

Cap-SMART vise à analyser dans une perspective transdisciplinaire et durable, l'adoption technologique dans le secteur touristique et ses effets sur l'emploi et le travail en Région Bruxelles-Capitale



Projet réalisé par
Cloquet Isabelle, Bauthier Isabelle, JUZIAK Vincent (Litotes-ULB)
VAN DE LEEMPUT Cécile, HELLEMANS Catherine, FLANDRIN
Pierre (PsyTC-ULB)
capmart@ulb.ac.be

Projet financé par Innoviris 2018-2022
2018-Anticipate-025

Musées et attractions à Bruxelles

Adoption technologique,
transformations et enjeux
sectoriels de la digitalisation

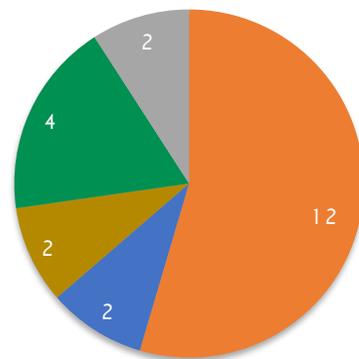
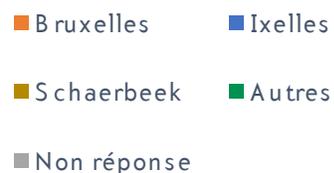
Notes méthodologiques

A. Enquête quantitative

- **Quand:** juillet 2019 à mars 2020
- **Qui:** 22 musées et attractions

Profil varié des structures participantes du point de vue de la taille (exprimée en nombre de visiteurs ou d'événements organisés par an), de la forme juridique, des collections, de la localisation et de la perception vis-à-vis des technologies.

