

ÉDITION

2024 - Mise à jour juin 2025

ÔsezMAUGES
REGARD SUR LE PATRIMOINE



au fil de l'Èvre

GUIDE DE VALORISATION DU PATRIMOINE

dans les Mauges

LE PATRIMOINE NOTRE RICHESSE



DIRECTEURS DE LA PUBLICATION

- Sylvie Marné : vice-présidente Patrimoine
- Yann Semler-Collery : vice-président Tourisme

RÉDACTION : SERVICES TOURISME - PATRIMOINE - COMMUNICATION DE

- Beaupréau-en-Mauges
- Chemillé-en-Anjou
- Mauges-sur-Loire
- Montrevault-sur-Evre
- Orée d'Anjou
- Sèvremoine
- Mauges Communauté
- Ôsez Mauges

Crédits photos : D. Drouet et Ôsez Mauges

Tous les amoureux du patrimoine partagent une grande qualité : la générosité !

L'envie de partager, d'éveiller la curiosité, de transmettre, les anime tous. Donner du sens aujourd'hui à notre passé, pour le transmettre aux générations futures, c'est bien la définition même du patrimoine.

Mais comment rendre cet élan de générosité partagée efficace, pour que l'intention première atteigne son but et ses publics ?

L'objet de ce guide de valorisation du patrimoine par la médiation, à la fois modeste et ambitieux, est de donner aux acteurs du territoire des Mauges les clés de lecture et de compréhension pour réussir leur communication patrimoniale et touristique.

Le résultat d'un travail collaboratif entre les équipes culture, patrimoine et tourisme des communes et de Mauges Communauté avec plusieurs associations du territoire.

Séparer l'indispensable, l'important et l'intéressant, surprendre autant qu'apprendre, soigner le fond et la forme, les pistes à creuser sont nombreuses pour capter ses publics, dans un souci d'harmonie (et non d'uniformité) globale de communication.

A nous tous de nous emparer du sujet, individuellement et collectivement, pour devenir les meilleurs ambassadeurs de notre territoire, de ses pépites historiques, naturelles, vivantes, et pour révéler toutes ses richesses et ses valeurs.

Les ressources sont là, à votre service, partageons-les ensemble.

Bonne découverte !

Yann Semler-Collery





SOMMAIRE

4

LA MÉDIATION DU PATRIMOINE QUESACO ?

- Le b. a.-ba d'un outil de médiation du patrimoine ?
- Que peut-on interpréter ?
- Comment faire dialoguer un public et un patrimoine ?

8

SOYEZ PERCUTANT, VOUS SEREZ LU !

LES BONNES QUESTIONS À SE POSER POUR UNE MÉDIATION RÉUSSIE

- Quelle cohérence entre vos panneaux et avec ceux de vos voisins ?
- À qui s'adressent vos panneaux ? À qui nous causons ?
- Le contenu : l'indispensable, l'important, l'intéressant !
- Le travail des textes, toute une histoire !
- Quels sont les avantages de l'information numérique ?
- Comment créer son panneau, sans tomber dedans ?

22

VOS PARTENAIRES POSSIBLES : ENSEMBLE VOYONS

PLUS LOIN

- Prenez contact dès la naissance du projet de médiation
- Vos ressources disponibles pour alimenter les panneaux
- Vous avez fait le plus gros du travail !

