

ACTIVITÉS DE FORMATION

2025 – 2026



© Instant Places, 2017, Art-image et espace Odysseus

SOCIÉTÉ DES
**MUSÉES
DU QUÉBEC**



SOUTENIR ET OUTILLER POUR PLUS DE RAYONNEMENT

La Société des musées du Québec (SMQ) *regroupe, soutient et représente* les institutions muséales ainsi que les professionnel(le)s de la muséologie, contribuant ainsi à la *vitalité* et au *rayonnement* du secteur muséal. Animée par des valeurs de *collaboration*, de *dynamisme*, *d'engagement* et de *professionnalisme*, la SMQ reste attentive à l'évolution des pratiques, à l'écosystème en mutation et aux besoins de son réseau. Elle est la seule organisation à offrir, depuis 1979, un programme diversifié de *formation continue* en muséologie, tout en concevant des outils de *développement professionnel* adaptés aux réalités des institutions qu'elle accompagne. Véritable *catalyseur* des forces vives du milieu, la SMQ est une association sans but lucratif qui réunit près de *300 institutions muséales* et *500 professionnel(le)s* de la muséologie à travers toutes les régions du Québec. Elle vise, entre autres, à favoriser l'épanouissement professionnel des acteurs et des actrices du domaine, en s'appuyant sur des principes de *coopération, d'éthique et d'intégrité*.

À PROPOS DE NOS ACTIVITÉS DE FORMATION

Fortes d'une expertise reconnue en formation continue, nos activités se sont développées au fil du temps grâce à notre réseau d'expert(e)s et de formateur(-trice)s avec lequel(le)s nous tissons des liens d'étroite collaboration. En partageant leurs connaissances et leur passion, ces spécialistes encouragent l'échange d'expertise et la transmission des savoirs.

Nos activités de formation sont offertes en mode présentiel et en ligne, permettant de diversifier les méthodes d'apprentissage et de faciliter la circulation et l'accès aux contenus à travers tout le territoire. Nous privilégions une approche personnalisée en petits groupes, favorisant les interactions entre les apprenant(e)s, tout en combinant des méthodes variées, telles que des apprentissages théoriques, des exercices pratiques, des études de cas, des situations appliquées et des partages d'expériences.

Conçues avant tout pour le milieu muséal et patrimonial, nos activités de formation peuvent être adaptées pour répondre aux besoins spécifiques d'une région, d'une organisation ou d'une discipline connexe. Les contenus et les formats sont régulièrement ajustés pour répondre de manière transversale aux besoins et attentes élargies du secteur culturel.

Contactez-nous afin de discuter de la possibilité d'organiser une activité.

formation@smq.qc.ca
514 987-3264, poste 2508

Formation			Page
	En ligne	En présentiel	
Accueillir, au musée, les jeunes ayant un trouble du spectre de l'autisme (TSA)		•	4
Accueillir des publics en situation de handicap au musée	•	•	5
Aménagement et marketing d'une boutique de musée	•	•	6
Analyse d'une collection : méthodes et approches	•		7
Concevoir des activités éducatives pour les familles	•	•	8
Design d'exposition : accessibilité et inclusion		•	9
Design d'exposition : intégration des technologies et engagement numérique	•	•	10
Design d'exposition : processus créatif et méthodologie	•	•	11
Droits d'auteur et législation en muséologie		•	12
Du titre au cartel : les textes d'exposition	•	•	13
Éclairage muséal : principes de base en exposition		•	14
Élaborer un plan de communication adapté pour son musée	•		15
Faire face aux changements dans les musées d'aujourd'hui	•		16
Gouvernance contemporaine dans les institutions muséales	•		17
Intégrer l'écoconception et l'écoresponsabilité au cœur de l'exposition	•	•	18
L'exposition interactive : de la conception à la scénarisation	•	•	19
Marketing numérique et médias sociaux	•		20
Médiation muséale : comment établir un dialogue avec ses publics	•	•	21
Optimiser ses demandes de subvention en milieu muséal	•	•	22
Réaliser des capsules vidéo pour promouvoir des activités muséales	•		23
Réaliser un sondage quantitatif à toute épreuve pour connaître ses publics	•		24
Recevoir son monde : les bases de l'animation	•	•	25
Rédaction épïcène au musée : inclure tout le monde et rester lisible	•	•	26
Rédaction numérique : communiquer avec efficacité	•		27
Réussir sa médiation participative à distance	•		28
Scénario d'exposition	•		29
Scénariser une animation	•	•	30
Service à la clientèle et accueil au musée	•	•	31

ACCUEILLIR, AU MUSÉE, LES JEUNES AYANT UN TROUBLE DU SPECTRE DE L'AUTISME (TSA)

Les musées se positionnent comme des lieux favorables et stimulants pour les personnes ayant un trouble du spectre de l'autisme (TSA), mais celles-ci peuvent ressentir des difficultés à vivre une expérience muséale pensée pour le grand public et il est indispensable pour bien les recevoir de savoir adapter son offre. Les publics autistes ont souvent besoin d'adaptations spécifiques pour favoriser leur inclusion au milieu muséal, notamment des dispositifs d'aide à la visite ainsi qu'une sensibilité de l'institution pour leur bien-être. Il est essentiel pour les musées d'adapter leurs environnements et leurs approches pour accueillir ces publics de façon adéquate et bienveillante. De ce fait, la mise en place d'activités et d'adaptations muséales pour les publics autistes passe d'abord par une formation adéquate du personnel des institutions.

Cette formation a pour objectifs d'outiller les professionnel(le)s des musées à l'accueil bienveillant des publics autistes et leurs accompagnateur(-trice)s dans leurs institutions. Elle vise à enseigner les principales caractéristiques et attentes de ces publics et à aider les institutions à développer les bons réflexes pour adapter leur offre, leur programmation et leur médiation en fonction de ceux-ci.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Connaître les caractéristiques du TSA;
- Identifier les éléments essentiels de l'accueil des publics autistes;
- Reconnaître les principes de base d'une activité muséale avec les publics autistes;
- Élaborer un scénario type de visite destinée aux publics autistes;
- Se familiariser avec différents exemples muséaux réussis.

CLIENTÈLE VISÉE

Professionnel(le)s de l'éducation et de la médiation, responsables de l'animation, personnel de l'accueil et de la sécurité des institutions muséales et patrimoniales



En présentiel

- Durée : 12 heures
- 2 journées
- Maximum de 15 personnes

FORMATRICES

Amélie Cossette, D.Ps. psychologue/neuropsychologue, possède une expérience spécifique dans le domaine du trouble du spectre de l'autisme (TSA). Elle a obtenu son doctorat clinique en psychologie de l'Université du Québec à Trois-Rivières (UQTR) en 2016. Depuis, elle œuvre à la fois au CÉNAM – Clinique multidisciplinaire et au sein du service en déficience intellectuelle et trouble du spectre de l'autisme du CIUSSS MCQ. Grâce à son parcours professionnel diversifié et à ses années d'expérience spécifiquement dédiées aux TSA, Amélie apporte une expertise précieuse dans ce domaine.

Annie Stipanivic, M.Ps., Ph. D. neuropsychologue, est professeure titulaire au département de psychologie de l'Université du Québec à Trois-Rivières (UQTR), chercheuse régulière au Centre d'études interdisciplinaires sur le développement de l'enfant et la famille (CEIDF) et chercheuse régulière au Groupe de Recherche et d'Intervention en Négligence (GRIN) ainsi qu'à l'Institut universitaire DI-TSA. Ses travaux sur le développement cognitif des bébés victimes d'un traumatisme crânien non-accidentel (syndrome du bébé secoué-SBS) ont fait office de précurseur dans le domaine de la neuropsychologie infantile. Depuis, elle s'intéresse au développement des fonctions exécutives dans une perspective de prévention/adaptation auprès de diverses clientèles pédiatriques, dont les enfants ayant un TSA.

ACCUEILLIR DES PUBLICS EN SITUATION DE HANDICAP AU MUSÉE

Adapter son offre aux publics en situation de handicap, c'est l'enrichir pour tout le monde. Les personnes âgées bénéficieront d'outils destinés aux personnes malentendantes, les enfants profiteront d'éléments tactiles conçus pour les personnes avec une déficience visuelle, et tous et toutes apprécieront un accueil personnalisé, à l'écoute de leurs besoins.

Cette formation vise à outiller les gestionnaires et les professionnel(le)s œuvrant en contact direct avec les visiteurs et visiteuses afin d'appliquer les principes d'accessibilité et d'inclusion à l'ensemble des fonctions muséales. Grâce à des études de cas, à des exercices pratiques et au témoignage d'expert(e)s, les personnes inscrites apprendront à répondre aux besoins des publics en situation de handicap dans le respect de leur mission institutionnelle.

Cette formation est offerte en collaboration avec [Kéroul](#), un organisme visant à rendre le tourisme et la culture accessibles.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Distinguer les différents types de déficiences;
- Identifier les attentes et besoins de ces publics;
- Décrire des initiatives pouvant être déployées dans un musée pour rejoindre ces publics;
- Intégrer l'accessibilité à toutes les étapes de développement d'une offre muséale;
- Analyser les facteurs de réussite dans la mise en œuvre d'un plan d'action pour favoriser l'accueil de ces publics.

CLIENTÈLE VISÉE

Gestionnaires des institutions muséales et patrimoniales, responsables de l'expérience visiteur, de l'accueil ou de la médiation, chargé(e)s de projets culturels



En ligne

- Durée : 13 heures
- 4 séances de 3 heures sur Zoom
- + 1 heure d'exercice en dehors des séances
- Maximum de 12 personnes



En présentiel

- Durée : 14 heures
- 2 journées
- Maximum de 15 personnes

ORGANISME FORMATEUR

Kéroul est un organisme à but non lucratif qui œuvre depuis plus de 40 ans pour rendre le tourisme et la culture accessibles aux personnes en situation de handicap au Québec. Grâce à ses initiatives, l'organisme contribue à sensibiliser et à former les professionnel(le)s, tout en certifiant des lieux accessibles.

Depuis plusieurs années, l'organisme collabore avec la Société des musées du Québec pour promouvoir l'inclusion dans les espaces culturels. Grâce à ce partenariat, Kéroul a aidé de nombreux musées à devenir plus accessibles, permettant à un public diversifié de profiter pleinement de la richesse culturelle du Québec. En plus de la création de ressources telles que le *Guide pour une expérience culturelle accessible et inclusive*, Kéroul accompagne les professionnel(le)s dans l'optimisation de l'accueil et de l'expérience des visiteurs et des visiteuses en situation de handicap.

