

Les Rendez-vous des publics

Jeudi 12 et vendredi 13 mai 2016

Château d'Azay-le-Rideau

Compte rendu Accueillir les publics en situation de handicap

❖ Introduction de la journée

Chrystelle Laurent, Administratrice du château d'Azay-le-Rideau et du cloître de la Psallette

Les travaux du château d'Azay-le-Rideau ont été une opportunité de :

- proposer une médiation spécifique ;
- mettre en valeur les restaurations ;
- Refondre le parcours de visite : opportunité d'inclure les publics en situation de handicap à l'intérieur de la réflexion sur l'ensemble des publics pour offrir un accueil de qualité à tous.

L'un des objectifs lors de la réouverture complète est d'obtenir le label tourisme et handicap

Edward de Lumley, Directeur de la DDCP

Il est important que ces journées formations puissent se dérouler dans les monuments afin de voir ce qui est réalisé sur le terrain, de rencontrer les équipes et que celles-ci puissent expliquer leur travail. Le siège est présent pour accompagner le travail des monuments sur le terrain.

Pourquoi ce RDV des publics sur le handicap :

- Sortir de la segmentation des publics pour une médiation plus ouverte ;
- au cœur de notre mission de service public ;
- mission transversale entre monuments et siège et entre directions du siège ;
- travail en cours avec la DRH pour permettre de mieux accompagner les personnels.

Les Ad'ap s'ils sont contraignants, sont un moteur pour avancer plus rapidement sur ces questions.

❖ Présentation des problématiques générales liées à l'accueil des publics handicapés

Caroline Jules, formatrice sur l'accessibilité, l'accueil et la médiation à destination des personnes en situation de handicap

Caroline Jules présente une méthodologie, un vocabulaire commun pour parler du handicap et les questions à se poser avant de se lancer dans un projet.

Le handicap moteur ne concerne pas uniquement les personnes en fauteuil roulant mais aussi les personnes:

- à grande fatigabilité ;
- qui ont des problèmes de préhension ;
- qui ont des problèmes d'élocution.

Ne pas oublier dans la mise en accessibilité :

- aux déplacements horizontaux : entre les espaces ;
- au champ de vision (hauteur des cartels etc.).

Le handicap mental

Caractéristiques :

- problème de mémoire ;
- problème d'évaluation du temps ;
- Peur de l'inconnu : c'est un cap de franchir les portes du monument : rôle essentiel de socialisation dans la médiation ;
- difficultés d'élocution ;
- difficultés de repérage ;
- difficultés de lecture ;
- difficultés de coordination ;
- manque de patience.

L'autisme n'est pas forcément un handicap mental.

Les personnes concernées n'ont pas toutes pour autant des problèmes de compréhension.

En médiation avec ce public, nous devons passer par autre chose que les connaissances ce qui permet de remettre en cause notre médiation.

Le handicap psychique

Névroses ou Psychoses (altération de la personnalité, rapport à la réalité modifiée, perturbation des sentiments).

Dans la loi de 2005 ce handicap est bien identifié même si ces personnes sont moins identifiables en tant que tel.

Le handicap cognitif

Le handicap visuel

- seuls 10% des aveugles lisent le braille ;
- déplacement avec une canne ou un chien ;
- vision parcellaire pour certaines personnes (besoin de toucher l'intégralité de l'objet pour s'en faire une image mentale).

Le handicap auditif

- malentendants (public nombreux) (la boucle magnétique est le premier outil auquel penser)
 - Ex : à Locmariaquer, l'accueil est équipé d'une boucle magnétique et les visites guidées sont effectuées avec un micro-cravate pour le médiateur et des récepteurs pour les personnes malentendantes.
- sourds de naissance ;
- oralistes : lisent sur les lèvres et arrivent à placer leur voix pour réussir à parler ;
- LPC langage parlé complété : intégré à l'oralisme : un codeur fait un signe de la main pour différencier les sosies labiaux. Cette méthode est plus souvent une façon d'apprendre le langage labial ou l'oralisme qu'un langage à part entière.

