	Webinaire
7	Comment rendre son musée accessible à un maximum de publics à besoins spécifiques ?	Annulé	La Fondation Folon
8	La narration augmentée : vers une technologie de dynamisation des expositions	Donné	Musée de la Photographie
9	La conservation préventive selon le cadre des 10 agents de détérioration	Donné	Artothèque - Mons
10	Découvrir les Grands-Récits de la Pédagogie Montessori comme outil de médiation muséale	Donné	Webinaire
11	La scénarisation d'un Escape Game pédagogique	Donné	Chez MSW (Namur)
12	La Conservation préventive des photographies, négatifs	Donné	Musée de la Photographie
13	Comment s'approprier les nouvelles technologies dans les musées?	Donné	Webinaire
14	Objectif transition durable : la gestion et la valorisation des déchets dans mon musée	Donné	Webinaire
15	Workshop - Objectif transition durable : la gestion et la valorisation des déchets dans mon musée	Donné	Webinaire
16	De la créativité au sein de mon musée!	Donné	Webinaire
17	Les visites guidées pour les surd/cécités (sourds, aveugles et malvoyants)	Donné	Espace gallo-romain d'Ath
18	Je(u) te fais visiter le musée?	Reporté en 2022	EMA - Andenne
19	Les boutiques au musée	Reporté en 2022	Webinaire
20	Les tout-petits au musée	Reporté en 2022	La San

Le tableau, ci-dessous, présente les différentes thématiques de formation qui ont été traitées en 2021 ainsi que le moyen de dispense.

2022 - Le plan de formations 2022 a déjà bien avancé et une grande partie des sessions qui seront proposées au premier semestre sont déjà en ligne (<http://msw.be/formations/>). Nous espérons boucler le programme du second semestre pour juin 2022.

Formations de l'équipe MSW

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

En 2021, les formations suivies sont :

- Je comprends le fonctionnement des asbl au regard du nouveau code des sociétés
- Je peux lire correctement les comptes annuels
- De la créativité au sein de mon musée
- Webinaires du projet a4i
- Formation ELITE - Langue AS
- Recyclage Conseiller en Prévention : le télétravail devient la norme, comment l'organiser au mieux ?
- Reconnaître nos croyances limitantes et les dépasser
- Equipier de 1er intervention mixte
- Développer et animer une visite virtuelle: les défis de la création de contenu et de l'animation en ligne
- Facilitation de réunion en ligne en intelligence collective
- Gestion du temps, gestion des priorités Comment retrouver et maîtriser son temps pour s'épanouir au travail
- Marketing digital
- Montage vidéo (Adobe Premiere Pro)
- Atelier « Analyse des outils de communication digitaux »

2022 - Les besoins en formation des employés sont rassemblés fin de l'année précédente en fonction des besoins et des compétences à développer. Il est possible que de nouvelles formations s'ajoutent au fil de l'année.

Visites de nos membres

En 2021, l'équipe de MSW s'est rendues 56 fois auprès de ses musées membres (ou potentiellement membres) dans le cadre de visites de sensibilisations (17) ou pour un autre motif (39).

Depuis plusieurs années, MSW tente de se rapprocher de ses membres en partant à leur rencontre dans le cadre de visites de sensibilisation. En effet, l'objectif de ces visites est de découvrir les institutions, de rencontrer le personnel, de discuter des actions menées par MSW mais aussi de discuter des réalités de terrain. Ces rencontres permettent de dégager les attentes des institutions d'une part par rapport à nos services et d'autre part par rapport aux différents secteurs liés au monde des musées.

