

Développer une offre de médiation pour le public malvoyant et aveugle dans un musée :

expériences et marche à suivre

Mélanie Devaud et Leonor Hernández¹

¹ Nous sommes étudiantes en Master en études muséales à l'Université de Neuchâtel et avons fait chacune un stage en médiation culturelle au Laténium, parc et musée d'archéologie de Neuchâtel. Ensemble, nous étions responsables du développement d'une visite guidée descriptive et tactile pour le public malvoyant et aveugle. En outre, nous travaillons comme médiatrices/guides dans différentes institutions muséales.

Nous remercions Benoît Lepert, ergothérapeute spécialisé en basse-vision au Centrevue, pour la relecture et les critiques constructives qui ont permis d'améliorer cet article.

Cet article est né d'un projet réalisé pour le Laténium, dans le cadre du partenariat de label « Culture inclusive » 2018 - 2021 conclu entre le musée et le Service Culture inclusive de Pro Infirmis (www.cultureinclusive.ch).

Table des matières

I. Introduction	1
1. Contexte	1
2. Les handicaps de la vue	3
3. Réseau	4
II. Marche à suivre : projet de médiation pour un public aveugle et malvoyant	6
1. Quel projet pour quel public ?	6
2. Qui est en charge du projet ?	7
3. Définir un calendrier	7
4. Définir un budget	8
5. Définir un fil rouge	8
6. Phase de création	9
7. Phase de test	10
8. Promouvoir le projet	10
9. Phase de réalisation	11
10. Évaluation du projet	12
III. Quelques options possibles : liste non exhaustive des supports de médiation	12
IV. Conclusion	14
Annexe 1 : Liens utiles	16
Annexe 2 : Tableau de contrastes	17

I. Introduction

1. Contexte

Cet article est issu de plusieurs expériences faites au Laténium, parc et musée d'archéologie de Neuchâtel, porteur depuis 2018 du label *Culture Inclusive* décerné par Pro Infirmis². Dans ce cadre, plusieurs offres spécifiquement « inclusives » ont été mises en place, telles que : un guide en français FALC³ de l'exposition permanente, des visites guidées en binôme avec des personnes déficientes intellectuelles, des visites guidées descriptives et sensorielles s'adressant au public malvoyant et aveugle, des visites guidées en langue de signes pour le public sourd et malentendant ainsi qu'un guide en français FALC et en « Einfache Sprache »⁴ pour une exposition temporaire.

Plus particulièrement, nos propos se fondent sur nos propres expériences et formations dans le domaine de l'inclusion et du handicap visuel ; à savoir, en particulier, la création commune d'une visite guidée tactile et descriptive destinée à la découverte d'une exposition temporaire.

Afin de faciliter la tâche à d'autres musées désireux de développer leur offre inclusive, nous avons décidé de partager nos expériences et apprentissages à travers cet article. Nous espérons qu'il sera utile, en particulier pour celles qui souhaitent pour la première fois développer une offre de médiation pour un public malvoyant et aveugle.

Notre article ne prétend pas être exhaustif. La marche à suivre que nous proposons correspond à notre expérience et aux conclusions que nous en avons tirées, sans pour autant estimer qu'il s'agirait de la seule manière de faire.

² Pro Infirmis œuvre pour l'autodétermination et l'inclusion des personnes en situation de handicap. Cf. www.proinfirmis.ch.

³ FALC signifie « facile à lire et à comprendre ». La langue FALC facilite l'accès à l'information aux personnes handicapées intellectuelles, illetrées, migrantes, et autres personnes qui ont des difficultés avec la lecture et la compréhension de la langue standard.

⁴ La « Einfache Sprache » est la version allemande du FALC.

Pour toute démarche touchant à la culture inclusive, nous pensons qu'il est essentiel de réfléchir sur le long terme et d'inscrire le ou les projets dans une stratégie inclusive durable.

Il est en général impossible de développer en même temps des offres pour toutes les formes de handicap. On commencera forcément par un premier projet, en fonction de ses possibilités et affinités, des opportunités et connaissances déjà existantes. Nous recommandons de prendre contact avec le Service Culture inclusive de Pro Infirmis qui soutient ce genre de démarche en mettant à disposition un réseau important de contacts, des expériences, une bonne documentation et des conseils⁵.

