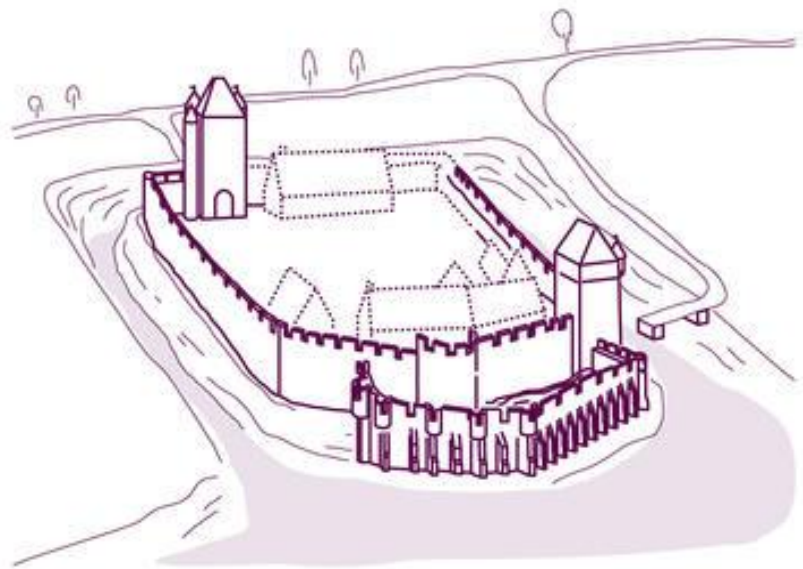


# Cahier des charges fonctionnel

## Enquête au château d'Orville



2019/2020

# SOMMAIRE

<b>I. Présentation du projet</b>	<b>3</b>
I.A) Contexte : problématique du projet	3
I.B) Modèle de Harvard	4
I.C) Analyse de la demande	7
a. Déclencheur du projet	7
b. But du projet	7
c. Les enjeux	7
d. Le budget	8
<b>II. Les contraintes</b>	<b>9</b>
II.A) Contraintes logistiques	9
II.B) Contraintes de temps	10
II.C) Contraintes de communication	10
<b>III. La réponse à la demande</b>	<b>11</b>
III.A) Les solutions infographiques et 3D	11
III.B) Une proposition d'événement	12
III.C) Des moyens de communication	12
<b>IV. Déroulement</b>	<b>14</b>
IV.A) Présentation de l'équipe	14
IV.B) Planning	14
IV.C) Répartition des tâches	15
<b>V. Responsabilités</b>	<b>16</b>
V.A) Maître d'oeuvre	16
V.B) Maître d'ouvrage	16
<b>Annexes</b>	<b>17</b>
Annexe 1 : Schéma de fréquentation du musée	17
Annexe 2 : Modélisation du cube de l'espace d'exposition	18
Annexe 3 : Planning de Gantt	19

# I. Présentation du projet

## I.A) Contexte : problématique du projet

Le château d'Orville est un site archéologique, propriété de la Communauté d'agglomération Roissy Pays de France depuis 2006. Il est intégré dans le musée ARCHÉA comme un pôle à part entière. Il est fouillé tous les ans depuis 2001 par des équipes d'archéologues missionnés. Ces fouilles ont permis de reconstituer la configuration du château fort médiéval et de mettre au jour des objets.

La volonté des équipes du musée est de faire découvrir via le site archéologique, le travail des archéologues, les vestiges du château et les activités quotidiennes des paysans au début du Moyen Âge par des reconstitutions. D'autre part, il s'agit aussi de documenter une période historique (guerre de Cent Ans) à la fois pour l'Histoire de France et pour l'Histoire de la région. Le point d'étude principal étant la destruction du château, les archéologues tentent de comprendre les techniques de constructions médiévales.