AMÉNAGEMENT ET MARKETING D'UNE BOUTIQUE DE MUSÉE

Comptoir de vente ou boutique permanente à l'intérieur d'une institution muséale ou patrimoniale, les défis sont énormes : offrir les bons produits tant pour les clientèles locales que touristiques, générer des revenus satisfaisants, accroître la notoriété de l'institution, contribuer à la diversification de ses sources de financement autonomes...

Cette formation vise à définir la pertinence d'une gamme de produits et enseigner des notions de base en aménagement et en merchandising pour améliorer la performance d'une boutique de musée. Alternant théorie, analyse de présentations de mise en marché et discussions, elle permettra de favoriser le partage de bons coups, de stratégies gagnantes et de conseils pratiques pour mettre en valeur les produits et pour répondre adéquatement aux attentes des visiteurs et visiteuses.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Analyser, épurer et bonifier la gamme de produits offerts (portefeuille de produits);
- Calculer la rentabilité d'une gamme de produits en particulier ou d'un espace plancher;
- Développer une matrice de marketing différenciateur pour accroître les revenus et les profits (stratégie de vente de produits selon le type de clientèle);
- Comprendre les comportements des consommateur(-trice)s et les décisions d'achat;
- Revoir l'emplacement et la disposition des produits.

CLIENTÈLE VISÉE

Responsables de boutiques de musées et d'institutions patrimoniales



En ligne

- Durée : 7 heures
- 2 séances de 3 heures sur Zoom
- + 1 heure d'exercices en dehors des séances
- Maximum de 12 personnes



En présentiel

- Durée : 7 heures
- 1 journée
- Maximum de 15 personnes

FORMATEUR

Titulaire d'un diplôme en commerce de détail et distribution de l'École des Hautes Études Commerciales (Université de Montréal), **Claude Lalonde** s'est spécialisé dans l'efficacité des organisations, la promotion, la mise en marché de produits et services et les relations entre les employé(e)s et les client(e)s.

Son statut de consultant des 20 dernières années l'a amené à travailler avec des organisations des milieux culturels, gouvernementaux, OBNL et entreprises à but lucratif autant pour le secteur du commerce de détail que des entreprises de services.

Claude Lalonde a écrit plusieurs articles, prononcé de nombreuses conférences et donné des formations ayant comme thématique l'image de l'entreprise, l'efficacité organisationnelle, les stratégies de développement et de mise en marché, les ressources humaines ainsi que la fidélité des employé(e)s et des client(e)s envers une organisation. Il agit comme formateur pour la Société des musées du Québec depuis une quinzaine d'années.

ANALYSE D'UNE COLLECTION : MÉTHODES ET APPROCHES

La majorité des institutions muséales du Québec disposent aujourd'hui de politiques de gestion des collections et de documents de référence indispensables à l'entretien et au développement de celles-ci. Mais pour les personnes responsables de son application, la présence d'une politique ne suffit pas. Quels sont les autres outils requis pour s'assurer une connaissance fine de sa collection? Comment analyser celle-ci pour orienter ses choix en matière d'acquisition ou d'aliénation? Quelles sont les approches à privilégier? Comment réviser ses axes de collectionnement?

Cette formation propose des pistes de méthodologie aux personnes qui souhaitent approfondir leur connaissance fine du contenu des collections placées sous leur responsabilité. En clarifiant les différents aspects et étapes d'une analyse de collection, cette formation leur permettra de comprendre l'utilité d'une telle approche et de se l'approprier dans une perspective à long terme.

Prérequis

Connaître les normes et principes de base en gestion des collections, présentés dans la page des bonnes pratiques SMQ : [Gestion des collections](#).

OBJECTIFS DE FORMATION

- Comprendre les principes et la portée d'une analyse de collection ;
- Décrire leur collection en l'état actuel de leurs connaissances ;
- Identifier les outils et connaissances requises à l'analyse rigoureuse d'une collection ;
- Planifier l'analyse d'une collection placée sous leur responsabilité ;
- Préparer un rapport d'analyse d'une collection ;
- S'appuyer sur une analyse de collection pour émettre des recommandations en matière de gestion et de développement d'une collection.

CLIENTÈLE VISÉE

Conservateur(-trice)s,
archivistes des
collections et autres
professionnel(le)s
responsables d'une
collection



En ligne

- Durée : 15 heures
- 4 séances de 3 heures sur Zoom
- + 3 heures d'exercice en dehors des séances
- Maximum de 12 personnes

FORMATEUR

Carl Johnson est consultant en arts et muséologie depuis 2010. À ce titre, il a réalisé divers mandats auprès d'institutions muséales, d'organismes culturels et de municipalités. De 2008 à 2010, il a été directeur Arts visuels, arts médiatiques et littérature au Conseil des arts et des lettres du Québec. De 1999 à 2008, il a été directeur général du Musée régional de Rimouski. Auparavant, il y a occupé le poste de conservateur en art contemporain à partir de 1994.

Au cours de sa carrière de muséologue, il a réalisé plusieurs actions et mandats en gestion des collections. Il est formateur à la SMQ depuis 2012 où il a conçu et présenté de nombreuses formations portant sur la gestion des collections. En plus de la création d'outils tels que les *Normes professionnelles en gestion des collections*, Carl Johnson a également réalisé plusieurs accompagnements individualisés auprès de nombreux partenaires et organismes à l'échelle de la province.

CONCEVOIR DES ACTIVITÉS ÉDUCATIVES POUR LES FAMILLES

Dans le contexte muséal d'aujourd'hui, la présence et les responsabilités des professionnel(le)s en éducation s'accroissent. Les activités proposées aux publics suivent également une courbe ascendante et se spécialisent. De plus en plus, des clientèles comme les familles sont ciblées. Répondre aux attentes et aux besoins de ce public spécifique demeure un défi pour de nombreuses institutions muséales.

Cette formation explorera tant le processus menant à la conception d'une activité éducative que les types d'activités offertes aux familles. Par l'entremise de notions théoriques, d'exemples récents et d'un exercice pratique, elle permettra aux personnes inscrites de s'outiller pour la réalisation d'activités éducatives répondant aux attentes des familles.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Identifier les caractéristiques et les attentes de la clientèle « famille »;
- Définir les étapes nécessaires à la conception d'une activité éducative destinée aux familles;
- Reconnaître les contraintes et les contextes particuliers dont il faut tenir compte dans la création d'une activité éducative destinée aux familles.

CLIENTÈLE VISÉE

Professionnel(le)s en médiation et éducation muséale, chargé(e)s de projet en action éducative



En ligne

- Durée : 7 heures
- 2 séances de 3 heures sur Zoom
- + 1 heure d'exercice en dehors des séances
- Maximum de 12 personnes



En présentiel

- Durée : 7 heures
- 1 journée
- Maximum de 15 personnes

FORMATRICE

Geneviève Murray œuvre depuis près de 30 ans dans le milieu culturel. À la suite d'une formation en histoire, en pédagogie et en muséologie, elle a occupé différents postes dans le milieu muséal, au Québec et en France, pendant une dizaine d'années. Elle a ensuite travaillé cinq ans à Bibliothèque et Archives nationales du Québec (BAnQ), au sein des services de l'animation et de la formation, puis de la programmation culturelle. Ayant acquis de solides compétences en médiation culturelle et en gestion de projets, c'est avec enthousiasme qu'elle mène à bien des mandats variés en conception, scénarisation et rédaction autour de projets de nature muséale (expositions, panneaux d'interprétation et outils numériques) ainsi que la réalisation de programmes éducatifs, de formation et d'accompagnement. Elle fait partie de l'équipe de formateurs et de formatrices de la Société des musées du Québec (SMQ) depuis 2017.

DESIGN D'EXPOSITION : ACCESSIBILITÉ ET INCLUSION

La mise en espace d'une exposition requiert une expertise pointue pour être en mesure d'adresser les enjeux spécifiques qui lui sont associés. Parmi ceux-ci, l'accessibilité universelle à travers le design en est un des plus sensibles, trop souvent négligé faute de ressources. L'apport de la recherche en accessibilité et en ergonomie permet d'intégrer une brique essentielle à la connaissance en design. Entendu que l'exposition en tant que médium se situe à l'intersection de plusieurs échelles, telles que le public avec l'objet (1 : 1), avec l'espace (1 : 100) ou avec une idée (1 : infini), le concept d'accessibilité doit s'intégrer de manière transversale à tous ces niveaux.

Cette formation de niveau intermédiaire permettra aux personnes déjà familiarisées avec le design d'exposition de questionner leurs pratiques et de penser différemment pour répondre aux besoins d'accessibilité et d'inclusion. Il y sera, entre autres, question des espaces de circulation et des normes d'ergonomie pour les designers d'exposition, des tailles de typographie et des contrastes de couleurs pour les designers graphiques, et des normes d'intensité lumineuse pour les éclairagistes. La formation abordera également divers moyens muséographiques inclusifs.

Prérequis

Avoir suivi l'une des deux formations *Design d'exposition : processus créatif et méthodologie* ou *Design d'exposition : méthodes et nouvelles pratiques*, ou toute autre formation pertinente (ou disposer d'un cumul d'expérience) qui permette de connaître les différentes étapes de conception d'une exposition.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Identifier les principaux obstacles à l'accessibilité en design d'exposition ;
- Décrire des moyens muséographiques et des stratégies de design d'exposition inclusif ;
- Penser un design d'exposition qui respecte les principes d'inclusion et d'accessibilité ;
- Évaluer des propositions de design d'après leur potentiel d'accessibilité.

CLIENTÈLE VISÉE

Chargé(e)s de projet aux expositions, designers d'exposition, technicien(ne)s en muséologie, commissaires d'exposition



En présentiel

- Durée : 7 heures
- 1 journée
- Maximum de 15 personnes

FORMATEUR

Diplômé en scénographie (ENTC 1992), accrédité designer industriel (ADIQ 2008) et titulaire d'une maîtrise en arts numériques (NAD/UQAC 2024), **Laurent Michel Tremblay** conçoit depuis plus de 25 ans des expositions immersives qui allient narration, design et technologie. Il démarre en 2009 son studio pour développer ses projets scénographiques et pour réaliser des projets clés en main pour les institutions muséales du Québec.