Les musées visités en 2021 sont :

- L'Abbaye de Stavelot
- La Fondation Folon
- Le Château de Senefre
- Le Musée de la Fraise
- Le Musée international du Carnaval et du Masque
- Le Mudia
- Le Delta
- Le Musée Hergé
- Le Musée Gaspar
- Le Musée Gaumais
- Le Musée de la Ville d'Herstal
- Les Musées de Huy
- Le Phare
- L'Artothèque
- Le Mons Mémorial Museum
- Le Musée de la Photographie
- Le Musée royal de Mariemont
- Le Palais du Coudenberg
- Le Musée BELvue
- Le Musée de la Banque nationale de Belgique
- Le Préhistomuseum
- Le Musée des Celtes
- La Maison des Mégalithe
- La Citadelle de Namur
- Le Nam-ip
- L'Espace de l'Homme de Spy
- Le Musée Wellington
- Le Mémorial de la bataille de Waterloo 1815
- Le Musée Marthe Donas
- Le SPARKOH
- L'Espace gallo-romain
- Le Musée de la Poterie
- Le Musée du Petit Format
- La Tour d'Anhaive
- Le Grand Curtius
- Le Musée de Folklore Vie frontalière
- Le Musée « la Besace » (non membre)
- La Maison de l'Imprimerie
- La Forteresse de Poilvache
- Le Chacha
- Le Musée diocésain (non membre)
- Le Musée d'Art moderne et contemporain de Durbuy
- La Fondation Chaidron-Guisset
- Le MAC's
- Le Bois-du-Luc
- L'Hôpital Notre-Dame à la Rose
- Le Musée Félicien Rops
- Le TreMa
- La SAN

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.

Suite à la conjoncture économique due au covid-19, les annonceurs ont eu du mal à rester positif quant à leur participation au projet.

En outre, malgré le départ de la chargée de projet qui a géré la création de la première version de l'annuaire et le besoin de mettre en avant les compétences du second chargé de projet en charge de la prospection des annonceurs de l'édition 2018 dans d'autres projets, MSW a décidé de relever le défi une seconde fois avec un nouveau chargé de projet mi-temps armé d'un listing existant (de la version précédente) qui fut étoffé tout au long de l'année 2021.

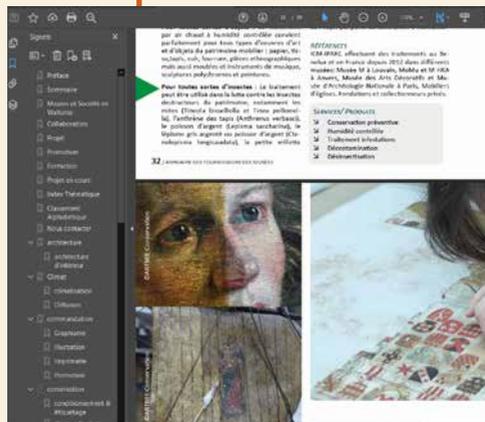


Afin de garantir au minimum le même nombre d'inscrits que lors de la précédente édition, nous avons prolongé les inscriptions jusqu'en novembre 2021. Un travail de prospection téléphonique important fut nécessaire, car nous avons constaté que les mails portaient moins de fruits que les appels. Il a fallu batailler pour récolter toutes les fiches d'inscriptions et le matériel graphique ad hoc qui permettra d'élaborer l'annuaire.

Un travail en parallèle sur la conception de l'annuaire et le tri des données en thématiques et spécialisations fut réalisé en même temps que de ce travail de prospection. Fin d'année 2021, une septantaine de pages étaient déjà créés, les listings d'inscriptions furent verrouillés avec pas moins de 194 références réparties en 57 thématiques !

2022 - L'annuaire sera enfin prêt à être vérifié et corrigé avant sa validation finale dans un format adapté aux nouvelles technologies. En effet, un travail de fond a déjà été réalisé lors de la conception afin de transformer l'annuaire en une version « pdf » plus ergonomique, enrichie en liens hypertextes (comme un site internet). Cette nouvelle fonctionnalité présentera l'avantage d'avoir une plus grande facilité de navigation grâce à des hyperliens permettant d'accéder directement à l'annonceur recherché.