Le site archéologique est intégré dans le territoire et dans le paysage de la vallée du Croult. Le musée a lancé depuis 4 ans un projet de grande envergure : mettre en valeur le site archéologique en l'aménageant pour mieux définir le parcours de visite et le rendre plus lisible au public (chemins piétons, zone pour l'accueil du public, zone pour programmer des spectacles, valorisation des espaces naturels...). Ce projet inclut aussi le développement d'outils multimédia à utiliser au musée et sur le site pour favoriser la notoriété du site et sa compréhension.

L'archéologie intéresse beaucoup les Français. Lors des Journées nationales de l'archéologie du 14 au 16 juin 2019, on a décompté 220 000 visiteurs dans toute la France. À cela on peut ajouter les 2 millions de téléspectateurs qui ont regardé l'émission spéciale d'Arte sur l'archéologie le 15 juin 2019. S'ajoutent aussi de nombreuses activités développées par les institutions culturelles en Ile-de France pour faire découvrir l'archéologie au public (musée national archéologique de Saint Germain-en-Laye, musée du Quai Branly, musée départemental de Préhistoire...).

Une analyse selon le modèle de Harvard nous a permis d'identifier les points forts et les points faibles du musée ARCHÉA et du site archéologique du château d'Orville pour mieux répondre à la demande et aux objectifs du projet. De cette analyse, il en ressort que le musée dispose d'atouts solides pour s'imposer comme un acteur culturel sur le thème de l'archéologie mais qu'un certain nombre d'aspects l'empêche de croître en notoriété. Tous les points de l'analyse sont présentés dans le modèle de Harvard ci-dessous.

## I.B) Modèle de Harvard

ANALYSE INTERNE			
Critères d'analyse		Points forts	Points faibles
<b>ANNONCEUR ARCHÉA</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Musée et site archéologique inclus dans la vie locale</li> <li>- Propose des offres diversifiées au public</li> <li>- Lieu pédagogique et ludique</li> <li>- musée dynamique</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manque de visibilité</li> <li>- Lieu difficile d'accès</li> <li>- thème de l'archéologie peut être difficile d'accès pour certain public</li> <li>- Lien entre le musée et le site archéologique non exprimé</li> </ul>
<b>Plan de marchéage</b>	<b>Prix</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrée du musée peu chère (3.50€) ou gratuite sous certaines conditions</li> </ul>	
	<b>Distribution</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recherches et fouilles archéologiques annuelles accessibles au public</li> <li>- Panneaux signalant la présence du musée et du site archéologique</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Site archéologique fermé une partie de l'année</li> <li>- Difficultés d'accès du musée et du site</li> <li>- Difficulté à visualiser le château car le site est en ruine</li> <li>- Musée ouvert qu'une partie de la journée sauf le week end</li> </ul>
	<b>Communication</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identité numérique (réseaux sociaux, site internet, application)</li> <li>- Supports de communication papiers (livrets jeux, livres...)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Peu de visibilité</li> </ul>
	<b>Produit / offre</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diversifiée et pour tout type de public</li> <li>- Ancrée dans le territoire local</li> <li>- Collection du musée régulièrement enrichie par les découvertes sur les sites archéologiques</li> <li>- Médiations proposées dans le musée et sur le site d'Orville</li> </ul>	

ANALYSE EXTERNE			
Critères d'analyse		Opportunités	Menaces
<b>Tendances générales</b>	<b>Taille et évolution du marché</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Marché porteur car intérêt grandissant pour l'archéologie</li> <li>- Journées nationales de l'archéologie suivies par le public (année 2019 : 220 000 visiteurs)</li> <li>- Volonté de favoriser l'histoire locale donc de développer des structures culturelles</li> </ul>	
	<b>Croissance des segments</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hausse des visiteurs dans les musées en France chaque année</li> <li>- Importance du tourisme en Ile-de-France</li> </ul>	
<b>Offre</b>	<b>Forces concurrentielles</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Offre culturelle locale peu étoffée et assez éloignée du musée</li> <li>- Offre peu tournée vers l'archéologie</li> <li>- Seule structure culturelle à faire le choix d'une médiation scientifique</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Beaucoup de concurrence de manière générale sur le marché culturel</li> <li>- Grand développement des activités dans les musées pour découvrir l'archéologie</li> <li>- Offre forte sur le territoire autour du Val d'Oise en particulier pour le patrimoine médiéval</li> </ul>
<b>Demande</b>	<b>Potentiels de consommation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Intérêt du public pour le patrimoine / histoire locale et l'archéologie</li> </ul>	
<b>Environnement</b>	<b>Économique, démographique, politico-légal, sociologique, technologique, naturel...</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Implication dans le paysage local</li> </ul>	