Dans l'esprit de la culture inclusive, les prestations muséales devraient être accessibles à toutes en même temps et dans un même lieu (personnes handicapées, migrantes, illettrées, public régulier, jeunes et moins jeunes, etc.). La notion d'inclusion implique de mêler les visiteuses avec et sans handicap⁶.

Un autre élément qui milite pour ne pas s'en tenir à un projet isolé est qu'une véritable inclusion passe aussi par une fidélité réciproque du public cible et de l'institution muséale. En ne renouvelant pas une offre ponctuelle, l'institution crée en quelque sorte de faux espoirs qui ne font que souligner l'exclusion dont cette partie du public peut se sentir l'objet.

Finalement, mettre en place un projet de médiation culturelle (aussi modeste soit-il), pour un public nouveau, ou peu habitué à fréquenter les musées, demande un investissement considérable. Il serait regrettable d'utiliser les connaissances acquises une seule fois et de ne pas proposer durablement un accès sans barrières.

⁵ Contacts sur <https://www.kulturinklusi.ch/fr/page-draccueil/contact/service-culture-inclusive-50.html>.

⁶ « La culture inclusive, c'est un accès sans obstacle à la culture pour toutes les personnes qui s'y intéressent. La culture inclusive rend accessibles les offres culturelles et favorise la participation à la vie culturelle des personnes avec et sans handicap ». Définition donnée par Pro Infirmis sur <https://www.kulturinklusi.ch/fr/page-draccueil/le-label/culture-inclusive-5.html>, consulté en ligne le 6 mai 2020.

2. Les handicaps de la vue

Selon les chiffres les plus récents (début 2020), plus de 4% de la population est atteinte d'un handicap visuel. Autrement dit quelque 377'000 personnes sont malvoyantes, aveugles ou sourdaveugles en Suisse⁷.

Les handicaps de la vue se manifestent de manières très variées, de sorte qu'il paraît en réalité quelque peu simpliste de parler uniquement de « malvoyantes » ou d' « aveugles ». Il est d'abord important de savoir que la plupart des personnes concernées par un handicap de la vue en Suisse ne sont pas aveugles mais ont une des nombreuses formes de diminution des capacités visuelles⁸. Cette distinction est importante dans la mesure où, contrairement à une idée répandue, la plupart des personnes handicapées de la vue n'ont pas accès au braille⁹. Aussi, et c'est cela qui est important dans le contexte muséal, leur sens tactile, c'est-à-dire leur capacité à « lire avec les mains », n'est sans doute pas comparable à celui des personnes qui savent lire le braille et qui exercent cette faculté quotidiennement et souvent depuis très longtemps. Ce fait doit être pris en compte dans l'offre de médiation qu'on leur adresse.

En simplifiant, on peut distinguer les principaux handicaps de la vue selon que la vision centrale, la vision périphérique, la vision des couleurs, les voies optiques ou certaines zones du cerveau sont touchées. « Les répercussions des pathologies oculaires sont très différentes sur les capacités visuelles. Certaines atteignent la

⁷ Union centrale suisse pour le bien des aveugles : Nouveaux chiffres du handicap visuel en Suisse à la hausse, article en ligne https://www.ucba.ch/footer/service/actualites/detail?tx_news_pi1%5Bnews%5D=225&cHash=4dc737d9b02ae1a3535dd78dd0efb53b, consulté le 3 mai 2020.

⁸ « Parmi les 377'000 personnes atteintes d'un handicap de la vue, la grande majorité (270'000) dispose encore d'un certain potentiel visuel et l'utilise lorsque la situation le permet. Environ 50'000 sont aveugles et 57'000 sont à la fois malvoyantes et malentendantes (atteintes de surdicécité). La surdicécité est une forme de handicap très spécifique impliquant des défis particuliers pour les personnes concernées, qui ne peuvent pas compenser la baisse ou la perte de vue par l'ouïe. » Cf. article de l'Union centrale suisse pour le bien des aveugles cité ci-dessus, accessible sur https://www.ucba.ch/footer/service/actualites/detail?tx_news_pi1%5Bnews%5D=225&cHash=4dc737d9b02ae1a3535dd78dd0efb53b, consulté le 3 mai 2020.