Localisation des structures composant l'échantillon

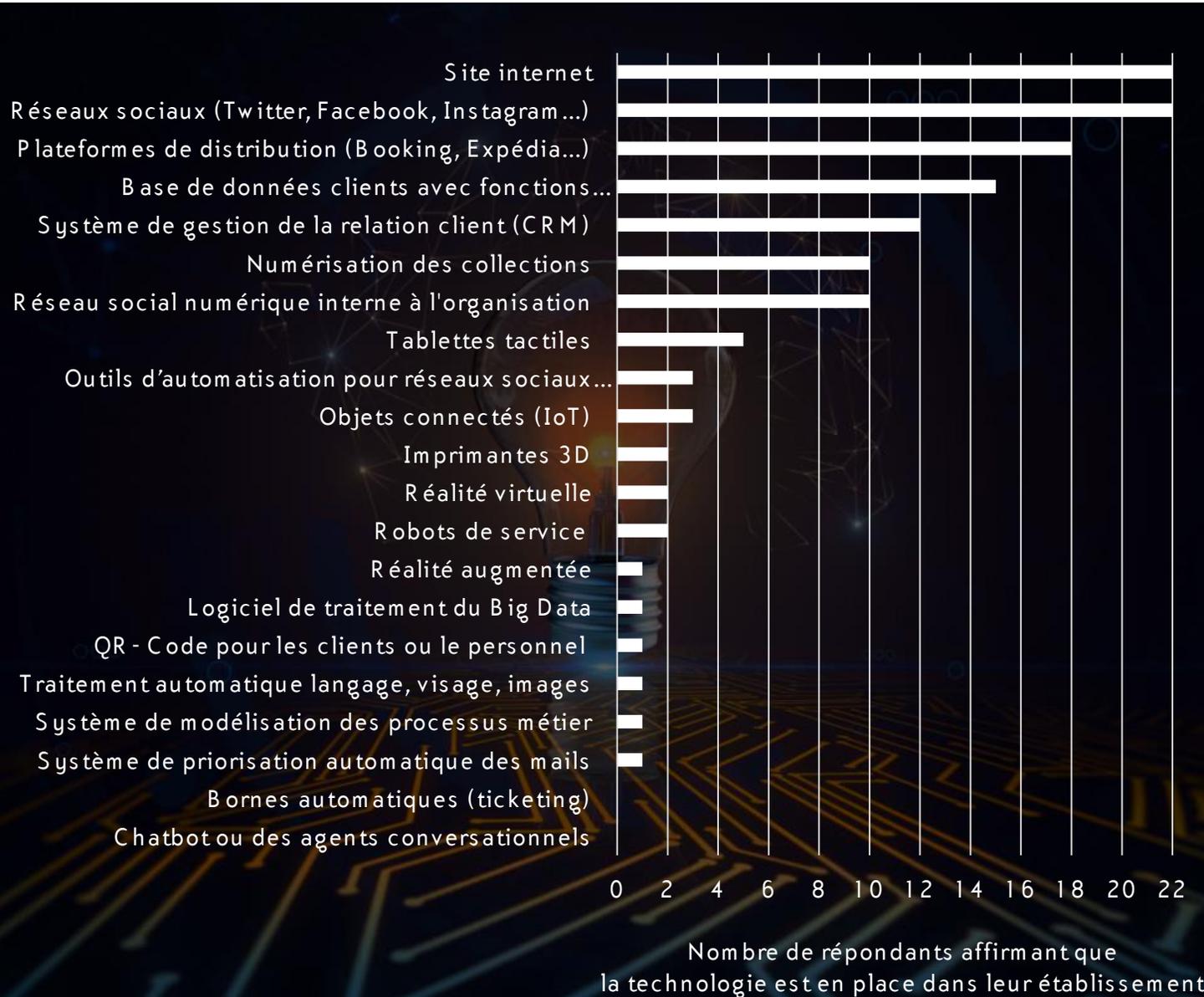


B. Entrevues semi-directives (vidéo-conférences)

- **Quand:** entre juillet et fin octobre 2020
- **Qui:** Cadres de 8 musées et 3 prestataires de visites guidées; postes permettant d'avoir une vue d'ensemble sur l'adoption des technologies au sein de leur structure

Echantillon aux profils variés (forme juridique, taille, collections, perception des technologies...)

Technologies les plus adoptées actuellement?



Les technologies les plus adoptées sont celles **aidant à la communication et à la vente**. Deux tiers des répondants mentionnent le recours à une base de données clients, ce qui suggère une volonté de **tisser une relation plus étroite avec leurs visiteurs**. La **numérisation des œuvres** est également une pratique relativement répandue. Le recours à des logiciels de gestion indique un certain degré d'informatisation, sans toutefois marquer une tendance, une automatisation des fonctions administratives.

Adoptions technologiques envisagées dans les 3 ans

Les intentions d'adoption font ressortir trois éléments:



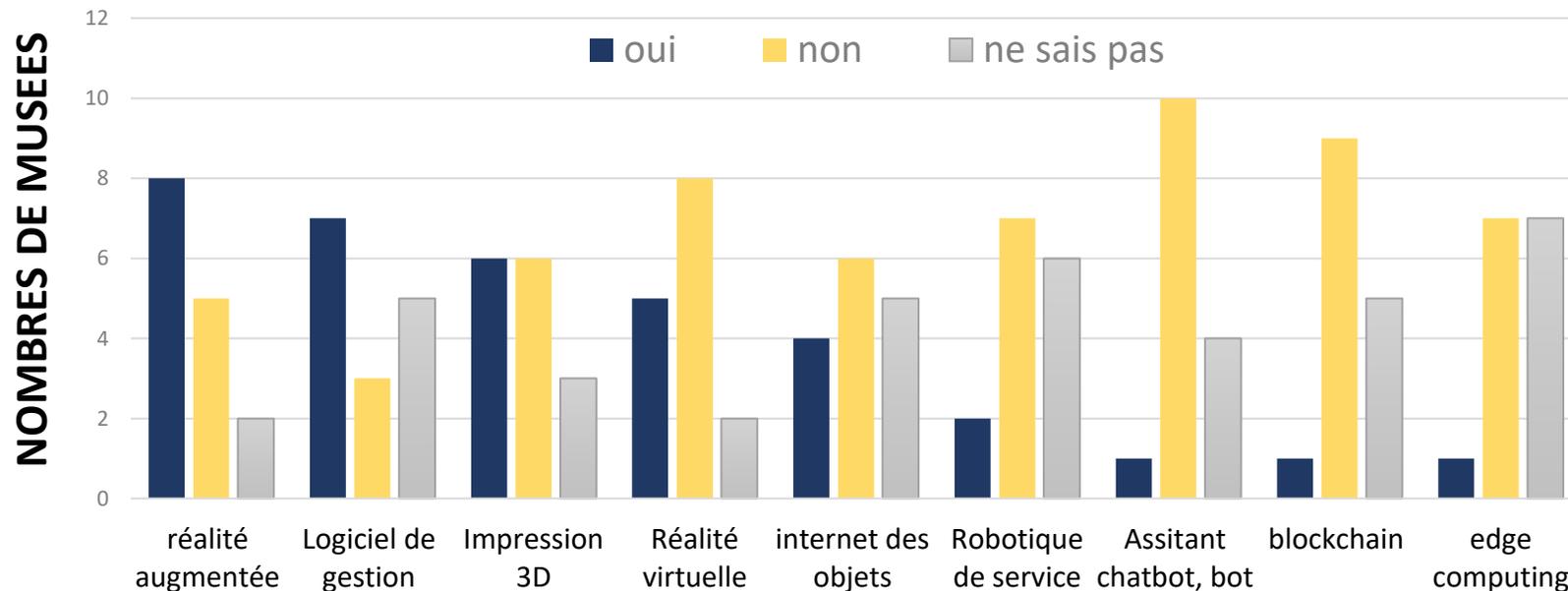
Le nombre élevé de réponses « ne sais pas », qui peut notamment être interprété comme une **incertitude** concernant les investissements à privilégier à moyen terme;



La prédominance des investissements dans des technologies immersives avec pour motivation principale la **stimulation expérimentale** du visiteur;



Des investissements dans des **logiciels de gestion** voire des technologies à visée d'automatisation (robotique de service, chatbot...) laissant entrevoir une recherche d'efficacité



OBJECTIFS VISES PAR L'ADOPTION DES TI?

Éléments saillants des entretiens
confortés par données de
l'enquête



Informatisation du processus de
distribution et suivi comptable



Médiation culturelle: Stimulation
expérientielle des visiteurs

(hormis les réseaux sociaux, les technologies adoptées
ne le sont pas dans l'objectif d'accroître la fréquentation)



Soutenir la recherche &
expérimentations expérientielles

Des objectifs de médiation culturelle pas entièrement satisfaits:

« Je n'ai **jamais trouvé** les choses que je trouvais vraiment **révolutionnaires ou intéressantes** (...) je suis à la recherche évidemment de choses **novatrices**, qui **plaisent aux visiteurs**, qui leur parlent et qui en même temps ne soient pas infantilisantes (...) **enrichir le regard du visiteur** et non pas l'asséner d'informations mais lui apprendre à voir, à ressentir. Et c'est dans ce sens-là à mon avis que ces nouvelles technologies doivent être mises au service. » (M1)

Facteurs de l'adoption technologique

Facilitateurs:

- Intérêt perçu pour la **valorisation des collections**
- **Taille** de la structure (nombre de visiteurs)
- **Budget** à disposition (dont subsides ponctuels)
- Demande et utilisation perçue ou observée par **le.s visiteurs**
- **Smartphone** vu comme une opportunité de déplacer des coûts d'équipement vers le visiteur + respect bulle sanitaire
- Fermeture et confinement liés à la **Covid-19** (touchless privilégié)
- Sécurité informatique qui oriente vers des applications sur le cloud



Freins:

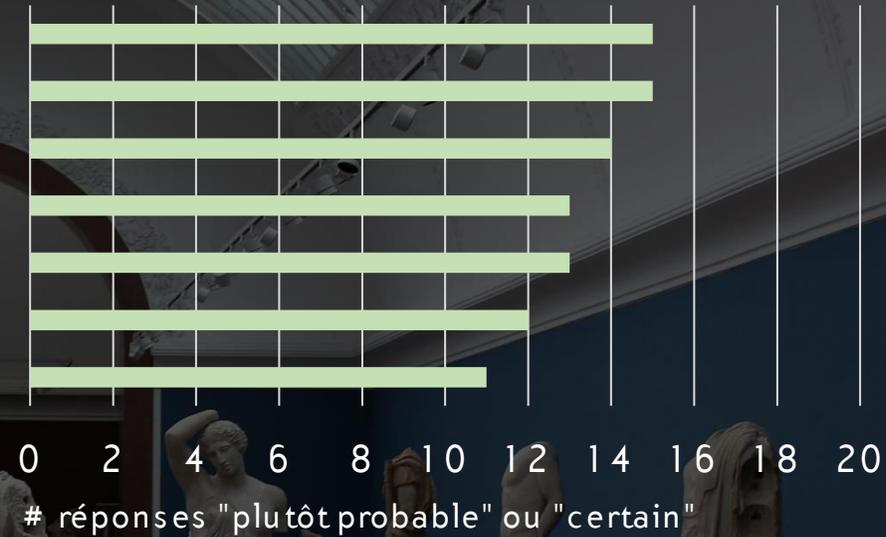
- Propriétés techniques, architecturales et légales **propres à l'attraction ou musée**
- Manque de **compétences** et **craintes** des travailleurs
- **Obsolescence rapide** de certaines technologies en regard de leurs coûts (ROI souvent long)
- **Déchets électroniques** qu'elles représentent



Conséquences perçues de l'adoption des TI

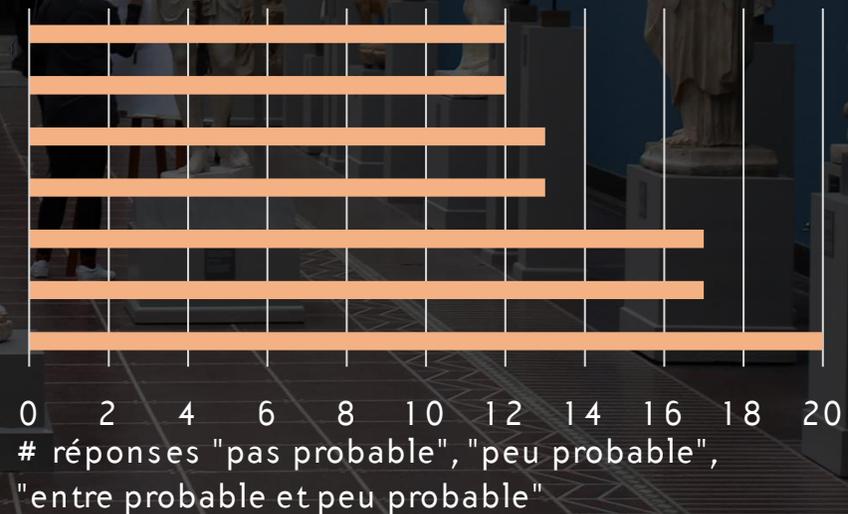
+
PROBABLE

- Davantage de reporting et de contrôle
- Une qualité de service améliorée
- Une plus grande adaptation demandée aux travailleurs
- Une réorientation des compétences
- Une meilleure personnalisation de l'offre
- Un renforcement de la valeur ajoutée du travail
- Une plus grande polyvalence au travail



-
PROBABLE

- Une diminution de la charge de travail
- Une plus grande attractivité
- Une plus grande autonomie des travailleurs
- Une réduction des tâches pénibles
- Des problèmes éthiques
- Une déshumanisation du travail
- Une diminution de la main d'œuvre



Transition digitale et structure du secteur muséal

La littérature fait état d'une **redéfinition du musée**:

- ➔ Extension virtuelle du musée physique et/ou musée virtuel (hors les murs)
- ➔ Objectif participatif dans lequel les TI auraient un rôle à jouer – critique quant à la faisabilité (budget et compétences)
- ➔ Vers de nouveaux modèles économiques en réponse aux défis actuels et à venir.

