

Note d'intention

01. CONTEXTE

Mon article intitulé *L'affiche matériel(le)* interrogeait la place de l'affiche culturelle imprimée à l'ère du numérique. Cette recherche m'a conduit à considérer l'affiche non comme un médium opposé au numérique, mais comme un outil complémentaire, dont la spécificité réside notamment dans sa capacité à produire une présence physique située dans un territoire donné. C'est cette notion qui a particulièrement suscité mon intérêt et constitue aujourd'hui le point de départ de mon projet de diplôme.

02. CADRE DU PROJET

Le Centre Historique Minier de Lewarde, situé sur l'ancienne fosse Delloye au cœur du bassin minier des Hauts-de-France, constitue l'un des cinq musées les plus fréquentés de la région, avec environ 160 000 visiteurs annuels depuis la période post-Covid.

L'analyse du rapport d'activité 2024 met cependant en lumière une dynamique intéressante. Les visites collectives, qui représentent 40% de la fréquentation, proviennent à 83,5 % de la région. Au contraire, les visites individuelles, qui constituent 60% des entrées, sont issues à seulement 41,5 % de la région, et majoritairement d'autres territoires. Le rapport indique une accentuation de ce clivage par rapport à 2023, ce qui peut révéler un enjeu de présence du musée sur son territoire.

Parallèlement, le musée affiche parmi ses objectifs stratégiques :

- le renforcement de son ancrage territorial sur l'ensemble du bassin minier,
- le développement de nouveaux publics
- la mise en avant des enjeux contemporains liés à la transition énergétique,
- et une volonté de repositionner l'humain au cœur du projet.

Pour accomplir ces objectifs, la communication du musée repose aujourd'hui principalement sur des actions partenariales, événementielles, relationnelles et numériques. L'usage du support affiche demeure exceptionnel. Ces éléments invitent donc à interroger la manière dont le musée inscrit, ou pourrait inscrire, sa présence dans le territoire qu'il représente.

03. HYPOTHÈSES ET PISTES

À l'issu de ce constat, j'é mets l'hypothèse que des dispositifs de communication situés dans l'espace public, hybridés avec une communication digitale déjà amorcée par le musée, pourraient contribuer à renforcer l'inscription territoriale du musée.

L'objectif serait donc d'explorer quels supports et quels modes de présence seraient les plus adaptés pour répondre aux objectifs du Centre Historique Minier, en cohérence avec son identité et son contexte territorial.

Je pense qu'il est d'ors et déjà possible d'affirmer que le secteur minier possède un imaginaire visuel fort, souvent associé à une iconographie patrimoniale et à une dominante chromatique restreinte (noir et blanc). Le point de départ de ma recherche, qui me semble nécessaire, serait donc dans un premier temps d'interroger ce vocabulaire graphique pour potentiellement instaurer une image renouvelée du centre minier. Pour cela, 3 pistes sont envisagées:

PISTE 1 : LA TRACE

Tout d'abord, pour répondre à cet enjeu d'ancrage territorial, la première piste serait de travailler sur la trace. Pour son sens premier, celle de l'impact qu'a eu, et que possède toujours, l'activité minière sur les Hauts de France. Mais également sa traduction graphique, en travaillant sur la matérialité du charbon, en explorant des manières non conventionnelles d'employer ce dernier. Je pense au travail de Demian Conrad pour l'identité du LUFF tout comme celui d'Alban Paul pour les JPO de l'esba

nimes et leur exploitation de la trace de l'encre. Le danger de cette piste est cependant de rester dans une esthétique littérale du noir, du passé et du minéral qui ne soit pas forcément en adéquation avec celle d'un territoire en mutation.

PISTE 2 : ÉNERGIE, MOUVEMENT

Pour éviter cet écueil possible, la seconde piste serait de travailler sur la redynamisation de l'image du centre minier en mettant l'accent sur le mouvement et la transformation. Cette piste serait particulièrement intéressante pour proposer une famille de supports hybride, papier et numériques, et notamment recourir au motion design. Cette piste constituerait une manière d'animer graphiquement le territoire, peut-être sur le principe du studio cheval vert pour son identité de la FFP. L'écueil de cette piste est uniquement de ne pas se rapprocher de l'identité conçue par Felix Bisiaux dans le cadre l'opération *Bouge ton bassin* justement pour le bassin minier.

PISTE 3 : L'HUMAIN

Enfin, contrairement aux deux autres pistes qui se concentrent sur la matière et l'énergie qui en découle, l'objectif de la troisième piste serait de proposer un repositionnement symbolique en se détachant de la matière charbon pour s'intéresser peut-être davantage à la dimension humaine, aussi bien celle, historique, des personnes qui ont travaillé dans le bassin du temps de son exploitation, mais aussi de celle des personnes qui oeuvrent actuellement à la préservation de ce patrimoine. Je pense pour cela au travail de Célestin Krier sur les gestes préhistoriques de sa série "back to the cave" qui permettraient de recentrer l'image du centre sur le vivant et non l'inerte pour redynamiser son image.

