

UFR Arts & Médias
Département de Médiation culturelle
Master Musées et nouveaux médias

Jouer au musée : Une étude sur le jeu de piste comme moyen de médiation culturelle dans les institutions muséales en France et en Suisse.

VAVASSEUR Noémie

Année universitaire 2024-2025
Mémoire de M1 dirigé par Monsieur François Mairesse, co-
directeur du Master Musées et nouveaux médias

Soutenu à la session de juillet 2025



Remerciements

Je souhaite remercier messieurs François Mairesse et Fabien Van Geert, responsables du Master Musées et nouveaux médias. Ma reconnaissance va particulièrement à Monsieur François Mairesse pour sa patience, sa disponibilité et ses précieux conseils.

Je remercie également le Musée suisse du Jeu, notamment Madame A., ainsi que Mathilde Le Gal, chargée de médiation au Musée du Quai Branly – Jacques Chirac, qui ont eu la gentillesse de m'accorder leur temps précieux pour des échanges très instructifs pour mon mémoire.

Je voudrais remercier mes camarades du Master Musées et nouveaux médias pour leur entraide, en particulier Maude, Eve, Camille, Pauline, Emma et Sacha. Vos conseils et votre soutien m'ont été d'une aide précieuse.

Enfin, j'adresse un dernier merci à ma famille et à Rémi C. pour sa relecture approfondie.

Déclaration sur l'honneur

Je, soussigné(e), Noémie Vavasseur déclare avoir rédigé ce mémoire sans aides extérieures ni sources autres que celles qui sont citées. Toutes les utilisations de textes préexistants, publiés ou non, y compris en version électronique, sont signalées comme telles. Ce travail n'a été soumis à aucun autre jury d'examen sous une forme identique ou similaire, que ce soit en France ou à l'étranger, à l'université ou dans une autre institution, par moi-même ou par autrui.

Fait à Paris, le 8 mai 2025.

Signature de l'étudiant



Résumé

Le ludique a progressivement investi les institutions culturelles, depuis les années 70, comme l'illustre la multiplication des offres de jeux de piste au sein des musées, à destination d'un public familial, d'adolescents ou d'adultes. Initialement proposés dans une visée pédagogique, ces jeux divertissent et proposent des expériences de plus en plus ludiques ainsi qu'immersives. Ce mémoire étudie comment ces jeux peuvent être utilisés comme médiation, malgré une tendance à la simplification des contenus. À travers un corpus d'une trentaine de jeux de piste en France et en Suisse, une observation de dix offres et des entretiens avec des professionnelles de la médiation, cette étude interroge la conception, les formes de médiation et les publics ciblés. Ces parcours d'énigmes, jonchés d'indices, permettent aux visiteurs d'adopter une posture d'observation, de tisser des liens entre eux et le musée, tout en s'appropriant une nouvelle signification des œuvres. Cette recherche propose une première typologie et questionne les limites de ces activités.

Table des matières

Remerciements	1
Résumé	3
Table des matières	4
Introduction générale	7
Partie 1 : État de littérature	11
I- Définition des termes du sujet	11
A. La médiation culturelle : une notion aux contours mouvants	11
1. Étymologie et approches théoriques : pour une définition de la médiation	11
2. La médiation comme fonction de communication	13
B. Le jeu : les enjeux d'une définition complexe, théories et problématiques de la jouabilité	15
1. Définir le jeu, une enjeu épistémologique	15
2. Catégoriser les jeux : entre théories et limites	17
3. Le jeu et la gamification : deux concepts à distinguer	19
C. Le jeu de piste, entre observation, indices et caractéristiques spécifiques	19
1. Une définition pour un jeu aux multiples aspects	20
2. Les différentes caractéristiques du jeu de piste	23
3. Complémentarités et filiations avec d'autres types de jeux	29
II- De la médiation culturelle à la médiation ludique	31
A. Naissance et évolution historique de la médiation culturelle	32
1. Un lien fort entre médiation et éducation	32
2. Des institutions muséales de plus en plus tournées vers les publics	33
3. Une médiation interactive	34
B. L'affirmation de la médiation ludique dans les musées	35
1. Une pratique mondiale et commune aux institutions muséales	35
2. Des jeux pour apprendre ?	36
3. Jeux sérieux ou divertissement, deux réalités inconciliables ?	39
C. L'utilisation du jeu, une réponse à de multiples injonctions ?	41
1. Les injonctions expérientielles des publics	41
2. Des impératifs économiques	42
Partie 2 : Étude de terrain	44
I- Présentation de la méthode de recherche	44
A. Périmètre de l'étude : élaboration d'un corpus documentaire	45
B. L'observation participante	46
C. Des entretiens	49
D. Les limites de l'étude	51
II- Les critères de sélection	51
A. Les acteurs créateurs de jeu de piste	52
1. Les institutions muséales	52
2. La collaboration avec des acteurs privés	53
B. Les appellations des jeux de piste dans l'offre des institutions culturelles	54
C. Pour quels publics ?	57
1. Les enfants de 4 à 7 ans	58

2.	Le public familial	59
3.	Les adolescents et les adultes	59
III-	Conception et contenu des jeux de piste	61
A.	Supports du jeu	61
B.	Dimensions ludiques et narratives	65
C.	Rapports aux collections	69
Partie 3 – Discussions des résultats		73
I-	Le jeu de piste, un moyen de rapprocher le public à l'institution muséale	75
A.	Susciter de l'observation et une attitude de recherche	75
B.	La création de liens	80
C.	Attiser la curiosité et la découverte de l'institution ?	83
II-	Limites et tensions observées sur le terrain	84
A.	Tensions entre le jeu et le contenu scientifique	84
B.	Les inégalités d'accès aux jeux	88
C.	Une charge logistique et humaine importante	89
III-	Une typologie des jeux de piste	91
A.	Les jeux de piste à visée pédagogique et de médiation	92
B.	Les jeux de piste d'immersion favorisant l'expérience	93
C.	Les jeux de piste inter-institutionnels à visée promotionnelle	94
Conclusion		97
Annexes		101
Annexe 1 – Tableau récapitulatif des offres de jeux de piste, dans les institutions muséales entre 2024 et 2025.		101
Annexe 2 – Tableau récapitulatif des résultats obtenus pendant les phases d'observation participante.		103
Annexe 3 – Indice de popularité du terme « jeu de piste »		106
Annexe 4 – Tableau récapitulatif des appellations et des publics ciblés par les jeux de piste		115
Annexe 5 – Photographies des supports des jeux de piste		116
Annexe 6 – Tableau récapitulatif des typologies d'énigmes selon Patrick Schmoll.		123
Annexe 7 – Tableau récapitulatif des sens mobilisés par les d'énigmes.		124
Annexe 8 – Liste des scénarios des jeux de piste étudiés		125
Annexe 9 - Entretien au Musée Suisse du Jeu, le 27 février 2025.		129
Annexe 10 : Entretien avec Mathilde Le Gal, chargée de médiation au musée du Quai Branly – Jacques Chirac. Le 14 mai 2025.		130
Annexe 11 - Typologie des jeux de piste dans les musées		139

<i>Bibliographie</i>	140
<i>Sitographie</i>	152

Nombre de caractères pour la partie rédactionnelle : 199 700 (espaces compris)
Nombre de caractères au total : 290 736 (espaces compris)

Introduction générale

À l'occasion des Jeux olympiques de Paris, lors de l'été 2024, quatre musées se rassemblent pour donner vie au jeu de piste « Cinq musées en jeux. Un parcours d'énigmes », prenant place au sein du Centre Pompidou, du jardin des Tuileries, du musée d'Orsay, du musée de l'Orangerie et du musée du quai Branly - Jacques Chirac. Cette offre illustre la multiplication des activités de jeux de piste organisés au sein de musées et la mise en place de ce type d'activités pour attirer de nouveaux publics entre des institutions, par le jeu.

Le ludique a progressivement investi l'espace muséal, à l'image d'une société elle-même de plus en plus gamifiée. Une grande diversité de jeux se déploie tant sur les sites web des institutions qu'*in situ*, comme c'est le cas des jeux de piste. Ces offres de jeux sont organisées par les services des publics et de médiation, mais aussi des prestataires externes. Prenant des formes variées, certains dispositifs impliquent la présence d'un médiateur ou de comédiens, tandis que d'autres prennent la forme d'un carnet imprimé. En équipe ou en solitaire, ce jeu permet aux visiteurs d'explorer les collections en suivant un parcours balisé par une sélection d'œuvres et d'indices. Grâce aux scénarios et aux énigmes, ils mobilisent l'imagination et le sens de l'observation du visiteur. Ils peuvent être organisés dans le cadre d'un atelier pédagogique, d'une visite autonome ou d'un événement ponctuel à destination d'un public familial, d'adolescents ou d'adultes. Les jeux de piste s'inscrivent dans un écosystème ludique, plus large, qui s'affirme pendant la décennie 1970, en lien avec le rôle pédagogique et social que le musée endosse. Au fil des années, la conception de jeux au musée n'a cessé d'évoluer, pour répondre aux demandes d'expériences et d'immersion des visiteurs, tout en favorisant la valorisation de leurs collections. Ainsi, le musée devient un terrain de jeu, où le visiteur devient joueur dans ses salles, investies d'un nouveau sens. Ce mémoire propose donc d'examiner la question suivante : dans quelle mesure le jeu de piste, proposé dans l'offre culturelle des institutions muséales, peut-il être considéré comme un outil de médiation culturelle ?

Cette étude s'inscrit dans la continuité des réflexions sur les formes de médiation ludique, à l'intersection entre les champs de recherches des sciences du jeu, de la muséologie et des sciences de l'information et de la communication. En effet, ces jeux combinent des éléments de médiation à des mécaniques ludiques, ce qui leur confère leur particularité. Les jeux sont majoritairement étudiés pour leur visée pédagogique comme l'indiquent de nombreuses études anglo-saxonnes, québécoises et, plus récemment, françaises. Néanmoins, il existe très peu d'études de cas portant spécifiquement sur les jeux de piste dans les institutions muséales. Certains travaux anglophones mettent en avant les effets cognitifs produits par ce type de jeu dans des monuments historiques ou dans des universités, mais notre recherche ne vise pas à analyser les effets produits par ce jeu. Nous étudierons comment et pourquoi les institutions utilisent cette forme ludique. Nous nous intéresserons à cette offre, qui allie une narration et des mécaniques ludiques, témoignant d'objectifs pluriels, inhérents au musée. De même, nous nous concentrons exclusivement sur les jeux qui se rapportent aux caractéristiques du jeu de piste, même si leur dénomination varie. Nous excluons de notre analyse les jeux d'évasion, qui ne relèvent pas des mêmes mécaniques de jeu.

Afin d'interroger le recours au jeu de piste par les institutions muséales, nous avons formulé plusieurs hypothèses de travail. L'objectif est d'identifier les logiques de conception, les types de médiations mobilisées et les publics ciblés à travers de l'étude des jeux de piste de notre corpus.

- Le jeu de piste peut être qualifié comme une offre de médiation, car il agit comme un support et un facilitateur dans la relation entre le visiteur et les objets ou savoirs de l'exposition. Il aide les visiteurs à appréhender les œuvres choisies et à adopter une attitude de recherche. Il crée du lien entre les visiteurs, notamment dans le cadre d'une médiation intergénérationnelle ou de convivialité.

- Le jeu de piste est utilisé pour des objectifs pédagogiques, mais aussi pour susciter la curiosité. Certaines offres réalisées par des acteurs privés favorisent plus le divertissement et l'expérience ludique. Toutes ces motivations s'inscrivent dans une logique de conquête ou de fidélisation de nouveaux publics, aussi dans une logique marketing. Les objectifs et les publics ciblés sont liés avec les différentes appellations de ces jeux, choisies par les concepteurs.
- Le degré de narration et les mécaniques ludiques sont des facteurs essentiels à prendre en compte pour que le visiteur adhère au jeu et pour valoriser les collections. Le coût et les moyens mis en place dans la réalisation du jeu conditionnent son potentiel de médiation et son efficacité sur les publics. Les institutions culturelles et les prestataires privés doivent trouver un équilibre pour que le jeu reste au service du musée et ne devienne pas une fin en soi.

Afin de comprendre le rôle de ces jeux comme médiation, nous avons élaboré un protocole de recherche en trois temps. Un premier travail d'analyse documentaire a permis de constituer un corpus d'une trentaine de jeux de piste proposés par des musées en Suisse et en France entre 2020 et 2025, afin d'identifier les formats, les objectifs annoncés et les tendances générales de l'offre ludique. Ensuite, nous avons sélectionné dix offres se déroulant entre février et mai 2025, dans le cadre de visites individuelles autonomes, de visites guidées et d'événements comme des nocturnes, pour notre observation participante. Cette observation participante permet d'analyser la mise en œuvre de ses jeux pour saisir leurs limites comme forme de médiation, mais aussi leurs atouts. Enfin, deux entretiens avec des professionnelles de la médiation culturelle ont complété nos observations pour comprendre les intentions et les processus de conception de ces jeux.

Une analyse en trois temps permettra de répondre à notre problématique. La première partie de ce mémoire analysera les enjeux théoriques et historiques liés aux notions de médiation culturelle et de jeu, dont les réalités sont difficiles à saisir. Ces premières définitions permettront

d'introduire notre objet d'étude, ses caractéristiques et ses hybridations. Nous étudierons les apports d'une médiation ludique au musée. Ensuite, nous présenterons la méthodologie de notre étude de terrain, les critères de sélection des jeux et leur contenu. Enfin, nous analyserons les résultats de cette enquête, afin de comprendre les différents degrés de médiation, les tensions observées et une typologie de jeux de piste rencontrés.

Partie 1 : État de littérature

I- Définition des termes du sujet

A. La médiation culturelle : une notion aux contours mouvants

Depuis trente ans, la médiation culturelle est reconnue comme un champ de recherche interdisciplinaire¹. Elle revêt plusieurs sens selon les approches théoriques, les disciplines ainsi que les évolutions du musée et de la société. Dans cette première partie, plusieurs définitions de la notion de médiation seront proposées afin d'en saisir ses aspects variés. Ainsi, ses enjeux et ses transformations seront mises en lumière, afin de traiter plus particulièrement de la médiation ludique, avec l'étude de cas des jeux de piste. Cette partie nous permettra de comprendre théoriquement la médiation et comment le jeu de piste peut être étudié en parallèle de cette notion.

1. Étymologie et approches théoriques : pour une définition de la médiation

Afin de saisir les enjeux d'un terme aussi riche que la médiation culturelle, il convient de rappeler son étymologie latine « *mediatio* », signifiant entremise, lui-même dérivé de *mediare* « être au milieu de » et de la racine indo-européenne « *medhyo* »². Ces racines étymologiques renvoient aux notions de centralité et d'entremise. C'est en effet pour cette signification que le terme de médiation entre dans la langue française, notamment dans la diplomatie. Dans une approche religieuse, le médiateur est l'intercesseur, celui qui révèle, qui apporte le message divin. Tandis que dans la philosophie, la médiation est une action qui vise à démontrer. Le

¹ SERAIN F., CHAZOTTES P., VAYSSE F., et CAILLET E. et al., *La médiation culturelle: cinquième roue du carrosse ?* Paris, l'Harmattan, 2016.

² AL KHATIB, J. ET GACOGNE, M.-J. « La médiation culturelle : du concept à l'activité - Varia », *Cahiers d'histoire du Cnam*, vol.09-10-1, 2018, p. 169-188.

médiateur agit comme un intercesseur en faisant le lien, en mettant en relation. Au sein de la discipline de la muséologie, ce terme est défini par une pluralité de chercheurs dans les années 1990, dont la muséologue française, agrégée de philosophie et docteure en sciences de l'éducation, Elisabeth Caillet et la chercheuse Evelyne Lehalle, qui proposent une définition de la médiation comme « l'ensemble des dispositifs grâce auxquels les musées cherchent à mieux informer, orienter et former leurs publics, directement ou par l'intermédiaire des volets les plus variés »³. Cette définition est fondamentale dans la discipline, ainsi nous nous baserons sur celle-ci lorsque nous utiliserons le terme de médiation. Toutefois, il est intéressant d'étudier les apports de chercheurs, tels que Jean Caune qui situe la médiation « au centre du processus culturel »⁴ et la qualifie comme d'une mise en relation avec soi, l'autre et le monde. En d'autres termes, elle produit du sens par l'acte de transmission. L'échange est, selon lui, le plus important. Dans cette continuité, les muséologues Serge Chaumier et François Mairesse théorisent la médiation, dans leur ouvrage *La médiation culturelle*, comme un « instrument de mise en relation »⁵ qui équilibre l'attention portée aux œuvres et au public avec une rigueur scientifique. Il ne s'agit pas d'un transfert de savoir mais d'un vecteur de transformation personnelle, sociale, intellectuelle ou sensible qui permet de montrer à voir. Les deux muséologues la définissent ainsi :

« Située à l'intersection du culturel, de l'éducation, de la formation continue et du loisir, la médiation culturelle s'inscrit dans le champ [de] ce que l'on appelle l'éducation informelle. À la différence de l'éducation, au sens usuel du terme, l'éducation informelle n'est ni obligatoire, ni contrainte par un programme exhaustif à dispenser, ni par une validation des acquis à organiser. Ces visées sont tout à la fois éducatives (sensibilisation, initiation, approfondissement...), récréatives (loisir) et

³ CAILLET, E. *A l'approche du musée, la médiation culturelle*, Lyon, Presses universitaires de Lyon, 1995.

⁴ CAUNE Jean, « La médiation culturelle : une construction du lien social », *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n°01/1, 2000.

⁵ CHAUMIER S. et MAIRESSE F., *La médiation culturelle*, Malakoff, Armand Colin, 2023.

citoyennes (être acteur de la vie de la cité). [...] La médiation culturelle regroupe l'ensemble des actions qui visent à réduire l'écart entre l'œuvre, l'objet d'art ou de culture, les publics et les populations »

L'usage du terme de médiation varie selon les contextes et ne fait pas consensus à l'échelle mondiale, notamment au Québec, où il désigne des programmes d'intégration pour les primo-arrivants. Aux États-Unis, le terme équivalent de médiation est « *interpretation* ». Cette notion, théorisée par Freeman Tilden⁶ en 1957, vise à expliquer et à rendre attrayants le fond et la signification des collections de manière personnalisée en six principes. Il faut s'appuyer sur l'expérience du visiteur pour lui prodiguer une révélation basée sur des informations. Cette notion d'*interpretation* est fondée sur une relation directe entre l'interprète et le public grâce à des accessoires didactiques. Le but n'est pas d'instruire, mais d'éveiller la curiosité de manière informelle, sur un ensemble général plutôt qu'une partie.

Lorsqu'une action de médiation est pensée, elle doit être appréhendée selon les objectifs qu'elle sert et doit créer du sens à destination des visiteurs.⁷ *De facto*, il existe un large catalogue d'activités de médiation répondant à des objectifs précis, comme pour développer des actions hors les murs ou pour attirer des publics en situation d'exclusion. La médiation peut prendre place en dehors du musée et *in situ* dans les collections permanentes ou les expositions temporaires sous forme de cartels ou de textes de salles. Concernant les activités *in situ*, elles sont variées : visites guidées, conférences, ateliers, performances, activités participatives, livrets-jeu développés pour des publics variés.

2. La médiation comme fonction de communication

⁶ TILDEN F., *Interpreting our heritage*. Chapel Hill, The University of North Carolina Press, 2007. p. 9.

⁷ CHAUMIER, S. « Musées et patrimoine: Nouvelles formes de médiation, nouveaux projets », *L'Observatoire*, N° 51-1, 2018, p. 40-43.

Le terme francophone de médiation peut être apprécié et classé, à posteriori, dans la fonction de communication, selon la théorie des fonctions du musée du muséologue néerlandais Peter Van Mensch⁸. En effet, la communication prend une place importante au sein du musée dans les années 70, à mesure que l'institution se tourne vers les demandes du public dans une logique centrifuge. Le musée est un système dynamique reposant sur l'interaction de ses fonctions fondamentales : la préservation (collecte, conservation), la recherche et la communication (publication, éducation et exposition). La communication renvoie à la mission de faire connaître les collections par le « média exposition »⁹ et les actions en lien avec les publics¹⁰ pour l'éducation ou la délectation. La médiation est un rapport à l'autre et le processus d'interaction orale ou écrite, entre l'émetteur par le biais du support de communication vers le récepteur¹¹. La médiation doit rendre les collections compréhensibles, par l'apport d'informations et des actions de vulgarisation scientifique. Ainsi, l'institution muséale a un devoir et des responsabilités déontologiques, telles qu'elles ont été définies par le Conseil International des Musées. Le musée a une fonction sociale de développement de soi par l'esthétique ou les actions d'éducation informelle. Cette même fonction est mise en lumière dans plusieurs définitions de l'ICOM, notamment en 2007 : le musée est « une institution permanente, sans but lucratif, au service de la société et de son développement, ouverte au public et qui fait des recherches concernant les témoins matériels de l'homme et de son environnement, acquiert ceux-là, les conserve, les communique et notamment les expose à des fins d'études, d'éducation et de délectation »¹². Cette définition place l'action de communiquer sur les collections comme une activité indispensable dans le musée. Ce dernier doit

⁸ VAN MENSCH, P. « Museology as a scientific basis for the museum profession », *Professionalizing the Muses*, Amsterdam, AHA Books, 1989. p. 85-95.

⁹ DAVALLON J., « Le musée est-il un média ? », *Public & Musées*, 2, décembre 1992, p. 99- 123.

¹⁰ DESVALLEES ANDRE et MAIRESSE FRANÇOIS, *Dictionnaire encyclopédique de muséologie*, Paris, Armand Colin, 2011.

¹¹ CAMERON, DUNCAN F., « A viewpoint : The museum as a communications system and implications for museum education », New York, *Curator : the museum journal*, vol.11, n°1, 1968, p.11-24.

¹² INTERNATIONAL COUNCIL OF MUSEUMS (ICOM), *Statutes*, Article 3, section 1, 2007.

être au service de la société et de son développement, son éducation et son appréciation. Les organisations de l'*American Alliance of Museums* (1973) et la *Museums Association* (1998) placent le public au centre des préoccupations du musée, qui doit s'évertuer d'avoir une vocation « éducative »¹³ ou bien d'« *enjoyment* »¹⁴ c'est-à-dire de délectation. Ces objectifs sont renforcés dans la définition de l'ICOM de 2022, invitant les musées à offrir « à leurs publics des expériences variées d'éducation, de divertissement, de réflexion et de partage des connaissances »¹⁵, tout en réaffirmant le rôle de la recherche au sein du musée. Les définitions évoluent en fonction de la société, comme les qualificatifs associés à la médiation. Entre médiation contributive, collaborative, participative, personnalisée, ludique ou numérique, ces adjectifs permettent de refléter les mutations et le type d'échange instaurés entre le musée et ses publics. À mesure que les activités de médiation se diversifient pour répondre aux attentes des publics, il apparaît essentiel de retracer l'évolution historique de celle-ci, afin de comprendre comment ces déclinaisons se sont progressivement déployées.

B. Le jeu : les enjeux d'une définition complexe, théories et problématiques de la jouabilité

1. Définir le jeu, une enjeu épistémologique

Aujourd'hui, il est courant de pouvoir jouer au musée. Le ludique est ancré dans la société et dans les institutions muséales, sous des formes variées, il s'incarne par des manipulations dans les expositions, dans les applications de visite de musée¹⁶ ou encore sur les sites internet des musées avec la présence de jeux sérieux. Pourtant, malgré son omniprésence, le jeu reste complexe à définir. Le Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales propose une définition de ce terme comme un substantif masculin

¹³ AMERICAN ALLIANCE OF MUSEUMS (AAM), *Code of Ethics for Museums*, 1973.

¹⁴ MUSEUMS ASSOCIATION, *Definition of a Museum*, 1998.

¹⁵ INTERNATIONAL COUNCIL OF MUSEUMS (ICOM) « Définition du musée (2022) », *Conseil international des musées*, 24 août 2022.

¹⁶ LESAFFRE G., Watremez, A., FLON, E., « Les applications mobiles de musées et de sites patrimoniaux en France : quelles propositions de médiation ? », *La Lettre de l'OCIM. Musées, Patrimoine et Culture scientifiques et techniques*, 154, 2014.

renvoyant à une « activité divertissante, soumise ou non à des règles, pratiquée par les enfants de manière détendue à des fins parfois lucratives »¹⁷ ou encore comme une « activité désintéressée, destinée à faire passer agréablement le temps à celui qui s'y livre »¹⁸. *Le dictionnaire de Muséologie* définit cette activité comme un divertissement physique ou intellectuel, auquel résultent des sensations de plaisir et de délectation¹⁹. C'est une des raisons pour laquelle, les institutions culturelles ont été amenées à les utiliser dans le cadre de leur rôle pédagogique ou pour séduire de nouveaux publics.

Le jeu est un objet d'étude important pour les psychologues comme Jean Piaget²⁰ et Donald Winnicott dans le domaine de la psychologie des enfants, puis des adultes. L'historien néerlandais Johan Huizinga définit le jeu comme une « action libre »²¹, accomplie volontairement dans un cadre spatio-temporel délimité, suivant des règles précises et acceptées par les joueurs. De plus, cette activité est qualifiée de « superflue », c'est-à-dire qu'elle ne répond pas à un besoin vital au quotidien. En effet, l'une des caractéristiques fondamentales du jeu réside dans son détachement de la vie courante, Huizinga décrit notamment un espace indispensable dans lequel les joueurs entrent volontairement et doivent suivre des règles spécifiques, le « *magic circle* »²². Pour que le jeu existe, il faut qu'il y ait des règles, avec un début et une fin, dans un cadre temporel limité. Roger Caillois, sociologue et philosophe français, prolonge ainsi la réflexion de Johan Huizinga, en ajoutant que cette activité doit être improductive et que son issue doit être incertaine. Il conclut donc que « le jeu est une activité

¹⁷ CENTRE NATIONAL DE RESSOURCES TEXTUELLES ET LEXICALES. « Jeu », *CNRTL*, [en ligne], disponible sur : <https://www.cnrtl.fr/definition/jeu> (consulté le [02 février]).

¹⁸ CENTRE NATIONAL DE RESSOURCES TEXTUELLES ET LEXICALES. « Jeu », op. cit.

¹⁹ MAIRESSE, F., « Jouer », dans Mairesse, F. (dir.), *Dictionnaire de muséologie*, Paris, Armand Colin, 2022, p. 342-343. Disponible sur : <https://doi.org/10.3917/arco.maire.2022.01.0342>.

²⁰ PIAGET, J., *La formation du symbole chez l'enfant : imitation, jeu et rêve, image et représentation*, Neuchâtel, Delachaux et Niestlé, 1994.

²¹ HUIZINGA, J., SERESIA, C. *Homo ludens : essai sur la fonction sociale du jeu*, Paris : Gallimard, 1988. p.24-25.

²² HUIZINGA, J., SERESIA, C. *Homo ludens : essai sur la fonction sociale du jeu*, op.cit. p.49.

libre, séparée, incertaine, improductive, réglée et fictive »²³. Ces deux chercheurs ont théorisé le jeu en tant qu'objet, cependant il est aussi possible de le définir par rapport à l'attitude ludique du joueur, comme Jacques Henriot le souligne : « on ne joue pas à un jeu, on joue à jouer »²⁴. En effet, c'est l'engagement subjectif du joueur qui confère au jeu son existence. Le philosophe français aborde le jeu sous un angle plus conceptuel et il critique les définitions trop rigides de ses prédécesseurs. Selon lui, le jeu est un phénomène contextuel et variable dépendant des individus et des cultures²⁵.

Cette notion complexe est difficilement définissable, toutefois, nous mobiliserons la définition de Gilles Brougère, un chercheur français en sciences de l'éducation et spécialiste du jeu qui s'inscrit dans la continuité de Henriot mais aussi de Caillois. Il distingue et met en lumière cinq critères indispensables pour qu'un jeu soit considéré comme tel, afin d'être jouable. Le jeu doit être au second degré (1), les joueurs doivent adhérer (2) aux règles (3), il doit être frivole donc sans conséquences (4) et son issue doit être incertaine (5)²⁶. En parallèle, Brougère s'appuie également sur la notion de non-jeu, affirmant que les jeux possèdent un air de famille mais ne partagent pas nécessairement les mêmes traits définitoires²⁷. Deux caractéristiques sont fondamentales : d'une part, le second degré qui renvoie à la feinte et à la distance vis-à-vis de la réalité, et d'autre part, la décision, qui structure l'expérience ludique. Il rejoint ainsi Jacques Henriot, en mettant en avant la dualité du jeu, qui combine une structure ludique et une attitude ludique. Le joueur prend des décisions dans un cadre fictif, souvent sous l'illusion d'une liberté totale, mais cette illusion est essentielle à l'expérience ludique, sans elle, l'activité pourrait ne plus être perçue comme un jeu.

2. Catégoriser les jeux : entre théories et limites

²³ CAILLOIS, R. *Les jeux et les hommes*, Paris, Gallimard, 1967, p. 42-43.

²⁴ HENRIOT, Jacques. *Sous couleur de jouer*, Lyon, ENS Éditions, 2023. p.57

²⁵ HENRIOT, J. *Sous couleur de jouer*, op. cit. p. 112-113.

²⁶ BROUGERE, Gilles. *Jouer/Apprendre*, Paris, Economica, 2005. p. 32-34.

²⁷ BROUGERE, Gilles op. cit. p.122.

Le jeu reste une réalité complexe. Dès lors, Roger Caillois propose une classification en associant les jeux aux différentes réactions humaines qu'ils provoquent²⁸. En découlent ainsi quatre types de jeux : les jeux de hasard ou *l'aléa*, les jeux de compétition (*l'agôn*), les jeux de simulacre ou de déguisement (le *mimicry*), les jeux induisant une recherche de vertige (*l'ilinx*). Ces catégories décrites par Caillois sont toutefois insuffisantes pour classer les jeux²⁹, comme le montre le psychosociologue et anthropologue Patrick Schmoll, la catégorie du *mimicry* n'est pas assez explorée par Caillois et reste un groupe « fourre-tout » pour son analyse. Selon lui, les jeux de recherche/enquête comme la chasse au trésor ne sont pas seulement une compétition (*agôn*) pour trouver le butin final. Il montre que la résolution d'énigmes est le plus important. Ainsi, les jeux d'énigmes peuvent être classés dans plusieurs catégories : l' *agôn*, pour la compétition et la *mimicry* car leur but est de dévoiler un mystère déguisé³⁰.

De plus, Caillois théorise deux types de jeux : le jeu ouvert et le jeu structuré³¹. Il associe la *paidia* (l'amusement et l'improvisation) au jeu ouvert, libre et improvisé et le *ludus* au jeu structuré par des règles orientées vers l'accomplissement de buts précis. Dans le cas de notre étude, les jeux de piste relèvent du *ludus* plus que de la *paidia*, car ils sont régis par un système de règles explicites et le besoin de l'accomplissement d'un but en vue d'une possible compétition entre les joueurs. En plus de ces catégories dessinées par Caillois, nous nous appuyons sur le système de classification ESAR de la chercheuse canadienne Denise Garon distinguant quatre catégories de jeux : les jeux d'exercices, les jeux symboliques, les jeux d'assemblages, et les jeux de règles « comportant un code précis à respecter et des règles ou

²⁸ CAILLOIS, R. *Les jeux et les hommes*, Paris, Gallimard, 1967, p.27.

²⁹ SCHMOLL, Patrick, BONENFANT Maude et DOZO Björn-Olav, « Fonder une sociologie à partir des jeux ». Pertinence du projet de Roger Caillois aujourd'hui », *Sciences du jeu*, 20-21, 2023.

³⁰ SCHMOLL, P., *Chasseurs de trésors. Socio-ethnographie d'une communauté virtuelle*, Strasbourg, Néothèque, 2007.

³¹ CAILLOIS, R. *Les jeux et les hommes*, ibid. p.27.

conventions acceptées par le ou les joueurs »³². Le jeu de piste fait partie de ce quatrième groupe et dans les catégories de *l'agôn* et du *mimicry* de Caillois. En tant que jeu structuré, il relève du *ludus*.

3. Le jeu et la gamification : deux concepts à distinguer

Il est essentiel de distinguer le jeu, que nous avons défini, avec le processus de *gamification*. En effet, ce terme est largement adopté dans l'industrie des médias numériques dès 2008, puis popularisé en 2010 dans de nombreuses revues et articles³³. La *gamification* ou ludification est un processus d'implémentation de mécanismes de jeu dans un contexte non ludique pour répondre à des objectifs précis³⁴. Ce concept repose sur des mécanismes de design qui structurent une expérience souvent compétitive et interactive, tout en servant un objectif fonctionnel ou utilitaire. La *gamification* se distingue donc du simple fait de jouer, car elle s'appuie sur des éléments structurés et intentionnels du jeu, sans nécessairement reproduire une expérience de jeu complète³⁵. Il est donc important de mentionner qu'il faut séparer la *gamification* de la définition du jeu dans l'espace muséal, car il s'agit de deux notions différentes. Dans le cadre du musée, l'instauration de jeux sérieux, de jeux de piste ou de manipulations ludiques ne relèvent pas de la *gamification* selon le schéma du chercheur anglophone Deterding.

C. Le jeu de piste, entre observation, indices et caractéristiques spécifiques

³² LEDUC, Denise, « Le Système ESAR », *Pour analyser, classifier des jeux et aménager des espaces*, Montréal, Presses de l'Université du Québec, 1998, p. 59.

³³ MAUCO, O., « Gamification, le tourisme se prend au jeu ! », *Espaces*, n°358, 2021, p. 66.

³⁴ DETERDING S., DIXON, D., RILLA KHALED et Lennart NACKE, « From game design elements to gamefulness: defining "gamification" », Tampere Finland, ACM, 2011.

³⁵ ZICHERMANN, G., CUNNINGHAM, C., *Gamification by Design: Implementing Game Mechanics in Web and Mobile Apps*, O'Reilly Media, Inc., 2011.

1. Une définition pour un jeu aux multiples aspects

Les jeux de piste figurent dans la classification des jeux d'énigmes et de réflexion, souvent considérés comme des jeux de parcours. Il s'agit d'une activité ludique structurée qui invite les participants à résoudre une série d'énigmes ou à suivre des indices disséminés sur un parcours défini, afin de pouvoir accéder à la résolution d'une énigme finale³⁶. Dans le cas d'un jeu de piste organisé au musée, les indices sont cachés dans les collections parmi les œuvres ou sont directement incarnés par ces dernières. Le joueur doit résoudre une série d'énigmes pour découvrir le secret d'une œuvre ou d'empêcher son vol. Les défis rencontrés peuvent varier, allant d'un jeu de repérage à des casse-têtes. Le jeu de piste s'appuie sur un scénario narratif formé vers la résolution d'une intrigue ou d'une enquête. Il peut être pratiqué individuellement ou en équipe, favorisant soit l'autonomie et la coopération. Cette offre est de plus en plus utilisée dans les institutions culturelles notamment dans des archives départementales³⁷ ou encore au théâtre, comme le montre Aline Jaulin témoignant d'une entrée dans une ère de « ludisme globalisé »³⁸. Ce jeu est protéiforme, il peut s'incarner par un support physique en papier, mais aussi dans un format numérique avec des applications mobiles géolocalisables.

Cette forme de jeu se popularise au XIX^e siècle avec les mouvements scouts, les clubs de randonnée et les courses d'orientation. En effet, le mouvement scout impulsé par Robert Baden-Powell a développé ce type de jeu à destination des jeunes et des enfants pour renforcer leurs compétences en observation, en orientation et leur travail d'équipe. Les jeux de piste sont présents dans le scoutisme catholique et dans les mouvements de jeunesse

³⁶ BROUGERE, G., ROUCOUS, N., et al., « Dispositifs et publics des jeux d'exploration guidée. Jeux de piste, chasses au trésor et autres jeux d'extérieur ». [Rapport de recherche] Université Sorbonne Paris Nord. 2020. p.99

³⁷ WACRENIER, T. « S'évader aux archives. Ludification et escape games dans les services d'archives comme moyen de conquête de nouveaux publics. » [en ligne]. Mémoire de recherche. Angers : Université Angers, 2020, [Disponible à l'adresse : <https://dune.univ-angers.fr/documents/dune12122>].

³⁸ JAULIN, A., « À quoi jouons-nous ? Jouer, rejouer, déjouer la scène contemporaine », *Horizons/Théâtre. Revue d'études théâtrales*, 8-9, 2016, p. 54-66.

des années 1955 car ils favorisent la socialisation et l'apprentissage de compétences des jeunes recrues. L'essor de ces jeux dans l'éducation scolaire s'accélère dans les années 90, loués pour leurs qualités pédagogiques, car ils poussent à l'observation approfondie. Des institutions éducatives, comme le Réseau Canopé³⁹, encouragent la création de jeux de piste éducatifs pour les élèves et proposent des formations dédiées, notamment avec l'outil Pégase⁴⁰. En parallèle, le jeu de piste connaît également un développement progressif à partir des années 1920, dans le secteur du tourisme et des institutions culturelles. Certains musées et monuments historiques introduisent des éléments de jeu sous forme de chasse au trésor. Ils exploitent de plus en plus ce médium pour attirer des familles, au cours des années 1980, en organisant des parcours à thème dans des parcs naturels, des sites archéologiques ou des centres historiques. A partir de la décennie 1990, des offres de chasses au trésor, de rallye et de jeu de piste se multiplient et connaissent un fort succès pour le grand public⁴¹.

Le jeu de piste permet de donner la possibilité à un joueur de s'immerger dans la fiction en acceptant des règles, son rôle dans le jeu et en faisant semblant d'y croire. Même si le joueur ne prend pas des grandes décisions pouvant impacter le cours réel du jeu, son implication relie ses émotions à l'activité grâce à une forme d'interactivité. Ainsi, depuis les années 2000, les concepteurs peuvent s'appuyer sur des technologies immersives et le numérique pour accroître cette interaction entre le jeu et l'homme. Jerry Talton et d'autres chercheurs mettent en lumière dans un colloque en 2006, que les jeux de piste peuvent être enrichis en étant

³⁹ RESEAU CANOPE « Escape games pédagogiques et jeux de piste pour ludifier les apprentissages », *Réseau Canopé*, Disponible sur : <https://www.reseau-canope.fr/actualites/actualite/escape-games-pedagogiques-et-jeux-de-piste-pour-ludifier-les-apprentissages.html> (Consultation le 19 mai 2025).

⁴⁰ RESEAU CANOPE, « Pégase – Portail des ressources pédagogiques numériques », *Pégase*, Disponible sur : <https://pegase.reseau-canope.fr/> (Consultation le 19 mai 2025).

