

Galleries, Libraries, Archives, Museums (GLAMs)

Synthèse des rapports d'évaluation d'impact des événements culturels impliquant des jeunes

The GLAMers



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

The GLAMers project is co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union.
The views and opinions expressed in this presentation are the sole responsibility of the author and
do not necessarily reflect the views of the European Commission.

Fiche d'information

Auteurs	Pier Giacomo Sola
Organisation responsable	Michael Culture Association
Date de soumission	31/12/2022
Niveau de diffusion	Public
Numéro de projet	2020-1-CY02-KA227-YOU-002022
Acronyme du projet et titre	The GLAMers - Améliorer les GLAM grâce à l'engagement des jeunes pendant la crise du COVID-19
Site Web du projet	https://glamers.eu/
Numéro et titre de la production intellectuelle	O3 - Événements culturels des GLAM impliquant des jeunes
Co-auteurs	Clelia Arminiotou, Marinos Ioannides, Menelaos Lambis, Marta Kuliš Aralica, Vedrana Ceranja, Iva Novak, Katerina Zourou, Stefania Oikonomou, Aris Dimitriou
Réviseur de texte	Marco Fiore, Corinne Szteinszneider
Résumé	Au carrefour de 3 concepts principaux, la jeunesse, la pandémie et les GLAM, ce rapport vise à soutenir le dialogue des institutions du patrimoine culturel dans leur tentative de faire face aux défis liés au COVID-19 en impliquant mieux les jeunes dans leurs activités de sensibilisation. Après une série d'ateliers de conseil dispensés par les partenaires du projet aux GLAM identifiés, un ensemble d'activités culturelles organisées par les GLAM avec la participation des jeunes a eu lieu à l'automne 2022. Le présent rapport décrit les activités menées, proposant une analyse comparée des activités et des résultats réalisée dans les locaux du GLAM.
Liste de mots clés	Jeunesse, Pandémie, Galeries, Bibliothèques, Archives, Musées, Culture, Numérique, GLAM
Copyright	Creative Commons — Attribution 4.0 International — CC BY 4.0

Table des matières

1.	Présentation des GLAM et des activités de conseil.....	4
1.1	Musée de l'Histoire Vivante (Museum of Living History).....	4
1.2	Bank of Cyprus Cultural Foundation.....	9
1.3	Biennale of Western Balkans (BoWB)	13
1.4	Muzej za Umjetnost i Obrt (Museum of Arts and Crafts).....	16
1.5	Fondazione Villa Ghigi	20
1.6	Koninklijke Musea voor Kunst en Geschiedenis - Musées royaux d'Art et d'Histoire (Royal Museums of Art and History, KMKG-MRAH).....	23
2.	Évaluation de l'impact	26
2.1	Évaluer l'impact grâce au EIP dans le contexte GLAMers	26
2.2	Concevez votre impact	26
2.3	Étapes ultérieures.....	31

1. Présentation des GLAM et des activités de conseil

La présente section décrit l'action menée par les partenaires GLAMers en référence aux activités prévues par la production intellectuelle 3 du projet. En plus d'une présentation des quatre GLAM impliqués dans les activités menées en Croatie, à Chypre, en France et en Grèce grâce au soutien des partenaires GLAMers, deux études de cas supplémentaires mises en œuvre avec le soutien des partenaires associés sont présentées, en Belgique et en Italie.

1.1 Musée de l'Histoire Vivante



Le musée de l'Histoire Vivante (MHV) est un musée historique situé à Montreuil-sous-Bois, à l'Est de Paris, en France, conservant de nombreux documents, y compris des documents iconographiques tels qu'une importante collection photographique et des archives relatives à l'histoire de Montreuil et sa banlieue. Créé en 1937 par l'Association pour l'Histoire Vivante sous l'impulsion de l'homme politique communiste Jacques Duclos, le musée ouvre ses portes le 23 mars 1939 pour le 150e anniversaire de la Révolution française, quand Jean Bruhat s'est vu confier la direction du projet. Il traite de

l'histoire des mouvements sociaux, de la colonisation et de la décolonisation, ainsi que de la banlieue et du patrimoine industriel de la ville de Montreuil. Depuis, son domaine s'est élargi, notamment au travers d'expositions temporaires.

L'Association pour l'Histoire Vivante est une association d'éducation populaire. Depuis sa création en 1937, elle s'est fixée pour objectif de permettre au plus grand nombre d'accéder et de participer à la culture. L'Association gère le musée du même nom, dont les collections s'étendent du XVIIIe au XXe siècle. Essentiellement centrées sur l'histoire sociale, politique et culturelle, sur l'histoire du socialisme, du communisme et des courants libertaires, ces collections sont mises en valeur par des expositions, des journées d'études et des modules pour les scolaires.

Les collections originales du Musée d'Histoire Vivante couvrent une large période, de la Révolution française à la Seconde Guerre mondiale et sont issues de nombreuses donations et acquisitions.

Le 26 mars 1939, le Musée d'Histoire Vivante ouvre ses portes au public. Trois personnalités communistes sont à l'origine de sa fondation : Jacques Duclos, député de la circonscription, Fernand Soupé et Daniel Renoult respectivement maire et conseiller général de Montreuil. Un an plus tôt, ils avaient créé l'Association pour l'Histoire Vivante. Musée de l'histoire du mouvement populaire et des révolutions, l'exposition présentée s'inscrivait dans le cadre de la célébration du 150e anniversaire de la Révolution française.

Au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, le musée prend provisoirement le titre de « Musée de l'Histoire de France ». Une salle consacrée à la Résistance et à la Libération est officiellement inaugurée le 22 octobre 1949, trois ans après la réouverture officielle au public le 22 juin 1946.

Dans les années 1950, le musée ouvre ses portes aux chercheurs : Marcelle Auclair dans le cadre de la rédaction de la biographie sur Jean Jaurès, Jean Maitron lors des recherches entreprises pour son histoire du mouvement anarchiste en France.

Les années 60 et 70 sont une période difficile qui conduit à la semi-fermeture du musée. En 1975, Marcel Dufriche, maire de la ville, devient président de l'association. La décision d'une rénovation complète du musée a été décidée par les autorités du musée et la municipalité.

Le 24 septembre 1988, un nouveau musée ouvre ses portes avec une exposition consacrée à Jean Jaurès et la Révolution française afin de célébrer par avance le bicentenaire de la Révolution française. Le musée acquiert le statut de musée contrôlé par la Direction des musées de France.



En 1992, nouveau sursaut. Un programme prévu jusqu'en 1998 est adopté par le Conseil d'administration et témoigne d'une volonté ferme de maintenir l'activité du musée. Le succès rencontré en 1993 par le Salon du Jouet de Paris (JEP) sollicitant de vastes collections privées matérialise les efforts entrepris. Deux ans plus tard, une grande rétrospective sur le cinéma russe à Paris, réalisée avec le concours du musée Langlois, du BIFI (Bibliothèque du Film) et du service des costumes de l'Opéra de Paris (Garnier), permet au musée de se relancer. Le musée réalise également, en collaboration avec l'association Passerelles, deux documentaires vidéo. L'un sur la libération de Montreuil en août

1944, l'autre sur le retour des déportés français du camp de Buchenwald (1995).

En mai 2015, l'Association pour l'Histoire vivante, lors d'une Assemblée générale extraordinaire, a modifié ses statuts pour se donner deux objectifs majeurs : la poursuite et l'amplification de l'activité muséale et la construction d'un projet ambitieux de musée d'histoire sociale et ouvrière à l'échelle nationale.

Ainsi, tant d'années après sa fondation, le musée poursuit sa démarche de livrer au public une histoire engagée mais indépendante des objectifs politiques qui lui étaient fixés auparavant, une histoire sociale, une histoire de l'image, une histoire des petits peuples, une histoire du passé et du présent, une histoire vivante.

Services proposés par le Musée de l'Histoire Vivante

Dans le cadre de la modification des programmes scolaires d'histoire pour les premières classes du Lycée, le MHV propose des ateliers documentaires et des supports iconographiques à partir des collections du musée. Des ateliers documentaires initient les lycéens à la lecture d'images historiques et critiques. L'interlocuteur du service est Hélène Aury, responsable de l'accueil du public, haury@orange.fr.

Services pour les jeunes et les écoles

Les écoles locales et autres services jeunesse, dont le centre social et la bibliothèque de la ville, collaborent déjà avec le MHV. En particulier, les enseignants intéressés à développer des projets pédagogiques avec l'équipe pédagogique du musée, peuvent demander une sélection de documents originaux en rapport avec le domaine disciplinaire souhaité.

En une ou plusieurs séances, et encadrés par l'équipe pédagogique du musée, les étudiants identifient, classent et sélectionnent les documents qui leur semblent les plus pertinents pour leur projet : élaboration d'une exposition, d'une plaquette documentaire, d'un journal correspondant à une période donnée, préparation au concours national de la Résistance et de la Déportation, etc.

Ce travail réalisé est présenté avec l'accord des enseignants et des élèves, également sur le site internet du musée, sous forme de documents à télécharger ou d'une exposition virtuelle. Le musée met à la disposition de l'enseignant les moyens multimédias nécessaires (vidéoprojecteur et poste multimédia).

Le Musée d'histoire vivante édite ou coproduit également des ouvrages historiques, des catalogues d'exposition, des cartes postales et des films documentaires.

Comme mentionné, le MHV est situé dans la partie est de la ville de Montreuil, à l'intérieur du Parc Montreau. La situation géographique du MHV a constitué jusqu'à présent un obstacle à son développement, puisque la plupart des attractions, expositions et offres culturelles de la ville sont organisées dans la zone proche de l'Hôtel de Ville et de la station de métro. La poursuite de la transformation digitale du musée ainsi que le renforcement de la valorisation des ressources naturelles de la zone du parc autour des locaux du MHV, sont les deux axes stratégiques pour accroître la visibilité du musée, et s'adresser à un public des jeunes, actuellement peu touché par l'offre du musée.

Son site internet est visible à : <http://www.museehistoirevivante.fr>.

En novembre 2022, une nouvelle série d'activités a été organisée pour présenter un roman graphique centré sur la guerre d'Algérie, dans les années 1950-60. Cette rencontre a réuni Tramor Quemeneur, universitaire, historien et membre de la commission « Mémoires et Vérité », et deux auteurs : Christophe Goret Dit Kris qui a scénarisé « Un costume pour l'Algérie » relatant l'histoire de la première équipe nationale algérienne de football, et Jeanne Puchol qui a fait un récit personnel et graphique des deux dernières années du conflit avec Charonne Bou Kadir.



Au cours de la dernière saison estivale, un documentaire a été développé « Du musée au quartier en passant par le parc » réalisé par Swann El Mokkeddem, filmé avec la participation active de la jeunesse locale. Il a été

projeté pour la première fois le 18 novembre 2022 dernier, avec la participation de plus de 300 personnes. La présentation a été organisée dans le cadre de l'exposition « Banlieues Vivantes », avec la participation d'un groupe d'artistes « Les Cousins ».

Une autre initiative ciblant les jeunes a été lancée à l'été 2022 concernant la promotion des activités sportives. Les ateliers, organisés dans le quartier Le Morillon de la ville de Montreuil, ont recueilli des récits oraux et des paysages sonores sur le thème du sport.

Ces « cartes postales sonores » sont mises en écoute sur <https://framacarte.org/m/135198/> et sont également présentées dans l'exposition « Banlieues Vivantes ».

Ce projet s'inscrit dans le cadre des opérations Été Culturel et « C'est mon patrimoine » lancées par le Ministère de la Culture.

Le musée est présent sur les réseaux sociaux suivant :

- <https://www.facebook.com/mhvivante/> (2351 followers)
- https://twitter.com/mhv_montreuil (449 tweets, 418 followers)
- <https://www.instagram.com/museedelhistoirevivante/> (92 posts, 718 followers)

Cependant, le lien vers les réseaux sociaux n'est pas présent sur la page d'accueil de MHV

Propositions issues des réunions communes entre le MHV et le projet GLAMers

Même si la nécessité pour une institution culturelle d'utiliser les médias sociaux est assez claire pour l'ensemble du secteur, de nombreuses petites institutions les utilisent encore sans une stratégie claire en tête.

Pour cette raison, la première étape consiste en l'élaboration d'un plan stratégique indiquant quels objectifs concrets l'institution culturelle souhaite atteindre, quels objectifs sociaux, les actions à mener et par quels indicateurs elle souhaite mesurer ces actions.

L'action des GLAMers ne portant pas spécifiquement sur la création d'une stratégie social media, nous avons brièvement identifié les besoins du Musée d'Histoire Vivante dans ces trois domaines. L'objectif de notre action est de proposer 3 actions concrètes qui répondent à ces besoins.

Objectif institutionnel	Objectif social	Indicateurs
Aider les visiteurs potentiels à mieux connaître l'institution	Sensibiliser	Croissance du nombre et des abonnés
Impliquer plus de jeunes dans les activités du musée	Engagement	Likes et Mentions (@)
Proposer plus de contenus utiles à l'éducation	Conversation	Likes, Croissance des abonnés, Commentaires (qualitatif)

Outre les enjeux des médias sociaux, il est important de maximiser le lien avec le Parc Montreau, d'augmenter l'intérêt, d'impliquer et de mobiliser les personnes qui visitent le parc mais ne sont pas informées des activités menées par le MHV. Parallèlement à une nouvelle conception d'une signalétique d'information sur le musée au sein du parc, il peut être important de fournir plus d'informations sur les réalisations antérieures du musée. Cela peut être fait en concevant les nouvelles signalétiques de manière attrayante, en impliquant également de jeunes artistes dans leur conception, ainsi qu'en incluant des codes QR renvoyant aux pages Web du MHV où le visiteur peut avoir un ensemble complet d'informations sur les activités précédentes notamment les expositions.

