

BONNES

SOCIÉTÉ DES MUSÉES
DU QUÉBEC

PRATIQUES MUSÉALES



**MISE EN EXPOSITION :
CONCEPTION
ET DESIGN**



MISE EN EXPOSITION: CONCEPTION ET DESIGN

En 2017, la SMQ a tenu son colloque à Montréal. La métropole vivait l'effervescence des célébrations qui ont souligné des pages de son histoire tout au long de l'année. Pour le choix thématique de cette rencontre annuelle, l'équipe de la SMQ a décidé de faire un clin d'œil au 50^e anniversaire de l'Expo 67. En effet, il est généralement entendu que cet événement a joué un rôle marquant pour le développement de la muséologie au Québec. Véritable laboratoire d'idées et de création, il en a émergé des manières de concevoir et de mettre en espace des expositions alors considérées comme innovantes. Où en sommes-nous après 50 années à définir et à faire évoluer la muséologie québécoise?

Le colloque a tenté de dresser, à grands traits, un portrait de la situation. Pour cette publication, nous avons retenu trois interventions inspirantes présentées ici en tant que bonnes pratiques muséales. Ainsi, Martine Bernier partage une recette pour réussir des exercices de cocréation avec sa communauté. Alice Pierre propose une série de recommandations pour intégrer judicieusement la réalité augmentée dans l'espace muséal. Jean-François Léger décortique l'utilisation de la méthode IPOP pour concevoir des expositions certifiant une expérience de visite enrichie.

Par ailleurs, nous avons demandé au journaliste indépendant, Jérôme Delgado, d'ouvrir la boîte à souvenirs du designer Laurent Marquart, cofondateur de la firme GSM Project, qui postule que « sans l'Expo 67, le design de musée ne serait pas ce qu'il est. » Enfin, faisant écho à sa conférence de septembre 2017, l'architecte d'expériences et poète d'interactions, Jonathan Bélisle, formule des questionnements quant au design du futur. Voilà autant de matières à réflexion pour inspirer vos pratiques muséales...

Bonne lecture!



SOCIÉTÉ DES MUSÉES
DU QUÉBEC

SOMMAIRE

1. **Créer avec sa communauté**
par Martine Bernier
2. **Et le cachalot prend vie...**
par Alice Pierre
3. **Tenir compte des préférences des visiteurs**
par Jean-François Léger
4. **« Sans l'Expo 67, le design de musée ne serait pas ce qu'il est. »**
une entrevue de Jérôme Delgado avec Laurent Marquart
5. **Design du futur,**
par Jonathan Bélisle

RÉALISATION

Katia Macias-Valadez,
directrice des communications, SMQ

Caroline Émond,
chargée de communications, SMQ

Conception graphique
bertuch.ca

ISBN (PDF) : 978-2-89172-103-5

REMERCIEMENTS

La réalisation de cette publication a été rendue possible en partie grâce au gouvernement du Canada.



Espace pour la vie
Photo: Mathieu Rivard

1. CRÉER AVEC SA COMMUNAUTÉ

Martine Bernier, chef de division, Programmes publics, Jardin botanique de Montréal | Espace pour la vie

1.1 DE QUOI S'AGIT-IL ?

Lieux: les 4 composantes d'Espace pour la vie à Montréal, soit le Biodôme, l'Insectarium, le Jardin botanique et le Planétarium Rio tinto Alcan

Défi de départ: intégrer la cocréation avec des professionnels et des citoyens dans les processus de conception d'expositions et d'activités pour les 4 institutions muséales

Principal moyen: les techniques de cocréation

En cohérence avec les valeurs de l'entité Espace pour la vie, les muséologues comme Martine Bernier ont le mandat de susciter la participation des citoyens et d'établir avec eux un dialogue constructif dans plusieurs projets importants tels que la « migration du Biodôme ».

1.2 QUELLE EST LA RECETTE ?

Ingédients nécessaires pour organiser un événement citoyen dans un esprit de cocréation:

- Du temps de qualité pour planifier l'activité et pour rencontrer les gens
- Beaucoup de préparation

- Un lieu adapté et inspirant: pas une banale salle de réunion!
- Une utilisation efficace des médias sociaux
- Une bonne dose de créativité dans les activités proposées

Étapes:

1. Réfléchir à ce que l'on veut savoir, valider, tester, développer...
2. Choisir des personnes inspirantes et pertinentes, tant à l'interne qu'à l'externe, en lien avec le sujet de la rencontre
3. Préparer des activités dynamiques et stimulantes
4. Lancer les invitations et gérer les réponses
5. Miser sur le prototypage : préparer des prototypes à tester ou en faire fabriquer par les participants



Espace pour la vie
Photo: Mathieu Rivard

1.3 TRUCS À PARTAGER

Pour rejoindre les non-publics, voire les résidents du quartier :

- Passer par l'entremise d'organismes communautaires
- Multiplier les façons de les rejoindre (affichage dans des lieux fréquentés, médias sociaux, bouche à oreille, etc.)
- Offrir une compensation, par exemple, des billets d'entrée gratuite et des goûters

Pour trouver la bonne formule :

- Faire appel à de l'expertise variée (externe et interne)

- Se faire accompagner pour le design d'activités
- Accorder beaucoup d'attention et de temps à la préparation (3 heures d'activité = 30 heures de préparation)
- Tout prévoir dans le moindre détail

Pour susciter une participation créative :

- Dorloter les participants
- Créer une ambiance conviviale, dans un lieu inspirant et lié au projet
- Le nombre idéal de participants ? 12 à 20 personnes par rencontre

1.4 QUELS SONT LES RÉSULTATS LES PLUS SIGNIFICATIFS ?

- Ce genre d'activités donne du sens aux tâches des employés du musée.
- Les rencontres font émerger différentes idées et conceptions du réel.
- Tant les citoyens que les experts enrichissent notre vision.
- Il importe d'intégrer la contribution des non-publics et de susciter leur engagement dans les activités du musée.