⁴¹ SCHMOLL Patrick. *Chasseurs de trésors. Socio-ethnographie d'une communauté virtuelle*, Strasbourg, Néothèque, 2007.

installés sur des ordinateurs⁴², notamment avec l'exemple du jeu PLUG – Play Ubiquitous Game and Play More⁴³. Une autre expérience de jeu, appelée *HUNT*⁴⁴, permet aux utilisateurs de rechercher une série d'objets comme des indices et de les scanner à l'aide de leur smartphone pour obtenir des contenus multimédias en réalité augmentée, superposés à la vue réelle. Dans ce contexte, une autre plateforme appelée DigitalQuest propose d'autres expériences combinant des jeux de piste et de la réalité mixte. Elle est utilisée à Morimondo, en Italie, pour créer un jeu de piste où les participants doivent résoudre des énigmes pour découvrir progressivement 19 objets virtuels liés à l'histoire locale⁴⁵. Cependant, la réalité augmentée (RA) visuelle peut détourner l'attention des visiteurs des éléments patrimoniaux. Pour contourner cette limite, certaines approches privilégient la RA audio, à l'image du projet *SARIM*⁴⁶ (Sound Augmented Reality Interface for Museums) développé pour le jardin Jnan Sbil à Fès, au Maroc. Dans ce jeu, les participants naviguent à travers le jardin grâce à une immersion sonore 3D, débloquent des récits historiques et répondant à des questions pour progresser comme un jeu de piste. Ce type de jeu peut se dérouler de manière entièrement virtuel, comme c'est le cas pour le jeu « Lost in inventions » disponible via Google Arts and Culture du musée des Arts et Métiers⁴⁷. Même si les formes du jeu de piste peuvent varier grâce aux avancées du numériques, ses mécaniques ludiques et ses caractéristiques restent similaires.

⁴² TALTON, Jerry O. et al., « Scavenger hunt: computer science retention through orientation », New York, Association for Computing Machinery, 2006.

⁴³ JUTANT, C., GUYOT, A. et GENTES, A. « Visiteur ou joueur ? », *La Lettre de l'OCIM. Musées, Patrimoine et Culture scientifiques et techniques*, 125, 2009, p. 12-20.

⁴⁴ YU, L. CHAO J.T., PARKER K.R., « *HUNT: scavenger hunt with augmented reality* », *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, vol. 10, 2015, p. 21-35.

⁴⁵ CAVALLLO M., FORBES A.G., « *DigitalQuest: a mixed reality approach to scavenger hunts* », communication au 2016 IEEE International Workshop on Mixed Reality Art (MRA), 2016, p. 11-15.

⁴⁶ MOHAMMED, F., AZOUGH, A., KAGHAT F.-Z., et MEKNASSI, M. « A Cultural Scavenger Hunt Serious Game Based on Audio Augmented Reality », *Advanced Intelligent Systems for Sustainable Development*, 2020, p. 1-8.

⁴⁷ MUSEE DES ARTS ET METIERS, « Jeu de piste – Lost in inventions », *Musée des Arts et Métiers*, Disponible sur : <https://www.arts-et-metiers.net/musee/jeu-de-pistelost-inventions> (Consultation le 19 mai 2025).

2. Les différentes caractéristiques du jeu de piste

i. *Énigmes et défis*

Dans son rapport sur les jeux de piste, le chercheur Gilles Brougère et ses co-auteurs démontrent que l'énigme est un mécanisme ludique très évoqué par les concepteurs et les joueurs⁴⁸ dans le jeu de piste. La place de l'énigme est cruciale dans le jeu, car elle est son ressort ludique central, impliquant chez le joueur de comprendre, d'interpréter un problème et de formuler une réponse pour gagner. Le mot énigme provient du latin *aenigma*, lui-même emprunté du grec αἰνίγμα signifiant « parler de manière allusive, donner à entendre quelque chose sans le dire directement », il renvoie à une parole ou un discours voilé qui serait à interpréter. Comme l'énonce le site du Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales, une énigme est un « jeu d'esprit mettant à l'épreuve la sagacité de l'interlocuteur qui doit trouver la réponse à une interrogation dont le sens est caché sous une parabole ou une métaphore »⁴⁹. Elle se traduit par une « ambiguïté volontaire dans la présentation d'une donnée »⁵⁰ ou comme un mystère selon le dictionnaire Larousse. L'énigme prend différentes formes, avec des rébus, des devinettes, des charades dans différents registres grâce à des indices iconographiques et symboliques, avec différentes énonciations. Elle interpelle celui qui souhaite la résoudre et met en jeu un mécanisme mental qui touche à la compréhension symbolique de son déchiffrement. Qu'elle repose sur les subtilités du langage ou sur l'interprétation des images, elle reflète un travail inconscient visant à questionner les frontières qui structurent notre perception habituelle de la réalité⁵¹. L'énigme mobilise des éléments symboliques qui ne se limitent pas à l'analyse rationnelle, elle force

⁴⁸ BROUGERE, Gilles, ROUCOUS, Nathalie et al., « Dispositifs et publics des jeux d'exploration guidée. Jeux de piste, chasses au trésor et autres jeux d'extérieur ». [Rapport de recherche] Université Sorbonne Paris Nord. 2020.

⁴⁹ CNRTL, « Énigme », *Centre national de ressources textuelles et lexicales*, [en ligne] <https://www.cnrtl.fr/definition/%C3%A9nigme> (consulté le 19 mai 2025)

⁵⁰ Larousse, « Énigme », *Dictionnaire de français Larousse*, *CNRTL.fr*, Disponible sur : <https://www.cnrtl.fr/definition/%C3%A9nigme> (Consultation le 19 mai 2025).

⁵¹ DELAUNAY, Alain. « énigme » [en ligne] *Encyclopædia Universalis*. *Encyclopædia Universalis*. Disponible sur : <https://www-universalis-edu-com.ezproxy.univ-paris3.fr/encyclopedie/enigme/> (Consultation le 20 février 2025).

l'esprit à étudier une situation sous d'autres angles qui bouleversent la perception de la réalité. Patrick Schmoll propose de décrire les énigmes par trois caractéristiques⁵² :

« C'est un jeu d'esprit : une question ou un problème qui met à l'épreuve l'intelligence, la sagacité du joueur. Le jeu met en présence deux joueurs en positions asymétriques : celui qui propose l'énigme et en connaît donc la solution, et celui qui doit la résoudre.) [...] L'énigme fait miroiter la chose cachée ; l'énoncé dissimule en même temps qu'il annonce contenir la clé qui permet de trouver ».

L'énigme est omniprésente dans les jeux de piste. Ces derniers sont constitués d'une succession de questions et de mystères à élucider pour permettre la progression dans le parcours. Patrick Schmoll propose une classification des énigmes : par codage, reposant sur la transformation d'un message en un système de signes à décrypter ; par superposition et observation, nécessitant un changement de perspective pour révéler un élément caché ; par jeux de manipulations, impliquant une interaction physique ou mentale avec un objet ou un système, souvent via des essais et erreurs ; par logique mathématique, impliquant un raisonnement logique ; ou par des énigmes fictionnelles, dont la résolution de devinettes, de jeux de mots ou de récits à résoudre. *In fine*, deux formes bien distinctes semblent se dessiner selon lui : les énigmes de logique et formelles qui résultent en des solutions claires sans ambiguïtés en opposition aux énigmes interprétatives impliquant du contexte et des paradoxes.

Les énigmes, en tant que mécanismes ludiques, peuvent se rapprocher du terme « défi » parfois utilisé par les théoriciens du jeu. Un défi se définit comme une tâche conçue par les créateurs pour imposer une difficulté significative à des joueurs moyens. Il constitue un obstacle à surmonter pour progresser et peut prendre différentes formes selon les

⁵² SCHMOLL, Patrick. « Énigme », in Brougère, G., Savignac, E. (dir.), *Dictionnaire des sciences du jeu*, Toulouse, Erès, 2024, p.115.

compétences mobilisées. Le défi de perception repose sur la capacité du joueur à identifier un élément spécifique dans son environnement. Bien qu'il implique majoritairement la vue, il peut aussi solliciter d'autres sens, comme l'ouïe ou le toucher. La particularité de ce type de défi réside dans l'effort de perception qu'il requiert, rendant sa résolution plus ou moins complexe en fonction de la dissimulation des indices. Le défi de fouille est une variante du défi de perception où l'obtention de l'indice passe par une interaction physique avec l'environnement. Le joueur doit manipuler des objets, ouvrir des compartiments ou déplacer des éléments pour révéler des informations cachées. Ce type de défi est matérialisé dans les jeux de piste par la présence d'indices cachés dans le parcours. Enfin, le défi de réflexion, souvent synonyme d'énigme, sollicite la logique, la déduction et parfois des connaissances générales. Par conséquent, ces défis peuvent mener à un état de « *flow* »⁵³ (ou expérience optimale) tel qu'il a été théorisé par Csikszentmihalyi, un « état d'excitation et de satisfaction profonde lorsque l'esprit ou le corps est pleinement engagé dans une activité difficile mais gratifiante » se caractérisant par une perte de notion du temps et de la concentration. Les énigmes et les défis du jeu de piste favorisent les facteurs de *flow* grâce aux retours immédiats, au sentiment de contrôle et à l'équilibre entre la difficulté et les capacités des joueurs.

ii. Le scénario : entre parcours et récit

Après avoir évoqué les énigmes comme principal mécanisme ludique du jeu de piste, il est important de souligner la part importante du scénario dans ce jeu. En effet, ce dernier repose sur une structure narrative systématique centrée sur la résolution d'un mystère ou d'une enquête. Comme dans les romans policiers d'Agatha Christie ou de Michel Leblanc, où la résolution du mystère fascine et attire les publics. Le scénario organise un parcours semé d'embûches, où chaque étape, chaque indice, et chaque énigme surmonté rapprochent davantage le protagoniste de son objectif. Le jeu n'est pas uniquement affaire de mécanique comme l'écrit Gilles Brougère

⁵³ CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. *Flow: The Psychology of Optimal Experience*, First edition., New York, Harper & Row, 1990. p.2.

mais aussi à du « second degré »⁵⁴ qui crée l'attitude ludique essentielle pour l'appréciation du jeu.

Le scénario narratif est souvent organisé selon le schéma actantiel du linguiste Algirdas Julien Greimas⁵⁵. Le sujet (le joueur) cherche à obtenir un objet (la vérité, la réponse à une enquête ou un trésor), tout en s'appuyant sur des adjuvants (des indices et des alliés) en surmontant des opposants. Le jeu de piste, à l'instar du roman policier, repose ainsi sur les trois axes de relation décrits par Greimas : le désir entre le sujet et l'objet, le pouvoir entre l'adjuvant, le sujet et l'opposant et le savoir entre le destinataire, l'objet et le destinataire. Cette trame de narration n'est pas la seule à pouvoir correspondre aux jeux de piste, le schéma quinaire du linguiste Jean Michel Adam⁵⁶ montre que la narration est le squelette de ce jeu. Ainsi, il peut être découpé en cinq parties : la situation initiale, la complication déclenchée par un élément perturbateur, les actions et développement du personnage, la résolution puis la situation finale. En ce sens, il existe un débat entre les narratologues et les ludologues sur la narrativité et l'appartenance des jeux dans le domaine de la narration⁵⁷, comme l'écrit J. Rueff en 2008 dans un article sur le champ de recherche des *Game studies*. La dimension narrative dans un jeu ne repose pas uniquement sur un scénario préétabli, mais aussi sur l'« interaction narrative » et l'expérience du joueur⁵⁸. La définition de l'interactivité narrative implique que le joueur ne se contente pas d'être un spectateur passif, mais qu'il ait la possibilité d'influer sur l'évolution de l'histoire par ses choix et ses actions. Dans les jeux de piste, le joueur est amené à chercher différents indices, à résoudre des énigmes et à prendre des décisions qui, même si elles ne changent pas radicalement la trame

⁵⁴ BROUGERE, Gilles. *Jouer/Apprendre*, Paris, Economica, 2005. p.29.

⁵⁵ GREIMAS, A. J., *Sémantique structurale: Recherche de méthode*, Paris, Humensis, 2015. p.156.

⁵⁶ ADAM, J.-M. « La cohésion des séquences de propositions dans la macro-structure narrative », *Langue française*, n°38, 1978. Enseignement du récit et cohérence du texte, 1978. p. 101-117.

⁵⁷ RUEFF, J. « Où en sont les « game studies » ? », *Réseaux*, 151-5, 2008, p. 139-166.

⁵⁸ MARTI, M. « Jeux vidéo et logiques narratives », *Questions théoriques*, 2012, p. 73.

narrative, créent un sentiment d'engagement et participent à la progression du récit.

Le scénario est souvent développé autour d'une enquête. Le plus souvent, le visiteur incarne un enquêteur investi d'une mission secrète pour empêcher ou retrouver l'auteur d'un vol d'œuvre d'art. Le jeu *Mystery at the Museum* conçu pour le musée des sciences de Boston en est l'illustration⁵⁹. Le scénario du jeu repose sur un vol commis par une bande de voleurs, les *Pink Flamingo Thieves*, qui ont remplacé un objet inestimable du musée par une réplique. Les joueurs incarnent une équipe d'experts chargée de retrouver l'objet volé. L'enquête se déploie à travers un parcours pensé pour maintenir l'intérêt narratif et stimuler la curiosité des participants. Le parcours est linéaire, chaque énigme débloque l'étape suivante, assurant une progression continue et un sentiment de découverte graduelle. À l'inverse, il existe des parcours libres laissant le choix aux visiteurs de l'ordre dans lequel ils souhaitent résoudre les énigmes. Chaque forme de parcours offre une expérience différente de l'enquête, influençant à la fois la dynamique de la quête et l'implication des joueurs dans la résolution du mystère.

iii. Le temps

L'histoire du jeu et son affirmation dans la vie quotidienne des individus sont liées à l'augmentation des loisirs et au temps libéré des contraintes comme l'écrit Brougère⁶⁰. La relation du jeu au temps se manifeste dans les contraintes structurelles du jeu, en effet Johan Huizinga mentionne que le jeu doit être limité dans le temps et hors de la réalité quotidienne. Généralement, les contraintes de temps d'un jeu de piste peuvent se rapprocher d'une heure ou de deux heures, en corrélation avec le temps d'attention moyen pendant une visite. Cependant, Il peut aussi arriver que le jeu puisse prendre 31 ans à être résolu, comme la chasse au

⁵⁹ KLOPFER, E. PERRY, J. Kurt SQUIRE, JAN M.-F. et STEINKUEHLER, C. « *Mystery at the Museum – A Collaborative Game for Museum Education* », *Computer Supported Collaborative Learning 2005*, Routledge, 2005, p. 5.

⁶⁰ BROUGERE, Gilles. « Le jeu peut-il être sérieux? Revisiter Jouer/Apprendre en temps de serious game », *Australian Journal of French Studies*, 49-2, 2012, p.118.

trésor « Sur la trace de la chouette d'or » lancée par Régis Hauser en 1993 et finalement retrouvée le 3 octobre 2024. Les jeux de piste s'inscrivent dans une temporalité double : celle du musée lui-même sur le temps long et celle de l'activité, limitée dans le temps de quelques minutes. Ils sont généralement proposés dans deux types distincts de temporalité. En effet, le jeu peut être organisé dans le cadre d'une exposition temporaire ou dans les collections permanentes pour une durée d'au moins six mois, ou il peut être organisé ponctuellement pour des événements précis. Ces événements proposent des offres plus expérientielles qui sortent de l'ordinaire et inédites. Le jeu de piste peut s'apparenter à un événement-découverte « pouvant donner lieu à d'autres usages que le seul apprentissage ou volonté d'appropriation de ses contenus »⁶¹, il est généralement proposé pendant des nocturnes ou pendant des week-end événementiels pour attirer de nouveaux publics.

iv. La récompense

Dans les jeux de piste, la récompense incarne à la fois un objectif tangible et un moteur motivationnel. Contrairement aux récits mythiques, comme la recherche du Graal où elle revêt un caractère réel, la récompense offerte à l'issue du jeu de piste se présente sous la forme d'un symbole, comme un petit objet ou accessoire anecdotique. Ces petits objets ne constituent pas une véritable contrepartie matérielle mais reconnaissent l'effort fourni et l'accomplissement du jeu. La récompense est essentielle dans les jeux de piste, comme le montrent les nombreux sites internet préconisant des astuces pour créer nos propres jeux de piste. Le site « Weezevent » propose « À la fin du jeu, remettez une récompense aux gagnants, comme un petit cadeau, un diplôme ou une médaille pour leur participation et leur réussite. Cela renforcera leur motivation et leur donnera envie de participer à d'autres activités similaires à l'avenir »⁶². La motivation

⁶¹ CHAUMIER S. et MAIRESSE F., *La médiation culturelle*, Malakoff, Armand Colin, 2023. p.287

⁶² WEEZEVENT, « Organiser un jeu de piste : nos conseils pour réussir », *Weezevent – Le blog*, [en ligne], mis en ligne le 30 août 2022, Disponible sur : <https://weezevent.com/fr/blog/organiser-jeu-piste/> (Consultation le 3 mai 2025).

principale réside souvent dans le plaisir de surmonter les obstacles et d'atteindre un objectif fixé. La récompense peut également revêtir une nature extrinsèque, comme la gratification immédiate d'un prix ou d'une reconnaissance extérieure, ou bien intrinsèque, par la satisfaction personnelle et le sentiment d'accomplissement de trouver la solution des énigmes. La valeur matérielle reste ainsi limitée, leur pouvoir symbolique clôtüre la narration ludique et suscite l'envie de rejouer.

3. Complémentarités et filiations avec d'autres types de jeux

Pour éviter toute confusion entre les jeux de piste et d'autres jeux similaires, il est important de définir clairement leurs points communs et leurs différences, tout en établissant les liens pertinents entre eux.

i. Les objectifs finaux : les différences entre le jeu de piste et la chasse au trésor

Les chasses au trésor peuvent être perçues comme une forme spécifique de jeu de piste, mais avec un objectif final plus ouvert et moins structuré. Alors qu'un jeu de piste suit généralement un chemin défini et balisé avec des étapes successives, une chasse au trésor se concentre davantage sur la collecte d'indices, parfois dans un ordre libre, pour atteindre un objectif, le trésor sans nécessairement suivre une progression linéaire. L'accent est mis sur la découverte finale du trésor, parfois au détriment du parcours ou de la narration qui accompagne la recherche. Le jeu de piste offre ainsi une expérience plus guidée et narrative. Même si les objectifs diffèrent, les terminologies tendent à se confondre comme le montre la traduction anglaise du terme chasse au trésor par « *scavenger (fouille) hunt (chasse)* » et de celle de jeu de piste « *treasure (trésor) hunt (chasse)* » soit chasse au trésor. Ces pratiques semblent se confondre, du moins se superposer. Nous pouvons illustrer l'utilisation d'un jeu de chasse au trésor pendant la nuit européenne des musées de 2024 au Museo Universitario di Scienze della Terra (MUST), à Rome, qui s'est appuyé sur cette pratique pour faire chercher et expérimenter les publics à propos des découvertes

géologiques et de la désintégration radioactive⁶³. Dans cet article, il n'y a pas de différences entre les deux termes.

ii. Le spatialité du jeu : la faible porosité entre le jeu de piste et le jeu d'évasion

Les jeux de piste et les jeux d'évasion (*escape games*) présentent des similitudes, mais se distinguent principalement par leur cadre et la manière dont l'histoire se déploie. Le jeu d'évasion se déroule en intérieur, dans une pièce ou un espace clos. Les joueurs sont enfermés dans un environnement thématique et doivent résoudre une série d'énigmes dans un temps limité pour accomplir un objectif, comme s'échapper ou résoudre une mission. Tandis que le jeu de piste offre une progression par étape, dans un environnement étendu, le jeu d'évasion mise sur une intensité temporelle et une immersion immédiate dans un espace limité. Ces jeux ont connu une croissance exponentielle ces dernières années. En France, leur nombre est passé de 87 en 2016 à plus de 870 en 2021⁶⁴, soit une multiplication par 10 en seulement six ans. Ce type de jeu puise ses racines dans des activités ancestrales comme les labyrinthes et les chasses au trésor, mais aussi les jeux vidéo et les émissions TV. Appartenant à la même catégorie de jeux épistémiques, beaucoup d'acteurs confondent les deux types de jeux, mais cela témoigne d'une culture du jeu d'évasion qui s'est développée depuis 2010. Dans les jeux de piste, les joueurs peuvent être amenés à se déplacer dans un espace réel, comme une ville ou un musée, et la consultation d'éléments extérieurs n'est pas prohibée. En s'appuyant sur la classification de Caillois, on peut situer le jeu d'évasion plus proche du *ludus* que le jeu de piste. Certains jeux d'évasion proposent des scénarios moins linéaires, qui rappellent la liberté d'action des jeux de piste. Ces évolutions montrent la

⁶³ PIOGGIA, M., SARDELLA, R., DELLA SETA M. et L. MEDEGHINI, « European Museums' Night 2024: understanding radiometric dating through a scavenger hunt inside the MUST (Museo Universitario di Scienze della Terra, Sapienza) », 2024

⁶⁴ BARTON Adrien et RANO, Q. « Les frontières de l'évasion : Une taxonomie du jeu d'évasion », *Sciences du jeu*, 16, 2021. Disponible sur Internet : <https://doi.org/10.4000/sdj.3453> (Consultation mai 2025).

porosité entre ces différentes formes de jeux où la coopération et l'exploration sont au cœur du *gameplay*.

iii. Des supports similaires : les livrets jeu d'exposition et les jeux de piste

Le jeu de piste et le livret jeu de musée présentent de nombreuses similitudes, tant dans leur structure que dans leur apparence physique. Tous deux reposent sur des énigmes et des défis qui guident les participants à travers un parcours constitués « d'escaliers »⁶⁵. Toutefois, le jeu de piste implique une progression avec des indices disséminés dans l'espace et une finalité marquée, c'est-à-dire, la résolution d'une énigme globale. Alors que le livret-jeu de musée adopte une approche plus statique et se présente comme une aide nomade à la visite, élaborée pour les enfants de 7 à 12 ans et les familles. Il accompagne la visite en proposant des activités liées aux œuvres exposées, sans nécessairement inclure une quête finalisée. Néanmoins, certains livrets-jeux tendent à s'inspirer du format du jeu de piste en intégrant des éléments tels qu'un fil conducteur narratif, une progression d'étape en étape et parfois même une conclusion marquée, notamment dans les versions destinées aux familles ou aux centres de loisirs qui doivent susciter la curiosité comme l'explique Sylvie Le Berre, responsable du service des publics du muséum de Nantes⁶⁶. Le jeu ne réside pas uniquement dans la conception de l'activité, mais aussi dans la manière dont elle est perçue et investie par le public. Les jeux de piste peuvent ressembler matériellement aux livrets jeu et vice-versa, les énigmes et le degré de narration les différencient.

II- De la médiation culturelle à la médiation ludique

⁶⁵ CAMART, C., MAIRESSE, F. (dir.), *Les mondes de la médiation culturelle*, Paris, L'Harmattan, 2 vol., 2016.

⁶⁶ MACZEK, E., FOURES, A., (dir.), *Le ludique dans l'espace muséal*, Dijon, Éditions universitaires de Dijon, Office de coopération et d'information muséales, 2021.

A. Naissance et évolution historique de la médiation culturelle

1. Un lien fort entre médiation et éducation

Pour comprendre l'évolution de la médiation culturelle au sein du musée, son lien avec l'éducation, son évolution vers plus d'interactivité pour finir vers des offres plus ludiques, nous devons rappeler brièvement ses origines. La médiation, sans que l'on utilise ce terme, est née dans les mouvements d'éducation populaire, dans les théâtres, puis les musées dans les années 50, en réponse aux demandes institutionnelles. Après 1970, on constate une volonté d'ouverture du musée aux nouveaux publics ainsi qu'à l'expérimentation d'une offre pédagogique, pour les scolaires. Le directeur du Brooklyn Museum, Duncan Cameron, témoigne de ces changements dans son article *The Museum, a Temple or the Forum ?* où il fait état d'une crise identitaire des musées, originellement dédiés à la préservation et à l'exposition de vraies choses. Il conclut que sans le *forum* comme l'intégration et la plus grande prise en compte des publics, le musée-temple devient un obstacle au changement et finit par être détruit, laissant l'histoire se perdre. En étant *forum*, le musée intègre les transformations de la société et construit les collections qui témoigneront à l'avenir des identités et du parcours humain⁶⁷. Le musée doit être un espace de discussion avec des espaces voués à l'accueil des publics. Il s'agit de donner à voir les œuvres, les objets, mais aussi ce qui les rend intelligibles, comme leurs codes de lecture. Traditionnellement perçu comme un transmetteur de savoirs, le médiateur était assimilé à une fonction d'enseignant, dispensant un discours figé à un public passif. Face aux évolutions sociales et culturelles, une nouvelle conception de la médiation se développe, où le médiateur devient un « accoucheur »⁶⁸ du savoir, construisant un propos autonome qui engage une réflexion avec les visiteurs. Cette évolution s'accompagne d'une diversification des outils de médiation. Les musées, cherchant à s'éloigner

⁶⁷ CAMERON Duncan F., « The Museum, a Temple or the Forum », New York, *Curator*, 14-1, 1971, p.24

⁶⁸ CHAUMIER S., MAIRESSE F., *La médiation culturelle*, Malakoff, Armand Colin, 2023.

des modèles purement scolaires, introduisent de nouveaux supports de communication pour rendre leurs collections plus accessibles, avec la simplification du langage muséographique, l'apparition d'audioguides et la mise en place de livrets guides conçus pour les enfants avec des jeux. Cette dynamique se concrétise par la création des premiers services de médiation, comme à la Cité des sciences et de l'Industrie ou encore au Musée en Herbe. Dans les années 1980, la structuration des services culturels et éducatifs au sein des musées marque une nouvelle étape vers une médiation plus interactive, bien que l'histoire du ludique au musée remonte à la décennie 1920. Ces services expérimentent des pratiques distinctes de l'enseignement académique, notamment par le biais des mallettes pédagogiques⁶⁹. L'objectif est alors d'inciter le visiteur à se questionner plutôt que d'assimiler passivement une information.

2. Des institutions muséales de plus en plus tournées vers les publics

L'intérêt pour les publics se renforce également, grâce à l'apport des sciences humaines et des études de publics, permettant d'affiner la connaissance des attentes et des comportements des visiteurs. De nouvelles propositions, émanant du courant de la Nouvelle Muséologie, émergent pour que le musée soit au service du développement de la société ou de la communauté. Ces propositions placent le public au centre des préoccupations comme l'écrit le muséologue André Desvallées : « notre conception privilégie la communication avec le public, la médiation, dans tous les sens du terme. Elle ne met au premier plan ni la conservation des objets pour eux-mêmes, ni le plaisir du conservateur pour lui-même, ni la mise en espace pour elle-même »⁷⁰. À partir de 1990, les musées

⁶⁹ CAILLET, E. *À l'approche du musée, la médiation culturelle*, Lyon, Presses universitaires de Lyon, « Muséologies », 1995.

⁷⁰ DESVALLEES A., *Vagues . Volume 1: une anthologie de la nouvelle muséologie*, Mâcon Savigny-le-Temple, Éditions W MNES, 1992 . p.20.

connaissent un tournant commercial⁷¹, marqué par une volonté d'augmenter leur fréquentation principalement pour des questions budgétaires. L'expérience muséale devient un produit à valoriser, notamment grâce aux nouvelles technologies, qui permettent d'introduire davantage d'interactivité. Dans ce contexte, le marketing tend à prendre une place plus importante dans les mécanismes de réflexion pour élaborer les actions de médiation. Les musées créent des offres spécifiques et des produits dérivés pour séduire un public élargi. Cette montée en puissance s'accompagne d'une institutionnalisation de la médiation, renforcée par la loi Musée de 2002, qui impose aux établissements d'avoir des services culturels et publics. Ces départements gagnent en autonomie, en personnel et en budget.

3. Une médiation interactive

Dans cette dynamique, la médiation s'appuie progressivement sur l'interactivité⁷². Celle-ci renvoie à la relation entre l'action et la réaction effective entre deux agents, dans la logique bouton/réponse. Les dispositifs manipulables invitent le visiteur à être acteur et à comprendre par ses mains dans un usage didactique. Même si les premières avancées en matière d'interactivité remontent à la décennie 1960, avec l'Exploratorium de San Francisco (1969), c'est à partir de 1990 que les installations interactives sont utilisées par les institutions muséales pour les usages du public. Ce glissement s'inscrit dans un changement de paradigme muséologique : on passe d'une muséologie de l'objet, où l'œuvre patrimoniale se suffit à elle-même, à une muséologie du point de vue⁷³, où le visiteur interagit avec des supports réalisés pour éclairer les œuvres. Le musée devient ainsi un lieu où l'on donne un supplément d'âme au savoir, en proposant aux visiteurs une immersion dans des environnements interactifs qui offre une «

⁷¹ BAYART, D., BENGHOZI, P.-J. et MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DE LA FRANCOPHONIE. DÉPARTEMENT DES ÉTUDES ET DE LA PROSPECTIVE, *Le tournant commercial des musées en France et à l'étranger*, Paris, France, la Documentation française, 1993.

⁷² CHAUMIER, S. « Vers une médiation participative », In CAILLET, E. (dir.) *La Médiation culturelle, cinquième roue du carrosse ?* Paris, L'Harmattan, 2016, p. 223-247.

⁷³ DAVALLON, J. « Le musée est-il un média ? », *Public & Musées*, 2, décembre 1992, p. 99- 123.

simulation du réel » et participe à la spectacularisation du musée⁷⁴. Au travers des années 2000, la médiation pédagogique devient un enjeu stratégique pour les établissements culturels, qui développent deux formes principales d'interaction avec le public : d'une part, la médiation en face-à-face (des ateliers, des visites guidées, des échanges directs avec les médiateurs) et, d'autre part, la mise à disposition de ressources pédagogiques pour les enseignants, qui deviennent des relais du discours muséal auprès de leurs élèves. Subséquemment, le rôle du médiateur évolue, il n'est plus seulement un guide ou un enseignant, mais un interprète et un facilitateur d'échanges. Certains chercheurs, comme Mairesse et Chaumier, évoquent le « médiateur activateur », une voix parmi d'autres qui accompagne le public dans son propre processus d'interprétation dans un cadre plus souple. La médiation ne cesse d'évoluer, de s'hybrider en adoptant les nouvelles technologies numériques de pointe. Le musée agit comme un laboratoire d'expérimentations, ainsi les techniques de médiation tendent à se reconfigurer, mais gardent une continuité avec les engagements du musée.

B. L'affirmation de la médiation ludique dans les musées

1. Une pratique mondiale et commune aux institutions muséales

La médiation ludique se caractérise par une médiation par le jeu et l'amusement. Elle est mobilisée dans toutes les typologies de musées comme le montrent Ewa Maczek et Angèle Fourès⁷⁵ en France, mais tout d'abord dans les musées de sciences. À l'échelle du monde, l'anglophone Katy Beale⁷⁶ collecte et centralise diverses études de cas produites sur la

⁷⁴ CAILLET, E. *À l'approche du musée, la médiation culturelle*, Lyon, Presses universitaires de Lyon, « Muséologies », 1995.

⁷⁵ MACZEK, E., FOURES, A., (dir.), *Le ludique dans l'espace muséal*, Dijon, Éditions universitaires de Dijon, Office de coopération et d'information muséales, 2021 p.43.

⁷⁶ BEALE K. (dir.), *Museums at play: games, interaction and learning*, Edimbourg, MuseumsEtc, 2011.

doxa du ludique⁷⁷ et comment le jeu s'impose dans les offres des institutions. Réalisées par une cinquantaine de professionnels représentant 14 pays : l'Australie, la Belgique, le Canada, le Danemark, l'Allemagne, l'Islande, l'Italie, la Nouvelle-Zélande, la Norvège, le Portugal, l'Espagne, la Turquie, le Royaume-Uni et les États-Unis. Les jeux aussi divers, soient-ils, s'adressent à des publics variés aussi bien petits que grands⁷⁸. Ces dispositifs ludiques en musée sont voués à la transmission de savoirs, intégrés dans les collections et portant des contenus pédagogiques, comme l'exemple du dispositif « Le Louvre à jouer »⁷⁹. Il est ainsi essentiel d'adapter les dispositifs aux publics ciblés, en tenant compte de critères comme l'âge ou la capacité de lecture des visiteurs. Aujourd'hui, beaucoup de musées utilisent la médiation par le jeu, notamment ses atouts cognitifs motivationnels et sociaux⁸⁰. La médiation ludique est bénéfique pour l'expérience des visiteurs, comme l'illustrent Jarrier et Bourgeon⁸¹, en listant les résultats associés à la médiation ludique qui facilite l'assimilation des informations, renforce le plaisir, l'amusement et les sensations, stimule des échanges et de l'interactivité.

2. Des jeux pour apprendre ?

A la suite de mai 1968, la décennie 1970 voit apparaître massivement l'appropriation ludique des savoirs dans les musées. Cette appropriation est nourrie par un nouvel état d'esprit des enseignants qui sont imprégnés par la culture du jeu⁸². Le côté didactique de cette activité renvoie

⁷⁷ MACZEK, E., FOURES, A., (dir.), *Le ludique dans l'espace muséal*. Op. cit. p.12.

⁷⁸ MACZEK, E., FOURES, A., (dir.), *Le ludique dans l'espace muséal* Op. cit. p.73.

⁷⁹ FEGER, F., LOSSON, C., « Le Louvre à jouer. Jouer pour s'approprier le musée, ses codes et ses collections », *Ministère de la Culture*, mai 2018. Disponible sur Internet : <https://www.culture.gouv.fr/Media/Thematiques/Musees/Vie-des-musees-Temps-des-publics/Le-Louvre-a-jouer> (Consultation mai 2025).

⁸⁰ VILATTE, J-C., GOTTESDIENER, H., « Une mallette-jeu pour l'éducation à l'image : jeu et/ou apprentissage », In Jacobi D. (dir.), *Jeu et apprentissage. L'enfant, la fiction et le savoir*, Paris, L'Harmattan, coll. « Enfance & Langages », 2001, p. 187-201.

⁸¹ JARRIER, E. et BOURGEON, F. *L'impact de l'interactivité des outils de médiation in situ sur l'expérience globale de visite : le cas des musées des beaux-arts*, communication présentée à la Journée de recherche sur la consommation digitale, Paris, novembre 2012.

⁸² CHAUMIER, S. « "Apprendre en s'amusant" : credo pour la culture ? », *Réalités industrielles. Annales des mines*, 2007, p. 60-65.

à l'idée de co-éducation, où la découverte peut être agréable et instructive. Cette idée est développée au sein de la Cité des Enfants et place le musée comme complémentaire à l'école. Pourtant, l'apprentissage par le jeu a longtemps suscité de la défiance. Dans le monde anglophone, l'approche constructiviste souvent résumée sous le triptyque "*Hands-on, Minds-on, Hearts-on*", favorise l'engagement personnel des visiteurs par la mobilisation affective et cognitive. En effet, bien qu'il soit associé principalement à l'enfance, le jeu constitue un vecteur de développement intellectuel, physique et social, contribuant ainsi à l'apprentissage tout au long de la vie⁸³. Le psychologue Jean Piaget démontre que les enfants développent des capacités cognitives grâce à l'expérimentation, ainsi il est primordial de stimuler l'intérêt par le ludique⁸⁴. Ce dernier étant un médium réunissant l'intellectuel et l'imagination. L'interactivité du jeu est souvent vue comme intrinsèque à la notion d'éducation d'un point de vue communicationnel comme le rappelle Maria Roussou⁸⁵, en effet, les éléments de jeux interactifs invitent le visiteur à interagir physiquement. Avec le développement de technologies numériques, la définition de l'interactivité s'élargit en acceptant une large gamme de dispositifs. Dans cette acceptation large de la définition d'interactivité, le jeu de piste pourrait être qualifié ainsi car il engage et demande une participation de la part du public, se manifestant dans la relation qu'ils ont avec la matérialité du support. Les joueurs interagissent avec le support de jeu, les œuvres et les indices. Cependant lorsque le jeu de piste est effectué en visite libre, il n'implique pas toujours un retour immédiat dans une logique bouton/réponse, si ce n'est à la fin lors de la révélation de la solution de l'énigme. Ainsi, lorsque nous qualifierons le jeu de piste d'« interactif », nous ferons référence à l'engagement cognitif, émotionnel et spatial développé par le visiteur dans l'espace muséal, en plus de l'action de répondre physiquement ou numériquement aux énigmes du

⁸³ FALK, J., « Free-choice environmental learning: Framing the discussion », *Environmental Education Research*, 11, 2005, p. 265-280.

⁸⁴ PIAGET, J., *La formation du symbole chez l'enfant : imitation, jeu et rêve, image et représentation*, Neuchâtel, Delachaux et Niestlé, 1994.

⁸⁵ ROUSSOU, M., « Learning by doing and learning through play: an exploration of interactivity in virtual environments for children », *Comput. Entertain.*, 2-1, 2004, p. 10.

support. Cet engagement peut se définir comme l'état selon lequel la motivation est stimulée par des émotions positives, qui maintiennent les compétences cognitives et motrices requises pour accomplir une tâche⁸⁶, impliquant un effort selon Deater-Deckard, Chang, et Evans.

Ce croisement entre éducation et divertissement est qualifié d'« *edutainment* », en promettant un équilibre entre une visite récréative et instructive⁸⁷. Claire Barbieux⁸⁸ met en lumière ce besoin d'équilibre et souligne que l'intégration du jeu, dans une visée pédagogique, implique un contrôle du dispositif, notamment par l'instauration de règles et de supports adaptés. Le jeu muséal ne se limite donc pas à une activité libre, mais constitue une construction réfléchie. La difficulté des énigmes des jeux de piste doit permettre de maintenir les joueurs dans leur zone proximale de développement⁸⁹, selon le principe de Lev Vygotski. En effet, ce dernier postule que le jeu place les participants dans un apprentissage progressif, où ils doivent mobiliser leurs compétences existantes tout en découvrant de nouvelles stratégies pour avancer. Cet apprentissage nourrit l'éducation non formelle, telle qu'elle est définie par Daniel Jacobi⁹⁰ grâce aux essais-erreurs par la mémorisation et l'autonomie dans le processus d'acquisition des connaissances. Par ailleurs, le jeu de piste permet d'appréhender les œuvres différemment, en les observant davantage d'un point de vue esthétique. En guidant le visiteur sur certains détails à observer, il apprend inconsciemment à savoir où et quoi regarder.

⁸⁶ DEATER-DECKARD, K. CHANG, M. et EVANS, M.-E. « Engagement States and Learning from Educational Games », *New Directions for Child and Adolescent Development* 2013, n° 139 (2013): 21-30, <https://doi.org/10.1002/cad.20028>.

⁸⁷ OLOMBEL, G., VIANEZ, P., DJAOUTI, D., « Évaluation de l'efficacité pédagogique d'un jeu d'évasion au lycée », *Sciences du jeu*, 16, 2021.

⁸⁸ BARBIEUX, C. « Évaluer les effets des dispositifs ludiques destinés aux enfants en visite familiale », *La Lettre de l'OCIM. Musées, Patrimoine et Culture scientifiques et techniques*, n° 135 URL : 19-26, <https://doi.org/10.4000/ocim.870>.

⁸⁹ VYGOTSKY, L. S. *Mind in Society: Development of Higher Psychological Processes*, Harvard University Press, 1978.

⁹⁰ JACOBI, D. « Savoirs non formels ou apprentissages Implicites ? », *Recherches En Communication* 15 URL :169-84, <https://doi.org/10.14428/rec.v15i15.47503>. p. 3.