Son approche, fondée sur une trame narrative forte, favorise la compréhension de contenus complexes par l'émotion et l'engagement. Il dirige la création de chaque projet avec une vision intégrée, où la forme sert le contenu, en valorisant l'accessibilité, l'écoresponsabilité et l'innovation.

La Société des musées du Québec reconnaît son expertise en le mandatant pour donner la formation en design d'exposition depuis 2014. Il est chargé de cours en design d'exposition à l'Université Laval depuis 2024.

Ses réalisations se retrouvent autant dans les musées nationaux à Ottawa qu'un peu partout au Québec, particulièrement le long du fleuve : Montréal, Trois-Rivières, Québec, L'Islet, Rivière-du-Loup, Pointe-au-Père, Sainte-Anne-des-Monts et Bonaventure.

DESIGN D'EXPOSITION : INTÉGRATION DES TECHNOLOGIES ET ENGAGEMENT NUMÉRIQUE

Dans une exposition, le recours aux technologies numériques peut être perçu comme un incontournable, voire comme un facteur de succès indéniable dans l'expérience visiteur.

Mais parmi l'éventail des technologies numériques disponibles, comment choisir la plus pertinente ? Quels types d'interactivité permettent-elles ? Comment les intégrer ? Pour utiliser ces technologies à bon escient, il est primordial de saisir leur potentiel de médiation, de les intégrer harmonieusement et, bien sûr, de comprendre ce qu'implique leur mise en œuvre.

La formation aborde les notions de technologie (logicielle et matérielle), de pérennité et d'ergonomie. Les personnes inscrites seront amenées à réfléchir et à résoudre de façon créative divers problèmes d'intégration du numérique dans le design d'exposition tout en respectant les objectifs de médiation, les messages à révéler et les publics visés par l'exposition. Les questions techniques seront abordées par des expert(e)s invité(e)s à partager leur expérience.

Prérequis

Avoir suivi l'une des deux formations *Design d'exposition : processus créatif et méthodologie* ou *Design d'exposition : méthodes et nouvelles pratiques*, ou toute autre formation pertinente (ou disposer d'un cumul d'expérience) qui permette de connaître les différentes étapes de conception d'une exposition.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Nommer des tendances et des défis propres à l'intégration des technologies numériques dans le design d'exposition ;
- Connaître les forces et les contraintes des différentes technologies numériques ;
- Identifier les moyens numériques les mieux adaptés pour répondre aux objectifs visés ;
- Évaluer des propositions de design intégrant des technologies d'après leur potentiel d'atteinte des objectifs de l'exposition ;
- Décrire les principaux paramètres à considérer lors du processus d'intégration de technologies numériques.

CLIENTÈLE VISÉE

Chargé(e)s de projet
aux expositions,
designers d'exposition,
technicien(ne)s en
muséologie



En ligne

- Durée : 12 heures
- 4 séances de 3 heures sur Zoom
- Maximum de 12 personnes



En présentiel

- Durée : 14 heures
- 2 journées
- Maximum de 15 personnes

FORMATEUR

Diplômé en scénographie (ENTC 1992), accrédité designer industriel (ADIQ 2008) et titulaire d'une maîtrise en arts numériques (NAD/UQAC 2024), **Laurent Michel Tremblay** conçoit depuis plus de 25 ans des expositions immersives qui allient narration, design et technologie. Il démarre en 2009 son studio pour développer ses projets scénographiques et pour réaliser des projets clés en main pour les institutions muséales du Québec.

Son approche, fondée sur une trame narrative forte, favorise la compréhension de contenus complexes par l'émotion et l'engagement. Il dirige la création de chaque projet avec une vision intégrée, où la forme sert le contenu, en valorisant l'accessibilité, l'écoresponsabilité et l'innovation.

La Société des musées du Québec reconnaît son expertise en le mandatant pour donner la formation en design d'exposition depuis 2014. Il est chargé de cours en design d'exposition à l'Université Laval depuis 2024.

Ses réalisations se retrouvent autant dans les musées nationaux à Ottawa qu'un peu partout au Québec, particulièrement le long du fleuve : Montréal, Trois-Rivières, Québec, L'Islet, Rivière-du-Loup, Pointe-au-Père, Sainte-Anne-des-Monts et Bonaventure.

DESIGN D'EXPOSITION : PROCESSUS CRÉATIF ET MÉTHODOLOGIE

Les designers d'exposition doivent imaginer des concepts adaptés aux clientèles visées et à la mission de l'institution en composant avec des attentes de plus en plus élevées, une concurrence culturelle grandissante et des budgets qui diminuent. Il faut donc viser un juste équilibre entre divertissement, expérience de visite et respect des contenus à transmettre.

Cette formation explorera divers styles de design, les tendances actuelles, leur potentiel en milieu muséal et patrimonial ainsi que leur adaptation à différents publics. La formation présentera des outils conceptuels et techniques pour réaliser le design d'une exposition. Elle proposera également des façons créatives de résoudre divers problèmes de mise en espace qui respectent les objectifs de l'exposition, les axes de communication, les attentes des publics cibles et les budgets de l'institution. Le contenu de la formation sera mis en pratique lors d'un atelier en continu, qui permettra d'intégrer progressivement les notions reliées à la réalisation d'un design d'exposition.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Expliquer les aspects liés au processus de conception d'un design d'exposition ;
- Définir les rôles des designers et autres personnes concernées dans l'élaboration d'un projet d'exposition (muséologie, gestion de projet, graphisme, éclairage, multimédia et numérique) ;
- Préciser la méthodologie et les outils les plus appropriés pour réaliser un design d'exposition ;
- Concevoir des moyens muséographiques et des stratégies de design pour mettre en valeur le contenu d'une exposition ;
- Réaliser une expérience de visite qui tient compte des objectifs et du budget alloué ;
- Évaluer des propositions de design d'après leur potentiel d'atteinte des objectifs du projet d'exposition.

CLIENTÈLE VISÉE

Chargé(e)s de
projet d'exposition,
technicien(ne)s en
muséologie, designers
d'exposition



En ligne

- Durée : 15 heures
- 5 séances de 3 heures sur Zoom
- Maximum de 12 personnes



En présentiel

- Durée : 14 heures
- 2 journées
- Maximum de 16 personnes

FORMATEUR

Diplômé en scénographie (ENTC 1992), accrédité designer industriel (ADIQ 2008) et titulaire d'une maîtrise en arts numériques (NAD/UQAC 2024), **Laurent Michel Tremblay** conçoit depuis plus de 25 ans des expositions immersives qui allient narration, design et technologie. Il démarre en 2009 son studio pour développer ses projets scénographiques et pour réaliser des projets clés en main pour les institutions muséales du Québec.

Son approche, fondée sur une trame narrative forte, favorise la compréhension de contenus complexes par l'émotion et l'engagement. Il dirige la création de chaque projet avec une vision intégrée, où la forme sert le contenu, en valorisant l'accessibilité, l'écoresponsabilité et l'innovation.

La Société des musées du Québec reconnaît son expertise en le mandatant pour donner la formation en design d'exposition depuis 2014. Il est chargé de cours en design d'exposition à l'Université Laval depuis 2024.

Ses réalisations se retrouvent autant dans les musées nationaux à Ottawa qu'un peu partout au Québec, particulièrement le long du fleuve : Montréal, Trois-Rivières, Québec, L'Islet, Rivière-du-Loup, Pointe-au-Père, Sainte-Anne-des-Monts et Bonaventure.

DROITS D'AUTEUR ET LÉGISLATION EN MUSÉOLOGIE

Une foule d'activités menées par les institutions muséales et patrimoniales impliquent des notions de droits d'auteur. Dans ce domaine, le vocabulaire est riche et les nuances, parfois subtiles. Œuvre artistique, reproduction, communication publique, commercialisation des images et des objets de collection, Web, sociétés de gestion collective, régime particulier pour la conservation, etc., sont autant de notions importantes à comprendre pour saisir les enjeux de l'heure et le rôle des différentes parties concernées.

Les tenants et aboutissants des questions de droits d'auteur constituent ainsi une préoccupation importante pour un grand nombre de professionnel(le)s, quel que soit leur champ d'action principal. Cette formation vise à les guider dans l'application des principes législatifs au domaine de la muséologie et à les aider à mieux comprendre en quoi consiste la propriété intellectuelle. Elle les aidera également à gérer divers types de licences ou de contrats respectueux du cadre juridique provincial et fédéral. Elle prend en compte les récentes modifications survenues en 2022 sur la *Loi sur le droit d'auteur* ainsi que la nouvelle *Loi sur le statut professionnel des artistes des arts visuels, du cinéma, du disque, de la littérature, des métiers d'art et de la scène*.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Identifier les différents types de droits d'auteur ;
- Connaître les principes de droits d'auteur en muséologie et savoir les appliquer dans les tâches impliquant des notions de propriété intellectuelle ;
- Comprendre les modifications récentes apportées à la *Loi sur le droit d'auteur* et la *Loi sur le statut professionnel des artistes* et leurs impacts pour le milieu muséal ;
- Reconnaître les principales sociétés de gestion du droit d'auteur et leur champ d'action respectif ;
- Comprendre le régime d'exception s'appliquant aux institutions muséales ;
- Se familiariser avec des règles contractuelles visant les activités quotidiennes des professionnel(e)s de musées.

CLIENTÈLE VISÉE

Gestionnaires des institutions muséales et patrimoniales, archivistes de collections, conservateur(-trice)s, chargé(e)s de projets, responsables des communications et du marketing



En présentiel

- Durée : 14 heures
- 2 journées
- Maximum de 15 personnes

FORMATEUR

Détenteur d'un baccalauréat et d'une maîtrise en droit des universités de Sherbrooke et de Montréal, **Éric Lefebvre** exerce la profession d'avocat depuis 1989 dans les domaines du droit d'auteur et du droit de la culture et des communications. M^e Lefebvre a prononcé plusieurs conférences pour l'Association littéraire et artistique internationale (ALAI), l'Association des juristes pour l'avancement de la vie artistique (AJAVA) et le Barreau du Québec. De plus, il a dispensé des cours en droit du divertissement à la Faculté de droit de l'Université de Montréal et de l'Université de Sherbrooke, des cours de formation permanente au Barreau du Québec et des formations sur mesure pour différentes associations professionnelles, dont la Société des musées du Québec.