1.5 LE MOT DE LA FIN SOUS FORME DE RECOMMANDATIONS

- Dès le début, le musée doit accepter le risque d'une perte de contrôle, s'il veut obtenir de véritables résultats.
- Martine Bernier insiste sur l'importance du lâcher-prise nécessaire dans tout processus de cocréation.
- Il ne faut pas hésiter à poser des questions pour lesquelles on est prêt à recevoir des réponses, même si celles-ci sont difficiles à entendre.
- Une implication de l'équipe d'animation dans la conception d'ateliers de cocréation est très importante.
- Le succès de ce type d'activité repose sur l'implication personnelle et l'accessibilité de la personne qui en est responsable.

Pratiquez le lâcher-prise et acceptez d'abandonner votre regard d'expert!



Musée de la Mer
Photo: Diagramme Vitesse

2. ET LE CACHALOT PREND VIE...

Alice Pierre, directrice générale, Musée de la Mer

2.1 DE QUOI S'AGIT-IL ?

Lieu : Musée de la mer, situé à Havre-Aubert aux Îles-de-la-Madeleine

Défi de départ : Ajouter une plus-value à l'expérience du visiteur *in situ* (sans remplacer le guide) et atteindre le public scolaire à distance

Principal moyen : exploiter le potentiel du numérique, notamment en misant sur la complémentarité entre les médiations numériques et celles plus traditionnelles

Source d'inspiration : la carcasse d'un cachalot échoué sur la plage!

Le projet s'inspire d'une aventure qui s'est déroulée aux Îles de la Madeleine, en 2008. Alors qu'un grand cachalot s'échoue sur une plage, une équipe se porte volontaire pour récupérer les os à des fins éducatives. En 2014, ce mastodonte aux dents d'ivoire sera remonté au Musée de la Mer, accompagné d'une exposition mettant en valeur l'expérience vécue au cours de ce projet d'envergure!

En 2017, l'application mobile *Cachalinot* (le cachalot madelinot) permet au public – à partir du Musée ou d'ailleurs – d'aller à la rencontre de passionnants personnages, témoins de leur époque respective. La réalité augmentée fait renaître cet animal majestueux et les approches ludiques font découvrir, à tout âge, l'histoire du golfe du Saint-Laurent, la physiologie des mammifères marins, l'art à base d'os et de fameuses légendes, comme celles de Boucar Diouf!

2.2 QUELLE EST LA RECETTE ?

Ingrédients :

- Un modèle itératif:
 1. Contenu muséal réel (squelette, mobilier et artefacts d'exposition)
 2. Scénarisation évolutive (cocréation en équipe, participation de l'équipe d'animation)
 3. Mélange du réel et de l'imaginaire (personnages de différentes époques inspirés de personnes réelles, squelette de cachalot, etc.)
- Des dispositifs de réalité augmentée
- Une application mobile destinée aux publics scolaires
- Une imprimante 3D accessible aux différents publics (démonstration au Musée, production d'un kit éducatif)
- Une quête : retrouver la dent perdue du cachalot (celle-ci est réellement manquante dans le squelette exposé)

Étapes :

1. Briser la linéarité de la scénarisation, en multipliant les points de vue sur le sujet
2. Concevoir des personnages qui incarnent différentes thématiques : le chasseur, le conteur, le plongeur et l'artiste
3. Prévoir différents niveaux d'interactivité – passif, semi-passif et actif – afin d'offrir plus de choix aux visiteurs/usagers
4. Miser sur la nature évolutive du scénario et s'inspirer des commentaires des utilisateurs pour améliorer l'application
5. Choisir le bon matériel en fonction de sa disponibilité, de sa durabilité et de sa flexibilité

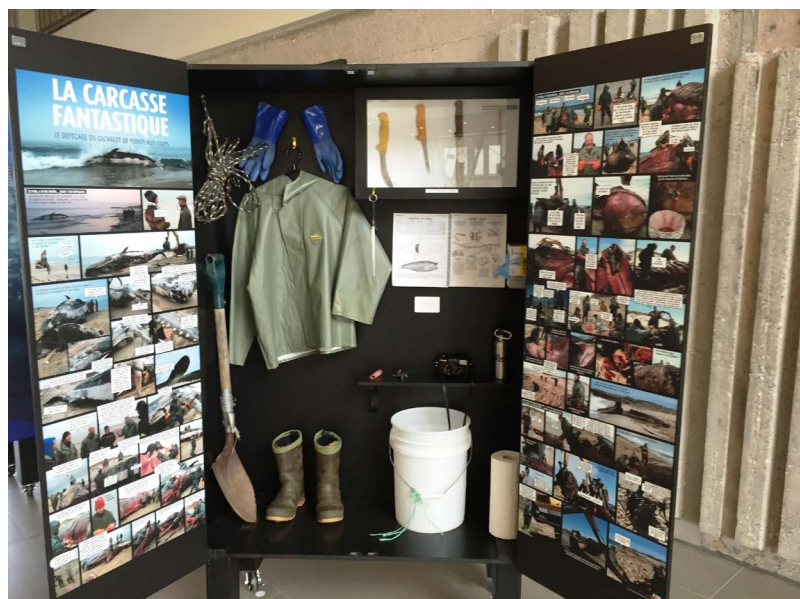
2.3 TRUCS À PARTAGER

Pour atteindre un plus large public :

- Miser sur la pluridisciplinarité. Chaque personnage du jeu a sa spécialité : histoire, arts, sciences et sociologie.
- Mettre des tablettes à la disposition du public pour en favoriser l'utilisation.
- Prévoir des tests auprès de différents visiteurs (aînés, adultes, jeunes, famille, scolaire, etc.) avant de procéder à la conception numérique.
- Promouvoir le produit auprès des publics ciblés.

Pour renforcer l'appropriation du projet :

- Inclure tous les membres de l'équipe du Musée dès le début du processus d'idéation.



Musée de la Mer
Photo : Diaphragme Vitesse

2.4 QUELS SONT LES RÉSULTATS LES PLUS SIGNIFICATIFS ?

- Une augmentation de la fréquentation du public scolaire (virtuel)
- Des retombées indirectes avec un élargissement de la visibilité (conférence, ateliers, partenariats muséaux, etc.)