24

PRENEZ EN DE LA GRAINE... OU PAS

- Des exemples, des astuces



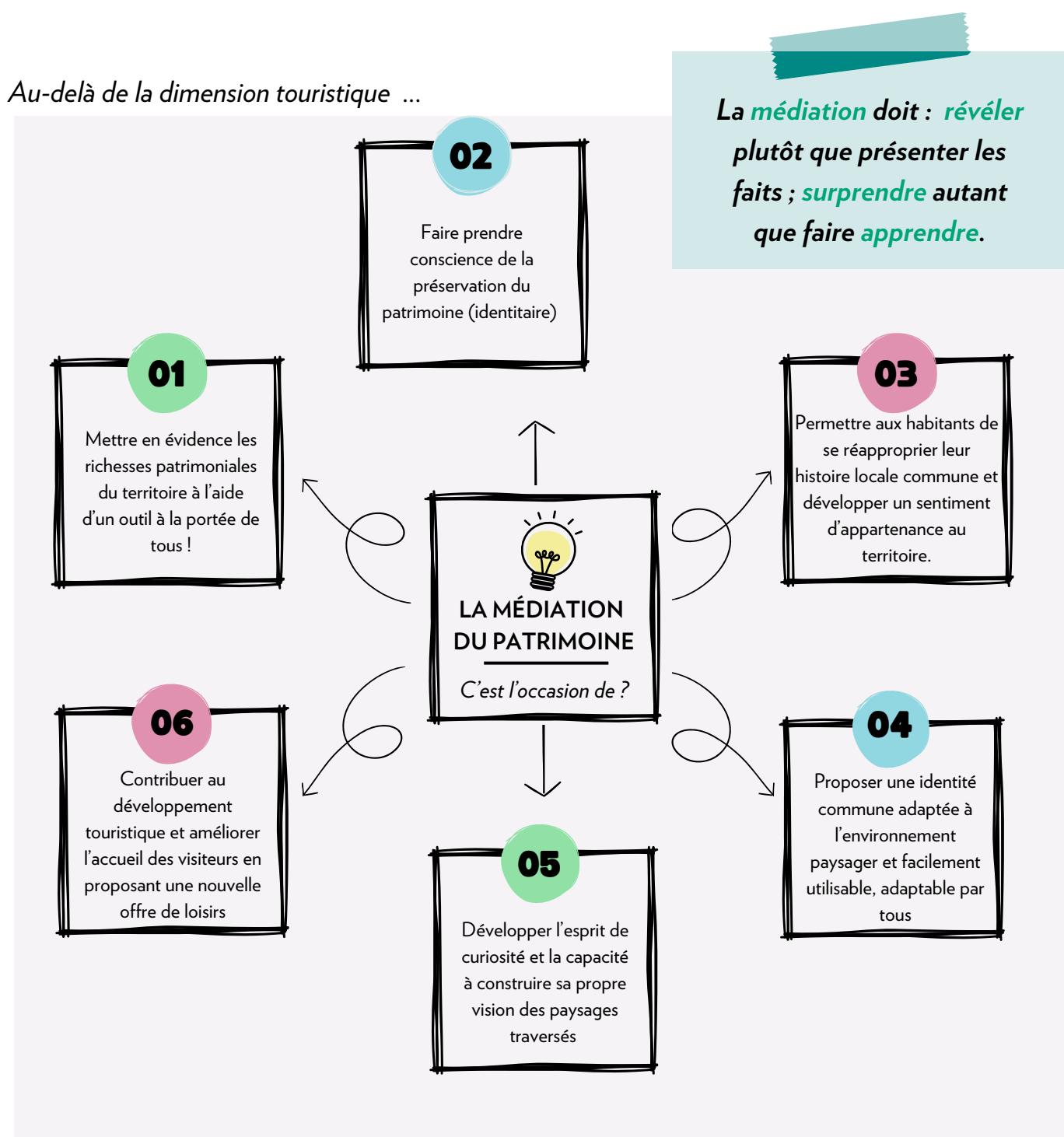
LA MÉDIATION DU PATRIMOINE : QUESACO ?

Eglise St Pierre de Chanzeaux - Chemillé -en-Anjou

Qu'entend-on précisément par outils de médiation du patrimoine ?

Le b. a.-ba d'un outil de médiation du patrimoine

La médiation patrimoniale comprend l'**ensemble des actions visant à favoriser la rencontre entre un public et un patrimoine**. Dans nos territoires, les éléments patrimoniaux sont partout. Nous passons quotidiennement à côté d'eux sans même les voir. Dans d'autres cas, nous souhaiterions un complément d'information à leur sujet. Et si nous imaginions un ensemble d'outils (signalétique, panneaux, brochures, QR codes...) communs pour mieux les valoriser et les faire connaître ?





Tentons de définir l'interprétation...

“

“L’interprétation des patrimoines est une façon de nous amener à changer notre regard sur ce qui nous entoure.

Elle propose une “lecture” du monde qui éclaire notre passé, donne du sens à notre présent, et nous invite à imaginer l’avenir.”

CATHERINE CAYRE
DIRECTRICE DU CABINET D’ÉTUDE
CAIRN INTERPRÉTATION

Que peut-on interpréter ?



Contrairement à l'idée reçue, il ne suffit pas de disposer d'un patrimoine exceptionnel ou unique, pour envisager une démarche d'interprétation. **La petite histoire se décline tout autant que la grande.**

On peut raconter un paysage, un bâtiment, un fait historique, un espace naturel, un espace quotidien...

