

EGMUS PARIS, 18-19 novembre 2013



La fréquentation des musées en temps de crise

Musées, expositions et monuments en France
2008-2012



Introduction (1)

a) Le Ministère de la culture et de la communication (MCC) :

- 2010 : refonte des politiques publiques et des ministères
- MCC : 3 grandes directions générales (au lieu de 10) et une délégation générale :
- Directions générales : « Patrimoines », « Création », « Industries culturelles et médias »
- Délégation générale à la Langue française et aux Langues de France.

b) La direction générale des Patrimoines :

- Services : Musées, Monuments, Archives, Architecture, Archéologie
- Départements transversaux : « communication », « affaires européennes et internationales »



Introduction (2) : Le département de la politique des publics

- 11 personnes titulaires + quelques personnes contractuelles + sta
- Un budget
- 4 missions
- Centre de ressources, de veille et de diffusion
- (Co-)Production et Expertise
- Animation du réseau des services des publics
- Observatoire des publics et de l'action culturelle

- Axes de travail
- Fidéliser les publics*
- Renforcer, diversifier et qualifier l'offre culturelle*
- Démultiplier les effets de l'action par un travail en réseau*
- Etudier les résultats*



1/ *Fréquentation observée*



Ce que l'on sait

En 2012

Ce qu'on ignore

Les musées de France :

61 565 454 (+3% par rapport à 2011)

Les monuments nationaux :

9 074 684 (-1% par rapport à 2011)

Les services d'archives :

1 670 245 (chiffre 2011)

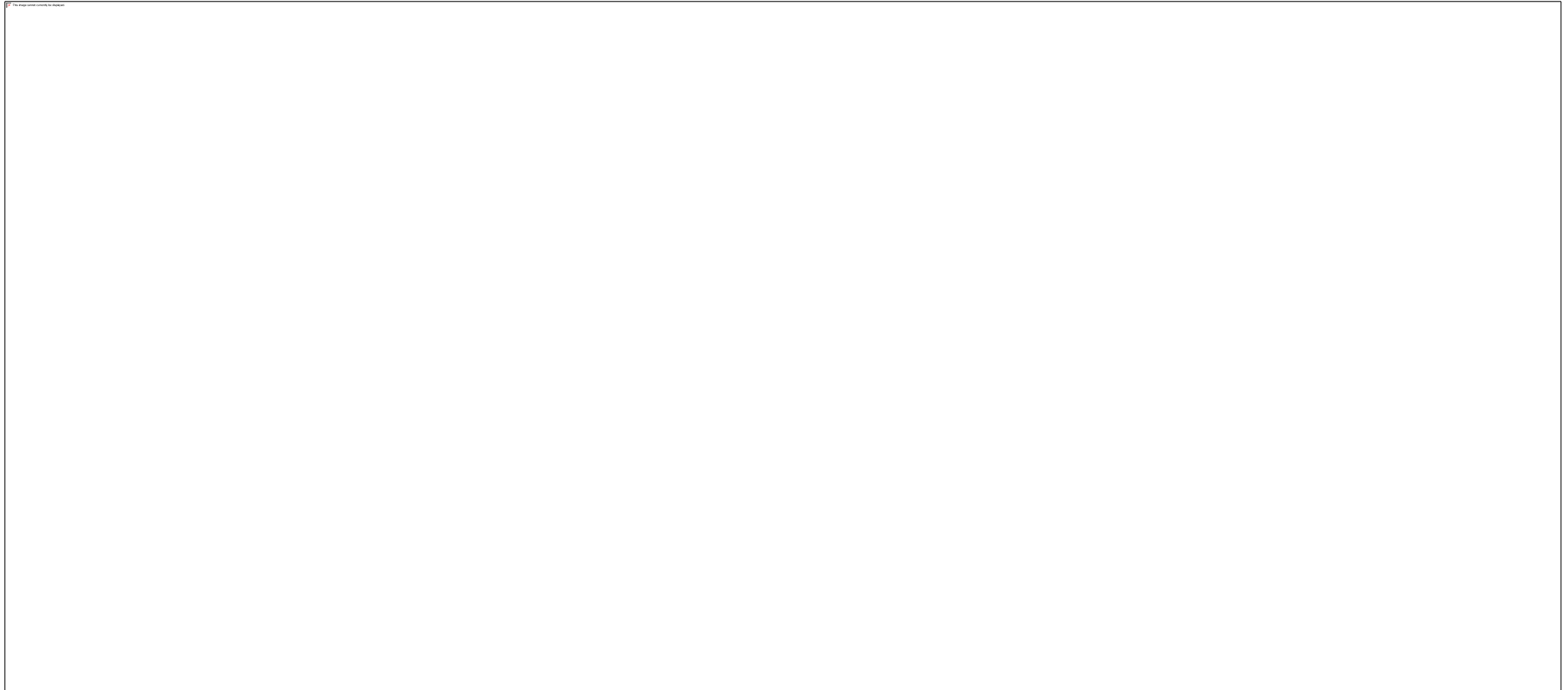
Les sites labelisés MCC

- X 167 Villes et Pays d'Art et d'Histoire
- X 386 Jardins remarquables
- X 2500 édifices Patrimoine du XXème siècle
- X 195 Maisons des illustres

- X Les événements
- X Journées européennes du patrimoine (12 M ?)
- X Nuit des musées (2 M ?)