2.5 LE MOT DE LA FIN SOUS FORME DE RECOMMANDATIONS

- Dès le début du projet, il importe d'établir des règles claires quant à la propriété du concept développé avec les différents partenaires.
- Veiller à effectuer, sur une base régulière, des mises à jour du produit développé et des supports.
- Il est souhaitable d'intégrer les équipes d'animation dans la conception de l'outil.
- Il ne faut pas oublier de planifier, tôt dans le projet, la formation des membres de l'équipe.

Osez de nouvelles expériences et n'ayez pas peur de vous tromper !

Musée de la Mer
Photo: Diaphragme Vitesse





Le Lwa, Erzulie Frida
Photo : Frank Wimart, courtoisie du Musée canadien de l'histoire

3.

TENIR COMPTE DES PRÉFÉRENCES DES VISITEURS

Jean-François Léger, spécialiste du développement créatif, Musée canadien de l'histoire

3.1 DE QUOI S'AGIT-IL?

Le modèle IPOPOP consiste en une typologie des visiteurs issue d'observations et d'entrevues menées par le Smithsonian à Washington¹. Recueillies lors d'entrevues structurées, les réactions des visiteurs se répartissent en 4 grandes catégories d'intérêts synthétisées dans l'acronyme IPOPOP :

- **Idée** (Idea) : l'anecdote, les concepts, les faits, les statistiques
- **Personnes** (People) : l'empathie, les références biographiques, la vie d'autrui, le storytelling
- **Objet** (Object) : l'esthétique, le style, la mise en valeur du trésor
- **Physique** (Physical) : le somatique, les sens, le toucher, le mouvement, l'immersion, l'interactivité

Le but : créer des expositions qui séduisent et surprennent les visiteurs!

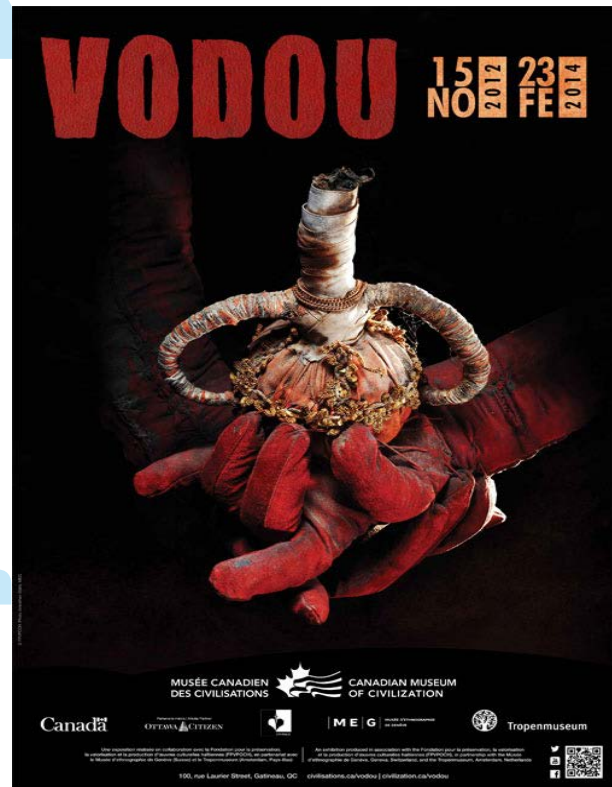
1- Cette typologie a été proposée en 2010 par Andrew J. Pekarik et Barbara Mogel, puis validée statistiquement par James Schreiber. Andrew J. Pekarik, James B. Schreiber, Nadine Hanemann, Kelly Richmond, and Barbara Mogel. "IPOP: A Theory of Experience Preference". *Curator. The Museum Journal*, vol. 57, no. 1, 2014, p. 5-27.

3.2 QUELS SONT LES AVANTAGES DU MODÈLE IPOP?

- Enrichir l'expérience du visiteur
- Stimuler la créativité de l'équipe
- Prendre conscience des préférences des concepteurs d'exposition qui divergent parfois de celles des visiteurs
- Intégrer des intérêts pluriels
- Tenir compte des préférences du public dans l'élaboration d'un parcours de visite
- Fusionner de façon créative les différentes dimensions de l'expérience (intellectuelle, personnelle et esthétique)

3.3 COMMENT SURPRENDRE LES VISITEURS?

Selon les créateurs du modèle IPOP, les expériences de visite les plus satisfaisantes pour quelqu'un sont celles qui le surprennent et qui complètent favorablement sa motivation première. Dit autrement, il ne s'agit pas uniquement de lui offrir ce qu'il recherche — des idées stimulantes, des objets fascinants, des histoires émouvantes —, mais de créer des liens significatifs entre ces divers types d'expériences. Ainsi, pour l'exposition *Vodou*, un visiteur attiré par l'esthétique surprenante des objets présentés pourrait être particulièrement ravi, voire charmé, par le témoignage d'un pratiquant exprimé dans un commentaire vidéo. Ce visiteur, surpris par la richesse



Affiche de l'exposition *Vodou*
Courtoisie du Musée canadien de l'histoire

de cette « rencontre » éclairante, aura tendance à être plus satisfait de sa visite que si, par exemple, les concepteurs n'avaient que multiplié le nombre d'objets exposés.