D'autre part le site web du musée peut être réorganisé, pour offrir un lien immédiat avec les réseaux sociaux et donner plus de résonance aux activités du musée. Cela doit être fait selon une révision générale de la stratégie de communication, visant l'augmentation des relations avec les communautés locales, principalement les écoles, les centres sociaux et d'autres associations de jeunes.

Les activités avec les écoles et les jeunes pourraient également être élargies afin de les impliquer dans une campagne de numérisation massive, afin de les impliquer et de compléter le processus de numérisation de toutes les collections du MHV. Ainsi, il pourrait être possible d'organiser une présentation hebdomadaire (ou mensuelle) des collections numériques des musées, proposant des jeux et des quiz pour impliquer les utilisateurs. Partant de la pratique déjà en place, une newsletter, adressée directement à toutes les personnes suivant les réseaux sociaux du musée, devrait régulièrement informer le public potentiel sur les activités du MHV.

Une grande attention doit être portée à l'exposition sur le sport prévue en 2024. C'est une opportunité importante, car tout le monde regardera Paris pendant les Jeux olympiques. Un gros effort doit être fait pour motiver les touristes sportifs visitant les jeux à étendre leur visite à l'exposition MHV.

Le projet GLAMers aborde les trois propositions suivantes pour de nouvelles activités axées sur l'augmentation de l'engagement des jeunes. Elles ont été présentées et testées lors de la réunion finale, organisée au Musée d'Histoire Vivante, le 12 janvier 2023 :

- **CrowdHeritage** : Un échantillon des collections numériques du MHV peut être mis à disposition sur CrowdHeritage (<https://crowdheritage.eu>). CrowdHeritage est une plateforme d'annotation participative où les institutions du patrimoine culturel peuvent partager les métadonnées de leurs collections qui ont besoin d'être enrichies, et tout le monde peut contribuer à les améliorer dans le cadre d'une campagne organisée par une institution. Les élèves de l'école, ou les jeunes individuels, peuvent s'inscrire pour ajouter des tags et des commentaires aux collections, annotations qui seront

validées par le musée, les mobilisant ainsi pour un effort commun visant à rendre les collections plus riches et plus accessibles.

- **Museomix :** Suivant le modèle mis en place par l'association Museomix (<https://www.museomix.org>), le MHV peut organiser un événement associant musées, jeunes, jeunes artistes, entreprises créatives, start-ups, collectivités et grand public. Museomix crée les conditions de l'innovation pour l'organisation de nouvelles expositions et la rénovation de la muséographie traditionnelle.
- **Collection Days :** le musée définit une thématique liée à ses collections du musée et invite les visiteurs et habitants ou toute autre communauté de son choix à contribuer à une collecte temporaire (sur 1 ou plusieurs jours) digitale en leur proposant de créer des histoires documentées par des photos d'objet lié à l'exposition. Ces matériaux font partie d'une exposition où les contributions reçues sont présentées. Les objets et récits sont ensuite publiés sur le site internet du musée.

Dans le cadre d'une action avec des écoles : le personnel du musée présente le projet en classe, puis les élèves se rendent au musée pour le C-Day, prenant en photo les objets collectés. Les élèves créent des histoires sur leur ordinateur ou préparent un livre commun.

1.2 Bank of Cyprus Cultural Foundation

Créée en 1984, la Fondation culturelle de la Banque de Chypre (BoCCF, <https://www.boccf.org>) vise à encourager la recherche et l'étude de la civilisation chypriote dans les domaines de l'archéologie, de l'histoire, de l'art et de la littérature ainsi qu'à préserver et diffuser le patrimoine culturel et naturel de Chypre, avec un accent particulier sur la promotion internationale de la civilisation grecque séculaire de l'île. La Fondation culturelle est hébergée dans l'ancien bâtiment administratif de la Banque de Chypre, construit en 1936 et situé dans le centre historique de Nicosie. La Fondation gère des collections de : Monnaies - Cartes - Livres Rares & Manuscrits ; Gravures, photographies anciennes et aquarelles ; Art chypriote contemporain et collection archéologique. La Fondation gère également deux musées : le musée de l'Histoire de la monnaie chypriote et le Musée archéologique de George et Nefeli Giabra Pierides.



Les Collections de la Fondation Culturelle se sont enrichies au fil des années de plusieurs donations : en 2008, par les archives de photographies de Manuel Baud-Bovy et Aristeia Tzanou Baud-Bovy, en 1999, par la Collection Archéologique de George et Nefeli Giabra Pierides, offert par Clio et Solon Triantafyllides, en 1993, par la Map Collection d'Antonakis et Laura Georgiades, en 1988, par la Map Collection de Mikis et Agnes Michaelides, en 1987, par cinquante et une aquarelles d'Elektra Megaw sous le thème général « Wildflowers de Chypre ».

En juin 2013, la Fondation Culturelle a absorbé l'ensemble des opérations du Centre Culturel de l'ancienne Banque Laiki. Le centre culturel Laiki Bank a été créé en 1983. Le centre a été proactif dans la préservation, la promotion et l'amélioration de la scène culturelle chypriote. Son objectif principal était les domaines de l'art, de l'histoire, de l'éducation et des publications. Son cadre annuel d'activités comprenait des expositions, des programmes éducatifs et la préservation du patrimoine historique de Chypre par le biais des collections d'art chypriote contemporain, de livres rares, de documents et de photographies de la Banque concernant Chypre et la région du Moyen-Orient.

En juin 2013, les collections du Centre culturel ont été transférées dans la « salle des collections » de la Fondation culturelle de la Banque de Chypre, dans le bâtiment Phaneromeni. Ici, les collections seront conservées intactes et enregistrées dans les archives de la Fondation culturelle en tant que « collections fermées » avec un code distinct, afin de préserver historiquement leur identité. La Fondation Culturelle prend également en charge la gestion du Musée Pierides avec ses Collections. Tous les documents historiques, imprimés, machines, etc. récupérés de l'ancienne Banque Laiki seront rassemblés dans les archives historiques de la Banque de Chypre dans le bâtiment Phaneromeni, avant d'être enregistrés dans ses archives sous une unité spéciale, à des fins historiques et scientifiques.



Les Publications du Centre Culturel seront disponibles à la vente sur Agora, la boutique en ligne de la Fondation Culturelle.

Services offerts par la Bank of Cyprus Cultural Foundation

L'un des moyens par lesquels la Fondation culturelle atteint ses objectifs est la publication de livres et de folios relatifs à l'archéologie, l'histoire, l'art, la littérature et l'environnement. C'est précisément pourquoi la Fondation organise périodiquement des expositions, et des conférences scientifiques consacrées à ces

domaines. De plus, la Fondation culturelle a étendu ses activités à l'étranger, en étroite collaboration avec de grandes organisations et musées, tant à Chypre qu'à l'étranger. Depuis sa création, elle a organisé plus de quarante-cinq expositions à Chypre, en Grèce et dans plusieurs autres villes européennes. En février 2000, elle a ouvert une succursale en Grèce.

Des projets et des programmes à grande échelle visant à rechercher et à documenter la culture chypriote ont été systématiquement promus au fil des ans. Le programme de publication du Centre, qui se concentre sur des livres qui présentent des aspects importants de l'histoire et de la vie de Chypre, comprend plus de quarante éditions.

Services pour les jeunes et les écoles

La Fondation s'est lancée dans une série de programmes innovants et spécialisés, visant à rapprocher la jeunesse chypriote de l'art, des lettres et de la civilisation. Grâce à des programmes éducatifs spécialement conçus et à des visites guidées, plus de 100 000 étudiants ont eu l'opportunité d'enrichir leurs connaissances sur l'histoire et la civilisation de Chypre et d'autres pays, tout en profitant d'expériences esthétiques sans précédent.

Nouant de nouveaux partenariats avec des établissements d'enseignement reconnus et des animateurs qualifiés, la Fondation culturelle a également lancé une série de nouveaux programmes éducatifs et d'ateliers pour les familles, programmés pendant les week-ends.

Parmi ses programmes ciblant les jeunes, il est important de souligner quelques actions très intéressantes en référence à la portée du projet GLAMers.



Le programme « Permettez-moi de me présenter : je suis archéologue » s'adresse aux élèves du primaire dans le but de les familiariser avec la science de l'archéologie. Les étudiants ont la possibilité d'entrer en contact avec l'archéologie qui, par l'étude des aspects tangibles de la civilisation antique, donne accès aux sources primaires, nécessaires à la reconstitution des connaissances du passé. Notamment, par le biais d'une présentation PowerPoint interactive, les élèves apprennent les principes de base de l'archéologie en tant que science ainsi que les principales tâches de l'archéologue. À la fin de la présentation, les

étudiants se dirigent vers la zone spécialement conçue de la salle pédagogique, l'Atelier, pour une activité d'expérimentation liée à la découverte et à la conservation de la poterie. Jouant le rôle d'archéologues, les élèves creusent dans le sol à la recherche de morceaux de répliques de poterie. Ensuite, ils essaieront de recoller les morceaux afin de redonner au vaisseau sa forme initiale. De cette façon, les étudiants seront initiés au processus de classification et de conservation des découvertes de poterie, une partie fondamentale de la recherche archéologique.

Cette activité est suivie d'un jeu éducatif dans l'espace du Musée. Après avoir manipulé des répliques d'objets anciens, les élèves recherchent les pièces authentiques derrière les vitrines du Musée. Ensuite, ils sont invités à répondre à des questions sur le type et l'utilisation spécifiques des objets, leur provenance possible et enfin leur interprétation des découvertes de fouilles et des objets du passé aux expositions de musée.

L'action « Résoudre les mystères économiques du passé » cible les adolescents et vise à les engager dans les méthodes de la science historique avec un accent sur l'histoire économique. Grâce à ce programme, les étudiants découvrent différentes manières de se plonger dans des

aspects importants de l'histoire économique de Chypre au cours du XXe siècle, en s'appuyant sur des documents primaires et secondaires des archives historiques de la Banque de Chypre.



Le programme pédagogique se déroule en deux parties avec : a) une présentation Power Point des outils et méthodes de la science historique, ainsi que des tournants de l'histoire économique de Chypre de 1900 à 1959 et b) un quiz interactif basé sur des questions et réponses sur l'histoire économique de Chypre. Travaillant en groupes, les étudiants tenteront de résoudre les mystères économiques du passé de l'île en utilisant les sources primaires et secondaires des archives historiques.

L'émission intitulée « Quelque chose d'ancien se cuisine », s'adresse aux jeunes de 9-10 ans. Le programme explore les aspects associés à la nutrition à Chypre dans l'Antiquité en tant que partie inextricable de notre patrimoine culturel. Plus précisément, il examine de près les matières premières incorporées dans les habitudes alimentaires des anciens Chypriotes, la transformation des aliments, les récipients utilitaires pour stocker, consommer, servir et transporter les aliments, ainsi que les banquets (repas festifs / aristocratiques) et les repas quotidiens. Tout cela est mis en valeur par une narration muséale interactive qui invite à un voyage dans le temps. Une multitude d'activités d'apprentissage par l'expérience, basées sur les principes de l'éducation muséale et de l'éducation théâtrale, engage activement les participants au programme.



Intrigués par une ancienne dame chypriote comme guide, les enfants se familiarisent avec son quotidien et explorent de manière ludique les différents paramètres de la nutrition. Ils touchent et traitent les ingrédients, les outils et les récipients utilitaires (répliques) en utilisant la technologie numérique du musée. Leur expérience est enrichie par des expositions/jeux interactifs, conçus spécifiquement pour ce programme éducatif. L'initiative a été soigneusement conçue de manière à offrir une expérience multisensorielle et à encourager les élèves à interagir avec le passé, le présent et l'avenir de nos habitudes alimentaires et alimentaires dans le contexte plus large des paramètres culturels, sociaux et environnementaux.

Enfin, le programme « Forme en terre » est centré sur la poterie et la céramique de l'Antiquité chypriote. Grâce à la collection archéologique de la Fondation culturelle de la Banque de Chypre, les enfants passent une matinée ludique à découvrir la poterie ancienne et son évolution dans le temps. Ils apprendront le processus de fabrication, les techniques de peinture, les propriétés de l'argile et acquerront une expérience pratique des matières premières utilisées dans la fabrication de la poterie et de la céramique. Les enfants observeront également comment la couleur est ajoutée à l'argile à l'aide de minéraux.

Pour mieux comprendre comment les objets en céramique ont évolué dans l'Antiquité, les jeunes examinent des figurines et des vases de la collection archéologique de la Fondation culturelle. Ils façonnent ensuite leur propre petite figurine ou vase, à l'aide d'argile qu'ils décoreront avec des teintures naturelles.

Le musée est présent sur les réseaux sociaux :

<https://www.facebook.com/boccf/>

(28.639 followers)

<https://www.youtube.com/channel/UC7LmREPhUPGhjmPlfKcws> Q

(243 utilisateurs enregistrés)

<https://www.instagram.com/boccf/>

(398 posts, 2265 followers)

Propositions issues des réunions conjointes entre le BOCCF et le projet GLAMers

Le personnel du BoCCF impliqué dans les réunions conjointes comprenait deux personnes clés, à savoir Christy Papadopoulou, responsable de la communication et des événements, et Iliana Koulafeti, conservatrice. La discussion initiale a porté sur la présentation des outils et méthodes élaborés par le projet GLAMers, et comment ils pourraient être utiles pour évaluer l'engagement et l'impact des jeunes sur le BoCCF. Trois activités principales étaient prévues :

- Organisation d'un événement au BoCCF.
- Questionnaire à remplir par les participants.
- Entrevues avec le personnel et les jeunes participant à l'événement.