Autres situation handicapantes :

- limitation d'activité ;
- maladie invalidante ;
- personnes illettrées (7% de la population française) ;
- personnes avec poussettes ;
- personnes âgées ;

La conception universelle est souvent utilisée en design.

C'est concevoir des produits utilisables par une grande majorité de personnes et dont l'utilisation doit être intuitive.

« On entend par conception universelle la conception de produits d'équipement, de programmes et de services qui puissent être utilisés par tous, dans la mesure du possible, sans nécessiter ni adaptation ni conception spéciale. » Article 2 de la convention de l'ONU relative aux droits des personnes handicapées.

Au CMN, nous utilisons un vocabulaire commun :

Offre adaptée : offre conçue pour tous les publics : adaptée à une grande majorité de personnes, dont les PH. Elle permet l'intégration et à la mixité des publics (ex petite galerie du Louvre).

Offre dédiée : offre spécifique lorsque l'offre adaptée ne suffit pas.

Les questions à se poser avant de se lancer :

- Quel handicap ?
- Fréquentation du public cible ?
- Ce qui existe déjà
- Objectifs du monument
- Objectifs pour les visiteurs handicapés, importance de la socialisation
- Comment penser l'accessibilité dans sa globalité ?
- Faut-il concevoir des dispositifs adaptés à tous ?
- Quand les accueillir ?
- Quelle politique tarifaire ?
- Quel partenariat développer ?
- Comment s'organiser en interne ?
- Comment communiquer efficacement ?
- Quelles subventions espérer ?

❖ **Présentation des dispositifs tactiles du château d'Azay-le-Rideau**

Maléna Dumoutier, Adjointe auprès de l'administratrice du château d'Azay-le-rideau
Philippe Moreau, Directeur de la société Tactile Studio (prestataire)

- La démarche de conception/réalisation (choix du public, du dispositif, de son implantation, etc.)
- Les critères de choix du prestataire, les modes d'échanges et de collaboration
- Le partenariat avec l'association Valentin Haüy (AVH)
- La formation des équipes
- Le retour des utilisateurs
- Les suites données dans le parcours de visite (plans de circulation)

❖ **Présentation des dispositifs et des activités adaptées de la forteresse de Chinon**

Marie-Eve Scheffer, responsable de la forteresse de Chinon

Quels dispositifs de médiation accessibles à Chinon ? Des dispositifs pour qui ? Pour quoi ? Comment ? Quels partenariats ? Quelle méthodologie de projet ? Les cahiers des charges ?
Le choix des prestataires ? Les retours des publics ? Quelles suites donner ?
En savoir plus : <http://www.forteressechinon.fr/contenu.php?id=115>

❖ **Présentation de l'antenne pour le public sourd du CMN**

Sandrine Rincheval, chargée du développement du public sourd et conférencière

Retranscription complète de l'intervention en annexe du compte rendu.

Création de l'antenne sourd au CMN en 1993.

Missions :

- Lien entre la communauté sourde et les monuments nationaux ;
- collecter les besoins des publics sourds ;
- veille sur les offres existantes à l'intérieur et hors du CMN ;
- développer les partenariats avec les écoles pour construire ensemble les projets spécifiques ;
- proposer des visites conférences dédiées ;
- relai dans les monuments pour proposer des visites dédiées et participation aux manifestations culturelles des monuments pour les individuels et les groupes ;
- conseils sur l'adaptation des outils de médiation auprès de la DDCP ;
- traduction en LSF des contenus des outils numérique.

Ces missions sont effectuées en collaboration avec les guides conférenciers sourds du CMN ainsi qu'avec les autres EP dans la RECA (Réunion des Etablissements Culturels pour l'Accessibilité) pour échanger sur les pratiques.

Le recrutement des conférenciers sourds :

- médiateurs sourds en vacation
- Le conférencier sourd doit être bilingue LSF et français.