3.4 COMMENT IMPLANTER CE MODÈLE DANS UNE ÉQUIPE?

- Bien comprendre le modèle IPOP et l'expliquer aux membres de l'équipe.
- Partager en équipe les préférences de chacun. Il s'agit essentiellement de reconnaître la diversité des expériences et d'accepter le fait que les visiteurs ne partagent pas nécessairement celles des concepteurs.
- Construire en équipe la matrice expérientielle de l'exposition où les messages, les expériences et les catégories d'intérêts IPOP sont exprimés de façon concise pour chacune des zones, comme dans le tableau ci-dessous.
- En équipe, trouver les dimensions IPOP les plus prometteuses pour chaque zone. Quelques questions à aborder en équipe :
 - Est-ce une zone aux idées fortement stimulantes?
 - Est-ce là que les plus riches trésors sont présentés?
 - Peut-on imaginer une dimension physique à l'expérience de la zone?
 - L'introduction et la conclusion d'une exposition retiendront davantage l'attention si elles

| | Intro | Zone 1 | Zone 2 | ... |
|----------------------|-------|--------|--------|-----|
| Objectifs message | | | | |
| Objectifs expérience | | | | |
| Expérience IPOP | | | | |

- comprennent les 4 types d'expériences. Le parcours de visite est-il IPOP?
- Le potentiel de chaque arrêt est-il maximisé?
 - Quelles sont les dimensions les plus surprenantes et engageantes pressenties? Sont-elles toujours variées?
- Intégrer des visiteurs dans le processus de création en validant auprès d'eux les hypothèses. En cours de développement, il est possible que les idées se tarissent ou qu'une opposition de points de vue paralyse l'équipe. Pour débloquer l'impasse,

confirmer une complexité inutile ou révéler une ambiguïté, l'équipe peut faire appel à des visiteurs pour tester des combinaisons objets-expériences IPOP.

- Partager la matrice expérientielle. La personne responsable s'assure que les interventions sont cohérentes avec la matrice construite et validée par l'équipe. Pour de nouveaux intervenants qui se joindraient au projet en cours de route, la matrice devient un outil de référence pour saisir rapidement l'ingénierie expérientielle de l'exposition.

3.5 LE MOT DE LA FIN

- En plus de faciliter la créativité au sein des équipes, le modèle IPOP assure une participation active de tous les membres, notamment pour définir les objectifs expérientiels de l'exposition.
- Le modèle favorise aussi la considération des préférences du public dans l'élaboration de l'exposition dès les premières étapes d'idéation.

- La typologie des visiteurs est validée statistiquement et son intérêt créatif a été confirmé.
- Jean-François Léger a utilisé cette méthode pour trois expositions sur des sujets très différents au Musée canadien de l'histoire : *Vodou, Les Grecs, Napoléon et Paris*. Chaque exposition est l'occasion de mieux maîtriser le modèle et d'en bonifier les effets.

3.6 RÉFÉRENCES

Andrew J. Pekarik, James B. Schreiber, Nadine Hanemann, Kelly Richmond and Barbara Mogel. "IPOP: A Theory of Experience Preference". *Curator. The Museum Journal*, vol.57, no. 1, 2014, p.5-27.

Andrew J. Pekarik, Barbara Mogel. "Ideas, Objects, or People? A Smithsonian Exhibition Team Views Visitors Anew". *Curator. The Museum Journal*, vol. 53, no.4, 2010, p. 465-482.

Jean-François Léger. "Shaping a Richer Visitors' Experience: The IPO Interpretive Approach in a Canadian Museum". *Curator. The Museum Journal*, vol. 57, no.1, 2014, p.29-44.

Jérôme Delgado. « Tenir compte des attentes du public », *Le Devoir*, 21 octobre 2017.



Lieu historique national Louis-S.-St-Laurent
Photo: GSMProject

4.

« SANS L'EXPO 67, LE DESIGN DE MUSÉE NE SERAIT PAS CE QU'IL EST. »

Jérôme Delgado, journaliste indépendant

Arrivé d'Europe pour travailler aux préparatifs de l'Expo 67¹, Laurent Marquart découvre des manières de faire, inexistantes dans le Vieux Continent. Le système à la verticale courant en Suisse, en Italie ou en Angleterre, là où le graphiste formé à Lausanne commence sa carrière, n'a pas de prise ici. L'approche lui semble davantage tenir d'un échange constructif et créatif entre les différents corps de métier que d'une simple exécution de décisions venues d'en haut.

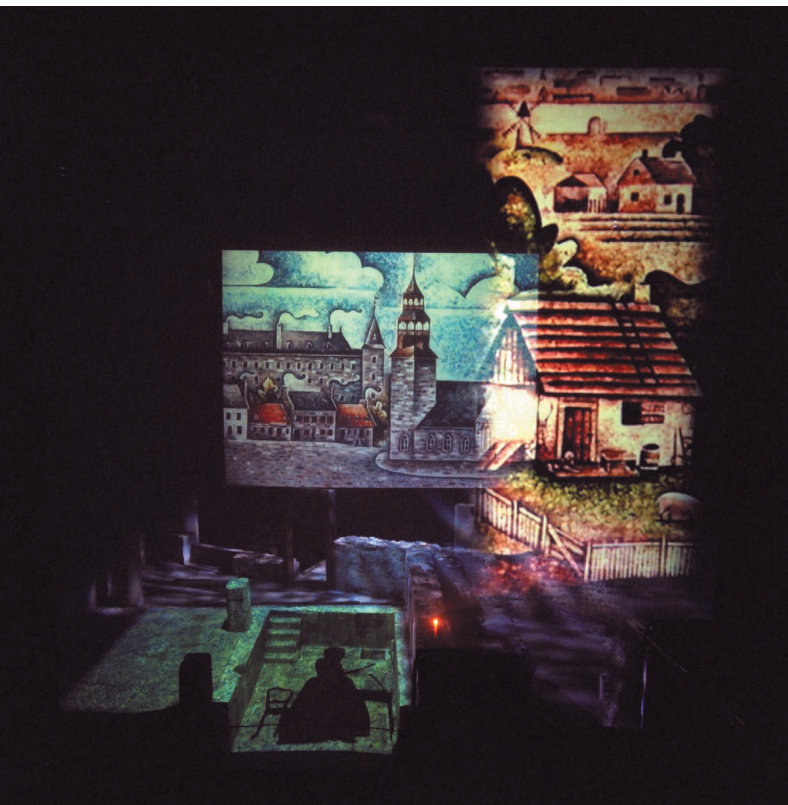
Alors dans la fin vingtaine, Laurent Marquart ne met pas de mots sur cette façon de faire, inusitée à ses yeux. Attiré à Montréal par Jacques Guillon², avec qui il a travaillé pour l'Exposition nationale suisse de 1964, à Lausanne, il remarque que les gens chargés de l'aménagement

intérieur des pavillons thématiques et de la signalétique sont aussi importants que les autres.