Certaines expérimentations tendent à montrer que les jeux de piste⁹¹ ont une utilité pédagogique comme le montre le chercheur malaisien Kher Hui Ng, à propos de celui organisé au Centre des visiteurs du Royal Selengor à Kuala Lumpur. Les visiteurs ayant effectué le jeu de piste ont démontré une meilleure rétention des informations que ceux qui ont effectué une visite traditionnelle. Ce même chercheur a mis en évidence plusieurs étapes dans le jeu de piste qui suscitent l'engagement cognitif en lien avec les collections : l'approche qui incite à l'exploration ; l'engagement par la découverte de l'énigme en interaction avec les collections ; la réflexion qui permet aux participants d'accéder à du contenu éducatif lié aux missions accomplies et le désengagement qui marque la transition vers l'étape suivante en dévoilant un nouvel indice pour maintenir le rythme du jeu. Cependant, une autre étude du jeu de piste mobile *The Ocean Game*, au musée d'histoire naturelle à Funchal⁹² montre que le parfait équilibre entre amusement et apprentissage est précaire.

3. Jeux sérieux ou divertissement, deux réalités inconciliables ?

Les jeux sont généralement conçus pour le divertissement et l'amusement. Pourtant, il existe une catégorie particulière appelée « jeu sérieux » qui semble s'opposer à cette notion de loisir. En effet, les jeux sérieux sont définis par leur objectif qui est « de combiner, avec des aspects sérieux de manière non exhaustive et non exclusive, l'enseignement, l'apprentissage, la communication, ou encore l'information, avec des ressorts ludiques issus du jeu vidéo »⁹³. Mais cette opposition entre jeu sérieux et divertissement est-elle si tranchée ? Historiquement, le

⁹¹ NG, K. H., HUANG H., O'MALLEY, C., « Treasure codes: augmenting learning from physical museum exhibits through treasure hunting », *Personal and Ubiquitous Computing*, 22-4, 2018, p. 739-750. Disponible sur Internet : <https://doi.org/10.1007/s00779-018-1126-5>. (Consultation mai 2025) p.4.

⁹² CESÁRIO, V. et al., « The Ocean game: 4th ACM SIGCHI Annual Symposium on Computer-Human Interaction in Play, CHI PLAY 2017 », *CHI PLAY 2017 Extended Abstracts Publication of the Annual Symposium on Computer-Human Interaction in Play*, , 2017, p. 99-109.

⁹³ ALVAREZ J. et DJAOUTI, D., « Une taxinomie des Serious Games dédiés au secteur de la santé », *Revue de l'Electricité et de l'Électronique*, , 2008, p. 91-102.

divertissement, est perçu comme un simple moyen de détourner l'attention de sujets sérieux et déplaisants⁹⁴. Aujourd'hui, ce terme a évolué pour englober un sens plus large de moyens de détournement par de l'amusement. Il y a aussi une autre dichotomie à observer, celle de la culture et du divertissement associé aux parcs d'attraction dans la littérature scientifique, comme en témoignent les travaux de Serge Chaumier. Ce dernier souligne cette antinomie entre le musée et le parc d'attraction⁹⁵. Pourtant, depuis quelques années, le musée est investi par les entreprises comme lieu de *team building* afin de renforcer les liens et l'esprit d'équipe entre ses membres, dans une logique d'unique divertissement. La frontière entre culture et divertissement tend à s'estomper⁹⁶. Une visite permet de faire quitter aux visiteurs leur monde familier et leur réalité pour en découvrir une autre⁹⁷. C'est que confirment P. Balloffet, Courvoisier et Lagier en 2014, il y a une « hybridation de l'offre muséale en raison d'une porosité croissante entre la sphère culturelle et la sphère des loisirs »⁹⁸. L'expérience immersive et la spectacularisation des expositions prennent une place de plus en plus centrale comme le démontre François Mairesse dans son ouvrage *Le musée, temple spectaculaire*⁹⁹. Dans ce contexte, le jeu s'impose comme un outil permettant d'allier l'engagement ludique aux collections, mais en même temps, il peut détourner les visiteurs de ces dernières. Par exemple, Erik Kristiansen et Alex Moseley¹⁰⁰ montrent que le jeu peut être utilisé pour détourner les visiteurs de l'ennui des files d'attente de musée en créant une

⁹⁴ CNRTL, « Divertissement », *CNRTL.fr*, Disponible sur : <https://www.cnrtl.fr/definition/divertissement>, (Consultation le 4 mai 2025).

⁹⁵ CHAUMIER, Serge, « Introduction », *In Du musée au parc d'attractions : ambivalence des formes de l'exposition*, Culture & Musées, n° 5, 2005, p. 13-36.

⁹⁶ TOBELEM, J.M, « Chapitre 29. Entre loisir et divertissement », dans *La gestion des institutions culturelles. Musées, patrimoine, centres d'art*, Paris, Armand Colin, coll. « U », 2017, p. 273-277.

⁹⁷ MONTPETIT, R. « Expositions, parcs, sites : des lieux d'expériences patrimoniales », dans CHAUMIER, S. (dir.), *Du musée au parc d'attractions : ambivalence des formes de l'exposition*, Culture & Musées, n° 5, 2005, p.127.

⁹⁸ BALLOFFET, P., COURVOISIER FRANÇOIS H. et JOELLE LAGIER, « From Museum to Amusement Park: The Opportunities and Risks of Edutainment », *International Journal of Arts Management*, 16, 2014.

⁹⁹ MAIRESSE, F., *Le musée, temple spectaculaire: une histoire du projet muséal*, Lyon, France, Presses universitaires de Lyon, 2002.

¹⁰⁰ KRISTIANSEN, Erik et MOSELEY, Alex, « Games in the Lobby: A Playful Approach », dans *Museum Thresholds*, Londres, Routledge, 2018, p.14.

expérience plus chaleureuse et interactive en suscitant du « *easy fun* »¹⁰¹ stimulant la curiosité par le divertissement.

C. L'utilisation du jeu, une réponse à de multiples injonctions ?

1. Les injonctions expérientielles des publics

Les musées sont confrontés aux attentes du public. Le rapport *Inventer des musées pour demain*¹⁰², commandé en 2016, par le ministère de la Culture souligne que 88% des Français considèrent la visite d'un musée comme une sortie culturelle incontournable, mais que les institutions doivent s'adapter pour séduire un public plus jeune et diversifié. Parmi les priorités identifiées pour les musées de demain : une plus large ouverture aux jeunes générations, une adaptation du discours à tous les profils de public, une présentation des œuvres de façon plus originale et plus de propositions d'outils numériques. Le musée d'aujourd'hui s'adapte à une fréquentation qui a rajeuni (+15 % pour les 25-39 ans entre 2012 et 2016) et à une montée en puissance des familles, groupes scolaires et publics du champ social. Dans l'ensemble, les demandes convergent vers l'idée que l'expérience gagnerait à devenir plus ludique et plus interactive. Dans cette logique, les musées mettent en place des formats comme les jeux de piste, intégrant des éléments ludiques pour renforcer l'expérience de visite. Le jeu sert de source d'envie, auprès des publics, pour les attirer et leur donner envie d'approfondir. Dans l'ouvrage collectif *Voir autrement*, la professeure d'histoire de l'art Joanne Lalonde montre qu'il y a une « transformation »¹⁰³ dans la relation entre les musées et leurs publics, basée sur la prégnance de la notion d'expérience qui devient fondamentale. Ces demandes s'inscrivent dans la continuité d'injonctions faites aux musées de la part de

¹⁰¹ KOSTER RAPH, *A theory of fun for game design*, 2e éd., Sebastopol, CA, O'Reilly Media, 2014.

¹⁰² EIDELMAN, J., *Inventer des musées pour demain: rapport de la Mission Musées XXIe siècle rapport au Ministre de la culture et de la communication*, Paris, Impr. de la Direction de l'information légale et administrative.

¹⁰³ BLANC, M., EIDELMAN J., et al., *Voir autrement: nouvelles études sur les visiteurs des musées*, Paris, France, La documentation française, 2023. p.13.

professionnels, du publics et d'institutions administratives, enjoignant à la pratique et à la participation des publics. Ces injonctions se constatent tant sur l'utilisation du numérique¹⁰⁴, que sur l'expérience. Certains établissements assument pleinement cette démarche, comme le musée des Beaux-Arts de Montréal et Ubisoft pour le parcours jeu sur tablette numérique « Quelle histoire »¹⁰⁵, destiné aux adolescents ou comme le Louvre qui collabore avec Nintendo depuis 2012. Les jeux de piste et les autres dispositifs ludiques illustrent cette volonté d'attirer de nouveaux publics et de renouveler l'expérience de visite. Toutefois, cette évolution suscite des critiques. Certains professionnels redoutent une dérive vers une logique trop commerciale, où le divertissement prendrait le pas sur la mission scientifique et éducative des institutions. Serge Chaumier met en garde sur l'utilisation du jeu au musée. Il met en lumière le passage d'un souci didactique à une instrumentalisation de la culture comme prétexte à produire du divertissement¹⁰⁶.

2. Des impératifs économiques

Les musées ne se tournent pas uniquement vers la médiation ludique pour répondre aux attentes du public, ils y sont aussi poussés par des logiques économiques et institutionnelles. La fréquentation est devenue un enjeu central, car elle conditionne une partie des subventions publiques et influence la recherche de financements privés. Dans ce contexte, les musées adoptent des stratégies issues de l'industrie du divertissement afin d'élargir leur audience et de fidéliser les visiteurs. Wolf parle ainsi de la « divertissementalisation » de l'économie¹⁰⁷. L'économie de l'expérience, analysée par Pine II et Gilmore, illustre ce glissement, les musées justifient

¹⁰⁴ APPIOTTI S., SANDRI, E., « « Innovez ! Participez ! » Interroger la relation entre musée et numérique au travers des injonctions adressées aux professionnels », *Culture & Musées. Muséologie et recherches sur la culture*, 35, 2020, p. 25-48.

¹⁰⁵ MEUNIER, A., et al., « L'expérience d'adolescents en visite scolaire dans un musée de beaux-arts: effets comparatifs des modalités de médiation interpersonnelle et numérique. », *Digital Studies / Le champ numérique*, 12-1, 2022.

¹⁰⁶ CHAUMIER, S., « "Apprendre en s'amusant" : credo pour la culture ? », *Réalités industrielles. Annales des mines*, 2007, p. 60-65.

¹⁰⁷ WOLF, M.-J. *The Entertainment Economy: How Mega-media Forces are Transforming Our Lives*, New York, Times Books, 1999.

leur attractivité et tentent de rester compétitifs face à d'autres formes de loisirs par des nouvelles offres ludiques. Comme l'explique Montpetit, le visiteur devient un «consommateur d'expérience»¹⁰⁸, poussant les institutions culturelles à multiplier les animations et à diversifier leur offre. Aujourd'hui, l'expérience elle-même est un produit scénarisé et commercialisé, intégrant des éléments de divertissement. Pine et Gilmore identifient quatre dimensions essentielles à une expérience réussie : le divertissement, l'esthétique du cadre, l'évasion du visiteur et la transmission d'un savoir¹⁰⁹. Ainsi, la médiation ludique ne relève pas seulement d'un choix pédagogique, mais d'un impératif économique et stratégique pour les musées, leur permettant de se démarquer et de justifier leur attractivité dans un paysage culturel concurrentiel pour le temps des visiteurs. En effet, une multitude d'acteurs comme les agences événementielles, les guides-conférenciers indépendants développent des offres en quête de séduction du public. Face à cette diversification des propositions, les musées doivent sans cesse innover pour capter et fidéliser les visiteurs. Cette surenchère d'offres pousse les institutions à repenser leur médiation, à intégrer des formats ludiques tout en favorisant un lien avec leurs collections et la promotion de savoirs pédagogiques.

¹⁰⁸ MONTPETIT, R. « Expositions, parcs, sites : des lieux d'expériences patrimoniales », dans Chaumier, Serge (dir.), *Du musée au parc d'attractions : ambivalence des formes de l'exposition*, Culture & Musées, n° 5, 2005. p.111.

¹⁰⁹ PINE II B. Joseph et James H. GILMORE, *The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage*, Boston, Harvard Business Press, 1999. p.31.

Partie 2 : Étude de terrain

I- Présentation de la méthode de recherche

Pour comprendre et interroger le rôle des jeux de piste comme potentiels outils de médiation pour les institutions muséales, nous avons appliqué un protocole de recherche en plusieurs étapes. Tout d'abord, la réalisation d'un corpus documentaire d'une large offre de jeux de piste dans plusieurs institutions muséales en France et en Suisse, qui nous permettent d'étudier le marché et les propositions d'un point de vue global. Ensuite, nous avons mené une observation participante afin d'analyser les interactions entre les visiteurs, le support du jeu de piste et les collections. Nous avons eu l'opportunité de réaliser deux entretiens avec des professionnelles de la médiation culturelle au sein du Musée du Quai Branly – Jacques Chirac et au sein du Musée suisse du jeu, afin de mieux comprendre la conception de plusieurs jeux et leurs objectifs. Les trois étapes de notre étude de terrain nous permettent de dégager des données qualitatives plutôt que quantitatives. Les jeux de piste seront étudiés sous le prisme de différents critères portant sur la médiation, sur les mécanismes ludiques ainsi que sur leurs objectifs.

Le premier niveau de ce protocole correspond à l'étude et à la préparation d'un corpus documentaire préliminaire d'une trentaine de jeux de piste, proposés dans des musées en France, ces cinq dernières années et dont les sites internet conservent des archives. Ce premier corpus de jeux de piste, organisés par des musées ou en collaboration avec des acteurs privés, permet ainsi d'esquisser une vue d'ensemble sur la diversité des formats et leurs objectifs annoncés. Consultables en Annexe 1¹¹⁰, ces données extraites soulignent les promesses, les occurrences et les

¹¹⁰ Voir Annexe 1 « Tableau récapitulatif des offres de jeux de piste, dans les institutions muséales entre 2024 et 2025 » p. 102

tendances d'appellations de ces jeux. Cette première étude met en lumière un contexte du marché des jeux de piste.

Dans un second temps, nous effectuerons dix jeux de piste conçus par des musées et des entreprises spécialisées ou événementielles. Cette observation participante prend place dans l'espace du musée et de ses collections. Afin de comprendre comment le jeu s'inscrit dans les collections. L'observation participante représente un protocole optimal pour saisir des réalités autour des jeux, pour compléter l'analyse théorique uniquement centrée sur le support physique et son contenu. Cette méthode nous permet de recueillir des données qui sont classées dans un tableau, visible en annexe 2¹¹¹, qui constitue le cœur de notre étude.

Pour compléter ces premières phases d'observation, nous avons rencontré Madame A., du musée suisse du Jeu, afin de recueillir son retour d'expérience sur la conception, les enjeux des jeux de piste dans le monde muséal et leur exécution. Cet entretien est important pour notre étude, car il met en lumière des phénomènes et des processus de réflexion qui sont invisibles dans nos sources primaires, à savoir les supports des jeux de piste et les sites internet des musées. Nous avons pu mener un second entretien avec Mathilde Le Gal, chargée de médiation culturelle au sein du musée du Quai Branly – Jacques Chirac à propos du jeu « Esprit es-tu là ».

A. Périmètre de l'étude : élaboration d'un corpus documentaire

Lors d'une étude documentaire préliminaire, dont les résultats sont visibles en annexe 1¹¹², nous avons pu observer que les jeux de piste sont utilisés comme offre dans plusieurs types de musées. Au sein des musées d'art, notamment au Louvre avec le jeu de piste destiné pour les enfants « Cherchons Joyeuse », au Centre Pompidou, au musée d'Orsay, au musée

¹¹¹ Voir Annexe 2 p. 104-106.

¹¹² Voir Annexe 1 p. 102.

de l'Orangerie pour le jeu « Cinq musée, un jeu », mais aussi au musée des beaux-arts de Rennes, à la Fondation Louis Vuitton, au Musée Jacquemart André, au Musée Picasso, au musée Rodin pendant la saison estivale, au Petit Palais lors de certaines expositions temporaires. Les musées de sciences et techniques comme le musée des Arts et Métiers avec le jeu de piste virtuel *Lost in Inventions*. Les musées d'histoire et de société, comme le musée de la monnaie de Paris, le musée du Quai Branly - Jacques Chirac, le musée de l'Armée, le musée de la Poste, le musée de l'Homme, le musée basque, le musée de Valence, le musée suisse du Jeu utilisent aussi cette activité dans leur offre culturelle.

Afin de mieux saisir les réalités de l'offre et de comprendre le contexte de la multiplication de ce type d'activités, chaque jeu est recensé et classé selon plusieurs critères : le type de jeu, le musée organisateur et sa catégorie (art, histoire, sciences...), sa date de lancement, le public cible (enfants, adultes, familles) et le contexte de son occurrence (pour un événement particulier, une exposition temporaire ou permanente). Nos principales sources pour cette analyse sont constituées des éléments communicationnels sur les sites internet des institutions concernées. L'ensemble des données collectées est organisé dans un tableau, formant une base d'étude pour la suite de l'analyse et une appréciation globale de la présence des jeux de piste dans les institutions muséales. Cette appréciation nous permet de sélectionner les jeux les plus pertinents pour notre observation participante.

B. L'observation participante

Il existe plusieurs méthodes d'observation pour recueillir des données qualitatives. Nous avons fait le choix d'une observation participante plutôt que d'une observation non participante. En effet, cette dernière ne permet pas de laisser voir toutes les facettes et subtilités du jeu. L'observation participante est une méthode particulièrement pertinente pour étudier les jeux de piste dans les musées. En y prenant part directement, il devient possible de saisir les enjeux pratiques liés à l'organisation, la

conception des parcours, le choix des supports et l'intégration du jeu dans l'espace muséal. Cette approche offre une compréhension fine des mécanismes ludiques employés, des défis logistiques rencontrés et de la manière dont les différents acteurs interagissent pour proposer une expérience cohérente. Contrairement aux analyses purement théoriques, l'observation participante permet d'identifier des ajustements en temps réel, évaluer la pertinence du jeu de piste en tant que dispositif de médiation et en comprendre les spécificités en contexte muséal. Toutes ces observations sont synthétisées dans un tableau consultable en annexe 2¹¹³.

Voici une liste des jeux de piste (JP) étudiés :

- **JP 1** : « Le défi d'Ulrich » proposé par le musée de la Poste dans ses collections permanentes à destination d'un public familial.
- **JP 2** : « Mission aux Invalides », proposé au musée de l'armée dans ses collections permanentes. Ce jeu de piste a été conçu par l'opérateur culturel Cultival, en collaboration avec le musée dans une logique de partenariat pérenne. Ce jeu est destiné à un public familial ou adulte.
- **JP 3** : « Cherchons Joyeuse » est un jeu de piste proposé sur l'application et le site internet *Petit Louvre*, créé à l'initiative du musée du Louvre à destination du jeune public.
- **JP 4** : « Le mystère de la 13^e œuvre » au musée Jacquemart-André dans ses collections permanentes. Cette activité est créée par Sharewood Anim et l'agence ALOR ?. Cette activité est à destination des familles.
- **JP 5** : Le livret destiné aux familles de l'exposition temporaire "De la case au pixel" composé d'un jeu de piste. Ce livret est créé par le service de médiation du musée suisse du jeu. Ce jeu est destiné au tout public mais surtout aux familles.
- **JP 6** : « Les petits chercheurs » au musée de l'homme est une visite guidée avec un.e médiateur.e utilisant un scénario de jeu de piste

¹¹³ Voir Annexe 2 « Tableau récapitulatif des résultats obtenus pendant les phases d'observation participante » p. 104-106.

dans les collections du musée. Cette visite est destinée à un jeune public accompagné d'adultes.

- **JP 7** : « A la rescousse » au musée Picasso est une visite guidée avec un.e médiateur.e utilisant un scénario de jeu de piste dans les collections du musée. Cette visite est destinée à un jeune public accompagné d'adultes.
- **JP 8** : « Opération M.I.D.A.S » au musée de la monnaie de Paris. Le jeu de piste/ chasse au trésor se déroule dans les collections permanentes et est proposé par Teambreak. L' « Opération MIDAS » est destinée à un public familial ou adulte.
- **JP 9** : « L'enlèvement » au Château de Chantilly, un jeu de piste géolocalisable conçu par Atlantide. Utilisable uniquement sur une application, ce jeu d'enquête historique géolocalisable s'adresse au plus de 8 ans.
- **JP 10** : « Le pacte de la colline des arts », un jeu de piste proposé par l'application Géo Gaming et 11 institutions culturelles (Le Théâtre des Champs-Élysées, le musée Yves Saint Laurent Paris, le Musée d'Art Moderne de Paris, le Palais de Tokyo, le Palais Galliera, le musée national des arts asiatiques, le palais d'Iéna, la Cité de l'architecture, le Théâtre national de la Danse, le musée de l'Homme et le musée national de la Marine.) Ce jeu de piste grandeur nature propose une déambulation ponctuée d'indices et d'énigmes parmi ces 11 institutions.

Ces jeux de piste sont concentrés dans la région de Paris pour des contraintes de déplacements géographiques et de temps, qui ne nous ont pas laissé l'opportunité d'observer *in situ* plus de jeux de piste. Nous avons effectué un onzième jeu, celui du musée du Quai Branly - Jacques Chirac, « esprit es-tu là » réalisé en collaboration avec LU6D. Nous avons choisi de ne pas l'incorporer dans notre corpus car il s'agit véritablement d'un *escape game* et non d'un jeu de piste. Toutefois, cette expérience sera utile dans notre chapitre conclusif et permettra de mieux délimiter ces deux types de jeux très similaires. Par ailleurs, nous avons eu l'opportunité de discuter des

différences entre les jeux de piste et les jeux d'évasion avec la chargée de médiation du musée du Quai Branly – Jacques Chirac, Mme Mathilde Le Gal.

Tous ces jeux ont fait l'objet d'un test au sein des institutions culturelles. Dans un premier temps, nous avons pris soin d'effectuer le jeu, comme un visiteur primo-joueur pour comprendre les mécanismes de jeu et voir ce qui allait en découler. Nous avons ensuite refait le parcours, cette fois sans faire le jeu en observant les visiteurs et en leur posant quelques questions à la fin de ce même parcours. Bien que nous ne fassions pas d'étude de publics, ni que notre étude s'axe sur les ressentis de ces derniers, il nous paraît toutefois essentiel d'observer les participants en interaction avec ce jeu. Néanmoins, une exception apparaît au sein de ce corpus concernant le livret familial du musée suisse du Jeu. Il ne fut pas possible de nous rendre en Suisse afin de tester le jeu. Cependant, nous avons été en relation avec le pôle médiation culturelle du musée, qui nous a fourni les supports, ainsi qu'une vidéo expliquant tout le parcours. Ces sources ont été complétées par un entretien d'1h dans lequel nous avons posé des questions sur ce que nous n'avons pas pu voir en observation participante.

Par ailleurs, toutes nos observations participantes ont été menées sur des offres disponibles durant les mois de février à mai 2025. Notre sujet d'étude est souvent une activité ponctuelle, il ne nous a pas été permis de pouvoir étudier tous les jeux du corpus qui ont été archivés, clôturés dans le cadre d'une fin d'exposition temporaire ou simplement le jour de l'activité programmée.

C. Des entretiens

Dans le cadre de notre étude, la méthode des entretiens semi-directifs a été privilégiée pour compléter nos données. Cette approche qualitative et interprétative, issue des sciences sociales, permet d'explorer en profondeur les motivations, les choix méthodologiques et les contraintes rencontrées par les différents acteurs impliqués dans la conception des jeux de piste. Cette méthode laisse une marge de liberté aux personnes

interrogées, elle offre la possibilité de recueillir à la fois des faits et des opinions, et de rebondir sur certains points nécessitant un approfondissement, en interrogeant des professionnels. Ainsi, cette méthode permet d'accéder à des dimensions difficilement perceptibles par l'observation seule, comme les enjeux pédagogiques ou les stratégies de médiation.

Les questions posées ont porté sur plusieurs thèmes :

- La place occupée par la médiation ludique dans les offres des institutions
- La conception du jeu de piste : les objectifs, les acteurs impliqués, les étapes clé, les publics ciblés.
- L'exécution de l'offre : son accessibilité, les difficultés rencontrées, le nombre de visiteurs ayant effectué le jeu.

Nous avons réalisé un entretien avec une professionnelle de la médiation travaillant au musée suisse du Jeu. Afin de respecter la confidentialité des échanges, l'entretien a été anonymisé. Les noms des personnes ne sont pas mentionnés. Cet entretien permet d'éclairer la conception, les ambitions et la mise en pratique du livret s'apparentant à un jeu de piste dans l'exposition temporaire « De la case au pixel ». Nous avons également eu l'opportunité de rencontrer Mme Mathilde Le Gal, chargée de médiation au musée du Quai Branly – Jacques Chirac. Cet entretien nous a permis de comprendre les différences concrètes entre un jeu de piste et un jeu d'évasion, des différences de conception et des choix de l'institution. Il nous paraît essentiel de mettre en rapport notre sujet d'étude avec une autre offre similaire pour mieux la comprendre. Ces deux entretiens se sont déroulés en visio-conférence et ont duré environ 1 heure, pour une dizaine de questions concernant les trois thèmes énoncés ci-dessus.

Nous baserons notre étude sur la pluralité des sources qualitatives recueillies au travers des trois étapes de notre étude de terrain.

D. Les limites de l'étude

Notre étude de terrain présente toutefois des limites liées à des contraintes temporelles et techniques. En effet, l'échantillon que nous avons sélectionné est restreint et non représentatif de l'entière diversité des jeux de piste. Cette analyse est limitée par les contraintes de temps, liées au rendu de ce mémoire, aussi la taille de l'échantillon est faible, ne prenant en compte que certains jeux sélectionnés pour leurs thématiques, les publics ciblés et leur support. De plus, la sélection des jeux peut être induite par un biais dans les résultats, car les jeux choisis pourraient être ceux qui sont les plus facilement accessibles ou les plus médiatisés. Notre étude se concentre sur l'utilisation des jeux de piste comme outil de médiation en se concentrant sur leur conception, leur matérialité et leur narration. Le temps limité alloué à la recherche nous contraint à ne pas approfondir certains aspects comme l'étude de la réception des publics face à ces supports d'un point de vue expérientiel et pédagogique. La richesse et la complexité des jeux rendent difficile une analyse exhaustive de tous leurs aspects. Au cours de notre étude de terrain, nous nous sommes heurtés à l'absence de données, sur les sites internet des musées, qui avaient archivé les informations concernant les jeux de piste conçus ces dix dernières années.

II- Les critères de sélection

Cette section présente les principaux critères ayant orienté la sélection des jeux étudiés. Dans un premier temps, nous avons observé les commanditaires et les concepteurs de ces jeux. Ils sont généralement de deux types : les institutions muséales et les prestataires externes aux institutions. Ensuite, un second critère a porté sur la manière dont ces jeux sont nommés. En analysant ces appellations plus ou moins évocatrices de la forme de ces jeux afin de comprendre comment les institutions muséales perçoivent et présentent leur offre. Enfin, nous avons pris en compte la diversité des publics visés, en veillant à constituer un panel représentatif de jeux destinés aux jeunes enfants, aux familles, aux adolescents, ainsi qu'aux adultes.

A. Les acteurs créateurs de jeu de piste

1. Les institutions muséales

L'intégration des jeux dans l'offre culturelle muséale répond bien souvent à une volonté propre des institutions. En effet, nous avons sélectionné des musées qui choisissent de créer ces jeux en interne, au sein de leurs services, comme le musée de la Poste, le musée du Louvre, le musée suisse du jeu, le musée de l'Homme et le musée Picasso. Ces jeux sont pensés par les services de développement de l'offre numérique comme au Louvre ou par les services des publics ou de médiation comme l'illustrent le musée suisse du jeu, le musée de l'Homme et le musée national Picasso-Paris. Ainsi, ces acteurs institutionnels maîtrisent l'ensemble du processus en adéquation avec leurs politiques culturelles, les publics ciblés et leurs objectifs pédagogiques. La moitié de notre corpus de jeux de piste a été créé par les musées eux-mêmes. Cette sélection nous permet de mieux comprendre les enjeux posés par notre problématique considérant les jeux de piste comme de potentiels outils de médiation.

Nous avons aussi pris soin de sélectionner une diversité d'établissements avec différents modes de gestion. Notre corpus compte des musées publics comme le Louvre, le musée de national de la Marine, le musée national des arts asiatiques, le palais Galliera, le musée du Quai-Branly Jacques Chirac, le musée national Picasso-Paris, des établissements publics à caractère administratif (EPA) placés sous la tutelle du ministère de la Culture. Le musée de l'armée situé dans l'Hôtel national des Invalides, qui est également un établissement public à caractère administratif, mais sous la tutelle du ministère des Armées. Le musée de l'Homme faisant partie du Muséum national d'histoire naturelle (MNHN), qui est un établissement public à caractère scientifique, culturel et professionnel (EPSCP) sous la tutelle du Ministère de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et de l'Innovation. Le musée de la monnaie qui est un Établissement public à caractère industriel et commercial (EPIC). Des structures avec un mode de gestion privée ont aussi été sélectionnées comme le musée suisse du Jeu qui est indépendant et géré depuis 2003 par une fondation dédiée, avec le

soutien de l'Association des Amis du Musée. Le musée d'entreprise La poste, initialement public puis ajouté au groupe en 2007. Le château de Chantilly, propriété de l'Institut de France depuis 1886, mais géré par la Fondation d'Aumale. Le Musée Jacquemart-André combine un statut juridique hybride, entre propriété publique de l'Institut de France et gestion privée par la société Culturespace depuis 1996. Ces structures partagent l'ambition commune d'attirer de nouveaux publics, de rendre leurs collections plus accessibles et d'explorer de nouvelles méthodes de communication de leurs collections, notamment à travers la médiation ludique.

2. La collaboration avec des acteurs privés

Il est constaté que plusieurs institutions travaillent de concert ou délèguent la création des jeux de piste à des prestataires externes dotés d'une expertise en conception ludique. Cette collaboration peut être très rapprochée et pérenne, comme c'est le cas entre l'opérateur culturel Cultival et le musée de l'armée, ou plus ponctuelle. Fondée en 2000, l'entreprise Cultival se présente comme un « opérateur culturel » spécialisé dans la création de visites guidées exclusives et d'expériences immersives. Elle gère aujourd'hui l'exploitation, la réservation et la commercialisation de plus de trente monuments partenaires à Paris. Les collaborations entre les institutions et les prestataires externes se multiplient pour pouvoir faire bénéficier aux visiteurs d'une offre combinant l'expertise de professionnels du *gameplay*, de graphistes etc. Il est toutefois important de souligner que les institutions culturelles ne délèguent pas complètement et restent décisionnaires en imposant un cahier des charges. Dans l'atelier « Jeu immersif, nouvelle valorisation pour les institutions culturelles » du 23 mars 2025 au SITEM¹¹⁴, Charlotte Benoit (Directrice des partenariats et nouveaux projets chez Cultival) et Marie Hélène Avril (Directrice du marketing et de la communication chez Cultival) ont témoigné d'une volonté de co-conception avec leurs partenaires institutionnels comme les Invalides, l'Opéra Garnier

¹¹⁴ BnF Partenariats & Cultival, « Jeu Immersif, Nouvelle Valorisation pour les Institutions Culturelles », atelier présenté lors du SITEM, 25 mars 2025, Paris.

ou dans le futur avec la Bibliothèque Nationale de France pour la création d'un jeu immersif.

Il existe une multiplicité d'acteurs privés, spécialistes dans différents types de jeux. L'entreprise Team Break, par exemple, est une agence événementielle intégrée qui propose des *escape games* immersifs aux thématiques variées¹¹⁵. Elle a collaboré avec le musée de la Monnaie de Paris pour produire le jeu de piste Opération MIDAS. Le Musée Jacquemart-André s'est tourné vers Sharewood Anim et l'agence ALOR ? pour concevoir un jeu d'investigation. Sharewood Anim, installée près de Nantes, est une agence spécialisée dans l'événementiel et l'animation ludique, offrant une large gamme d'animations et de spectacles à destination de professionnels¹¹⁶. Le domaine du château de Chantilly collabore avec la start-up Atlantide¹¹⁷, spécialisée dans le développement de jeux d'enquêtes géolocalisés, disponibles sur son application. Cette approche permet aux musées d'exploiter des concepts de jeux en tendance, plus élaborés et de capter un public en quête d'expériences immersives tout en déléguant la logistique et l'animation à des spécialistes maîtrisant les métiers spécifiques tels que les *game designer* chargés de concevoir le *gameplay* c'est-à-dire le concept, la mécanique du jeu et sa prise en main.

B. Les appellations des jeux de piste dans l'offre des institutions culturelles

Pendant l'élaboration du corpus documentaire, nous avons rencontré une difficulté sémantique. Chaque institution utilise des noms différents pour

¹¹⁵ TEAM BREAK. « Team Break – Agence de création de jeux immersifs pour entreprises et collectivités », *Team-break.fr*. Disponible sur : <https://team-break.fr/agence> (Consultation le 8 mai 2025).

¹¹⁶ SHAREWOOD ANIM. « Agence Sharewood – Création d'animations et de jeux pour événements », *Animations-evenements.com*. Disponible sur : <https://www.animations-evenements.com/agence-creation-animations-jeux-pour-evenements/> (Consultation le 8 mai 2025).

¹¹⁷ ATLANTIDE. « Atlantide – L'application de jeux de piste sur smartphone », *Atlantide.io*. Disponible sur : <https://www.atlantide.io/atlantide/> (Consultation le 8 mai 2025).

désigner son jeu. Cela nous a amenés à nous interroger : dans quelle mesure les jeux proposés par les musées peuvent-ils être considérés comme des jeux de piste ? Nous nous référons ici à la définition donnée dans le chapitre précédent de ce mémoire : un jeu de piste est un jeu structuré qui invite les participants à résoudre une série d'énigmes en suivant des indices disséminés sur un parcours défini, afin d'aboutir à la résolution d'une énigme finale. Les appellations varient considérablement, comme nous pouvons le constater grâce au tableau, synthétisant les différentes dénominations, consultable en annexe 4¹¹⁸ ou ci-dessous.

		Appellation des jeux sur les sites internet des institutions culturelles	Âge du public ciblé
1	Le défi d'Ulrich	Jeu d'enquête	10 ans et +
2	Missions aux Invalides	« Jeu immersif aux frontières de l'escape game »	Tous publics
3	Cherchons Joyeuse	« Jeu de piste »	5 - 12 ans
4	Le mystère de la 13 ^e œuvre	« Jeu d'investigation »	13 ans et +
5	Livret-famille du MSJ*	« Jeu de piste »	Public familial - enfants
6	Les petits chercheurs	« Enquête »	5 ans et +
7	A la rescousse	« Visite guidée »	6 ans et +
8	Opération MIDAS	« Chasse au trésor »	15 ans et +
9	L'enlèvement	« Jeu d'enquête historique »	8 ans et +
10	Le pacte de la Colline des Arts	« Escape game » « Jeu de piste »	15 ans et +

Titre : Tableau récapitulatif des appellations et des publics ciblés par les jeux de piste

Certains musées utilisent le terme de jeu de piste pour qualifier leur offre, comme le Louvre sur son site dédié au jeune public « Petit Louvre »¹¹⁹, où figure d'ailleurs un deuxième jeu de piste se déroulant aux Tuileries. De même, pour le musée suisse du Jeu qui mentionne sur son site internet la

¹¹⁸ Annexe 4 « Tableau récapitulatif des appellations et des publics ciblés par les jeux de piste » p. 116.

¹¹⁹ PETIT LOUVRE, « Cherchons Joyeuse », *Petit Louvre*, Disponible sur : <https://petitlouvre.louvre.fr/cherchons-joyeuse> (Consultation le 4 mai 2025).

présence d'un jeu de piste disponible dans le livret famille¹²⁰ de son exposition. En effet, lors de nos entretiens, il nous ait expliqué l'importance de nommer correctement les dispositifs pour cibler le bon public. À l'inverse, d'autres institutions mentionnent simplement une « enquête ¹²¹ » ou un « jeu d'enquête historique »¹²² et mobilisent le champ lexical de l'investigation avec des termes comme « enquête grandeur nature¹²³ », renvoyant à l'univers des séries policières et des enquêtes. Le jeu de piste de la Colline des Arts est qualifié d'« *escape game* » dans ses éléments de communication mais aussi de « jeu de piste »¹²⁴, en brouillant les frontières entre ces deux jeux. L'entretien que nous avons mené avec Mme Mathilde Le Gal renforce cette constatation concernant les jeux de piste, qui sont plutôt qualifiés d'*escape game* pour attirer plus de public¹²⁵, il a été mentionné l'effet déceptif que cela pouvait entraîner auprès des publics. Chaque institution nomme son jeu à sa manière pour se distinguer et affirmer une nouvelle offre, en vogue et ludique. On le voit avec la présentation du jeu « Mission aux Invalides » comme un « jeu immersif »¹²⁶. Ces termes témoignent d'un positionnement stratégique de la part des institutions culturelles. Ces choix lexicaux permettent de se détacher de la connotation enfantine souvent associée au jeu de piste, qui est historiquement lié aux activités scolaires ou aux animations de centres de loisirs. En qualifiant leurs dispositifs de « jeux immersifs » ou « d'*escape game* », les musées cherchent à séduire un public adolescent ou jeune adulte, c'est pour cela

¹²⁰ MUSEE SUISSE DU JEU, « De la case au pixel », *Musée du jeu*, Disponible sur : <https://museedujeu.ch/exposition/de-la-case-au-pixel/> (Consultation le 4 mai 2025).

¹²¹ MUSEE DE LA POSTE, « Le défi d'Ulrich, enquête au musée », *Musée de la Poste*, Disponible sur : <https://museedelaposte.fr/fr/expositions-et-evenements/le-defi-dulrich-enquete-au-musee> (Consultation le 4 mai 2025).

¹²² ALTANTIDE. « Mission : L'enlèvement », *Shop Atlantide*. Disponible sur : <https://shop.atlantide.io/product/mission-lenlevement/> (Consultation le 4 mai 2025).

¹²³ MUSEE DE L'ARMEE, « Nocturnes au musée de l'Armée », *Musée de l'armée*, Disponible sur : <https://www.musee-armee.fr/au-programme/nocturnes-musee-armee.html> (Consultation le 4 mai 2025).

¹²⁴ MUSEE NATIONAL DE LA MARINE. « Escape game géant : Le pacte de la colline des arts », *Musée national de la Marine*, Disponible sur : <https://www.musee-marine.fr/nos-musees/paris/expositions-et-evenements/les-evenements/escape-game-geant-le-pacte-de-la-colline-des-arts.html> (Consultation le 8 mai 2025).

¹²⁵ Voir Annexe 10 p.143-151.

¹²⁶ Musée de l'Armée, « Nocturnes au musée de l'Armée » op. cit.

que Mathilde Le Gal a expliqué avoir choisi un jeu d'évasion plutôt qu'un jeu de piste, afin d'attirer ce public¹²⁷.

Les frontières entre les différents types de jeux sont floues. Comme il a été évoqué en première partie, les chasses au trésor et les jeux d'évasion partagent des mécaniques proches de celles du jeu de piste. Par exemple, la différence entre un *escape game* et un jeu de piste se situe dans leur structure : le jeu de piste est linéaire alors que l'*escape game* est plus éclaté dans l'espace¹²⁸. Nous avons choisi d'inclure dans notre analyse le jeu « Opération MIDAS », présenté comme une chasse au trésor, mais reprenant tous les codes du jeu de piste, ou encore le jeu de la Colline des Arts, bien qu'il soit qualifié d'*escape game*.

