

Sommaire

Avant-propos 7
Francine Mariani-Ducray

Les études de publics : recherche fondamentale, choix de politiques et enjeux opérationnels 11
Jacqueline Eidelman, Mélanie Roustan

PREMIÈRE PARTIE

Capitaliser les études de publics 35

Introduction 37
Corinne Guez

Fréquentation et image des musées en France au début 2005 41
Bernadette Goldstein, Régis Bigot

La modélisation de la fréquentation payante du Louvre : une approche rétrospective et prospective 57
Anne Krebs, Bruno Maresca

Évolution des attentes des publics et capitalisation des études pour les futures expositions de la Cité des sciences et de l'industrie 73
Marie-Claire Habib, Aymard de Mengin

Connaître les populations et les publics 87
Sylvie Octobre

DEUXIÈME PARTIE

Tourisme culturel : villes, monuments, musées 103

Introduction 105
François Cheval

La fréquentation du patrimoine antique à Arles : publics, visiteurs de monument et visiteurs de musée 109
Daniel Jacobi, Fabrice Denise

Le développement des publics touristiques du musée national du château de Pau 121
Philippe Gimet, Cécile Latour

Évaluation qualitative des documents de visite édités par le Centre des monuments nationaux 127
Christophe Korol

TROISIÈME PARTIE

**Devenir visiteur de musée... ou pas :
les publics jeunes** 137

Introduction 139

Sylvie Octobre

Sortir en famille au musée : optimiser les négociations à l'œuvre 143

Anne Jonchery, Michel Van Praët

**Paupières closes, yeux ouverts. Quand l'accueil d'un jeune public
bénéficie à tous les visiteurs** 157

Agnès Galico, Christine Laemmel

**Les principaux déterminants de la fréquentation des musées d'art
moderne et contemporain : une enquête auprès d'étudiants** 169

Hana Gottesdiener, Jean-Christophe Vilatte

QUATRIÈME PARTIE

**Les études de réception,
outils de stratégie culturelle** 177

Introduction 179

Marc Plocki

**L'impact du discours muséographique sur les visiteurs de l'exposition
L'Art italien et la Metafisica. Le temps de la mélancolie 1912-1935,
présentée au musée de Grenoble de mars à juin 2005** 181

Marie-Sylvie Poli, Danièle Houbart

**Usages et enjeux de l'analyse des livres d'or pour les stratégies
culturelles d'établissement** 195

Marie-Pierre Béra, Emmanuel Paris

**Expérience de visite et dispositifs participatifs
La place du corps dans la perception du propos de l'exposition** 209

Nathalie Candito, Delphine Miège

**Chaque visite d'exposition est-elle une expérience unique ?
La réception de quatre expositions aux Galeries nationales
du Grand Palais** 219

Marie Clarté O'Neill

CINQUIÈME PARTIE

**Les « muséologies participatives »
Associer les visiteurs à la conception
des expositions** 233

Introduction 235
Claire Merleau-Ponty

**Le public, acteur de la production d'exposition ?
Un modèle écartelé entre enthousiasme et réticences** 237
Serge Chaumier

**Muséologie participative, évaluation, prise en compte
des publics : la parole introuvable** 247
Joëlle Le Marec

**Un comité de visiteurs au musée de l'Homme,
ou comment les usagers du musée prennent la parole** 265
Séverine Dessajan

Conclusion / perspectives 279
Philippe Chantepie

ANNEXES

**Bibliographie des enquêtes, études et recherches
sur les publics / visiteurs d'expositions, de musées
et de monuments réalisées en France entre 2000 et 2005** 287
Jacqueline Eidelman, Marion Lemaire, Mélanie Roustan

Avant-propos

Les deux journées *Utiliser les études de publics dans une politique d'établissement. Méthodes, résultats, préconisations* des 1^{er} et 2 juin 2006 à l'École du Louvre ont été conçues et organisées par le Département des publics de la Direction des musées de France et le Centre de recherche sur les liens sociaux – Cerlis (Paris Descartes/ CNRS). La réflexion s'inscrit en prolongement de séminaires précédemment organisés par la DMF, notamment, en 2001, *Connaissance des publics. De la définition des objectifs à l'optimisation des résultats* et, en 2004, *Musée, connaissance et développement des publics*. Il s'agit à titre principal de dresser un panorama des études de publics réalisées au sein des musées au cours des cinq dernières années et d'analyser leur impact dans la politique culturelle des établissements.