« Dans l'organigramme administratif, le responsable des contenus thématiques, celui de l'architecture, celui de l'ingénierie et celui du design étaient sur un pied

1- L'Expo 67, ou Exposition universelle et internationale de Montréal 1967, s'est tenue sur le thème Terre des Hommes du 28 avril au 29 octobre 1967.

2- Diplômé en architecture de l'Université McGill, Jacques Guillon (né en 1922) est considéré comme le pionnier du design au Québec. Français de naissance, il est notamment l'auteur de la chaise Nylon (1952). En février 2018, il reçoit le Prix Hommage lors de la 11^e édition des Grands prix du design. Voir www.prixdesign.com.



Pointe-à-Callière, cité d'archéologie et d'histoire de Montréal
Photo: GSMProject

d'égalité, officiel et tangible, en prise directe avec la plus haute autorité, le colonel Churchill³. C'était un mode de fonctionnement en opposition au mode européen, pyramidal et hiérarchisé à outrance », analyse-t-il.

L'Expo 67 figure aujourd'hui comme la pierre angulaire d'une muséologie plus immersive et participative, pas uniquement contemplative. L'historien de l'art Raymond Montpetit a déjà qualifié l'Expo 67 de « choc de modernité pour la muséologie ». « [Ces] muséographies parlent aux foules, ne ressemblaient pas à celles des expositions offertes dans les musées d'art ou d'histoire à l'époque (...). Les salles statiques de nos musées voués à la contemplation et à l'étalage des artefacts ont paru alors très datées. [Les visiteurs] repartaient en ayant reçu des leçons de design muséographique innovateur et de communication⁴... »

Avec le recul, et après des expériences professionnelles auprès des Premières Nations⁵, Laurent Marquart a adopté l'image de la « table ronde des Amérindiens » pour définir ce travail égalitaire, à l'horizontale, qu'il découvre à l'aube de l'Expo 67. Une telle structure circulaire a favorisé, selon lui, l'éclosion d'une muséologie nouvelle et l'inclusion de jeunes créateurs peu expérimentés.

Un demi-siècle plus tard, du haut de sa résidence avec vue sur le fleuve Saint-Laurent, le cofondateur de la firme de design montréalaise GSM Project – avec Jacques Guillon et Morley Smith – se montre tranchant. « Je vais lancer un pavé dans la mare, avertit-il. S'il n'y avait pas eu l'Expo 67, s'il n'y avait pas eu un gars comme Jacques Guillon et d'autres qui ont fait des choses extraordinaires, s'il n'y avait pas eu cette structure... l'histoire du design de musée au Québec ne serait pas ce qu'elle est. »

4.1 L'OUVERTURE D'ESPRIT FAVORISE L'ÉCLOSION DU DESIGN

Celui qui se qualifie de *professionnel de la communication pas uniquement visuelle*, qui dit faire dans le 3D depuis 1964 et du 4D au sein de GSM, estime que son passage par l'Expo 67 lui a ouvert bien des portes. Mais au-delà de son parcours personnel, et de la croissance de la firme qu'il a présidée jusqu'en 2002, l'homme constate que le métier de designer a bénéficié de l'ouverture d'esprit mis en pratique

en 1967. Par la suite, on a non seulement fait confiance à l'imagination créatrice des designers pour aménager les espaces d'exposition, on a inclus ces artistes dès les balbutiements d'un projet, les plaçant, selon l'expression de Laurent Marquart, devant une situation de « champ libre ».

« Jusque-là, des gens décidaient des choses, faisaient faire des études de faisabilité, de là, l'architecture prenait forme

3- Edward Churchill est l'ingénieur responsable de la construction de l'Expo 67 et directeur de l'aménagement.

Source: www.collectionscanada.gc.ca/expo/0533020104_f.html.

4- Raymond Montpetit, « La scène muséologique au Québec: rattrapage et innovation », dans *Musées et muséologies: au-delà des frontières. Les muséologies nouvelles en question*, sous la direction d'Yves Bergeron, Daniel Arseneault et Laurence Provencher St-Pierre, Presses de l'Université Laval, 2015, p. 37.

5- Au cours des années 1990, Laurent Marquart a effectué des études de faisabilité de différentes natures, notamment pour les communautés criées de la Baie-James et du Centre du Québec, pour le Musée huron-wendat, dans la région de la Capitale-Nationale, ou encore pour le Musée Amérindien de Mashteuiatsh, au Saguenay-Lac-Saint-Jean.

et à la toute fin on établissait un contenu et on faisait venir un designer, décortique-t-il. Comme acteur du domaine de la création, vous étiez complètement dépendant des décisions prises avant.»

L'expérimenté designer, aujourd'hui à la retraite, affirme que de l'aventure de Terre des Hommes découlent des cas comme ceux du Musée de la civilisation (1988), à Québec, et de Pointe-à-Callière, cité d'archéologie et d'histoire de Montréal (1992), deux établissements dont il a contribué à développer les idées fondatrices.

4.2 TOUT À INVENTER

Si Laurent Marquart n'est pas rentré en Suisse après 1967, c'est qu'il n'a cessé d'être stimulé ici, poussé à inventer « des choses qu'[il] n'aurait pu faire en Europe ». Il avait devant lui un vaste terrain à défricher. Le design québécois est né sur une terre vierge. Marquart s'estime heureux d'avoir été au bon endroit, au bon moment.

Lorsqu'on lui demande s'il n'a pas fallu d'abord dépoussiérer le Québec de l'héritage européen, il proteste : « Dépoussiérer ? Pas du tout. Il n'y a pas de poussière, ça n'existe pas. Le territoire est neuf. » Ce qui se pratiquait jusque-là, c'était comme porter des « faux cils », pris d'un ailleurs lointain, au moment même où l'Expo 67, rappelle-t-il, constituait un moment d'innovation, né de l'échange entre des gens issus de différents métiers.