Ces choix de noms sont liés aux tendances de nouvelles pratiques des jeux d'évasion depuis les années 2010. Les institutions adaptent leur communication pour rester en phase avec les pratiques ludiques des publics. Ce glissement sémantique vers des termes proposant de l'immersion et de l'évasion contribue à renforcer l'image des musées comme des lieux modernes. Dans d'autres cas, le terme « jeu de piste » est simplement sous-entendu, comme au musée Picasso ou au musée de l'Homme, qui y font allusion dans les présentations de leurs offres sans jamais le nommer. Malgré ces variations, l'ensemble de ces noms souligne néanmoins l'affirmation d'une tendance très présente dans les musées. Les adolescents et les adultes sont en recherche d'expériences originales immersives et scénarisées, surtout en période estivale, comme nous l'indiquent les données chiffrées produites par *Google Trends* à partir des recherches du terme « jeu de piste » entre 2004 et 2025¹²⁹.

C. Pour quels publics ?

¹²⁷ Voir Annexe 10 p. 143-151.

¹²⁸ Voir Annexe 10 p. 143-151.

¹²⁹ Voir Annexe 3 p.107-115.

Il a été important pour notre étude d'analyser les types de publics visés par ces jeux. Les sites internet des musées ont été une base de données riche pour alimenter nos recherches. Ces indications nous permettent de comprendre le degré de sophistication et de difficulté des mécanismes de jeu. Cette analyse est aussi pertinente pour comprendre la narration et les enjeux de médiation. Cette enquête a permis de distinguer trois grands groupes ciblés, présentés dans le tableau en annexe 4¹³⁰. Ces observations croisent d'ailleurs une évolution plus large des usages. Effectivement, à partir de 2015, une hausse progressive du volume de recherches du terme « jeu de piste » est visible, avec une augmentation forte dès 2018¹³¹. Cette progression s'explique par une diversification de l'offre et une appropriation croissante du jeu de piste par divers acteurs et publics. Les termes les plus associés à « jeu de piste » confirment son ancrage dans des pratiques ludiques à la fois familiales, scolaires et événementielles. Les expressions comme « chasse au trésor », « énigme », « anniversaire », ou encore « jeu de piste enfant » et « jeu de piste gratuit » reviennent fréquemment dans les requêtes. Cela indique une forte présence de ce dispositif dans l'univers des activités pour enfants, souvent dans un cadre domestique ou festif¹³².

1. Les enfants de 4 à 7 ans

Pour les enfants, certains musées comme le musée de l'Homme, le musée national Picasso-Paris utilisent des visites basées sur le jeu, mais pouvant être simplifiées et adaptables grâce à la présence de médiateurs. Ces visites ludiques ne nécessitent pas de lecture ou très peu comme pour la visite guidée « Les petits chercheurs », se basant sur des énigmes visuelles et un langage pouvant être adapté à un public âgé de 5 ans. Sur les sites internet et dans les supports, le tutoiement est utilisé pour renforcer la proximité et la confiance. Même s'ils s'adressent à de très jeunes publics, ces jeux sont pensés pour être une expérience partagée avec un adulte,

¹³⁰ Voir Annexe 4 p. 116.

¹³¹ Voir Annexe 3 p. 107-115.

¹³² Voir Annexe 3 p. 107-115.

comme c'est le cas pour le jeu de piste « Cherchons Joyeuse » du musée du Louvre qui cible les enfants, mais avec une narration prégnante.

2. Le public familial

Le public familial désigne un groupe de visiteurs composé d'adultes (parents, grands-parents ou autres membres de la famille) et d'un ou plusieurs enfants. Ce groupe d'individus est complexe à cibler et à satisfaire en raison de l'écart d'âge et de compétence entre ses membres. Les équipes de musée doivent penser l'expérience du jeu pour un usage intergénérationnel. Cet écart est utilisé par les musées, notamment par le musée suisse du Jeu qui dissimule des indices à chercher physiquement dans l'espace, à la fois placés en hauteur et très bas pour favoriser la coopération parent-enfant¹³³. Le « défi d'Ulrich » du musée de la Poste est destiné à des enfants à partir de 10 ans, mais il est valorisé comme une offre destinée aux familles, qui constituent une part importante du public de ce musée. Pour maintenir le mystère pour les enfants et les accompagnateurs, un équilibre doit être trouvé pour ne pas favoriser un public plus que l'autre. Cette difficulté a été mise en évidence au musée Jacquemart-André à travers les retours d'agents de médiation. Ces derniers ont souligné que le manque de consignes claires et l'absence de réponses guidées ont parfois rendu le parcours plus complexe, entraînant un désengagement des enfants ou de leurs accompagnateurs.

3. Les adolescents et les adultes

Certaines institutions conçoivent des jeux spécifiquement destinés aux adolescents (11–15 ans), avec un registre plus neutre ou plus adulte et favorisant une plus grande autonomie de recherche. La tranche d'âge des adolescents (de 14 à 17 ans) reste peu représentée dans l'offre ludique, toutefois, on remarque une utilisation du terme « *escape game* » pour attirer ce public dans le jeu « le Pacte de la Colline des Arts ». Les dispositifs pour les 8–10 ans sont parfois accessibles aux préadolescents, mais peu de jeux

¹³³ Voir Annexe 9 p. 130-142.

sont réellement pensés pour eux. Par exemple, le jeu d'enquête historique « l'Enlèvement » est accessible à partir de 8 ans mais reste pertinent pour un public adolescent ou adulte. Peu d'institutions proposent des activités spécifiquement adaptées au public adolescent ou aux jeunes adultes, qui constituent un public difficile à atteindre selon Mathilde Le Gal¹³⁴. Concernant les adultes, les propositions ludiques les ciblent également, avec une hausse de tarif, autour de 20€ contre moins de 10€ pour les enfants. En effet, le public adulte présente un goût marqué pour le ludique et aime se divertir au musée comme le montre Colette Dufresne-Tassé¹³⁵ et constitue un public abordable via la médiation ludique. La classification explicite de jeux « réservés aux adultes » est rare. Beaucoup d'entre eux sont présentés sans mention d'âge, ce qui peut brouiller la lisibilité de l'offre pour les visiteurs. Cette absence de repères peut conduire à des malentendus sur le niveau requis ou sur les publics réellement visés.

Cette catégorisation des publics est utile pour concevoir des jeux aux mécaniques adaptées. Néanmoins, elle peut aussi induire des logiques restrictives, en rigidifiant les usages et en cloisonnant les propositions. Pensées souvent selon une approche marketing, ces segmentations ne correspondent pas toujours aux usages réels. En effet, des adultes peuvent s'amuser sur des dispositifs pensés pour des enfants, et inversement, des enfants très curieux peuvent s'approprier des jeux plus complexes. On peut ainsi questionner la pertinence d'une approche plus souple, fondée sur les compétences et les envies des publics.

L'analyse des publics ciblés par les jeux de piste révèle une grande diversité d'approches. Trois grands groupes se dessinent en fonction des âges ciblés : les enfants, le public familial et les adolescents/adultes. Le contenu de ces jeux s'adapte en fonction de ces groupes pour satisfaire

¹³⁴ Voir Annexe 10 p 143-151.

¹³⁵ DUFRESNE-TASSE C. et LEFEBVRE, A., *Psychologie du visiteur de musée : contribution à l'éducation des adultes en milieu muséal*, Hurtubise HMH. Ville LaSalle, Québec, 1996.

chaque besoin. Cette segmentation permet donc d'adapter les contenus, mais montre aussi ses limites en figeant parfois les usages et en invisibilisant certains publics.

III- Conception et contenu des jeux de piste

A. Supports du jeu

Les supports matériels des jeux de piste sont essentiels à questionner et à étudier pour comprendre les ambitions derrière leur conception. Ainsi, ces supports ont été questionnés selon plusieurs axes comme leur matérialité, la présence d'accessoires ou d'éléments interactifs. Ces informations sont synthétisées dans un tableau en annexe 2¹³⁶, tandis que des photographies des supports de jeux sont présentées en annexe 5¹³⁷. Certaines de ces dernières pourront être intégrées dans cette restitution. Les observations offrent une typologie des offres de supports que l'on peut retrouver majoritairement en France. Subséquemment, nous étudierons à l'aide d'exemples de notre étude de terrain trois formes matérielles : les jeux sur papier, les jeux sur support numérique, les jeux sans support s'appuyant sur un.e intervenant.e culturel.le.

Dans un premier temps, les jeux de piste reposant sur un support numérique ont été examinés. Ce format, désormais largement répandu, repose principalement sur l'usage du smartphone comme interface de jeu. Les jeux peuvent être géolocalisables ou pas. C'est le cas du jeu de piste non-géolocalisable « Le défi d'Ulrich » du musée de La Poste visible ci-dessous en figure 1. Le jeu est présenté sous forme de page web qui invite les visiteurs-joueurs à se projeter dans le rôle d'enquêteurs virtuels, munis d'accessoires fictifs tels que des lunettes de vision nocturne, du luminol, d'une lampe UV et une loupe. L'interactivité dans ce jeu est minimale car les

¹³⁶ Voir Annexe 2 p. 104-106.

¹³⁷ Voir Annexe 5 p. 117-123.

joueurs peuvent uniquement cliquer sur les réponses proposées, il n'y a pas de contenus additionnels. Le téléphone est seulement un support statique. Dans ce même esprit, le jeu proposé par le Petit Louvre « Cherchons Joyeuse » fonctionne via une application ou directement sur le site internet du musée. Le jeu s'appuie majoritairement sur la narration disponible en ligne et ne mobilise pas d'éléments accessoires physiques. Le support reste statique et ne propose qu'une possibilité d'appuyer sur des boutons pour répondre. Ce support est utilisé pour plusieurs raisons notamment pour alléger la logistique du musée et pour rendre la visite autonome. En effet, le jeu sur smartphone favorise une expérience en autonomie pour des publics qui sont familiers avec l'usage de leur propre téléphone dans leur quotidien. Le musée peut retirer des avantages de ce type de support sur un plus long terme d'un point de vue logistique. La structure n'a pas besoin de mobiliser et de former des médiateurs, ni de gérer les stocks d'impression ou d'accessoires. Le numérique n'est pas sans désavantages, le développement initial du jeu peut être coûteux et n'est pas toujours exploité au maximum pour rendre l'expérience de jeu impactante. Le numérique pourrait compléter et renforcer certains mécanismes ludiques comme des retours immédiats, des vidéos, des sons, des indices.

A contrario, il existe des jeux géolocalisables, comme ceux proposés par les entreprises Atlantide.io ou Géo Gaming. Ces jeux s'appuient sur les déplacements des joueurs dans l'espace et parfois de la réalité augmentée pour déclencher des contenus ou des énigmes, c'est par exemple le cas pour le jeu de piste « l'Enlèvement » au Château de Chantilly visible en figure 12¹³⁸ ou le jeu « Le pacte de la Colline des Arts »¹³⁹. Ils combinent une exploration physique et des interactions numériques pour renforcer une immersion en temps réel en autonomie. Cette utilisation du téléphone requiert une bonne connexion et de la batterie, car elle est très énergivore. Les choix graphiques de ces supports sont aussi intéressants à étudier pour comprendre les attentes du musée pour leur jeu. Tous ces supports sont

¹³⁸ Voir figure 12 de l'annexe 5 p.123.

¹³⁹ Voir Figure 13 de l'annexe 5 p.123.

visibles en annexe 5¹⁴⁰. Certains jeux présentent une interface simple, sobre avec peu de possibilité d'interactions. Cette simplicité peut nuire à une immersion du public en particulier chez les adolescents. À l'inverse, un design plus élaboré, complexe avec une identité graphique renforce la crédibilité du jeu et donne envie aux visiteurs. Le choix de la plateforme d'hébergement joue aussi un rôle non-négligeable. Lorsqu'un jeu est intégré directement au site internet du musée, il doit respecter une taille qui doit être supportable pour le site et s'intégrer dans une interface plus standardisée, conçue avant tout pour la communication institutionnelle. Les jeux de piste intégrés sur les applications tierces au musée bénéficient d'une narration et un graphisme plus libres. L'univers est créé par des spécialistes du *design* ludique avec une interface plus stimulante, une expérience de jeu fluide et une identité visuelle.

Les jeux de piste sur papier, souvent considérés comme la forme la plus classique, continuent d'occuper une place importante dans l'offre des institutions culturelles. Au musée Jacquemart-André, le support prend la forme d'une feuille A3 pliée, accompagnée d'un crayon. Le parcours est complété par deux dispositifs supplémentaires dans l'exposition : un téléphone et une ancienne visionneuse, tous deux munis de QR codes renvoyant à des vidéos mises en ligne sur la plateforme Vimeo¹⁴¹. Cette proposition fait dialoguer deux modes de matérialité pour proposer plus de dynamisme. Ce jeu permet la manipulation d'objets pour consulter des contenus numériques. Dans la continuité des supports en papier, le musée de la Monnaie propose un jeu de piste prenant la forme d'un journal de recherche de dix pages et d'une pièce en argent. Le jeu est ancré physiquement, tout au long du parcours, avec des dispositifs physiques à manipuler ou à observer comme des indices. Le support reste toutefois statique et sans retours immédiats, mais il laisse la possibilité aux joueurs de noter leurs réponses et attendre le résultat de leur enquête pour l'énigme finale. Nous avons pu observer un schéma similaire en observant le livret

¹⁴⁰ Voir Annexe 5 p. 117-123.

¹⁴¹ Voir Figures 5 et 6 de l'annexe 5 p. 119.

proposé dans l'exposition temporaire « De la case au pixel » au musée suisse du Jeu¹⁴². Ce livret est à compléter puis la solution apparaît sur une machine en fin d'exposition. Le jeu de piste « Mission aux Invalides » proposé par Cultival et le musée de l'armée correspond à un format plus hybride combinant plusieurs supports en papier et la présence de plusieurs médiateurs. Ces derniers introduisent le jeu en début de partie et restent le long du jeu pour proposer leur aide. En parallèle, les visiteurs se voient prêter une série de supports papier : un livret d'enquête, une carte d'État-Major et une feuille de notes accompagnée d'une lampe UV¹⁴³. Grâce au support en papier, le visiteur est autonome, il n'a pas besoin de technologie, de connexion internet. Ces supports permettent aux enfants d'accéder plus facilement au jeu et aux publics éloignés du numérique comme les personnes âgées, les publics très peu à l'aise avec le numérique. Ainsi, le support prolonge l'expérience au-delà de la visite, en agissant comme un souvenir pouvant être emporté à la maison. Toutefois, il faut aussi nuancer leur usage puisque ces supports présentent quelques limites. En effet, ils sont peu évolutifs aux changements. Leur production peut avoir un impact environnemental non-négligeable, surtout si les livrets sont jetés après usage. Par ailleurs, leur manque d'interactivité les rend parfois moins engageants, nécessitant des compléments comme des accessoires ou une médiation humaine. Enfin, ils s'usent vite, peuvent se perdre, et sont parfois perçus comme peu attrayants par les publics adolescents ou jeunes adultes, plus sensibles aux codes du numérique.

Certaines institutions proposent des jeux de piste sans support autonome, s'appuyant entièrement sur la présence de médiateurs. C'est notamment le cas du musée de l'Homme, où aucun support n'est remis aux enfants. Le parcours se construit à l'oral, grâce au récit du médiateur qui mobilise une tablette pour montrer des vidéos de chercheurs, des charades et rébus imagés. Le jeu repose alors sur une médiation incarnée, laissant peu de place à l'autonomie du public, mais favorisant une expérience

¹⁴² Voir Figure 7 de l'annexe 5 p. 120.

¹⁴³ Voir Figures 10 et 11 de l'annexe 5 p. 122.

collective. D'une manière similaire, la visite « À la rescousse » du musée Picasso-Paris mobilise une médiatrice pour mener le jeu et confier des fiches plastifiées avec des indices visuels. Le support papier y est donc très secondaire, tandis que la médiation humaine reste centrale. Ce format présente des avantages, notamment de flexibilité, puisque le guide peut ajuster son discours en temps réel selon l'âge et le niveau scolaire du groupe. Le format oral de la médiation humaine favorise le dialogue avec le public, l'échange et la collaboration entre les participants. Le groupe de visiteurs peut se concentrer uniquement sur les œuvres. Ce type de format est adapté pour les enfants non-lecteurs, pour les personnes en situation de handicap cognitif ou bien les publics en apprentissage du français. Les intervenants du musée permettent une fiabilité sur les contenus scientifiques. Toutefois, ce type de visites ludiques limite l'autonomie des visiteurs et nécessite la mobilisation et la formation d'un professionnel, qui représente un coût de temps, un salaire et de la planification pour le musée.

B. Dimensions ludiques et narratives

L'observation participante et l'étude des supports ont permis de mettre en lumière des mécanismes ludiques. Pour rappel, les jeux sont constitués par un ensemble de processus constituant et entretenant le récit comme l'explique Brougère¹⁴⁴. Nous choisirons d'étudier à la fois les jeux d'un point de vue ludologique et narratologique, selon des critères concernant la nature et la diversité des énigmes, la nature du parcours, le principe de récompense et la narration.

Pour nos différentes catégories d'énigmes, nous mobiliserons la typologie de Patrick Schmoll qui propose une classification des énigmes¹⁴⁵ : par codage reposant sur la transformation d'un message en un système de signes à décrypter ; par superposition et observation, nécessitant un changement de perspective pour révéler un élément caché ; par des jeux de

¹⁴⁴ BROUGERE, Gilles. *Jouer/Apprendre*, Paris, Economica, 2005. p. 32-41

¹⁴⁵ SCHMOLL, Patrick. « Énigme », in Brougère, G., Savignac, E. (dir.), *Dictionnaire des sciences du jeu*, Toulouse, Erès, 2024, p.115.

manipulations, impliquant une interaction physique ou mentale avec un objet, souvent via des essais et erreurs ; par logique mathématique induisant un raisonnement logique ou par des énigmes fictionnelles telles que des devinettes ou des jeux de mots. La vue est le sens le plus stimulé dans le musée, car c'est un lieu d'observation, dès lors toutes les énigmes présentes renforcent cette posture d'observation comme on peut le constater dans le tableaux en annexe 6¹⁴⁶ et ci-dessous et en annexe 7¹⁴⁷. Plusieurs institutions ont mis en place des indices dans leurs collections. Cela se manifeste, par exemple, au musée de La Poste où plusieurs indices sont dissimulés parmi les œuvres, comme l'illustre la figure 3¹⁴⁸. D'autres établissements, notamment le musée suisse du Jeu ou le musée de l'Armée, proposent quant à eux des indices révélés à l'aide d'une lampe UV¹⁴⁹.

		Par codage	Par superposition et observation	Par manipulation	Par logique mathématiques	Par énigmes fictionnelles
1	Le défi d'Ulrich		X			X
2	Missions aux Invalides	X	X			X
3	Cherchons Joyeuse		X			X
4	Le mystère de la 13 ^e œuvre		X	X	X	X
5	Livret-famille du MSJ*		X			X
6	Les petits chercheurs		X			X
7	A la rescousse		X			
8	Opération MIDAS		X	X		X
9	L'enlèvement		X			X
10	Le pacte de la Colline des Arts		X			X

Titre : Tableau récapitulatif des typologies d'énigmes selon Patrick Schmoll

Par ailleurs, comme l'évoque le tableau ci-dessous et en annexe 7¹⁵⁰, la vue est le plus souvent favorisée dans ces jeux. Toutefois, certaines

¹⁴⁶ Voir Annexe 6 p. 124.

¹⁴⁷ Voir Annexe 7 p. 125.

¹⁴⁸ Voir Figure 3 de l'annexe 5 p.118.

¹⁴⁹ Voir Figure 11 de l'annexe 5 p.122.

¹⁵⁰ Voir Annexe 7.

institutions culturelles innovent en mobilisant les autres sens des visiteurs. Le deuxième sens le plus sollicité est l'ouïe avec des contenus multimédias comme des vidéos utilisées notamment dans le jeu d'investigation du musée Jacquemart-André ou des bruits d'ambiance laissant transparaître un code en morse à décrypter au musée de la Monnaie. Le toucher et l'odorat peuvent être mobilisés, comme nous l'avons constaté dans ce même musée, comme le montre la figure 9¹⁵¹ représentant les dispositifs installés pour l'usage des joueurs au sein du parcours. Les sens sont des moteurs importants pour stimuler les joueurs. Pour illustrer cela, nous traiterons plus en détails du jeu de la Monnaie de Paris qui sollicite presque tous les sens. Le toucher à l'aveugle est favorisé grâce à un dispositif qui permet aux joueurs de manipuler une médaille gravée afin de débloquent pour trouver la solution d'une énigme. Par ailleurs, le musée joue aussi avec l'odorat des visiteurs. Ces derniers doivent découvrir des odeurs et les classer de telle manière à faire ressortir un code secret. Il est à rappeler que la mobilisation des sens relève du budget alloué au jeu, du degré d'immersion et d'expérience voulus par les concepteurs.

		La vue	L'ouïe	Le toucher	L'odorat	Le gout
1	Le défi d'Ulrich	X	X			
2	Missions aux Invalides	X				
3	Cherchons Joyeuse	X				
4	Le mystère de la 13 ^e œuvre	X	X			
5	Livret-famille du MSJ*	X				
6	Les petits chercheurs	X	X			
7	A la rescousse	X				
8	Opération MIDAS	X	X	X	X	
9	L'enlèvement	X				
10	Le pacte de la Colline des Arts	X				

Titre : Tableau récapitulatif des sens mobilisés par les d'énigmes

¹⁵¹ Voir Annexe 5 p. 117-123.

Après avoir analysé les différentes variétés des énigmes ainsi que les sens mobilisés au cours du jeu, nous évoquerons leur gradation progressive en termes de difficultés. Le jeu est défini par l'attitude ludique du joueur ou l'acceptation de ce dernier aux règles et au second degré. Pour maintenir le joueur en tension, certains concepteurs misent sur une gradation progressive des énigmes comme c'est le cas pour le jeu « Mission aux Invalides », lorsque les joueurs doivent se rassembler pour résoudre une énigme et déverrouiller un *cryptex*, c'est-à-dire un coffre-fort portable conçu pour dissimuler des messages secrets grâce à un verrouillage complexe. Toutefois, nous avons remarqué qu'une majorité des jeux de piste ne comportaient pas de gradation progressive en termes de difficulté, peut-être en corrélation avec le type de publics visés.

Pour comprendre cette gradation, il faut tout d'abord étudier le type de parcours du jeu. En effet, l'enquête se déploie à travers un parcours pensé pour maintenir l'intérêt narratif des participants. Ce parcours est construit à partir de nombreux facteurs comme le temps de visite, le nombre et la durée des arrêts¹⁵². Souvent, ce parcours est linéaire, chaque énigme débloque l'étape suivante, assurant une progression continue et un sentiment de découverte graduelle, comme c'est le cas pour le musée du Louvre. Il existe également des parcours libres, qui laissent aux visiteurs le choix de l'ordre dans lequel ils souhaitent résoudre les énigmes, créant ainsi des chemins multiples vers le dénouement. La « mission aux Invalides » illustre ce type de parcours, notamment à cause des restrictions de temps, les joueurs doivent optimiser leur recherche et choisir l'ordre des énigmes pour gagner du temps. L'autonomie est un facteur à prendre en compte dans l'expérience du visiteur, elle est en partie permise par les retours immédiats sur les énigmes. Plus le jeu s'adapte aux besoins et profils des visiteurs, plus il sera efficace. Les dispositifs sur papier ne permettent pas d'adaptation en

¹⁵² EIDELMAN, J., GOTTESDIENER, H., LE MAREC, J., « Visiter les musées : Expérience, appropriation, participation », *Culture & Musées. Muséologie et recherches sur la culture*, Hors-série, 2013, p.76.

temps réel. Leur efficacité repose sur une conception en amont anticipant les besoins des publics. Pour pallier ces problèmes, certains carnets intègrent les solutions à la fin du carnet. Ces dispositions limitent la frustration et les abandons liés à une énigme non résolue. Les visites-jeux animées par des intervenants culturels, comme au musée de l'Homme ou au musée national Picasso-Paris, proposent une adaptation en temps réel en fonction de la fatigue ou de l'appétence des visiteurs. Ces derniers bénéficient d'un accompagnement personnalisé que les autres supports ne peuvent pas apporter. Les supports numériques offrent des retours immédiats. En effet, la mauvaise réponse est souvent signalée et accompagnée d'un indice, favorisant une progression plus fluide. Ce type de retour respecte une logique de jeu équilibrée entre énigme et solution. Un niveau de difficulté mal calibré peut entraîner une mise en échec trop fréquente, comme observé au musée Jacquemart-André, où certains enfants ont abandonné le parcours. Plusieurs interrogations auprès de quelques joueurs.se.s au musée de la Monnaie indiquent une désolidarisation du jeu. Toutefois, lorsque la progression est optimale et que les joueurs parviennent à terminer le jeu, ils peuvent obtenir une récompense. Cette dernière constitue un critère ludique indispensable au jeu. Elle matérialise la quête, la rétribution, la finalité procurant du plaisir et créant un souvenir positif lié au musée. En questionnant plusieurs joueurs à propos de leurs ressentis par rapport au jeu, ils ont exprimé leur satisfaction d'avoir réussi ou de gagner quelque chose. La récompense est surtout symbolique au vu des contraintes budgétaires, mais elle permet de matérialiser une victoire et un souvenir d'une activité au musée. Certains établissements font d'ailleurs le choix de proposer le carnet de jeu en souvenir, considérant le jeu lui-même comme une forme de récompense. De ce fait, l'expérience du visiteur est prolongée au-delà de la visite.

C. Rapports aux collections

Les différents protocoles de recherche ont permis de comprendre le lien entre les jeux et les collections. La visite des publics s'effectue au travers des interactions avec des accompagnateurs, l'espace d'exposition, les

objets, les textes et le jeu¹⁵³. Ce dernier doit ainsi permettre un rapport étroit avec les collections et proposer un contenu scientifique et véridique¹⁵⁴. Nos entretiens avec des professionnelles de la médiation soulignent que l'un des objectifs fondamentaux de ces dispositifs est de favoriser la création d'un lien, un échange entre l'objet et le public grâce au contenu.

L'adhésion des visiteurs et la réussite du jeu de piste reposent sur une narration tournée vers les collections ou l'histoire du musée. En analysant les schémas narratifs de tous les jeux de piste de notre corpus, nous pouvons constater que la majorité respecte le schéma narratif de Greimas¹⁵⁵ comme en témoigne l'annexe 8¹⁵⁶. Le schéma actanciel de Greimas a une structure claire qui permet de guider le visiteur dans une fiction encadrée. Chaque œuvre intervient comme un chapitre du récit ou comme un adjuvant au personnage principal. Les scénarios sont construits à partir des œuvres du musée. La narration essaye de faire exister un lien émotionnel entre le public et l'œuvre. La plupart des récits sont structurés autour d'un vol, d'une disparition ou d'un sauvetage d'une œuvre du musée, pour le musée Jacquemart-André, il s'agit de trouver la 13e œuvre de Nélie Jacquemart ; pour le musée de la Poste, le visiteur doit empêcher Ulrich de voler une œuvre ; pour le jeu de piste du Louvre, il faut résoudre l'énigme de l'épée de Charlemagne. Les œuvres peuvent remplir plusieurs fonctions comme un indice à trouver, un obstacle à déchiffrer, un décor dans lequel l'histoire prend place ou devenir un personnage du jeu, comme l'épée de Charlemagne dotée de capacités de parole. De ce fait, l'œuvre est centrale dans le scénario, elle agit plus généralement comme l'élément déclencheur ou le but du jeu. De plus, les scénarios s'adaptent aux types de musées, les musées d'art, d'histoire centrent leurs jeux sur des œuvres incontournables. Le musée de l'Homme traite aussi de l'histoire du musée et de l'héritage de

¹⁵³ EIDELMAN, J., GOTTESDIENER, H., LE MAREC, J., « Visiter les musées : Expérience, appropriation, participation », *Culture & Musées. Muséologie et recherches sur la culture*, Hors-série, 2013, p.75.

¹⁵⁴ Voir Annexe 10 p.143-151.

¹⁵⁵ GREIMAS, A. J. *Sémantique structurale: Recherche de méthode*, Paris, Humensis, 2015. p.156.

¹⁵⁶ Voir Annexe 8 « Liste des scénarios des jeux de piste étudiés » p. 126-129.

Paul Rivet dans sa dernière énigme notamment. La fiction est souvent présente dans les scénarios, incluant des phénomènes qui ne se déroulent pas d'habitude dans un musée, les œuvres sont transposées dans une autre réalité contrairement à certains jeux ancrés dans le réel.

Les œuvres sont utilisées comme point d'ancrage au jeu. Elles sont comme des balises dans un parcours, elles permettent de se repérer, elles sont aussi détentrices des solutions. Cette mise en valeur est sélective, car le parcours du jeu de piste s'appuie sur les œuvres les plus pertinentes pour une durée de jeu d'environ 1 heure. A chaque énigme, une œuvre est mobilisée. A raison d'environ 10 énigmes pour chaque jeu de piste en moyenne, 10 œuvres seront utilisées comme indices/balises. Ainsi, au musée de la Poste, le jeu mobilise des objets précis en demandant parfois au visiteur de croiser les informations entre plusieurs cartels. De même, dans « Cherchons Joyeuse », l'un des jeux les plus riches narrativement, les visiteurs sont invités à interagir avec des figures historiques comme Napoléon III, Eugénie, Alcuin, Charlemagne. Cette articulation favorise une immersion dans les collections, tout en guidant le regard du visiteur vers une sélection d'œuvres choisies pour leur pertinence. Chaque énigme est pensée en résonance avec les thématiques des collections comme pour la visite ludique *Les Petits Chercheurs*.

Outre les œuvres, le jeu de piste s'appuie sur la spatialité des collections. Les indices et quelques aménagements, pour accroître l'adhésion des visiteurs dans l'histoire, sont installés parmi la scénographie. Les indices à détecter avec les UV, les détails cachés sous les œuvres, les cartels ajoutés pour le jeu¹⁵⁷, constituent un pont entre le jeu et la scénographie des collections. Comme nous l'avons déjà évoqué, le musée de la Monnaie de Paris utilise des objets grandeur nature dans plusieurs de ses salles pour matérialiser le jeu dans l'espace tout comme le jeu de piste du musée Jacquemart-André. Pour conclure, les jeux ont un rapport direct

¹⁵⁷ Voir Annexe 5 p.117-123.

avec les collections du musée en mobilisant des œuvres et en prenant appui sur la scénographie du lieu. Les scénarios narratifs sont imaginés en fonction du type de musée afin de toujours s'ancrer dans la réalité muséale.

L'analyse croisée des jeux de piste créés par les institutions culturelles et des acteurs privés met en évidence une pluralité d'offres, de dénominations et de publics visés. Tous les jeux s'appuient sur des supports physiques et narratifs similaires, des mécanismes ludiques basés sur des énigmes tournées vers les œuvres, les collections ou l'histoire des institutions.

Partie 3 – Discussions des résultats

La revue de littérature a permis de mettre en exergue une chronologie et les enjeux de la médiation ludique, en croisant les définitions théoriques de la médiation culturelle à celles du jeu et leurs évolutions contemporaines. La médiation ludique est un moyen de permettre aux musées de proposer, de manière amusante, des contenus scientifiques et de répondre aux injonctions du public. Ces activités attirent de nouveaux visiteurs et en fidélisent d'autres, comme les familles autour d'événements de jeux grandeur nature récurrents, avec une volonté de se démarquer d'autres musées avec ce genre d'offre ludique. Cette partie met en évidence les réponses à notre problématique, à savoir, dans quelle mesure la mise en place d'offres de jeu de piste au sein d'institutions muséales peut être envisagée comme un outil de médiation culturelle. Tout d'abord, nous avons émis l'hypothèse que les jeux de piste pourraient être qualifiés d'offre de médiation, car ils peuvent permettre aux visiteurs d'observer plus attentivement les œuvres choisies et d'adopter une attitude de recherche plus approfondie que lors d'une visite traditionnelle. Les jeux de piste peuvent créer du lien entre l'œuvre et le public, mais aussi entre les visiteurs. On peut supposer qu'il y a une médiation intergénérationnelle qui en découle, et plus largement de la convivialité. Les jeux de piste pourraient être également un moyen efficace d'immersion et d'adhésion¹⁵⁸ à la visite par la narration et les sens qu'ils mobilisent grâce à la diversité d'énigmes. Nous avons questionné les raisons et les objectifs derrière la conception de ces jeux en observant leur matérialité et leur contenu. Les institutions culturelles créent ces jeux pour donner un nouveau sens aux collections et pour renforcer l'implication des visiteurs. Les jeux des acteurs privés mettraient l'accent sur l'expérience plus récréative et immersive. Les institutions culturelles utilisent les jeux pour plusieurs raisons, nous supposons qu'ils servent un rôle pédagogique, mais s'inscrivent aussi dans une logique

¹⁵⁸ BROUGERE, G., *Jouer/Apprendre*, Paris, Economica, 2005.

marketing de recherche ou de fidélisation de nouveaux visiteurs en vantant une expérience divertissante ou ludique. Ces jeux peuvent aussi permettre aux institutions et à des acteurs privés de structurer des partenariats pour créer des jeux innovants intégrés dans le projet muséal. Toutefois, la conception de jeux de piste créés sans concertation avec le musée, peut faire émerger une légère concurrence. Les entreprises privées à but lucratif utilisent le lieu du musée dans une logique de rentabilité en se servant de la notoriété du musée comme nouvel espace de visibilité pour leurs projets.

Par conséquent, nous rappellerons brièvement les définitions de médiation culturelle que nous suivons dans cette étude. Selon les muséologues Elisabeth Caillet et Evelyne Lehalle, la médiation signifie « l'ensemble des dispositifs grâce auxquels les musées cherchent à mieux informer, orienter et former leurs publics, directement ou par l'intermédiaire des volets les plus variés »¹⁵⁹, mais aussi celle des chercheurs François Mairesse et Serge Chaumier : « La médiation culturelle regroupe l'ensemble des actions qui visent à réduire l'écart entre l'œuvre, l'objet d'art ou de culture, les publics et les populations »¹⁶⁰. La médiation agit comme l'intermédiaire, quelque chose qui fait le lien par une posture d'observation. Les supports et outils de médiation sont d'abord réfléchis par rapport à un public ciblé¹⁶¹. En effet, l'espace muséal organise cette rencontre entre la dimension symbolique et communicationnelle des objets culturels et un public particulier. Subséquemment, il met en œuvre des dispositifs de médiation qui soutiennent une démarche de préfiguration du sens, c'est-à-dire de production de sens en vue de sa réception¹⁶². Le jeu de piste est une activité ludique structurée qui invite les participants à résoudre une série d'énigmes ou à suivre des indices disséminés sur un parcours défini, afin de

¹⁵⁹ CAILLET, E. *A l'approche du musée, la médiation culturelle*, Lyon, Presses universitaires de Lyon, 1995.

¹⁶⁰ CHAUMIER, S., MAIRESSE, F., *La médiation culturelle*, Malakoff, Armand Colin, 2023.

¹⁶¹ Voir Annexe 9 p. 130-142.

¹⁶² DE LA VILLE V.-I., BADULESCU, C., « Préfigurer le sens d'une visite familiale interactive au musée », *MEI - Médiation et information*, 42, 2018, p. 28-38.

pouvoir accéder à la résolution d'une énigme finale¹⁶³. Les défis rencontrés peuvent varier, allant d'un simple jeu de repérage à des casse-têtes. Il s'appuie sur un scénario narratif formé vers la résolution d'une intrigue ou d'une enquête prenant la forme du schéma actanciel de Greimas.

Nous avons étudié une dizaine de jeux que nous pourrions qualifier de jeux de piste au cours de notre étude de terrain, dans plusieurs institutions culturelles en France et en Suisse. Ces observations nous permettent d'apporter des avancées et des pistes de réflexion pour notre étude. Dans un premier temps, les résultats de l'enquête de terrain mettront en lumière les conditions pour qu'un jeu de piste puisse être qualifié comme un outil de médiation, pour susciter une position d'observation et de recherche, pour créer un lien entre les visiteurs et les œuvres et enjoindre à la découverte de l'institution. Ensuite, nous soulignerons les limites et les tensions liées à ce médium en traitant de la tension entre le jeu et la simplification du contenu scientifique, les inégalités d'accès pour certains publics ainsi que sa charge logistique et humaine importante. Pour finir, nous esquisserons une typologie des différents jeux de piste selon leur degré de médiation.

I- Le jeu de piste, un moyen de rapprocher le public à l'institution muséale

A. Susciter de l'observation et une attitude de recherche

Nos recherches ont mis en lumière que les jeux de piste incitent à une observation plus attentive des œuvres avec une attitude de recherche, qui permet au public d'aiguiser son regard. Le musée est en effet un lieu où le regard est important, savoir ce qu'il faut voir et comment le faire s'apprend, par conséquent le jeu de piste peut inviter le visiteur à observer un détail une

¹⁶³ BROUGERE, Gilles, ROUCOUS, Nathalie et al., « Dispositifs et publics des jeux d'exploration guidée. Jeux de piste, chasses au trésor et autres jeux d'extérieur ». [Rapport de recherche] Université Sorbonne Paris Nord. 2020. p.99

œuvre en particulier, plus que lors d'une visite traditionnelle en autonomie, notamment pour les enfants. Cette invitation à une attitude d'observation plus poussée participe à valoriser les œuvres des collections. Les œuvres choisies sont mises en lumière par le jeu. Elles constituent des balises guidant les publics tout au long du parcours, elles incarnent des indices en grande majorité. Ainsi, pour réussir à trouver les solutions, les visiteurs-joueurs doivent s'en approcher et les regarder minutieusement. Au musée de la Poste, les énigmes renvoient aux objets en demandant parfois au visiteur de croiser les connaissances de certains cartels ou avec d'autres œuvres dans un contexte fictionnel. Alors qu'au musée suisse du Jeu, le parcours est organisé sans récit narratif, les questions font directement référence aux œuvres. Même si le degré de narration n'est pas le même dans chaque jeu, nous pouvons affirmer qu'ils s'appuient tous sur les œuvres¹⁶⁴. Certains demandent une inspection minutieuse, comme le jeu d'investigation du musée Jacquemart-André qui s'appuie sur des énigmes de déduction.

Le contenu des énigmes montre que la majorité ne valorise pas l'histoire du musée directement dans leur propos, ils n'apportent pas d'éléments complémentaires au contenu des cartels et n'expliquent pas les objets¹⁶⁵. Ils ne renforcent pas la compréhension des œuvres par des explications, mais ils guident le regard du visiteur vers ce qu'il doit voir et ils apportent une nouvelle signification aux œuvres. Néanmoins, le jeu « Cherchons Joyeuse » illustre une l'apport d'éléments historiques. En témoignant de nouvelles anecdotes, ce jeu crée du lien entre les personnages historiques des différentes époques présentées dans des salles géographiquement éloignées. Les liens entre ces personnages ne sont pas aisés à faire pour un jeune public, ainsi le jeu permet de créer une continuité grâce à un objet qui les rassemble, l'épée de Charlemagne. La visite ludique des petits chercheurs apporte également des notions complémentaires sur les thématiques importantes du musée, notamment sur

¹⁶⁴ Voir annexe 8 p. 126-129.