⁹ « En France, on estime à 10% les aveugles lecteurs de braille. Des chiffres qui ne sont pas disponibles pour la Suisse ». Publié le 13 avril 2019 à 07:57 - modifié le 13 avril 2019 à 10:17, RTS, <https://www.rts.ch/info/sciences-tech/10353747-le-braille-face-a-la-concurrence-des-nouvelles-technologies.html>, consulté en ligne le 06.05.20.

vision centrale ou ont une incidence sur l'acuité visuelle, provoquant des problèmes de lecture, par exemple. D'autres pathologies touchent le champ visuel et peuvent engendrer des problèmes de déplacement. La sensibilité à la lumière et aux bas contrastes ainsi que la perception des couleurs peuvent aussi être modifiées. Dans certains cas, il est possible d'être atteint par plusieurs pathologies oculaires simultanément et les conséquences vont interagir sur la vision. »¹⁰

Les définitions du handicap visuel varient d'un pays à l'autre. Selon les informations de la Fédération Suisse des Aveugles (FSA), « une personne est handicapée de la vue dès lors qu'elle a une acuité visuelle inférieure à 0,3 ou un champ visuel de moins de 10 degrés. La lecture d'un journal requiert une acuité visuelle de 0,4 à 0,5, et la conduite d'une voiture, une acuité visuelle de 0,6. Pour l'Organisation mondiale de la santé (OMS), une personne est aveugle si elle a une acuité visuelle inférieure à 0,05. »¹¹

3. Réseau

Le vaste spectre du handicap visuel ne permet pas à un musée de développer une offre sur mesure qui conviendrait à chaque type de déficit visuel. De plus, il est extrêmement difficile pour une personne sans déficit de la vue de se mettre à la place de quelqu'un qui en souffre. C'est pourquoi il est très important de construire un réseau d'expertes et de personnes concernées, idéalement dès la phase de conception de l'offre.

Dans notre cas, nous avons pris contact avec Centrevue, à Peseux¹², avec le Centre Pédagogique pour élèves handicapés de la vue, à Lausanne (CPHV)¹³, avec la

¹⁰ <https://centrevue.ch/deficits-visuels/consequences/> consulté le 3 mai 2020.

¹¹ <https://sbv-fsa.ch/fr/prestations/faq>, consulté le 6 mai 2020.

¹² Centrevue propose des mesures de réadaptation dans différentes activités de la vie quotidienne mais également des démarches et un accompagnement dans le domaine social. www.centrevue.ch .

¹³ Le Centre pédagogique pour élèves handicapés de la vue (CPHV) propose des prestations spécifiques et individualisées aux enfants et adultes malvoyants ou aveugles de toute la Suisse romande. Il accompagne les enfants avant et pendant leur scolarité jusqu'à leur entrée dans la vie professionnelle. Il offre également des conseils et des formations pour les professionnels et possède un centre de transcription pour le matériel scolaire. <https://www.ophtalmique.ch/cphv/> .

Blindenschule Zollikofen¹⁴, avec deux personnes aveugles et une personne malvoyante. Parmi ces personnes consultées se trouvaient Natacha de Montmollin¹⁵ et Hervé Richoz¹⁶, deux personnes qui travaillent comme coachs et ont déjà une expérience muséale professionnelle.

Nous avons mené des entretiens avec toutes ces personnes et représentantes d'institutions. Avec les personnes aveugles, le but des entretiens était avant tout de mieux comprendre leur situation et connaître leurs attentes par rapport à une offre muséale. A l'issue de ces entretiens, il était devenu évident pour nous qu'une offre purement descriptive ne répondrait pas aux attentes des personnes concernées. Centrevue à Peseux nous a apporté une aide précieuse à un stade relativement précoce de notre projet. Il nous a été très utile d'avoir l'avis d'un expert des handicaps de la vue. Cela nous a permis d'affiner notre projet et nous a mis en contact avec le CPHV. Après leur avoir présenté notre projet, nous avons pu établir un partenariat intéressant. Le CPHV a produit du matériel thermogonflé pour le Laténium¹⁷.