Facteurs clés de succès

Accessible au grand public et proposant des collections variées

Compétence distinctive

Un musée pédagogique et vivant qui met en avant le patrimoine local.

Valeurs personnelles des dirigeants

Partager avec le public

Raison sociale de l'entreprise

Accès à tous  
Rendre compréhensible l'archéologie

### **Diagnostic :**

Le musée ARCHÉA, ouvert depuis 2010, fort d'une collection enrichie régulièrement par les découvertes archéologiques sur le territoire, propose une offre pédagogique et accessible à tous autour du thème de l'archéologie. Il est pourtant peu connu du public et se situe dans une zone peu touristique. De plus, il doit faire face à une concurrence de plus en plus croissante proposant des activités sur la même thématique.

### **Problématique :**

Comment le musée peut-il attirer toujours plus de visiteurs alors qu'il doit faire face à une concurrence forte dans le domaine culturel et qu'il n'a pas une très grande visibilité ?

### **Stratégie :**

Communication => stratégie extensive et positionnement

### **Triangle stratégique :**

#### **Objectifs de communication :**

- Cognitifs : informer sur le musée et le site archéologique, accroître la notoriété du musée
- Affectifs : convaincre de l'intérêt du musée, faire aimer le musée et le site archéologique
- Conatifs : augmenter la fréquentation, inciter le public à visiter le musée et le site archéologique

Hiérarchie classique : faire connaître, faire aimer, faire agir

**Cible :**

- Cible principale : connaisseurs de l'archéologie
- Coeur de cible : non spécialiste, local, familles, amateurs et, public scolaire
- Cible complémentaires : journalistes, communes alentours, office de tourisme

**Positionnement**

Un musée vivant et pédagogique ancré dans le patrimoine local.

## I.C) Analyse de la demande

### a. Déclencheur du projet

ARCHÉA est un musée d'archéologie, service de la communauté d'agglomération Roissy Pays de France ouvert depuis 2010. Le musée est conçu comme un lieu de conservation mais aussi de partage qui propose aux visiteurs de découvrir l'Histoire de la région à travers l'archéologie. C'est à la fois un projet culturel et scientifique avec le développement des campagnes d'archéologie sur le territoire et de valorisation comme le site archéologique du château d'Orville à Louvres.

L'interlocutrice du projet est Emilie Fouquet, responsable du pôle des expositions en charge du projet de valorisation 3D. Le projet se fera en lien avec le musée et les archéologues du site d'Orville.

### b. But du projet

Pour son anniversaire, le musée ARCHÉA développe différentes activités sur l'ensemble de l'année. Le troisième événement concerne le site archéologique du château d'Orville. Cette exposition s'articule autour de sa destruction. Il s'agit de rendre le site accessible et compréhensible au grand public. Dans ce cadre, différents outils de communication seront créés autour de la manifestation.

### c. Les enjeux

Pour ce projet, deux types d'enjeux apparaissent : ceux concernant ARCHÉA et ceux concernant notre équipe.