¹⁶⁵ Voir annexe 2 p. 104-106.

l'évolution, les espèces en voie de disparition, l'art pariétal, l'esclavage, sur la création du musée en mentionnant Paul Rivet en énigme finale. Ces apports sont transmis par les médiateurs dans les restitutions collectives, grâce à des vidéos montrant des *interviews* de chercheurs-scientifiques du musée. Les visites ludiques dont la structure s'appuie sur les jeux de piste apportent plusieurs clés de compréhension permettant au public d'aller plus loin, comme c'est aussi le cas au musée Picasso-Paris avec la visite « à la rescousse » demandant aux enfants de retrouver des tableaux incontournables du peintre avec des indices. Après avoir trouvé ces tableaux, l'intervenant culturel aborde la vie du peintre et les thèmes importants de sa peinture. Les attitudes de recherche et de réflexion permettent une ouverture d'esprit et amènent le visiteur à accueillir de nouvelles informations lors de la découverte des solutions des énigmes. Beaucoup de musées font le choix d'apporter des contenus scientifiques et historiques dans les retours immédiats, en profitant de l'attention et de l'adhésion du joueur, comme c'est le cas pour le jeu « Le pacte de la Colline des Arts »¹⁶⁶ qui apporte des informations sur les collections des onze différentes institutions participantes.

Les mécanismes ludiques peuvent être de bons leviers de médiation, notamment pour maintenir l'attention et l'adhésion du visiteur à la visite, Elisabeth Caillet souligne que pour s'appropriier les contenus, il faut adopter des méthodes actives¹⁶⁷. Les cinq types d'énigmes théorisées par Patrick Schmoll¹⁶⁸ se combinent pour le rendre actif en mobilisant ses connaissances et lui permettre de créer de nouvelles significations, en relation avec les œuvres. Les réponses aux énigmes nécessitent de la créativité, un esprit de synthèse et des compétences linguistiques. Incarnant une forme d'interactivité, les jeux de piste requièrent au public d'observer, d'associer, de lire, de décrire, de dessiner, de cocher, de relier des

¹⁶⁶ Voir Annexe 5 p. 117-123.

¹⁶⁷ CAILLET, E., *Accompagner les publics : l'exemple de l'exposition « Naissances » au Musée de l'homme, novembre 2005-septembre 2006*, Paris, L'Harmattan. 2007.

¹⁶⁸ SCHMOLL, Patrick. « Énigme », in Brougère, G., Savignac, E. (dir.), *Dictionnaire des sciences du jeu*, Toulouse, érès, 2024, p.115.

informations parfois codées et symboliques. Ainsi, les mécanismes ludiques comme les indices, les retours immédiats, les énigmes permettent de maintenir les joueurs dans une incertitude et une envie d'avancer dans le jeu¹⁶⁹. Certains jeux ont une volonté de narrer une histoire et de faire passer la médiation au premier plan, comme le jeu de piste du Louvre qui fait interagir des personnages historiques avec le visiteur. C'est un des rares cas où l'histoire est plus importante que le jeu car qu'il n'y a pas de solution ni d'énigme finale. Le livret famille du musée suisse du Jeu propose aussi une volonté de pédagogie et de médiation affirmée par la présence d'anecdotes et de questions tournées vers le visiteur pour qu'il réfléchisse aux œuvres qu'il vient de voir. Les chercheurs De Miguel de Blas M., Bourgeon-Renault D. et Jarrier E. écrivent dans leur article « *The aim is not to change the content of the art museum but to approximate its identity to that of the public so as to provide the public with access to art.* »¹⁷⁰ c'est-à-dire que l'enjeu n'est pas de modifier le contenu du musée d'art, mais de rapprocher son identité de celle du public, afin de faciliter l'accès de ce dernier à l'art, en créant une proximité identitaire. Le jeu de piste est un moyen de se rapprocher des techniques et des habitudes ludiques de certains publics comme le jeune public ou les adolescents, le musée opère un rapprochement avec ces publics, en adoptant les codes de leurs pratiques ludiques et quotidiennes. Cette proximité permet de proposer certains contenus pédagogiques ou simplement de susciter la curiosité plus facilement qu'avec d'autres supports de visites.

Souvent, les jeux de piste sont mis en place par les institutions pour une visée pédagogique. En effet, certains jeux mobilisent un médiateur qui apporte un contenu pédagogique. La médiation humaine témoigne d'une volonté de sérieux dans l'activité¹⁷¹, comme on le voit dans les deux visites

¹⁶⁹ VYGOTSKY, L. S., *Mind in Society: Development of Higher Psychological Processes*, Cambridge, Harvard University Press, 1978

¹⁷⁰ DE MIGUEL DE BLAS, M., BOURGEON-RENAULT D., et JARRIER, E., « Can Interactive Mediation Tools Bridge the Identity Gap Between the Public and the Art Museum? », *International Journal of Arts Management*, 18-1, 2015, p. 52.

¹⁷¹ Voir Annexe 10 p.143-151.

guidées se basant sur les mécaniques du jeu de piste au musée Picasso et au musée de l'Homme. Les médiateurs parviennent à canaliser l'attention des enfants et à les maintenir intéressés dans la visite en les poussant à résoudre des énigmes tout du long. Cependant, les restitutions des solutions sont majoritaires dans le temps de parole. Ainsi, nous pouvons constater que le jeu est utilisé comme prétexte ou comme appât dans un premier temps, mais qu'il n'est pas une fin en soi. Un échange rapide avec une médiatrice du musée de l'Homme nous a confirmé que l'enjeu n'est pas de jouer à un jeu de piste, mais de pouvoir attirer les enfants dans une visite ludique et pédagogique. Le musée garde le contrôle sur les informations transmises et leur compréhension par les petits visiteurs, plus que s'ils étaient en autonomie. Ces constatations sont renforcées par les chercheuses Jamila Al Khatib et Marie-Josée Gacogne qui montrent que le médiateur agit en tension entre l'œuvre et les publics auxquels il s'adresse, il ajuste son discours pour résonner avec les participants par le choix du vocabulaire, le ton de sa voix, les modalités discursives, l'organisation de son propos, les questionnements adressés au public¹⁷².

Sans médiateur, le jeu propose également une forme de guidage avec des mécaniques ludiques et de la narration. Le joueur est guidé tout en ayant le sentiment d'être autonome et de construire lui-même son parcours¹⁷³. Le jeu s'articule autour d'un parcours qui construit un espace par sa significativité et son pouvoir performatif afin de créer du sens au visiteur¹⁷⁴. Ce parcours est pensé autour de scénarios narratifs¹⁷⁵ et se matérialise sur les supports de jeux comme les livrets. Nous avons constaté que les structures culturelles font le choix de concevoir des livrets en papier à destination des enfants. Ces supports ont un rôle important à jouer dans la

¹⁷² AL KHATIB J., GACOGNE, M.-J. « La médiation culturelle : du concept à l'activité - Varia », *Cahiers d'histoire du Cnam*, vol.09-10-1, 2018, p.182.

¹⁷³ BROUGERE, G., ROUCOUS, N., et al., « Dispositifs et publics des jeux d'exploration guidée. Jeux de piste, chasses au trésor et autres jeux d'extérieur ». [Rapport de recherche] Université Sorbonne Paris Nord. 2020.

¹⁷⁴ JACOBI, D., « La place du ludique dans la conception des expositions et de leurs dispositifs d'interprétation », p. 11-20, In Fourès, A., Maczek, E. (dir.), *Le ludique dans l'espace muséal*, MkF Éditions, 2021.

¹⁷⁵ Voir Annexe 8 p. 126-129.

médiation, ils permettent de faciliter l'accès au nouveau sens créé par le jeu, aux œuvres, mais aussi à canaliser l'attention pendant la visite. Ce support permet d'organiser les œuvres en relation avec l'histoire du jeu¹⁷⁶ et d'attribuer un rôle aux visiteurs leur permettant de développer une autonomie et de se sentir valorisé¹⁷⁷. Ce ressort ludique permet également de s'approprier l'œuvre en s'identifiant à une autre personne que soi.

Les jeux de piste constituent un moyen de favoriser une observation attentive des œuvres et de susciter une adhésion du public par la narration afin de faciliter une appropriation des œuvres.

B. La création de liens

Les jeux de piste peuvent s'affirmer comme des supports de médiation en favorisant les liens entre les visiteurs et les œuvres, mais aussi les membres d'une même famille et/ou des individus qui ne se connaissent pas, selon la définition de François Mairesse et Serge Chaumier¹⁷⁸.

Tout d'abord, les jeux de piste font dialoguer les visiteurs avec les œuvres, grâce à la position d'observation qu'ils induisent et la position active que les visiteurs doivent adopter¹⁷⁹. A chaque solution trouvée, l'œuvre cesse d'être une énigme lointaine ou un indice à décrypter. Elle entre dans le cercle de connaissances et de maîtrise du visiteur. Les émotions du visiteur sont mobilisées par la surprise, l'émerveillement et la fierté de la découverte vers une nouvelle appropriation et un nouveau sens.

¹⁷⁶ DE LA PORTE BERA, Marie-Pierre, « Pourquoi réaliser un livret de visite en famille ? Le cas du musée d'Art et d'Histoire du Judaïsme », *Visiter en famille*, La Documentation française, 2016, p. 129-137.

¹⁷⁷ DE LA VILLE V.-I. et BADULESCU, C., « Préfigurer le sens d'une visite familiale interactive au musée », *MEI - Médiation et information*, 42, 2018, p. 28-38.

¹⁷⁸ CHAUMIER, S., MAIRESSE, F., *La médiation culturelle*, Malakoff, Armand Colin, 2023.

¹⁷⁹ Voir annexe 7 p.125.

Dans un contexte familial, les jeux peuvent susciter une médiation intergénérationnelle¹⁸⁰. Les observations au cours de notre étude de terrain mettent en lumière que les visiteurs adultes se saisissent du support du jeu, plus que l'enfant lui-même. Bien souvent, le parent est le médiateur dans une dynamique de médiation parentale. Par ce biais, le parent ou l'accompagnateur stimule l'enfant, l'aide à résoudre les énigmes, à tisser des liens et l'aide à maintenir son attention. Ainsi, il sert d'intermédiaire entre l'exposition et l'enfant¹⁸¹. Le jeu devient un prétexte pour dialoguer, résoudre ensemble des énigmes, construire un récit partagé et vivre une expérience émotionnelle commune. Dès lors, les concepteurs du jeu doivent anticiper les attentes de la dyade parent-enfant faisant écho à la notion d'opérativité symbolique, en créant un récit qui tisse une relation entre les visiteurs et le lieu¹⁸². En effet, la visite en famille est une pratique répandue en France, particulièrement dans les musées de sciences et d'histoire, où les enfants représentent une part importante du public¹⁸³. Ces statistiques poussent, depuis les années 2000, les institutions culturelles à démultiplier leurs activités dédiées au groupe familial. Une étude en 2015 menée par Anne Jonchéry dans les musées de Poitou Charente retrace les motifs de visite et fait apparaître la convivialité et la quête hédoniste comme des attentes exprimées, en particulier par le public familial des musées¹⁸⁴. Les familles viennent au musée pour partager des moments de convivialité, dans le cadre d'un projet éducatif et l'acquisition d'un capital culturel. Les chercheuses Valérie-Inés De la Ville et Cristina Badulescu témoignent de cette recherche

¹⁸⁰ BADULESCU, C., DELESTAGE C.-A., et DE LA VILLE, V.-I., « La visite familiale interactive libre au musée : accompagner le parent dans son rôle de médiateur culturel, le cas du Musée du Papier d'Angoulême », In Federico TAJARIOL, Ioan HOSU et Nicolas PELISSIER (dir.), *Information, communication et humanités numériques : enjeux et défis pour un enrichissement épistémologique*, Accent, 2019, p. 265-278.

¹⁸¹ BADULESCU, C., DELESTAGE C.-A., et DE LA VILLE, V.-I., op. cit. p. 265-278.

¹⁸² JACOBI, Daniel, « La place du ludique dans la conception des expositions et de leurs dispositifs d'interprétation », p. 11-20, dans Fourès, Angèle et Maczek, Ewa (dir.), *Le ludique dans l'espace muséal*, MkF Éditions, 2021.

¹⁸³ JONCHERY A. et BIRAUD, S. « Musées en famille, familles au musée : De l'expérience de visite des familles à des politiques muséales spécifiques », *Informations sociales*, 181-1, 2014, p. 86-95.

¹⁸⁴ JONCHERY A., *À l'écoute des visiteurs 2015 dans les musées de Poitou-Charentes*, DRAC Nouvelle-Aquitaine, 2015. p.10.

en écrivant « au-delà des bénéfices cognitifs, les familles recherchent dans la visite muséale la possibilité de partager des moments de qualité afin de créer des souvenirs communs qui ont l'effet performatif de produire la famille »¹⁸⁵. Dans ce cadre, la plupart des scénarios de jeux de piste destinés aux familles utilisent le vouvoiement, afin de s'adresser prioritairement aux parents. La rédaction des textes est adaptée aux différents intérêts et niveaux de compréhension du groupe familial.

Certains jeux de piste misent particulièrement sur la coopération entre les membres de la famille pour renforcer la cohésion. C'est le cas au musée suisse du Jeu, où les indices sont dissimulés à des hauteurs et emplacements variés, notamment au sol ou en hauteur, incitant les participants à fouiller ensemble l'espace et à se répartir les tâches pour mutualiser leurs découvertes. Ainsi, cette activité permet à l'enfant de se sentir considéré en étant investi d'une mission.

L'importance des parents comme relais de médiation est souvent mise en avant dans les discours promotionnels ou les éléments de communication des institutions culturelles, notamment sur leur site internet. Par exemple, la visite des Petits Chercheurs au Musée de l'Homme est conçue pour « favoriser l'interaction entre l'enfant et son accompagnateur »¹⁸⁶, en valorisant l'échange et la coopération autour des contenus scientifiques. De même pour la visite ludique « À la rescousse », proposée au Musée Picasso qui s'adresse à « l'ensemble des membres de la famille »¹⁸⁷, soulignant que la réussite du jeu se situe dans la résolution des énigmes, mais surtout dans la convivialité en famille.

¹⁸⁵ DE LA VILLE V.-I. et BADULESCU, C., « Préfigurer le sens d'une visite familiale interactive au musée », *MEI - Médiation et information*, 42, 2018, p. 5.

¹⁸⁶ MUSÉE DE L'HOMME. « Les petits chercheurs », *Musée de l'Homme*, Disponible sur : <https://www.museedelhomme.fr/fr/les-petits-chercheurs> (Consultation le 8 mai 2025).

¹⁸⁷ MUSÉE NATIONAL PICASSO PARIS. « À la rescousse », *Musée Picasso Paris*, Disponible sur : <https://museepicassoparis.fr/fr/la-rescousse> (Consultation le 8 mai 2025).

Au-delà du cercle familial, les jeux favorisent la rencontre et la coopération entre des individus qui ne se connaissent pas. Les supports et la recherche peuvent engager une entraide, un dialogue et un partage¹⁸⁸. Les visiteurs développent un sentiment d'appartenance collective vers la solution, notamment au musée suisse du Jeu qui a constaté des interactions systématiques entre les groupes de visiteurs. Ces jeux s'attachent à créer des expériences de visites partagées dans un musée comme espace de sociabilité et de création de liens.

C. Attiser la curiosité et la découverte de l'institution ?

De plus, la plupart des institutions culturelles utilisent ces offres comme des moyens d'attirer les publics en éveillant leur curiosité par des modes de visite moins traditionnels. Notre étude permet de renforcer ce que certains chercheurs ont mis en lumière quant à la présence marquée du ludique dans l'espace muséal.

Certains jeux de piste incarnent une vocation plus affirmée de divertissement, d'éveil de curiosité, notamment à destination des familles. Ces jeux contribuent à faire de l'espace muséal un espace convivial. Geneviève Vidal, spécialiste de la médiation numérique, observe d'ailleurs que les publics recherchent des formes de médiation plus concrètes et émotionnelles¹⁸⁹. Dans cette optique, les jeux de piste peuvent être pertinents pour mener à une expérience de visite stimulante et dont la réussite se matérialise par une récompense. L'étude menée en 2005 par l'Observatoire des publics de la Cité des enfants révélait que les enfants préféraient que les expositions soient un « terrain d'aventure »¹⁹⁰. Ces goûts

¹⁸⁸ SCHMOLL, P., *Chasseurs de trésors. Socio-ethnographie d'une communauté virtuelle*, Strasbourg, Néothèque, 2007

¹⁸⁹ VIDAL, G. *La médiation numérique muséale : Un renouvellement de la diffusion culturelle*, Pessac, Presses Universitaires de Bordeaux, 2018.

¹⁹⁰ HABIB M.-C. et (de) MENGIN, A., « Évolution des attentes des publics et capitalisation des études pour les futures expositions de la Cité des sciences et de l'industrie », *La place des publics*, Paris, La Documentation française, 2015, p. 73-85.

pour l'aventure et la découverte ludique sont souvent renforcés par la présence d'une récompense à la fin du jeu de piste ou par un objet à conserver comme le support en papier. Ces éléments fonctionnent comme des traces matérielles du passage au musée et participent à un souvenir positif. Ils permettent d'ancrer l'expérience dans le temps, de renforcer l'attachement au lieu et peut-être d'attirer ces publics pour une nouvelle visite. De cette manière, le jeu devient un outil de médiation dans le sens où il crée un lien de curiosité entre le visiteur et l'institution. Par une approche plus ludique, il concentre l'attention du visiteur devant certaines œuvres sélectionnées. Le visiteur utilise ses connaissances, ses souvenirs et s'approprie une nouvelle signification de ces objets. Cette offre permet de découvrir le musée sous un nouvel angle grâce à une narration fictive. Les énigmes et défis proposés permettent de mobiliser physiquement et intellectuellement les sens des visiteurs avec des nouvelles propositions¹⁹¹. De ce fait, ces propositions provoquent une sensation de plaisir comme le constate Colette Dufresne-Tassé¹⁹². Si l'expérience est plaisante pour le visiteur, cette activité peut permettre au musée d'être associé à un espace accueillant, vivant où l'on peut s'amuser et s'approprier l'espace et les œuvres. Cette stratégie est particulièrement efficace auprès des familles et des adolescents.

II- Limites et tensions observées sur le terrain

A. Tensions entre le jeu et le contenu scientifique

Notre étude de terrain a mis en lumière plusieurs limites quant à l'utilisation du jeu de piste comme offre culturelle de visite. L'une des principales tensions réside dans le difficile équilibre entre l'aspect ludique et les exigences du contenu scientifique. Le discours muséal est simplifié en

¹⁹¹ Voir Annexe 7 p.125.

¹⁹² DUFRESNE-TASSE, C. et LEFEBVRE, A., *Psychologie du visiteur de musée : contribution à l'éducation des adultes en milieu muséal*, Hurtubise HMH. Ville LaSalle, Québec, 1996.

raison des contraintes du jeu qui tendent à privilégier l'action, la narration et le temps au détriment des nuances ou de la complexité du propos¹⁹³. Certaines de ces activités répondent à des logiques marketing de recherche de visibilité par des partenariats culturels. C'est le cas du jeu intitulé « Le Pacte de la Colline des Arts », conçu pour valoriser le réseau des 11 institutions culturelles du 16^e arrondissement de Paris. L'observation participante menée dans le cadre de notre protocole a révélé que les questions proposées au fil du parcours se limitent, pour la majorité, à des éléments descriptifs ou anecdotiques sans véritable incitation à une observation fine. On peut supposer que ce jeu géolocalisable répond davantage à une stratégie de communication qu'à une ambition pédagogique en attirant près de 7 000 participants en un week-end.

En outre, la simplification du contenu scientifique est liée au temps imparti pour réaliser le parcours de l'activité. Nous avons constaté que la plupart des jeux de piste dure entre 1 heure et 1 heure 30¹⁹⁴. En effet, il faut trouver un équilibre entre un parcours qui permet de ne pas perdre l'attention des visiteurs-joueurs et un temps de visite moins stressant pour leur laisser le temps de déambuler et d'observer des œuvres. Cette durée peut être jugée comme optimale en accord avec le temps de concentration moyen de 50 minutes pendant la visite et la volonté de créer un enjeu. A contrario, nous avons fait l'expérience du jeu « Le Pacte de la Colline des Arts » dont la durée était estimée entre 2 heures et 3 heures, ce qui a beaucoup impacté la motivation et l'achèvement de ce jeu, nous avons noté beaucoup de signes de désintéressement de la part des visiteurs. Lorsque le jeu est minuté précisément, les joueurs ne s'intéressent qu'aux œuvres sélectionnées et ont tendance à ne pas prêter attention au reste. La visite muséale est alors réduite à une série d'étapes fonctionnelles. Notre test au musée de l'Armée a montré que des visiteurs s'empressent de courir pour respecter le délai imparti d'une heure. Nous avons observé plus de décontraction chez les publics dans des jeux sans contraintes comme ceux

¹⁹³ Voir Annexe 2 p. 104-106.

¹⁹⁴ Voir Annexe 2 p. 104-106.

du musée de la Poste ou au Louvre. Ainsi, le temps imparti entraîne inévitablement la simplification du discours muséal qui est optimisé pour être rapide et accrocheur.

De plus, les formats narratifs et fictifs du scénario rendent difficile le témoignage de toute la richesse du musée, de son histoire ou de ses collections. Le scénario est bien souvent relié à une œuvre existante à protéger, à retrouver ou bien une œuvre fictive dans la continuité des thématiques de l'institution¹⁹⁵. La pluralité de ces scénarios imaginaires sont déconnectée des enjeux réels du musée qui pourraient entacher l'expérience ludique. L'intégration d'un propos scientifique dense est presque impossible au risque de perdre l'attention des visiteurs dans un surplus de lecture. Le contenu transmis doit être incorporé en fonction de sa pertinence avec le jeu, comme dans les jeux « Opération MIDAS » au musée de la Monnaie ou encore « L'enlèvement » au château de Chantilly qui incorporent des anecdotes historiques. Cette médiation ludique implique inévitablement des choix et des renoncements dans la mesure où elle doit attirer un large public.

Le jeu ne doit pas être une fin en soi. La sélection des œuvres ne doit pas être un prétexte à la construction d'un parcours ludique sans réel objectif pédagogique ni invitation à l'observation. Qu'ils soient des jeux conçus par les services des publics des établissements culturels ou par des prestataires externes, les jeux de piste sont généralement conçus en lien avec les collections, avec le type de musée ou leur histoire. L'activité doit ancrer solidement le scénario du jeu en corrélation avec le musée quel que soit le moyen choisi, par la narration, le choix des œuvres, la formulation des énigmes... Il est aussi essentiel que le scénario ne prenne pas le pas sur l'exposition. En effet, le jeu ne doit pas détourner du musée, mais enjoindre à le découvrir. Pour cela, le visiteur ne doit pas être incité à s'empressement de gagner, ni de performer¹⁹⁶. La compétition est souvent minimisée pour

¹⁹⁵ Voir Annexe 8 p. 126-129.

¹⁹⁶ VAN DORPE A., SCAMPS, L., « Des livrets pour accompagner les enfants dans les musées », *La Lettre de l'OCIM. Musées, Patrimoine et Culture scientifiques et techniques*, 120, 2008, p. 4-10.

privilégier une découverte individuelle, à contrario de l'exemple du jeu de piste « L'enlèvement » au château de Chantilly qui met en évidence un classement de ses joueurs avec leurs points et leur record de temps. Nous avons constaté la prise en compte de ce facteur important dans de nombreux cas des jeux de piste sans minutage, caractérisés aussi par le droit à l'essai-erreur. En effet, l'erreur n'existe que très rarement et elle ne pénalise pas la visite des publics. Il existe des systèmes de points qui peuvent être perdus, comme au musée de la Poste ou pour le jeu de piste de la Colline des Arts, mais la perte de ces points est dérisoire et n'empiète pas sur l'expérience¹⁹⁷. Nous avons aussi observé que de nombreux musées ont fait le choix de mettre à disposition les solutions des énigmes, comme le musée de la Monnaie ou le musée suisse du Jeu. Ce choix est significatif car il sous-entend que la réussite est accessoire et que le plus important est d'avoir apprécié le jeu de piste au sein du musée. La médiation ludique est un moyen utile uniquement si elle reste au service du musée, et non l'inverse.

Un autre enjeu à prendre en compte lors de la conception du jeu concerne les effets physiques et comportementaux induits par la dimension ludique dans l'espace muséal. L'attitude compétitive engendrée par la recherche d'indices peut pousser les visiteurs à se précipiter dans les salles, au détriment de la contemplation des œuvres et des autres publics. Cet « effet livret », décrit par les chercheurs Hana Gottesdiener et Jean-Christophe Vilatte, est causé par la durée minutée des jeux qui exerce une pression sur les joueurs comme nous l'avons expliqué précédemment. Ils ont notamment montré que le livret a tendance à structurer un parcours contraint, où les enfants cherchent avant tout à répondre aux questions au détriment d'une réelle attention aux œuvres¹⁹⁸. Ces constatations sont aussi valables pour le jeu de piste qui invite le visiteur à suivre un parcours contraint. La muséologue Audrey Van Dorpe souligne également que si les éléments à repérer sont trop éloignés ou mal signalés, les publics peuvent

¹⁹⁷ Voir Annexe 2 p. 104-106.

¹⁹⁸ VILATTE, Jean-Christophe et GOTTESDIENER, Hana, « Une mallette-jeu pour l'éducation à l'image : jeu et/ou apprentissage », op. cit. p. 187-201.

se décourager et abandonner le livret¹⁹⁹. Il est donc essentiel de concevoir ces supports avec attention. Le support du jeu ne doit pas canaliser excessivement le regard, ni enfermer la visite dans un enchaînement mécanique d'énigmes. L'enjeu est de permettre une appropriation plus ouverte et active des collections, sans que le support prenne le pas sur l'expérience muséale elle-même.

B. Les inégalités d'accès aux jeux

Les jeux de piste sont pensés par les institutions culturelles et/ou leurs partenaires pour toucher un large public²⁰⁰. Toutefois, il est important de souligner qu'ils peuvent être inaccessibles et par conséquent inefficaces. De nombreux facteurs entraînent des inégalités d'accès comme le prix ou la difficulté de jeu.

En effet, en croisant nos observations avec la riche littérature sur la médiation ludique et la théorie du jeu, il est mis en exergue qu'un jeu trop complexe, mal expliqué ou insuffisamment contextualisé peut être un frein à sa jouabilité. Il est nécessaire de trouver un équilibre entre la difficulté et la facilité des énigmes, de la logique et du parcours²⁰¹. Tous les visiteurs ne partagent pas les mêmes aptitudes, les mêmes repères culturels ni les mêmes attentes vis-à-vis des jeux. Effectivement, il est important de prendre en compte le degré d'adaptation des publics face à une nouvelle histoire, une manière de jouer et un terrain de jeu grandeur nature. Le sentiment d'échec est à éviter dans ces jeux, car il déprécie l'expérience du visiteur. Pour cibler le public, il est nécessaire de connaître le stade de développement cognitif, les représentations et les connaissances préalables des visiteurs visés. Ainsi, les activités et les discours doivent être adaptés en conséquence. Il paraît aussi intéressant d'inclure une phase de test et de concertation avec les publics pour concevoir les jeux de piste, comme c'est

¹⁹⁹ VAN DORPE A., SCAMPS, L., « Des livrets pour accompagner les enfants dans les musées », *La Lettre de l'OCIM. Musées, Patrimoine et Culture scientifiques et techniques*, 120, 2008, p. 4-10.

²⁰⁰ Voir Annexe 4 p.116.

²⁰¹ Voir Annexe 10 p. 143-151.

notamment le cas dans l'entreprise Cultural qui alloue beaucoup de temps aux phases de tests et de remaniements²⁰². Cette attention aux besoins des visiteurs peut permettre de rendre le jeu plus pérenne.

L'accessibilité des jeux de piste ne dépend pas que de leur clarté, mais aussi de leur coût financier. Certaines institutions culturelles proposent des supports papier gratuits ou inclus dans le prix du billet d'entrée, tandis que d'autres affichent des tarifs plus élevés qui peuvent rendre l'expérience difficilement envisageable pour un public familial large notamment. Certains jeux de piste conçus par des agences événementielles ou animés par des guides conférenciers indépendants peuvent atteindre des prix allant de 20 € à 240 € par groupe ou par personne²⁰³. Ces tarifs témoignent d'une volonté de recherche de qualité de l'expérience et de l'expertise mobilisées pour la conception. Par ailleurs, les prix ont tendance à augmenter lors des événements spéciaux, comme les nocturnes, ce qui peut accentuer le caractère élitiste de certaines propositions. Le tarif est un marqueur du type d'expérience proposé en indiquant le niveau de personnalisation, d'encadrement ou d'animation, mais aussi sur la stratégie d'ouverture à des publics éloignés de l'offre culturelle classique.

Ces deux aspects montrent que pour que le jeu de piste soit efficace, il est important de tenir compte de la compréhension, des besoins, des envies et des moyens financiers des visiteurs. Tous ces facteurs sont essentiels et constituent un cahier des charges à respecter.

C. Une charge logistique et humaine importante

La mise en place d'un jeu de piste dans un musée doit être séquencée et pensée depuis sa conception à sa réalisation. Cette réflexion requiert des compétences logistiques, des besoins matériels et parfois humains. Le service chargé de la réalisation du jeu de piste doit veiller à

²⁰² BnF Partenariats, Cultural, « Jeu Immersif, Nouvelle Valorisation pour les Institutions Culturelles », atelier présenté lors du SITEM, 25 mars 2025, Paris.

²⁰³ Voir Annexe 2 p.104-106.

anticiper les besoins des publics pour créer le support. En effet, ce dernier doit séduire le visiteur pour qu'il en fasse usage et en retire du plaisir en effectuant le parcours²⁰⁴. L'intitulé se doit être amusant, ludique, fictionnel mais ancré dans les collections et donner un rôle au visiteur. Le concepteur du jeu tient compte des motivations du visiteur, de ses connaissances et attitudes à l'égard de ce qui est présenté, de la présence de compagnons de visite, de la structuration de l'exposition et des conditions d'orientation spatiale et conceptuelle. Concevoir un outil qui se veut servir la médiation est un métier nécessitant une compréhension fine des publics. De plus, la production d'un jeu de piste implique une logistique matérielle et budgétaire non négligeable, pouvant être lourde. Le support physique doit être qualitatif pour être attrayant. Dans le cas du support papier, il faut optimiser les coûts d'impression, la plastification, la reliure, etc. Le matériel prêté ou donné comme les crayons, les lampes, mais également les récompenses distribuées aux participants doivent être prises en compte. Les entretiens que nous avons menés, nous ont permis de comprendre les enjeux de gestion des stocks et de budget. En effet, la question du retour du matériel par les visiteurs devient alors cruciale pour limiter les dépenses, bien qu'elle ne soit pas toujours respectée. Un des objectifs observés est la rationalisation des coûts, en optant pour du matériel rechargeable, mais cela suppose aussi une organisation en amont (achat de multiprises USB, gestion des recharges, contrôle des stocks). L'agence Cultival, en charge de la conception de certains jeux de piste, comme celui du musée de l'Armée aux Invalides, a fait le choix de supports haut de gamme avec trois livrets plastifiés en couleur, une carte reliée spiralée, une lampe torche et un crayon qui sont remis à chaque participant. Face à la qualité et au coût de production de ces matériaux, la restitution des accessoires à la fin du parcours est systématiquement exigée. La démarche de Cultival montre que, même dans un cadre plus événementiel ou externalisé, le contrôle des supports est essentiel pour la pérennité de la qualité du dispositif. Concernant les

²⁰⁴ VAN DORPE A., et SCAMPS, L., « Des livrets pour accompagner les enfants dans les musées », *La Lettre de l'OCIM. Musées, Patrimoine et Culture scientifiques et techniques*, 120, 2008, p. 4-10.

supports numériques, l'hébergement de la page web et la maintenance, sont aussi à prendre en compte. C'est pour cela que plusieurs institutions choisissent des supports sur des applications gérées par des entreprises privées. D'autre part, les médiateurs qui animent les visites jeu de piste doivent être formés, tout comme les agents d'accueil sollicités par le public. Une coordination et une communication efficaces doivent être mises en place entre les différents services. Lorsque le jeu est conçu par une entreprise privée, le musée communique son cahier des charges dans le cadre d'une collaboration étroite²⁰⁵. Ces prérequis logistiques, humains et matériels conditionnent la pérennité et le bon déroulement de l'offre.

III- Une typologie des jeux de piste

Dans un contexte où l'offre ludique muséale tend à se développer rapidement, il apparaît pertinent de s'interroger sur les risques de standardisation des jeux de piste. De nombreuses offres présentent des structures similaires, comme des scénarios centrés sur la disparition d'une œuvre, des énigmes par superposition et observation, nécessitant un changement de perspective ou des énigmes fictionnelles basées sur des devinettes, des jeux de mots ou des récits à résoudre. La majorité des énigmes de ces jeux relèvent de la catégorie visuelle en mobilisant le sens d'observation. Cette homogénéisation peut nuire à la singularité des expériences proposées et affaiblir le lien avec l'institution. Il semble essentiel que chaque offre soit conçue en adéquation avec les objectifs de chaque institution pour pouvoir être efficace, notamment pour les jeux de piste à visée pédagogique et de médiation. Ces derniers mobilisent les collections comme base des énigmes pour valoriser les œuvres à travers la narration et une posture d'observation.

Par ailleurs, une confusion terminologique s'observe fréquemment dans la désignation de ces offres. Certains jeux de piste sont qualifiés

²⁰⁵ BnF Partenariats, Cultural, « Jeu immersif, nouvelle Valorisation pour les institutions culturelles », atelier présenté lors du SITEM, 25 mars 2025, Paris.

d' « *escape games* » sans qu'ils ne respectent les critères et les réalités structurelles de ce jeu. Cette imprécision s'observe dans les jeux de piste centrés sur l'immersion qui empruntent certains codes, sans en adopter le format. Notre objet d'étude ne concerne pas les jeux d'évasion, mais nous mentionnons le jeu « Esprit es-tu là » du musée du Quai-Branly dans ce paragraphe, afin de souligner l'enjeu de choisir les bons termes pour définir les offres. Ce jeu présenté comme *escape game* constitue une exception dans le marché des offres culturelles et ludiques, il réunit les caractéristiques du jeu d'évasion, tant par sa spatialité dans une partie fermée des collections permanentes, que par la présence d'un *game master*, d'un temps imparti et d'une mission centrée sur le fait de s'échapper des collections²⁰⁶. Notre étude de terrain a mis en lumière que les musées présentent leurs offres avec des noms qui diffèrent et qui édulcorent leur nature. Force est de constater que la majorité des offres appelées *escape game* sont en réalité des jeux de piste comme en témoigne le jeu « Le pacte de la Colline des Arts ». La manière dont les institutions communiquent sur leurs activités témoigne de leurs objectifs de conception et des publics ciblés. Ces informations nous sont indispensables pour élaborer notre typologie de jeux de piste.

Notre étude nous permet de dessiner une typologie de jeux de piste dans les musées en fonction de plusieurs critères. L'utilisation de certains supports est fortement corrélée aux objectifs pensés pour ces jeux. Cette typologie est récapitulée dans le tableau ci-dessous²⁰⁷.

A. Les jeux de piste à visée pédagogique et de médiation

Tout d'abord, nous pouvons esquisser une première catégorie pour les jeux de piste plus classiques, conçus pour accompagner les collections et les expositions temporaires, sur des supports simples pour réduire les

²⁰⁶ Voir Annexe 10 p.143-151.

²⁰⁷ Mais aussi en Annexe 11 p.152

coûts et la logistique. Ces jeux sont généralement à faire en autonomie, sans limite de temps avec un parcours flexible que le visiteur peut choisir. De plus, les œuvres et l'histoire du musée sont bien intégrées dans le scénario pour que le visiteur puisse mobiliser ses compétences d'observation. Ce type de jeu de piste sert des motivations de médiation à destination des familles. Il est conçu généralement par les services de médiation de l'institution culturelle qui place la médiation au cœur de la narration et des mécaniques ludiques. Cette offre est utilisée pour créer un ou des liens entre le public et les œuvres. Même s'il n'apporte pas des éléments contextuels complémentaires de manière systématique, il invite les visiteurs à observer, à questionner et à réfléchir en rapport avec les collections. Le jeu de piste du musée suisse du Jeu illustre parfaitement cette catégorie en plaçant les œuvres en priorité dans le jeu, ou comme le jeu « Cherchons Joyeuse » du musée du Louvre. Le degré de narration de ce type de jeu doit être équilibré pour être attrayant mais aussi se baser sur les collections. Les visites organisées au musée Picasso et au musée de l'Homme témoignent de cette utilisation du jeu de piste comme moyen d'attirer les publics familiaux en stimulant la curiosité des visiteurs à travers d'une recherche ludique dans les collections. Cette volonté pédagogique est renforcée par la présence de médiateurs qui adaptent et transmettent le contenu scientifique vulgarisé. La construction des énigmes et les retours immédiats favorisent la réflexion et la valorisation d'anecdotes.

B. Les jeux de piste d'immersion favorisant l'expérience

En outre, nous pouvons souligner une deuxième catégorie de jeux de piste, tournés vers la narration et l'immersion du visiteur au travers d'énigmes, de mécanismes de jeux plus poussés. Ces jeux s'appuient sur les collections et doivent suivre un fil conducteur en lien avec l'institution muséale et ses valeurs, toutefois ils ont moins un but pédagogique, que d'éveil de la curiosité et du divertissement. Ces jeux sont promus comme des expériences uniques à vivre et témoignent plus d'une volonté marketing d'attirer des visiteurs autrement, avec des offres qui changent. Le jeu

« Mission aux Invalides » illustre cette catégorie en étant programmé dans une temporalité événementielle ponctuelle, lors des nocturnes du musée de l'Armée, avec un prix plus élevé et avec un temps limité. Toutefois, il est nécessaire de préciser que le jeu s'appuie sur des œuvres et favorise l'immersion du public grâce à des comédiens. Par ailleurs, les comédiens de ce jeu recommandent systématiquement de revenir ou de rester au musée pour découvrir en profondeur les collections. Le jeu est alors utilisé pour attirer des publics avec une offre attractive, pour leur faire découvrir les collections et les inviter à revenir, comme d'un outil promotionnel, plus que de médiation. Cela peut être mis en corrélation avec les appellations de ces jeux comme des « *escape game* » bien qu'ils n'en soient pas. De même, l'utilisation de l'adjectif « immersif » dans les éléments de langage tend à montrer la volonté d'inscrire cette offre dans un cadre expérientiel. Les jeux « Opération MIDAS » au musée de la monnaie de Paris et « L'enlèvement » au Château de Chantilly permettent aussi de découvrir autrement les institutions en se divertissant et en incarnant un rôle fictif dans une expérience se voulant immersive avec une sollicitation des sens accrue. Ces jeux sont moins des outils de médiation, au sens muséal du terme, mais ils permettent d'attirer de nouveaux publics et de découvrir le musée autrement, comme ils le promettent sur leur site internet.