- Le conférencier sourd doit être lui-même être relais d'informations auprès des publics et des partenaires.
- A partir du niveau licence que ce soit en histoire de l'art, dans le domaine de l'enseignement ou tout autre domaine.
- Sandrine Rincheval est présente lors des tests d'aptitude pour valider le niveau de LSF.
- Si un monument a besoin d'un conférencier sourd, Sandrine Rincheval peut se déplacer sur site. Elle peut aussi accompagner un jeune guide dans sa formation.
- Seulement 6 conférenciers sourds travaillent pour le CMN. 2 à Paris, 4 en région.

Le conférencier sourd peut se déplacer mais uniquement pour un groupe constitué et non pour 2 ou 3 personnes car cela nécessite beaucoup de préparation et un déplacement long.

S'il n'y a pas de conférencier sourd, il est demandé de ne pas avoir recours à un interprète car ce n'est pas confortable et qualitatif pour le public et le coût est doublé. Le travail d'interprète n'est pas un travail de médiation.

Les outils existants au CMN :

- incrustation en LSF dans les vidéos des outils fixes de médiation dans le monument :
 - ex : palais du Tau
 - Importance de la taille de l'incrustation LSF et du sous-titrage.
 - Les retours sur place sont très positifs.
- Tablettes numériques fixes ou mobiles :
 - le sous-titre en dessous de l'incrustation car il est difficile de balayer son regard de droite à gauche.
 - Les sous-titres sont importants surtout pour les noms propres ou le vocabulaire spécifique.
- Application de visite
 - ex : Carnac en cours de réalisation.
 - Il faudrait que systématiquement la LSF soit proposée sur les outils digitaux.

Communication :

- Site internet avec les informations sur l'accessibilité. Le contenu texte doit être simple pour être compris par le maximum de personnes ;
- page Facebook : les réseaux sociaux sont très plébiscités par le public sourd.
La vidéo n'est pas très rependue car la réalisation prend du temps.
 - Film sur le métier de Sandrine Rincheval diffusé sur internet.
 - Reportage l'œil et la main sur le métier de médiateur sourd.

❖ Restitution des ateliers

1. **Les AD'AP** : quelle stratégie de médiation de compensation ou de substitution adopter ?
 - espace(s) d'interprétation (dispositifs de médiation, maquettes, etc.) et borne d'introduction à la visite
 - applications de visite pour visiteurs DI + DA + DV
 - aide humaine
- Claude Godard et Alexandra Dromard (DDCP)
- Année 1 : 2016
- Manque de transversalité entre la DDCP et la DCMC, entre le siège et les monuments, les monuments entre eux.
- Engagement minimum et stéréotypé : les réponses devront être complétées et affinées en fonction des réalités de terrain.
- Problématique qui oblige à se mettre en ordre de marche pour les 9 ans.

- Un calendrier long facilite la prise de recul sur les outils existants et les usages.
- Attente de partage d'expérience, de formation à Paris ou dans les monuments.
- Comment donner plus de transparence sur le contenu des études et sur la réflexion menée par le siège alors que ce sont les monuments qui doivent la mettre en place?
- Besoin d'un référent sur la question à la DCMC pour répondre aux questions relatives au cadre bâti.

2. Offre culturelle adaptée et/ou dédiée ?

- Conception universelle
- mixité des publics : avantages et limites.

Julie Sollier (DDCP) et **Angélique Bretaudeau** (palais du Tau)

- Comment garder la spécificité de la médiation humaine face à la multiplication des outils adaptés à tous dans le parcours de visite libre ? Quelle priorité donner ?
- Attente de formation des médiateurs sur site et des agents (besoin de fermer le monument pour que tous les agents puissent être présents)
- Comment ne pas trop en mettre en voulant être accessible à tous ? Il faut savoir rester intuitif
- Est-ce pertinent que l'outil puisse être mobile pour les actions hors les murs ?
- Comment bien anticiper le bon vieillissement des outils pour qu'ils puissent être modifiés, adaptés par la suite ?
- Comment trouver la ressource nécessaire pour créer une offre dédiée ? les bons intervenants.
- Privilégier l'entrée artistique pour ces publics ?
- Le rôle des universités pour favoriser l'expérimentation dans nos lieux
- Comment trouver les financements ?
- Qu'es- ce que le tout public ?