M^e Lefebvre a publié plusieurs articles dans les *Cahiers de propriété intellectuelle* et dans des recueils de conférences aux Éditions Yvon Blais. En 2014, il a rédigé pour la Société des musées du Québec une monographie intitulée *Droit d'auteur et institutions muséales : précis juridique et contrats types*. Il est actuellement secrétaire-trésorier de la Guilde des musiciens et musiciennes du Québec.

DU TITRE AU CARTEL : LES TEXTES D'EXPOSITION

Thématiques, artistiques, scientifiques, historiques, les contenus écrits sont incontournables dans toutes les expositions. Bien que la rédaction se trouve au centre de plusieurs activités de diffusion en muséologie, celle concernant le texte d'exposition est spécifique. Même à l'heure des nouvelles technologies, son rôle demeure fondamental, car il s'agit d'un moyen privilégié pour transmettre aux publics des connaissances de toutes natures et pour structurer l'expérience de visite.

Par conséquent, le texte doit être clair afin que son contenu puisse être compris. Comment découper le contenu, organiser les sujets, associer le texte aux éléments visuels et aux objets ? Y a-t-il des techniques rédactionnelles à privilégier ? Cette formation amènera les professionnel(le)s des institutions muséales et patrimoniales à améliorer leurs habiletés pour la rédaction, afin que leurs textes d'exposition deviennent les plus lisibles et compréhensibles possible.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Comprendre les fonctions du texte d'exposition ;
- Reconnaître les différentes caractéristiques d'un texte d'exposition (forme, hiérarchie, typologie) ;
- Adapter les textes selon les différents profils de visiteur(-euse)s et aux différents supports ;
- Organiser des contenus pour en faciliter la lecture ;
- Connaître les différents supports disponibles ;
- Assurer la lisibilité des textes écrits ;
- Planifier les étapes de réalisation des textes d'une exposition.

CLIENTÈLE VISÉE

Chargé(e)s de projet
aux expositions



En ligne

- Durée : 7 heures
- 2 séances de 3 heures sur Zoom
- + 1 heure d'exercice en dehors des séances
- Maximum de 12 personnes



En présentiel

- Durée : 7 heures
- 1 journée
- Maximum de 15 personnes

FORMATEUR

Après avoir obtenu une maîtrise en biologie de l'Université McGill en 1986, **Michel Groulx** a œuvré comme journaliste et vulgarisateur scientifique pour la presse écrite et la télévision. En 1998, il se joint à la jeune équipe du Centre des sciences de Montréal pour réaliser la mise en œuvre de cette institution. Responsable du contenu de tous les programmes du Centre des sciences, incluant le web et les programmes éducatifs, il a participé à une vingtaine de grands projets d'exposition dont plusieurs ont gagné des prix nationaux ou ont été présentées en tournée : *Autopsie d'un meurtre* ; *Sexe, l'expo qui dit tout* ; *Star Wars identités* ; *Musik : du son à l'émotion* ; *Génie autochtone*... Il a joint l'équipe de CREO en 2017 en tant que producteur, expositions et multimédias, où il a réalisé plusieurs projets numériques tels la *Cacarcade* dans l'exposition primée *Ô merde !*

ÉCLAIRAGE MUSÉAL : PRINCIPES DE BASE EN EXPOSITION

L'éclairage muséal revêt une extrême importance tant pour la mise en valeur des collections que pour l'expérience visiteur. Si la conservation des œuvres et des objets requiert le respect de normes spécifiques en termes de luminosité, les scénographes, quant à eux, s'ingénient à créer des ambiances. Pour concilier ces deux objectifs, les équipes responsables de la mise en espace doivent choisir les équipements les plus appropriés et savoir doser leurs éclairages pour donner une âme aux expositions tout en respectant les impératifs de sensibilité et de visibilité.

Quel impact la lumière a-t-elle sur le public? En quoi l'éclairage peut-il mettre en péril les collections présentées? Quel est le matériel disponible et quels dispositifs prévoir? Qu'en est-il des systèmes DEL et des considérations de développement durable? Alternant théorie et pratique, cette formation amènera les participants et participantes à se familiariser avec les éléments, tant techniques que conceptuels, essentiels pour éclairer adéquatement un espace d'exposition.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Décrire les principales caractéristiques de la lumière;
- Évaluer le degré de sensibilité de différents objets à la lumière;
- Respecter les normes et pratiques de conservation préventive en matière d'éclairage;
- Comprendre le fonctionnement des appareils d'éclairage utilisés régulièrement dans les musées;
- Identifier et choisir les sources, les équipements techniques et les types d'installations nécessaires ou disponibles afin de mettre en valeur les objets exposés dans le cadre d'une exposition;
- Discuter et conceptualiser un éclairage d'exposition muséale.

CLIENTÈLE VISÉE

Chargé(e)s de projets aux expositions, scénographes et designers d'exposition, technicien(ne)s en muséologie



En présentiel

- Durée : 14 heures
- 2 journées
- Maximum de 15 personnes

FORMATEUR

Alexandre Tougas est diplômé de l'École nationale de théâtre du Canada avec une spécialisation en conception d'éclairage. Son parcours lumineux débute au Cirque du Soleil et, à la suite de différentes formations et expériences, il a transposé ses compétences lumières au monde muséal et architectural. Travaillant tant au Québec qu'à l'international, il se concentre à transmettre sa créativité et ses connaissances à différent(e)s designers et architectes.

En 2011, Alexandre Tougas a fondé LightFactor, un bureau de conception lumière se spécialisant en éclairage d'exposition qu'il dirige toujours. Prenant parti de l'approche de mise en lumière théâtrale de l'exposition muséale, LightFactor cherche à illuminer plutôt qu'à éclairer les différents projets auxquels l'entreprise participe afin de donner une âme et une identité aux différents espaces travaillés.

ÉLABORER UN PLAN DE COMMUNICATION ADAPTÉ POUR SON MUSÉE

Alors que les institutions muséales et patrimoniales deviennent des entreprises culturelles, les stratégies de communication occupent de plus en plus les équipes et sont des outils primordiaux à maîtriser. Que ce soit pour promouvoir les expositions, attirer et informer le public, accroître la visibilité du musée ou optimiser l'utilisation des ressources humaines et financières, les communications bien planifiées sont essentielles pour les équipes des musées, quelle que soit leur nature ou leur taille.

Cette formation s'adresse aux responsables des communications et aux gestionnaires du milieu muséal et patrimonial et vise à développer leurs compétences dans la création et la mise en œuvre de plans de communication spécifiques à leur institution. À travers des notions théoriques et des exercices pratiques, cette formation renforcera la capacité des musées à communiquer efficacement en leur fournissant les outils nécessaires pour élaborer des stratégies adaptées et optimisées.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Définir ce qu'est un plan de communication ;
- Identifier et connaître les différentes étapes de la conception d'un plan de communication ;
- Déterminer ses objectifs, ses publics cibles, ses stratégies et ses moyens de communication ;
- Élaborer un plan de communication ;
- Mesurer l'atteinte de ses objectifs.

CLIENTÈLE VISÉE

Gestionnaires d'institutions muséales et patrimoniales, responsables des communications et du marketing



En ligne

- Durée : 11 heures
- 3 séances de 3 heures sur Zoom
- + 2 heures d'exercice en dehors des séances
- Maximum de 12 personnes

FORMATEUR ET FORMATRICE

Marc-Antoine Lévesque se spécialise dans la médiation culturelle, scolaire et communautaire depuis plus d'une dizaine d'années au sein de différentes institutions. Il cumule douze années d'études en cinéma et télévision où il a contribué à différents projets de recherche internationaux, de conférences à la rédaction d'articles. Créatif, curieux et polyvalent, Marc-Antoine est un idéateur vigoureux et un médiateur passionné. En 2020, il cofonde La Marquise, une entreprise en communication spécialisée aux réalités du milieu culturel.

Kalem Melançon-Picher a fait des études en cinéma et en sociologie des arts et de la culture à Montréal et en Suisse. Pendant une quinzaine d'années, elle a occupé différents postes en marketing, communication, événementiel et philanthropie, pour se spécialiser ensuite en communication culturelle et en gestion de projets. Animée par sa passion pour les arts, elle a cofondé La Marquise afin d'accompagner les organisations culturelles dans leurs objectifs de rayonnement.



FAIRE FACE AUX CHANGEMENTS DANS LES MUSÉES D'AUJOURD'HUI

Qu'il s'agisse d'exposition, d'éducation ou de structure organisationnelle, les changements dans les musées surviennent à tous les niveaux. Ils se caractérisent par une période d'instabilité, d'insécurité face à l'inconnu, et par la nécessaire adaptation des institutions. Ce processus engendre souvent de l'incompréhension, de la résistance, voire des conflits. Comment développer ses habilités relationnelles pour accompagner ses collègues ou équipes dans ces mutations ? Comment suivre les transformations du milieu muséal et patrimonial et les intégrer pour rester de son temps ? Quelles stratégies mettre en place pour gérer le changement et ses obstacles inhérents, et plus spécifiquement face aux enjeux du numérique et de la transition socio-écologique ?

Cette formation adopte une approche sociologique pour transmettre les outils nécessaires à une meilleure compréhension de la réalité contemporaine des musées. Offerte sur trois demi-journées, elle s'adresse à des gestionnaires qui vivent ou anticipent de vivre un changement dans leur institution et souhaitent s'y préparer. En exposant les dynamiques communes à la majorité des transformations susceptibles d'avoir lieu dans les institutions muséales et patrimoniales, elle permettra aux participant(e)s d'identifier celles auxquelles ils et elles font face pour mieux les aborder. Cette formation est également l'occasion d'échanger entre pairs pour mieux appréhender les subtilités liées aux comportements des individus, découvrir les initiatives mises en place à l'échelle du musée et enfin pour réfléchir activement à l'intégration, parfois contradictoire, des enjeux contemporains dans le fonctionnement global du musée.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Acquérir des outils d'intervention et d'analyse d'une situation de changement pour mieux les anticiper ;
- Identifier les différents leviers à considérer et sur lesquels agir pour faciliter le changement ;
- Se familiariser avec les dynamiques de changement liées à la révolution numérique et la transition socio-écologique ;
- Comprendre les comportements face aux changements au cœur de toute transformation muséale à l'échelle des membres du personnel, de l'organisation muséale et de la société.