L'une de ses premières occasions d'innover, Laurent Marquart l'a eue au Musée des beaux-arts de Montréal, pendant que l'architecte Fred Lebensold y dessine un nouveau pavillon (1976) – l'actuel Liliane et David M. Stewart. Avec Luc Courchesne⁶, alors étudiant, Marquart formule une nouvelle signalétique, encore en vogue de nos jours, qui consiste à reproduire une icône d'une salle X comme un repère thématique.

« Je ne dépoussiérais pas, j'inventais un truc qu'on utilisera par la suite à la grandeur du monde. J'avais 30 ans et Luc sortait de l'école », précise-t-il.

4.3 DESIGNER ÉGALE SCÉNARISTE

Le tandem Marquart-Courchesne aura les coudées franches lorsqu'il sera engagé par Parcs Canada pour concevoir le design du Lieu historique national Louis-S.-St-Laurent, à Compton (1982), en Estrie. Sur insistance de Luc Courchesne qui tient à faire du bricolage, le duo imagine une salle-spectacle avec des éléments qui apparaissent

et disparaissent. Une expérience qui permet à Laurent Marquart de se justifier non pas comme designer, mais comme scénariste ou créateur de récits.

La naissance de Pointe-à-Callière est particulièrement emblématique de cette mentalité post-Expo 67, notamment parce que sa conception aura été réalisée en collégialité, plutôt qu'en vase clos. Laurent Marquart et son concurrent direct, Jean Saint-Cyr (Communication+Design), avaient tous deux été invités à partager leur vision, alors que l'architecte n'était même pas encore choisi. Saint-Cyr parle du concept de strates, à l'instar de l'archéologie, Marquart, d'un volume signalétique hors terre.



Musée de la civilisation
Photo: GSMProject

6- Artiste multimédia réputé, Luc Courchesne (né en 1952) est l'un des fondateurs de la Société des arts technologiques (1996), à Montréal, organisme qu'il a dirigé de 2009 à 2017.

idées du métissage de Robert Lepage, l'homme de théâtre qui n'est encore qu'à ses débuts, et la mémoire plurielle de l'historien Jacques Mathieu jettent les bases de cette longue aventure que Laurent Marquart adopte avec bonheur. *Mémoires* matérialise l'expérience muséale en une histoire à vivre.

Si l'ouverture du Musée de la civilisation marque « une date importante dans l'histoire de la muséologie⁷ », le tournant qui s'opère crée des remous. Le nouvel établissement « s'inscrit en rupture⁸ » avec l'idée qui fait encore la norme et qui veut qu'un musée existe d'abord pour ses objets



Musée de la civilisation
Photo: GSMProject

et ses collections. Désormais, l'expérience muséale passe aussi par des espaces scénographiés, par des récits mis en espace.

« Il s'avère indéniable que les moyens dont dispose le Musée [de la civilisation] permettent de repousser les limites de l'imagination. (...) La contribution des designers et les moyens mis à la disposition des chargés de projet permettent au Musée de s'orienter vers l'interaction et la participation des visiteurs⁹. »

Le Musée de la civilisation s'engage dans l'ère de la médiation et du concept de Muséo-séduction, tel que développé par Annette Viel¹⁰. Laurent Marquart participe à ce programme et s'en fait un ardent défenseur, lui qui avoue avoir lui-même dû convaincre des confrères européens en visite à Québec. En effet, le récit au cœur de *Mémoires* se présente comme un parcours à suivre, en opposition à la liberté de mouvement dans une exposition plus classique, plus contemplative.

« L'ouverture au théâtre était là, dit-il. Je ne faisais pas du Lepage, mais grâce à lui, j'ai eu cette ouverture. C'est comme pour Compton. Si Luc ne m'avait pas dit « Oublie le design, prends les ciseaux », je ne l'aurais pas fait. »

Aux yeux de Laurent Marquart, c'est une succession d'événements et d'audacieuses initiatives qui ont poussé le design d'exposition vers de nouvelles dimensions. Sans l'Expo 67, sans l'appui d'un système moins hiérarchisé et sans un contexte plus ouvert aux expérimentations, le designer ne serait pas devenu le scénariste appelé à concevoir autre chose que juste du mobilier.

7- Yves Bergeron, « Mémoires révélées. Le rôle de l'exposition *Mémoires* dans la perspective du défi d'ouverture du Musée de la civilisation », dans *Mémoire de Mémoires. Étude de l'exposition inaugurale du Musée de la civilisation*, sous la direction d'Yves Bergeron et Philippe Dubé, Presses de l'Université Laval, 2009, p. 4.

8- Yves Bergeron, *op. cit.*, p. 11.

9- Yves Bergeron, *ibid.*

10- *Muséo-séduction. Muséo-réflexion*, sous la direction d'Annette Viel et Céline de Guise, Musée de la civilisation/Service des parcs d'Environnement Canada, 1992, cité dans Bergeron, *ibid.*, p. 11.

Beaucoup des inventions du 20e siècle ont éliminé la nécessité de lire et d'écrire.

Alan Kay



Jonathan Bélisle au colloque de la SMQ 2017,
CC BY-NC-SA : SMQ

5. DESIGN DU FUTUR

Jonathan Bélisle, architecte d'expériences et poète d'interactions

Fondateur du bureau de prospective Studiohello.co et du collectif d'innovation urbaine Ensemble-Ensemble.com, Jonathan Bélisle se spécialise dans la réalisation de dispositifs interactifs de médiation culturelle. Il aime jongler avec les interactivités – humains-humains, machines-machines, humains-machines. Son but : rendre les visiteurs/publics/usagers actifs, plutôt que réactifs, et encourager leur capacité à imaginer, à créer, à construire.