Au cours de la période où les activités ont eu lieu, l'exposition intitulée « Une approche originale de 1821 : la guerre d'indépendance grecque dans les figurines et dioramas personnalisés Playmobil » a eu lieu. Elle consistait en un éventail impressionnant de petites et grandes représentations tridimensionnelles de scènes et de personnages représentant des personnalités historiques de la guerre d'indépendance grecque de 1821. Une deuxième exposition, intitulée « Moments in the Museum », était une exposition interactive basée sur des souvenirs audiovisuels représentés à travers des pistes préenregistrées, des photos et des artefacts collectés auprès de populations de langue grecque qui ont quitté l'Anatolie il y a cent ans.

Sur les murs de la salle d'exposition, des images ont été accrochées, représentant des photos de famille et des portraits de personnes qui ont quitté l'Anatolie, ainsi que des images de leurs biens et d'objets appartenant à la famille. Dans la salle, des casques étaient disponibles pour que les visiteurs écoutent les histoires des personnes déplacées. À côté de chaque image, un code QR aidait les visiteurs à en savoir plus sur l'exposition, ainsi qu'à « l'emporter chez eux ».

Le dernier événement conjoint a eu lieu le 19 novembre 2022, avec l'ordre du jour suivant :

- L'utilisation de la technologie par les institutions culturelles, axée sur la réalité augmentée, la réalité virtuelle, les écrans tactiles et la gamification.
- Séance de remue-méninges et de consolidation d'équipe, où les participants ont élaboré leur propre événement culturel et planifié leurs propres méthodes d'engagement des jeunes par le biais des médias sociaux et des campagnes.
- Présentation des résultats par chaque équipe
- Évaluation de l'atelier.

Dix personnes ont participé à l'événement (5 jeunes et 5 professionnels travaillant dans les GLAM).

The poster is for a workshop titled "Τεχνολογική Αναβάθμιση των Δραστηριοτήτων των Φορέων Πολιτισμού της Κύπρου". It is organized by the Technological University of Cyprus (Τεχνολογικό Πανεπιστήμιο Κύπρου) in partnership with the Cyprus Council for Culture and Arts (Υποστηρικτής Κουλτούρας και Τέχνης) and the "CITIZENS IN POWER" initiative. The workshop is part of the "100 Years After the Evacuation of the Greek Community of the Asia Minor in Cyprus" project, organized by the Cyprus Council for Culture and Arts. The event is scheduled for Saturday, November 19, 2022, from 10:00 a.m. to 12:30 p.m. at the Cyprus Council for Culture and Arts, 86-90, Leukwisia 1011. The poster also features logos for the European Union and The GLAMers.

Διοργανωτές
Τεχνολογικό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Υποστηρικτής Κουλτούρας και Τέχνης

CITIZENS IN POWER

Εργαστήριο για τη Ζωτικής Σημασίας Συνεργασία μεταξύ Κοινού & Φορέων Πολιτισμού

"Τεχνολογική Αναβάθμιση των Δραστηριοτήτων των Φορέων Πολιτισμού της Κύπρου"

Σε συνέχεια της Διαδραστικής Έκθεσης Εικόνας και Ήχου "Η Μνήμη Επιστρέφει" Φωνές της Μικράς Ασίας στην Κύπρο 100 χρόνια μετά, της ερευνητικής ομάδας People of Cyprus, υπό τη σειρά εκδηλώσεων του Πολιτιστικού Ιδρύματος Τράπεζας Κύπρου **Στιγμές στο Μουσείο**.

ΗΜΕΡΑ Σάββατο, 19 Νοεμβρίου, 2022

ΩΡΑ 10.00 π.μ. - 12:30μ.μ.

ΧΩΡΟΣ Πολιτιστικό Ίδρυμα Τράπεζας Κύπρου, Φανερωμένης 86-90, Λευκωσία 1011

Με τη συμμετοχή της Ευρωπαϊκής Ένωσης

The GLAMers

1.3 Biennale of Western Balkans (BoWB)



La Biennale des Balkans occidentaux est née dans l'objectif de promouvoir le patrimoine immatériel et naturel à travers l'art, la technologie et la connaissance, avec la vision d'inspirer les personnes qui renouent avec la tradition. Son bureau central est situé

sur le campus de l'Université d'Ioannina, en Grèce.

Il présente des arts et des recherches interdisciplinaires axés sur les connaissances et les pratiques culturelles identifiées comme patrimoine local, autochtone, communautaire, folklorique, traditionnel et vivant. La mission de BoWB est de promouvoir les connaissances, les technologies et les biens communs dans le domaine des arts et de la culture, de développer une participation et une éducation culturelles inclusives et de construire un réseau de mobilité transfrontalière renforçant la coopération culturelle en Grèce et dans les Balkans. BoWB est une initiative du Laboratoire d'histoire de l'art de l'École des beaux-arts de l'Université d'Ioannina et de son équipe, présentée depuis 2018 à travers son festival principal tous les deux ans, son programme annuel avec la série *Art Pluriverse Community Science* et les publications pluriverses en libre accès.

« Art Pluriverse » met l'accent sur l'engagement des citoyens (y compris les jeunes) dans le travail créatif. Plus précisément, Art Pluriverse vise à promouvoir le patrimoine immatériel et naturel dans les Balkans, en collaborant avec les communautés de pratique locales et en co-documentant les connaissances traditionnelles de manière ouverte, éducative et participative, avec des artistes et des chercheurs. Les sessions coorganisées par les partenaires GLAMers et BoWB portaient sur l'utilisation des technologies numériques et l'action climatique dans le contexte de l'Art Pluriverse, dans le but d'impliquer les citoyens dans les activités muséales.

Le programme d'Art Pluriverse vise à situer le patrimoine culturel immatériel (PCI) dans un contexte interculturel appliqué, en s'appuyant sur la théorie anthropologique de Manuela Carneiro da Cunha, qui apporte une compréhension plus profonde du concept de réflexivité lorsque diverses cultures coexistent. Art Pluriverse cherche à élever les systèmes de connaissances culturelles identifiés comme traditionnels, locaux, indigènes ou folkloriques, dans le but d'attirer l'attention sur diverses épistémologies de coproduction de connaissances. Le



PCI décrit des pratiques culturelles vivantes qui sont basées sur la communauté et vécues collectivement, par exemple, des traditions esthétiques partagées à la gestion des ressources communautaires. Les manifestations multivalentes du PCI s'écartent souvent des approches et de la matérialité centrées sur l'objet, permettant la cartographie d'états plus événementiels, performatifs et symboliques. À travers la série sur la science communautaire, nous envisageons d'explorer davantage le PCI et son écosystème de concepts connexes, en tant qu'expressions culturelles, mémoire collective, patrimoine vivant et éphémère, jusqu'au folklore numérique, ressources génétiques à travers des mouvements et des moyens de subsistance qui valorisent les systèmes sociaux traditionnels.

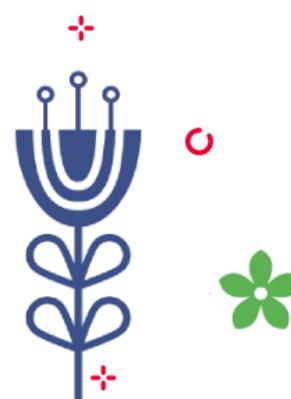
Services offerts par la Biennale des Balkans occidentaux

La 2e édition du programme scientifique communautaire annuel de la BoWB traite de « l'atrosophie : de la médecine populaire et de la phytogéographie » et se concentre sur les communautés qui détiennent des traditions médicinales populaires et des connaissances botaniques locales dans la région élargie des Balkans. En particulier, six communautés participantes ont été identifiées, à savoir : l'Association culturelle Pera Melana (préservation et diffusion des traditions locales de la danse au dialecte tsakonien en passant par le textile), la Green Ark - Bostanie Community Garden (conception et développement d'un jardin communautaire financé par le Ville de Skopje), Peliti (protection et diffusion des semences traditionnelles), les Anciens calendriers du Pirée (une église et un espace culturel pour célébrer les pratiques religieuses traditionnelles), le Green Team Bulgaria (plantation d'un million d'arbres par des bénévoles sans aucun soutien financier).



Services pour les jeunes et les écoles

Dans le cadre de la Journée internationale des musées organisée par l'ICOM (le Conseil international des musées) sur « L'avenir de la tradition », le BoWB a organisé un atelier documentant les approches interdisciplinaires et l'utilisation des médias contemporains pour le patrimoine culturel et la création artistique. L'initiative était liée aux activités de la 1ère Biennale des Balkans occidentaux et visait à approfondir les sujets déjà suggérés, tels que les aspects numériques du patrimoine culturel, les concepts d'ouverture et les valeurs communautaires. Les exposés ont présenté plusieurs aspects impliquant également l'utilisation des technologies de l'information dans le domaine culturel, tels que « De l'informatique pour la culture, à l'informatique culturelle », ainsi que « Mise en place d'une infrastructure nationale pour des contenus culturels numériques ouverts, interopérables et réutilisables pour la recherche, l'éducation et industries créatives », axé sur la présentation de SearchCulture.gr, l'accumulateur national de contenus culturels, ainsi que sur l'importance d'adopter des normes communes minimales d'interopérabilité et d'ouverture des institutions culturelles qui mettent en œuvre des œuvres numériques, pour le développement d'un espace public numérique avec une valeur particulière de réutilisabilité dans l'éducation, la recherche et les industries créatives.



La BoWB est présente sur les réseaux sociaux :

https://www.facebook.com/bowb.biennaleofwesternbalkans	(1270 followers)
https://twitter.com/bowbiennale	(210 tweets, 175 followers)
https://www.instagram.com/bowb.biennaleofwesternbalkans/	(81 posts, 657 followers)

Propositions issues des réunions conjointes entre la BoWB et le projet GLAMers

Comme mentionné précédemment, le travail conjoint du partenaire conseil GLAMers et de BoWB s'est concentré sur l'utilisation des technologies numériques et l'action axée sur le climat dans le contexte de l'Art Pluriverse, dans le but d'impliquer les jeunes dans les activités muséales. La personne de contact à BoWB était Mariana Ziku, conservatrice, tandis que les activités ont été suivies par 17 bénévoles, jeunes et adultes intéressés par la culture, la technologie numérique et la participation sociale.

En particulier, la portée de l'action était de permettre aux professionnels des musées de favoriser l'engagement des jeunes dans l'action climatique par le biais de la technologie et de l'apprentissage basé sur

l'art (c'est-à-dire des expositions et programmes interactifs sur le changement climatique, des performances artistiques, etc.), avec les objectifs suivants :

- Créer un module d'apprentissage en ligne pour les professionnels des musées.
- Valoriser la mission éducative et sociale du secteur culturel.
- Rapprocher les expériences personnelles des jeunes sur le changement climatique avec la science et l'expression artistique.



Du 4 au 6 novembre 2022, un événement conjoint a eu lieu avec le projet PERSE (<https://perse-method.org/perse-hackathon/>). Le projet PERSE est une action Erasmus+ visant à développer et à formaliser une approche pédagogique axée sur la créativité qui surmonte le dualisme entre l'éducation non formelle/informelle pour l'ART et les STEM.

L'événement GLAMers sur les musées pour l'engagement des jeunes dans l'action climatique à travers la culture avait pour objectif de produire un module d'apprentissage pour les professionnels des musées. La portée du module d'apprentissage est de permettre aux professionnels des musées de favoriser l'engagement des jeunes dans l'action climatique grâce à un apprentissage basé sur la technologie et l'art. Grâce à ce module, le personnel du musée, au moyen d'expositions et de programmes liés au climat, améliorera la compréhension des jeunes sur le changement climatique, encourageant ainsi les mentalités éco-conscientes et la citoyenneté active des jeunes sur ce sujet. La présentation complète est disponible en ligne sur : <https://www.facebook.com/perseproject/videos/689199022378531/>

La structure du programme reposait sur l'ensemble d'activités suivant :

- Recueillir et cartographier les actions et initiatives que les GLAM ont menées sur le thème de l'engagement des jeunes dans le changement climatique. Il s'agit d'une activité de recherche documentaire, visant à rassembler des ressources sur les actions précédemment entreprises par les GLAM sur le thème de l'engagement des jeunes dans le changement climatique.
- Analyser les actions et les catégoriser en fonction des éléments clés (engagement des jeunes, orientation artistique, actions basées sur la technologie).
- Concevoir une première structure du module éducatif fondée sur les principes de l'apprentissage basé sur l'art, l'apprentissage basé sur la recherche scientifique et l'apprentissage basé sur la technologie.
- Premier tour d'évaluation par les professionnels des musées. Il fournit aux participants des éléments pour améliorer le module en fonction des retours reçus.
- Appliquer les améliorations basées sur le premier examen par les professionnels du musée.
- Deuxième cycle d'évaluation : Pilotage du module par des professionnels de musée.
- Appliquer les dernières recommandations au module.
- Version en libre accès du module d'apprentissage.

Les résultats du travail conjoint ont consisté en un module d'apprentissage, montrant comment le changement climatique est un phénomène environnemental et social qui peut être combattu par l'engagement des jeunes dans les actions climatiques. L'effort conjoint a abouti au développement d'éco-capacités chez les jeunes, par le biais d'activités culturelles, montrant que, grâce à des ateliers, des expositions et des programmes éducatifs liés au climat, les GLAM peuvent générer des éco-capacités chez les jeunes. Selon la définition de McKenzie, les éco-capacités peuvent être définies comme les capacités des êtres humains à être productifs et à se régénérer, à se reconnecter avec les autres humains, les autres espèces et la planète. Cette action a un impact sur la capacité des jeunes à devenir des agents de changement, en mobilisant l'apprentissage basé sur la science et l'art pour donner aux jeunes les moyens d'adopter l'action climatique dans leurs communautés. Les étapes suivantes consistent en une large diffusion et utilisation du module d'apprentissage par le biais de réseaux du secteur culturel, tels qu'Europeana/Data Space For Cultural Heritage et Nemo.