CLIENTÈLE VISÉE

Gestionnaires
d'institutions muséales
et patrimoniales



En ligne

- Durée : 11 heures
- 3 séances de 3 heures sur Zoom
- + 2 heures d'exercice en dehors des séances
- Maximum de 12 personnes

FORMATRICE

Biologiste, muséologue et sociologue spécialisée dans les organisations culturelles et la gestion du changement, **Aude Porcedda** est professeure agrégée au Département d'études en loisir, culture et tourisme à l'Université du Québec à Trois-Rivières depuis 2017, après 10 années dans le milieu muséal. Elle mène actuellement plusieurs projets de recherche et de formation en lien avec la transition socio-écologique et l'accessibilité universelle dans les musées. Elle dirige également chez l'éditeur Hermann (Paris) la collection 21 consacrée aux enjeux contemporains de la culture.

GOUVERNANCE CONTEMPORAINE DANS LES INSTITUTIONS MUSÉALES

La gouvernance est un enjeu central à la bonne gestion et au développement muséal. En tant qu'organisme à but non lucratif (OBNL), les institutions muséales et patrimoniales sont dirigées à la fois par un conseil d'administration et une direction générale. Ces deux entités se partagent des rôles et des responsabilités pour assurer une gouvernance efficace et un bon fonctionnement de l'organisme tant au niveau stratégique qu'opérationnel. Cependant, il est fréquent que cette collaboration soit mal définie ou peu comprise au sein d'une institution. La SMQ propose donc une formation qui vise à assurer une bonne compréhension des principes et des bonnes pratiques de gouvernance.

Cette formation abordera la distinction des rôles de la direction générale et du conseil d'administration, les responsabilités de chacun et chacune, la spécificité du secteur muséal et patrimonial, ainsi que des études de cas et des pratiques de gouvernance généralement reconnues pour les OBNL.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Connaître les grandes tendances et les meilleures pratiques en gouvernance ;
- Distinguer et comprendre les rôles et les responsabilités du conseil d'administration et de la direction générale ;
- Favoriser la contribution des administrateur(-trice)s au conseil d'administration ;
- Assurer un leadership dans les orientations stratégiques et la gestion des risques de l'institution muséale ou patrimoniale pour garantir un développement durable ;
- Outiller la direction générale dans la mise en place de pratiques de gouvernance reconnues pour des OBNL.

CLIENTÈLE VISÉE

Gestionnaires
d'institutions muséales
et patrimoniales



En ligne

- Durée : 6 heures
- 2 séances de 3 heures sur Zoom
- Maximum de 15 personnes

FORMATEUR ET FORMATRICE

Bruno Déry est expert-conseil en gouvernance chez Arsenal. Ancien PDG du Collège des administrateurs de sociétés de l'Université Laval, il a siégé au sein de plusieurs conseils d'administration et de comités d'OBNL. Cumulant plus de 35 années d'expérience en gestion et développement des affaires, il détient une expertise en gouvernance de sociétés, évaluation de conseils d'administration, diagnostic de gouvernance et coaching individuel.

Julie Gagnon est experte-conseil en stratégie, en gouvernance et gestion des risques chez Arsenal. Elle a auparavant occupé plusieurs postes de gestion dans des organisations des milieux culturels, touristiques, sportifs et philanthropiques, dont plus de 20 ans au Musée de la civilisation où elle a notamment agi à titre de secrétaire générale et directrice de l'administration.

INTÉGRER L'ÉCOCONCEPTION ET L'ÉCORESPONSABILITÉ AU CŒUR DE L'EXPOSITION

Par leur mission de préservation et de diffusion du patrimoine, les musées se positionnent comme des acteurs privilégiés de la transition socio-écologique. Pourtant, l'exposition en tant que médium prend considérablement de l'ampleur et la multiplication des contenus, souvent temporaires et rarement réutilisables, a un impact important. Comment concilier développement de l'offre et responsabilité environnementale ? Désormais incontournables des débats de société, les enjeux écologiques font aussi partie des priorités des institutions muséales et patrimoniales.

Cette formation vise à outiller les professionnel(le)s d'institutions muséales et patrimoniales pour intégrer, dans leurs expositions, les principes d'écoconception et d'écoresponsabilité. En leur proposant des pistes de réflexion et des outils pratiques, cette formation permettra aux personnes inscrites d'amorcer des changements significatifs à long terme en matière de durabilité.

Cette formation est offerte en collaboration avec [Ecoscéno](#), un organisme visant à accélérer la transition écologique en propulsant l'économie circulaire dans le secteur culturel.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Définir les principes d'écoconception, d'écoresponsabilité et d'économie circulaire appliqués au contexte d'exposition ;
- Lister les matières et les techniques de construction ayant le moins d'impact sur l'environnement ;
- Identifier des leviers sur lesquels agir en contexte de travail ;
- Intégrer des stratégies d'écoconception dans l'élaboration de projets d'expositions.

CLIENTÈLE VISÉE

Conservateur(-trice)s,
chargé(e)s de projet
aux expositions,
designers d'exposition



En ligne

- Durée : 10 heures
- 2 séances de 2 heures et 2 séances de 3 heures sur Zoom
- Maximum de 15 personnes



En présentiel

- Durée : 10 heures
- 2 journées
- Maximum de 15 personnes

ORGANISME FORMATEUR

Écoscéno est une entreprise d'économie sociale (OBNL) dont la mission est d'accompagner le milieu culturel dans la transition écologique en outillant et en conseillant dans l'adoption de méthodes de production écoresponsables.

Écoscéno forme et accompagne les créateur(-trice)s et gestionnaires dès le début du processus de création afin d'améliorer les performances environnementales des organismes culturels et les équipes de création par l'adoption d'une démarche d'écoconception.

Jusqu'à aujourd'hui, Écoscéno a formé plus de 1000 professionnel(le)s en offrant plus de 56 formations et 42 accompagnements en écoconception dans le secteur des arts vivants et de la muséologie.

L'EXPOSITION INTERACTIVE : DE LA CONCEPTION À LA SCÉNARISATION

De plus en plus, les institutions muséales et patrimoniales souhaitent que leurs publics interagissent davantage durant leur expérience in situ. On constate une mouvance affirmée vers la participation, la médiation, le rapport direct aux publics dans l'approche préconisée par différents types d'expositions. Certes, l'utilisation de dispositifs technologiques augmente l'interactivité, mais il faut savoir les choisir pour assurer une bonne transmission du message.

Cette formation abordera les défis de l'interactivité muséale et les approches pour intégrer des dispositifs interactifs numériques, mécaniques ou mixtes, dans une exposition. Elle proposera, par des exercices, des discussions en groupe et de nombreux exemples concrets, des façons de résoudre de manière créative l'intégration d'outils adaptés. Le but : répondre aux désirs d'expérimentation des visiteurs et visiteuses tout en considérant la clientèle visée, le message communiqué, les budgets alloués ainsi que les contraintes d'entretien et d'opération.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Identifier les différentes technologies interactives en milieu muséal et les associer à des approches spécifiques;
- Reconnaître les avantages et les limites de chacune des approches et des technologies interactives;
- Définir les différentes étapes de la conception à la scénarisation d'une exposition interactive;
- Évaluer les meilleures solutions d'utilisation de dispositifs interactifs en fonction des besoins établis;
- Anticiper les nouvelles tendances en muséologie interactive et leur potentiel.

CLIENTÈLE VISÉE

Chargé(e)s de projet d'exposition, technicien(ne)s en muséologie, designers d'exposition



En ligne

- Durée : 6 heures
- 2 séances de 3 heures sur Zoom
- Maximum de 12 personnes



En présentiel

- Durée : 7 heures
- 1 journée
- Maximum de 15 personnes

FORMATEUR

Après avoir obtenu une maîtrise en biologie de l'Université McGill en 1986, **Michel Groulx** a œuvré comme journaliste et vulgarisateur scientifique pour la presse écrite et la télévision. En 1998, il se joint à la jeune équipe du Centre des sciences de Montréal pour réaliser la mise en œuvre de cette institution. Responsable du contenu de tous les programmes du Centre des sciences, incluant le web et les programmes éducatifs, il a participé à une vingtaine de grands projets d'exposition dont plusieurs ont gagné des prix nationaux ou ont été présentées en tournée : *Autopsie d'un meurtre* ; *Sexe, l'expo qui dit tout* ; *Star Wars identités* ; *Musik : du son à l'émotion* ; *Génie autochtone*... Il a joint l'équipe de CREO en 2017 en tant que producteur, expositions et multimédias, où il a réalisé plusieurs projets numériques tels la *Cacarcade* dans l'exposition primée *Ô merde!*

MARKETING NUMÉRIQUE ET MÉDIAS SOCIAUX

La présence numérique des musées sur les réseaux sociaux est désormais un outil incontournable à maîtriser pour assurer leur développement marketing et adopter des stratégies numériques adaptées à leurs différentes clientèles.

Or, des lacunes dans les connaissances de base à cet égard sont souvent constatées dans le milieu, ce qui a un impact direct sur la capacité des musées à se doter d'une promotion efficace pour mieux développer et fidéliser leurs publics. De plus, dans grand nombre d'institutions, les travailleurs et travailleuses cumulent plusieurs fonctions auxquelles s'ajoutent des tâches de communication et de gestion des médias sociaux. Ils et elles doivent faire preuve d'une grande polyvalence pour exercer leur travail. L'utilisation du numérique, et notamment des différents médias sociaux, sans être une panacée, apparaît souvent comme étant une solution économique pour se faire connaître et se démarquer auprès de ses publics.

Cette formation amènera les participant(e)s à comprendre et à appliquer les bonnes pratiques essentielles à l'utilisation du marketing numérique et des médias sociaux. Ils prendront connaissance des éléments nécessaires à la réalisation de stratégies de marketing numérique et d'outils promotionnels efficaces (site Web, vidéos, messagerie, etc.) et à connaître et utiliser des indicateurs de performance.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Maîtriser les bases de l'utilisation des médias sociaux et du marketing Web en contexte culturel ou muséal ;
- Comprendre le rôle de chacune des plateformes sociales et les objectifs qu'on peut y atteindre en tant qu'organisation ;
- Mieux travailler le marketing relationnel, notamment les envois d'infolettres ;
- Augmenter le trafic sur le site Web de son institution via les techniques de base de référencement naturel (SEO) et les outils Google ;
- Choisir les meilleurs outils et stratégies de marketing numérique pour répondre aux besoins de son institution ;
- Évaluer l'efficacité de ses outils promotionnels et de sa stratégie Web.