En résumé, nous recommandons de construire un réseau d'expertise dès le début du projet de développement d'une offre de médiation pour les personnes malvoyantes/aveugles et de ne pas se limiter à une seule personne ou institution. Cela permettra de développer une offre plus proche des véritables besoins des personnes concernées et, grâce à ce réseau, il sera également possible de « tester » et d'améliorer l'offre avant de la proposer au public.

¹⁴ L'école pour aveugles (Blindenschule) Zollikofen est un centre d'éducation spécialisé. Il s'agit du pendant suisse-allemandique du CPHV. www.blindenschule.ch.

¹⁵ Natacha de Montmollin est aveugle de naissance. Avec son entreprise Step2Blind elle propose notamment des visites guidées les yeux bandés pour personnes sans handicap visuel dans différents musées. Cf. www.step2blind.ch.

¹⁶ Hervé Richoz est malvoyant et travaille en tant que coach et spécialiste accessibilité. Il est notamment rédacteur pour la FSA et sur le blog Le Typhlophile, et communique pour le GRSA (Groupement Romand de Skieurs Aveugles et malvoyants). Il est également intervenu auprès de l'équipe de médiation du Laténium en donnant une formation de sensibilisation au handicap visuel.

¹⁷ Sur la technique du thermogonflage, voir ci-après chap. III.

II. Marche à suivre : projet de médiation pour un public aveugle et malvoyant

La marche à suivre ci-après est pensée pour la mise en place d'un projet de médiation culturelle dans une institution muséale. Nous souhaitons que les pistes proposées soient applicables pour un vaste choix de formats de médiation – visites guidées, événements, ateliers, participation de médiatrices handicapées, supports distribués au public pour une visite autonome ; c'est pourquoi cette marche à suivre tente de s'adapter au mieux aux diverses situations possibles. Nous ferons toutefois inévitablement davantage référence à notre propre expérience de création d'une visite guidée.

1. Quel projet pour quel public ?

Il est essentiel, en premier lieu, de définir quel type de projet on veut réaliser et à quel public celui-ci s'adresse. Il existe autant d'options que de musées voire de types d'exposition et chacune fera le choix du meilleur format au vu de son contexte.

Afin de définir le public cible, il est nécessaire de s'informer au préalable sur les diverses formes de handicap visuel et d'avoir une idée générale des besoins spécifiques à chacune de ces catégories. Il est important d'observer que la majorité de la population aveugle ou malvoyante est constituée de personnes plutôt âgées. Il peut donc être intéressant de viser ce public si l'on souhaite être généraliste, c'est-à-dire des adultes aveugles ou malvoyantes.

Selon le calendrier et les impératifs de l'institution on choisira le format le plus adapté au contexte : une visite guidée de la nouvelle exposition temporaire, un atelier créatif autour d'une thématique spécifique à l'institution, un parcours audio guidé dans l'exposition permanente, des cartels en braille, etc.

2. Qui est en charge du projet ?

En général la tâche revient à la ou aux personnes habituellement en charge de la médiation. Selon notre expérience, il est très important de ne pas mener un tel projet seule mais de former une équipe aux compétences diverses et complémentaires. Dans la mesure où nous conseillons de faire tester le projet par une ou plusieurs personnes en situation de handicap visuel, il peut être intéressant d'inclure ces personnes dès le début dans l'équipe de projet. De plus, il est essentiel d'intégrer autant que possible les personnes qui réaliseront le projet, c'est-à-dire les médiatrices/animatrices culturelles/guides concernées. Cela est préférable parce que, selon notre expérience, s'approprier un contenu sur lequel on n'a pas travaillé est plus compliqué. En résumé, il est important de constituer une équipe avec une responsable de projet entourée de plusieurs personnes professionnelles de la culture et en situation de handicap visuel.

Une telle démarche permet d'impliquer le public concerné. Celui-ci est un excellent vecteur de communication auprès de son cercle de connaissances avec un handicap similaire. Cela permet également d'inclure un maximum de collaboratrices du musée dans la démarche de la culture inclusive pour, à terme, implémenter les valeurs d'inclusion au sein de l'institution.