1.4 Muzej za umjetnost i obrt (Musée des Arts et Métiers)

Le Musée des Arts et Métiers (MUO) a été fondé en 1880 à l'initiative de l'Association des Arts et de son président d'alors Izidor Kršnjavi et a été l'une des premières institutions de ce type en Europe. Le fonds initial du musée a été constitué plusieurs années avant la création officielle du musée. Les premiers objets pour le futur musée sont achetés en 1875 et à partir de 1880, le fonds est constitué d'acquisitions d'objets provenant de Croatie et de toute l'Europe, ainsi que par de nombreuses donations de collectionneurs privés.

Aujourd'hui, le Musée dispose d'un fonds d'environ cent mille objets des beaux-arts et des arts appliqués, de la période du XIV^e au XXI^e siècle, organisés en plusieurs collections : mobilier, verre, métal, céramique, sculpture, peinture, art graphique, horlogerie, design graphique et produit, architecture, photographie (l'une des plus anciennes collections de ce type au monde) et équipement photographique, tissu et mode, instruments de musique, cuir peint, ivoire, imprimerie et reliure.

La bibliothèque et salle de lecture avec plus de 65 000 volumes de livres et de revues est l'une des plus anciennes et des plus importantes bibliothèques spécialisées pour l'art et les métiers d'art dans cette partie de l'Europe. Le service de documentation du musée, au sein duquel se



trouvent un studio photographique, un service informatique et les archives du musée, collecte, classe et étudie le matériel sur les objets du musée, les activités et l'histoire du musée. Dans la structure des services du musée, un rôle important est joué par les ateliers de restauration, qui travaillent constamment à la protection préventive, à la conservation et à la restauration des objets de musée.

L'activité éducative veille à la réalisation des objectifs programmatiques du Musée en matière de communication avec le public et d'encouragement à la créativité. L'exposition permanente du musée avec près de 3000 pièces exposées sur environ 2000 mètres carrés d'espace d'exposition donne un aperçu du développement de la production artistique et artisanale de la fin du Moyen Âge à nos jours, des changements

historiques de styles dans lesquels la particularité de l'espace culturel croate, ainsi que les tendances intellectuelles et spirituelles plus larges de l'époque se reflètent.

Huit salles d'exposition au rez-de-chaussée d'une surface de plus de mille mètres carrés étaient destinées à la tenue d'expositions ponctuelles - expositions thématiques puisant dans le fonds et approche des études culturelles du patrimoine - ainsi que des expositions monographiques, rétrospectives et dossiers qui examinent certains aspects de l'art contemporain. En développant des programmes promotionnels et culturels supplémentaires (concerts, représentations théâtrales, promotions) au niveau national, le Musée a élargi le sens du musée d'art et a positionné son identité autour de la promotion de l'histoire culturelle et de la valorisation de la culture d'aujourd'hui.



Depuis le 1^{er} janvier 2022, en raison des conséquences du tremblement de terre et de la rénovation structurelle complète du bâtiment, le Musée des Arts et Métiers est fermé au public jusqu'à nouvel ordre. Toutes les visites des bâtiments et de la documentation du musée sont suspendues en raison du déménagement de l'ensemble du Musée des Arts et Métiers.

Services offerts par le MUO

Le Musée des Arts et Métiers a intégré l'important segment de l'éducation dans ses fondations depuis son origine à la fin du XIXe siècle et a été constamment présent en suivant les besoins et les tendances contemporaines du travail pédagogique du musée. Dans la période d'après-guerre, le travail éducatif avec les enfants, les jeunes et les étudiants a été élargi. Le premier éducateur de musée a été engagé en 1959, ce qui a marqué le début d'un travail pédagogique systématique. Le Musée a dirigé sa fonction éducative vers les enfants d'âge préscolaire, des écoles élémentaires et secondaires. Il y avait aussi une nouvelle tâche d'enseignement à l'éducation du personnel dans les écoles et les écoles maternelles. Des conférences et des cours ont été organisés, des visites guidées et des événements spéciaux liés à l'éducation. Les expositions permanentes ont toujours mis l'accent sur leur aspect pédagogique tandis que les expositions ponctuelles ont fourni des informations de qualité sur l'histoire et les tendances les plus récentes de l'art. À l'heure actuelle, le musée a ouvert ses portes à différents groupes allant des écoles maternelles aux établissements de niveau supérieur, aux établissements d'enseignement pour adultes et aux établissements ayant des besoins spéciaux, aux visites d'individus et de familles, aux touristes et à d'autres groupes de ce type, essentiellement tous les types de visiteurs du musée à travers ses programmes éducatifs.

Étant donné que le musée est fermé au public, les activités éducatives sont menées sous différentes formes : les pédagogues du musée visitent les écoles maternelles, primaires et secondaires, mènent des programmes dans d'autres musées et via des plateformes numériques.

Services pour les jeunes et les écoles

L'essentiel de l'offre pour les enfants montre comment la noblesse et les bourgeois vivaient sur le territoire de la Croatie d'aujourd'hui du XIVe siècle à nos jours. Tout en découvrant les périodes stylistiques, les jeunes visiteurs créent en même temps un contexte historique et général. Les guides peuvent s'inscrire dans le programme d'études de la nature et de la société, des beaux-arts et de l'histoire. Toujours avec les élèves de maternelle, MUO parle des princes et des princesses, de la vie au château, de divers savoir-faire secrets et de tout ce qui intéresse les petits visiteurs.

Tous les sujets abordés par le Musée peuvent être adaptés au programme ou liés aux collections du MUO.

Ce type d'enseignement inhabituel et l'utilisation de parties de la réalité originale stimuleront la motivation et rendront l'apprentissage plus dynamique et amusant ! Les ateliers encouragent la créativité, tandis que les travaux des élèves peuvent être utilisés pour approfondir ou répéter et peuvent également être exposés à l'école sous forme d'exposition.



Le MUO est présent sur les réseaux sociaux à :

<https://www.facebook.com/muozagreb/>

(16.771 followers)

https://twitter.com/muo_zagreb

(1299 tweets, 389 followers)

<https://www.instagram.com/muozagreb/>

(2395 post, 4291 followers)

<https://www.youtube.com/channel/UCFiLvzS6lawuphr90b6UosA>

(61 utilisateurs enregistrés)

Résultats issus de la mise en œuvre du projet GLAMers



plusieurs contenus interactifs que les élèves ont eu l'occasion d'essayer. Enfin, dans une conversation guidée, les animateurs de l'atelier ont tenté de savoir comment la pandémie a affecté la vie (sociale et culturelle) des étudiants, s'ils ont développé de nouvelles habitudes, quelle est leur opinion sur le contenu numérique culturel et dans quelle mesure ils sont intéressés par la co-création. Les élèves étaient très motivés et intéressés et ont participé activement. Des interviews ont également été faites de trois élèves : Lucija Zovko, Maša Žilavčić et Ani Koletić.

La deuxième partie de l'atelier s'est tenue au Musée technique Nikola Tesla le 4 novembre. Les élèves ont été divisés en deux groupes, l'expérience d'un groupe a été retransmise en direct via la plateforme Zoom. Dans la première partie, les élèves ont eu l'occasion de découvrir le musée d'une manière différente, en participant à l'exposition interactive insolite « Les jeux vidéo avec l'art ». L'exposition présentait la création de musique audiovisuelle à travers l'approche populaire des jeux vidéo. Les auteurs, les artistes Filip Merčep et Boy van Ooijen ont expliqué aux élèves comment démarrer l'exposition et la cocréer, en utilisant des contrôleurs pour PlayStation, Xbox, leurs téléphones portables et la voix. Lors de la création d'éléments visuels, les élèves ont utilisé, entre autres, des impressions d'éléments de la collection MUO.

Dans la deuxième partie, les éducateurs du musée ont organisé un atelier structuré comme une combinaison de débat et de remue-méninges. Ils ont étudié ce que les jeunes attendent et veulent des institutions culturelles, en mettant l'accent sur le potentiel du contenu numérique, et dans quelle mesure et de quelle manière ils sont prêts à s'impliquer activement dans le développement de ce contenu.

Les élèves étaient extrêmement actifs et motivés, prêts à travailler en équipe. Les informations qu'ils ont présentées seront utiles aux employés du musée dans leur travail ultérieur (employés du MUO, mais aussi d'autres personnes qui ont regardé l'émission via la plateforme Zoom). Plusieurs élèves ont déclaré qu'ils seraient heureux de faire partie d'un groupe de travail qui participerait à la cocréation de contenus pour la nouvelle exposition permanente du MUO et de contenus sur les réseaux sociaux du musée.

Le Département Pédagogique de MUO a conçu l'atelier en deux parties *Like for GLAMs ?* pour les élèves du groupe d'art du 16e gymnase, sous la tutelle du professeur Marović, avec la participation de 21 enfants.

Lors de la première réunion d'introduction, tenue le 21 octobre au Gymnase 16e, une présentation du a été faite : ses fonds et ses collections, mais aussi l'activité, les professions et le but des musées en général, en prenant l'exemple du MUO. De plus, plusieurs exemples de contenus numériques culturels ont été présentés, dont

Prijenos uživo radionice *Lajkaš GLAMove?*

4. 11. 2022., 14:30-15:30 sati

Pogledajte kako će učenici XVI. gimnazije iskusiti audio-vizualne muzejske sadržaje te kroz oluju mozgova otkriti što očekuju od digitalnih kulturnih sadržaja. Aktivno se uključite u završnu diskusiju!

Pozivamo Vas da nam se pridružite putem sljedeće poveznice:

<https://us02web.zoom.us/j/84346958835?pwd=aXAvRkUJF5BjYjN3QjSHk1TXZlTHQRCjZl>



The GLAMers

Points présentés par les participants lors de l'événement MUO Like for GLAMs ?

- Les jeunes visitent moins les GLAMs que les autres groupes d'âge - ils ont d'autres intérêts, MAIS il est important de développer un intérêt pour les GLAMs à un moment où les activités cérébrales peuvent être dirigées dans cette direction.
- Les jeunes ne visitent pas physiquement les GLAMs très souvent, le contenu numérique est donc extrêmement utile.
- Les avantages des promenades et expositions virtuelles sont : pas de limite de temps, moins cher, plus accessible géographiquement, plus accessible aux personnes à mobilité réduite.
- A notre époque les gens passent beaucoup de temps devant des écrans. Les professionnels culturels devraient donc en profiter en complétant les contenus vécus en présence avec des contenus numériques ; ils devraient en profiter en créant des contenus entièrement numériques (disponibles sans visite physique au GLAM) ; il est important de développer des contenus culturels numériques car les gens ne seront pas moins sur les téléphones portables, donc quand ils le seront - pour regarder (en partie) également des contenus culturels.
- La technologie moderne nous permet de mieux voir et expérimenter numériquement certains aspects de certains objets (grossissements invisibles à l'œil nu, pas de verre/vitrines, l'éclairage ne nous dérange pas, etc.).
- Avec les contenus virtuels, l'utilisateur a un meilleur contrôle sur ce qui l'intéresse et sur ce qu'il veut entendre / voir plus ou moins.
- Une certaine quantité de contenu numérique culturel dans l'affichage permanent viendrait enrichir la visite physique des GLAMs, en particulier pour les jeunes.
- Je regarderai plutôt le même contenu, par exemple, les informations sur les sujets présentés dans les salles, s'il est présenté sous forme numérique plutôt que sous forme imprimée.
- Les contenus numériques sont très attrayants, ils peuvent présenter le contexte de manière visuellement attrayante et claire, l'expérience des contenus numériques est plus facile à partager avec quelqu'un (vous pouvez les partager via les réseaux sociaux).
- J'aimerais participer au groupe de travail pour cocréer du contenu pour la nouvelle exposition permanente du MUO ou les GLAMs en général. Je pense que ce serait une expérience utile pour moi. Le sentiment que je fais quelque chose d'utile, que je contribue, serait assez satisfaisant.
- Les contenus destinés aux réseaux sociaux doivent être conçus avec soin car on constate souvent qu'ils sont artificiels, forcés, à l'instar des publicités. Cela nous rebute complètement.
- Les posts sur les réseaux sociaux seraient plus intéressants pour les jeunes s'ils étaient humoristiques, voire sarcastiques.
- Les titres avec lesquels les GLAMs tentent de se rapprocher du langage des jeunes sur les réseaux sociaux nous rebutent automatiquement car il y a souvent du contenu faussement présenté en arrière-plan.
- Nous ne considérons pas TikTok comme un support approprié pour les contenus culturels, mais préférons les suivre via Instagram, étant donné que Facebook n'est plus utilisé par les jeunes dans une plus large mesure.