Le champ d'études sur les publics dans les musées et la population d'un territoire

Dès 1990, le département des publics de la DMF a mis en place *Muséostat*, dispositif statistique de suivi de la fréquentation des musées de France, et les observatoires permanents des publics (OPP) dans les musées sous tutelle du Ministère de la culture. Ces observatoires ont mis en lumière différentes catégories de publics (par exemple, celle des primovisiteurs) et contribué à l'orientation de la politique des musées nationaux et des musées en région pour ce qui concerne l'accueil, la muséographie et les différentes formes de médiation. Des enquêtes sur la réception des expositions par les publics ont aussi été réalisées, à la demande de la DMF, par des universitaires spécialisés dans ce secteur ou par les consultants du domaine. L'augmentation de la fréquentation des établissements culturels, la question de la diversification des publics, l'objectif de démocratisation ont ainsi été constamment au cœur des réflexions et des programmes d'études.

Par ailleurs, pour mieux cadrer avec les nouvelles réalités économiques, culturelles et environnementales des établissements, des enquêtes de développement des publics ont été commanditées. Le protocole d'accord signé par la DMF et l'Agence française d'ingénierie touristique (Afit) dans les années 1990 a contribué à la réalisation de publications sur l'accueil dans les musées et de cartes touristiques des musées de France avec l'IGN. Le nouveau protocole d'accord, signé, en 2003, avec Odit France¹, a permis le cofinancement des études sur les stratégies et les actions de développement des publics touristiques dans les musées nationaux.

Fin 2004, j'ai souhaité confier une enquête au Centre de recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions de Vie (Crédoc) portant sur la fréquentation et

¹ ODIT (Observation, développement et ingénierie touristiques). ODIT France est un GIP (groupement d'intérêt public) placé sous l'autorité du ministre chargé du Tourisme.

l'image des musées en France et réalisée dans le cadre d'une enquête omnibus sur les conditions de vie et les aspirations des Français en 2005. Il s'agissait de réactualiser un certain nombre de connaissances sur l'évolution de la fréquentation, les profils des visiteurs et leurs motivations de visite. Une exploitation ultérieure de cette enquête, centrée sur les seniors, dessine une image plus précise des évolutions de la société et en particulier de cette catégorie de la population dans son approche du musée.

Améliorer la cohérence des études constitue aujourd'hui une priorité de la politique de la DMF en concertation avec le département des études, de la prospective et des statistiques (DEPS) du ministère de la Culture et de la Communication.

Le développement des études statistiques et sociologiques au ministère de la Culture et de la Communication

Le développement des études statistiques et sociologiques correspond à des besoins nouveaux au sein du ministère de la Culture et de la Communication. Les missions statistiques se sont renforcées en raison des évolutions de l'environnement socio-économique et technique de la culture et de la nécessité d'une observation culturelle en région. Les champs de réflexion se sont étendus aux publics et aux politiques de publics. Par ailleurs, la mise en œuvre des indicateurs de la Loi organique relative aux lois de finances (Lolf) incite à la mise en place de dispositifs d'analyse statistique de fréquentation, à un suivi de la gratuité et à une évaluation des taux de satisfaction, pour aider à la conduite plus performante des politiques d'établissement.