CLIENTÈLE VISÉE

Gestionnaires des institutions muséales ou patrimoniales, responsables des communications et du marketing



En ligne

- Durée : 9 heures
- 3 séances de 3 heures sur Zoom
- Maximum de 15 personnes

FORMATEUR

Frédéric Gonzalo, passionné du marketing et des communications, œuvre depuis plus de 30 ans dans le monde des affaires, tant au Canada qu'à l'international. Début 2012, il fonde Gonzo Marketing et agit à titre de consultant en stratégie marketing, conférencier et formateur sur l'utilisation des nouvelles technologies (Web, médias sociaux, mobilité). Il collabore avec la SMQ depuis 2018 à titre de formateur et consultant en marketing numérique.



MÉDIATION MUSÉALE : COMMENT ÉTABLIR UN DIALOGUE AVEC SES PUBLICS

Cette formation abordera les principes de médiation spécifique au milieu muséal et patrimonial. Elle outillera les personnes inscrites en leur offrant un cadre théorique pour améliorer leurs connaissances. Elles examineront les moyens d'interagir, en contexte d'activités muséales, avec les publics pour capter et retenir leur attention. Des ateliers pratiques leur seront également proposés pour leur permettre d'adapter leurs approches en fonction des attentes des différents types de visiteurs et visiteuses. Les participant(e)s exploreront ainsi diverses manières d'entrer en dialogue avec leurs publics en situation de visite, d'atelier, ou de tout autre type d'activité muséale.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Définir la médiation muséale ;
- Mettre en application cette approche avec les bons outils ;
- Définir des pistes d'interaction avec les publics cibles dans un contexte de médiation ;
- Adapter son scénario ou son activité in situ en fonction des visiteur(-euse)s et des différents contextes.

CLIENTÈLE VISÉE

Professionnel(le)s en médiation, éducation muséale et action culturelle



En ligne

- Durée : 6,5 heures
- 2 séances de 3 heures sur Zoom
- + 30 minutes d'exercice en dehors des séances
- Maximum de 12 personnes



En présentiel

- Durée : 7 heures
- 1 journée
- Maximum de 15 personnes

FORMATRICE

Après avoir travaillé pendant sept ans en éducation et pédagogie, **Christelle Renoux** a œuvré comme médiatrice culturelle en France et au Québec, tant au niveau muséal que patrimonial. Au cours de ses différentes expériences, elle a animé des visites et des ateliers artistiques pour tous les publics, formé des médiateur(-trice)s culturel(le)s, élaboré différents types de médiations culturelles (scénario de visite, médiation écrite en salle, parcours de visites...) et participé au développement de programmations éducatives et culturelles.

Christelle Renoux a travaillé douze ans comme responsable des publics et de la médiation culturelle au MAC LAU. Depuis novembre 2021, elle est coordinatrice en muséologie et tourisme culturel pour la Corporation Église Sainte-Amélie, la Corporation historique du Phare de Pointe-des-Monts et des projets muséaux pour Tourisme et Croisières Baie-Comeau. Elle est également formatrice, consultante en médiation culturelle et projets éducatifs.

OPTIMISER SES DEMANDES DE SUBVENTION EN MILIEU MUSÉAL

Organismes à but non lucratif, les institutions muséales dépendent grandement de l'octroi de subventions pour mener à bien leurs projets et assurer leur bon fonctionnement. Les multiples paliers et types de subventions, les objectifs d'un programme et les stratégies de rédaction adéquates composent les nombreuses variables des procédés de financement des institutions, et exigent une compréhension fine de leurs tenants et aboutissants. Cet aspect primordial des activités des gestionnaires de musées est amené à changer continuellement et demande une adaptation à des programmes en constante évolution.

Cette formation vise donc à outiller les professionnel(le)s du milieu muséal à la rédaction efficace de demandes de subventions. À travers des enseignements théoriques, des exercices pratiques individuels et en groupe, elle abordera les étapes du dépôt d'une demande de subvention, de l'analyse des programmes en passant par la compréhension des attentes et des appuis budgétaires adéquats. Cette formation amènera les professionnel(le)s des institutions muséales à améliorer leurs habiletés de préparation et de rédaction pour optimiser l'impact de leurs demandes de subventions.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Savoir mieux analyser les objectifs des différents programmes;
- Développer sa pensée stratégique en termes de financement;
- Préparer des demandes de subvention de manière à mieux répondre aux attentes des subventionnaires tout en se démarquant;
- Rédiger des demandes de subvention claires incluant les documents d'appui appropriés;
- Élaborer des budgets adaptés;
- Mettre en place un travail collaboratif efficace.

CLIENTÈLE VISÉE

Gestionnaires d'institutions muséales et patrimoniales, chargé(e)s de projet



En ligne

- Durée : 13 heures
- 4 séances de 3 heures sur Zoom
- + 1 heure d'exercices en dehors des séances
- Maximum de 12 personnes



En présentiel

- Durée : 14 heures
- 2 journées
- Maximum de 15 personnes

FORMATRICE

Emmanuelle Choquette est auteure, chercheuse et commissaire indépendante titulaire d'une maîtrise en histoire de l'art et d'un baccalauréat en arts visuels et médiatiques de l'UQAM. De 2013 à 2021, elle a été directrice générale d'Arprim, centre d'essai en art imprimé et a été vice-présidente, puis co-présidente du conseil d'administration du Regroupement des centres d'artistes autogérés du Québec (RCAAQ) pendant 4 ans. Elle est trésorière des conseils d'administration de SBC Galerie d'art contemporain et du centre d'artistes Est-Nord-Est. Elle agit régulièrement à titre de consultante en développement stratégique pour des organismes culturels. En 2020, elle a reçu le Prix ARDI pour l'innovation en philanthropie culturelle.

RÉALISER DES CAPSULES VIDÉO POUR PROMOUVOIR DES ACTIVITÉS MUSÉALES

Lorsqu'elle est bien réalisée, la vidéo promotionnelle est un moyen rapide et efficace pour transmettre des informations et attirer du public. Il peut toutefois être dispendieux d'avoir recours à des services professionnels pour produire une vidéo. En acquérant les connaissances de base et en s'exerçant grâce à cette formation, les participant(e)s seront prêt(e)s à se lancer dans la production de capsules vidéo à partager sur les médias sociaux.

Cette formation abordera les différentes étapes de la réalisation d'une capsule vidéo, en passant par la conception, la scénarisation, le tournage, le montage et la diffusion. Entre les séances, les participant(e)s devront conceptualiser une capsule vidéo, la tourner, puis la monter. Ils et elles présenteront chacune de ces étapes devant le groupe afin de récolter des commentaires et des suggestions dans un esprit de rétroaction et d'apprentissage collectif.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Connaître toutes les étapes de la production d'une vidéo ;
- S'adapter aux différentes plateformes de diffusion ;
- Conceptualiser, filmer et monter une vidéo ;
- Reconnaître la différence entre une vidéo amatrice et une vidéo professionnelle ;
- Imaginer le produit fini dès l'étape de la conception ;
- Appliquer des notions générales sur toute caméra vidéo ;
- Utiliser les fonctionnalités de base du logiciel professionnel de montage DaVinci Resolve.

CLIENTÈLE VISÉE

Responsables des communications et du marketing



En ligne

- Durée : 28 heures
- 6 séances de 3 heures sur Zoom
- + 10 heures d'exercice en dehors des séances
- Maximum de 10 personnes

FORMATEUR

Après des études en cinéma, en scénarisation et en télévision qui l'ont amené à réaliser des courts métrages présentés dans plusieurs festivals tels que le Festival de Cannes, **Étienne Marcoux** travaille en tant que réalisateur en vidéo et en télévision. Il a réalisé des vidéos de toutes sortes, dont de la fiction, du documentaire, des vidéos corporatives, des capsules web et des vidéoclips. Il a participé à la création de Rad, plateforme web radio-canadienne de reportages d'information, avec laquelle il a remporté un premier Prix Gémeaux en tant que réalisateur, puis à la création de Carbone, plateforme web radio-canadienne de reportages sur l'environnement, avec laquelle il a remporté un deuxième Prix Gémeaux. Pendant plusieurs années, il a enseigné la production vidéo à l'École nationale de l'humour et a formé des étudiant(e)s du Cégep de Saint-Laurent à réaliser des documentaires en pays étranger.

EXPERT INVITÉ

Depuis 2014, **Francis Jetté** aide les entreprises et les organismes à développer des stratégies de contenu et médias sociaux en lien avec leurs objectifs d'affaires, à titre de consultant.

RÉALISER UN SONDAGE QUANTITATIF À TOUTE ÉPREUVE POUR CONNAÎTRE SES PUBLICS

L'enquête quantitative permet aux institutions muséales d'identifier les profils sociodémographiques de leurs publics, de connaître leurs attentes, leurs comportements ou encore de mesurer leur niveau de satisfaction quant aux produits et aux services offerts (expositions, animations, applications mobiles, accueil, etc.). Grâce aux résultats basés sur l'avis des visiteurs et visiteuses, elles peuvent prendre des décisions éclairées pour améliorer leur offre et se fixer des priorités. Mais pour assurer la fiabilité des données, il importe de réaliser son sondage dans les règles de l'art.

Cette formation vise à outiller les institutions muséales pour mener, avec méthode et rigueur, un sondage quantitatif en ligne pour répondre à leurs interrogations. La formatrice présentera les étapes nécessaires à la réalisation d'une enquête quantitative pour ensuite mettre ces notions en pratique à l'aide d'exercices. Afin d'ancrer le propos dans leur réalité, les participant(e)s seront invité(e)s à choisir un type de public, un produit ou un service qu'ils et elles souhaitent mieux connaître ou évaluer et qui servira à la mise en application des acquis.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Déterminer les étapes nécessaires à la réalisation d'une enquête quantitative en ligne ;
- Fixer des objectifs réalistes ;
- Délimiter la population à l'étude et définir le plan d'échantillonnage ;
- Construire une ébauche de questionnaire en ligne ;
- Apprendre à analyser les résultats.