Une fois le lancement réalisé, l'annuaire sera conjointement publié sur le site MSW et présenté aux membres sous forme d'afterworks. Le listing des fournisseurs déjà présent sur le site www.msw.be sera mis à jour avec les nouveaux participants.



Extrait de l'annuaire en pdf

XII. SERVICES AUX MEMBRES

Prêt de matériel

Depuis fin 2020, MSW a lancé un nouveau service de prêt de matériel. L'idée était d'apporter un support aux institutions qui seraient en demande de matériel numérique, d'affichage ou autre en prêtant le matériel de l'asbl à ses membres.

Pour rappel, les éléments suivants sont à disposition sur demande pour une durée maximum de 6 mois par convention et renouvelable :

- 4 bornes multimédia tactiles ;
- 24 panneaux Clip Expo ;
- 1 tablette Samsung Galaxy Tab ;
- 1 tablette Lenovo M10 ;
- 1 micro cravate ;
- 1 appareil photo SONY ALPHA 6400 ;
- Stabilisateur smartphone DJI Osmo Mobile 3 Combo.



Borne multimédia tactile



Panneaux Clip Expo

La liste du matériel, la convention de prêt et la disponibilité des éléments en prêt ou à prêter sont repris sur notre site web à l'adresse : <http://msw.be/pret-de-materiel>.

En outre, afin d'assurer le meilleur suivi qui soit, depuis début 2021 nous avons développé un agenda online. Celui-ci vous permet de visualiser la disponibilité de chaque élément en temps réel. Au cours de l'année 2021, nous avons prêté toutes les bornes multimédia de manière continue assurant un service digital supplémentaire au TAMAT, au Musée des Transport en Commun de Wallonie et au Musée des Arts de la Marionnette qui souhaitaient dynamiser leurs expositions. Les tablettes tactiles ont permis au Musée des Arts de la Marionnette de profiter de ces nouveaux outils.

2022 - L'évolution du service portera, d'une part, sur le traitement et la gestion des données des inscriptions afin palier aux maladies de jeunesse de ce nouveau service, et d'autre part sur le choix de nouveaux éléments que nous mettrons à disposition des membres. MSW gardera une oreille attentive afin d'étoffer ce service en adéquation avec les besoins détecté chez ses membres.

Traductions

Museozoom

Les versions néerlandaise et anglaise de notre site grand public www.museozoom.be ont été peaufinées début 2021, et des mots clés pertinents ont été insérés pour une meilleure efficacité dans l'usage des moteurs de recherche. La majorité de nos 183 membres y sont à présent représentés, excepté pour une vingtaine d'entre eux qui n'ont toujours pas remis leur fiche Museozoom, et ce malgré maints rappels. Les internautes peuvent y retrouver, non seulement une description de nos musées en néerlandais et en anglais, mais également leurs expositions temporaires traduites vers ces deux langues.

À la fin de l'année, Google Analytics nous fournit des statistiques très encourageantes avec des hausses des usagers internautes étrangers : NI (NI) +1,60%, NI (Be) +42,91%, En (GB) +80,91% et En (US) +73,82%.

Service aux membres

En 2021 notre service « traduction » a été utilisé par une bonne dizaine de musées. Il s'agit essentiellement de traductions d'expositions et autres petites missions, mais nous avons également traduit l'entièreté d'un site internet dans les 2 langues.

museumPASSmusées (MPM)

La scri-fs museumPASSmusées peut désormais compter sur les services efficaces d'une collaboratrice bilingue français-néerlandais et dès lors, MSW n'exécute plus de missions de traduction pour le compte de la coopérative MPM.

2022 - Pour rappel, le service de traduction est réservé exclusivement aux membres de MSW ! Nous semblons satisfaire un certain nombre d'entre eux, qui dès lors nous confient régulièrement de nouvelles missions. Cette activité est stable et pourrait croître légèrement dans le futur.