On peut même **suggérer** des choses qui ne se voient pas et on peut parler du **patrimoine immatériel** (légende, chanson, parler, conte...). **En réalité, tout peut s'interpréter.**

Comment faire dialoguer un public et un patrimoine ?



Il y a bien entendu plusieurs façons d'interpréter le patrimoine. Voici quelques exemples parmi tant d'autres :

- **DÉCOUVERTE LIBRE :**

Tout d'abord, l'**interprétation peut se faire sans support**. C'est une hypothèse à ne pas négliger dans des espaces à fortes contraintes paysagères et/ou réglementaires. Dans ce cas, le public déambule librement.

- **VISITE GUIDÉE :**

On peut proposer une **interprétation sous forme de visites guidées** qui assurent à des dates précises, une animation.

- **SUPPORT PAPIER :**

On peut choisir aussi de **délivrer des messages** (ou des clefs pour comprendre) dans une **brochure** mais se pose la question de son accessibilité et de son renouvellement.

- **PANNEAU ET QR CODE :**

On peut enfin choisir d'**équiper le site de panneaux et/ou de QR codes**. Le présent guide aborde surtout ce dernier cas.





SOYEZ PERCUTANTS, VOUS SEREZ LU!

LES BONNES QUESTIONS À SE POSER POUR
UNE MÉDIATION RÉUSSIE.

Penser à tourner en boucle avant de penser vos panneaux

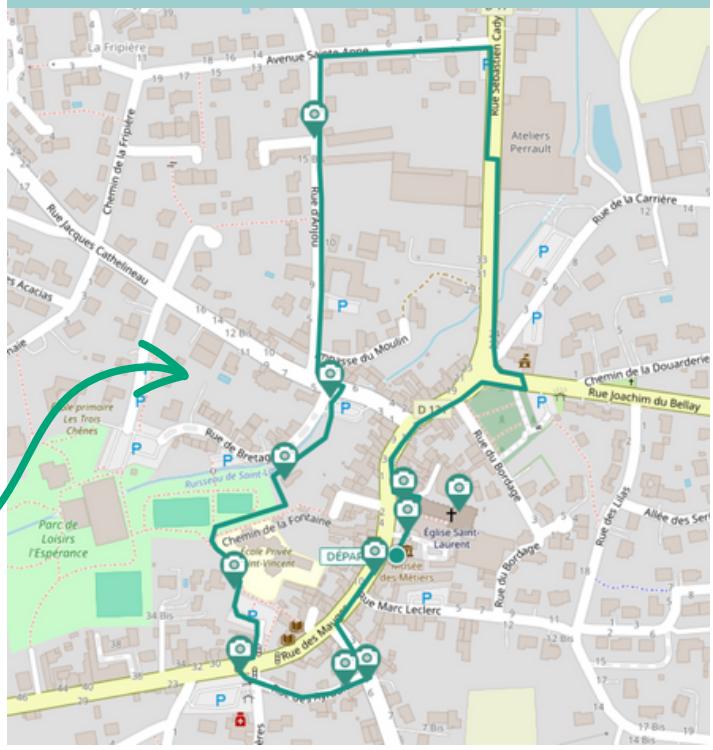


Lorsque l'on s'engage dans une démarche d'interprétation, spontanément, on imagine les paysages, les monuments et les thèmes que l'on va mettre en avant.

Il faut d'abord se mettre dans la situation de celle ou celui qui veut découvrir le territoire. Il faut envisager que les panneaux sont un agrément de la balade ou de la randonnée et pas une fin en soit.

Imaginez une boucle inférieure à 5km en espace urbain ou réutilisez un circuit déjà existant en campagne.
Le parcours doit être agréable et sécurisé.

La balade historique de St-Laurent-de-la-Plaine



SOYEZ PERCUTANTS, VOUS SEREZ LU !



Quelle cohérence entre vos panneaux et ceux de vos voisins ?