CLIENTÈLE VISÉE

Gestionnaires, chargé(e)s de projets aux expositions, à l'éducation et à l'action culturelle, responsables des communications et du marketing



En ligne

- Durée : 8 heures
- 3 séances de 2 heures sur Zoom
- + 2 heures d'exercice en dehors des séances
- Maximum de 12 personnes

FORMATRICE

Lucie Daignault a été responsable de l'évaluation au Musée de la civilisation de 1988 à 2018. Depuis 2018, elle est consultante pour la SMQ : de 2018 à 2023 elle a notamment piloté les sondages de satisfaction et de provenance de la SMQ, et de 2021 à 2023, dans le cadre du programme d'accompagnement personnalisé de la SMQ, elle a accompagné près de 20 institutions muséales pour la réalisation de leurs sondages. Elle a aussi réalisé 2 sondages (2019 et 2024) sur l'impact de la gratuité des dimanches pour le compte du ministère de la Culture et des Communications du Québec.

Elle a été chargée de cours à l'Université Laval et à l'Université du Québec à Trois-Rivières, ainsi que formatrice en évaluation muséale pour le réseau muséal au Québec et à l'international.

Auteure de nombreux articles scientifiques, elle a aussi prononcé des conférences dans plusieurs colloques scientifiques à l'échelle locale et internationale. Son ouvrage : *L'évaluation muséale : savoirs et savoir-faire* a reçu le prix « recherche » de l'Association des musées canadiens en 2013. Elle a codirigé un ouvrage collectif : *Les Musées et leurs publics. Savoirs et Enjeux*, lequel a été lancé lors d'un symposium international qu'elle a organisé en décembre 2014.

RECEVOIR SON MONDE : LES BASES DE L'ANIMATION

Une interaction efficace et stimulante avec les visiteurs et les visiteuses est essentielle au succès d'une visite animée en milieu muséal et patrimonial. Cette interaction s'appuie sur plusieurs concepts de communication, de connaissance des publics et de techniques d'animation variées.

Cette formation propose d'initier les personnes inscrites aux différents aspects du travail d'animation. Quelles sont les qualités requises pour bien recevoir son monde? Comment capter l'attention des différents publics et adapter ses méthodes de communication à ceux-ci? Quelles techniques d'animation utiliser pour dynamiser une visite et susciter la participation? Quel est l'impact de la communication non verbale? Comment faire face aux défis qui surgissent en contexte d'animation?

Les principes de base entourant la connaissance des publics, l'animation et la communication en contexte d'interprétation sont présentés et appliqués par le biais de notions théoriques, de discussions, de mises en situation et d'exercices pratiques.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Reconnaître les compétences requises pour faire de l'animation en contexte muséal et patrimonial;
- Comprendre les caractéristiques, les besoins et les motivations des publics variés;
- Appliquer les principes et techniques de communication verbale et non verbale;
- Explorer des techniques d'animation en situation de visite;
- Rendre les visites plus interactives en suscitant la participation des publics;
- Faire face aux défis ou situations problématiques en contexte d'animation.

CLIENTÈLE VISÉE

Guides, animateur(-trice)s, professionnel(le)s de l'éducation muséale, de la médiation et de l'action culturelle



En ligne

- Durée : 6,5 heures
- 2 séances de 3 heures sur Zoom
- + 30 minutes d'exercice en dehors des séances
- Maximum de 12 personnes



En présentiel

- Durée : 7 heures
- 1 journée
- Maximum de 15 personnes

FORMATRICE

Titulaire d'une maîtrise en muséologie, **Isabelle Desaulniers** cumule plus de vingt-cinq ans d'expérience en animation et en éducation auprès des familles, des adultes et des jeunes du préscolaire, du primaire et du secondaire.

Elle a œuvré en tant que spécialiste en éducation muséale et en médiation culturelle pour des institutions aux disciplines variées, notamment l'architecture, l'histoire, l'archéologie, la science, la technologie et l'environnement. Ses réalisations comptent la conception de programmes et jeux éducatifs, scénarios de visite, valises pédagogiques, dispositifs interactifs, carnets d'exploration, rallyes, ateliers, activités thématiques, etc. Depuis 2004, elle travaille comme consultante et, depuis 2006, elle offre des formations pour la Société des musées du Québec.

Isabelle Desaulniers privilégie une approche visant à offrir une expérience de visite à la fois enrichissante et divertissante. Sa philosophie de la médiation muséale repose sur la conviction que le partage des connaissances doit nécessairement s'ancrer dans une démarche axée sur le plaisir, l'échange, le questionnement et la découverte.

RÉDACTION ÉPICÈNE AU MUSÉE : INCLURE TOUT LE MONDE ET RESTER LISIBLE

Au musée comme ailleurs, l'emploi du masculin générique est répandu. Cette approche de la langue française repose sur l'idée que le genre masculin peut désigner autant les hommes que les femmes. Pourtant, depuis 1979, l'Office québécois de la langue française a produit plusieurs avis et outils en lien avec la rédaction épïcène, qui consiste en une représentation équitable du féminin et du masculin dans les textes. La rédaction épïcène utilise des procédés simples et courants pour produire un texte qui demeure lisible et compréhensible.

Cette formation permettra aux personnes inscrites de développer de nouveaux réflexes rédactionnels qui favorisent une représentation équitable des genres tout en assurant une écriture souple, claire et cohérente. À l'aide d'exercices appliqués et de nombreux exemples, la formatrice les amènera à choisir les bons procédés de rédaction épïcène en fonction des différents types de textes produits par leur institution.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Définir ce qu'est la rédaction épïcène ;
- Connaître les différents procédés pour rédiger ou rendre un texte épïcène ;
- Appliquer adéquatement ces procédés lors de la rédaction d'un texte.

CLIENTÈLE VISÉE

Toute personne amenée à rédiger des textes dans un contexte muséal



En ligne

- Durée : 7 heures
- 2 séances de 3 heures sur Zoom
- + 1 heure d'exercice entre les séances
- Maximum de 12 personnes

FORMATRICE

Marie-Élaine Gadbois a toujours été uneoureuse des mots. Après avoir terminé un baccalauréat en histoire de l'art, elle intègre le marché du travail dans le domaine du patrimoine. Parallèlement à son travail, elle étudie en rédaction professionnelle.

En 2012, cette jeune entrepreneure fonde Oculus révision · rédaction. Son entreprise combine ses deux passions : le patrimoine et la langue française. Quatre ans plus tard, elle devient réviseure agréée. Depuis mai 2022, elle porte également le titre de rédactrice agréée.

Depuis une douzaine d'années, Marie-Élaine met sa passion et son expertise au service d'une clientèle diversifiée : institutions muséales, firmes d'architecture, villes et MRC, maisons d'édition, organismes culturels, gouvernement du Québec...

RÉDACTION NUMÉRIQUE : COMMUNIQUER AVEC EFFICACITÉ

Que ce soit via le site Web, les médias sociaux, les infolettres ou les blogues, les institutions muséales et patrimoniales publient des textes afin de rejoindre divers publics. Ces textes sont-ils réellement lus et compris? Atteignent-ils leur but?

Cette formation propose des trucs et astuces, simples et pratiques, pour rédiger des textes qui permettront aux institutions muséales et patrimoniales de communiquer plus efficacement et donc de mieux informer, divertir ou convaincre leurs lecteurs et lectrices. Les personnes inscrites pourront appliquer les notions apprises à différents types de textes : médias sociaux, page Web, document de promotion, etc.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Appliquer les principes de base et les meilleures pratiques en rédaction numérique;
- Adapter leur style de rédaction en fonction des objectifs de l'institution, des publics ciblés et des diverses plateformes numériques.

CLIENTÈLE VISÉE

Gestionnaires des institutions muséales et patrimoniales, responsables des communications et du marketing, chargé(e)s de projets en milieu muséal



En ligne

- Durée : 9 heures
- 3 séances de 3 heures sur Zoom
- Maximum de 15 personnes

FORMATEUR

Étienne Denis est un professionnel de la rédaction depuis trois décennies. Comme consultant, il aide les petites et grandes organisations à mieux communiquer avec leurs textes. Comme rédacteur, il leur produit des textes clairs, simples, concrets et, surtout, convaincants. Il a donné plus d'une centaine de formations, notamment pour des organisations culturelles comme le Musée de la civilisation et la Place des Arts.



RÉUSSIR SA MÉDIATION PARTICIPATIVE À DISTANCE

De nombreuses institutions muséales et patrimoniales jonglent désormais entre activités in situ et offre numérique. Les activités de médiation en ligne permettent une plus grande accessibilité aux musées leur donnant aussi l'opportunité d'élargir leurs publics au-delà des frontières géographiques, voire sociales. Outre les contenus, les professionnel(le)s de la médiation qui animent à distance doivent dès lors relever le défi du contact humain et de l'interaction. Comment préserver le dialogue dans un contexte de médiation virtuelle ?

Cette nouvelle réalité implique le développement de nouvelles compétences, qui cumulent capacité à encourager le dialogue à distance et habiletés numériques. Dans le foisonnement des solutions disponibles en ligne, il est parfois difficile de s'y retrouver, et indispensable de se doter de pratiques adéquates pour préserver la qualité de l'offre. Cette formation permettra aux personnes inscrites de distinguer les différents contextes de médiation à distance et d'approprier les nouveaux contenus, les outils et les compétences nécessaires pour rejoindre et favoriser l'expérience et la participation active du public virtuel.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Identifier les différents contextes de médiation à distance dans les musées ;
- Mettre de l'avant l'expérience et la participation active du public dans leurs animations à distance ;
- Animer des activités à distance de façon captivante ;
- Choisir l'outil de diffusion en fonction de leurs objectifs.

CLIENTÈLE VISÉE

Professionnel(le)s en médiation, éducation muséale et action culturelle



En ligne

- Durée : 10 heures
- 3 séances de 3 heures sur Zoom
- + 1 heure d'exercice en dehors des séances
- Maximum de 12 personnes

FORMATRICE

Après avoir travaillé pendant sept ans en éducation et pédagogie, **Christelle Renoux** a œuvré comme médiatrice culturelle en France et au Québec, tant au niveau muséal que patrimonial. Au cours de ses différentes expériences, elle a animé des visites et des ateliers artistiques pour tous les publics, formé des médiateur(-trice)s culturel(le)s, élaboré différents types de médiations culturelles (scénario de visite, médiation écrite en salle, parcours de visites...) et participé au développement de programmations éducatives et culturelles.