Zoom

Depuis fin 2020, Musées et Société en Wallonie a mutualisé un accès à la plateforme de communication online Zoom, permettant à tous ses membres d'interagir avec un service professionnel de visioconférences. L'adhésion « pro » à ce service permet à 100 participants d'interagir sans limite de temps, une réunion limitée à 40 minutes est pour beaucoup bien trop brève que pour finaliser correctement une rencontre en ligne.



Lors des premières réunions, les membres ont eu besoin de quelques trucs et astuces pour se familiariser rapidement à ce logiciel. C'est pourquoi nous avons créé 2 modes d'emplois les plus accessibles possibles afin de leur permettre de débiter sereinement sur la plateforme :

- Procédure de création de réunions Zoom
- Procédure d'interactions Zoom

Parmi les utilisateurs de ce service en 2021, citons par exemple :

- Le Musée de la Photographie;
- Le Musée de l'Eau et de la Fontaine,
- La Maison du Patrimoine médiéval mosan,
- Le Musée des Celtes,
- Le Musée Félicien Rops,
- Malagne - Archéoparc de Rochefort,
- Les Musées de la Ville de Liège,
- Le Château féodal de Moha,
- Keramis,
- L'ICOM B-WB,
- ...

2022 - Même si nous espérons tous une diminution des contraintes liées aux réunions en présentiel, nous avons décidé de continuer ce service. Nous comptons d'ailleurs déjà 14 réunions.



Illustration © Shutterstock.com

Abonnement Club Innovation & Culture



Créé en octobre 2008, le Club Innovation & Culture, CLIC France réunit dans sa plateforme (<http://www.club-innovation-culture.fr>) les musées, lieux de patrimoine et lieux de culture scientifique sensibilisés aux problématiques des nouvelles technologies numériques et de leurs usages.

Afin d'aider nos musées membres dans leur transition numérique, MSW s'est abonné à Clic France en 2021. Tout membre intéressé par ce service peut obtenir son propre accès à la plateforme. Si elle le souhaite, une institution peut même avoir 10 logins personnalisés.

L'abonnement CLIC France propose :

- Accès aux contenus dédiés aux membres sur le site web
- Accès aux activités (en webinaire pour le moment) 8 webinaraires sont prévus en 2021
- Visite d'un lieu une fois par mois
- 1 compte individuel sur le site web
- Newsletters
- Revue de presse
- Echange des pratiques innovantes numériques

Depuis janvier 2021, nous avons validé 30 inscriptions à ce service.

2022 - MSW assurera auprès de ses membres une veille au niveau numérique via son abonnement CLIC.

LE CLUB ▾ ACTIVITES ▾ MEMBRES ▾ AGENDA RNCI ▾ ARCHIVES CONTACTS EMPLOI ▾

CLIC France CLUB INNOVATION & CULTURE FRANCE

2 700 PROFESSIONNELS EN RÉSEAU

L'innovation et le numérique au service du patrimoine et de la culture

ACTUALITÉS ▾ DOSSIERS INTERVIEWS / OPINIONS BAROMETRES LIEUX CULTURELS ▾ ESPACE MEMBRES ▾

BREAKING NEWS ago5 jours NYC Media Lab et Verizon apportent 1 million de dollars aux musées américains pour imaginer de nouveaux contenus éducatifs ago5 jours Avec sa

ACTUALITÉS

En attendant son ouverture en 2024, Universal Hip Hop

ACTUALITÉS CLIC FRANCE

Top 40 musées et monuments français Facebook / Twitter / Instagram – engagement par

CONTENUS RÉSERVÉS AUX MEMBRES

DOSSIER / Tour du monde des ouvertures et reouvertures de musées et lieux de patrimoine en

Page d'accueil de la plateforme CLIC France

XIII. PROJETS SECTORIELS SPÉCIFIQUES

museumPASSmusées (MPM)

L'année n'a pas été facile pour les musées, plongés dans une incertitude permanente, au gré des Conseils de sécurité. Mais malgré cela, beaucoup de bonnes choses en sont ressorties.