En RBC été 2020 ?

Musée au sein d'un réseau de valorisation culturelle?

- Production des outils/expériences confiée à des **maines externes**
- Question du pouvoir/**contrôle au sein du réseau** (ubiquité de Google, reproduction sur la toile)

Vers le développement d'une offre en ligne à part entière?

- En cours de réflexion dans plusieurs musées interrogés
- **Publics ciblés**: difficulté d'accès, approfondissement
- Quels **modèles économiques**?

Demande post-covid pour des activités déconnectées?

- **Réflexion sur rôle des TI** dans musée physique
- **Approches contrastées** parmi lesquelles un renforcement de l'expérience « du vrai »

Transformation de l'emploi dans le secteur

La littérature fait état de:

« Nouveaux » métiers relatifs à la valorisation numérique dans et en-dehors des murs du musée

Adoption technologique peut être perçue comme une injonction à l'innovation technologique

Comportements d'ajustement et de négociation et le besoin d'espaces d'échange de points de vue

Compétences digitales font à présent partie du métier de médiateur culturel

En RBC été 2020 ?

MUSÉES PHYSIQUES

- **Marketer digital/community manager**, un métier ayant pénétré le musée
- **Demande accrue de compétences numériques** de base pour les profils de médiation culturelle
- **Besoin de formation** des équipes en place
- Participants s'attendent à:
 - un **maintien de l'emploi** voire une légère augmentation avec profil en informatique
 - à ce que des métiers (p.ex.: guide) soient amenés à se réinventer

RESEAU DE VALORISATION DES COLLECTIONS

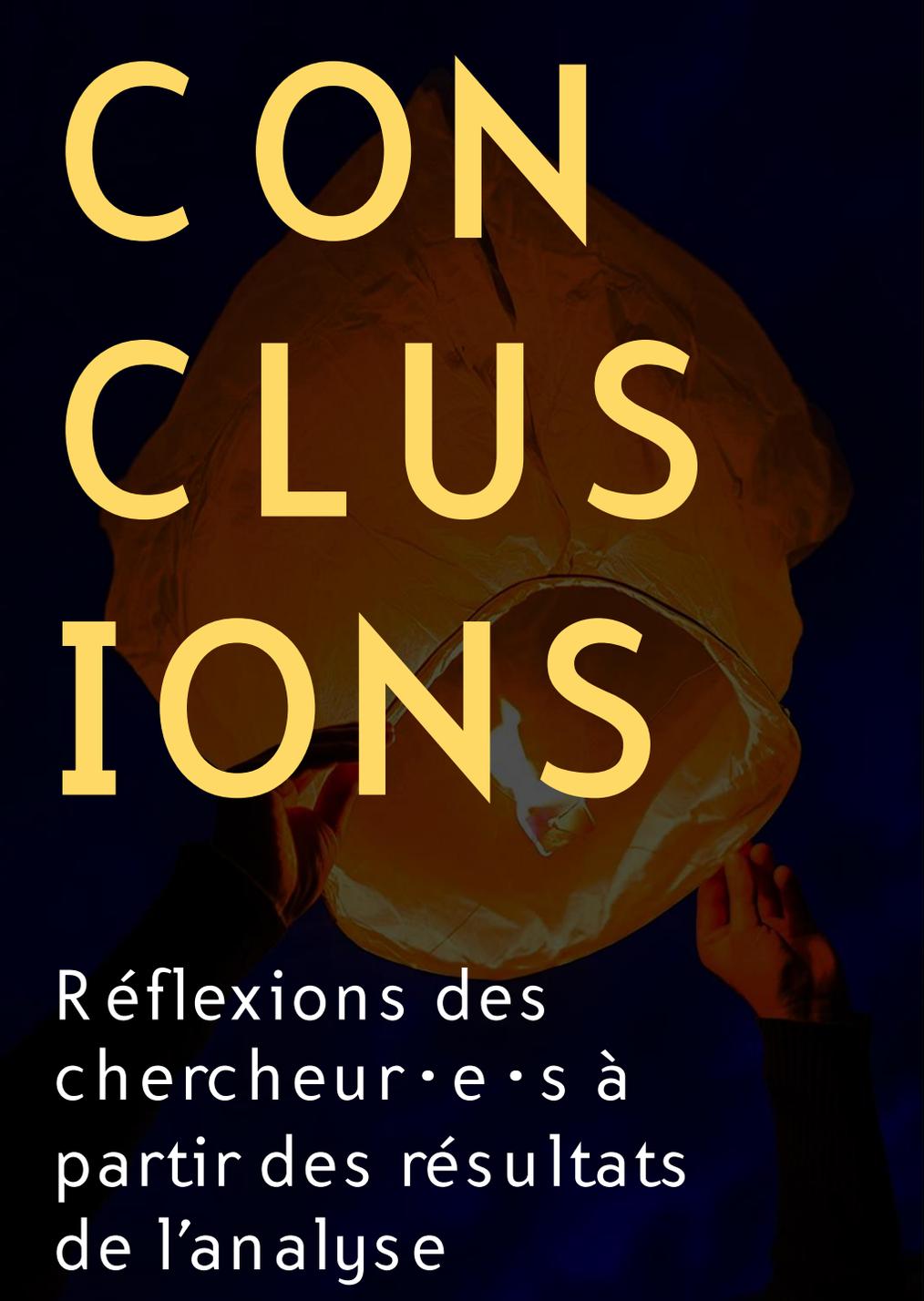
Avis que chacun doit se **centrer sur son cœur de métier au sein d'un réseau** plutôt qu'une internalisation de compétences technologiques poussées au sein des structures muséales