5.1 DES EXEMPLES QUI CRISTALLISENT CE POSTULAT

Le projet *Wuxia le renard* (2012-2020) valorise la lecture à voix haute d'un livre imprimé. Grâce à un dispositif placé près du livre, dans un grand parc urbain, le spectateur-lecteur devient le narrateur d'une vidéo activée par le son et l'intonation de sa voix. La nostalgie l'emporte sur la nouveauté et la technologie devient un moyen de révéler l'importance de certaines traditions éclipsées par l'usage non réfléchi des technologies, comme la lecture à haute voix.

La machine à bienveillance (2017), une réalisation du collectif Ensemble-Ensemble.com coproduite par l'ONF et le Partenariat du Quartier des spectacles, vise d'abord à

provoquer des rencontres inopinées et positives dans un lieu public. À la sortie d'une station de métro, en plein cœur culturel de Montréal, une forme pyramidale rose surprend les passants. Devenant en quelque sorte une œuvre d'art relationnelle et interactive, son fonctionnement repose sur un système de surveillance numérique. En détournant ainsi l'utilisation habituelle de l'intelligence artificielle, ce dispositif incite les usagers à réfléchir sur la façon dont notre société adopte et intègre l'innovation.

5.2 À LA BASE

Un principe fondamental sous-tend l'ensemble de ses projets : la technologie doit être au service des humains.

5.2.1 Principes de design qui guident ses actions

- Le futur de l'informatique est calme.
- Il faut plus de contemplation, donc s'arrêter pour poser un regard nouveau sur ce qui nous entoure.
- Il faut exploiter l'intelligence contextuelle, donc concevoir des systèmes technologiques qui interagissent avec le monde réel.
- L'usage donne le sens, il faut donc prioriser l'usage instinctif des dispositifs.
- La nostalgie l'emporte sur la nouveauté.
- L'innovation doit être propulsée par le récit et la poésie organisationnelle.

5.2.2 Comment appliquer ces principes à la mise en exposition au musée?

- La prochaine révolution informatique sera spatiale et fonctionnelle, c'est-à-dire sensible et narrative. Elle intégrera l'espace physique intégral comme donnée computationnelle.
- La révolution de l'informatique spatiale fournira aux créateurs de contenus de nouveaux outils pour faciliter la spatialisation des narrations et créer des interactions liées aux objets quand ils sont approchés ou manipulés.
- Les outils permettant d'intégrer les données liées au mouvement du corps, l'expression des émotions et de la voix favoriseront aussi de nouvelles interactions avec les utilisateurs, augmentant par le fait même les formes de médiation, ainsi qu'une immersion plus personnalisée. Ceci amènera finalement les interactions collectives au premier plan.
- La réinvention des outils de régie des espaces à l'aide de la domotique intelligente dépassera



Wuxia le renard à Montréal,
Photo : Loto-Québec

la gestion des éclairages pour intégrer des notions « d'ambiance » intelligent adapté à la scénographie et au contenu d'une exposition.

- Plus poussées que la régie des espaces, les technologies de projection et de sonorisation deviendront sensibles et narratives en ce sens qu'elles seront connectées au système de gestion des contenus et ses points d'accès. Imaginez votre gestionnaire de contenu de site Web (Wordpress ou autre) et transposez-y tous les aspects d'un lieu physique (objets, murs, bornes, éclairage, sons, contenus-écrans, etc.). L'environnement programmable est équipé de senseurs qui nourriront le design des espaces futurs. Le design informé s'implante lentement pour se rapprocher du design assisté. L'environnement lui-même générera du *feedback* sur l'utilisation qui en est faite. Ainsi, les musées auront la possibilité d'encourager le développement d'interactions naturelles et calmes en organisant non seulement leurs contenus, mais aussi les technologies liées à l'informatique spatiale.

Selon moi, les musées ayant des collections liées au patrimoine immatériel ont une longueur d'avance en matière de design d'interaction et de scénographie intégrée dans un environnement réactif.

5.3 AVEZ-VOUS UNE RECETTE ET SES PRINCIPAUX INGRÉDIENTS À PARTAGER?

- L'informatique spatiale implique un spectre d'interactions avec les médias, les humains et l'environnement beaucoup plus large que celui des médias précédents. Il faut donc pratiquer l'art de l'idéation prospective. Comment? Avec des jeux de cartes de prospective (comme les jeux de *Methodcard* et *Calmr* de Studiohello.co).
- L'organisation d'ateliers de prototypage avec ces nouvelles possibilités est la meilleure manière de transférer les connaissances ainsi acquises. Il faut sentir et faire l'expérience des formes de médiation qui utilisent les systèmes de réalités mixtes, de reconnaissance vocale continue et de vision numérique. Ainsi, il devient possible de saisir la direction que l'Internet des objets industriels

(*Industrial Internet of Things*¹) tente de donner au monde des humains.

- Les musées jouent un rôle important quant à la sélection des œuvres les plus significatives pour encourager la réflexion chez les futurs humanistes. Idéalement, il faudrait favoriser les projets impliquant des professionnels de musée dans le milieu de l'informatique tangible, de la projection cartographique combinant contenus et vision numériques, de l'utilisation des senseurs spatiaux et du déploiement de récits de réalités mixtes. Plusieurs innovations sociales seront à la base des futurs usages. Les innovations technologiques et les plateformes qui permettent de les orchestrer sont déjà en place depuis 5 ans. Il s'agit maintenant d'ouvrir de nouveaux dialogues sur tout ce que l'on peut en faire.
- Il serait souhaitable d'établir un vocabulaire commun autour des dimensions de l'informatique spatiale et des interactions naturelles qu'elle rend possible, notamment :
 - La reconnaissance d'objets et d'images
 - La reconnaissance des visages
 - Les données biométriques
 - Le monitoring de la direction et de la persistance du regard
 - La reconnaissance de la voix (transcription en texte, interactions conversationnelles, moteur ontologique)
 - La transformation de la parole en temps réel pour créer des actions dans un système informatique
 - La reconnaissance de l'écriture et sa cursivité
 - La reconnaissance des sentiments
 - La reconnaissance des gestes
 - La reconnaissance des activités d'un groupe ou d'un individu
 - La reconnaissance de l'affect
 - La reconnaissance des traits de personnalité
- Sans oublier les pratiques exploratoires qu'il faut mettre en place, c'est-à-dire :
 - Le travail sur les paysages sonores et la spatialisation sonore (*soundscape*) qui aura un impact majeur sur les expositions liées à l'histoire, à l'architecture et au design, aux installations d'art médiatique
 - L'utilisation des messages textes, des agents conversationnels, les afficheurs signalétiques DEL ou Épapper pour la création de parcours