**MUSEUM
PASS
MUSÉES**

Musées participants

Au mois d'avril, près de 2 ans et demi après le lancement du pass musées, le compteur a soudainement passé le cap des 200 musées, alors que le projet en comptait 120 au départ. Pour l'ensemble de 2021, 26 musées ont rejoint le museumPASSmusées, qui compte désormais 211 adhérents, dont 68 musées wallons (32%). Il faut souligner que les musées viennent à présent spontanément frapper à la porte de la coopérative en demandant s'ils peuvent rejoindre le noyau existant. Cela prouve que le pass musées est bien accueilli pas le secteur.

Le public : ventes et visites

Le pass musées compte désormais 85.000 détenteurs actifs, qui ont visité un musée 500.000 fois l'année dernière (349.000 en 2019 et 279.000 en 2020). Depuis le lancement en septembre 2018, le compteur des visites cumulées a dépassé 1 million pendant le mois de septembre ! La période du Covid-19 a également prouvé qu'il s'agit d'un réseau solide. Après le confinement, ce sont les utilisateurs du pass musées qui ont donné un nouveau souffle au secteur. Cette réussite est le témoignage d'un win-win : une très belle participation des musées ET des détenteurs de pass de plus en plus présents !

Les détenteurs de cartes à tarif social représentaient 1,79% de la totalité des détenteurs de pass actifs en 2021, ventilé comme suit : UIT-Pas 47%, 32,4 % Article 27 32,5% et A-kaart 20,5%.



Promotion suite au cap des 200 musées franchi

XIV. INNOVATION MUSÉALE

Behind The Museum (BTM)



Page d'accueil de la plateforme Behind The Museum

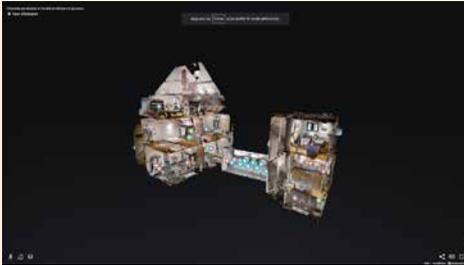
Behind The Museum est une plateforme web (www.behindthemuseum.be) permettant aux visiteurs de découvrir les coulisses d'un grand nombre de musées wallons. La plateforme comprend des visites virtuelles, des capsules vidéo/interviews du personnel des musées qui décrit sa profession, sa passion, le fonctionnement de son institution et les problématiques de celle-ci ainsi que des photographies inédites de nombreuses pièces méconnues du patrimoine culturel wallon.

Grâce à l'utilisation de la technologie virtuelle, des espaces inaccessibles au grand public sont dévoilés, tels que des espaces de travail (réserves, ateliers de restauration, bureaux, etc.), des expositions temporaires définitivement terminées et des espaces muséaux modifiés ou disparus. Les visites virtuelles sont complétées avec des contenus inédits (sous forme de textes, de sons et de 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.

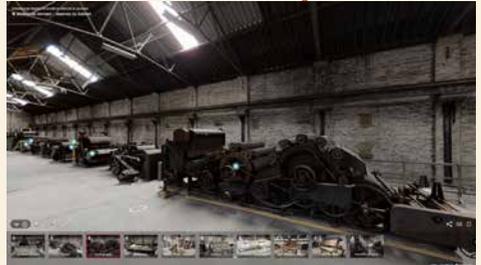
Depuis son lancement le 3 décembre 2020, la plateforme rassemble 23 musées de thématiques, de localisations et de formes juridiques (publiques, privées, asbl, sprl, etc.) différentes. Le patrimoine n'est pas en reste puisque de nombreux partenaires sont des musées abrités dans des bâtiments classés ou des sites patrimoniaux, de patrimoine culturel mobilier (Beaux-Arts ...) et immatériel (Folklore ...) :