→ Suggère une possible création d'emploi stimulée par les musées mais externes

Comment l'encadrement institutionnel de la transition digitale est-il perçu au sein du secteur muséal?

- **Des réalités différentes** selon que le musée soit fédéral ou régional – des actions prises aux deux niveaux néanmoins pas toujours perçues comme efficaces
- **Craintes** exprimées par certain·e·s participant·e·s:
 - Soutien public à la numérisation risque de se faire au détriment d'investissements dans la structure physique
 - Crainte que l'emphase sur l'outil ne fasse oublier le public préférant une expérience sans technologie et les objectifs culturels poursuivis par le secteur
 - Système de marché public actuel favoriserait les grands fournisseurs IT et constituerait un frein à l'innovation (biais en faveur de technologies éprouvées)
- **Manque de leadership et de synergies** transdisciplinaires. Ex: pour la mise en place d'une plateforme digitale régionale rassemblant l'offre
- **RGPD: une contrainte** de laquelle on s'accommode

CONCLUSIONS



Réflexions des
chercheur·e·s à
partir des résultats
de l'analyse

Au niveau des structures muséales

- **Modèle économique** basé sur le billet d'entrée forme un cadre limitant les approches des complémentarités qui pourraient être créées entre offres physique et en ligne
- **RGD** et **cybersécurité** : besoin de formations dans certaines structures

Au niveau du secteur

- Initiatives restent **majoritairement individuelles**, ce qui limite l'étendue de la réflexion sur l'intelligence à développer au niveau du secteur ou de la destination « Bruxelles »
- **Manque de recul** du politique et du secteur quant aux objectifs d'intelligence à développer pour soutenir le secteur et ses objectifs (culturels, économiques,...), et le rôle des technologies pour les atteindre. L'adoption technologique suit souvent des tendances marketing **court-termistes** (« dans l'air du temps ») et les formes d'intelligence ainsi créées restent embryonnaires
- Nécessaire réflexion sur les **enjeux de la collecte, traitement et utilisation** des traces numériques laissées lors de l'utilisation des dispositifs numériques, notamment vu la forte présence actuelle des GAFAs dans le réseau de valorisation des collections