Entrées, visites ou visiteurs : les Musées de France



Fréquentation virtuelle

- 472 établissements disposent d'un site internet en propre
- Fréquentation numérique : 56 971 319 visites



Evolution de la fréquentation des Musées de France 2008-2012





Entrées, visites ou visiteurs : les Musées nationaux - MCC en 2012

Remarque 1 :

Le déploiement des collections des Musées nationaux sur le territoire :
Pompidou-Metz, Pompidou-Mobile, Louvre-Lens, Versailles-Arras : 850 000

Remarque 2 :

- Musées nationaux hors MCC : 3,644 millions
- UniverScience (CSI (avec la Géode)+Palais de la découverte) : 3,886 millions



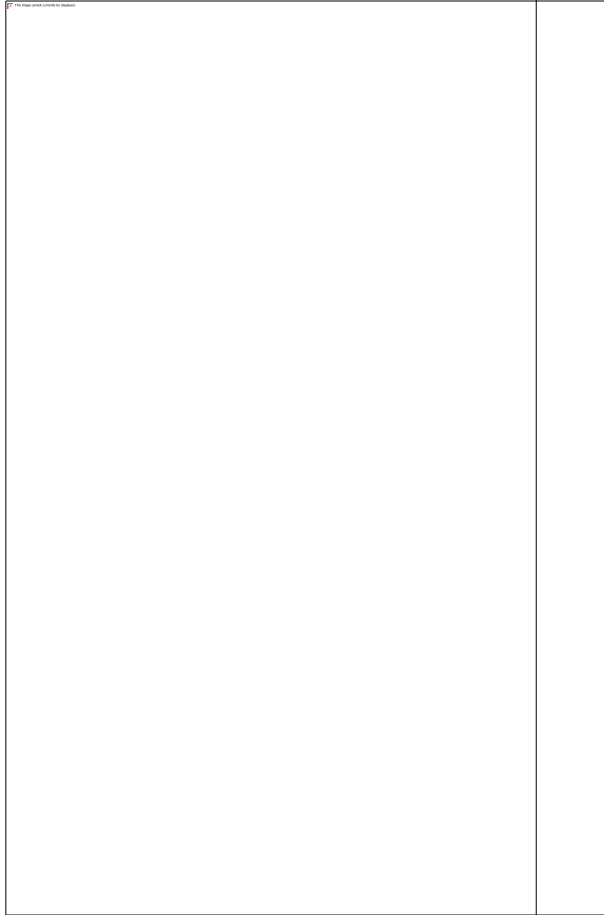
2/ *Fréquentation déclarée*



Ce que visitent nos concitoyens : musées, expositions, monuments



Qui sont les visiteurs déclarés ?