et de systèmes de signalisation/guidage personnalisés

- Les œuvres où la synthèse vocale permet une médiation directe entre l'œuvre et le spectateur, notamment dans les expositions avec des films, des photographies ou toutes formes d'installation où la narration performée ajoute une dimension sociale à l'œuvre
 - Les installations utilisant des dispositifs haptiques² (pour le moment, ce genre d'installation est surtout utilisé dans le domaine des médias et l'art performatif, mais avec l'arrivée de lunettes de réalités mixtes, de nouvelles formes d'interactions avec les œuvres immatérielles disparaîtront)
 - L'exploration de la robotique en matière de scénographie et de commissariat pour explorer les nouvelles formes de médiation, interagir avec la foule, répondre à des questions
 - Les drones pour reprogrammer rapidement un système de projection ou d'illumination dans une pièce (principalement utilisée dans les installations médias ou d'art performatif)
 - L'utilisation des API's (*Application Programming Interfaces*)
- Les réflexions ou activités qu'il faut mettre en place :
- Une expertise transdisciplinaire
 - Éduquer les machines autonomes au gros bon sens
 - Les moteurs d'inférence (permettant à un système de prendre des décisions par lui-même basées sur des faits observés)
 - Les nouveaux modèles ontologiques
 - Les algorithmes prédictifs
 - Qu'est-ce que l'apprentissage par la machine peut apprendre à l'humain sur lui-même? Aller au-delà de la simple finalité de l'automatisation
 - L'analyse spatiale et les impacts sur le travail des scénographes et commissaires
 - La prédiction des futurs usages et la planification de leur adoption par le musée
- Quelques références intéressantes
- [Phantasmal Media](#) de Dr. Fox du MIT
 - [The Fourth Transformation](#) de Robert Scooble

1- <https://internetofthingsagenda.techtarget.com/definition/Industrial-Internet-of-Things-IIoT>

2- https://fr.wikipedia.org/wiki/Dispositif_haptique

- Le manifeste sur le *Calm Computing* de Mark Weiser et l'histoire de la montée de l'informatique ubiquitaire telle qu'on commence à la connaître : <http://www.regarde.org/wothings/conception/ubicomp/verrous>
- *Le manifeste sur les environnements programmables* de Herman Miller
- Les livres portant sur les *Agentive & Assistive Tech* dont :
 - <https://blogs.adobe.com/creativecloud/the-dawn-of-agentive-technology-the-ux-of-soft-ai-chris-noessel/>
 - *Making Publics, Making Space* <https://www.adelaide.edu.au/press/titles/publics/>

3.4 QU'EST-CE QU'UN DESIGN D'ENVIRONNEMENT, COMPORTEMENTAL ET ORGANISATIONNEL?

- Le design d'environnement se concentre sur « l'être ensemble », les outils de présentiel, les interactions avec l'environnement (objets, murs modulaires, chaises, tables, tableaux, écrans numériques) ainsi que les technologies de réalités augmentées et mixtes.
- Le design de comportement se concentre sur les inférences dans les interactions humaines et les typologies des imaginaires (les phénomènes liés aux langages et aux formes de conversations et de dialogues), le sentiment social et les biais inconscients qui empêchent les nouvelles idées de faire leur chemin et qui automatisent la vigilance autour de tout ce qui ressemble à une transformation.
- Le design organisationnel se concentre sur l'identification des modèles culturels observables, sur la réorganisation et la réinvention des processus de travail, sur la notion de design de méthodes et sur l'intelligence collective qui en ressort.

3.5 COMMENT UTILISER DES ENVIRONNEMENTS PROGRAMMABLES POUR TRANSMETTRE DES MESSAGES EN MILIEU MUSÉAL?

- Pensons domotique et immotique³ intelligentes pour orchestrer les interactions et les contenus programmables dans un environnement. L'environnement est déjà un élément important de la scénographie muséale, mais alors que les contenus et les interactions sont aussi spatialisables, il faut imaginer que plusieurs lieux et narrations peuvent cohabiter.
- Imaginons une signalétique dynamique pour orchestrer la scénographie.
- Pensons narration personnalisée à faibles coûts pour chaque visiteur.
- Pensons analyse spatiale des comportements de la foule dans une exposition (consommation de l'œuvre, appréciation, réception).

3.6 LE MOT DE LA FIN SOUS FORME DE PENSÉE POÉTIQUE

Mon mot de la fin ne portera pas sur la technologie et sa portée poétique n'existera que si la personne qui lit ce texte pose une action. Le mot de la fin porte sur les processus d'innovation dans l'institution et sur la poésie organisationnelle qui permet de relier les idées entre elles afin qu'elles s'améliorent au travers de dialogues et d'interactions humaines. Ces processus sont directement influencés par l'environnement physique dans lequel ils opèrent.

Les formes de pensée libre, de synthèse et d'engagement social nécessaires pour inventer et réinventer avec succès de nouvelles solutions aux problèmes sont très différentes de celles du travail procédural, linéaire et algorithmique qui

redimensionne, répète et maximise les solutions que nous connaissons déjà.

Bien que le travail ait changé, devenant plus fluide, créatif et collaboratif, de nombreux bureaux ne l'ont pas encore fait. La plupart sont toujours orientés vers le travail linéaire, ne fournissant que deux types principaux d'espaces : des postes de travail et des salles de conférence.

Pour imaginer le futur des musées, le futur de la scénographie assistée et des environnements programmables, il importe de créer des environnements de travail optimisés pour soutenir ces activités de réflexion si particulières.

3- <https://fr.wikipedia.org/wiki/Immotique>