- Musée international du Carnaval et du Masque
- Aquarium-Muséum Universitaire de Liège
- Brasserie à Vapeur de Pipaix
- Musée de la Fraise
- Musée de Folklore et des Imaginaires
- TAMAT
- Musée des Beaux-Arts de Tournai
- Musée royal de Mariemont
- Maison du Patrimoine médiéval mosan
- Abbaye d'Orval
- Maison de la Marionnettes
- Artothèque

- Silex's – Mines de Spiennes
- Musée de la Poterie de Raeren
- Société archéologique de Namur
- Musée Gaumais
- Musée du Petit Format
- Musées de Verviers – réserves du Solvent
- Tour d'Anhaive
- Fonds Patrimoniaux de la Ville de Liège
- Mémorial de la Bataille de Waterloo
- Musée de la Photographie
- Musée de Folklore Vie frontalière



Tour d'Anhaive, vue « maison de poupée »



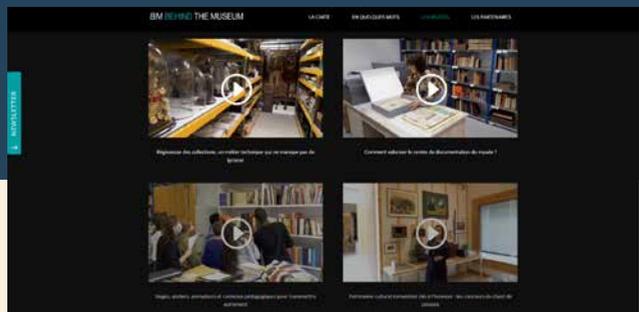
Réserves du Solvent, vue « première personne »

Le projet a été valorisé sur les réseaux sociaux et ceux des musées partenaires, sur les sites web de MSW, des musées participants et des partenaires, via nos newsletters mensuelles ainsi que lors d'une campagne de presse en septembre 2021. Depuis son lancement le 15 décembre 2020, 9500 utilisateurs se sont rendus sur la plateforme.

Le projet a permis à MSW de présenter à ses membres la technologie de la modélisation 3D et les différents apports qu'elle peut avoir en fonction des problématiques rencontrées par les musées. MSW a ainsi utilisé l'expérience acquise avec le projet pour aborder différentes thématiques lors de plusieurs événements : 100.000 Entrepreneurs le 1er mars 2021, Rencontres de Territoire à Tournai (Proscitec) le 21 septembre, BeMuseum à Bruxelles le 8 octobre, MuséoHub le 12 octobre et Rencontres wallonnes du e-tourisme le 7 décembre.

2022 - Le projet va se poursuivre en intégrant les musées intéressés, notamment ceux qui n'ont pas pu participer en 2021. Les musées suivants sont revenus auprès de MSW depuis le début de l'année :

- Trésor de Liège
- Archéoforum
- MUMONS
- Bois-du-Cazier
- Fondation Folon
- Grand-Hornu
- Etc.



Musée de Folklore Vie frontalière, interviews inédites

Virtual museum mediation: a necessary adaptation of methods

Dans le cadre d'ICOM Solidarity Project 2021, différents partenaires belges (ICOM Belgique Wallonie-Bruxelles, ICOM Belgium Flanders, ICOM CECA, Musées et Société en Wallonie, Brussels Museums) se sont réunis afin de coordonner un projet intitulé "Virtual museum mediation: a necessary adaptation of methods".

Celui-ci consiste à mettre à disposition des opérateurs muséaux et des médiateur-trice-s culturel-le-s (guides) des tutoriels vidéo et un guide de médiation pour les aider dans la réalisation et la promotion de visites en ligne interactives. Partant du constat qu'une visite « classique » ne peut se transposer telle quelle en ligne, nous souhaitons par le biais d'un groupe de réflexion et de tests réalisés en phase pilote, définir les bonnes et moins bonnes pratiques ainsi que les spécificités à prendre en compte pour différents types de publics « empêchés ».



