

Pour assurer leur développement, les musées s'ouvrent à l'interdisciplinarité, à l'événementiel, aux nouvelles technologies...

Ouverture aussi à des nouveaux champs, à des nouveaux acteurs, à des nouveaux lieux, à des nouveaux territoires, à des nouveaux modes de médiations, à des nouveaux publics. Si tout le monde ou presque paraît tomber d'accord sur la nécessité d'innover, la frénésie de l'époque - le nouveau* - doit-elle nous empêcher de définir les objectifs, la forme, les enjeux, et les conditions de l'innovation?

Les rencontres du 6 décembre 2005 nous inviteront à répondre à ces questions :

Innovations et publics

Quelles innovations pour quels publics? En quoi une demande inédite des publics encourage-t-elle les innovations dans l'action culturelle? En quoi les innovations participent-elles à la création de nouveaux usages des expositions et du musée et de nouvelles pratiques culturelles?

Innovations et images

Quelles sont les nouvelles représentations du musée? Comment s'articulent-elles autour de la politique des publics?

Les conditions de l'innovation

Existe-t-il un cadre favorable à l'innovation? Quels en sont les paramètres et les acteurs? L'innovation est-elle transposable, quelles que soient les conditions?

1

Innovations et publics

09 h 00 Accueil des participants

09 h 30 Ouverture

- **Claude Favrat**
vice-président du Conseil général d'Eure-et-Loir, président de la commission culture, sport et vie associative

- **Jean-Louis Leprêtre**
directeur régional des affaires culturelles du Centre

- **Mireille Bonnebas**
présidente de l'association des personnels scientifiques des musées de la région Centre

Moderateur-animateur de la journée

- **Emmanuel Laurentin**
animateur de l'émission radiophonique « La nouvelle fabrique de l'histoire » sur France Culture

10 h 00 Introduction

- **Jean-Marc Providence**
chef de projet pour le pavillon français de l'exposition universelle d'Aichi, Japon 2005

Le neuf et le vieux : à propos du pavillon français de l'exposition universelle d'Aichi

10 h 15

- **Jacqueline Eidelman**
chargée de recherche au CNRS, membre permanent du Centre de recherche sur les liens sociaux (CERLIS), Paris

Métamorphose de l'idée de musée, métamorphose des publics

- **Fabrice Denise**
responsable du service des publics du musée de l'Arles et de la Provence antiques, Arles

Découvrir autrement l'archéologie avec « La machination de l'empereur »

- **György Fehér**
directeur du musée hongrois de l'Agriculture, Budapest

Un musée en rénovation

11 h 00 Discussion

11 h 15 Pause

*Le 21 novembre, s'est ouvert au Palais de Tokyo la *semaine de la publicité* dont le thème est :

2

Innovations et images

11 h 30

Interventions croisées sur le MacVal, premier musée d'art contemporain en banlieue parisienne, Vitry-sur-Seine

- **Alexia Fabre**
conservateur du musée d'art contemporain du Val-de-Marne

- **Jacques Ripault**
architecte du musée d'art contemporain du Val-de-Marne

- **Marie Rotkopf**
chargée de communication au musée d'art contemporain du Val-de-Marne

12 h 15 Discussion

12 h 45 Déjeuner

« Le New Deal, les nouveaux enjeux de la communication ».

3

Les conditions de l'innovation

14 h 30

- **Loïc Etiembre**
maître de conférence en sciences de l'information et de la communication, université Jean Monnet, Saint-Étienne

De la création d'un événement culturel à son institution : le cas des Journées du patrimoine

- **Jacques Terrière**
directeur des Champs libres, Rennes

Les Champs libres : un nouvel établissement culturel à Rennes-Métropole

- **Ewa Maczek**
responsable de la formation continue à l'Office de Coopération et d'Information Muséographiques (OCIM), Dijon

La formation continue des professionnels des musées : évolutions et défis pour innover

- **Christelle Nicolas**
médiatrice culturelle au musée Gassendi, Digne-les-Bains

Un musée réinventé

15 h 30 Discussion

16 h 00 Conclusion

- **Evelyne Lehalle**
chargée de mission pour la décentralisation culturelle, Direction de l'Administration générale du Ministère de la culture et de la communication, Paris

FICHE D'INSCRIPTION PARTICIPANT

aux rencontres **innovations** et **musées** du 6 décembre 2005

NOMPrénom

Adresse personnelle

Code postal Ville.....

Tél Courriel

Profession / fonctions

Organisme

Adresse professionnelle

Code postal Ville.....

Inscription au colloque14,00 €

- Règlement à réception d'une facture administrative
- Attestation de présence souhaitée

Participation au déjeuner15,00 €

Ci-joint un chèque de € à l'ordre de l'Association du COMPA

16h30 Visite des expositions **« Parfums... le pouvoir des odeurs »** et **« L'homme agricole ou l'agriculture au quotidien »**
[reportages photographiques en Eure-et-Loir et en nouvelle Europe]

POUR TOUT RENSEIGNEMENT

Conservatoire de l'agriculture

Le Compa

Pont de Mainvilliers
28000 Chartres

Maud VIALLET

Caroline LEGROS

☎ 02 37 84 15 12

☎ 02 37 84 15 02

Fax : 02 37 36 55 58

Courriel : colloque@lecompa.com



Parking du COMPA gratuit
Près de la gare SNCF

Hôtels
proches du Conservatoire
de l'agriculture

Maison Saint Yves
1 rue St Eman
Tél.: 02 37 88 37 40

Hôtel Ibis Centre **
14 place Drouaise
Tél.: 02 37 36 06 36

Hôtel Châtelet ***
6, avenue Jehan-de-Beauce
Tél.: 02 37 21 78 00

QUELLES INNOVATIONS POUR QU'ELLE(S) CULTURE(S) DE NOUVELLES IMAGES POUR LES MUSEES. SOUS QUELLES CONDITIONS ET POUR QUELS ENJEU(X) ?

innovations et musées

... innovations et publics

... innovations et images

... quelles conditions pour l'innovation ?

le compa
conservatoire de l'agriculture

« Il faut donner un nouveau souffle à l'action culturelle comme condition *sine qua non* d'un développement (culturel) durable ». Dans son introduction au colloque du 7 octobre 2004 « Villes de culture, Villes d'avenir », Simon Brault, Président de la Culture de Montréal, réaffirmait la place de l'innovation dans le domaine culturel ainsi que ses effets directs ou induits sur le développement socio-économique.

La société d'aujourd'hui se caractérise par une production tous azimuts de « nouveau » qui attire, provoque, transforme, crée, bouleverse les modes de vie. L'innovation est une discontinuité devenue régulière. Elle s'étend désormais à tous les secteurs d'activités comme un fondement du développement. Nous explorons à tâtons de « nouveaux nouveaux mondes » dont nous sommes à la fois spectateurs, acteurs et consommateurs.

Et les musées dans ce tourbillon ?

Conserver, étudier, développer, rendre accessible, transmettre... Les missions traditionnelles du musée ne pourraient plus être réellement tenues sans que ne soit posée plus ou moins explicitement la question de l'« offre » faite au public et, du coup, les réponses ne peuvent s'esquisser qu'en réfléchissant à l'évolution des pratiques et de la « demande » sociale.

Sans vouloir plier les musées à la redoutable loi du marché (offre/demande), nous devons bien admettre que le discours marketing et communicationnel a largement « fétichisé » celui de la culture et de la création.

... / ...

6 décembre 2005