1.5 Fondazione Villa Ghigi

La Fondation Villa Ghigi (<https://www.fondazionevillaghigi.it>) a été initialement créée en 1980, sous le nom de Centre Villa Ghigi, une association comprenant la municipalité de Bologne, en Italie, les sections de Bologne d'Italia Nostra et WWF, l'Union bolognaise des naturalistes, Federnatura, Pro Montibus et Silvis, l'Association naturiste bolognaise, ISPRA. Les premières visites guidées pour les écoles du parc de la Villa Ghigi ont été proposées et les premiers programmes éducatifs ont été développés. En 2001, le Centre est transformé en Fondation Villa Ghigi, et la fondation a déménagé son siège au Palazzino, une ferme du parc Villa Ghigi, et a relancé ses activités éducatives dans le parc, proposant de nouveaux programmes éducatifs pour les écoles. En 2004, grâce à un accord avec la Municipalité de Bologne, la Fondation commence à gérer directement le Parc Villa Ghigi, en lançant un programme de restauration exigeant. Dans les années qui suivent, les offres d'activités scolaires et parascolaires se multiplient, dont un camp d'été apprécié, ainsi que des marches guidées et autres événements populaires auprès des citoyens. Depuis 2013, la Fondation, en collaboration avec la municipalité de Bologne et les départements des sciences de l'éducation et des sciences de la qualité de la vie de l'Université de Bologne, participe à un programme de formation intense pour les éducateurs et les opérateurs des centres municipaux pour les tout-petits et les écoles maternelles sur l'éducation en plein air, qui se poursuit aujourd'hui, donnant également lieu à des conférences, des séminaires, des interventions pour améliorer les espaces scolaires et d'autres initiatives. Après avoir été fermé pendant deux mois en 2020, année de la pandémie, le parc de la Villa Ghigi a rouvert, témoin d'un assaut progressif d'un nombre croissant de visiteurs, avec des comportements pas toujours corrects : cueillette maladroite et inconsidérée de fruits et de fleurs, augmentation exponentielle dans les déchets, faible respect des règles anti-covid. C'est une tendance qui perdure encore et que la Fondation et ses partenaires tente de contrer avec les seuls vrais outils à disposition : la courtoisie, le dialogue, l'éducation à être dans la nature.



Le parc Villa Ghigi est à une courte distance du centre de Bologne, mais déjà immergé dans l'environnement des premières collines. C'est un endroit calme, qui s'étend sur environ 30 hectares dans la vallée du Rio Fontane, où les anciennes parcelles agricoles sont

encore clairement reconnaissables marquées par des rangées d'arbres fruitiers anciens, qui sont encadrées par des bandes de bois, un bosquet ornemental près de la villa est un petit et curieux « bois de hêtre ». Le parc est parmi les plus populaires et appréciés de la ville en raison du contexte paysager exceptionnel dans lequel il s'insère, de la richesse et de la variété des environnements, des vues sur Bologne et des besoins architecturaux des collines voisines, de la bonne accessibilité, et les chemins confortables.

Le patrimoine botanique comprend de nombreux arbres fruitiers, héritage de l'ancien aménagement rural de la région, avec de longues rangées de poiriers, d'azeroles, d'amandiers, de rusticani et de figuiers appartenant à d'anciens cultures typiques de la région bolognaise, flanqués d'arbres récemment plantés et, près du siège de la Fondation, le singulier « verger du Palazzino », qui abrite de jeunes plants issus de certains des plus anciens arbres fruitiers d'Émilie-Romagne. La composante ornementale typique des parcs de villas de banlieue est bien représentée, qui comprend quelques spécimens arboricoles notables d'if, de cèdre de l'Himalaya, de thuya, de libocèdre et de photinia ; une petite plantation de hêtres de la fin du XIXe siècle, malheureusement sénescents et aujourd'hui dans un état critique, enrichit la valeur botanique et symbolique de l'espace vert.

La diversité environnementale du parc abrite également une grande variété d'espèces animales typiques du milieu vallonné, à commencer par une avifaune riche et diversifiée ; ces dernières années, une fois venues

s'y ajouter des présences insolites, comme le chevreuil et le sanglier, qui reflètent la nouvelle dynamique qui s'opère dans les environs.

La FVG est présente sur les réseaux sociaux à :

<https://www.facebook.com/FondazioneVillaGhigi>

(12.423 followers)

<https://twitter.com/FondVillaGhigi>

(192 tweets, 294 followers)

<https://www.instagram.com/fondazionevillaghigi/>

(437 post, 3010 followers)

Services offerts par le parc Villa Ghigi



Le plan de gestion prévoit une série de travaux ordinaires, qui assurent le bon entretien et l'utilisation du parc, et de nombreuses améliorations de la viabilité, du réseau hydrographique, du patrimoine végétal et des portions individuelles de la zone visant à sauvegarder et à augmenter sa richesse environnementale. De nombreuses interventions soutiennent les activités pour les écoles ou celles destinées aux citoyens, souvent avec la participation des habitants âgés de l'ancien domaine Ghigi qui résident toujours dans le parc et ses environs et représentent une sorte de mémoire historique. La création d'un grand potager, l'aménagement d'un étang, la récupération d'un vignoble abandonné, la collecte et la

transformation des fruits du parc et l'insertion de mobilier naturaliste sont quelques-unes des interventions réalisées récemment.

Services pour les jeunes et les écoles

Depuis le début des années 1980, le Centre et la Fondation ont mené une intense activité d'éducation à l'environnement, qui se poursuit aujourd'hui à travers une pluralité d'expériences destinées à rapprocher le monde de l'école, des familles et de tous les citoyens de la nature et du territoire, en stimulant le désir pour mieux comprendre la réalité environnementale dans laquelle nous vivons. À la base de la proposition éducative se trouve la conviction que le contact direct avec la nature, dès le plus jeune âge, est une condition préalable fondamentale pour comprendre l'environnement qui nous entoure et développer l'attention et le soin de celui-ci. C'est pourquoi une grande partie des activités de la Fondation sont développées en plein air : des expériences dans les jardins scolaires et dans la nature pour les enfants des écoles maternelles et maternelles aux nombreuses propositions dans le parc de la Villa Ghigi et aux nombreux projets éducatifs activés en



collaboration avec des institutions et associations, pour les écoles primaires et secondaires sur les sujets les plus variés concernant l'écologie urbaine, les espaces verts publics, les aspects paysagers de l'espace bolognais, les espaces protégés, la connaissance de la biodiversité, l'évolution du territoire urbain et périurbain, etc.

La Fondation propose également des expériences parascolaires conçues pour les besoins des familles et dédiées aux enfants et, parfois, aux enfants et aux parents ensemble.

Pendant l'été, le parc s'anime grâce aux enfants du centre d'été, conçu pour leur faire vivre une expérience



d'immersion complète dans la nature. Le centre d'été existe depuis plus de 10 ans et ces derniers étés, il a également été ouvert aux plus petits (3-6 ans). L'école dans les bois, qui a déjà donné d'excellents résultats et que nous nous engageons à reproposez à une échelle un peu plus large. Destiné aux plus grands, de 12 à 14 ans, il y a ensuite Trekking dans les collines, une proposition pour élargir les horizons d'un territoire déjà connu, en expérimentant l'autonomie et le sens du groupe ; l'invitation est de vivre une semaine inoubliable à travers les paysages fascinants des collines bolognaïses.

Propositions issues des réunions conjointes entre le FVG et le projet GLAMers

Comme mentionné précédemment, l'un des héritages inattendus de la pandémie a été le nombre croissant de visiteurs, avec des comportements incorrects : cueillette de fruits et de fleurs, augmentation dramatique des déchets, non-respect des règles anti-covid, etc.

Pour aider à résoudre ce problème, les partenaires des GLAMers ont soutenu la Fondation dans l'adoption d'un modèle d'éducation à l'environnement comprenant trois aspects fondamentaux :

- Connaissance scientifique de l'environnement.
Il est impossible d'agir sur quelque chose qui nous est inconnu. Ainsi, la première étape de l'éducation environnementale consiste à étudier le monde qui nous entoure à partir de sa base même, notre environnement. Nous avons besoin de connaître les lois, les facteurs conditionnant, les principes, les explications rationnelles et scientifiques des faits et phénomènes du monde matériel, animé et inanimé. Sans cette connaissance, il est impossible d'agir adéquatement sur notre environnement et de diriger nos actions.



- Connaissance des moyens et actions mis en œuvre pour préserver notre environnement.
Une fois que nous connaissons les faits et les phénomènes du monde naturel, nous devons savoir comment agir et de quelle manière nous pouvons préserver, enrichir et entretenir le monde. De cette manière, les actions à mener peuvent être réalisées de manière plus efficace et avec moins d'efforts et de ressources que lorsque nous ignorons les particularités du phénomène à résoudre.
- Formation de valeurs, de principes et de règles en matière de préservation et de soin du monde naturel.

Il n'est pas du tout utile de connaître le monde qui nous entoure et comment le préserver si nous ne savons pas pourquoi nous devons le faire. C'est peut-être le point le plus important de l'éducation environnementale.

Une stratégie appropriée pour mettre en œuvre ce modèle provient de l'implication des jeunes dans la protection du parc. Des badges spéciaux de shérif ont été conçus pour fournir aux jeunes volontaires un symbole montrant leur rôle de « défenseurs du parc », approchant les visiteurs qui ne respectent pas le parc et les invitant à un comportement plus respectueux. De cette manière, certaines des mauvaises pratiques notifiées au cours des deux dernières années pourraient être réduites, telles que :

- Transit de véhicules motorisés, vélos et VTT
- Enlever les déchets
- Collection de flore et de faune sauvages
- Cueillir des fruits
- Contrôler les chiens dans le parc
- Organisation de pique-niques, fêtes, jeux
- Ne pas laisser les enfants se pendre aux branches des arbres séculaires.



1.6 Koninklijke Musea voor Kunst en Geschiedenis - Musées royaux d'Art et d'Histoire (KMKG-MRAH)



Les Musées royaux d'Art et d'Histoire font partie des Instituts scientifiques fédéraux gérés par le ministre de la Politique scientifique de Belgique. Les MRAH regroupent différents musées bruxellois : Musée d'Art & d'Histoire, Musée des Instruments de Musique, Porte de Halle, et les Musées d'Extrême-Orient.

Les MRAH mènent des recherches et sauvegardent des mémoires pour les générations futures, pour garantir l'égalité des droits et l'accès au patrimoine et à l'expertise scientifique.

Ils travaillent en partenariat actif pour et avec diverses communautés, pour préserver, collecter, interpréter, exposer et ouvrir les collections à des fins d'étude, d'éducation, de confort et de plaisir. Les MRAH favorisent une compréhension plus profonde des sociétés et des cultures, ce qui nous incite à mieux prendre soin du monde, nous permettant de l'imaginer autrement.

Les MRAH ont été fondées par arrêté royal en 1835. Lors de la modification du 23 avril 2002, les missions sont consignées comme suit :

- Acquisition et conservation d'œuvres d'art et d'œuvres documentaires d'intérêt scientifique et muséal en relation avec les collections.
- Tenue d'un inventaire général dans lequel chaque œuvre d'art est inscrite, avec mention de la date d'acquisition, l'origine, le prix d'achat, et autres informations importantes.
- Organisation d'un dépôt d'archives, d'un centre de documentation relatif aux collections et d'une bibliothèque spécialisée dans les domaines représentés dans l'institution.
- Collecte des données scientifiques et documentaires relatives aux collections.
- Réaliser des travaux scientifiques en relation avec les collections.
- Promouvoir et diffuser les résultats de la recherche scientifique, tant au niveau national qu'international.
- Participation active à des missions scientifiques.
- Participation active à des projets et réunions scientifiques, tant au niveau national qu'international.
- Service au public par l'information sur les collections, organisation d'activités pédagogiques, aide aux chercheurs.
- Constitution d'une banque de données concernant les collections d'œuvres d'art, les archives, la bibliothèque.
- Publication d'ouvrages scientifiques et autres destinés à un large public.
- Élaboration d'un plan de numérisation couvrant à la fois les éléments constitutifs du patrimoine, c'est-à-dire la numérisation des collections et des documents, et les systèmes d'information relatifs au patrimoine en développant l'information électronique en ligne et hors ligne.



Services offerts par le MRAH

Les MRAH gèrent différents services culturels, à savoir : bibliothèques et archives (pour la consultation et la recherche), studio d'images (utilisation des objets culturels numérisés par les musées via le catalogue en ligne Carmentis), restauration et recherche scientifique, recherche sur la provenance des œuvres d'art, notamment liés aux œuvres d'art volées, pillées ou abandonnées pendant la Seconde Guerre mondiale.

Services pour les jeunes et les écoles

Hormis les Musées d'Extrême-Orient, actuellement fermés pour rénovation, tous les autres musées gèrent un programme intensif de services culturels ciblant les écoles maternelles et primaires, l'enseignement secondaire et supérieur. Certaines des activités les plus récentes sont :



Réinventer la Porte de Halle, avec l'aide de petits enfants, explorer le bâtiment, observer ses recoins, chercher les chevaliers, les chevaux et tous les animaux qui l'habitent. Plein d'idées, ils peuvent ensuite créer leur propre Porte de Hall sur de grands papiers pleins de couleurs.

Il y a plus de 1000 ans, la rivière attirait les gens qui s'installaient sur ses rives. Comment la ville s'est-elle développée à partir de ce village pour devenir la capitale de l'Europe que nous connaissons aujourd'hui ? Pourquoi avait-il des portes ? Qui la dirigeait et comment vivaient ses habitants au Moyen Âge ? Cet atelier pédagogique est proposé aux élèves des écoles primaires.

Les élèves des écoles secondaires peuvent également être invités à découvrir des instruments du passé ou de pays lointains et à apprendre comment le langage de la musique est universel pour le divertissement, la communication, le travail, la séduction, la méditation, le dépassement des modes et des différences culturelles. Un voyage virtuel à travers les cinq continents, permet aux élèves de découvrir des instruments insolites et leurs sonorités, ainsi que de confronter leur vision de la musique à celle d'autres sociétés. Car dans la plupart des cultures, la musique conserve un rôle fonctionnel quelque peu oublié en Europe. Quand et pourquoi jouet-on de la musique ? Quel est son but ?



Des visites spéciales sont également organisées pour les futurs enseignants et éducateurs. Dans les salles du musée, ils sont initiés à la science des instruments et ils peuvent vous faire visiter le musée, l'histoire, les traditions et les instruments de musique accessibles aux enfants et aux jeunes.