Si le projet répond immédiatement à l'impossibilité d'accéder à un musée lors d'une fermeture de longue durée et aux restrictions de visites pour les individus et les groupes, il répond aussi à la problématique générale pour certaines catégories de la population d'accéder au musée (publics empêchés). En ce sens, les musées peuvent réaffirmer leur engagement culturel pour toutes et tous, sans barrière ni discrimination. Les enjeux relatifs à la création de ces outils sont donc multiples :

- Permettre au musée d'élargir son rôle sociétal et de cohésion sociale ;
- Proposer des alternatives à la visite in situ lors de fermetures de longue durée ou de restrictions de visites ;
- Créer des visites « sur mesure » pour des publics spécifiques ;
- Accroître la professionnalisation de l'emploi lié au secteur muséal.

Technologies Wallonnes de l'Image, du Son et du Texte (TWIST)

The logo for TWIST consists of the word "TWIST" in a white, bold, sans-serif font, set against a dark purple square background. The letter "i" in "TWIST" has a small white dot above it.

MSW a participé à diverses rencontres organisées dans le cadre du projet GCA (Global Content Alliance). Ce projet est coordonné par TWIST (Technologies Wallonnes de l'Image, du Son et du Texte) qui est un cluster dont la mission est de renforcer l'innovation et la croissance de l'industrie des médias en Wallonie (Belgique). Ce réseau regroupe des sociétés privées, des universités, des centres de recherche, des centres de formation, des fédérations et les autorités publiques en rapport avec le secteur des médias et de l'audiovisuel.

Base de données des collections mutualisée

En 2019, un inventaire des besoins des musées en termes de base de données a montré que beaucoup de nos membres, dont un nombre significatif d'établissements à caractère patrimonial, atteignent les limites de leur système d'inventaire (le plus souvent sous FileMaker Pro, Access ou encore Excel) et étaient désireux de mutualiser un produit ayant les caractéristiques suivantes :

- Une base de données performante à moindre coût : c'est-à-dire des possibilités de champs plus étendues ;
- Des recherches et des recoupements plus fins, la possibilité de mettre des photos de haute qualité, etc., le tout en fonction des besoins spécifiques des différentes institutions ;
- La possibilité d'intégrer des modules « archives » et « centres de documentation » ;
- Un portail de valorisation en ligne pour les collections auprès du grand public et des scientifiques.

De ces demandes est né le projet de mutualiser sous la même solution les musées intéressés 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. Des réunions de pilotage ont eu lieu de 2019 à 2021 avec la Province de Liège (Musée de la Vie wallonne) afin d'ouvrir son réseau de base de données mutualisées à d'autres musées wallons. Suite à nos appels, 8 institutions ont décidé de rejoindre la phase pilote du projet en septembre 2021 : Blegny-Mine, l'Espace muséal d'Andenne (Grotte de Scladina et l'ancien Musée de la Céramique), la Maison de la Métallurgie et de l'Industrie, l'Université de Liège, le Préhistomuseum, la Régie autonome de Sprimont (Musée de la Pierre), le Trinkhall Museum et les Musées de Verviers.

2022 - Une fois l'administratif de la phase pilote terminé, un marché conjoint sera lancé afin de fixer la solution logicielle pour une durée de 4 ans minimum. Cette phase permettra à Musées et Société en Wallonie et à la Province de Liège de tester la solidité du projet. La gestion administrative des musées sera scindée en deux ; la Province gèrera les musées de sa juridiction géographique et MSW tous les autres musées. Le choix définitif du logiciel aura lieu dans le courant du printemps, pour une mise en place effective du système à partir du mois de juillet.

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

The logo for Musées et Société en Wallonie ASBL, consisting of the letters 'MSW' in a bold, sans-serif font. The 'M' and 'S' are dark blue, and the 'W' is white with a dark blue outline. The logo is tilted slightly to the right.

MSW