C. Les jeux de piste inter-institutionnels à visée promotionnelle

Enfin une troisième catégorie émerge, regroupant les jeux de piste conçus à l'échelle de réseaux de musées ou de partenariats inter-institutionnels. Le jeu dépasse le cadre d'un seul musée et est pensé comme un moyen de tisser des liens entre plusieurs lieux culturels. L'objectif principal n'est plus tant la médiation autour des collections, que l'obtention d'une visibilité grâce aux autres institutions participantes. C'est le cas par exemple du jeu « Le pacte de la Colline des Arts » qui invite à explorer 11 institutions en environ 2 heures, ou encore le jeu organisé dans le cadre des Jeux olympiques de Paris 2024 « Cinq musée en jeux. Un parcours d'énigmes » prenant place au sein du Centre Pompidou, du jardin des

Tuileries, du musée du Louvre, du musée d'Orsay, du musée de l'Orangerie et du musée du quai Branly - Jacques Chirac. Ces initiatives s'appuient sur une mise en commun des moyens pour attirer des publics en masse. Le jeu devient un prétexte au déplacement entre plusieurs institutions, ce qui ne laisse pas le temps au visiteur de découvrir en profondeur avec une posture d'observation poussée. Même si le jeu du Pacte de la Colline des Arts n'est pas minuté, une partie des visiteurs souhaiteront prioriser l'accomplissement du jeu, que la visite des 11 lieux. Ainsi nous pouvons en conclure qu'il s'agit d'un jeu de piste promotionnel d'un réseau d'institutions, plus qu'un outil de médiation ancré dans les collections.

Type de jeu de piste	Objectif principal	Supports et format	Public ciblé	Degré de médiation	Exemples
Jeu de piste classique et pédagogique	Médiation centrée sur les collections	Supports simples, autonomie, parcours libre non minuté	Familles, scolaires	Fort : observation, compréhension, lien avec les œuvres	- Cherchons Joyeuse - Le mystère de la 13 œuvre - Le défi d'Ulrich - A la rescousse - Les petits chercheurs - L'Enlèvement - Livret famille du Musée suisse du Jeu
Jeu de piste dit « immersif »	Divertissement, attractivité, marketing expérientiel	Énigmes scénarisées, durée limitée, événementiel	Adultes, publics en quête d'expériences originales	Modéré : œuvres présentes mais au service d'un récit narratif	- Mission aux Invalides - Opération MIDAS
Jeu de piste promotionnel inter-institutions	Visibilité et création d'un réseau entre établissements culturels	Parcours dans plusieurs lieux, support numérique ou papier, temps	Grand public, touristes, jeunes adultes	Faible : peu de lien approfondi avec les collections	- Le pacte de la Colline des Arts - Cinq musées en jeux

		plus ou moins défini			
--	--	----------------------	--	--	--

Titre : Typologie des jeux de piste dans les musées

Ces trois catégories ne prétendent pas à l'exhaustivité. Elle constituent néanmoins une proposition d'analyse susceptible d'évoluer, d'être enrichie ou révisée. Nous avons choisi de les définir à partir d'un croisement entre les motivations à l'origine de la création des jeux de piste, les types de supports mobilisés et la nature des énigmes proposées.

Conclusion

Alors que les musées multiplient les offres de jeux se voulant immersifs, cette étude s'est attachée à analyser le cas des jeux de piste afin de comprendre dans quelle mesure ils peuvent constituer un moyen de médiation culturelle au sein des institutions muséales. Les musées ont tout d'abord été réfractaires quant à l'utilisation du jeu dans leurs espaces, ils ont progressivement adopté des pratiques ludiques dans une visée pédagogique, à destination des scolaires, puis en élargissant leur offre aux familles et aux adultes. Ces activités sont proposées par de nombreuses institutions dans le cadre d'une valorisation de leurs collections, de leurs expositions temporaires ou pendant des événements ponctuels. Les pratiques autour du jeu de piste varient d'un musée à l'autre, selon leurs ressources, les acteurs qui les conçoivent, leurs publics et leurs objectifs. Le protocole de recherche s'est appuyé sur une observation participante et l'analyse d'une dizaine de jeux de piste organisés dans des institutions muséales en France ainsi qu'en Suisse. Des sources plurielles ont été mobilisées, incluant les supports matériels des jeux, les éléments de communication sur ces offres, les *verbatim* d'entretiens avec des professionnelles de la médiation et les observations récoltées pendant les tests des jeux.

Ce travail de recherche s'est appuyé sur plusieurs hypothèses que l'étude de terrain nous a permis d'analyser. Premièrement, nous avons supposé que les jeux de piste pouvaient constituer une forme de médiation culturelle. Ces dispositifs invitent les visiteurs à observer les œuvres sélectionnées dans un parcours défini et à adopter une posture active de recherche. Le jeu agit comme un support et un facilitateur dans la relation entre le visiteur et l'objet. Cependant, cette mise en relation est partielle et est conditionnée par la narration et les mécaniques du jeu. Ces deux éléments sont indispensables à l'adhésion du joueur aux règles, car sans un équilibre, les visiteurs se désintéressent de l'activité et les potentialités de médiation échouent. De surcroît, nous avons confirmé l'hypothèse que les jeux de piste peuvent créer du lien entre les visiteurs, entre eux et l'institution,

en suscitant la curiosité et en permettant aux publics de s'approprier une nouvelle signification des œuvres. Nous l'avons vu dans le cadre de jeux créés à destination des familles, qui ont suscités de la convivialité, de la collaboration ainsi qu'une forte médiation parentale et intergénérationnelle.

En fonction des créateurs de ces offres, les appellations du jeu diffèrent afin de cibler certains visiteurs, entre les chasses au trésor, les jeux d'évasion et les jeux d'enquête. Ces parents du jeu de piste se chevauchent, se combinent et témoignent des intentions des institutions. En effet, ces jeux peuvent s'inscrire dans une volonté pédagogique et de marketing pour attirer de nouveaux publics ou en fidéliser, en se rapprochant des pratiques ludiques qu'ils consomment, notamment pour les jeunes adultes, les enfants ou les familles. Les mécanismes ludiques sont corrélés aux âges et aux capacités des publics, néanmoins l'offre a tendance à les fragmenter en des catégories qui ne sont pas toujours pertinentes, ne prenant pas en compte leur attitude ludique. Trois grands groupes se dessinent en fonction des âges ciblés : les enfants, le public familial et les adolescents dans le même groupe que les adultes.

Ces hypothèses ont permis de construire une typologie de trois grandes catégories de jeux de piste selon leurs objectifs : le jeu de piste à visée de médiation créé par les services des publics des musées, les jeux favorisant l'expérience immersive divertissante et ceux qui promeuvent les institutions dans une logique marketing. Le jeu de piste peut servir de médiation en suscitant une posture d'observation, de recherche, en montrant au visiteur ce qu'il faut voir, tout en créant du lien en suscitant l'implication émotionnelle des visiteurs grâce à la narration et à la sollicitation des sens. Les œuvres choisies sont mises en lumière par le jeu. Elles constituent des balises guidant les publics tout au long du parcours, elles incarnent des indices en grande majorité. Certains jeux de piste incarnent une vocation plus affirmée de divertissement, d'éveil de la curiosité, notamment à destination des familles. Ces jeux contribuent à faire de l'espace muséal un espace convivial.

Notre étude de terrain a mis en lumière plusieurs limites quant à l'utilisation du jeu de piste comme offre culturelle de visite. L'une des principales tensions réside dans le difficile équilibre entre l'aspect ludique et les exigences du contenu scientifique. Le discours muséal est simplifié en raison des contraintes du jeu qui tendent à privilégier l'action, la narration et le temps au détriment des nuances ou de la complexité du propos. En sélectionnant des œuvres plutôt que d'autres, ces dispositifs structurent la visite autour d'un parcours balisé empêchant la contemplation spontanée. Cette sélection peut faciliter l'attention de publics peu familiers du musée, toutefois, l'apport de contenu est limité. Le jeu ne doit pas être une fin en lui-même. L'attitude compétitive engendrée par la recherche d'indices peut pousser les visiteurs à se précipiter dans les salles. Le jeu peut être inaccessible à certains publics s'il est trop complexe, mal expliqué ou si son prix est trop élevé. Les créateurs de ces activités doivent tenir compte de la compréhension, des besoins, des envies et des moyens financiers des visiteurs. Ces jeux peuvent être réalisés en interne aux services des publics et de la médiation, mais peuvent être l'occasion d'une collaboration entre le musée et des entreprises privées. En fonction de cela, la charge logistique et humaine est importante pour réunir l'expertise, les moyens humains, budgétaires pour créer les supports et pérenniser le jeu. Le prix de cette logistique peut se répercuter sur l'expérience des visiteurs qui sera plus développée, plus immersive avec des accessoires et des moyens plus conséquents.

Les contraintes budgétaires internes ainsi que leurs moyens peuvent limiter la portée des jeux de piste et influencer leur conception. Ainsi, nous ne pouvons généraliser nos observations à tous les jeux de piste. Notre recherche s'inscrit dans la continuité de la littérature sur la médiation ludique. Le jeu de piste est un objet d'étude questionné dans la littérature anglophone, mais il n'existe peu de travaux comparables sur le dispositif en lui-même. Ce mémoire a permis de réunir les sciences du jeu et la médiation culturelle, afin d'enrichir la compréhension des pratiques ludiques dans les lieux culturels. Il peut ouvrir la voie à des recherches pour en mesurer les effets réels sur les publics, au-delà des intentions des institutions.

Annexes

Annexe 1 – Tableau récapitulatif des offres de jeux de piste, dans les institutions muséales entre 2024 et 2025.

Nom du jeu	Musée	Date	Occasion	Public ciblé	Prix
Le mystère de la 13e œuvre	Musée Jacquemart André	2024-2025	Collections permanentes	Famille	19 €
Rouge Musée : Jeu des Fêtes de Bayonne	Musée basque	3 Dates entre 2024-2025	Événement	À partir de 5 ans	Gratuit
Le défi d'Ulrich	Musée de la Poste	De juin 2023 à janvier 2025	Collections permanentes	Tous publics (à partir de 10 ans)	Gratuit
Chasse au trésor	Philharmonie des enfants	16 mars à 2024	Événement	Famille dès 8 ans	Gratuit
Le mystère de l'œuvre brisée	Musée Rodin	Été 2024	Événement	Famille : adultes et enfants de 6 à 10 ans	28€ et 15€
A la rescousse	Musée Picasso	2025	Collections permanentes	Famille : à partir de 6 ans	20 €
Le mystère de l'œuvre brisée	Musée Rodin	Été 2024	Événement	Famille : adultes et enfants de 6 à 10 ans	28€ et 15€
Le Paris de la modernité, 1905-1925	Petit Palais	Janv - juin 2024	Exposition temporaire	Famille : à partir de 7 ans	5€ / enfant, 7€ / adulte + billet
Oh My Gods Wenna	Le musée en herbe	juin 2024 à mars 2025	Exposition temporaire	Famille	Gratuit
Georges le Rouge Gorge	Musée de Valence (arts et archéologie)	mai-24	Événement	Famille	4 € + billet d'entrée / Gratuit - 12 ans

Nom du jeu	Musée	Date	Occasion	Public ciblé	Prix
À la recherche du rouleau disparu !	Musée Cernuschi (musée d'art)	2023	Exposition temporaire	Famille	Gratuit
Les petits chercheurs	Musée de l'homme (musée de société)	2024-2025	Collections permanentes	Tous publics à partir de 5 ans	5 €
Missions Trésors de l'Histoire	Musée de l'armée	avr-24	Événement	Famille	Gratuit
Mission aux Invalides	Musée de l'armée	de 2024 à 2025	Événement	Jeunes et adultes à partir de 12 ans	20€ / 15€
Jeu de piste au musée	Musée des Beaux Arts de Rennes	2025	Événement	Enfant à partir de 7 ans	Gratuit
Cinq musées en jeux. Un parcours d'énigmes	Centre Pompidou, du musée d'Orsay, du musée de l'Orangerie et du musée du quai Branly-Jacques Chirac	Avril-juin 2024	Événement	Famille	Gratuit
Le trésor de Maurice	Museum national d'histoire naturelle	2024	Événement	Famille à partir de 12 ans	Gratuit
"Opération Midas"	Musée de la monnaie de Paris	2025	Collections permanentes	Famille	14
Cherchons Joyeuse	Musée du Louvre	2021	Collections permanentes	Famille	Gratuit
L'enlèvement	Château de Chantilly	2025	Collections permanentes	Famille	1,99€ + billet
Jeu de piste de la case au pixel	Musée suisse du jeu	2024-2025	Exposition temporaire	Famille	Gratuit

Nom du jeu	Musée	Date	Occasion	Public ciblé	Prix
Le Pacte de la Colline des Arts	11 institutions du 16e arr. (Paris)	juil-05	Événement	Famille	Gratuit
Folle histoire au château de Creil	Musée Gallet-Juillet	2025	Événement	Famille	40 €
Le secret	Musée Gallet-Juillet	2025	Événement	Famille	40 €
"The lost masterpiece"	Maison Européenne de la Photographie	avril mai 2025	Événement	Jeunes et adultes	90 €
L'objet magique	Musée de Normandie	févr-25	Événement	Famille à partir de 6 ans	Gratuit
Enquête au musée	Musée départemental de la Céramique	juil-05	Collections permanentes	Famille	Gratuit
SOS Momie	Musée Champollion – Les Écritures du Monde	2025	Événement	Famille / adolescents	Gratuit
Thot junior et les aventuriers de la	Musée Champollion – Les Écritures du Monde	2025	Événement	Famille à partir de 6 ans	Gratuit
Cavalier noir	Château de Chantilly	2025	Événement	Famille dès 10 ans	70 €

Annexe 2 – Tableau récapitulatif des résultats obtenus pendant les phases d'observation participante.

	Thèmes	Questions	Jeu 1	Jeu 2	Jeu 3	Jeu 4	Jeu 5
Présentation	Titre du jeu		Le défi d'Ulrich	Mission Invalides	Cherchons Joyeuse	Le mystère de la 13e œuvre	De la case au pixel
	Musée	Quel type de musée + son nom ?	Musée de la Poste (musée d'histoire)	Musée de l'armée (musée d'histoire)	Le musée du Louvre (musée d'art)	Musée Jacquemart André (musée d'art / hôtel particulier)	Musée suisse du jeu
	Quel acteur propose l'offre ?	Le musée ? Une agence événementielle ?	Le musée	Le musée a délégué à l'entreprise Cultival	Le musée	Musée de l'Institut de France a demandé à Sharewood anim et l'agence	Le musée
	Résumé bref	Quel.s "mystère.s" doit résoudre le.s visiteur.s ?	Série de 30 énigmes à résoudre pour pouvoir avoir plus d'informations sur le cambriolage de Ulrich au musée de la Poste	Il y a 6 jeux de piste en fonction du thème attribué à chaque équipe se référant à différents corps de l'armée (transmission, génie, infanterie, cavalerie etc.) Chaque équipe doit trouver un code pour permettre d'ouvrir un cryptex	Il faut chercher joyeuse l'épée de Charlemagne pour aider Benoit (un chercheur sur les phénomènes paranormaux du Louvre). L'épée est liée à la personnalité d'un empereur mais il n'y en a eu que trois en France, il faut tous les rencontrer pour résoudre l'enquête.	1882 : il y a un an déjà, Nélle Jacquemart, peintre reconnue a épousé : Edouard André. Nélle va lui inventer un jeu d'énigmes qui pourrait bien lui redonner envie de voyager à travers le monde à la recherche des plus belles œuvres. A vous de relever son défi la promesse de la 13ème œuvre	Grâce à la lampe de poche UV que tu pourras récupérer à ton arrivée, retrouve les 4 numéros cachés dans l'exposition. Une fois le code trouvé, il faudra encore accéder à la salle « Bonus » de l'exposition pour entrer le code - et recevoir un cadeau à la sortie !
Analyse des mécanismes de jeu	Support matériel	1) Quel(s) support(s) est/sont utilisé(s) (livret papier, application mobile, tablette, QR codes, réalité augmentée, etc.) ?	Le jeu se joue sur le téléphone (support digital / numérique) sous forme de page internet après avoir scanné un QR code (QR code dispo à l'accueil et dans l'exposition sur une assise)	Supports en papier donnés par des comédiens avec un brief sur l'histoire du musée pour introduire le JP	Se joue sur téléphone avec une appli ou directement sur le site web du "Petit Louvre"	Besoin de réserver un créneau sur internet du musée + le JP est une feuille A3 recto verso pliée en 3	Livret famille en papier
		Y a-t-il des accessoires en plus que le support du jeu de piste ?	Lunettes de vision nocturne, du luminol et lampe UV et une loupe virtuels	Un livret, une carte avec les lieux pertinents mis en valeur, une lampe UV et une feuille de note	X	Un crayon	Crayon et lampe UV
		Le support est-il exclusivement statique ou propose-t-il des éléments interactifs/multimédias ?	Le public peut cliquer sur les réponses (seule interactivité proposée)	Statique	Statique + le public peut cliquer sur les réponses (seule interactivité proposée)	Dans le parcours : 2 accessoires (téléphone + ancienne visionneuse avec des QR Code renvoyant à des vidéos)	Exclusivement statique / mais publics enfants et adultes doivent chercher l'aide de la lampe torche les 4 chiffres cachés à la fin de la visite
	Nature et diversité des énigmes (> typologie d'énigmes)	Quelles catégories d'énigmes sont proposées (logiques, visuelles, auditives, interactives) ?	Enigmes d'observation uniquement	Enigmes d'observation + énigme de déduction logique pour l'énigme de fin	Enigmes d'observation uniquement	Enigmes d'observation, de déduction, de logique ex: devinettes	Enigmes d'observation, de déduction (mots croisés)
		La diversité des énigmes permet-elle de mobiliser plusieurs sens ?	La vue et l'ouïe / Le toucher 1 fois	La vue	La vue	La vue, l'ouïe	La vue
		Insérer un exemple d'énigme	Enigme énoncée avec QCM	Enigme énoncée sans propositions	Enigme énoncée avec QCM	Enigme énoncée sans propositions "Je ne la porte plus" N. J. (réponse : bague en observant son cabinet + déduction)	Enigme énoncée + solution cachée dans les pages directement
	Complexité et gradation	La difficulté des énigmes est-elle progressive ?	Pas de gradation progressive	Gradation plus complexe pour l'énigme de fin mais même complexité pour	Pas de gradation progressive	Gradation progressive : devinettes qui donnent des lettres -> compter les	Pas de gradation, même niveau -> tous les résultats forment un code que les
		Le dispositif permet-il une adaptation des contenus ou des niveaux de difficulté en fonction du profil du joueur ?	Pas d'adaptation	Pas d'adaptation mais les médiateur.ice.s sont là pour aider les visiteurs en cas de besoin	Pas d'adaptation	Pas d'adaptation	Pas d'adaptation mais langage très simple avec des pictogrammes
		Existe-t-il des mécanismes d'aide ou d'indices pour accompagner le joueur en cas de blocage ?	Lorsque le visiteur se trompe, il perd un point mais il obtient un indice en rapport avec la solution = mécanisme d'aide	En cas de blocage, il faut appeler les médiateur.ice.s	Lorsque le visiteur se trompe il doit retourner en arrière pour tenter sa chance -> n'induit aucune contrainte	Pas de dispositif d'aide, en fin de parcours possibilité d'obtenir corrections avec les agent.e.s d'accueil	Possibilité d'avoir les solutions en retournant la page
Réactivité et feedback		Y a-t-il une récompense à la fin du jeu ?	Oui, un porte clé à demander à l'accueil	X	X	Petit cadeau à la billetterie	Petit cadeau à la billetterie

	Thèmes	Questions	Jeu 6	Jeu 7	Jeu 8	Jeu 9	Jeu 10
Présentation	Titre du jeu		Les petits chercheurs	A la rescousse	Opération MIDAS	L'enlèvement	Le pacte de la Colline des Arts
	Musée	Quel type de musée + son nom ?	Musée de l'homme (musée de société)	Musée Picasso (musée d'art)	Musée de la monnaie de Paris (musée de société)	Château de Chantilly	11 lieux culturels de réunissent avec l'application Géogaming
	Quel acteur propose l'offre ?	Le musée ? Une agence événementielle ?	Le musée	Le musée	Le musée et Teambreak	Le château est géré par l'Institut de France / le jeu est conçu par Atlantide	11 lieux culturels de réunissent avec l'application Géogaming
	Résumé bref	Quel.s "mystère.s" doit résoudre le.s visiteur.s ?	Visite guidée familiale : la médiatrice reçoit une lettre mais l'auteur reste mystérieux, il faut donc visiter la galerie pour trouver les énigmes et son nom/prénom	Visite guidée familiale : La guide du musée a besoin de l'aide des familles pour l'aider retrouver des fragments d'œuvres et reconstituer leur description afin de pouvoir faire sa visite / structure narrative se rapprochant de Greimas quète	Il faut résoudre le mystère de la formule alchimique secrète de l'ordre ou Cercle d'Or MIDAS (Mission d'identification des Documents Alchimistes Secrets)	François Vatel ! D'après ce que l'on sait, les ravisseurs seraient intervenus le soir du 23 avril 1671, date clé pour le domaine qui recevait le roi Louis XIV pour trois jours de festivités sur fond de réconciliation politique. Un événement historique mis en péril par l'absence de Vatel !	Une lettre anonyme retrouvée récemment dans les archives du Musée de l'homme évoque l'existence d'indices laissés par ces artistes, dissimulés à travers 10 lieux culturels, formant un parcours codé permettant de retrouver leur œuvre disparue.
Analyse des mécanismes de jeu	Support matériel	1) Quel(s) support(s) est/sont utilisé(s) (livret papier, application mobile, tablette, QR codes, réalité augmentée, etc.) ?	Besoin de réserver / Pas de support donné aux enfants-> la médiatrice s'occupe de faire le récit et les solutions en s'appuyant sur une tablette (vidéo, rébus, charade)	Besoin de réserver / Pas de support -> la guide s'occupe de faire le récit et les solutions mais elle donne des fiches indices avec le fragment d'une œuvre et des mots clés pour la retrouver	Un support "journal de recherche" de 10 pages	Uniquement une application mobile et la géolocalisation	Uniquement une application mobile et la géolocalisation
		Y a-t-il des accessoires en plus que le support du jeu de piste ?	X	X	Un crayon et une pièce en argent / Le jeu est matérialisé dans les collections d'objets spécialement mis en place pour le jeu	X	X
		Le support est-il exclusivement statique ou propose-t-il des éléments interactifs/multimédias ?	Le support de la médiatrice propose des vidéos de scientifiques interrogés sur des notions clés de la galerie, des photographies	Support statique : feuille imprimée plastifiée (10%) + accompagnement de la guide (90%)	Support statique	Support interactif	Support interactif
	Nature et diversité des énigmes (> typologie d'énigmes)	Quelles catégories d'énigmes sont proposées (logiques, visuelles, auditives, interactives) ?	Enigmes d'observation, énigmes de linguistique, énigme de déduction	Enigmes d'observation	Enigmes d'observation, de déduction, de logique	Enigme d'observation	Enigme d'observation
		La diversité des énigmes permet-elle de mobiliser plusieurs sens ?	La vue	La vue	La vue, l'ouïe (énigme salle 4), le toucher (énigme 8), l'odorat	La vue	La vue
		Insérer un exemple d'énigme	Enigme énoncée -> observation -> correction/restitution groupée	Enigme énoncée : retrouvez l'œuvre de la fiche indice	Enigme énoncée sans propositions	Enigme énoncée avec propositions	Enigme énoncée avec propositions
	Complexité et gradation	La difficulté des énigmes est-elle progressive ?	Pas spécialement de gradation des énigmes	Possibilité de gradation selon les choix de la guide (y décrit en observation)	Gradation	Gradation	Pas de gradation
		Le dispositif permet-il une adaptation des contenus ou des niveaux de difficulté en fonction du profil du joueur ?	Adaptation : 6 enfants mais pas du même âge donc possibilité d'expliquer plus en détails	Adaptation en fonction de l'âge des enfants (moyenne et gde section)	Pas d'adaptation	Pas d'adaptation / Possibilité de changer de langues	Pas d'adaptation
		Existe-t-il des mécanismes d'aide ou d'indices pour accompagner le joueur en cas de blocage ?	Feedback après chaque recherche + la médiatrice aide tout du long	Feedback après chaque recherche + la guide aide tout du long	Pas de dispositif d'aide, en fin de parcours possibilité d'obtenir corrections	Feedback immédiat + système de points	Feedback immédiat + système de points
Réactivité et feedback		Y a-t-il une récompense à la fin du jeu ?	Cocotte avec des faits scientifiques à piler soi-même	X	Une pièce en or	Une petite récompense	Une petite récompense

	Thèmes	Questions	Jeu 1	Jeu 2	Jeu 3	Jeu 4	Jeu 5
	Titre du jeu		Le défi d'Ulrich	Mission Invalides	Cherchons Joyeuse	Le mystère de la 13e œuvre	De la case au pixel
	Réactivité et feedback	Le système offre-t-il des retours immédiats aux actions des utilisateurs (indications, notifications, scores) ?	À chaque tentative de réponse, une page s'affiche obligatoirement pour dire si c'est vrai ou faux (si c'est faux, le visiteur perd un point mais il en gagne 1000).	Pas de retour immédiat, seulement un feedback à la fin avec les médiateur.ices pour mettre en commun nos codes pour l'énigme	À chaque tentative de réponse, une page s'affiche obligatoirement pour dire si c'est vrai ou faux	Pas de retours sur les réponses	Possibilité d'avoir un retour en regardant les corrections et à la fin avec l'énigme finale
		Le parcours est-il linéaire, en boucle, ou ouvert ?	Le parcours est linéaire : les participants ne peuvent avancer que dans l'ordre établi pour respecter la narration. Chaque énigme débloque une autre énigme	Le parcours est ouvert : étant donné qu'il y a des restrictions de temps -> il faut l'optimiser	Le parcours est linéaire : les participants ne peuvent avancer que dans l'ordre établi pour respecter la narration. Chaque énigme débloque une autre énigme	Le parcours est ouvert : les énigmes peuvent être faites dans le désordre	Le parcours est semi ouvert : les énigmes peuvent être faites dans le désordre mais il vaut mieux suivre l'enchaînement des pièces
	Structure du parcours	Combien de temps dure le parcours ?	Environ 1h	1h (l'événement se déroule en nocturne et il y a 4 créneaux d'affiliés)	Max 1h ; il n'y a pas de temps imparti	Il n'y a pas de temps imparti / entre 1h et 1h30	Max 1h ; il n'y a pas de temps imparti
		Comment la structure du parcours s'adapte-t-elle à la configuration architecturale du musée ?	Le parcours s'étale sur les 3 étages du musée et permet au visiteur de suivre le parcours de l'exposition permanente	Salles des périodes et époques qu'ils connaissent le plus (guerres mondiales, époque napoléonienne) // investissement de l'espace muséal avec des petites feuilles servant d'indices à scanner avec la lampe à lumière bleue	Le JP fait traverser le visiteur de salle en salle à partir de la salle 500 (niv 1) -> 536 -> 542 -> 44 -> 45-> 555-> 551->52-> 504 -> 502	Le JP est distribué dans 12 pièces sur 17 sur les 2 étages	Sur toute l'exposition temporaire
		La narration s'intègre-t-elle de manière cohérente et immersive dans le jeu ?	L'histoire est en accord avec le lieu de l'exposition ; elle permet de dévoiler au fur et à mesure les projets d'Ulrich (seul personnage du jeu) ; la narration adopte un ton sérieux (enquête) et est cohérente tout le long	La narration adopte les codes historiques ; le récit s'inscrit dans un cadre historique pour immerger le visiteur dans une bulle et rendre le tout "cohérent" et "engageant"	Narration historique, s'adressant au visiteur par le pronom "tu" ; récit écrit sous forme de dialogue où le Comte et la Comtesse de Walewska ; Las Marismas ; Eugénie ; Napo III ; Biennal ; Alcuin puis Charlemagne s'adressent au visiteur (immersion)	"vous" / La narration se base sur des acteurs ayant existés mais l'histoire est fictionnelle, il s'agit d'une enquête / à part la vidéo du début et le texte d'introduction il n'y a pas d'autres narrations	Tutoiement / questions directes / Pas de narration pas d'histoire pas de fiction -> il faut chasser les chiffres pour trouver un code sans vmnt de raisons
Médiation	Narration	Comment le récit du jeu valorise-t-il le patrimoine et l'histoire du musée ?	Le récit ne valorise pas l'histoire du musée directement dans son propos (questions), il ne fait pas office de médiation et n'explique pas les objets	Le jeu apporte des éléments instructifs en étroite relation avec les collections + un peu de contexte historique	Le récit valorise les collections du musée en s'appuyant dessus pour les énigmes ; l'objet et l'histoire sont placés avant l'expérience divertissante et la recherche du visiteur dans le JP	Le récit ne valorise pas l'histoire du musée directement dans son propos (questions), il ne fait pas office de médiation et n'explique pas les objets mais s'appuie sur les objets/œuvres	Pas de récit
		Dans quelle mesure les énigmes font-elles écho aux collections et thèmes exposés ?	Les énigmes renvoient aux objets en demandant parfois au visiteur de croiser les connaissances de certains cartels/objets	S'appuient directement sur les objets présentés, les œuvres -> Bataille de Fontenoy et Portrait du Maréchal de Saxe (=peintures), instrument de musique/voiture G7 Renault (=objets), cartels	Les énigmes sont limite secondaires dans ce JP ; elles renvoient aux objets	S'appuient directement sur les objets présentés, les œuvres en demandant parfois au visiteur de croiser les connaissances de certains cartels numériques, mais bcp de déductions	Questions font directement référence aux œuvres pour y répondre // il faut bien observer les collections pour retrouver des indices à éclairer avec la lampe à lumière bleue
	Cohérence avec le contenu patrimonial	Le jeu encourage-t-il l'exploration approfondie des œuvres et de l'histoire du lieu ?	Oui le jeu demande de l'observation des objets sélectionnés et des cartels dans lesquels se trouvent les réponses.	Oui le jeu demande de l'observation des objets sélectionnés et des cartels dans lesquels se trouvent les réponses.	Oui et non car on a pas besoin d'être dans le lieu pour faire le JP	Oui le jeu demande de l'observation des objets sélectionnés et des cartels dans lesquels se trouvent les réponses. Toutefois, il s'agit bien d'œuvres sélectionnées.	Oui le jeu demande de l'observation des objets sélectionnés et des cartels dans lesquels se trouvent les réponses.
	Médiation humaine	Le médiateur est-il présent lors du jeu ?	Non il n'y a pas de médiateur	Oui plusieurs : un brief au début, présence dans les salles, à la fin pour la restitution	Non il n'y a pas de médiateur	Non il n'y a pas de médiateur	Non il n'y a pas de médiateur
		Quelles interactions (directes ou indirectes) le médiateur établit-il avec les participants ?	X	Directes	X	X	X
		Le médiateur propose-t-il des interventions programmées ou intervient-il en fonction des besoins des joueurs ?	X	Les deux : brief au début, présence dans les salles pour vérifier le respect des règles dites dans le brief, à la fin pour la restitution des accessoires et la résolution de l'énigme finale	X	X	X

	Thèmes		Jeu 6	Jeu 7	Jeu 8	Jeu 9	Jeu 10
	Titre du jeu		Les petits chercheurs	À la rescousse	Opération MIDAS	L'enlèvement	Le pacte de la Colline des Arts
	Réactivité et feedback	Le système offre-t-il des retours immédiats aux actions des utilisateurs (indications, notifications, scores) ?	Retour immédiat	Retour immédiat	Pas de retour immédiat / un QR code au dos permet de donner toutes les réponses d'un coup	Retour immédiat	Retour immédiat
		Le parcours est-il linéaire, en boucle, ou ouvert ?	Le parcours est prédéfini, il est linéaire // En fonction du temps, la médiation peut sauter une vidéo ou une énigme	La guide choisit le parcours en live en fonction des conditions de flux / les énigmes ne sont pas liées entre elles selon un ordre précis	Parcours linéaire suivant le parcours de visite de la collection permanente néanmoins rien n'empêche le visiteur de répondre aux questions dans l'ordre qu'il veut	Parcours est linéaire	Parcours est linéaire
	Structure du parcours	Combien de temps dure le parcours ?	Visite d'1h	Visite d'1h	Pas de contrainte de temps mais env. 1h30	Visite qui dure plus d'une heure mais avec 1,5km à parcourir	préconisé environ 2h entre 11 institutions
		Comment la structure du parcours s'adapte-t-elle à la configuration architecturale du musée ?	Enigmes (observation, puzzle, charades, activités) sont toujours accompagnées d'une vidéo et d'une restitution sur des notions importantes (esclavage, liberté d'affranchissement liée à la recherche d'une statue)	Entre 3 et 5 énigmes = tableaux à retrouver + feedback	Une dizaine d'énigmes : observation, déduction	Une dizaine d'énigmes : observation, déduction	Une trentaine d'énigmes
		La narration s'intègre-t-elle de manière cohérente et immersive dans le jeu ?	Le récit est présent au début quand la médiatrice lit la lettre / les énigmes ont toutes un lien avec la galerie et les thématiques du musée et sont reliées entre elles par la découverte de lettres cachées	Pas de récit et narration fictionnelle / ancré dans la réalité (doit dépendre des choix artistiques des guides)	Narration forte	Éléments de narration pour rendre le jeu immersif	Éléments de narration pour rendre le jeu immersif
Médiation	Narration	Comment le récit du jeu valorise-t-il le patrimoine et l'histoire du musée ?	Grâce à la restitution de la médiatrice sur les notions importantes, grâce aux vidéos des chercheurs scientifiques du musée / énigme finale = Paul Rivet (le directeur du musée)	Valorisation directe car récit et problématique tournés autour de la recherche d'une œuvre	Le récit ne valorise pas l'histoire du musée directement dans son propos (questions), il ne fait pas office de médiation et n'explique pas les objets mais s'appuie sur les objets/œuvres	Le récit valorise les œuvres et l'architecture	Le récit valorise l'histoire des musées et certaines collections
		Dans quelle mesure les énigmes font-elles écho aux collections et thèmes exposés ?	Elles font toutes écho aux objets du musée	S'appuient directement sur les objets présentés	S'appuient directement sur les objets présentés et les dispositifs en plus (flacons de parfums, boîte feutrée, machine de transmutation finale)	Frondes, anecdotes sur la création des jardins du Château de Chantilly et sur la vie de l'époque.	Pour certains cas : s'appuient sur l'histoire du musée et certaines œuvres mais pour d'autres cas : s'appuient uniquement sur la description des façades des musées
	Cohérence avec le contenu patrimonial	Le jeu encourage-t-il l'exploration approfondie des œuvres et de l'histoire du lieu ?	Oui le jeu est utilisé comme une perche tendue aux enfants pour qu'ils puissent observer plus finement les œuvres sélectionnées	Oui	Oui le jeu demande de l'observation des objets sélectionnés et des cartels dans lesquels se trouvent les réponses. Toutefois, il s'agit bien	S'appuie directement sur les œuvres et mobilise un peu de réalité augmentée	Le jeu ne s'appuie pas beaucoup sur les œuvres. Exploration peu approfondie
	Médiation humaine	Le médiateur est-il présent lors du jeu ?	Oui : médiatrice	Oui guide conférencière externe au musée mais en lien direct avec eux	Non	Non	Non
		Quelles interactions (directes ou indirectes) le médiateur établit-il avec les participants ?	Directe : questions/réponses	Directe : questions/réponses	X	X	X
		Le médiateur propose-t-il des interventions programmées ou intervient-il en fonction des besoins des joueurs ?	Les 2	Les 2	X	X	X

Thèmes	Questions	Jeu 1	Jeu 2	Jeu 3	Jeu 4	Jeu 5
Titre du jeu		Le défi d'Ulrich	Mission Invalides	Cherchons Joyeuse	Le mystère de la 13e œuvre	De la case au pixel
	Comment son rôle évolue-t-il au fil du parcours ?	X	Non	X	X	X
	Quels types de contenus sont utilisés pour la médiation (textes, images, vidéos, audio, réalité augmentée) ?	Uniquement des textes et des photographies pour indiquer aux visiteurs où se trouvent les indices et les solutions physiquement dans l'exposition	Textes	Uniquement des textes et des photographies pour indiquer aux visiteurs où se trouvent les indices et les solutions physiquement dans l'exposition	Textes et des photographies pour indiquer aux visiteurs où se trouvent les indices et les solutions physiquement dans l'exposition + 2 vidéos (intro et énigme)	Textes et photographies
Communication des contenus	Comment ces contenus renforcent-ils la compréhension des œuvres	Ils ne la renforcent pas	Ils ne la renforcent pas	Ils apportent des anecdotes et créent du lien entre différents acteurs de différentes époques présentés dans des salles éloignées dans le musée	Ils ne la renforcent pas	Ils ne la renforcent pas mais guident le regard du visiteur vers ce qu'il doit voir
	La médiation offre-t-elle des clés d'analyse supplémentaires aux visiteurs ?	Elle n'offre pas de clé d'analyse supplémentaire aux visiteurs	Non elle reprend ce qui est dit dans les cartels mais elle permet de garantir une sorte de médiation si le visiteur ne souhaite pas prendre le temps de lire	Simplifier et clarifier des éléments pour le jeune public	Elle n'offre pas de clé d'analyse supplémentaire aux visiteurs	Elle n'offre pas de clé d'analyse supplémentaire aux visiteurs
	Quels apprentissages (histoire, art, culture) sont visés par le jeu ?	X	Anecdotes sur l'histoire militaire	Médiation ++ -> il y a plus une volonté de raconter une histoire, dire des anecdotes et parler de pers historiques que de résoudre l'enquête de Joyeuse	X	Pousse le visiteur à réfléchir se poser des questions en rapport avec ce qu'il vient de voir / bcp d'anecdotes
Quels sont les objectifs du dispositif ?	S'agit-il plus d'un divertissement ? Le jeu a-t-il vocation à éveiller la curiosité ?	Plus une volonté d'éveiller la curiosité des familles, faire de l'espace muséal un espace convivial en se divertissant	Divertissement, en équipe, convivialité	Divertissement car on raconte une histoire, on est famille etc	Plus une volonté d'éveiller la curiosité des familles, faire de l'espace muséal un espace convivial en se divertissant	Plus une volonté d'éveiller la curiosité des familles, faire de l'espace muséal un espace convivial en se apprenant
	Quel est le public ciblé ?	Public familial	Tout public	Public familial / enfants (usage du "tu")	Public familial ("vous")	Public familial Jeune majoritairement

Thèmes	Questions	Jeu 6	Jeu 7	Jeu 8	Jeu 9	Jeu 10
		Les petits chercheurs	A la rescousse	Opération MIDAS	L'enlèvement	Le pacte de la Colline des Arts
	Comment son rôle évolue-t-il au fil du parcours ?	Présence tout le long : énigmes/solutions/accompagnement	Présence tout le long : énigmes/solutions/accompagnement	X	X	X
	Quels types de contenus sont utilisés pour la médiation (textes, images, vidéos, audio, réalité augmentée) ?	Vidéos, photos, images	1 Visuel + 3 mots clés	Juste le livret mais le jeu de piste fait travailler les 4 sens (ce qui est rare)	Vidéos, Textes, Photographies	Seulement des textes et des photographies illustratives
Communication des contenus	Comment ces contenus renforcent-ils la compréhension des œuvres	Apportent des clés de compréhension, permettent d'aller plus loin	Guide part des œuvres retrouvées par les enfants pour parler du musée, vie de Picasso, son parcours d'artiste, ses phases	Ils ne la renforcent pas	Ils ne la renforcent pas	Ils ne la renforcent pas
	La médiation offre-t-elle des clés d'analyse supplémentaires aux visiteurs ?	Oui la restitution prend une part importante dans le jeu de piste -> aspect très pédagogique et instructif	Oui	Elle n'offre pas de clé d'analyse supplémentaire aux visiteurs	Elle n'offre pas de clé d'analyse supplémentaire aux visiteurs	Elle n'offre pas de clé d'analyse supplémentaire aux visiteurs
	Quels apprentissages (histoire, art, culture) sont visés par le jeu ?	Familiarisation avec des thématiques propres à l'évolution, la classification des animaux, l'esclavage, Lucy, l'art pariétal, les espèces en danger	Musée, vie de Picasso, son parcours d'artiste, ses phases en corrélation avec les programmes des enfants (couleurs, formes)	Anecdotes historiques	L'histoire et le rôle de certains personnages historiques	L'histoire de quelques institutions (pas toutes)
Quels sont les objectifs du dispositif ?	S'agit-il plus d'un divertissement ? Le jeu a-t-il vocation à éveiller la curiosité ?	Curiosité ; enfants échangent entre eux et avec leurs accompagnants / Divertissement car prennent du plaisir mais toujours en gardant le côté pédagogique	Conviviale en famille ; engageante pour les enfants	Conviviale en famille ; engageante ; curiosité ; divertissement	Convivialité et découverte en famille à destination de groupe d'amis ou de famille qui "souhaitent découvrir Chantilly de manière originale"	Conviviale en famille ; découverte des lieux
	Quel est le public ciblé ?	Famille : accompagnants et enfants -> 6 enfants + env. 8 accompagnants	Famille et jeune enfants (lecture / ø lecture) dès 5 ans	Famille (accompagnants et enfants) / entre amis	Famille	Famille

Annexe 3 – Indice de popularité du terme « jeu de piste »

Pour le terme « Jeu de piste ». Ces chiffres ont été produit par Google Trends, basés sur des requêtes entre 2004 et le 10 mai 2025. Ils ne donnent pas le nombre de recherches exact, mais un indice de popularité sur une échelle de 0 à 100 (forte popularité).