3. L'impact de l'événementiel

- à la découverte de nouveaux publics
- l'occasion de tester ou d'enrichir une offre destinée à être pérennisée

Caroline Calpena (Pierrefonds) et **Pascale Gorry** (Carcassonne)

- Comment pérenniser l'offre à la suite d'un évènement ?
- Combien de jours ?
- Quelle date ?

Propositions de réponses au sein du groupe : l'évènementiel dédié à l'accueil de ce public permet de :

- développer le réseau acquis ensuite pour le développement plus pérenne ;
- tester l'offre et l'évaluer ;
- expérimenter plusieurs offres et choisir celles qui seront pérennisées ;
- acquérir du matériel et des équipements ;
- former des agents ;
- réserver certaines journées aux publics en situation de handicap ou au contraire de favoriser la mixité des publics ;
- communiquer.

Les limites :

- moyens humains ;
- crainte de ne pas pouvoir accueillir les personnes sur d'autres temporalités.

Exemples d'évènements dédiés :

- Semaine de l'accessibilité
 - journées tourisme et handicap
- = Nécessite une communication pour attirer les publics.

4. Médiation humaine et/ou dispositifs de médiation adaptés ?

La conception d'une offre au regard de la réalité de terrain : cadre bâti monument, modalités de visite, équipes et budgets.

Claude Godard (DDCP) et **Sylvie Bergougnoux** (châteaux d'Auvergne et Le Puy en Velay)

- Offre pour les individuels ou pour les groupes : Quelle priorité ? ;
- Plus de visiteurs individuels = conduire à l'autonomie ? ;
- Besoin de quantifier les publics handicapés individuels pour connaître sa cible ;
- Prendre en considération les contraintes du lieu pour la visite libre ;
- Comment former l'ensemble des agents ?
- Le numérique : pensez en amont le contenu afin d'éviter l'outil gadget
 - L'outil digital ne remplace pas la médiation humaine.
- Comment associer l'ensemble des personnes à travailler en transversalité ?
- Favoriser mixité des publics ou l'offre dédiée ?
 - La réponse doit être les deux pour donner le choix aux publics. Les visites pour individuels en situation de handicap sont systématiquement supprimées faute de participant. Notre mission est de proposer une médiation adaptée aux besoins des publics en proposant la complémentarité.
- Les usages évoluent, il faut être en alerte et toujours se questionner.

5. Diffuser / communiquer :

- comment développer la fréquentation des publics en situation de handicap ?
- outils de communication en interne et en externe
- réseaux de diffusion
- label « Tourisme et handicaps ».

Hélène Pagnard (chargée de développement des publics et de l'action culturelle au CDT Indre-et-Loire) et **Marie-Pierre Régat** (sites préhistoriques de la Vézère)

- Comment mieux communiquer ?
- Besoin d'un référent en interne
- Fiche signalétique avec des informations précises (nombre de marches etc.)
- Formation des agents
- Communication sur atrium et newsletter
- Communication externe : quel vocabulaire ? quels supports ? imprimé, numérique ?
- Comment nommer le handicap ?
 - Le plus important est que l'information soit facilement accessible et claire, exhaustive et fiable plutôt que l'appellation de ces personnes.
- Importance de travailler avec les associations locales
- Comment capter les associations territoriales : via les associations nationales pour assurer le relai ?

Le label tourisme et handicap est un label d'excellence, le cahier des charges est difficile à respecter en totalité.

Objectif de la marque : information stable, lisibilité sur un territoire

Mise en œuvre avec une association. Visites d'évaluation.

Ne pas oublier la communication orale, les rencontres

6. Des partenariats associatifs

- un partenariat pour quoi faire ?
- réseau national et/ou réseau de proximité ?