3. Définir un calendrier

Il est essentiel de prévoir les étapes de mise sur pied du projet. La réalisation d'un projet prend en général plus de temps que ce qui est initialement prévu. Cela est particulièrement vrai quand il s'agit d'une première expérience et lorsque beaucoup de personnes sont impliquées, dont des externes au musée.

Dans le cas de formats de médiations qui s'adressent à un public malvoyant ou aveugle, il sera souvent nécessaire de produire du matériel spécifique, par exemple des objets à toucher en impression au laser ou des feuilles en relief (thermogonflage)¹⁸. On devra alors mandater des prestataires externes (entreprises

¹⁸ Cf. ci-après, chapitre III.

spécialisées, FabLab, graphiste, etc.). Il est impératif d'en tenir compte dans la planification.

En outre, nous conseillons de prévoir une phase de test avec le public concerné qui inclue le temps nécessaire aux ajustements. Le temps consacré à la promotion du projet auprès du public cible doit être pris en compte.

4. Définir un budget

Il est possible de réaliser des projets de médiation pour tous les budgets. Quel qu'il soit, il est impératif d'avoir du temps à y consacrer. Dans notre projet, nous avons manqué de précision dans la planification budgétaire, ce qui nous a fait perdre du temps et une liberté d'action précieuse. Le budget déterminera, cela va de soi, l'ampleur du projet si ce n'est sa nature même. Avec un budget restreint, il sera compliqué de réaliser des répliques d'objets ou d'œuvres et on se tournera alors plutôt vers l'impression en relief (thermogonflage) ou tout autre support fait « avec les moyens du bord ». Il va sans dire que l'on évitera de proposer une offre totalement bricolée et qualitativement pauvre, le public s'en rendra compte.

5. Définir un fil rouge

Un contenu trop vaste peut parfois être inconfortable à appréhender pour un public aveugle ou malvoyant, car percevoir avec les mains ou avec les oreilles demande plus de concentration et plus de temps que de voir avec les yeux.

Prenons l'exemple de la description de tableaux : si les moindres détails sont évoqués, une extrême concentration est requise pour se faire une image mentale de l'œuvre tout en enregistrant les détails techniques et la biographie de l'artiste. De même, découvrir par le toucher un objet que l'on ne voit pas, malgré des doigts aguerris à l'exercice, demande plus de temps que ce qu'il faut à une personne voyante à qui il suffit de fixer son regard pendant quelques secondes sur l'objet.

Il en découle qu'il faut privilégier un contenu scientifique de qualité sans surcharge d'information. Etablir un fil rouge ou une thématique précise peut aider à la création d'une bonne médiation pour ce public.

6. Phase de création

Dans le cas d'une visite guidée tactile et descriptive, il faut sélectionner le contenu détaillé de la visite. Les objets que nous donnerons à toucher, les descriptions que nous ferons ou les odeurs que nous diffuserons doivent servir le propos. Idéalement, nous devrions soutenir notre discours au moyen des options choisies préalablement. Mais il se peut aussi que le processus soit inversé. Nous adaptons notre discours en fonction du matériel déjà à notre disposition en raison de contraintes budgétaires par exemple. Il est important de garder cela à l'esprit. Ainsi, pendant la phase de création, on se référera au fil rouge préalablement établi afin de s'assurer de proposer le contenu de qualité initialement prévu. Les imprévus et les bonnes idées en cours de route sont évidemment à prendre en compte.

Durant cette phase, la connaissance du public cible ainsi que les conseils des personnes en situation de handicap partenaires de l'institution sont essentiels et permettront de s'adapter au mieux aux besoins du public. Dans le cas d'une visite guidée, il faut également être attentif au temps accordé aux déplacements du groupe ainsi qu'au temps nécessaire pour utiliser des moyens auxiliaires. Une personne malvoyante peut par exemple avoir besoin d'utiliser une loupe électronique afin d'agrandir une photo présentée dans une exposition. Un groupe de taille modeste, quelle que soit l'activité proposée, est souhaitable afin de favoriser la personnalisation et l'échange.