Une cohérence générale est importante pour permettre d'identifier clairement plusieurs panneaux comme faisant partie d'un ensemble. Cela permet de :

- ➡ Protéger et valoriser les richesses paysagères locales
- ➡ Partager une vision commune de développement patrimonial
- ➡ Optimiser la cohérence et la lisibilité des informations
- ➡ Affirmer l'identité du territoire

Cette cohérence passe par :

»»» La création et/ou l'application d'une charte graphique

Ainsi, il est possible de :

- Créer un langage commun à une série de panneaux
- Appliquer une charte graphique existante (d'une commune, d'une association, d'un territoire...). Ces chartes peuvent contenir des informations communes relatives aux couleurs, aux polices de caractères, aux logos...

»»» L'utilisation d'un mobilier homogène (matériau, couleur, décoration...)



Afin de créer une unité autour du patrimoine des Mauges et pour faciliter cette cohérence, des éléments graphiques "Ôsez Mauges, regard sur le patrimoine" ont été imaginés pour illustrer vos panneaux.

Contactez un référent du territoire pour connaître les conditions d'utilisation.
(Liste page 23)

Nous vous invitons également à vous rapprocher des autres associations du territoire qui portent ou ont porté un projet de médiation du patrimoine.



Cartouche
Ôsez Mauges


Cette cartouche est à décliner
suivant les couleurs de votre
charte graphique

À qui s'adressent vos panneaux ? À qui nous causons ?



Nous ressentons tous légitimement le besoin de partager nos connaissances.

“Si nous connaissons cela et que ça nous intéresse, forcément, ça doit intéresser tout le monde”.

Alors, nous construisons souvent des panneaux comportant beaucoup d'informations... mais qui connaissent des fortunes diverses. Nous nous satisfaisons d'avoir mis à disposition le maximum de ce que l'on connaît, mais combien de personnes au final peuvent, ou ont envie de, recevoir cette somme d'informations ?

Aussi, nous proposons la démarche inverse : celle de **s'adresser prioritairement au plus grand nombre, en assumant le fait de vouloir dire moins de choses** et proposer des focus (encarts plus petits, QR codes) pour ceux qui voudraient en savoir davantage.

Afin que votre médiation puisse être accessible à un maximum de personnes, il faudra veiller à susciter l'intérêt et à donner envie d'en savoir plus grâce à des niveaux de lecture différents.

A priori, il s'agira d'un public familial, intéressé par le patrimoine. Des informations peuvent s'adresser plus spécifiquement aux enfants qui sont les futurs ambassadeurs du territoire. Elles pourront intéresser également “les promeneurs du dimanche” habitants ou visiteurs, avertis ou non avertis, à la question du patrimoine.



Des traductions dans une ou plusieurs langues peuvent trouver place sur les panneaux ou faire l'objet d'une information numérisée.

Le contenu : l'indispensable, l'important, l'intéressant !



Vouloir tout dire ce que l'on a appris, dans un espace et un temps forcément limités, est le principal écueil constaté.

Il vaut mieux d'abord se poser les questions suivantes :

- Qu'est ce que je voudrais qu'une personne qui ne connaît absolument pas la thématique, retienne de ce sujet ? S'il n'y avait qu'une chose à retenir, ce serait laquelle ?
- Ensuite, quelle autre information importante je pourrais ajouter ?
- Enfin, quelles anecdotes, quels prolongements je pourrais proposer à une personne qui le souhaiterait et qui aurait le temps ?



SOYEZ PERCUTANTS, VOUS SEREZ LU !



**Avant de se lancer
dans l'écriture d'un panneau :**

**Que diriez-vous
de vous exercer ?**

DÉFINIR SON SUJET

Exemple : "Je veux présenter la forêt de XX. Je veux parler des Guerres de Vendée dans la commune de XX. Je veux faire découvrir les maisons de tisserands..."



1. L'INDISPENSABLE

5 lignes pour décrire l'information principale et unique de la thématique



2. L'IMPORTANT

5 ou 10 nouvelles lignes maximum pour ajouter une information importante à la première



RÉDACTION



3. L'INTÉRESSANT

Pour prolonger : quelles anecdotes, quelles histoires ajouter ?

(pour en savoir plus, pour la petite histoire...)



Il est probable que le **point 1** figure sur le panneau et en soit l'information principale.

Le **point 2** peut éventuellement y trouver sa place, mais peut être traité sous une forme secondaire.

Il faut veiller à ne garder que des informations pérennes.

Quant au **point 3**, il peut s'envisager par exemple via un QR code ou autre et renvoyer vers des informations que vous pourrez ajouter sur un site internet comme celui d'Ôsez Mauges. Mais dans ce cas, il faudra prendre en compte le fait que l'histoire que vous raconterez pourra être lue par des personnes ayant emprunté le circuit ou pas du tout.