Une attention particulière est également portée aux jeunes en situation de handicap mental, physique ou social. Quelle que soit la spécificité du groupe, ils sont accompagnés pour que chacun se sente accueilli et respecté dans sa différence. L'instrument de musique est au centre d'un moment d'échange et de rencontre enrichissant pour tous. Manipulations, « bain musical », jeux musicaux, écoute, observation et dialogue... sont au menu, selon les possibilités des participants.

Enfin, les plus jeunes sont également invités à découvrir les coulisses d'un orchestre. L'orchestre symphonique est un monde fascinant qui soulève de nombreuses questions, sur les instruments qui s'y trouvent, comment il a été conçu et organisé. A quoi ressemble la vie d'un musicien ? Quel est le travail du chef d'orchestre ? Quel genre de musique joue un orchestre ?

Propositions issues des réunions conjointes entre la RMAH et le projet GLAMers

Avant même le projet GLAMers, les Musées royaux avaient déjà commencé à relever le défi d'impliquer le secteur des arts visuels, qui avait été durement touché par la crise générée par la pandémie de COVID-19. Malgré la fermeture des galeries et l'absence d'expositions, un groupe d'artistes de différentes générations s'est



réuni via une plateforme virtuelle. Art Cares Covid a permis de présenter leurs œuvres, de les mettre en vente, mais aussi de récolter des dons pour des ONG soutenant des projets culturels pour les personnes âgées. Les Musées royaux ont décidé de mettre en valeur cette initiative qui a créé un pont entre la création contemporaine et les seniors. Une quarantaine de jeunes artistes ont participé à l'exposition. Le 22 octobre 2022, les MRAH reviennent à l'événement Museum Night Fever, après quelques années où il ne leur était pas possible d'y participer.



Le Museum Night Fever proposait à ses visiteurs de créer leur propre itinéraire original à travers une centaine d'activités artistiques dans tout Bruxelles, en soutenant la création de jeunes talents pluridisciplinaires, de collectifs ou d'écoles d'art et les équipes du musée. L'implication des jeunes a accompagné la transformation et le décloisonnement des musées de la manière la plus originale possible pour le plus grand plaisir de tous les publics. Les musées ont fait appel à une centaine de jeunes artistes à qui ils ont donné carte blanche, le temps d'une soirée, pour réinterpréter leurs expositions à travers leur pratique

ou tout simplement pour se mettre dans l'ambiance.

En 2022, Museum Night Fever a été encore plus engagé dans sa politique inclusive. Une partie de la programmation a été conçue pour inclure des artistes issus des communautés LGBTQIA+ afin de faire la part belle à leurs talents et messages, encore sous-représentés dans les programmes habituels des musées. Museum Night Fever a également amélioré l'accès à ces informations pour les personnes handicapées et a réalisé un audit complet de l'accessibilité pour les personnes ayant des besoins spéciaux.

2. Évaluation de l'impact

Ce chapitre présente comment les activités menées avec les GLAMs impliquées ont été analysées selon un schéma d'évaluation d'impact basé sur le Europeana Impact Playbook (EIP), un outil de mesure d'impact bien établi largement adopté dans le secteur culturel et créatif en Europe. Le playbook a été développé par la Fondation Europeana et est disponible sous une licence Creative Commons CC BY-SA 4.0 : <https://pro.europeana.eu/page/impact>, <https://pro.europeana.eu/page/europeana-impact-playbook>.

2.1 Évaluer l'impact grâce au EIP dans le contexte GLAMers

Selon la définition donnée par le livre du professeur Simon Tanner « *Measuring the impact of digital resources : the Balanced Value Impact Model* », l'impact signifie : « Les changements qui se produisent pour les parties prenantes ou dans la société à la suite d'activités dont l'organisation est responsable ».

- Avez-vous déjà eu besoin de mesurer ou de démontrer l'impact de votre travail ?
- Êtes-vous curieux de savoir si vos activités ont un impact et ont produit un changement ?
- Avez-vous cherché des outils vous aidant à mesurer ce changement ?
- Quelle est l'importance de la capacité d'évaluer et d'articuler l'impact de votre organisation ? (Par exemple, de 0 à 5)
- Dans quelle mesure seriez-vous confiant lorsque vous discuterez de l'impact du patrimoine culturel numérique ?
- Dans quelle mesure êtes-vous sûr que votre organisation évalue et articule son impact ?

Le partenariat GLAMers a décidé de baser son évaluation sur l'Impact Playbook développé par Europeana pour plusieurs raisons :

- Le EIP est conçu spécifiquement pour les organismes du patrimoine culturel.
- Il a été conçu pour évaluer l'impact des ressources numériques, mais compte tenu de sa grande flexibilité, l'EIP est également facilement adaptable à d'autres situations.
- Il peut être utilisé en fonction de l'échelle de l'action, du temps dont nous disposons, des priorités et des ressources que nous pouvons mettre dans l'activité d'évaluation.

L'EIP est basé sur les principes énoncés dans le livre de Simon Tanner et propose une approche en quatre phases :

- Concevez votre impact
- Mesurez votre impact
- Racontez votre impact
- Évaluez votre impact

En raison de la durée du projet GLAMers, nous avons travaillé directement sur la première étape (conception) et nous avons fourni aux GLAMs concernées un outil qu'elles peuvent utiliser pour les étapes suivantes. Pour une présentation complète de la phase 1 de l'EIP, veuillez consulter : <https://pro.europeana.eu/event/design-your-impact-impact-playbook-phase-1>. Dans les paragraphes suivants, nous présenterons les éléments clés du modèle EIP. **L'application de ces principes au cas particulier du projet GLAMers est surlignée en rouge.**

2.2 Concevez votre impact

La phase 1 du EIP consiste à concevoir l'impact que vous souhaitez avoir sur les institutions et les personnes, en ce qui concerne une activité spécifique que vous souhaitez mener à bien.

---> dans le cas des GLAMers, nous voulons mesurer l'impact que les activités menées dans le cadre du projet GLAMers auront sur la stratégie future des GLAMers.

Pour la conception de notre impact, il est nécessaire de disposer d'une équipe d'experts apportant des compétences différentes. Il est très difficile de le concevoir par une seule personne : nous avons besoin d'une équipe. L'équipe comprend des personnes travaillant dans différents secteurs de l'organisation afin d'apporter des perspectives et des idées différentes. Ceci est utile selon un concept important introduit par le modèle *Balanced Value Impact*, c'est-à-dire les lentilles de valeur, un ensemble de cinq valeurs, qui sont le plus souvent liées à l'expérience du patrimoine culturel. L'évaluation de l'impact est plus efficace lorsque vous utilisez différentes lentilles pour collecter et interpréter les données. Chaque objectif zoome sur la valeur perçue de ce qui est mesuré, d'un point de vue spécifique, sans être distrait par l'image plus grande.

- Lentille utilitaire : vous avez vu des preuves que les gens ont développé une nouvelle ressource, ont changé leur point de vue ou leurs perspectives, ou ont utilisé davantage une ressource ou un service après s'être engagés dans l'activité.
- Objectif d'apprentissage : vous avez vu des preuves qu'une personne ou une communauté a appris des activités et que cela a fait une différence dans son sens de la culture, de l'éducation, des connaissances et du patrimoine.
- Lentille communautaire : vous avez constaté que les gens se sentaient mieux connectés à leur communauté et aux sujets après avoir participé à vos activités.
- Lentille d'existence : vous avez vu des preuves de l'importance que les gens accordent à la valeur conceptuelle et au prestige découlant de la ressource ou du service.
- Lentille de l'héritage : vous avez vu des preuves que les gens tiraient un avantage de l'héritage et de la transmission de ressources ou d'activités entre les générations et les communautés.

Cette première phase du EIP peut être structurée en cinq activités.

Activité 1.A - Réfléchissez aux perspectives stratégiques et aux lentilles de valeur de votre projet du point de vue de votre organisation :

- Pourquoi faites-vous le projet ?
- Pourquoi êtes-vous intéressé par cette initiative ?
 - ✓ Êtes-vous plus intéressé par la valeur économique ?
 - ✓ Ou dans sa valeur sociale ?
 - ✓ Ou innovation ?
 - ✓ Ou organisation ? Des changements dans l'organisation elle-même ?

Vous n'êtes pas obligé d'en choisir un, aussi parce que souvent ils sont tous importants. Mais nous devons nous concentrer sur ce qui est vraiment important pour vous et nous voulons en voir les effets.

---> dans le cas des GLAMers, la perspective stratégique consiste en une relation plus étroite entre les GLAMs et les jeunes. Dans tous les cas pilotes de GLAMs impliqués décrits précédemment, l'accent est mis sur la valeur de l'innovation sociale, ainsi que sur les changements organisationnels nécessaires pour mettre pleinement en œuvre la stratégie.

En particulier, il a été lancé un programme de sciences communautaires qui vise à contribuer à la recherche en sciences humaines dans les domaines des sciences de l'art et du patrimoine naturel. Le projet vise à favoriser les relations avec les communautés de pratique entre les jeunes et les personnes âgées favorisant le partage éthique et l'exploration des connaissances locales à travers les pratiques artistiques, faisant émerger des enjeux intergénérationnels et éco culturels. Le projet soutient en outre l'ouverture et la prise en compte des données culturelles grâce au développement d'archives numériques, favorisant la publication en libre accès.

ACTIVITE 1.B - Réfléchir aux valeurs que le projet peut apporter aux parties prenantes :

- S'agit-il d'une expérience d'apprentissage ?
- S'agit-il d'un bâtiment communautaire ?
- S'agit-il d'un héritage ?

- Est-ce une question d'utilité ?
- S'agit-il d'existence ou de prestige ?

Il n'y a pas une seule bonne réponse, mais il est important de répondre à ces questions.

---> dans le cas des GLAMers, la perspective stratégique pour toutes les GLAMs impliquées consistait en une relation plus étroite entre les GLAMs et les jeunes (associations). Les valeurs clés transmises aux parties prenantes consistent principalement en des expériences de construction communautaire et d'apprentissage.

ACTIVITE 1.C - Parties prenantes :

- Les parties prenantes sont la clé pour mesurer votre impact.
- Votre équipe doit comprendre qui est pertinent pour vous et à quel point ils le sont exactement.

Une partie prenante est une personne, un groupe, une communauté ou une organisation dont vous vous attendez à voir un changement ou autour de qui vous concevez vos activités. Exemples de parties prenantes : partenaires, décideurs politiques, bailleurs de fonds, médias, groupe de techniciens avec lesquels nous travaillons, recherche, etc.

Vous et votre équipe devrez identifier toutes les parties prenantes avant de commencer votre étude d'impact.

---> dans le cas des GLAMers, les principaux acteurs sont : l'Association pour l'Histoire Vivante, les associations de jeunes et de citoyens de la commune et les communautés sociales et culturelles liées au MHV ; les directeurs de la Banque de Chypre, les associations de jeunesse et de citoyens chypriotes, les communautés éducatives et culturelles pour le BoCCF ; les institutions associées à la BoWB, les associations de jeunes et citoyens des Balkans occidentaux, les organisations artistiques et culturelles actives dans les expositions, les jeunes artistes exposant à la Biennale ; les directeurs et les professionnels travaillant au MUO, ainsi que les associations de jeunesse et les citoyens croates, les écoles et les centres de formation de Zagreb ; les gouvernements municipaux et régionaux, ainsi que les organisations environnementales, éducatives, culturelles et les associations de jeunesse actives dans la région bolognaise pour le FVG ; et enfin les institutions culturelles et éducatives locales et nationales, ainsi que les associations de jeunesse et de citoyens actives sur le territoire bruxellois pour les RMAH.

Leur niveau d'engagement peut varier dans l'engagement des jeunes et la mise en œuvre d'un engagement actif pragmatique et d'une participation culturelle des jeunes dans les contextes GLAM qui sont basés sur certains résultats d'apprentissage ou des activités de développement communautaire peut être difficile. Développer les critères pour concevoir des activités d'engagement des jeunes qui répondent à leurs besoins et à leurs attentes pourrait être particulièrement difficile. Les obstacles peuvent inclure un manque de services numériques compétents parmi les GLAMs et un manque de ressources humaines, techniques et/ou scientifiques pour développer des programmes et des contenus de qualité et très attrayants.

Les jeunes artistes peuvent être impliqués par le biais d'appels ouverts et de résidences itinérantes ouvertes qui les engageront dans des recherches sur le terrain liés au patrimoine naturel et à la documentation artistique des communautés locales. Ils pourront se familiariser avec la population locale et explorer leurs pratiques à travers une recherche basée sur l'art. Des synergies seront développées entre les jeunes artistes et les communautés locales mettant en place un cadre de collaboration axé sur la promotion des relations intergénérationnelles, le dépassement des barrières et la facilitation de la communication.