Pour ARCHÉA, plusieurs enjeux sont mis en lumière. Tout d'abord, il s'agit d'obtenir un livrable proche de ce qui a été demandé lors de la phase d'initialisation du projet afin de répondre aux objectifs. D'autre part, il s'agit également de créer une expérience positive pour le public pour ainsi contribuer à la notoriété du musée. Enfin, le dernier enjeu serait de toucher à la fois de nouveaux publics mais aussi de

fidéliser le public déjà conquis. Nous pouvons ajouter à cela un enjeu plus global de valorisation du musée et du site archéologique pour en accroître leurs activités.

Dans un deuxième temps, le projet met en avant des enjeux concernant notre équipe. Il s'agit pour nous de contribuer à la réussite du projet en mettant nos compétences au service d'ARCHÉA. D'autre part, l'enjeu principal est de mener à bien le projet tout en respectant la demande et les contraintes inhérentes. D'un point de vue plus personnel, pour chacun des membre de l'équipe, le projet nous permettra d'accroître nos compétences et notre expérience professionnelle.

#### d. Le budget

Le budget pour le projet est encore à définir par le musée. ARCHÉA dispose de matériel technique pour la création des images en 3D et les supports vidéos (écran, ordinateurs...). D'autre part, le musée prendrait en charge les impressions pour les supports de communication et les documents d'infographie.

Quels que soient les moyens budgétaires du musée, les étudiants ne pourront pas prendre en charge ou avancer les coûts à imputer à ce projet.



## II. Les contraintes

### II.A) Contraintes logistiques

Nous avons deux contraintes principales d'ordre logistiques concernant l'espace d'exposition dans laquelle l'outil du projet évoluera :

- **L'espace d'exposition** : le musée ARCHÉA nous met à disposition la salle d'exposition qui se trouve dans le hall du musée. C'est une salle d'au moins 150 m<sup>2</sup> de surface exposable au sein duquel se trouve une structure cubique métallique. La salle d'exposition temporaire possède :
  - Accroche câble pour bache
  - Accroche pour rail HALFEN
  - Des prises
  - Des petits meubles vidéo et des meubles de 27 pouces
  - Des tables
  - Des capots de vitrines
  - Des bâches
  - Un gril complet pour éclairer l'espace
  - Des podiums
  - Des rail HALFEN

Notre outil devra tenir compte de cette salle d'exposition qui fera le lien entre le moment de l'événement et les collections du musée.

- **Le Cube** : le cube est une structure imaginée pour l'événement des 10 ans du musée, il est donc imposé par le musée. Il sera l'élément central de l'exposition au sein duquel seront présentées les trois vidéos de destruction. Ce cube fait 4m x 4m et sera positionné au centre de l'espace d'exposition temporaire. Une image 3D a été réalisée : il sera fait de 12 arêtes en métales (Global Truss). Il servira de support pour le parcours d'enquête et sera habillé en fonction de l'événement : sur l'extérieur du cube, des toiles seront sérigraphiées avec des supports de communication. Les éléments manipulables et les objets seront proposés tout autour du cube.

## II.B) Contraintes de temps

Plusieurs contraintes de temps sont imbriquées dans la mise en oeuvre du projet. L'exposition se déroulant en janvier-février 2021, nous disposons de toute la période de projet tuteuré pour en achever les préparatifs. Cependant, nous aurons besoin d'avoir le matériel à disposition pour l'organisation en elle-même et le développement du jeu, il nous faudra donc en établir la liste suffisamment tôt pour avoir le temps de l'utiliser. Une dernière contrainte plus urgente est représentée par le départ du projet de l'archéologue. Son contrat se terminant le 15 décembre, il faut que toutes les informations relatives au site d'Orville, telles que l'architecture du lieu ou le mode de destruction du château soient recueillies avant cette date. Le projet final devra être restitué le 22 juin 2020.

## II.C) Contraintes de communication

Il existe un système de validation : tous les supports proposés devront être validés et vérifiés par l'équipe du musée, ainsi que des archéologues pour que le contenu soit cohérent et ne comporte pas d'erreur de nature historique, chronologique ou encore scientifique.