Il est important de garder en tête que la plupart du temps, la phase de création est réalisée par une ou des personnes voyantes, peu habituées au handicap visuel. Sachant cela, l'appui de personnes concernées semble indispensable. Tout se passera mieux si on arrive à se mettre dans une position d'apprenante, à garder l'esprit ouvert à des réalités parfois insoupçonnées et à être prête aux indispensables remises en question.

7. Phase de test

Tout projet s'adressant à un public en situation de handicap doit être soumis à l'avis du public concerné. En outre, il est bénéfique de s'adresser à des bureaux de conseil, professionnelles du handicap et à des collègues. Cela permet de prendre du recul et de se rendre compte des différentes perceptions des individus. Dans l'esprit de la culture inclusive on s'efforcera autant que possible de faire avec le public handicapé et non *pour* lui.

8. Promouvoir le projet

Promouvoir son projet auprès du public cible est essentiel. A ce stade du projet, certains contacts dans le milieu du handicap visuel auront normalement déjà été établis, et constitueront une précieuse ressource. D'après notre expérience, une importante partie des personnes en situation de handicap visuel a accès à internet et aux réseaux sociaux grâce à différents moyens auxiliaires spécifiques, notamment les logiciels d'agrandissement ou les lecteurs d'écran¹⁹. Il existe d'ailleurs plusieurs sites qui relayent des offres culturelles spécialisées²⁰. Le téléphone est une option mais elle est plus invasive et extrêmement chronophage, outre le problème qu'il faut être en possession des numéros.

Afin de faciliter cette phase de communication, il est bon, tout au long du projet, de créer une liste de contacts, associations, entreprises, particulières etc. potentiellement intéressés à bénéficier de l'offre. Ainsi on pourra envoyer un courriel d'information à l'ensemble des contacts de cette liste. Même si l'usage des messageries électroniques est répandu il est important de respecter quelques règles

¹⁹ « Le contenu de l'écran est soit retranscrit sur une ligne braille, soit restitué par synthèse vocale. La saisie est effectuée par un clavier normal. Un programme de lecture de l'écran permet à la personne aveugle de s'orienter sur l'écran et de piloter les divers programmes. Les personnes ayant une acuité visuelle limitée utilisent un programme d'agrandissement du contenu de l'écran ». <https://sbv-fsa.ch/fr/prestations/faq>, consulté le 6 mai 2020.

²⁰ Il existe divers agendas par région ou par canton. Par exemple celui de Procap : <https://www.procap.ch/fr/prestations/calendrier-des-manifestations.html>.

de rédaction quant à la taille des polices et la mise en page par exemple²¹. On peut promouvoir l'offre sur le site du musée, au moyen de pictogrammes indiquant pour quel handicap l'offre est accessible. Un onglet spécifique à l'offre de culture inclusive permet une navigation facilitée. La communication doit permettre de promouvoir le projet mais aussi de donner un maximum d'informations précises aux futures visiteuses afin qu'elles puissent préparer leur venue. Il faut donc fournir un numéro de téléphone, des détails sur le chemin d'accès au musée et ses éventuels obstacles, etc.

9. Phase de réalisation

De manière générale, on doit être attentive aux éléments suivants lorsqu'on accueille un public en situation de handicap visuel :

- S'assurer que l'accès au bâtiment est possible, le cas échéant proposer un accompagnement.²²
- S'assurer qu'à l'intérieur du musée en général et dans la salle d'exposition en particulier l'éclairage est suffisant pour les besoins des personnes malvoyantes et aveugles.
- Accueillir les personnes dans le musée en allant vers elles et en s'annonçant oralement.
- Décrire les lieux et ce qui va se passer durant l'offre de médiation.
- S'assurer que le personnel de l'accueil soit formé aux problématiques liées à l'accueil de personnes handicapées visuellement.
- Prévoir des moments d'échanges.

²¹ Cf. notamment sur le site de la fondation française Valentin Haüy : <https://www.avh.asso.fr/fr/favoriser-laccessibilite/accessibilite-numerique/accessibilite-des-documents-et-des-courriels-0>, consulté le 6 mai 2020.