Virginie Lepage (sites de Bretagne) et **Damien Perdriau** (Angers)

- Travailler en amont aux différentes étapes, pas uniquement sur les tests.
- Est-ce que cela a un coût ?
 - Pour les partenaires associatifs du CMN, cela fait partie des engagements pris dans le cadre des protocoles de partenariat (hors demande de formation).
- Intérêt de travailler localement, de s'appuyer sur les partenaires associatifs du CMN.

Il est possible de s'adresser autre autres associations : FAF, GIAA

Ex : document de diffusion commun entre les différents musées et monuments d'Angers.

Prendre du recul avec les avis des associations car ce sont des retours d'utilisateur et non de médiateur.

❖ Conclusion

Benjamin Gestin, Adjoint à la Directrice générale du CMN

Les problématiques qui se posent sur les méthodes de travail en direction de ces publics sont assez similaires à celles qui se posent pour l'ensemble des chantiers de l'établissement : Besoin d'une articulation plus harmonieuse entre les monuments et le siège.

Rôle du siège :

- Des professionnels experts
- ouvrir vers d'autres pratiques dans d'autres structures partenaires
- fournir des outils de réseau, un appui
- fait circuler l'information entre les monuments

Le rôle de l'humain et des personnels essentiel au CMN

Les Ad'ap ambitieux et pragmatique : Le respect de la loi sera difficile à atteindre mais un engagement ferme est pris pour tendre vers ces objectifs.

Des adaptations seront nécessaires :

- Particularité de chaque monument
- Adaptation annuelle du contenu

Plan de formation validé dans le cadre du calendrier des Ad'ap :

2016 : Carnac, Cluny et Pierrefonds

2017 : Tau, Conciergerie Azay, Panthéon

2018 : Arc, Ferney, Brou, Angers, Aigues Mortes

2 jours de formation puis complément en fonction sur une famille de handicap sur la base du volontariat.

Rôle des CAE de sensibilisation auprès des administrateurs sur l'accessibilité de l'offre.

Il est important de communiquer sur les actions faites dans les monuments pour une circulation de l'information au siège, entre les monuments et à l'extérieur du CMN.

2017 reprogrammer Monument pour tous : événement vitrine pour montrer ce que l'on fait.

- La connaissance des publics est plus affirmée grâce à l'observatoire des publics.
- La fréquentation des monuments a augmenté ces derniers mois.
- Référentiel commun au CMN autour de la médiation : la place de l'humain
- Des demandes de consignes, de politique en matière d'accueil des publics prioritaires remontent des administrateurs et responsables des publics dans les monuments.
- Reprise de la réflexion sur l'offre tarifaire coordonnée par la DAJF qui associera les monuments.

ANNEXE

RETRANSCRIPTION DE LA PRESENTATION DE L'ANTENNE PUBLIC SOURD

Sandrine Rincheval, chargée du développement du public sourd et conférencière

Missions :

- Lien entre la communauté sourde et les monuments nationaux ;
- collecter les besoins des publics sourds ;
- veille sur les offres existantes à l'intérieur et hors du CMN ;
- développer les partenariats avec les écoles pour construire ensemble les projets spécifiques ;
- proposer des visites conférences dédiées ;
- relai dans les monuments pour proposer des visites dédiées et participation aux manifestations culturelles des monuments pour les individuels et les groupes ;
- conseils sur l'adaptation des outils de médiation auprès de la DDCP ;
- traduction en LSF des contenus des outils numérique.

Ces missions sont effectuées en collaboration avec les guides conférenciers sourds du CMN ainsi qu'avec les autres EP dans la RECA (Réunion des Etablissements Culturels pour l'Accessibilité) pour échanger sur les pratiques.

La spécificité de la médiation encadrée pour ce public est de laisser le temps aux personnes de regarder le monument puis de fournir ensuite les explications en LSF.

La position du médiateur est importante, il ne doit pas se placer en contre-jour, ce qui participe du confort de visite. Les supports visuels sont très importants.