Le musée possède une charte graphique composée majoritairement de deux couleurs (vert et violet) et représentant les strates archéologiques. Il est possible d'adapter la charte graphique pour l'événement. Concernant les réseaux sociaux, le musée est présent sur trois réseaux : Facebook, Twitter et Snapchat. Il conviendra alors de suivre la ligne éditoriale déjà engagée par le musée sur ces réseaux. Il en va de même pour les propositions faites pour le site internet.

### III. La réponse à la demande

Nous présentons ici toutes les solutions que nous proposons d'apporter pour la mise en oeuvre du projet.

#### III.A) Les solutions infographiques et 3D

Les moyens infographiques accompagneront les moyens 3D qui se décomposent en deux parties :

- Les vidéos des différents scénarios de destruction du châteaux (en 3D)
- Des objets (virtuels ou imprimés en 3D) manipulables

Ces différents moyens seront présentés au sein et autour du cube : Les vidéos seront diffusées sur des supports numériques type iPad, tandis que les impressions 3D (si elles s'avèrent nécessaires) seront simplement posées sur des présentoirs.

Les trois vidéos représenteront chacune la destruction du château d'Orville avec trois hypothèses différentes. Elles seront produites en images de synthèses sous différents contextes historiques et différentes temporalités accompagnées d'une voix off et d'éléments d'infographie au cours de la vidéo.

Les 3 hypothèses de destruction se décomposent ainsi :

1. Le château est détruit par les Anglais alors que les Français se trouvent à l'intérieur
2. Le château est détruit par les Français alors que les Anglais se trouvent à l'intérieur
3. Le château est détruit par les Français pour qu'il ne retombe pas entre les mains des Anglais

Nous avons envisagé d'inclure le cube dans le parcours d'enquête. Ainsi, les vidéos des trois hypothèses de destruction du château seront exposées à l'intérieur du cube. Pour que l'enquête soit vraiment sous formes d'énigmes, les vidéos ne seront lancées que par l'action du visiteur au moyen d'un bouton. Ce sera au visiteur, une fois le parcours fini, d'activer la vidéo avec la destruction du château qu'il pense être la bonne.

Les objets archéologiques et les éléments du châteaux d'Orville en 3D serviront d'indices pour le déroulement de l'enquête, nous voulions que les visiteurs puissent les manipuler sur des support type iPad. Les objets 3D seront accompagnés de

supports infographiques sur lesquels seront indiqués des éléments historiques et archéologiques. Pourront également être inclus sur ces supports les informations relatives au parcours d'enquête.

Pourquoi des éléments d'archive ou des objets en 3D alors que le musée les ont à disposition ?

- la première raison est que certains objets et éléments d'archives sont dans un état de dégradation avancée ce qui rend l'exposition compliquée. Dans ce cas, la reproduction de ces objets en 3D permettra au public d'en comprendre le sens et de les manipuler de façon virtuelle.
- la deuxième raison est que les archéologues n'ont pas toutes les données sur certains objets. Il s'agira alors d'apporter des pistes sur l'utilisation ou la signification des objets archéologiques.
- la troisième raison est d'apporter de l'interactivité dans le parcours d'enquête.
- enfin, les objets 3D participent à la politique d'innovation du musée développée depuis plusieurs années pour introduire dans ses projets des éléments innovants.

### III.B) Une proposition d'événement

L'événement que nous voulons réaliser sera un parcours jonché d'énigmes durant lequel le visiteur essayera de trouver comment le château d'Orville a été détruit. Pour ce faire, un scénario inscrit dans un livret donné au visiteur lors de son arrivée, mettra en scène un personnage et le visiteur sera amené à suivre différentes pistes et indices. À la fin, 3 possibilités sur la destruction du château seront proposées au visiteur, il n'aura plus qu'à choisir celle qui lui paraît la plus probable, en vue des informations récoltées au préalable.

La durée du jeu sera à définir avec l'équipe d'ARCHÉA.