La DMF inscrit sa réflexion et ses préoccupations à l'intérieur des programmes ministériels dans le cadre du conseil des Études. Ces programmes, dont Philippe Chantepie présentera les axes directeurs en fin d'ouvrage, concernent aussi bien l'évolution des métiers et des compétences que l'évolution des comportements et des consommations culturels. En particulier, la DMF encourage des études sur la fréquentation des équipements culturels, la compréhension des mécanismes de transmission culturelle, la diversité culturelle et s'attache à comprendre le rôle structurant que peuvent jouer certains équipements culturels à une échelle locale, nationale, voire internationale.

Les comportements, les attentes du public évoluent et les établissements culturels doivent aujourd'hui concilier objectifs économiques, sociaux et environnementaux. C'est pourquoi de nombreux établissements culturels dépendant de l'État, de collectivités territoriales et d'associations conduisent des études de publics. Elles se sont multipliées et diversifiées en raison de l'augmentation de la fréquentation et de la volonté de diversification des publics : enquêtes statistiques, baromètres de notoriété, enquêtes de publics potentiels, enquêtes sur les représentations et attentes des publics dans les expositions. Il nous a donc paru nécessaire d'en faire un état des lieux et d'en capitaliser les résultats.

Études de publics et orientation d'une politique d'établissement

Les deux journées de juin 2006 ont présenté une synthèse des études à travers un choix significatif et varié, avec les grandes tendances, les dimensions stratégiques. Elles ont apporté des éléments d'analyse pour orienter la programmation culturelle des établissements et ouvrir de nouvelles perspectives. Les communications ont généralement offert deux points de vue : celui du professionnel du musée ou du monument qui doit mettre en place la politique culturelle de son établissement et celui du consultant ou du chercheur qui réalise l'étude. Deux ateliers d'initiation aux études de public et à la maîtrise d'ouvrage ont été organisés en vue de répondre aux questions méthodologiques. Comment rédiger un cahier des charges ? Sur quelles bases, selon quels critères sélectionner un protocole d'étude ? Comment mesurer l'apport d'une enquête, comment interpréter ses résultats ? Quelle part attribuer au contexte de la commande, aux conditions de sa réalisation ? Jusqu'à quel point ces résultats peuvent-ils être interprétés comme des préconisations ou quelles informations délivrent-ils pour un plan d'action ?

Ces journées constituent une étape essentielle pour la diffusion des savoirs et des savoir-faire des études de publics, et pour en améliorer la cohérence. Elles s'inscrivent dans les stratégies des établissements pour développer leurs publics, non seulement pour accroître la fréquentation mais pour mieux connaître le visiteur afin de répondre à ses attentes. Les réflexions s'appuient sur différentes familles d'études : études de réception des expositions temporaires, enquêtes sociodémographiques de publics et plus récemment enquêtes de modélisation de la fréquentation. À titre d'exemple, l'approche économétrique, développée au musée du Louvre, s'appuie sur un baromètre des publics et renouvelle la gamme des outils prospectifs d'analyse. Elle nourrit ainsi la réflexion stratégique pour la conduite d'une politique d'établissement culturel.

Je souhaite que tous les thèmes abordés – connaissance des publics et modélisation de la fréquentation, tourisme culturel et développement local, « formation » du visiteur, évaluation de l'exposition ou étude de sa réception, prise en compte des visiteurs dans la conception des expositions – suscitent des pistes de réflexion pour le renouvellement des expositions, des formes de médiation et plus largement pour les politiques d'établissement.

Je tiens à remercier plus particulièrement le Département des publics à l'initiative de ces journées et le Cerlis pour son implication dans l'organisation et la recherche, mais aussi tous les intervenants : conservateurs, secrétaires généraux, responsables de services de publics, universitaires, consultants qui ont contribué par leur participation au succès de ces journées. Je suis reconnaissante de leur excellente collaboration à l'École du Louvre, aux laboratoires de recherche ainsi qu'aux sociétés partenaires.

Francine Mariani-Ducray,
Directrice des musées de France