Nous avons défini ce qu'il faut absolument faire partager concernant notre sujet et ce qui est accessoire.

Commence alors un travail qui peut s'apparenter à celui d'un journaliste de mise en forme de l'information.

Sur le fond, n'hésitons pas à **partir de ce qui fait "l'originalité locale"**. Qu'est-ce que signifie le nom de la place ou de la rue dans laquelle on se trouve, de la rivière qui est devant nous... ?

On constate aussi que **le public attend des récits d'histoires, des informations humanisées..**

ASTUCE

Trop souvent les panneaux traitent de généralités : le cycle de l'eau, le fonctionnement d'une tourbière, le déroulement d'un fait historique...et finissent par se ressembler.



Spectacle Jacquou le Croquant - St Rémy-en-Mauges - Montrevault-sur-Evre

Médiation classique et/ou numérique ? Quels sont les avantages de l'information numérique ?

Les supports numériques sur les lieux patrimoniaux offrent beaucoup d'avantages :



- » Ils allient patrimoine et modernité
- » Ils aident à capter un public plus large
- » Ils permettent de réduire le nombre et donc l'encombrement de l'espace et le coût des panneaux matériels tout en élargissant le champ de l'information
- » Ils offrent la possibilité de donner l'information en plusieurs langues
- » Ils facilitent les mises à jour

Quelques exemples d'outils numériques :

<u>BALUDIK</u>	<u>PODCAST</u>	<u>IKEROS (QR CODE)</u>	<u>GÉOCACHING</u>

Tout en restant libre d'utiliser le site que vous souhaitez, voici les intérêts à utiliser un QR Code qui renvoie vers le site d'Ôsez Mauges. Exemple de La Loire à Vélo des sculptures.

www.osezmauges.fr

- Une solution numérique **simple** à mettre en œuvre
- Un suivi statistique possible de **la visibilité de votre contenu** sur internet
- Un **site internet** permanent et **reconnu** sur le territoire
- Un **outil gratuit**
- Une **visibilité de l'offre** : un outil de saisie unique pour une visibilité sur 3 sites internet = Ôsez Mauges, Anjou Tourisme, En Pays de la Loire.com
- Une **mise à jour simple**
- Une **charte éditoriale commune** à respecter

ASTUCE

Pensez bien que l'information donnée sur le site doit être complémentaire à celle délivrée sur les panneaux

Comment créer son panneau, sans tomber dedans ?

1) Crédit graphique, une affaire d'artiste ?

Avant toute chose, il faut donner envie de s'arrêter pour lire. L'objectif est de rendre l'information attractive mais aussi lisible. Et pourquoi ne pas consulter un professionnel (graphiste, imprimeur...) pour accompagner dans la création graphique ?

Les éléments à penser les uns avec les autres pour une création harmonieuse :

- **LA TYPOGRAPHIE** : la police d'écriture doit être facile à lire
- **UNE IMAGE BIEN CHOISIE (vaut mille mots)** : une attention particulière doit être consacrée au rapport texte / images
- **LA QUALITÉ ET LA PERTINENCE DES IMAGES** : les images doivent apporter des éléments complémentaires au patrimoine valorisé
- **LES TITRES** : imaginez des titres courts et significatifs qui suscitent l'attention, la curiosité du lecteur
- **HIÉRARCHISEZ VOS INFORMATIONS** : classez et distinguez les informations par leur nature et leur importance
- **LA CARTOGRAPHIE** : doit permettre au lecteur de se situer sur le territoire et/ou le long d'un itinéraire
- **LES COULEURS** : attention à la couleur de fond, au nombre de couleurs, à leur association...
- **LES PICTOGRAMMES ou LES DESSINS** : outils à utiliser pour favoriser l'aide à la compréhension
- **LES CRÉDITS ET LES SOURCES** : mentionnez les auteurs de vos textes et photos
- **LES LOGOS DES PARTENAIRES** : doivent figurer sur votre panneau, attention à garder une cohérence dans les proportions.
- **COHÉRENCE sur le territoire** : cf. quelle cohérence entre vos panneaux p.10

Comment créer son panneau, sans tomber dedans ?

Création graphique, une affaire d'artiste ?