Catégorie : Toutes catégories	
Jeu de piste: (01/01/2004 – 10/05/2025, France)	
TOP	
jeu de piste	100
jeux de piste	28
jeu de piste paris	9
chasse au trésor	6
jeu de piste gratuit	6
jeu de piste enfant	6
anniversaire	5
jeu de piste adulte	5
jeu de piste chasse au trésor	5
enigme	4
jeu de piste anniversaire	4
jeu de piste enfants	4
chasse au tresor	3
escape game	3
jeux de piste paris	3
organiser un jeu de piste	2
jeu de piste lyon	2
animation	2
grand jeu	2
enigmes	2
énigmes	1
énigme	1
jeu de piste gratuit à imprimer	1
jeu de piste énigme	1
jeu de piste halloween	1
RISING	

jeu de piste adulte	Record
énigme	Record
jeu de piste anniversaire	Record
jeu de piste lyon	Record
grand jeu	Record
énigmes	Record
énigmes	Record
énigme	Record
jeu de piste gratuit à imprimer	Record
jeu de piste énigme	Record
jeu de piste halloween	Record
énigmes jeu de piste	Record
jeu de piste gratuit	140 %
chasse au trésor	80 %
escape game	70 %
jeu de piste paris	60 %
jeu de piste	50 %

Catégorie : Toutes catégories	
Jeu de piste: (01/01/2004 – 10/05/2025, France)	
TOP	
Jeu	100
Enfant	10
Trésor	10
Chasse au trésor	8
Énigme	6
Adulte	6
Anniversaire	5
Organisation	3
Idée	3
Jeu d'évasion	2
Gratuit	2
Musée	2
Tourisme	2
Rallye automobile	2
Animation d'image	1
École maternelle	1
Pâques	1

Chasse	1
Halloween	1
Nature	1
enterrement de vie de jeune fille	1
Rébus	1
RISING	
Jeu d'évasion	Record
Gratuit	Record
Musée	Record
Tourisme	Record
Pâques	Record
Chasse	Record
Halloween	Record
Nature	Record
enterrement de vie de jeune fille	Record
Rébus	Record
Adulte	250 %
Idée	90 %

Catégorie : Toutes catégories	
Mois	Jeu de piste: (France)
2004-01	0
2004-02	0
2004-03	0
2004-04	100
2004-05	78
2004-06	82
2004-07	91
2004-08	51
2004-09	54
2004-10	48
2004-11	0
2004-12	43
2005-01	56
2005-02	44
2005-03	98

2005-04	80
2005-05	77
2005-06	89
2005-07	75
2005-08	50
2005-09	56
2005-10	43
2005-11	51
2005-12	39
2006-01	34
2006-02	26
2006-03	43
2006-04	86
2006-05	70
2006-06	92
2006-07	61
2006-08	51
2006-09	39
2006-10	48
2006-11	36
2006-12	26
2007-01	28
2007-02	48
2007-03	51
2007-04	74
2007-05	63
2007-06	70
2007-07	77
2007-08	36
2007-09	47
2007-10	43
2007-11	36
2007-12	25
2008-01	30
2008-02	49
2008-03	51
2008-04	53
2008-05	58
2008-06	61
2008-07	57

2008-08	41
2008-09	38
2008-10	44
2008-11	33
2008-12	20
2009-01	26
2009-02	39
2009-03	54
2009-04	59
2009-05	55
2009-06	72
2009-07	63
2009-08	42
2009-09	32
2009-10	41
2009-11	28
2009-12	25
2010-01	29
2010-02	32
2010-03	37
2010-04	51
2010-05	55
2010-06	65
2010-07	50
2010-08	45
2010-09	41
2010-10	41
2010-11	28
2010-12	22
2011-01	26
2011-02	43
2011-03	41
2011-04	60
2011-05	59
2011-06	54
2011-07	49
2011-08	52
2011-09	46
2011-10	43
2011-11	36

2011-12	24
2012-01	27
2012-02	31
2012-03	47
2012-04	50
2012-05	49
2012-06	55
2012-07	47
2012-08	46
2012-09	40
2012-10	35
2012-11	32
2012-12	23
2013-01	28
2013-02	30
2013-03	42
2013-04	55
2013-05	51
2013-06	52
2013-07	44
2013-08	37
2013-09	57
2013-10	35
2013-11	27
2013-12	22
2014-01	30
2014-02	37
2014-03	42
2014-04	52
2014-05	58
2014-06	54
2014-07	51
2014-08	40
2014-09	47
2014-10	43
2014-11	34
2014-12	28
2015-01	30
2015-02	37
2015-03	46

2015-04	58
2015-05	49
2015-06	62
2015-07	48
2015-08	40
2015-09	44
2015-10	45
2015-11	28
2015-12	32
2016-01	36
2016-02	44
2016-03	51
2016-04	56
2016-05	50
2016-06	59
2016-07	59
2016-08	46
2016-09	50
2016-10	44
2016-11	35
2016-12	33
2017-01	31
2017-02	47
2017-03	53
2017-04	64
2017-05	58
2017-06	60
2017-07	66
2017-08	51
2017-09	49
2017-10	60
2017-11	41
2017-12	34
2018-01	39
2018-02	48
2018-03	53
2018-04	65
2018-05	58
2018-06	58
2018-07	60

2018-08	63
2018-09	55
2018-10	63
2018-11	42
2018-12	35
2019-01	34
2019-02	57
2019-03	54
2019-04	64
2019-05	61
2019-06	62
2019-07	60
2019-08	61
2019-09	49
2019-10	52
2019-11	33
2019-12	33
2020-01	37
2020-02	50
2020-03	38
2020-04	54
2020-05	30
2020-06	47
2020-07	69
2020-08	59
2020-09	46
2020-10	48
2020-11	22
2020-12	30
2021-01	28
2021-02	48
2021-03	49
2021-04	58
2021-05	51
2021-06	61
2021-07	74
2021-08	69
2021-09	49
2021-10	57
2021-11	39

2021-12	35
2022-01	36
2022-02	53
2023-08	63
2023-09	49
2023-10	56
2023-11	37
2023-12	37
2024-01	40
2024-02	49
2024-03	58
2024-04	63
2024-05	51
2024-06	51
2024-07	63
2024-08	60
2024-09	44
2024-10	65
2024-11	40
2024-12	43
2025-01	35
2025-02	54
2025-03	65
2025-04	75
2025-05	64

Annexe 4 – Tableau récapitulatif des appellations et des publics ciblés par les jeux de piste

		Appellations des jeux sur les sites internet des institutions culturelles	Âge du public ciblé
1	Le défi d'Ulrich	« Jeu d'enquête »	10 ans et +
2	Mission aux Invalides	« Jeu immersif aux frontières de l'escape game »	Tous publics
3	Cherchons Joyeuse	« Jeu de piste »	5 - 12 ans
4	Le mystère de la 13 ^e œuvre	« Jeu d'investigation »	13 ans et +
5	Livret-famille du MSJ*	« Jeu de piste »	Public familial - enfants
6	Les petits chercheurs	« Enquête »	5 ans et +
7	A la rescousse	« Visite guidée »	6 ans et +
8	Opération MIDAS	« Chasse au trésor »	15 ans et +
9	L'enlèvement	« Jeu d'enquête historique »	8 ans et +
10	Le pacte de la Colline des Arts	« Escape game » « Jeu de piste »	15 ans et +

Annexe 5 – Photographies des supports des jeux de piste



© Le musée de la Poste, capture d'écran faite le 29 janvier 2025.

Figure 1 : L'interface numérique du jeu de piste du musée de la Poste « Le défi d'Ulrich ».



© Le musée de la Poste, photographie faite le 29 janvier 2025.

Figure 2 : Le support physique du jeu de piste du musée de la Poste.



© Le musée de la Poste, photographie faite le 29 janvier 2025.

Figure 3 : L'observation des indices cachés dans les collections.



© Le musée du Louvre, capture d'écran faite le 12 janvier 2025.

*Figure 4 : L'interface numérique du jeu de piste du musée du Louvre
« Cherchons Joyeuse ».*



© Le Musée Jacquemart-André, Sharewood Anim et Alor ? Games, photographie faite en février 2025.

*Figure 5 : Le support physique du jeu de piste « La promesse de la
13e œuvre ».*



© Le Musée Jacquemart-André, Sharewood Anim et Alor ? Games, photographie faite en février 2025.

Figure 6 : Un des accessoires du jeu « La promesse de la 13e œuvre ».



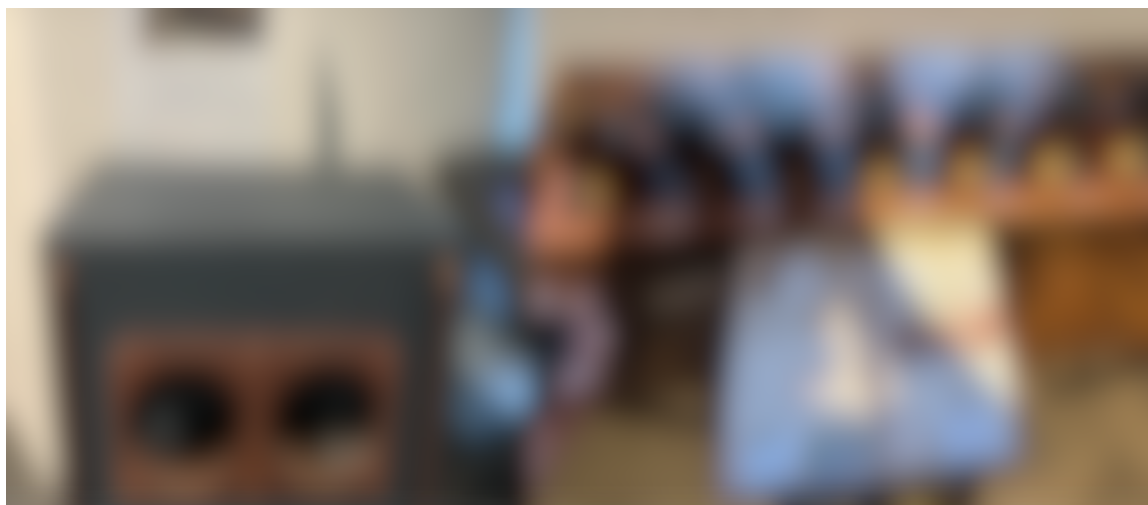
© Le musée suisse du jeu, février 2025.

Figure 7 : Le livret famille du musée suisse du jeu.



© Le musée de la Monnaie, photographie faite en février 2025.

Figure 8 : Le support physique du jeu « Opération MIDAS »



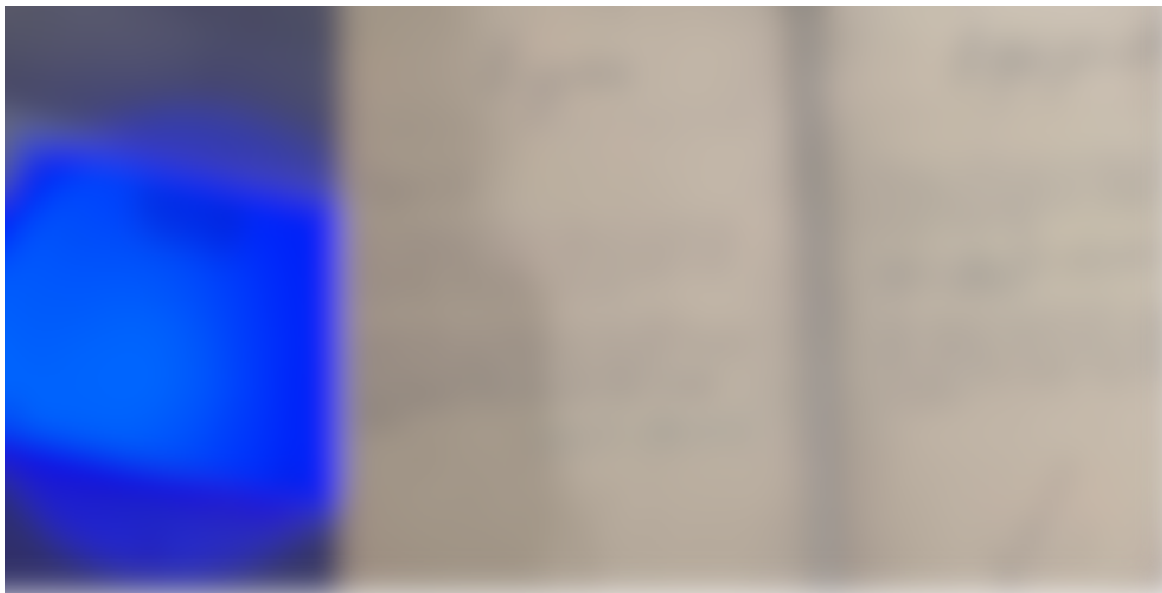
© Le musée de la monnaie et Team Break, photographie faite en février 2025.

Figure 9 : Les dispositifs sensoriels (toucher et odorat) présents dans le parcours du musée de la monnaie pour le jeu « Opération MIDAS ».



© Le musée de l'armée et Cutlival, photographie faite en février 2025.

Figure 10 : Le support physique du jeu de piste « Mission aux Invalides »



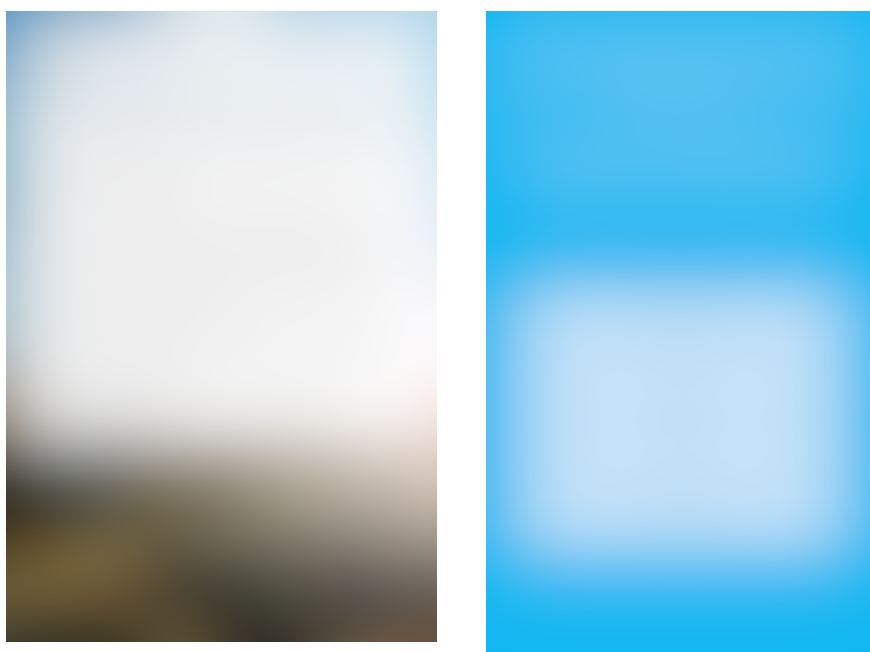
© Le musée de l'armée et Cutlival, photographie faite en février 2025.

Figure 11 : Les énigmes ludiques du jeu « Mission aux Invalides »



© Atlantide.io et le Château de Chantilly, 2025

Figure 12 : L'interface numérique du jeu de piste du château de Chantilly « L'enlèvement »



© Géo Gaming, capture d'écran faite en avril 2025.

Figure 13 : L'interface numérique du jeu de piste « Le pacte de la Colline des Arts »

Annexe 6 – Tableau récapitulatif des typologies d'énigmes selon Patrick Schmoll.

		Par codage	Par superposition et observation	Par manipulation	Par logique mathématiques	Par énigmes fictionnelles
1	Le défi d'Ulrich		X			X
2	Mission aux Invalides	X	X			X
3	Cherchons Joyeuse		X			X
4	Le mystère de la 13 ^e œuvre		X	X	X	X
5	Livret-famille du MSJ*		X			X
6	Les petits chercheurs		X			X
7	A la rescousse		X			
8	Opération MIDAS		X	X		X
9	L'enlèvement		X			X
10	Le pacte de la Colline des Arts		X			X

Annexe 7 – Tableau récapitulatif des sens mobilisés par les d'énigmes.

		La vue	L'ouïe	Le toucher	L'odorat	Le gout
1	Le défi d'Ulrich	X	X			
2	Mission aux Invalides	X				
3	Cherchons Joyeuse	X				
4	Le mystère de la 13 ^e œuvre	X	X			
5	Livret-famille du MSJ*	X				
6	Les petits chercheurs	X	X			
7	A la rescousse	X				
8	Opération MIDAS	X	X	X	X	
9	L'enlèvement	X				
10	Le pacte de la Colline des Arts	X				

Annexe 8 – Liste des scénarios des jeux de piste étudiés

		Les scénarios	Respect du schéma narratif de Greimas
1	Le défi d'Ulrich	Les visiteurs reçoivent une lettre signée de la main d'Ulrich, un voleur spécialisé dans les antiquités et les œuvres d'art. Son projet : voler une pièce maîtresse du Musée de La Poste. Cette fois pourtant, parce que son grand-père était facteur, il laisse une chance aux visiteurs de contrecarrer ses plans. En repérant les lieux, Ulrich a semé divers indices qui indiquent quand, comment et surtout quel objet sera volé. Les visiteurs sont invités à partir dans l'exposition permanente armés de leurs smartphones. Grâce à leur sens de l'observation, ils trouveront des indices et répondront aux questions. Une récompense attend ceux qui mèneront l'enquête à son terme. De quoi passer un moment ludique et découvrir le Musée de La Poste autrement !	Sujet : Visiteur Destinateur : Le musée Destinataire : Le musée Adjuvants : Indices (les œuvres, les cartels) Objet / quête : Empêcher le vol d'une œuvre Opposant et élément perturbateur : Ulrich Le schéma actantiel de Greimas est respecté
2	Mission aux Invalides	Rejoignez votre unité et intégrez l'une des 6 spécialités militaires qui composent les troupes françaises pour trouver et révéler les mystères du site des Invalides ! Évoluez en équipe à travers le temps, de Louis XIV à la Seconde Guerre mondiale et apprenez à connaître l'armée française à travers des figures majeures et des objets insolites. Des instructeurs seront là pour vous guider dans votre quête au cœur des collections du musée de l'Armée. Partez à la recherche d'indices, entraidez-vous et résolvez des énigmes : l'Hôtel des Invalides n'aura plus de secret pour vous.	Sujets : Visiteurs incarnant les 6 spécialités militaires Destinateur : L'armée Destinataire : Le musée Adjuvants : Indices (les œuvres, les cartels), les comédiens (instructeurs), les autres visiteurs Objet / quête: révéler le mystère des Invalides Opposant : Les épreuves Élément perturbateur : participation à une mission Le schéma actantiel de Greimas est respecté
3	Cherchons Joyeuse	Benoît, le chercheur sur les phénomènes paranormaux du Louvre	Sujet : Visiteur Destinateur : Benoît, Joyeuse

		demande de l'aide aux visiteurs. Il a reçu une alerte de la part de l'épée de Charlemagne. L'épée tremble et semble être liée à un empereur. Il faut remonter le temps pour parer aux empereurs et leurs entourages.	Destinataire : Joyeuse Adjuvant : Remonter le temps grâce aux indices (les œuvres, les cartels) Objet : Restaurer l'équilibre et résoudre le mystère de Joyeuse Élément perturbateur / opposant : L'étrange vibration de Joyeuse Le schéma actantiel de Greimas est respecté
4	Le mystère de la 13 ^e œuvre	1882. Il y a un an déjà, Nélie Jacquemart, peintre reconnue, a épousé Edouard André. Ce dernier est rongé par la maladie. Nélie va lui inventer un jeu d'énigmes qui pourrait bien lui redonner envie de voyager à travers le monde à la recherche des plus belles œuvres... Parcourez le musée à la recherche d'indices pour résoudre les énigmes laissées par Nélie Jacquemart à son mari Edouard André. Déchiffrez les codes et découvrez la 13^e œuvre !	Sujet : Visiteur Destinateur : Musée Destinataire : Visiteurs /musée Adjuvants : Indices (les œuvres, les cartels) Objet : Trouver la 13^e œuvre de Nélie Jacquemart Opposant : Nélie Jacquemart Le schéma actantiel de Greimas est respecté
5	Livret-famille du MSJ*	Réussiras-tu à retrouver le code caché dans l'exposition ? Grâce à la lampe de poche UV que tu pourras récupérer à ton arrivée, retrouve les 4 numéros cachés dans l'exposition. Une fois le code trouvé, il faudra encore accéder à la salle « Bonus » de l'exposition pour entrer le code - et recevoir un cadeau à la sortie !	Sujet : Visiteur Destinateur : Le musée Destinataire : Le musée Adjuvants : Indices (les œuvres, les cartels) Objet : trouver le code de la salle mystère Non, il y a très peu de narration et pas de fiction.
6	Les petits chercheurs	Guidés par un médiateur ou une médiatrice du musée, petits chercheurs et parents mènent l'enquête avec l'aide des scientifiques du musée. Une visite ludique et interactive, déclinée en trois enquêtes, pour découvrir en famille les collections de la Galerie de l'Homme. Cette visite est conçue pour favoriser l'interaction entre l'enfant et son accompagnateur.	Sujet : Visiteur Destinateur : Le musée Destinataire : La guide Adjuvants : Indices (les œuvres, les cartels) Objet / quête : trouver la solution de l'enquête Le schéma narratif est respecté partiellement
7	A la rescousse	Panique au musée ! Le guide-conférencier a reçu la liste des œuvres à commenter de la Collection du musée. Mais elle est très énigmatique : les	Sujet : Visiteur Destinateur : Le guide Destinataire : Le guide

		images sont fragmentées, les textes presque effacés... Le guide est complètement déboussolé ! Aiguiser bien votre regard et affutez votre esprit, car il aura besoin de l'aide de tous les membres de la famille pour démêler cet imbroglio et parvenir à réaliser la visite.	Adjuvants : Indices (les œuvres, les cartels) Objet / quête : retrouver les œuvres et reconstituer les cartels pour faire la visite Opposant : La fragmentation de la visite La perturbation est claire mais il n'y a pas de véritable narration lors du jeu Le schéma actantiel de Greimas est partiellement respecté
8	Opération MIDAS	Éloïse, brillante numismate-archéologue, a été désignée par une obscure et séculaire organisation appelée « Le Cercle d'or » pour trouver le secret de « M.I.D.A.S » avant qu'il ne tombe entre de mauvaises mains... Ce secret est éparpillé et caché à l'intérieur des murs de la Monnaie de Paris. Vous devez aider Éloïse à résoudre un certain nombre d'énigmes afin de rassembler la formule qui permettra la légendaire transmutation du métal en or... Une chose est certaine, vous ressortirez de cette aventure plus riche que vous n'y êtes rentré... Pour participer à cette chasse au trésor, seul ou en groupe, il faut vous présenter à la billetterie pour retirer le carnet de notes qu'a laissé Éloïse pour les vaillants aventuriers prêts à suivre ses pas...	Sujet : Visiteur Destinateur : Éloïse Destinataire : Le musée Adjuvants : Indices (les œuvres, les cartels) Objet / quête : trouver la formule de transmutation MIDAS Opposants : Les individus voulant s'approprier le secret de la transmutation Le schéma actantiel de Greimas est respecté
9	L'enlèvement	François Vatel, maître d'hôtel du Château de Chantilly, a été enlevé ! D'après ce que l'on sait, les ravisseurs seraient intervenus le soir du 23 avril 1671, date clé pour le domaine qui recevait le roi Louis XIV pour trois jours de festivités sur fond de réconciliation politique. Un événement historique mis en péril par l'absence de Vatel ! Retrouvez Vatel au plus vite pour assurer le bon déroulé des festivités.	Sujet : Visiteur Destinateur : Le musée Destinataire : Le musée Adjuvant : Indices (les œuvres, les cartels) Objet : Retrouver Vatel qui a été enlevé Opposant : Les ravisseurs Le schéma actantiel de Greimas est respecté
10	Le pacte de la Colline des Arts	En 1937, lors de l'Exposition Universelle, un groupe d'artistes avant-gardistes révoltés par le rejet de leurs œuvres modernes scelle un pacte secret et dissimule une œuvre interdite dans différents lieux de la colline de Chaillot. Aujourd'hui, les joueurs sont	Sujet : Visiteur Destinateurs : Les artistes du pacte de Chaillot Destinataire : Les artistes/ les musées Adjuvants : Indices (les œuvres, les cartels)

		invités à percer le mystère de cette légende oubliée. Une lettre anonyme retrouvée récemment dans les archives du Musée de l'Homme évoque l'existence d'indices laissés par ces artistes, dissimulés à travers 10 lieux culturels, formant un parcours codé permettant de retrouver leur œuvre disparue.	Objet : retrouver l'œuvre interdite cachée par un groupe d'artistes en traversant 10 lieux Opposant : Le mystère Le schéma actantiel de Greimas est respecté
--	--	---	---

*MSJ : musée suisse du jeu

Annexe 9 - Entretien au Musée Suisse du Jeu, le 27 février 2025.

L'entretien a été anonymisé, la personne interrogée n'ayant pas donné son autorisation pour la mention de son nom. Cette personne sera mentionnée comme Madame A.

Annexe 10 : Entretien avec Mathilde Le Gal, chargée de médiation au musée du Quai Branly – Jacques Chirac. Le 14 mai 2025.

Noémie Vavasseur (N.V) : Parfait. Alors déjà, je voulais vous remercier de m'accorder du temps pour cet entretien et puis même d'avoir répondu à mes mails. C'est très gentil de votre part. Je suis étudiante en muséologie à la Sorbonne Nouvelle, en Master 1 Musées et Nouveaux Médias. Je fais mon mémoire sur les jeux de piste dans les musées. Et je réfléchis sur la manière dont le jeu de piste peut être une offre de médiation ou plus de divertissement, en quoi elle peut attirer de nouveaux publics. J'ai fait votre escape game au Quai Branly parce que je me demandais si c'était un jeu de piste caché sous l'appellation d'escape game comme il se fait beaucoup ou s'il agissait réellement un escape game. Et en l'occurrence, cela remplit totalement les codes d'un escape game. D'ailleurs, j'ai adoré l'expérience. C'était vraiment génial. Je voulais vous poser des questions par rapport à la conception et voir aussi comment on pouvait mettre l'escape game en parallèle avec le jeu de piste. Pour commencer, si vous voulez bien vous présenter, quel est votre parcours et votre fonction au sein du musée du Quai Branly ou simplement votre fonction si vous souhaitez.

Mathilde Le Gal (M. L. G.) : Je suis chargée de médiation culturelle et je suis plus particulièrement en charge des activités à destination du public (visite guidée, visite contée, ateliers pour tous les publics). Je m'occupe plutôt des individuels, des visiteurs en famille et de la programmation récurrente.

Noémie Vavasseur (N.V) : Quels ont été les objectifs et les enjeux que vous avez pris en compte lors de la conception ? Qu'est-ce qui vous a amené à choisir ce format plutôt qu'un jeu de piste par exemple ?

Mathilde Le Gal (M. L. G.) : Les jeux de piste sont assez communs, on en a déjà fait. Il y a aussi beaucoup d'associations ou de structures extérieures aux établissements qui organisent des jeux de piste dans les musées. Nous on voulait une forme différente, j'avais testé l'escape game à la basilique de Saint-Denis. C'était ponctuel, cela a duré une saison. Ils avaient fait appel à une compagnie de théâtre justement pour animer. Mais du coup cela se faisait de nuit dans la crypte à la bougie, c'était excellent. Cela m'a conforté dans l'idée que c'était possible et qu'on pouvait réussir à proposer des vrais jeux sérieux dans les musées. Ce qui nous importait c'était que notre promesse d'escape game soit tenue pour éviter l'effet déceptif. Le nombre de jeux de piste ou d'animations qui reprennent un peu les codes mais pas le format réel en fait, moi je trouve cela toujours décevant. Donc on tenait vraiment à ce que ce soit un vrai escape. On a fait appel à une entreprise spécialisée qui s'appelle LU6D. Ils ont des salles de jeux dans plusieurs villes de France et font aussi des escape événementiels. Ils peuvent intervenir de manière très rapide dans un site n'importe quel, un château, une salle de mariage. Et en quelques heures ils transforment le lieu en salle de jeu et le lendemain matin il n'y a plus rien, tout est redémonté. Ils ont également l'expertise pour construire le scénario. Pour moi ce qui fait la différence entre l'escape game et le jeu de piste, c'est la structure. Le jeu de piste est linéaire, les énigmes s'enchaînent et débloquent la suivante. C'est vraiment un seul fil. Alors que l'escape il est éclaté. Il faut qu'il y ait différentes équipes qui suivent différents chemins et se rencontrent à plusieurs moments clés pour pouvoir faire avancer collectivement le jeu. C'est

cette façon de structurer le scénario qui fait vraiment la différence et qui renforce le travail en équipe et le côté stressant. Cette tension spécifique à l'escape vient à mon avis de la structuration du scénario. Ce qui fait que c'est encore différent aussi des murder party.

N. V. : Vous avez mis en place cette activité de jeu sérieux en rapport avec les collections plutôt pour attirer de nouveaux publics ? Pour du divertissement ou pour créer une sorte de lien avec les œuvres même si ce n'est pas un lien conventionnel comme on l'entend avec une visite traditionnelle. ?

M. L. G. : Il y avait un double objectif. Le premier : l'envie d'attirer des nouveaux publics, qui sont compliqués à atteindre, dans les musées, les jeunes adultes, les adolescents, ce ne sont pas les publics les plus faciles à faire venir. Donc l'idée, c'était quand même d'avoir une proposition qui corresponde à leurs envies, plutôt que d'attirer les visiteurs vers une offre qui n'est pas dans leur pratique quotidienne. Nous avons décidé de nous intégrer dans leur pratique culturelle réelle et de proposer quelque chose qu'ils connaissent et apprécient déjà. Donc il y avait cet objectif-là. Pour nous, ce qui était important, c'est que cela se fasse dans les collections. Le but du jeu, ne permet pas une découverte approfondie des collections. En revanche, c'est important d'avoir une vérité historique et scientifique sur le contenu des collections et qu'il y ait un petit moment à la fin où on comprend les différentes étapes de jeu, quels sont les objets qui ont servi, lesquels sont vrais, lesquels sont faux et quelle est leur raison d'être dans les collections. Donc, il y a une première sensibilisation. Après, cela dépend de l'heure à laquelle les gens participent au jeu. Mais comme on est en nocturne le jeudi soir, souvent, s'ils ont fait la première séance, ils peuvent rester dans le musée après le jeu et du coup de prolonger la visite si cela leur chante. En tout cas, même si

on n'apprend pas grand-chose, on ne dit pas de bêtises. Et puis le scénario du jeu est construit sur les métiers du musée, autour de la conservation, la préservation. Cela peut apprendre des choses à des visiteurs qui n'auraient pas du tout idée de comment cela se passe dans les coulisses du musée. C'est aussi pour cela que c'était chouette de pouvoir passer par le passage secret et les portes sécurisées. Cela donne une dimension réelle au jeu qui est importante pour que des adultes acceptent de jouer. Il faut qu'on soit toujours sur le fil entre le jeu, et le réel. C'est pour cela qu'on a poussé le plus possible tous les petits détails, les blouses, les lampes, tout cela, c'est vraiment du matériel muséal, pour qu'on accepte de se prêter à la fable et d'adhérer à la petite histoire qu'on nous raconte. Il fallait qu'il y ait quand même une sensation de réel. C'est le même principe, c'est pour cela que j'appelle cela le jeu sérieux. C'est le même principe que pour les murder parties ou les autres jeux grandeur nature comme cela. Il faut qu'on puisse y croire, qu'on puisse adhérer à la fable.

N. V. : Je fais une petite parenthèse justement parce que j'y ai totalement cru à cela. En fait, j'ai vu la guide en blouse, je me suis dit « c'est étonnant que la guide soit en blouse, mais c'est peut-être pour le côté un peu théâtral, jeu de rôle ». Il y avait une de mes amies qui est aussi étudiante et deux personnes qu'on ne connaissait pas, d'environ 40-50 ans, qui étaient enseignantes toutes les deux. On était toutes les quatre très surprises de l'entrée, on était fascinées, et la guide nous dit : « ne vous inquiétez pas, le game master va arriver ». Et en fait, coup de théâtre, c'est notre game master, et on a vraiment toutes été surprises. Pour le coup, cela a bien marché, on a adhéré directement. Et cela me permet d'introduire une nouvelle question qui est, pourquoi avoir choisi un guide du musée plutôt qu'un game master, par exemple de l'entreprise LU6D, pour ce jeu ?

M. L. G : Cela correspond avec l'idée de rester quand même fiable sur les contenus scientifiques qui sont délivrés, parce que moi je trouvais cela important que ce soit une conférencière. Cela permet aussi aux conférencières de s'amuser et de proposer des découvertes qui changent. Ce n'est pas simple, il faut se former. Et donc, mais moi je voulais quand même que ce soit les conférencières qui animent pour que justement tout ce qu'elles racontent sur les objets soit véridique. Elles ont été formées par LU6D à l'animation et à la manipulation du matériel. Cela nous permet aussi de manière beaucoup plus pragmatique de programmer de manière plus souple l'activité puisque c'est un prestataire extérieur qui anime les visites guidées chez nous. C'est quand même beaucoup plus simple d'avoir l'équipe qui connaît bien le musée et ses collections et son fonctionnement pour animer ce jeu-là aussi.

N. V. : Comment s'est déroulée la collaboration avec LU6D ? Quel a été le cahier des charges que vous leur avez donné pour établir ce jeu ?

M. L. G : Alors, il fallait que ce soit dans les collections, que ce soit en lien avec les contenus scientifiques, que cela puisse être animé par nos conférencières, que cela puisse être monté et démonté en quelques instants pour fermer la zone que le temps du jeu, un peu avant, un peu après, mais que cela puisse être très facile à mettre en place. Pareil, il faut que tout le matériel tienne sur deux chariots de déménagement puisqu'on a deux agents logistiques qui sont disponibles le jeudi soir pour cela. Mais ils ne peuvent pas y passer leur journée, donc il faut que ce soit du matériel léger et transportable et qu'il y ait le moins possible de maintenance dessus. On leur a demandé que le scénario puisse fonctionner avec les petits groupes, mais quand même jusqu'à 12 personnes. Je crois que même au

départ, on leur avait dit 15. Et donc du coup, cela oblige à construire un scénario qui est un petit peu plus complexe parce que souvent dans les escape games, on est plutôt 6 joueurs. D'un point de vue gestion financière, on ne peut pas se permettre d'avoir une proposition avec si peu de participants à chaque séance. Après, il se trouve qu'il y a des fois où oui, vous n'êtes que 4 et c'est très bien aussi. Mais du coup, le jeu doit être dur. Vous avez réussi à finir ?

N. V. : On a réussi, on a eu beaucoup d'aide de la part de l'intervenante. Mais c'était très complexe et c'est un des escape games les plus durs que j'ai fait, et pourtant j'en ai fait pas mal. Donc c'était aussi intéressant de voir à quel point on pouvait être dans un escape game complexe sans être dans une structure spéciale d'escape game et quand même avoir de la qualité proposée. Parce que c'est aussi important de proposer une offre vraiment qualitative qui laisse vraiment la place au jeu, à la réflexion, à la difficulté. C'est important à retenir et comparer à d'autres offres d'escape game qui n'en sont pas et qui n'offrent pas du tout de dimension.

M. L. G : Oui, mais cela faisait vraiment partie de ce qu'on avait posé dès le départ avec LU6D parce que c'était super qu'ils aient trouvé des « vrais » faux objets. Le chien à clous, c'est génial de pouvoir jouer avec. Et puis il y a le côté iconoclaste évidemment parce que comme ce sont des objets très précieux, que l'on n'est jamais amené à toucher, et encore moins à les manipuler. Donc là, tout d'un coup, de pouvoir enfoncer les clous dans l'objet, il y a un côté « briser les interdits » qui est toujours très satisfaisant.

N. V. : On n'osait pas au début.

M. L. G : Ah ben non, bien sûr.

N. V. : C'est l'intervenante qui nous a dit : « mais si, mettez-les ». Et on a mis les clous comme cela.

M. L. G : Oui, oui. Donc c'est bien, cela veut dire que cela marche.

N. V. : Et vous avez parlé du fait qu'il y avait à peu près 12 personnes par groupe. Est-ce que vous auriez un chiffre à me communiquer en tout sur le nombre de personnes qui seraient venues ou une petite moyenne ?

M. L. G : Alors là, j'avoue que je suis complètement incapable de vous dire. Il est programmé dans deux séances chaque jeudi, à peu près toute l'année. Ce n'est pas tout le temps complet du tout. Comme on le programme depuis plusieurs années aussi maintenant. À force, cela doit faire quand même plusieurs centaines de personnes qui l'ont fait. Mais là comme cela, je ne pourrais pas vous donner de chiffres. Sachant que c'est très fluctuant. Cela marche mieux pendant les vacances scolaires. Et on n'a pas du tout communiqué dessus en fait. C'est super chouette que cela marche malgré l'absence de communication autour de cette offre. Surtout que comme justement ce n'est pas courant, les gens ne s'attendent pas forcément à trouver cela sur un site internet de musée.