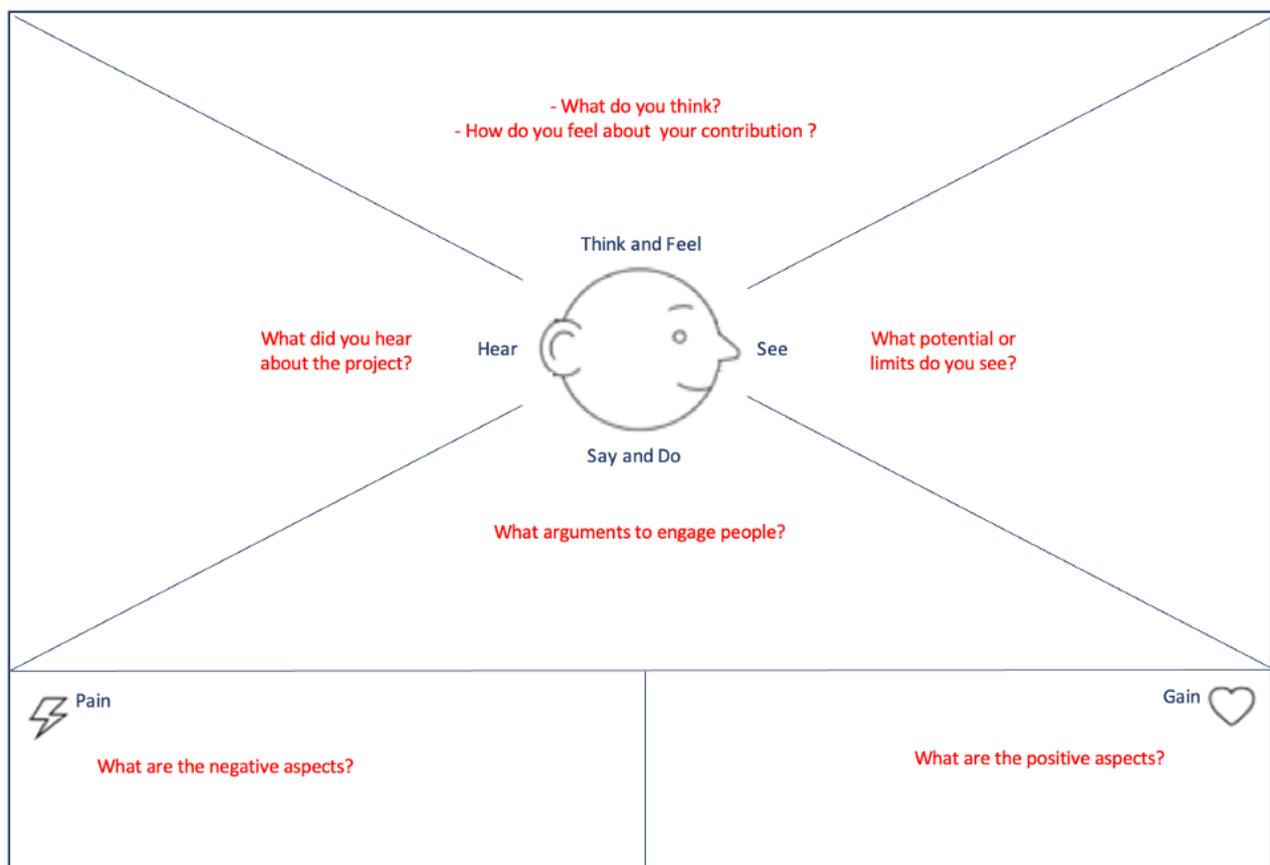
ACTIVITÉ 1.D - Carte d'empathie :

Pour mieux comprendre vos parties prenantes, une carte d'empathie peut être utile. La carte est divisée en 4 sections : demandez ce que vos parties prenantes ressentent, voient, disent et font, entendent. Appliquez les questions à chaque groupe différent de parties prenantes et spécifiquement à votre projet.

- PENSER et RESENTEZ (THINK and FEEL) : ce que la personne ressent lorsqu'elle entre en contact/s'implique dans notre projet.
- VOIR (SEE) : choses que la personne voit se produire autour d'elle.
- DIRE et FAIRE (SAY and DO) : choses que la personne dit et fait.
- ENTENDRE (HEAR) : ce que la personne entend autour d'elle.

Définissez enfin :

- DOULEUR (PAIN) = ce sont les défis.
- GAIN = ce sont les bénéfices.



---> dans le cas des GLAMers, nous pouvons nous référer à certaines citations provenant des personnes impliquées dans les activités pilotes qui peuvent nous aider à comprendre les Douleurs et les Gains possibles :
Douleurs :

- Le COVID-19 a eu un impact significatif sur l'adoption des nouvelles technologies par les GLAM.
- Les GLAMs n'ont pas suffisamment exploré toutes les possibilités et tous les avantages offerts par la technologie.
- Le manque de fantaisie, le manque d'éducation, l'ignorance et le manque de diffusion correcte empêchent les jeunes de participer aux activités et événements culturels organisés par les GLAMs.

Gains :

- La technologie est un facteur qui peut transformer une exposition traditionnelle en une exposition interactive.
- La réalité augmentée et la réalité virtuelle sont les technologies les plus intéressantes qui peuvent accroître l'implication des jeunes dans les GLAMs.
- Grâce aux médias sociaux et à la gamification, les GLAMs peuvent augmenter le nombre de jeunes qui visitent leurs expositions et participent à leurs activités.
- Si les GLAMs et les organisations de jeunesse coorganisaient davantage d'activités, le nombre de jeunes visiteurs des GLAMs augmenterait également.

ACTIVITÉ 1.E - LA VOIE DU CHANGEMENT :

Toutes les activités précédentes sont regroupées dans une évaluation d'impact, l'impact que l'activité a sur les parties prenantes identifiées pour lesquelles vous concevez la voie du changement. Les composants du parcours sont :

- PARTIE PRENANTE (nous savons déjà qui ils sont de l'Activité 1.C précédente)
- RESSOURCES : investissements que vous faites en temps et en argent pour réaliser vos activités.
- ACTIVITÉS : les choses que vous faites, ou le projet proposé, ou toute activité que vous considérez comme essentielle à la réalisation de ce changement.
- OUTPUTS : résultats directs de votre activité.

- OUTPUTS est une chose différente de OUTCOME. Les extrants sont des éléments sur lesquels nous exerçons une influence directe. Les OURCOMES sont des choses sur lesquelles nous avons moins de contrôle ou d'influence. Il est parfois difficile de faire la distinction entre les résultats et les extrants. Les résultats sont immédiatement mesurables. Nous pouvons nous référer à la « ligne de responsabilité » comme la ligne qui sépare les changements qui se produisent directement en fonction de notre activité et les changements dont on ne peut pas dire qu'ils en dépendent directement, mais auxquels nous pourrions avoir contribué, même si cela est difficile à prouver.
- OUTCOMES : COURTS et LONG = changements qui se sont produits chez (ou pour) vos parties prenantes en conséquence directe de vos activités.
- IMPACT : les changements qui se sont produits chez (ou pour) vos parties prenantes et auxquels votre projet a contribué (le changement que nous voulons finalement voir).

---> concernant le cas des GLAMers, les acteurs concernés ont déjà été listés précédemment, ainsi qu'une description des activités et des réalisations.

Concernant les résultats évidents résultant des activités GLAMers menées dans le cadre de son OI3, nous pouvons souligner :

- Nombre de séances de conseil sous IO3 : 10
- Nombre d'événements accueillis par les GLAMs et coorganisés par les partenaires du projet 4
- Personnel des GLAMs impliqués mobilisé pour les actions de consultance fournies par les partenaires des GLAMers : 4 (MCA) + 3 (Chypre) + 1 (BoWB) + 4 (MUO)
- Jeunes et professionnels de la culture participant aux événements organisés au sein des GLAMs impliqués : jeunes (6 Cyprus, 16 BoWB, 21 MUO), GLAM staff (4 Chypre + 4 BoWB + 4 MUO)

Enfin, l'IMPACT attendu des événements peut être résumé de cette manière.

Les participants adultes ont reconnu que les GLAMs ont encore un long chemin à parcourir pour comprendre pleinement les possibilités que les nouvelles technologies et la gamification peuvent offrir à leurs activités en termes d'interactivité. Le manque de diffusion adéquate des activités est un contre-coup important pour les GLAMs. Tous les participants semblent comprendre que l'utilisation des médias sociaux que les jeunes utilisent est d'une importance considérable.

D'autre part, les jeunes ont eu l'occasion de découvrir le musée d'une manière différente, en participant à des activités interactives inhabituelles. Ils étaient extrêmement actifs et motivés, prêts à travailler en équipe. Les commentaires qu'ils ont fournis seront utiles aux employés du musée dans leur travail ultérieur. De nombreux jeunes ont souligné qu'ils seraient heureux de faire partie d'un groupe de travail qui participerait à la co-création de contenus pour la nouvelle exposition permanente des GLAMs et de contenus sur les réseaux sociaux du musée.

Une attention particulière doit être portée à l'événement hackathon organisé avec la BoWB. Là, les résultats du travail conjoint ont consisté en un module d'apprentissage, montrant comment le changement climatique est un phénomène environnemental et social qui peut être combattu par l'engagement des jeunes dans les actions climatiques. L'effort conjoint a abouti au développement d'éco-capacités chez les jeunes, par le biais d'activités culturelles, montrant que, grâce à des ateliers, des expositions et des programmes éducatifs liés au climat, les GLAM peuvent générer des éco-capacités chez les jeunes. Cette action a un impact sur la capacité des jeunes à devenir des agents de changement, en mobilisant l'apprentissage basé sur la science et l'art pour donner aux jeunes les moyens d'adopter l'action climatique dans leurs communautés. Les plans futurs incluent la standardisation de la documentation numérique, rendant le contenu plus facile à trouver, accessible, interopérable et réutilisable (FAIR). Cela devrait aboutir à une documentation lisible par machine facilitant l'utilisation des données culturelles pour les chercheurs, les développeurs et les utilisateurs finaux ainsi que les communautés locales elles-mêmes. À cette fin, l'organisation vise à soutenir la souveraineté sur la gestion des données pour le bénéfice collectif des communautés. En appliquant plusieurs principes utiles (tels que les principes CARE - Bénéfice collectif, autorité de contrôle, responsabilité et éthique), le projet de science communautaire vise à créer une base pour la publication éthique du patrimoine local lié aux questions éco culturelles en tant que connaissance ouverte.

En conclusion générale, nous pouvons souligner que la mise en avant de la pensée créative comme outil d'*empowerment* a été précieuse et a conduit les partenaires des GLAMers à explorer davantage le domaine de l'innovation ouverte. Ils ont eu l'occasion de rédiger, de développer et de mieux comprendre la relation entre la recherche participative basée sur l'art, les processus d'apprentissage et les composants scientifiques assistés par la technologie. Nous avons particulièrement travaillé sur des artistes engageant les jeunes dans le processus de recherche artistique, de création artistique et d'apprentissage artistique. Nous avons également travaillé avec plusieurs concepts, notamment dans le sens d'une pratique artistique sociale impliquant l'engagement et l'interaction communautaires.

2.3 Étapes ultérieures

L'impact qu'il est possible d'évaluer dans la durée du projet GLAMers est maintenant conclu, mais il est important de fournir aux GLAMs impliquées un outil capable de suivre ce qui se passe et de vérifier si les activités menées ont apporté les résultats escomptés.

La présente section vise à présenter les outils à utiliser pour les trois phases ultérieures du EIP. Son objectif principal est de proposer aux GLAMs une méthode à exploiter pour garder le cap, après le démarrage initial issu du projet GLAMers. Il est principalement basé sur un ensemble de « bonnes questions » qu'ils doivent se poser pour évaluer pleinement le travail qui a été fait.

Nous avons vu que la phase 1 du EIP consiste à définir l'impact que les GLAMs veulent avoir sur les institutions et les personnes. Comme prévu précédemment, les trois phases suivantes concernent :

- Mesurez votre impact
- Racontez votre impact
- Évaluez votre impact

Mesurez votre impact

Alors que les principaux outils de la première phase consistent en des réunions, des ateliers, des réflexions sur les bénéfices attendus, la seconde phase demande de se familiariser avec les tableurs, les techniques de collecte de données et la gestion des données. À partir des concepts de conception qui ont été élaborés lors de la phase 1, les GLAMs doivent maintenant passer par six étapes supplémentaires vers une évaluation d'impact.

Activité 2.A – Préparation. Reprenez le courant, affinez votre équipe et votre plan d'attaque.

Si vous pensez que la première conception s'est trop éloignée de la vision d'origine, ou n'est pas suffisamment axée sur ce qui doit changer, pensez à exécuter à nouveau les éléments des ateliers de conception qui peuvent soutenir le type de réflexion et de résultat qui vous manque, ou doit être affiné. Les bonnes questions à se poser sont :

- Quelles ressources pouvons-nous consacrer à ce processus ?
- De combien de temps nous et votre équipe disposons-nous ?
- Quelles sont les ressources financières que nous pouvons investir dans ce processus ?
- Quel est le délai ou l'échéance avec lesquels nous travaillons ?

À la fin de cette première activité, vous devriez vous sentir plus confiant sur la façon de naviguer dans les prochaines étapes et être plus familier avec ce que votre organisation peut offrir pour soutenir ce processus.

Activité 2.B - Développer vos indicateurs. Convenez de la façon dont vous mesurerez ce changement.

Avec votre équipe, passez en revue le travail que vous avez documenté lors de la phase 1. Examinez votre motivation initiale pour commencer à mesurer l'impact. Voici quelques bonnes questions à vous poser :

- Que voulez-vous évaluer ?
- Pourquoi voulez-vous l'évaluer ?

- Qu'allez-vous faire des résultats ?
- Qu'essayez-vous d'accomplir et d'apprendre et dans quel but ?
- Mesurez-vous l'impact pour démontrer l'efficacité ou pour faire rapport à un bailleur de fonds externe, ou êtes-vous intéressé à utiliser des données pour améliorer votre travail ?

N'oubliez pas qu'il existe deux types d'indicateurs :

- Les indicateurs objectifs représentent des faits – par exemple, des revenus ou des visites dans un musée.
- Les indicateurs subjectifs représentent des opinions ou des perceptions - par exemple, le plaisir ou la qualité d'un nouveau service.

Le résultat de cette activité est que vous disposez d'un parcours de changement mis à jour avec les indicateurs appropriés.

Activité 2.C - Planifier la collecte de données. Mettez-vous d'accord sur la manière de collecter les données et de rassembler les outils dont vous avez besoin.