L'info qui change tout =



Vous avez 8 secondes pour plaire, pour capter l'attention, pour éveiller la curiosité !

Il s'agit d'un délai très limité, cela va sans dire, que **le panneau doit tenir compte de la vue globale que le visiteur va s'en faire**.

Lors de la réalisation du panneau, pensez **à son sens de lecture**. Il se fait dans un premier temps, par un **balayage en zig zag** des éléments visuels et textes très courts.

Il est essentiel de penser à ces éléments d'accroche (titres, sous-titres, légendes, encadrés, citations...) et d'en soigner la recherche et la rédaction.

1) CIRCUIT COURT

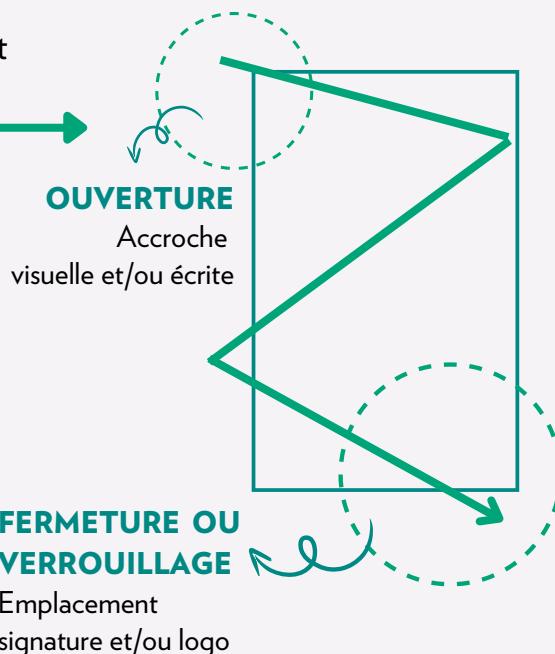
Les premiers éléments perçus par le trajet de l'oeil doivent correspondre à :

- 1- l'accroche**
- 2- l'attribution**

2) CIRCUIT LONG

Le lecteur entre dans un décodage détaillé des autres éléments :

- 3- lecture des textes**
et autres visuels
- 4- intégration coordonnées**



ASTUCE

Testez vos panneaux auprès d'autres associations.

Exemple d'un panneau réalisé à Montrevault-sur-Èvre et décliné sur 3 communes déléguées en réutilisant la matrice.



Comment créer son panneau, sans tomber dedans ?

Travailler la visibilité, on ne pourra plus vous dire, j'avais pas vu!



Il faut une bonne **lisibilité** pour attirer l'œil du public potentiel.

Cette lisibilité dépend de la **visibilité du panneau** (hauteur - lieu d'emplacement), de sa **compréhension** (utilisation de pictogrammes normalisés), de la **typographie** et de sa **luminosité**.

Le **format** du panneau : veillons à une **bonne intégration paysagère** et à **ne pas dénaturer le patrimoine** qu'il présente. Un **pan incliné** permet souvent plus de discréetion et d'interactions.

ASTUCE

Afin de réduire les coûts, choisissez un format standard et donc moins cher. Demandez conseil auprès de votre imprimeur.



Attention au **nombre de panneaux** sur un même site et sur le domaine public au sens large : afin de préserver une **image attractive** de la commune et de **protéger le cadre de vie** des habitants, un nombre important peut nuire au message que vous souhaitez transmettre et à l'image du territoire, que vous véhiculez.



Pensez aussi que **vous n'êtes pas les seuls** à vouloir mettre en place un panneau. D'autres besoins existent, orientation, sécurité, commerce...

Comment créer son panneau, sans tomber dedans ?

Quelle technique d'impression privilégier pour les panneaux ?



Pensons à la durée de vie des panneaux qui resteront plusieurs années. Les deux techniques d'impression principales sont :

- **L'impression sur vinyle adhésif** : celui-ci peut être appliqué sur différents types de supports (bois, métal, dibond – matériau composite aluminium, plexiglas, PVC...). Il est possible de compléter l'impression par l'ajout d'un laminat. Il s'agit d'une couche protectrice anti-UV et anti-graffiti
- **La tôle émaillée** : il est possible de choisir une impression dans un nombre limité de teintes (deux ou trois couleurs). Cela réduira les coûts mais doit être envisagé dès le début de la conception des panneaux.

Et la structure ? Recyclez vos envies !