Pour préparer cet événement, nous disposons d'une salle de 150 m<sup>2</sup> ainsi que de certaines pièces de collection du musée. Nous avons aussi à notre disposition toute la documentation du musée et l'aide de nos clients.

### III.C) Des moyens de communication

Les moyens de communication pour le projet se décomposent en deux parties :

- les supports de communication écrits
- les supports de communication numériques

Pour l'évènement autour du château d'Orville, nous prévoyons de proposer des pistes de travail sur la communication. Il s'agira de réaliser des supports de communication pour mettre en valeur l'évènement (affiches, autres supports...). .

En outre, il y aura une réflexion sur la communication numérique. D'une part, nous pourrons travailler sur des visuels pour les réseaux sociaux du musée (Facebook, Twitter, Snapchat), puis pour le site internet, et enfin, pour l'application mobile (en lien avec le site internet).

Nous pourrons proposer d'autres pistes de travail utilisables par le musée dans la continuité du projet. Nous ferons part de notre réflexion et inspirations pertinentes pour le musée et le site archéologique tout au long du projet.

## IV. Déroulement

### IV.A) Présentation de l'équipe

<b>Cheffe de projet</b>	<b>Aurélie MAGNE</b> Étudiante en communication et multimédia, diplômée d'une licence en Histoire de l'Art, d'un master en Histoire Médiévale et d'un master 2 en Médiation Culturelle et Conception de projet.
<b>Chargée de communication</b>	<b>Audrey HALOPÉ</b> Étudiante en communication et multimédia, diplômée d'un DUT Métiers du Multimédia et de l'Internet.
<b>Infographiste</b>	<b>Louis BRUNEL-ORAIN</b> Étudiant en Infographie, WebDesign, Multimédia. Diplômé en Design Graphique Print et en Communication Visuelle Pluri-Média.
<b>Concepteur 3D</b>	<b>Nicolas FRANCE</b> Étudiant en infographie, spécialisé en modélisation, animation et rendu 3D.

### IV.B) Planning

Nous avons choisi la méthode Gantt pour l'élaboration du planning du projet. Cette méthode nous permet de visualiser les différentes tâches ainsi que d'estimer le temps dont nous avons besoin pour leurs réalisations. Chaque tâche peut ainsi être attribuée à un membre de l'équipe en fonction de ses compétences. Le planning est présenté à la page 19 du cahier des charges.

Les grandes étapes du projet s'organisent comme suit :

1. **Initialisation** : du 8 au 21 novembre 2019
2. **Préparation** : du 22 au 27 novembre 2019
3. **Planification** : du 28 novembre au 18 décembre 2019
4. **Pilotage** : décembre 2019 à mai 2020
5. **Bilan** : juin 2020

## IV.C) Répartition des tâches

Notre groupe oeuvre sur trois domaines différents, mais complémentaires, pour le projet :

### La communication :

**Pour la partie communication, les référentes seront Audrey Halopé et Aurélie Magne.**

Les deux chargées de communication devront concevoir :

- Communication écrite de l'événement
- Communication numérique de l'événement
- Création d'un outil pour l'événement

### Le graphisme :

**Pour la partie infographie, le référent sera Louis Brunel-Orain.**

Les deux graphistes auront à charge la conception des supports d'infographie :

- Habillage de la structure cubique de l'exposition
- Faire les maquettes des supports imprimés
- Création d'un outil pour l'événement
- Réflexion d'une identité visuelle spécifique à l'événement

### La 3D :

**Pour la partie conception 3D, le référent sera Nicolas France.**

Le concepteur 3D aura la charge de la conception des éléments 3D suivants :

- Création de trois vidéos scénarisant la destruction du château
- Travailler sur la précédente modélisation et l'améliorer

## V. Responsabilités

Dans cette partie, nous trouverons les responsabilités attribuées à chacun des intervenants du projet ARCHÉA. Elles entreront en vigueur dès la validation du cahier des charges par toutes les parties du projet. Tous les acteurs se désengagent de leurs responsabilités respectives dès le rendu universitaire du projet.