L'intérêt que le médiateur soit sourd et non pas interprète réside dans la confiance qui s'installe entre le public et lui. La relation est la même qu'entre public entendant et médiateur entendant.

Le recrutement des conférenciers sourds :

Le CMN recrute des médiateurs sourds en vacation afin d'être garant de la qualité de l'offre.

Le conférencier sourd doit être bilingue LSF et français. Le travail de préparation des contenus nécessite de lire beaucoup. Les deux langues sont complètement différentes avec chacune leur syntaxe, leur grammaire.

Le conférencier sourd doit être lui-même être relais d'informations auprès des publics et des partenaires.

Le recrutement se fait à partir du niveau licence que ce soit en histoire de l'art, dans le domaine de l'enseignement ou tout autre domaine. Les tests d'aptitude sont les mêmes que pour les entendants mais Sandrine Rincheval est présente pour valider le niveau de LSF.

Si un monument a besoin d'un conférencier sourd, Sandrine Rincheval peut se déplacer sur site. Elle peut aussi accompagner un jeune guide dans sa formation.

Seulement 6 conférenciers sourds travaillent pour le CMN. 2 à Paris, 4 en région. Il est difficile de trouver des sourds avec un bon niveau de connaissances. Le « bouche à oreille » est très rapide dans la communauté sourde, si la qualité n'est pas présente, cela se saura très vite.

Il est important que Sandrine Rincheval soit informée de cette activité dans les monuments pour être le relais auprès de la communauté sourde et accompagner le conférencier si besoin pour garantir la satisfaction du public.

Le conférencier sourd peut se déplacer mais uniquement pour un groupe constitué et non pour 2 ou 3 personnes car cela nécessite beaucoup de préparation et un déplacement long.

S'il n'y a pas de conférencier sourd, il est demandé de ne pas avoir recours à un interprète car ce n'est pas confortable et qualitatif pour le public et le coût est doublé. Le travail d'interprète n'est pas un travail de médiation.

Les outils existants au CMN :

- incrustation en LSF dans les vidéos des outils fixes de médiation dans le monument :
 - ex : palais du Tau
 - Importance de la taille de l'incrustation LSF et du sous-titrage.
 - Les retours sur place sont très positifs.
- Tablettes numériques fixes ou mobiles :
 - le sous-titre en dessous de l'incrustation car il est difficile de balayer son regard de droite à gauche.
 - Les sous-titres sont importants surtout pour les noms propres ou le vocabulaire spécifique.
- Application de visite
 - ex : Carnac en cours de réalisation.
 - Il faudrait que systématiquement la LSF soit proposée sur les outils digitaux.

Communication :

- Site internet avec les informations sur l'accessibilité. Le contenu texte doit être simple pour être compris par le maximum de personnes ;
- page Facebook : les réseaux sociaux sont très plébiscités par le public sourd.
La vidéo n'est pas très rependue car la réalisation prend du temps.
 - Film sur le métier de Sandrine Rincheval diffusé sur internet.
 - Reportage l'œil et la main sur le métier de médiateur sourd.

Echanges avec la salle :

Est-on dans l'inclusion avec une visite spécifique pour les sourds faite par un conférencier sourd ?

Il serait intéressant d'expérimenter une visite en français et en LSF mais c'est un public spécifique.

Le groupe est tout de même dans le monument avec les autres visiteurs.

Hélène Pagnard du CD Indre et Loire propose des visites avec des interprètes pour mixer le public mais ce n'est pas l'orientation souhaitée au CMN :

- L'interprète n'est pas un professionnel de la médiation, la qualité de médiation doit rester la priorité.
- Il est important que les sourds puissent être professionnels de la médiation

La double visite LSF et français est peut être une bonne solution à tester.

Pourquoi ne pas inverser et prendre un interprète pour le public entendant ?

Sur les outils, l'idéal est de proposer plusieurs versions avec ou sans sous-titrage /LSF.