²² L'accessibilité extérieure du bâtiment est un aspect très important qui mériterait un article à part entière. Par manque de compétences dans ce domaine nous nous bornons ici à souligner l'importance de cette question, en précisant que l'accès extérieur doit être analysé depuis les arrêts de transports publics les plus proches, étant donné qu'il s'agit du moyen de transport privilégié par le public cible. Différentes entités proposent des analyses professionnelles de l'accessibilité d'un bâtiment du point de vue des personnes malvoyantes et aveugles, p.ex. Centrevue à Peseux/NE.

- Prévoir suffisamment de temps durant l'offre (les déplacements, le temps nécessaire à toucher ou à regarder de près un objet).
- Favoriser les petits groupes. Pour une visite guidée : entre 10 et 15 personnes (accompagnantes comprises).
- S'assurer que les chiens-guides soient autorisés.
- Offrir la gratuité aux accompagnantes.
- Anticiper les obstacles, mener le groupe selon un parcours réfléchi et sécurisé.
- Ne pas mater les participantes, leur faire confiance, être à l'écoute.

10. Évaluation du projet

Il est souhaitable de demander les avis des participantes directement. On peut prévoir un moment de partage à la fin de la prestation afin de récolter informellement les avis des participantes qui le souhaitent. Cette démarche favorise l'échange entre l'équipe de médiation et les participantes. Cela renforce le lien de confiance tout en apportant des retours extrêmement utiles pour de futurs projets ou l'amélioration de l'existant. Il est également possible d'effectuer un sondage par téléphone ou via un formulaire en ligne.

III. Quelques options possibles : liste non exhaustive des supports de médiation

Cette liste a pour but de donner quelques idées de supports dans des offres de médiation destinées à des personnes aveugles ou malvoyantes. Le choix des supports est important et doit servir à illustrer le propos scientifique. Il faut éviter de se servir de ces supports comme prétexte. Idéalement, on proposera au public une variété de supports afin de satisfaire au maximum les différents besoins liés aux différentes formes de handicaps de la vue. Nous devons également être conscientes qu'il peut être compliqué de satisfaire toutes les attentes. On assistera avec profit aux offres de médiation proposées par d'autres institutions muséales et on testera divers dispositifs avant d'arrêter son propre choix.

- **Reproduction d'objets**

- Impression au laser (3D)
- Reproduction artisanale (bijoux, armes, etc.)
- Moulage, sculpture, etc.

- **Supports 3D**

- Maquette d'une exposition ou d'un lieu
- Reproduction en 3D d'une œuvre picturale 2D

- **Supports thermogonflés**

La technique du thermogonflage permet de mettre en relief sur une feuille de papier un motif choisi grâce à une imprimante spéciale. La personne aveugle ou malvoyante peut ainsi « lire » le motif à l'aide de la pulpe des doigts. Cette technique est relativement bon marché et a l'avantage de pouvoir être produite en nombreux exemplaires. Il est nécessaire de s'adresser à des professionnelles du domaine qui sauront vous conseiller sur les types et les formats des motifs à utiliser (images, textes, etc.).

- Plan en relief
- Motif ou image en relief
- Texte en relief (braille)

- **Supports en braille**

Seulement adaptés au segment de public familier avec la lecture braille.

- Texte de salle
- Cartel
- Guide papier d'une exposition

- **Supports papier**

Adaptés aux différents types de malvoyance.

- Image ou texte à fort contraste
- Image en noir et blanc ou avec des couleurs adaptées²³
- Texte en grands caractères

²³ Cf. tableau de correspondance de couleurs en annexe.

- **Supports audio**
 - Audioguide²⁴

- **Dispositifs sensoriels**
 - Odeur
 - Goût
 - Ambiance sonore
 - Texture et matière tactile
 - Usage du corps (danse, mouvement)

IV. Conclusion

Nous sommes très heureuses d'avoir pu développer une offre pour le public aveugle et malvoyant et reconnaissantes pour tous les conseils dont nous avons bénéficié, pour les liens établis, les échanges et les encouragements reçus.