Les données se présentent sous différentes formes, qualitatives et quantitatives. Si vous savez comment vous allez collecter vos données, vous devez maintenant réfléchir à la conception de votre évaluation. Vous devriez vous demander :

- Allez-vous comparer une situation pré (*baseline*) et une situation post (*endline*) ?
- Ou souhaitez-vous surveiller en permanence les effets de votre travail (et donc collecter des données en continu) ?
- Faites-vous une recherche rétrospective (regardant sur ce qui s'est passé) centrée sur une certaine période ?
- Collecterez-vous des données à plusieurs moments après la fin de l'activité ?
- Ou ne collectez-vous les données qu'une seule fois ?

À la fin de cette tâche, vous disposez d'un *Change Pathway* mis à jour avec les méthodes les plus appropriées à votre situation spécifique.

Activité 2.D - Collecte de données. Définissez votre plan de collecte de données en action.

Conservez toujours les données de base d'origine dans un lieu de sauvegarde sûr. N'oubliez pas d'exporter les données des outils propriétaires dans un format neutre pris en charge par plusieurs outils (comme une feuille de calcul Excel). Quelques questions clés à garder à l'esprit :

- Avez-vous les données dont vous avez besoin, par exemple, en termes de qualité des données ou de l'échantillon ?
- Quand cesserez-vous de collecter des données ?
- Avez-vous besoin d'envoyer des rappels ou d'interroger d'autres parties prenantes ?
- De nouveaux points de collecte de données ont-ils émergé ? Faut-il les poursuivre ?
- Avez-vous prévu le temps dont vous aurez besoin pour transcrire les entretiens ?

Vous avez maintenant collecté et sauvegardé vos données.

Activité 2.E - Analyser les données. Cette étape est cruciale pour mieux comprendre vos données.

Il est maintenant temps d'examiner et de préparer vos données afin qu'elles soient prêtes à être analysées par vous et votre équipe. Attendez-vous à passer du temps à examiner en profondeur ce que vous avez collecté pour vous assurer qu'il répond à vos propres normes de qualité. Demandez-vous :

- Est-ce incomplet ou spam ?
- Vos données répondent-elles à vos critères de succès ?
- Est-il dans un bon format pour permettre une révision collective avec votre équipe ?

Vous devriez maintenant avoir confiance dans les données que vous avez recueillies.

Activité 2.F - Tirer des conclusions. Enfin, vous pouvez connecter les données à votre schéma de conception.

Il est temps de traduire les modèles que vous avez trouvés lors de l'analyse des données en conclusions utiles pour votre évaluation d'impact Dirigez votre équipe tout au long de l'analyse des données et envisagez

ensemble :

- Que pensez-vous de ces modèles (ou de leur absence) ?
- Qu'est-ce qui a changé et qu'est-ce qui n'a pas changé ?
- Qu'est-ce que vous vous attendiez à voir mais que vous n'avez pas trouvé dans ces modèles ?
- Certains modèles vous ont-ils surpris ?

Voyez jusqu'où vous êtes allé pour montrer votre impact.

Racontez votre impact

Cette phase amène les GLAMs plus profondément dans le processus de construction d'une histoire à partir de leurs données et de création d'un récit qui les aidera à partager, discuter et apprendre de leur évaluation d'impact. Il peut être structuré en six activités différentes, allant de la mobilisation de l'équipe de communication et de conception à la publication et à l'utilisation des résultats collectés.

Activité 3.A - Préparez votre équipe. Faites participer tout le monde et capitalisez sur vos compétences partagées.

Souvent, le simple fait de présenter les données ne racontera pas l'histoire que vous voulez raconter ou n'inspirera pas l'action que vous voulez voir ensuite. Le récit n'est pas seulement pour votre résumé ou vos conclusions. Une fois que vous avez rédigé un récit convaincant, il influencera votre plan de diffusion et il est susceptible de façonner la manière dont le GLAM utilise vos résultats. Vous pouvez commencer en demandant à vos collègues de venir avec des exemples où ils aiment la façon dont l'information a été présentée ou où un récit a été construit qui est resté avec eux pendant longtemps après l'avoir lu. Ceux-ci peuvent prendre de nombreuses formes, des rapports aux livres, romans graphiques ou publications sur les réseaux sociaux. Vous pouvez alors leur demander :

- Pourquoi avez-vous choisi cet exemple ? Qu'est-ce qui les a distingués ?
- Qu'est-ce qui a bien fonctionné dans l'exemple et qu'est-ce qui pourrait être amélioré ?
- Que pourriez-vous apprendre de cet exercice lors de la création de votre propre histoire d'impact ?

À la fin du processus, la valeur et les objectifs de la narration d'impact devraient être plus clairs pour tout le monde.

Activité 3.B - Construisez votre récit. Construisez votre récit en utilisant vos interprétations de la phase 2.

Un récit d'impact peut être décomposé en cinq éléments :

- *Paramètre.* Cela inclut toutes les informations contextuelles qui aident les lecteurs à comprendre la situation, telles que vos objectifs organisationnels, vos questions et objectifs de recherche, votre cadre conceptuel et votre méthodologie.
- *Personnages.* Vos protagonistes narratifs sont vos parties prenantes - le récit est pour eux, pas les données ! Il s'agit notamment de ceux pour qui vous avez prévu de créer un changement, ainsi que d'autres parties prenantes telles que les bailleurs de fonds, les partenaires et les autorités locales, etc. Il existe également des personnages de soutien tels que les participants à l'enquête/l'entretien qui partagent leurs expériences d'un point de vue personnel.
- *Rebondissements.* Surprise, contraste ou conflit. Les surprises sont les découvertes intéressantes, les problèmes ou les énigmes dérivés des données. Comme les conflits dans un roman, ce sont des éléments importants pour accrocher vos lecteurs et les garder engagés avant de présenter vos découvertes en détail.
- *Terrain.* C'est ainsi que le récit coule d'une découverte à l'autre. Une bonne intrigue dans le corps principal du rapport relie vos conclusions, vos revendications d'impact et les preuves à l'appui de manière convaincante pour guider les lecteurs tout au long de votre parcours d'impact et enfin répondre à vos questions de recherche.
- *Réflexion.* C'est la fin de votre récit, qui forme la conclusion. Souvenez-vous de votre public et de ce qu'il a à gagner à la lecture de votre rapport.

Vous avez maintenant une histoire d'impact dont vous pouvez être fier et qui peut montrer aux autres la valeur de ce que vous avez fait.

Activité 3.C - Présentez et visualisez vos données. Prenez vos données et utilisez-les pour illustrer votre histoire d'impact.

Les graphiques et les visuels facilitent l'absorption rapide des informations. Ils vous permettent d'informer rapidement et efficacement vos collègues de ce qui s'est passé et de ce qui devrait se passer ensuite. Les dessins, les citations et les images sont également des modes de communication percutants.

Vous n'avez pas besoin d'être un expert pour présenter vos données de manière claire et accessible. Voici quelques conseils et outils que nous avons trouvés utiles. Nous les partageons ici pour vous aider à trouver la confiance nécessaire pour explorer de nouvelles façons de présenter vos données.

N'oubliez pas qu'à la fin de cette activité, vous aurez une ébauche de rapport visuelle et engageante.

Activité 3.D - Validez et révisez votre récit. Partagez votre rapport avec d'autres pour obtenir des commentaires.

Il est recommandé de valider votre récit d'impact auprès de ceux qui en sont affectés ou dont les efforts ont contribué, d'une manière ou d'une autre, à le façonner. Il peut s'agir d'une personne que vous avez interviewée ; un partenaire du projet ; votre directeur ou votre haute direction ; ou votre collègue responsable du projet. La validation signifie que quelqu'un a l'occasion de réfléchir à vos conclusions et interprétations, de vous faire part de ses commentaires et peut vous aider à mieux façonner votre récit ou à améliorer la façon dont vous présentez les données. Ceci est important pour plusieurs raisons :

- Validez ou contestez vos interprétations des données et du récit plus large que vous avez construit.
- Revérifiez votre approche et vos perspectives.
- Vous informe de tout ce dont vous devriez faire attention, par exemple, les sensibilités ou la politique.
- Une nouvelle perspective et de nouvelles perspectives ajoutent de la richesse au récit.

À la fin de cette étape, vous aurez un rapport révisé prêt à être publié.

Activité 3.E - Publiez et partagez votre rapport. Publiez le rapport et partagez-le avec ceux qui ont besoin de le lire.

Vous avez vos données, vos visuels et votre narration. Il est maintenant temps de les emballer tous et de réfléchir à la manière de les faire parvenir au public qui en a besoin. Les rapports sont très utiles pour avoir toutes les informations pertinentes disponibles en un seul endroit. Il est probable que votre public sur les réseaux sociaux ne veuille pas de rapport, et qu'il ne veuille qu'une infographie. Cela ne conviendrait pas à vos bailleurs de fonds, donc peu importe qui sont vos publics. Dans la phase 1, vous avez déjà cartographié vos publics et commencé à rédiger un plan sur la manière dont vous partageriez votre rapport d'évaluation d'impact avec eux. Voici quelques actions que vous et votre équipe pouvez prendre à l'avance :

- Rédiger un plan de diffusion
- Rédigez du texte pour votre newsletter, vos tweets et vos publications sur les réseaux sociaux
- Établir un calendrier de diffusion.

Cet effort vous fournira une stratégie pour partager votre rapport avec vos parties prenantes : vous savez ce que vous partagerez et avec qui.

Activité 3.F - Utilisez vos découvertes. Assurez-vous que vous et les autres apprenez de ce que vous avez trouvé.

Au fur et à mesure que vous parcourez les données et rédigez votre récit d'impact, vous avez probablement recueilli une série de recommandations sur ce que vous pouvez faire mieux la prochaine fois. Si oui, c'est super ! Si ce n'est pas le cas, envisagez de revenir sur les données et votre interprétation :

- Que vous disent les données sur le succès de l'activité dans la réalisation des objectifs définis dans votre parcours de changement ?
- Comment pourrait-il avoir plus de succès ?

Prenez votre liste de recommandations et faites quelque chose avec. Organisez une réunion avec vos collègues. Ajoutez les recommandations au document dans lequel vous concevez un nouveau projet (et utilisez également le chemin du changement !). De cette façon, vous obtenez des programmes mieux conçus et plus d'impact à long terme.

Évaluez votre impact

Cette phase présente les méthodologies pour aider les GLAMs à évaluer et à améliorer leur approche de l'évaluation d'impact ainsi qu'à intégrer une approche d'impact pour soutenir le développement de leur organisation. L'importance d'évaluer l'impact consiste d'abord dans la capacité à concevoir des activités qui répondent mieux aux besoins des acteurs et aident les GLAMs à remplir leur mission. Deuxièmement, intégrer une approche de conception, d'évaluation et de narration de l'impact dans leur organisation et leurs activités. Troisièmement, avancer dans les processus de changement, de croissance et d'amélioration organisationnels.

Comme d'habitude, nous pouvons diviser cette phase en différentes activités :

Activité 4.A - Préparez votre équipe et convenez de votre objectif.

Décidez qui sera impliqué dans votre évaluation et quel aspect de votre analyse d'impact vous souhaitez évaluer ; définir votre échéancier et le niveau de ressources que vous pouvez investir ; identifiez où vous allez collecter et interroger vos informations. Une diversité de perspectives et de façons de penser est importante dans tout environnement collaboratif :

- Qui peut être impliqué pour représenter les différentes parties de votre évaluation d'impact et pour partager leurs perceptions de ses succès et défis ?

Cela peut signifier réunir des collègues des communications, le chef d'équipe de projet, l'administrateur, le conservateur numérique, etc., tous ensemble dans une même pièce.

Activité 4.B - Choisissez votre approche d'évaluation.

Décidez comment évaluer votre approche d'évaluation d'impact ; appliquez la technique et obtenez des résultats pour améliorer votre approche d'évaluation d'impact. L'EIP propose différentes méthodes. Vous pouvez trouver plus d'informations à leur sujet sur le lien : <https://pro.europeana.eu/page/europeana-impact-playbook>.

- Débriefings d'équipe ou « rétro ». Il est facile à appliquer dans le cadre d'un atelier (en ligne ou en personne), peut être intégré aux formats de réunion existants, ne prend pas beaucoup de temps, donne des résultats immédiats. Cela pourrait être considéré comme une approche « minimale » que vous pouvez adopter pour évaluer votre processus d'évaluation d'impact.
- Sondes vos collègues. Il est utile de tester vos compétences en matière de collecte de données ; capture les opinions anonymes ; rotation rapide en termes d'entrée ; un logiciel d'enquête est facilement disponible.
- Enquête en équipe. Il peut être utilisé et appliqué dans différents domaines, ainsi que dans l'évaluation de votre évaluation d'impact. Il travaille avec des équipes, améliore vos compétences en matière de collecte de données, se concentre sur les améliorations que vous pouvez apporter et sur des domaines d'amélioration spécifiques.

Activité 4.C - Analyser, apprendre et s'améliorer.

Évaluez ce que vous avez appris ; hiérarchisez les améliorations que vous pouvez et devez apporter. Cette étape affine votre analyse, aide les GLAMs à rédiger des recommandations et améliore les processus d'évaluation d'impact.

Activité 4.D - Intégrer un processus d'analyse d'impact, d'évaluation et d'amélioration organisationnelle.

Explorez différentes façons d'intégrer l'apprentissage et l'évaluation dans votre organisation. Vous mettez en pratique l'approche complète *d'Europeana Impact*, en adoptant un cycle itératif et continu de conception, de mesure, de narration et d'évaluation de l'impact.

La dernière section se concentre sur les moyens légers d'intégrer l'impact dans la conception des futures activités percutantes du GLAM et des processus d'évaluation d'impact, et ce faisant, de soutenir le développement, l'apprentissage et l'amélioration organisationnels.