04. ENJEUX ET PROBLÉMATIQUES

En conséquence des hypothèses et pistes évoquées précédemment, l'enjeu de ce projet ne résidera pas uniquement dans l'augmentation de la visibilité du musée, mais dans la manière dont une institution patrimoniale, profondément liée à l'histoire industrielle de sa région, peut renforcer et renouveler sa présence symbolique et culturelle dans un territoire post-minier en mutation.

Il s'agira donc d'interroger les multiples aspects de sa communication: Le musée est-il suffisamment présent dans le quotidien des habitants ? Son image est-elle trop patrimoniale ? Son identité est-elle tournée vers le passé ou vers la transition énergétique ? S'adresse-t-il actuellement au bon public, et de la bonne manière ?

Ses enjeux conceptuels impliquent donc des enjeux graphiques et nécessitent de se demander: Comment représenter le domaine minier en s'éloignant des stéréotypes ? Comment penser des méthodes de représentations alternatives ? Comment rester fidèle à un patrimoine tout en reformulant les codes ?

En somme, l'enjeu de ce projet sera de se demander : Comment concevoir des dispositifs de communication capables d'inscrire une mémoire industrielle dans un territoire en transition ?

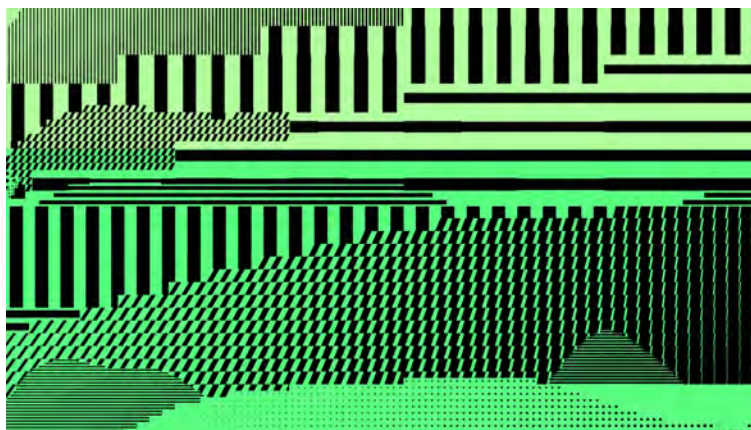
Références



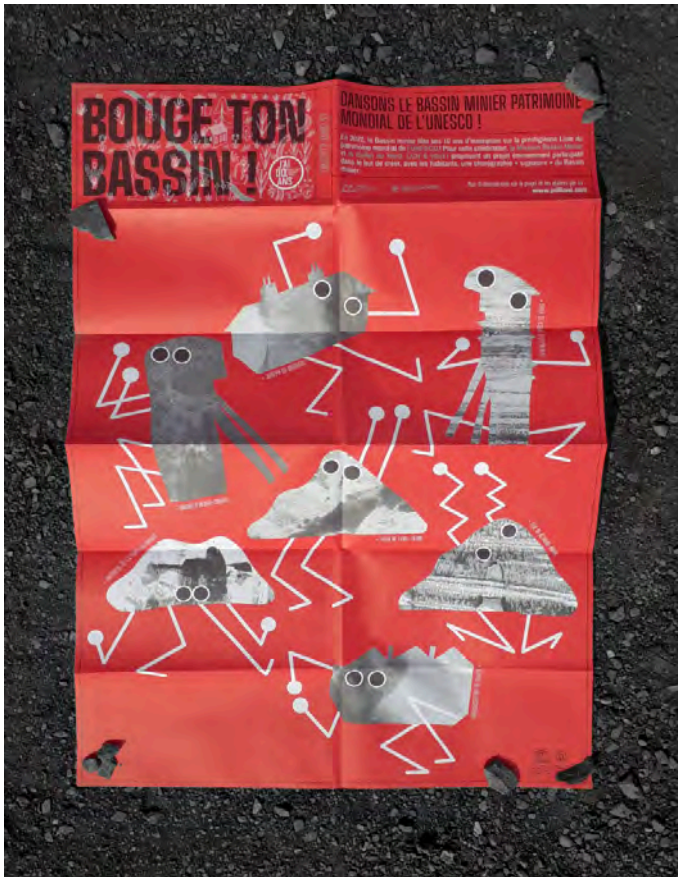
Demian Conrad, identité du LUFF, 2014



Alban Paul, Affiches JPO ESBA Nimes, 2024



Studio Cheval vert, identité visuelle FFP, 2019



Felix Bisiaux, identité visuelle bouge ton bassin, 2022



Célestin Krier, Back to the cave, 2016