Les mesures prises pour lutter contre l'épidémie du coronavirus ont chamboulé quelque peu ce projet, et à l'heure où nous écrivons cet article, nous n'avons pas encore eu la possibilité de faire tester l'offre par des personnes du public cible. Toutefois, diverses expériences précédentes nous ont permis de récolter l'avis du public. Les critiques constructives nous ont aidé à la rédaction de cet article et les témoignages de satisfaction nous ont donné la conviction d'être sur la bonne voie, celle de l'action.

Rendre le musée accessible aux personnes aveugles et malvoyantes semble a priori relever de la quadrature du cercle – mission impossible. Nous sommes convaincues toutefois qu'il est possible de résoudre, du moins partiellement, cette contradiction apparente. D'autres musées et institutions culturelles ont également fait cette expérience, et cela est vraiment encourageant.

²⁴ Le contenu d'un audioguide doit être conçu en fonction du public cible. Le développement d'un bon contenu pour un audioguide à l'adresse du public malvoyant et aveugle mériterait un article à part entière. N'ayant nous-mêmes pas travaillé dans ce domaine, nous nous bornons à signaler l'existence de ce dispositif.

Par le partage de nos expériences et réflexions dans cet article, nous espérons contribuer à démocratiser l'accès à la culture.

Un musée sans barrières est un meilleur musée pour tout le monde, nous en sommes convaincues.

Annexe 1 : Liens utiles

- Fédération suisse des aveugles et malvoyants, FSA : <https://www.sbv-fsa.ch/>
- Union centrale suisse pour le bien des aveugles, UCBA : <https://www.ucba.ch/ucba>
- Service Culture inclusive de Pro Infirmis : <https://www.kulturinklusiv.ch/fr/>
- Procap, association de et pour personnes avec handicap en Suisse : <https://www.procap.ch/fr.html>
- Centrevue, Peseux/NE : <https://centrevue.ch/>
- Centre pédagogique pour élèves handicapés de la vue, CPHV, Lausanne : <https://www.ophtalmique.ch/cphv/>
- Cécité, malvoyance et surdicécité: évolution en Suisse : Une publication sur le thème : « Combien de personnes aveugles, malvoyantes et sourdaveugles y a-t-il en Suisse ? » – Calculs 2019
<https://www.ucba.ch/fileadmin/pdfs/forschung/Fachheft-Sehbehinderung-Schweiz-2019-fr-BF-v01.pdf>
- Principes d'accessibilité des documents texte pour personnes aveugles et malvoyantes, sur le site de la fondation Valentin Haüy, Avec les aveugles et les malvoyants :
<https://www.avh.asso.fr/fr/favoriser-laccessibilite/accessibilite-numerique/accessibilite-des-documents-et-des-courriels-0>

Annexe 2 : Tableau de contrastes

Bonnes
pratiques

Le tableau de référence des contrastes entre deux couleurs

	Beige	Blanc	Gris	Noir	Brun	Rose	Violet	Vert	Orange	Bleu	Jaune	Rouge
Rouge	78	84	33	38			39	24	62	13	82	
Jaune	14	16	73	89	80	58	75	76	52	79		
Bleu	75	82	21	47	7	50	17	12	56			
Orange	44	60	44	76	59	12	47	50				
Vert	72	80		53	18	43	6					
Violet	70	79	5			40						
Rose	51	65	37	73	53							
Brun	77	84	26									
Noir	87	91	58									
Gris	69	78										
Blanc	28											
Beige												

La différence
de contraste est
d'au moins 70%.

- L'utilisation d'un photomètre permet d'obtenir la mesure de l'indice de réflexion des teintes.
- Les indices de réflexion de la lumière des couleurs suivantes sont :
 - Rouge 13% • Jaune 71% • Bleu 15% • Orange 34%
 - Vert 17% • Violet 18% • Rose 30% • Brun 14%
 - Noir 8% • Gris 19% • Blanc 85% • Beige 61%
- La règle de calcul associée à ces valeurs donne le tableau ci-dessus.
- Pour l'utilisateur qui ne pourrait mesurer l'indice de réflexion, le tableau indique les assemblages à faire ou à ne pas faire.
- Les valeurs sont différentes selon l'environnement.

5

Source : Guide des bonnes pratiques de mise en couleur - Accessibilité ; Fédération française du bâtiment et al., Paris 2009.