Il existe également de nombreuses possibilités au niveau des matériaux (bois, métal...) et de la forme (pupitres, panneaux, portiques, totems...). Elle devra être adaptée à la destination du panneau (isolé ou apposé à un bâtiment), à sa localisation (dans un contexte naturel, patrimonial...), à la quantité d'informations à faire figurer...

ASTUCE

Pensez au réemploi de panneaux existants !





L'implantation de panneaux sur le domaine public implique une demande d'autorisation de voirie auprès de la collectivité.

Il faut avant toute chose garder à l'esprit que **la signalétique ne doit pas prendre le pas sur l'élément à valoriser** ni être noyée au milieu d'autres panneaux informatifs. Attention également à ce que le panneau soit intégré à son contexte. Il ne pourra en aucun cas être installé sur les panneaux de voirie, de police ou encore d'entrée d'agglomération.

La majeure partie du temps le panneau sera installé sur le domaine public, il peut dans certains cas être mis en place sur une propriété privée. Dans les 2 cas, une autorisation de voirie doit être demandée en amont.

Sur le domaine public, **rapprochez-vous de l'agent en charge du tourisme-patrimoine** qui pourra vous accompagner dans les démarches administratives et faire valider le lieu d'implantation. Il faudra faire attention à la réglementation relative à l'accessibilité de tous les publics (hauteur et largeur) et au code de la route le cas échéant.



IMPÉRATIF

Dès le début de la construction de votre projet, prenez contact rapidement avec les agents et élus en charge du patrimoine et du tourisme sur votre commune.

(cf. coordonnées des partenaires p23)

Cas particuliers du patrimoine remarquable :



Aux abords des zones classées des autorisations sont à demander à l'Architecte des Bâtiments de France (ABF) ou aux services de l'Etat.

Des contraintes de taille de panneau, de positionnement, de charte graphique peuvent être appliquées.

Des documents complémentaires seront nécessaires et le délai de réponse sera prolongé.

Le budget : le nerf de la... médiation

Il est difficile de proposer un budget moyen pour un projet de panneaux de valorisation du patrimoine.

Néanmoins, le budget dépendra du matériel choisi (dibond, aluminium, bois, ...), des dimensions et du recours à des professionnels.

Il doit tenir compte des options possibles :

»»» Pour la création du graphisme, mise en page

»»» Pour la rédaction des contenus

»»» Pour la fabrication, la fourniture et la pose

»»» Pour l'impression et support : filtre anti UV, anti graffiti, ...



ASTUCES

Pensons aux commandes groupées pour réduire les coûts ou à réutiliser des panneaux obsolètes : consultez les autres groupes d'histoire locale et/ou notre collectivité.

Des panneaux ont déjà été réalisés localement.
Pour vous mettre en relation avec ces associations, n'hésitez pas à contacter Ôsez Mauges ou Mauges Communauté (contacts p23)

Différents financements peuvent être sollicités lors de la réalisation de panneaux :

- Région Pays de la Loire = patrimoine pour tous et/ou tourisme culturel et patrimonial
- Vérifiez si un appel à projet est en cours sur le site du Ministère de la Culture
- Renseignez-vous auprès de vos collectivités (commune et Mauges Communauté) si un appel à projets et/ou budget participatif est en cours.



VOS PARTENAIRES POSSIBLES, ENSEMBLE, VOYONS PLUS LOIN !

**VOS PARTENAIRES
POSSIBLES,
ENSEMBLE, VOYONS
PLUS LOIN!**

La randonnée dans les Mauges

Prenez contact dès la naissance du projet de médiation :



Services tourisme patrimoine et/ou culture des communes

ORÉE D'ANJOU	Blandine BEAUMONT	07 50 55 17 44	culture@oreedanjou.fr
MAUGES-SUR-LOIRE	Agathe PORTOLEAU	02 85 29 06 46	tourisme@mauges-sur-loire.fr
MONTREVAULT-SUR-EVRE	Marine DELORME	06 07 03 66 36	tourisme@montrevaultsurevre.fr
CHEMILLÉ-EN-ANJOU	Cédric SAGORIN	06 78 64 71 19	c.sagorin@chemille-en-anjou.fr
BEAUPRÉAU-EN-MAUGES	Mélanie USUREAU	02 41 71 76 80	m.usureau@beaupreauenmauges.fr
SÈVREMOINE	Marion KING	06 13 89 21 80	commerce@sevremoine.fr

PRENEZ-EN DE LA GRAINE ! OU PAS ...