Pour le suivi du projet, nous communiquons par adresse mail ainsi que par téléphone. Toutes les parties s'engagent à se rencontrer régulièrement au cours de réunions pour assurer une communication permanente et un meilleur suivi du projet. Celles-ci nous permettront de maintenir un rythme de travail régulier et d'apporter des modifications à la distribution des tâches ainsi que des solutions aux problèmes rencontrés. Du côté de l'équipe universitaire, nous nous réunissons régulièrement pour travailler à l'avancement du projet

### V.A) Maître d'oeuvre

Au cours du projet, le musée ARCHÉA sera à charge de :

- fournir la documentation nécessaire à l'élaboration du projet (archives, plans du site, photogrammétrie, informations historiques du site...)
- fournir les éléments nécessaires à l'événement dans l'espace d'exposition
- assurer les échanges avec l'équipe des étudiants
- remarquer les corrections à apporter à la modélisation du château
- prendre en charge les éventuelles impressions des documents d'infographie et de communication

### V.B) Maître d'ouvrage

En qualité de maître d'ouvrage, notre équipe aura à charge de produire les divers outils de communication pour la mise en oeuvre du projet ainsi que leurs bonnes délivrances dans le délais prédéfinis. Nous nous engageons à assurer la communication avec l'équipe ARCHÉA tout au long du projet pour s'assurer de sa bonne marche, et si nécessaire, avec les personnes en charge de notre formation.

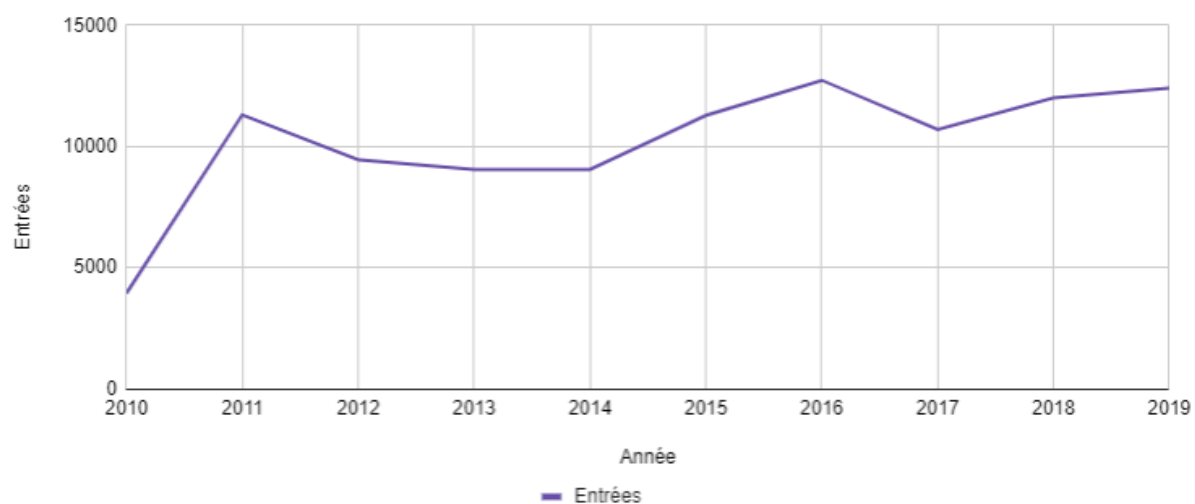
Tous les acteurs du projet doivent valider les responsabilités précédentes pour la mise en oeuvre du projet.