Christelle Renoux a travaillé douze ans comme responsable des publics et de la médiation culturelle au MAC LAU. Depuis presque trois ans, elle est coordonnatrice en muséologie et tourisme culturel pour la Corporation Église Sainte-Amélie, la Corporation historique du Phare de Pointe-des-Monts et des projets muséaux pour Tourisme et Croisières Baie-Comeau. Elle est également formatrice, consultante en médiation culturelle et projets éducatifs.

SCÉNARIO D'EXPOSITION

Le scénario est le jalon indispensable pour passer du concept d'un projet d'exposition à sa concrétisation matérielle. Le ou la scénariste tient compte des intentions et des contraintes propres au projet : publics cibles, objectifs, fil conducteur, expérience visiteur, budget, espaces, moyens envisagés, etc. Ceci l'amène à structurer tout le contenu de l'exposition : objets, documents iconographiques, modules interactifs, éléments scénographiques, textes et messages. Mais attention, pas de recette miracle ! Chaque scénario varie selon l'institution, le type d'exposition et, surtout, suivant les personnes ou les équipes qui l'utiliseront. Alors, quelle méthodologie adopter ?

Cette formation permettra aux participant(e)s de clarifier les objectifs du scénario d'exposition comme outil de travail névralgique et d'évaluer son potentiel multidisciplinaire. À l'aide d'exercices appliqués et de nombreux exemples, la formatrice les amènera à identifier les composantes et les formats possibles pour concevoir des scénarios adaptés à différents projets.

Prérequis

Connaître les différentes étapes de conception de projet d'exposition, telles qu'identifiées dans le [Dictionnaire des compétences – Mise en exposition](#) ou disposer d'un cumul d'expérience pertinente.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Définir les composantes d'un scénario d'exposition ;
- Identifier les différents moyens pour diffuser les messages ;
- Construire et rédiger un document qui structure tous les contenus de l'exposition ;
- Intégrer les besoins de l'équipe de travail dans le scénario.

CLIENTÈLE VISÉE

Chargé(e)s de projet aux expositions



En ligne

- Durée : 7 heures
- 2 séances de 3 heures sur Zoom
- + 1 heure d'exercice en dehors des séances
- Maximum de 12 personnes

FORMATRICE

Geneviève Murray œuvre depuis près de 30 ans dans le milieu culturel. À la suite d'une formation en histoire, en pédagogie et en muséologie, elle a occupé différents postes dans le milieu muséal, au Québec et en France, pendant une dizaine d'années. Elle a ensuite travaillé cinq ans à Bibliothèque et Archives nationales du Québec (BAnQ), au sein des services de l'animation et de la formation, puis de la programmation culturelle. Ayant acquis de solides compétences en médiation culturelle et en gestion de projets, c'est avec enthousiasme qu'elle mène à bien des mandats variés en conception, scénarisation et rédaction autour de projets de nature muséale (expositions, panneaux d'interprétation et outils numériques) ainsi que la réalisation de programmes éducatifs, de formation et d'accompagnement. Elle fait partie de l'équipe de formateurs et de formatrices de la Société des musées du Québec (SMQ) depuis 2017.

SCÉNARISER UNE ANIMATION

Plus que jamais, la situation des musées exige de leurs équipes d'excellentes capacités à se renouveler dans l'optique de satisfaire les attentes des différents publics, d'optimiser l'expérience de visite et remplir adéquatement sa mission éducative. Pour leur part, les responsables de projets de médiation, d'éducation et d'action culturelle sont comme d'habitude régulièrement amené(e)s à planifier et à concevoir de nouvelles animations structurées, qui tiennent compte des contenus à transmettre et de la mission de leur institution. L'organisation du déroulement de la visite par le biais d'un scénario d'animation est indispensable, notamment pour la formation des guides.

Cette formation vise à favoriser la maîtrise de l'ensemble du processus de scénarisation d'une animation en milieu muséal ou patrimonial. Les différentes composantes de celui-ci seront présentées par l'entremise de notions théoriques, d'exemples variés, de témoignages et d'exercices pratiques.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Reconnaître les avantages à structurer les animations à l'aide d'un scénario ;
- Mettre de l'avant l'expérience de visite et la participation active des publics dans la scénarisation d'une animation ;
- Différencier les notions suivantes : concept, scénario, thème et sous-thèmes, objectifs de communication, objectifs d'expérience de visite, fil conducteur, messages, contenu et trame narrative ;
- Comprendre comment s'articulent les trois pôles - objet, visiteurs et visiteuses, médiateur ou médiatrice — au sein de la planification d'un scénario ;
- Se familiariser avec l'arborescence des messages, la structure du scénario et les étapes de planification et de scénarisation d'une activité ;
- Distinguer les informations logistiques de celles de contenu et de déroulement du scénario ;
- Rédiger un scénario d'animation sous forme de tableau.

CLIENTÈLE VISÉE

Professionnel(le)s en médiation, éducation muséale et action culturelle



En ligne

- Durée : 11 heures
- 3 séances de 3 heures sur Zoom
- + 2 heures d'exercice en dehors des séances
- Maximum de 12 personnes



En présentiel

- Durée : 14 heures
- 2 journées
- Maximum de 15 personnes

FORMATRICE

Titulaire d'une maîtrise en muséologie, **Isabelle Desaulniers** cumule plus de vingt-cinq ans d'expérience en animation et en éducation auprès des familles, des adultes et des jeunes du préscolaire, du primaire et du secondaire.

Elle a œuvré en tant que spécialiste en éducation muséale et en médiation culturelle pour des institutions aux disciplines variées, notamment l'architecture, l'histoire, l'archéologie, la science, la technologie et l'environnement. Ses réalisations comptent la conception de programmes et jeux éducatifs, scénarios de visite, valises pédagogiques, dispositifs interactifs, carnets d'exploration, rallyes, ateliers, activités thématiques, etc. Depuis 2004, elle travaille comme consultante et, depuis 2006, elle offre des formations pour la Société des musées du Québec.

Isabelle Desaulniers privilégie une approche visant à offrir une expérience de visite à la fois enrichissante et divertissante. Sa philosophie de la médiation muséale repose sur la conviction que le partage des connaissances doit nécessairement s'ancrer dans une démarche axée sur le plaisir, l'échange, le questionnement et la découverte.

SERVICE À LA CLIENTÈLE ET ACCUEIL AU MUSÉE

Le service à la clientèle et l'accueil revêtent une importance capitale. En effet, ils constituent la première – et parfois la dernière – impression qu'une personne gardera de son expérience de visite. Dans ce contexte où il sera nécessaire parfois de reconquérir, parfois de rassurer les publics, les équipes de première ligne doivent redoubler d'ardeur pour offrir un accueil irréprochable.

Cette formation destinée à des personnes peu expérimentées vise à transmettre les principes de base de l'accueil et du service à la clientèle dans les institutions muséales et patrimoniales. À la fin de cette formation, les participant(e)s seront en mesure de répondre adéquatement aux attentes, d'interagir avec différentes personnalités de façon appropriée et d'offrir le meilleur service à chaque étape de la visite.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Cerner l'impact du personnel d'accueil dans l'expérience de visite ;
- Lister des actions inconscientes qui peuvent nuire à la qualité de l'accueil ;
- Identifier les standards de qualité en accueil et service à la clientèle dans les musées ;
- Adopter de bonnes pratiques pour optimiser l'expérience de visite ;
- Traiter les cas difficiles, les plaintes et les insatisfactions.

CLIENTÈLE VISÉE

Préposé(e)s à l'accueil, guides, personnel de la médiation – niveau débutant



En ligne

- Durée : 6,5 heures
- 2 séances de 3 heures sur Zoom
- + 30 minutes d'exercice en dehors des séances
- Maximum de 12 personnes



En présentiel

- Durée : 7 heures
- 1 journée
- Maximum de 15 personnes

FORMATEUR

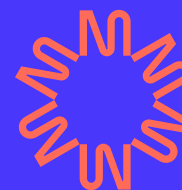
Titulaire d'un diplôme en commerce de détail et distribution de l'École des Hautes Études Commerciales (Université de Montréal), **Claude Lalonde** s'est spécialisé dans l'efficacité des organisations, la promotion, la mise en marché de produits et services et les relations entre les employé(e)s et les client(e)s.

Son statut de consultant des 20 dernières années l'a amené à travailler avec des organisations des milieux culturels, gouvernementaux, OBNL et entreprises à but lucratif autant pour le secteur du commerce de détail que des entreprises de services.

Claude Lalonde a écrit plusieurs articles, prononcé de nombreuses conférences et donné des formations ayant comme thématique l'image de l'entreprise, l'efficacité organisationnelle, les stratégies de développement et de mise marché, les ressources humaines ainsi que la fidélité des employé(e)s et des client(e)s envers une organisation. Il agit comme formateur pour la Société des musées du Québec depuis une quinzaine d'années.

Notre offre *d'activités de formation* est rendue possible grâce à notre précieux réseau de *collaborateur(-trice)s, expert(e)s* et de *formateur(-trice)s engagé(e)s* sur le terrain avec qui nous déployons de manière renouvelée nos activités. Nous tenons à remercier chaleureusement toutes les personnes qui contribuent à *soutenir* le réseau muséal et patrimonial au Québec. La SMQ tient également à souligner l'apport indispensable des *partenaires* suivants dans le développement de son offre de formation continue :

- La Commission des partenaires du marché du travail (CPMT)
- Le Conseil de la formation continue
Arts et culture de l'Île-de-Montréal (CFC)
- Le Fonds de développement et de reconnaissance des compétences
de la main-d'œuvre (FDRCMO)
- Le ministère de la Culture et des Communications (MCC)
- Le ministère de l'Emploi et de la Solidarité sociale (MESS)
- L'Université du Québec à Trois-Rivières (UQTR)
- Compétence Culture



COMMENT ORGANISER UNE ACTIVITÉ

Les dates et disponibilités de nos activités de formation doivent être confirmées en amont avec les formateur(-trice)s avec qui nous collaborons.

Contactez-nous afin de connaître les modalités et les coûts des activités, et de discuter de la possibilité d'organiser une formation.

formation@smq.qc.ca
514 987-3264, poste 2508

Consultez les actualités de nos activités de formation sur le site de la SMQ

musees.qc.ca

SOCIÉTÉ DES
**MUSÉES
DU QUÉBEC**