Service patrimoine de Mauges Communauté

Olivier GABORY	06 26 96 94 89	o-gabory@maugescommunaute.fr

Ôsez Mauges Tourisme et Développement

Fabien GIRAUT	02 41 72 62 32	fabien@osezmauges.fr

Ressources disponibles pour alimenter vos panneaux :



Les archives départementales :



accompagnement par Guénaëlle Barbot 02 41 80 80 00
g.barbot@maine-et-loire.fr



Les groupes d'histoire locale des Mauges et d'ailleurs



PRENEZ-EN DE LA GRAINE ! OU PAS...

PRENEZ-EN DE LA GRAINE ! OU PAS ...

Fibres en Musique à Montjean-sur-Loire - Mauges-sur-Loire

EXEMPLE N°1

Les pistes d'amélioration, les points positifs ...



PRENEZ-EN DE LA GRAINE ! OU PAS ...



Lisibilité de l'écriture
= Choix de la couleur




Mélange d'outils pour une meilleure
complémentarité



Proportion texte / image
= QR Code + important que le reste

EXEMPLE N°2

Les pistes d'amélioration, les points positifs ...



PRENEZ-EN DE LA GRAINE ! OU PAS ...

- Des titres peu vendeurs

- QR code trop discret et n'indiquant pas ce qu'il contient

- Eléments clés à faire ressortir davantage

+

Utilisation d'une charte graphique harmonieuse

Présentation dynamique

EXEMPLE N°3

Les pistes d'amélioration, les points positifs ...



PRENEZ-EN DE LA GRAINE ! OU PAS ...



Des titres peu accrocheurs



Equilibre texte image non respecté



Pas d'élément graphique qui attire l'œil



Un panneau qui se détériore



Utilisation de photos d'époque

EXEMPLE N°4

Les pistes d'amélioration, les points positifs ...



Des logos très présents



Informations clés à faire ressortir davantage.



Une création graphique originale : les illustrations



Bonne proportion texte/image



Interactivité

EXEMPLE N°5

Les pistes d'amélioration, les points positifs ...



PRENEZ-EN DE LA GRAINE ! OU PAS ...



 Peu d'explication qui donne envie de jouer



Trop de couleurs et de typographies différentes qui nuisent à la lisibilité



 Utilisation du jeu pour faire découvrir le patrimoine

EXEMPLE N°6

Les pistes d'amélioration, les points positifs ...



L'école Ménagère

Créé en 1927, l'école ménagère est un élément majeur du dispositif paternaliste.

LA SMN, UN UNIVERS MASCULIN

Contrairement aux hommes, les perspectives de carrière des femmes à la SMN sont très réduites. L'usine a besoin exclusivement d'une main d'œuvre masculine. Les places pour les femmes étaient donc rares : quelques dizaines tout au plus contre plusieurs milliers pour les hommes. Interdites d'usine, mis à part les années 1914-1918 où l'on note l'activité de munitionnettes, les femmes n'avaient pas d'autre choix que de se diriger vers les activités ménagères.

UNE SOCIÉTÉ SÉXUÉE

La SMN s'inscrivait donc dans une vision d'une société sexuée : jusqu'aux années 1970, le jeune homme entrait à l'usine après s'être formé à l'école d'apprentissage et la jeune fille devenait mère au foyer après un passage à l'école ménagère.

Aujourd'hui le bâtiment accueille, au rez-de-chaussée le restaurant scolaire de l'école primaire.

UNE ÉCOLE POUR APPRENDRE À ÊTRE UNE « BONNE épouse »

Chaque année, 50 à 80 jeunes filles entraient à l'école ménagère pour suivre officiellement un CAP couture et ménager en 2 ou 3 ans. Bien que diplômante, cette formation préparait de fait aux tâches d'épouse et de mère. Des cours de cuisine, de couture et de puériculture leur étaient dispensés. Les élèves confectionnaient également les costumes pour les pièces de théâtre jouées à la Renaissance par les élèves des écoles techniques.

C'EST À VOUS DE JOUER !

**DEVENEZ DES
MÉDIATEURS
DE NOTRE RICHESSE.**

*Devenez des ambassadeurs
de notre territoire.*



**ENSEMBLE,
VALORISONS NOTRE PATRIMOINE**