## Annexes

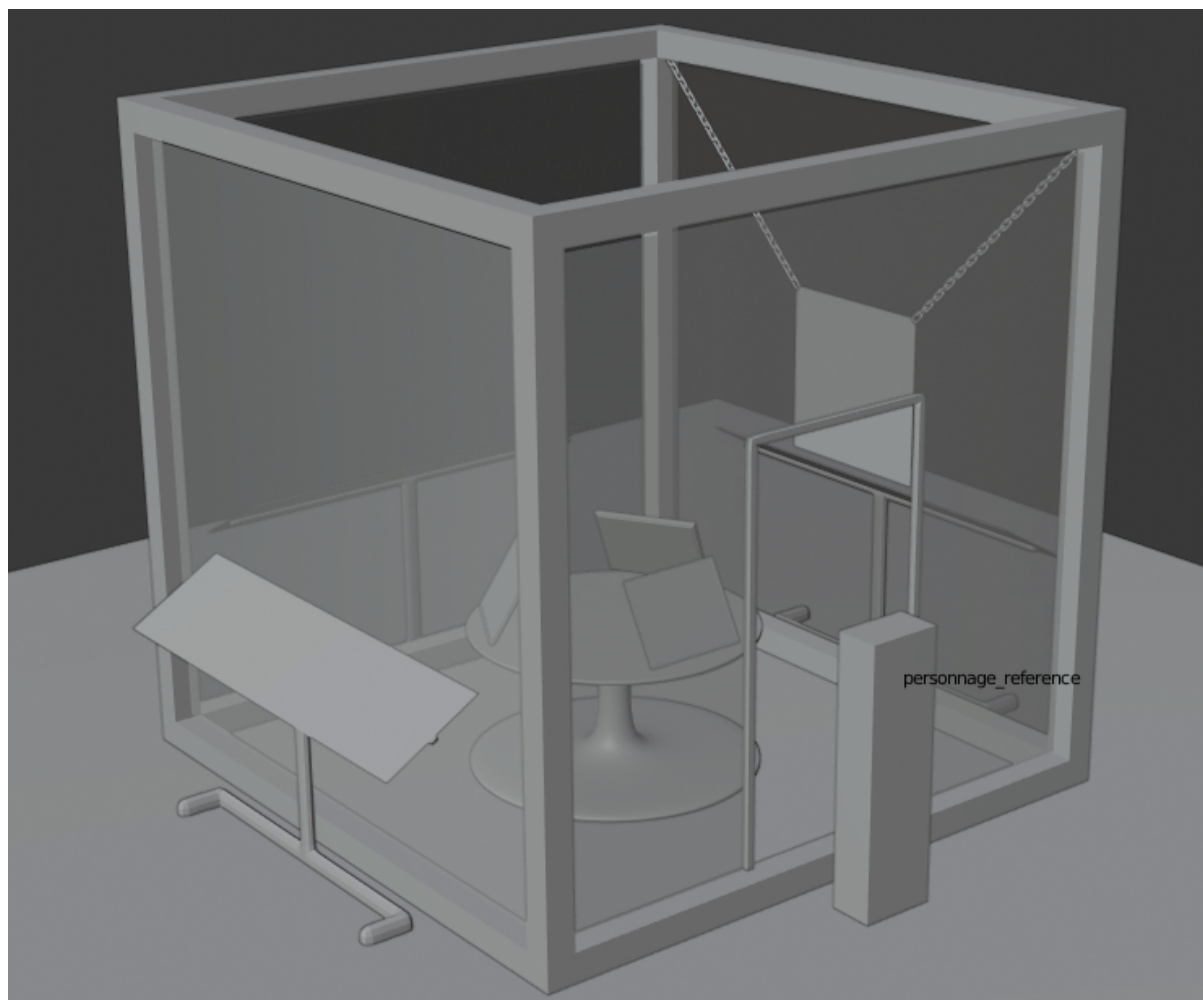
### Annexe 1 : Schéma de fréquentation du musée

Nombres d'entrées du Musée Archéa de 2010 à 2019



Source : ARCHÉA

## Annexe 2 : Modélisation du cube de l'espace d'exposition



Proposition de modélisation de la structure cubique

## Annexe 3 : Planning de Gantt