N. V. : Est-ce qu'il y a beaucoup de jeunes qui viennent ? Puisque c'est quand même votre public cible. Est-ce que vous avez eu des adolescents un peu plus jeunes ?

M. L. G : Oui, on a eu des familles même. On sent que les parents ont fait exprès de choisir cette activité-là pour faire plaisir à leurs ados. Comme ce sont des publics mélangés, ils peuvent choisir soit de jouer

en famille, soit au contraire de faire différentes équipes et/ou de s'associer même à d'autres visiteurs. Parce que les ados n'ont pas forcément envie de jouer avec leurs parents, même s'ils sont contents. On a eu des demandes régulières pour des scolaires mais pour des questions de logistique c'est très compliqué à organiser, notamment en journée, quand il y a des centaines de groupes qui courent partout. On ne pourrait pas bloquer toute une partie du plateau. Puis on a choisi quand même une des plus belles parties du plateau. Si on pouvait le faire, on aurait vraiment sûrement beaucoup de demandes d'enseignants qui viendraient avec les lycéens, par exemple. Après, on a des surprises avec des adultes plus âgés qui sont curieux. C'est marrant parce qu'on veut faire un escape game au musée pour permettre aux gamers de faire un premier pas dans un établissement qu'ils ne fréquentent pas naturellement. Mais cela permet aussi à des gens qui ne seraient jamais allés faire un escape dans une salle, comme une bande de copines retraitées, qui n'auraient jamais réservé un escape. Elles ont fait un escape game et elles sont contentes d'avoir pu expérimenter ce jeu dont elles ont entendu parler et qu'elles n'avaient pas expérimenté encore. On est quand même majoritairement sur un public d'étudiants. C'est plus des jeunes adultes que des grands ados.

N. V. : Vous avez parlé des structures extérieures au musée qui venaient faire des visites ou des jeux de piste. Quelles sont les relations avec ces acteurs extérieurs ?

M. L. G : Ces acteurs proposent des activités et visites très sonores, avec des personnes qui courent, qui peuvent être déguisées. Cela peut déranger l'expérience d'autres visiteurs du musée et donner une image des offres de l'institution erronée. Nous organisons des formations pour les guides extérieurs qui sont en dehors du marché

qu'on a avec Pont des Arts. On a des collections très spécifiques donc on met à disposition de la documentation initiale.

N. V. : Oui, alors que pour l'escape game, vous contrôlez les déplacements, c'est dans un cadre restreint. Et puis c'est encadré par un game master/intervenant du musée. Je n'ai pas d'autres questions. Cela me donne encore plein de piste pour mon mémoire, c'est génial en tout cas. Merci encore de m'avoir donné ce temps. En tout cas, merci beaucoup.

Annexe 11 - Typologie des jeux de piste dans les musées

Type de jeu de piste	Objectif principal	Supports et format	Public ciblé	Degré de médiation	Exemples
Jeu de piste classique et pédagogique	Médiation centrée sur les collections	Supports simples, autonomie, parcours libre non minuté	Familles, scolaires	Fort : observation, compréhension, lien avec les œuvres	- Cherchons Joyeuse - Le mystère de la 13 œuvre - Le défi d'Ulrich - A la rescousse - Les petits chercheurs - L'Enlèvement - Livret famille du Musée suisse du Jeu
Jeu de piste dit « immersif »	Divertissement, attractivité, marketing expérientiel	Énigmes scénarisées, durée limitée, événementiel	Adultes, publics en quête d'expériences originales	Modéré : œuvres présentes mais au service d'un récit narratif	- Mission aux Invalides - Opération MIDAS
Jeu inter-institutions	Visibilité et création d'un réseau entre établissements culturels	Parcours dans plusieurs lieux, support numérique ou papier, temps plus ou moins défini	Grand public, touristes, jeunes adultes	Faible : peu de lien approfondi avec les collections	- Le pacte de la Colline des Arts - Cinq musées en jeux

Bibliographie

Ouvrages et articles sur les théories du jeu et ses classifications :

ALVAREZ, Julian, TALY J., et VERMEULEN, M., « Présentation », *Sciences du jeu*, 16, 2021. Disponible sur Internet : <https://journals.openedition.org/sdj/3434> (Consultation mai 2025).

BOURDIN, D., « Donald W. Winnicott (1896-1971) : Jeu et réalité, 1971 », in MARMION J.-F., *Bibliothèque idéale de psychologie*, Éditions Sciences Humaines, 2020, p. 199-199. Disponible sur internet : <https://doi.org/10.3917/sh.marmi.2020.02.0199>. (Consultation mai 2025).

BROUGERE, G., *Penser le jeu: les industries culturelles face au jeu*, Paris, Nouveau Monde éditions, 2015.

BROUGERE, G., « Jacques Henriot et les sciences du jeu ou la pensée de Villeteuse », *Sciences du jeu*, 1, 2013. Disponible sur Internet : <http://journals.openedition.org/sdj/202> ; DOI :<https://doi.org/10.4000/sdj.202> (Consultation mai 2025)

BROUGERE G., SAVIGNAC, E., *Dictionnaire des sciences du jeu*, Toulouse, Erès, 2024.

CAILLOIS, R., *Les jeux et les hommes. Le masque et le vertige*, Paris, Éditions Gallimard, 1968.

CAILLOIS, R., « The Structure and Classification of Games » [La structure et la classification des jeux], *Diogenes*, 3-12, 1955, p. 62-75. Disponible sur Internet : <https://doi.org/10.1177/0392192155003012> (Consultation mai 2025).

DI FILIPPO, L., « Contextualiser les théories du jeu de Johan Huizinga et Roger Caillois », *Questions de communication*, 25, 2014, p. 281-308. Disponible sur Internet : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.9044> (Consultation mai 2025).

HARANG, C.-E., « Plein jeu. Les mouvements de jeunesse catholiques entre dynamique de reconquête et fabrication d'une culture ludique (1920 – 1970) », *Sciences du jeu*, 15, 2021. Disponible sur Internet : <https://doi.org/10.4000/sdj.3354> (Consultation mai 2025).

HENRIOT, J., *Sous couleur de jouer*, Lyon, ENS Éditions, 2023.

HUIZINGA, J., *Homo ludens : essai sur la fonction sociale du jeu*, Paris, Gallimard, 1988.

KOSTER R., *A theory of fun for game design*, [Théorie du fun dans la conception de jeu] 2e éd., Sebastopol, CA, O'Reilly Media, 2014.

LEDUC, Denise, « *Le Système ESAR* » *Pour analyser, classier des jeux et aménager des espaces*, Montréal, Presses de l'Université du Québec, 1998.

PIAGET, J., *La formation du symbole chez l'enfant : imitation, jeu et rêve, image et représentation*, Neuchâtel, Delachaux et Niestlé, 1994.

RUEFF, J., « Où en sont les « game studies » ? », *Réseaux*, 151-5, 2008, p. 139-166. Disponible sur Internet : <https://doi.org/10.3917/res.151.0139>. (Consultation mai 2025).

SCHMOLL, P., « Énigme », in Brougère, G., Savignac, E. (dir.), *Dictionnaire des sciences du jeu*, Toulouse, Erès, 2024, p. 113-119. Disponible sur Internet : <https://doi.org/10.3917/eres.broug.2024.01.0115>. (Consultation mai 2025).

SCHMOLL, P., BONENFANT, M., DOZO, B. O., « « Fonder une sociologie à partir des jeux ». Pertinence du projet de Roger Caillois aujourd'hui », *Sciences du jeu*, 20-21, 2023. Disponible sur internet : <https://doi.org/10.4000/sdj.6153> (Consultation mai 2025).

SCHMOLL, P., *Chasseurs de trésors. Socio-ethnographie d'une communauté virtuelle*, Strasbourg, Néothèque, 2007

Sur la médiation culturelle :

AL KHATIB, Jamila et GACOGNE, Marie-Josée, « La médiation culturelle : du concept à l'activité », *Cahiers d'histoire du Cnam*, vol.09-10-1, 2018, p. 169-188. Disponible sur Internet : <https://hal.science/hal-03032965v1/document> (consultation mai 2025).

BADULESCU, C., DELESTAGE, C.-A., DE LA VILLE, V.-I. « La visite familiale interactive libre au musée : accompagner le parent dans son rôle de médiateur culturel, le cas du Musée du Papier d'Angoulême », in ROXIN, I., TAJARIOL, F., HOSU, I. et PELISSIER, N. (dir.), *Information, communication et humanités numériques : enjeux et défis pour un enrichissement épistémologique*, Cluj-Napoca, Accent, 2019, p. 265-278.

BADULESCU, C., DE LA VILLE, V.-I., « La médiation muséale au prisme du numérique », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 16, 2019. Disponible sur Internet : <https://doi.org/10.4000/rfsic.5581> (Consultation mai 2025).

BELAËN, F., « L'immersion dans les musées de science : médiation ou séduction ? », *Culture & Musées*, 5, 2005, p. 91-110. Disponible sur Internet : <https://doi.org/10.3406/pumus.2005.1215> (Consultation mai 2025).

BERA, M.-P. « Pourquoi réaliser un livret de visite en famille ? Le cas du musée d'Art et d'Histoire du Judaïsme », in *Visiter en famille*, Paris, La Documentation française, 2016, p. 129-137. Disponible sur Internet : <https://doi.org/10.3917/ldf.jonch.2016.01.0129>. (Consultation mai 2025).

CAILLET, E., *À l'approche du musée, la médiation culturelle*, Lyon, Presses universitaires de Lyon, « Muséologies », 1995.

CAILLET, E., CHAZOTTES, P., SERAIN, F., VAYSSE, F., *La Médiation Culturelle: cinquième roue du carrosse ?* Paris, Éditions L'Harmattan, 2016.

CAMART, C., MAIRESSE F., (dir.), *Les mondes de la médiation culturelle*, Paris, L'Harmattan, 2 vol., 2016.

CAUNE, J., « La médiation culturelle : une construction du lien social ». *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2000. Disponible sur Internet : <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/wp-content/uploads/2018/12/04-2000-Caune.pdf> (Consultation avril 2025).

CHAUMIER, S., « Musées et patrimoine: Nouvelles formes de médiation, nouveaux projets », *L'Observatoire*, N° 51-1, 2018, p. 40-43.

CHAUMIER, S., « Vers une médiation participative », dans CAILLET, E. (dir.) *La Médiation culturelle, cinquième roue du carrosse ?*, Paris, L'Harmattan, 2016, p. 223-247.

CHAUMIER, S., MAIRESSE, F., *La médiation culturelle*, Malakoff, Armand Colin, 2023.

MAIRESSE, F., VAN GEERT, F., *Médiation muséale: Nouveaux enjeux, nouvelles formes*, Paris, Editions L'Harmattan, 2022.

VAN DORPE, A., SCAMPS, L., « Des livrets pour accompagner les enfants dans les musées », *La Lettre de l'OCIM. Musées, Patrimoine et Culture scientifiques et techniques*, 120, 2008, p. 4-10. Disponible sur Internet : <https://doi.org/10.4000/ocim.313> (Consultation mai 2025).

VIDAL, G., *La médiation numérique muséale : Un renouvellement de la diffusion culturelle*, Pessac, Presses Universitaires de Bordeaux, 2018.

TILDEN F., *Interpreting our heritage*, [Interpréter notre patrimoine], Chapel Hill, The University of North Carolina Press, 2007.

Sur la muséologie :

AMERICAN ALLIANCE OF MUSEUMS (AAM), *Code of Ethics for Museums*, 1973.

CAMERON, Duncan F., « The Museum, a Temple or the Forum » [Le musée : un temple ou un forum], New York, *Curator*, 14-1, 1971, p. 11-24.

CAMERON, DUNCAN F., « A viewpoint: The museum as a communications system and implications for museum education » [Un point de vue : le musée considéré comme système de communication et les implications de ce système dans les programmes éducatifs muséaux], New York, *Curator : the museum journal*, vol.11, n°1, 1968, p.11-24.

DAVALLON, J., « Le musée est-il vraiment un média ? » in *Publics et Musées*, n°2-Regards sur l'évolution des musées (Jean Davallon dir.), 1992, p. 99-123. Disponible sur Internet : <https://doi.org/10.3406/pumus.1992.1017> (Consultation mai 2025).

DESVALLEES, A., *Vagues . Volume 1: une anthologie de la nouvelle muséologie / textes choisis et présentés par André Desvallées*, Mâcon Savigny-le-Temple, Éditions W MNES, 1992.

DESVALLEES, A., MAIRESSE, F., (dir.) *Dictionnaire encyclopédique de muséologie*, Paris, Armand Colin, 2011.

INTERNATIONAL COUNCIL OF MUSEUMS (ICOM), *Statutes*, Article 3, section 1, 2007.

MAIRESSE, F., *Le musée, temple spectaculaire: une histoire du projet muséal*, Lyon, Presses universitaires de Lyon, 2002.

MUSEUMS ASSOCIATION, *Definition of a Museum*, 1998

VAN MENSCH, P. « Museology as a scientific basis for the museum profession », [La muséologie comme base scientifique pour la profession muséale], *Professionalizing the Muses*, Amsterdam, AHA Books, 1989. p. 85-95.

Sur le ludique dans les institutions culturelles :

FEGER, F., LOSSON, C., « Le Louvre à jouer. Jouer pour s'appropriier le musée, ses codes et ses collections », *Ministère de la Culture*, mai 2018. Disponible sur Internet : <https://www.culture.gouv.fr/Media/Thematiques/Musees/Vie-des-musees-Temps-des-publics/Le-Louvre-a-jouer> (Consultation mai 2025).

JACOBI, D., « La place du ludique dans la conception des expositions et de leurs dispositifs d'interprétation », *In* Fourès, Angèle et Maczek, Ewa (dir.), *Le ludique dans l'espace muséal*, Paris, MkF Éditions, 2021. p. 11-20.

JAULIN, A., « À quoi jouons-nous ? Jouer, rejouer, déjouer la scène contemporaine », *Horizons/Théâtre. Revue d'études théâtrales*, 8-9, 2016, p. 54-66. Disponible sur Internet : <https://doi.org/10.4000/ht.777> (Consultation mai 2025).

JUTANT, C., GUYOT, A., GENTES, A., « Visiteur ou joueur ? », *La Lettre de l'OCIM. Musées, Patrimoine et Culture scientifiques et techniques*, 125, 2009, p. 12-20. Disponible sur Internet : <https://doi.org/10.4000/ocim.243>. (Consultation mai 2025).

KRISTIANSEN, E., MOSELEY, A., « Games in the lobby: A playful approach », [Les jeux dans le lobby : une approche ludique], *In* Parry R., Page, R., Moseley, A., (dir.) *Museum Thresholds*, Routledge, 2018.

LESAFFRE G., WATREMEZ, A., FLON, E., « Les applications mobiles de musées et de sites patrimoniaux en France : quelles propositions de médiation ? », *La Lettre de l'OCIM. Musées, Patrimoine et Culture scientifiques et techniques*, 154, 2014. Disponible sur Internet : <https://doi.org/10.4000/ocim.1423> (Consultation mai 2025).

MACZEK, E., FOURÈS, A., (dir.), *Le ludique dans l'espace muséal*, Dijon, Éditions universitaires de Dijon, Office de coopération et d'information muséales, 2021.

Sur la *gamification* :

DETERDING, S., SICART, M., NACKE, L., O'HARA, K., DIXON, D., « Gamification: Using game design elements in non-gaming contexts », [Gamification : utilisation des éléments de conception de jeu dans des contextes non ludiques], *Proceedings of the CHI 2011 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems*, Vancouver, Canada, 2011, p. 2425-2428. Disponible sur Internet : <http://dx.doi.org/10.1145/1979742.1979575> (Consultation avril 2025).

MAUCO, O. « *Gamification*, le tourisme se prend au jeu ! », *Espaces*, n°358, 2021, p.3- 5.

ZICHERMANN, G., CUNNINGHAM, C., *Gamification by Design: Implementing Game Mechanics in Web and Mobile Apps*, [La gamification par le design : implémenter des mécaniques de jeu dans les applications web et mobiles], O'Reilly Media, Inc., 2011.

Sur les jeux de piste, les chasses au trésor et les jeux d'évasion :

ALVAREZ, Julian, DJAOUTI, Damien « Une taxinomie des Serious Games dédiés au secteur de la santé », *Revue de l'Électricité et de l'Électronique*, 11, décembre 2008, p. 91-102. Disponible sur Internet : <https://hal.science/hal-04024988v1/document> (consultation mai 2025).

AZOUGH, M.-F., KAGHAT, A., MEKNASSI, M. « A Cultural Scavenger Hunt Serious Game Based on Audio Augmented Reality », *Advanced Intelligent Systems for Sustainable Development*, 2020, p. 1-8. Disponible sur Internet : [10.1007/978-3-030-36653-7_1](https://doi.org/10.1007/978-3-030-36653-7_1) (Consultation avril 2025).

BARTON, A., RANO, Q., « Les frontières de l'évasion : Une taxonomie du jeu d'évasion », *Sciences du jeu*, 16, 2021. Disponible sur Internet : <https://doi.org/10.4000/sdj.3453> (Consultation mai 2025).

BROUGERE G., ROUCOUS, N., « Jeux de piste et exploration : tourisme, jeu et fiction », *Sciences du jeu*, 16, 2021. Disponible sur Internet : <http://dx.doi.org/10.4000/sdj.3763> (Consultation février 2025).

BROUGERE G., ROUCOUS, N., ARDOUIN, R., AS, M., BOULEGUE, D., CHARBONNEAU, J., FREUDENTHAL, M., GARAN, G., GUERIN, A., MONNIER M., et ORSI, E., « Dispositifs et publics des jeux d'exploration guidée. Jeux de piste, chasses au trésor et autres jeux d'extérieur », [Rapport de recherche] Université Sorbonne Paris Nord. 2020. Disponible sur Internet : <https://shs.hal.science/hal-03324923/> (Consultation avril 2025).

CANIZARES, A., GARDIES, C., « Jeu d'évasion sérieux en information-documentation : un dispositif de médiation des savoirs ? », *Sciences du jeu*, 16, 2021. Disponible sur Internet : <https://doi.org/10.4000/sdj.3602> (Consultation avril 2025).

CAVALLO^{M.}, FORBES A.G., « DigitalQuest: a mixed reality approach to scavenger hunts » [DigitalQuest : une approche en réalité mixte des jeux de piste] communication au 2016 IEEE International Workshop on Mixed Reality Art (MRA), 2016, p. 11-15. Disponible sur Internet : <http://dx.doi.org/10.1109/MIXRA.2016.7858999> (Consultation mai 2025).

COELHO, A., RODRIGUES, R., NOBREGA, R., JACOB, J., MORGADO, L., CARDOSO, P., VAN ZELLER, M., SANTOS, L., SOUSA, A., « Serious Pervasive Games » [Jeux pervasifs sérieux], *Frontiers in Computer Science*, 2, 2020. Disponible sur Internet : <https://doi.org/10.3389/fcomp.2020.00030> (Consultation mai 2025).

FOURQUET, M.-P., COURBET, D., « Les serious games, dispositifs numériques de médiation : processus sociocognitifs et affectifs dans les usages et les effets sur les publics », *Communication & Organisation*, no 44, 2013, p. 165-190. 2013. Disponible sur internet : <https://doi.org/10.3406/pumus.2013.1757> (Consultation mai 2025).

KLOPFER, E., PERRY, J., SQUIRE, K., JAN M.-F., STEINKUEHLER, C., « Mystery at the Museum – A Collaborative Game for Museum Education » [Mystère au musée : un jeu collaboratif pour l'apprentissage au musée], *Computer Supported Collaborative Learning 2005*, Routledge, 2005. Disponible sur internet : <https://www.researchgate.net/publication/221033626> (Consultation avril 2025).

LU YU, CHAO J.T., PARKER K.R., « HUNT: scavenger hunt with augmented reality » [HUNT : une chasse au trésor avec de la réalité augmentée], *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, vol. 10, 2015, p. 21-35.

NG, K. H., HUANG H., O'MALLEY, C., « Treasure codes: augmenting learning from physical museum exhibits through treasure hunting », [Indices : accroître l'apprentissage à partir des expositions physiques par la chasse au trésor] *Personal and Ubiquitous Computing*, 22-4, 2018, p. 739-750. Disponible sur Internet : <https://doi.org/10.1007/s00779-018-1126-5>. (Consultation mai 2025).

PIOGGIA, M., SARDELLA, R., « European Museums' Night 2024: understanding radiometric dating through a scavenger hunt inside the MUST (Museo Universitario di Scienze della Terra, Sapienza) » [La Nuit européenne des musées 2024 : comprendre la datation radiométrique à travers un jeu de piste au MUST], Intervention présentée lors du colloque Géologie pour une gestion durable de notre planète, tenu à Bari, Italie. 2024. Disponible sur internet : <http://iris.uniroma1.it/handle/11573/1726386> (Consultation mai 2025).

TALTON, Jerry O. et al., « Scavenger hunt: computer science retention through orientation » [Chasse au trésor : la rétention informatique via l'orientation], New York, NY, USA, Association for Computing Machinery, 2006. Disponible sur Internet : <https://doi.org/10.1145/1121341.1121478> (Consultation mai 2025).

WACRENIER, T., « S'évader aux archives. Ludification et escape games dans les services d'archives comme moyen de conquête de nouveaux publics. », Mémoire de recherche. Angers, Université Angers, 2020, 200 p. Disponible sur Internet : <https://dune.univ-angers.fr/documents/dune12122>. (Consultation mai 2025)

Sur l'apprentissage, le musée et le jeu :

BEALE, K., (dir.), *Museums at play: games, interaction and learning*, [Les musées en jeu : Jeux, interaction et apprentissage] Édinburgh, Royaume-Uni de Grande-Bretagne et d'Irlande du Nord, MuseumsEtc, 2011.

BROUGERE, G., « Le jeu peut-il être sérieux? Revisiter Jouer/Apprendre en temps de serious game », *Australian Journal of French Studies*, 49-2, 2012, p. 117-129. Disponible sur Internet : <https://sorbonne-paris-nord.hal.science/hal-03605411v1> (Consultation avril 2025).

BROUGERE, G., *Jouer/Apprendre*, Paris, Economica, 2005.

CESARIO, V., RADETA, M., MATOS S., NISI, V., « The Ocean game: Assessing Children's Engagement and Learning in a Museum Setting Using a Treasure-Hunt Game », [Ocean Game : évaluer l'engagement et l'apprentissage des enfants dans un musée à travers un jeu de chasse au trésor], *Publication of the Annual Symposium on Computer-Human Interaction in Play*, 2017, p. 99-109. Disponible sur Internet : <https://doi.org/10.1145/3130859.3131435> (Consultation mai 2025).

DEATER-DECKARD, K., CHANG M., EVANS, M. E. « Engagement States and Learning from Educational Games », [Etats d'engagement et d'apprentissage à partir des jeux éducatifs], *New Directions for Child and Adolescent Development*, 2013-139, 2013, p. 21-30. Disponible sur Internet : <http://dx.doi.org/10.1002/cad.20028> (Consultation mai 2025).

FALK, J., « Free-choice environmental learning: Framing the discussion », [L'apprentissage en libre choix : cadrer la discussion], *Environmental Education Research*, 11, 2005, p. 265-280. Disponible sur Internet : <http://dx.doi.org/10.1080/13504620500081129> (Consultation mai 2025).

FALK, J-H., DIERKING, L.-D., PARSONS, W., « Learning from museums: visitor experiences and the making of meaning », [Apprendre dans les musées : expériences de visite et construction du sens]. Lanham, AltaMira Press, 2000.

JACOBI, D., « Savoirs non formels ou apprentissages implicites ? », *Recherches en Communication*, 15, 2001, p. 169-184.

MEUNIER, A., « Les outils pédagogiques dans les musées : pour qui, pour quoi ? », *La Lettre de l'OCIM. Musées, Patrimoine et Culture scientifiques et techniques*, 133, 2011, p. 5-12. Disponible sur Internet : <https://doi.org/10.4000/ocim.648> (Consultation mai 2025).

OLOMBEL, G., VIANEZ, P., DJAOUTI, D., « Évaluation de l'efficacité pédagogique d'un jeu d'évasion au lycée », *Sciences du jeu*, 16, 2021. Disponible sur Internet : <https://doi.org/10.4000/sdj.3667> (Consultation mai 2025).

ROUSSOU, M., « Learning by doing and learning through play: an exploration of interactivity in virtual environments for children » [Apprendre par les actions et apprendre par le jeu : une exploration de l'interactivité dans les environnements virtuels pour enfants], *Comput. Entertain.*, 2-1, 2004, p. 10.

SUTTON-SMITH, B., *Play and Learning*, [Jeux et apprentissage], New York, Gardner Press, 1979.

VILATTE, Jean-Christophe et GOTTESDIENER, Hana, « Une mallette-jeu pour l'éducation à l'image : jeu et/ou apprentissage », dans Daniel Jacobi (dir.), *Jeu et apprentissage. L'enfant, la fiction et le savoir*, Paris, L'Harmattan, coll. « Enfance & Langages », 2001, p. 187-201.

YIANNOUTSOU, N., AVOURIS, N., « Mobile games in Museums: from learning through game play to learning through game design », [Jeux mobiles dans les musées : de l'apprentissage par le jeu à l'apprentissage par la conception de jeux], *Museum Education and New Media*, 23, 2012, p. 79-86. Disponible sur Internet : https://www.researchgate.net/publication/232702042_Mobile_games_in_Museums_from_learning_through_game_play_to_learning_through_game_design (Consultation mai 2025).

VYGOTSKY, L. S., *Mind in Society: Development of Higher Psychological Processes*, [L'esprit en société : développement des processus psychologiques supérieurs], Cambridge, Harvard University Press, 1978.

Sur les publics et les expériences de visite :

BARBIEUX, C., « Évaluer les effets des dispositifs ludiques destinés aux enfants en visite familiale », *La Lettre de l'OCIM. Musées, Patrimoine et Culture scientifiques et techniques*, 135, 2011, p. 19-26.

BLANC, M., EIDELMAN, J., MEUNIER, A., et al., *Voir autrement: nouvelles études sur les visiteurs des musées*, Paris, La documentation française, 2023.

BOUGENIES, F., LELEU-MERVIEL S., et SPARROW, L., « Effet captivant et apaisant de la médiation par tablette au musée : mesures physiologiques et motivationnelles », *Études de communication*, 46-1, 2016, p. 87-108. Disponible sur Internet : <https://doi.org/10.4000/edc.6565> (Consultation mai 2025).

CSIKSZENTMIHALYI, M., *Flow: The Psychology of Optimal Experience*, [Flow : la psychologie de l'expérience optimale], New York, Harper & Row, 1990.

DUFRESNE-TASSE, C., LEFEBVRE, A., *Psychologie du visiteur de musée : contribution à l'éducation des adultes en milieu muséal*, Hurtubise HMH. Ville LaSalle, Québec, 1996.

EIDELMAN, J., « Qui fréquente les musées à Paris ? Une sociographie des publics des musées de France », *Publics et Musées*, no 2, 1992, p. 19-47. Disponible sur internet : <https://doi.org/10.3406/pumus.1992.1014> (Consultation avril 2025).

EIDELMAN, J., *Inventer des musées pour demain: rapport de la Mission Musées XXI^e siècle rapport au Ministre de la culture et de la communication*, Paris, Impr. de la Direction de l'information légale et administrative.

EIDELMAN, J., GOTTESDIENER, H., LE MAREC, J., « Visiter les musées : Expérience, appropriation, participation », *Culture & Musées. Muséologie et recherches sur la culture*, Hors-série, 2013, p. 73-113. Disponible sur Internet : <https://doi.org/10.4000/culturemusees.720> (Consultation mai 2025).

JARRIER, E. et BOURGEON, F. « L'impact de l'interactivité des outils de médiation in situ sur l'expérience globale de visite : le cas des musées des beaux-arts », Communication présentée à la Journée de recherche sur la consommation digitale, Paris, novembre 2012.

JONCHERY, A., « Se rendre au musée en famille », *La Lettre de l'OCIM. Musées, Patrimoine et Culture scientifiques et techniques*, 115, 2008, p. 4-14. Disponible sur Internet : <https://doi.org/10.4000/ocim.264> (Consultation mai 2025).

JONCHERY, A., BIRAUD, S., « Musées en famille, familles au musée : De l'expérience de visite des familles à des politiques muséales spécifiques », *Informations sociales*, 181-1, 2014, p. 86-95. Disponible sur Internet : <https://doi.org/10.3917/inso.181.0086>. (Consultation mai 2025).

JONCHERY A., *À l'écoute des visiteurs 2015 dans les musées de Poitou-Charentes*, DRAC Nouvelle-Aquitaine, 2015.

MEUNIER, A., et al., « L'expérience d'adolescents en visite scolaire dans un musée de beaux-arts: effets comparatifs des modalités de médiation interpersonnelle et numérique. », *Digital Studies - Le champ numérique*, 12-1, 2022. Disponible sur Internet : <https://doi.org/10.16995/dscn.8099> (Consultation mai 2025).

DE MIGUEL DE BLAS, M., BOURGEON-RENAULT, D., JARRIER, E., « Can Interactive Mediation Tools Bridge the Identity Gap Between the Public and the Art Museum? » [Les outils de médiation interactive peuvent-ils combler le fossé identitaire entre le public et le musée d'art ?], *International Journal of Arts Management*, 18-1, 2015, p. 52-64. Disponible sur internet : <https://hal.science/hal-02139827v1/document> (Consultation avril 2025).

DE LA VILLE, V.-I., BADULESCU, C., « Préfigurer le sens d'une visite familiale interactive au musée », *MEI - Médiation et information*, 42, 2018, p.

28-38. Disponible sur Internet : <https://hal.science/hal-01627589v1/document> (Consultation mai 2025).

Sur le marketing, l'économie du divertissement et de l'expérience :

ADDIS, Michela, « New Technologies and Cultural Consumption. Edutainment is Born! », *European Journal of Marketing*, 39, 2002 p.729-736. Disponible sur Internet : [10.2139/ssrn.319503](https://ssrn.com/abstract=319503) (consultation mai 2025).

APPIOTTI S., SANDRI, E., « « Innovez ! Participez ! » Interroger la relation entre musée et numérique au travers des injonctions adressées aux professionnels », *Culture & Musées. Muséologie et recherches sur la culture*, 35, 2020, p. 25-48.

BALLOFFET, P., COURVOISIER F.-H., LAGIER, J. « From Museum to Amusement Park: The Opportunities and Risks of Edutainment », [Du musée au parc d'attractions : opportunités et risques d'éduvertissement], *International Journal of Arts Management*, 16, 2014, p.4-18.

BAYART, D., BENGHOZI, P.-J., MINISTERE DE LA CULTURE ET DE LA FRANCOPHONIE. DEPARTEMENT DES ETUDES ET DE LA PROSPECTIVE, *Le tournant commercial des musées en France et à l'étranger*, Paris, la Documentation française, 1993.

CHAUMIER, Serge, « Introduction », dans *Du musée au parc d'attractions : ambivalence des formes de l'exposition*, *Culture & Musées*, n° 5, 2005, p. 13-36.

CHAUMIER, S., « "Apprendre en s'amusant" : credo pour la culture ? », *Réalités industrielles. Annales des mines*, , 2007, p. 60-65.

HABIB M.-C. et (de) MENGIN, A., « Évolution des attentes des publics et capitalisation des études pour les futures expositions de la Cité des sciences et de l'industrie », in : EIDELMAN, Jacqueline, MARIANI-DUCRAY, Françoise et ROUSTAN, Michèle (dir.). *La place des publics*. Paris, La Documentation française, 2015, p. 73-85.

MONTPETIT, R. « Expositions, parcs, sites : des lieux d'expériences patrimoniales », In CHAUMIER, Serge (dir.), *Du musée au parc d'attractions : ambivalence des formes de l'exposition*, *Culture & Musées*, n° 5, 2005. p.111-133. Disponible sur Internet : <https://doi.org/10.3406/pumus.2005.1216> (Consultation avril 2025).

PINE II B. Joseph et James H. GILMORE, *The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage*, [économie de l'expérience : le travail est un théâtre et chaque entreprise une scène] Boston, Harvard Business Press, 1999.

SANDELL, R., JANES, R. R., (dir.), *Museum management and marketing*, Londres, Routledge, 2007.

TOBELEM, J.M., « Chapitre 29. Entre loisir et divertissement », *La gestion des institutions culturelles. Musées, patrimoine, centres d'art*, Paris, Armand Colin, coll. « U », 2017, p. 273-277. Disponible sur Internet : <https://doi.org/10.3917/arco.tobel.2017.01.0273>. (Consultation mai 2025).

TOBELEM, J-M., « De l'approche marketing dans les musées », *Culture et Musées*, n°2-Regards sur l'évolution des musées, 1992. p.49-70. Disponible sur Internet : <https://doi.org/10.3406/pumus.1992.1015> (Consultation mai 2025).

WOLF, M.-J. *The Entertainment Economy: How Mega-media Forces are Transforming Our Lives*, [L'économie du divertissement : comment les mégamédias transforment nos vies], Times Books, 1999.

Sur la narration :

ADAM, Jean-Michel, « La cohésion des séquences de propositions dans la macro-structure narrative », *Langue française*, 38, 1978, p. 101-117. Disponible sur Internet : <https://doi.org/10.3406/lfr.1978.6122> (consultation mai 2025).

GREIMAS, J.A. *Sémantique structurale: Recherche de méthode*, Paris, Humensis, 2015.

HATANO-CHALVIDAN, M., LEMAITRE, D., « Le schéma actantiel : Comment analyser la quête du locuteur », in LEMAITRE, Dominique (dir.) *Identité et discours : Approche méthodologique de l'ethos discursif*, Caen, Presses universitaires de Caen, 2017, p. 47-60. Disponible sur Internet : <https://doi.org/10.4000/books.puc.19016> (Consultation mai 2025).

MARTI, M., « Jeux vidéo et logiques narratives », *Questions théoriques*, 2012, p. 73-91.

Intervention

BnF Partenariats, Cultural, « Jeu immersif, nouvelle Valorisation pour les institutions culturelles », atelier présenté lors du SITEM, 25 mars 2025, Paris.

Sitographie

ALTANTIDE. « Mission : L'enlèvement », *Shop Atlantide*. Disponible sur : <https://shop.atlantide.io/product/mission-lenlevement/> (Consultation le 4 mai 2025).

ALTANTIDE. « Atlantide – L'application de jeux de piste sur smartphone », *Atlantide.io*. Disponible sur : <https://www.atlantide.io/atlantide/> (Consultation le 8 mai 2025).

CENTRE NATIONAL DE RESSOURCES TEXTUELLES ET LEXICALES. « Jeu », *CNRTL.fr*, Disponible sur : <https://www.cnrtl.fr/definition/jeu> (Consultation le 02 février).

CENTRE NATIONAL DE RESSOURCES TEXTUELLES ET LEXICALES. « Énigme », *CNRTL.fr*, Disponible sur : <https://www.cnrtl.fr/definition/%C3%A9nigme> (Consultation le 19 mai 2025).

CENTRE NATIONAL DE RESSOURCES TEXTUELLES ET LEXICALES, « Divertissement », *CNRTL.fr*, Disponible sur : <https://www.cnrtl.fr/definition/divertissement>, (Consultation le 4 mai 2025).

DELAUNAY, Alain. « énigme », *Encyclopædia Universalis*. Disponible sur : <https://www-universalis-edu-com.ezproxy.univ-paris3.fr/encyclopedie/enigme/> (Consultation le 20 février 2025).

INTERNATIONAL COUNCIL OF MUSEUMS (ICOM) « Définition du musée (2022) », *ICOM Museum.fr*, 24 août 2022, Disponible sur : <https://icom.museum/fr/resources/standards-et-lignes-directrices/definition-du-musee/> (Consultation le 12 avril 2025).

LAROUSSE, « Énigme », *Dictionnaire de français Larousse*, Disponible sur : <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/%C3%A9nigme/29610> (Consultation le 19 mai 2025).

MUSEE DE L'ARMÉE, « Nocturnes au musée de l'Armée », *Musée de l'armée*, Disponible sur : <https://www.musee-armee.fr/au-programme/nocturnes-musee-armee.html> (Consultation le 4 mai 2025).

MUSEE DE L'HOMME. « Les petits chercheurs », *Musée de l'Homme*, Disponible sur : <https://www.museedelhomme.fr/fr/les-petits-chercheurs> (Consultation le 8 mai 2025).

MUSEE DE LA POSTE, « Le défi d'Ulrich, enquête au musée », *Musée de la Poste*, Disponible sur : <https://museedelaposte.fr/fr/expositions-et-evenements/le-defi-dulrich-enquete-au-musee> (Consultation le 4 mai 2025).

MUSEE DES ARTS ET METIERS, « Jeu de piste – Lost in inventions », *Musée des Arts et Métiers*, Disponible sur : <https://www.arts-et-metiers.net/musee/jeu-de-pistelost-inventions> (Consultation le 19 mai 2025).

MUSEE NATIONAL DE LA MARINE. « Escape game géant : Le pacte de la colline des arts », *Musée national de la Marine*, Disponible sur : <https://www.musee-marine.fr/nos-musees/paris/expositions-et-evenements/les-evenements/escape-game-geant-le-pacte-de-la-colline-des-arts.html> (Consultation le 8 mai 2025).

MUSEE NATIONAL PICASSO PARIS. « À la rescousse », *Musée Picasso Paris*, Disponible sur : <https://museepicassoparis.fr/fr/la-rescousse> (Consultation le 8 mai 2025).

MUSEE SUISSE DU JEU, « De la case au pixel », *Musée du jeu*, Disponible sur : <https://museedujeu.ch/exposition/de-la-case-au-pixel/> (Consultation le 4 mai 2025).

PETIT LOUVRE, « Cherchons Joyeuse », *Petit Louvre*, Disponible sur : <https://petitlouvre.louvre.fr/cherchons-joyeuse> (Consultation le 4 mai 2025).

RESEAU CANOPE « Escape games pédagogiques et jeux de piste pour ludifier les apprentissages », *Réseau Canopé*, Disponible sur : <https://www.reseau-canope.fr/actualites/actualite/escape-games-pedagogiques-et-jeux-de-piste-pour-ludifier-les-apprentissages.html> (Consultation le 19 mai 2025).

RESEAU CANOPE, « Pégase – Portail des ressources pédagogiques numériques », *Pégase*, Disponible sur : <https://pegase.reseau-canope.fr/> (Consultation le 19 mai 2025).

SHAREWOOD ANIM. « Agence Sharewood – Création d’animations et de jeux pour événements », *Animations-evenements.com*. Disponible sur : <https://www.animations-evenements.com/agence-creation-animations-jeux-pour-evenements/> (Consultation le 8 mai 2025).

TEAM BREAK. « Team Break – Agence de création de jeux immersifs pour entreprises et collectivités », *Team-break.fr*. Disponible sur : <https://team-break.fr/agence> (Consultation le 8 mai 2025).

WEEZEVENT, « Organiser un jeu de piste : nos conseils pour réussir », *Weezevent – Le blog*, mis en ligne le 30 août 2022, Disponible sur : <https://weezevent.com/fr/blog/organiser-jeu-piste/> (Consultation le 3 mai 2025).