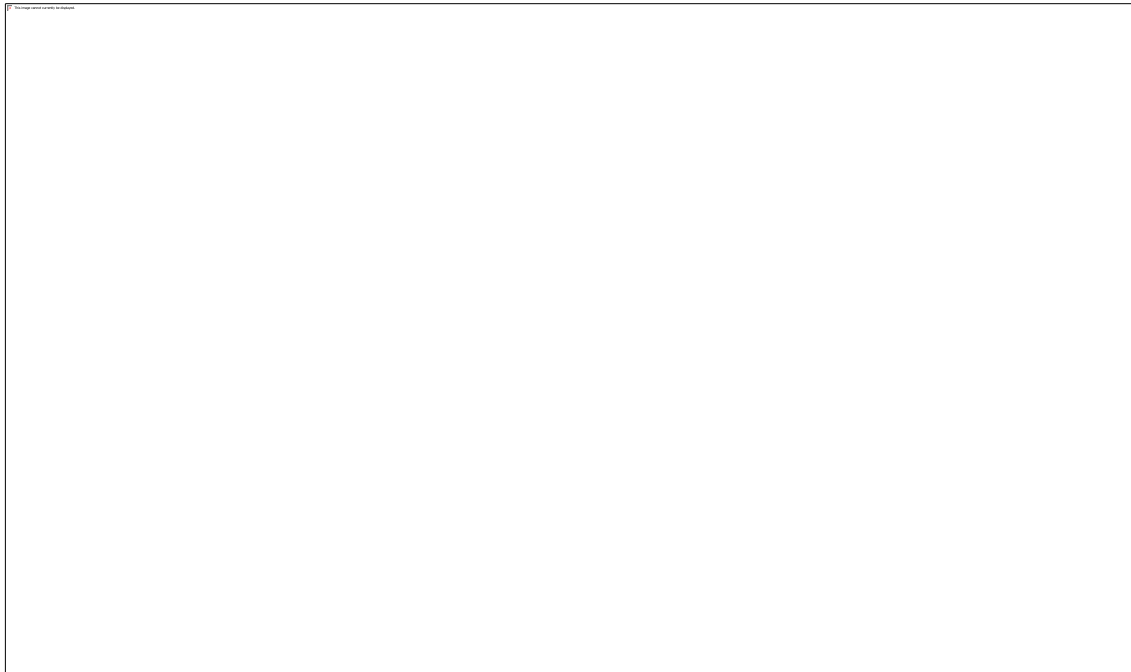


3/ L'accessibilité à l'offre : la question tarifaire



Gratuité

a) Visites payantes/visites gratuites




- Une augmentation globale de 10%
- Des visites gratuites qui progressent
- A partir de 2009, la contribution

• *2 jeunes sur 3 sont mo*

b) Les 18-25 dans les collections permanentes des MN-MCC



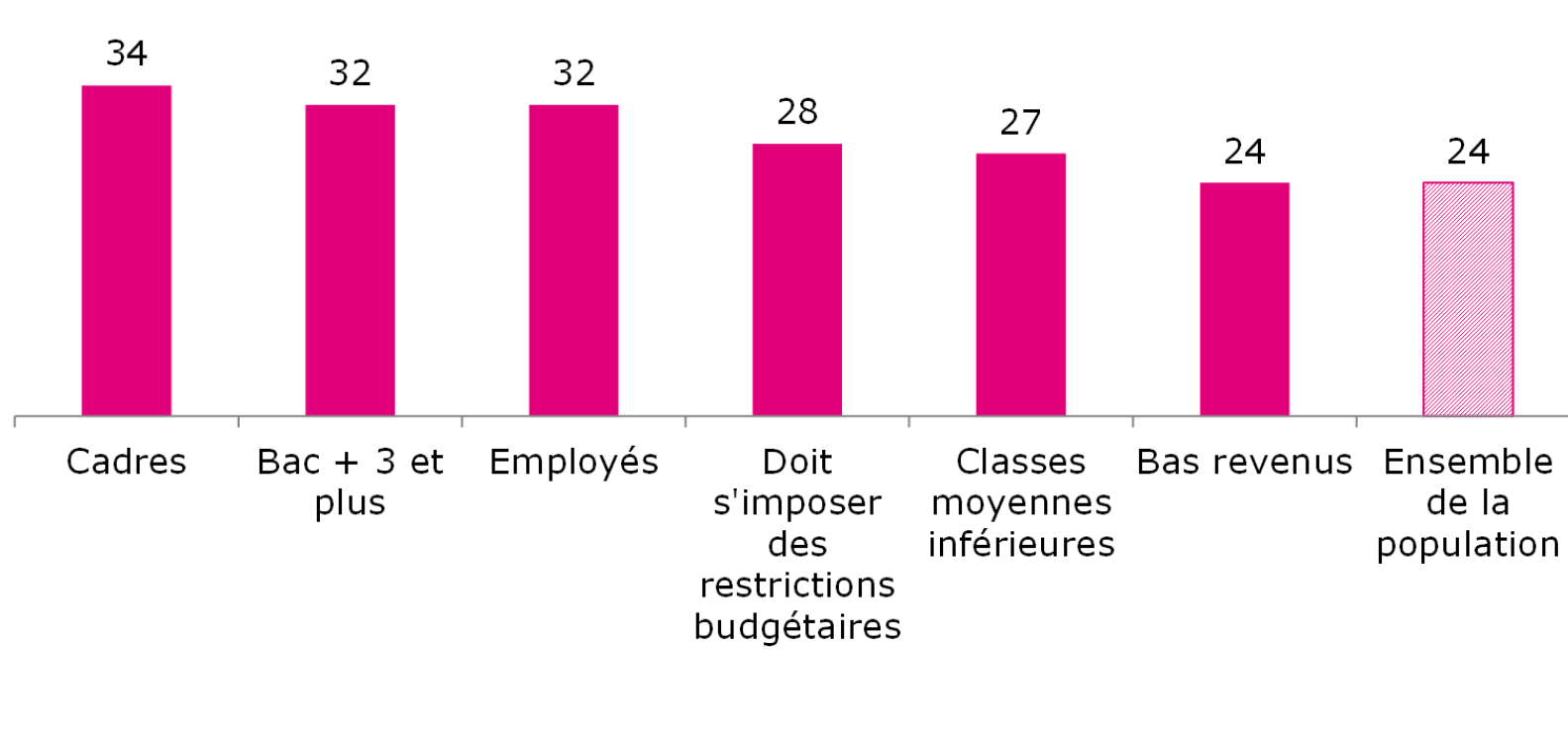


1 Français sur 4 renonce à visiter en raison du prix : les personnes ayant des pratiques culturelles occasionnelles sont les plus sensibles au prix



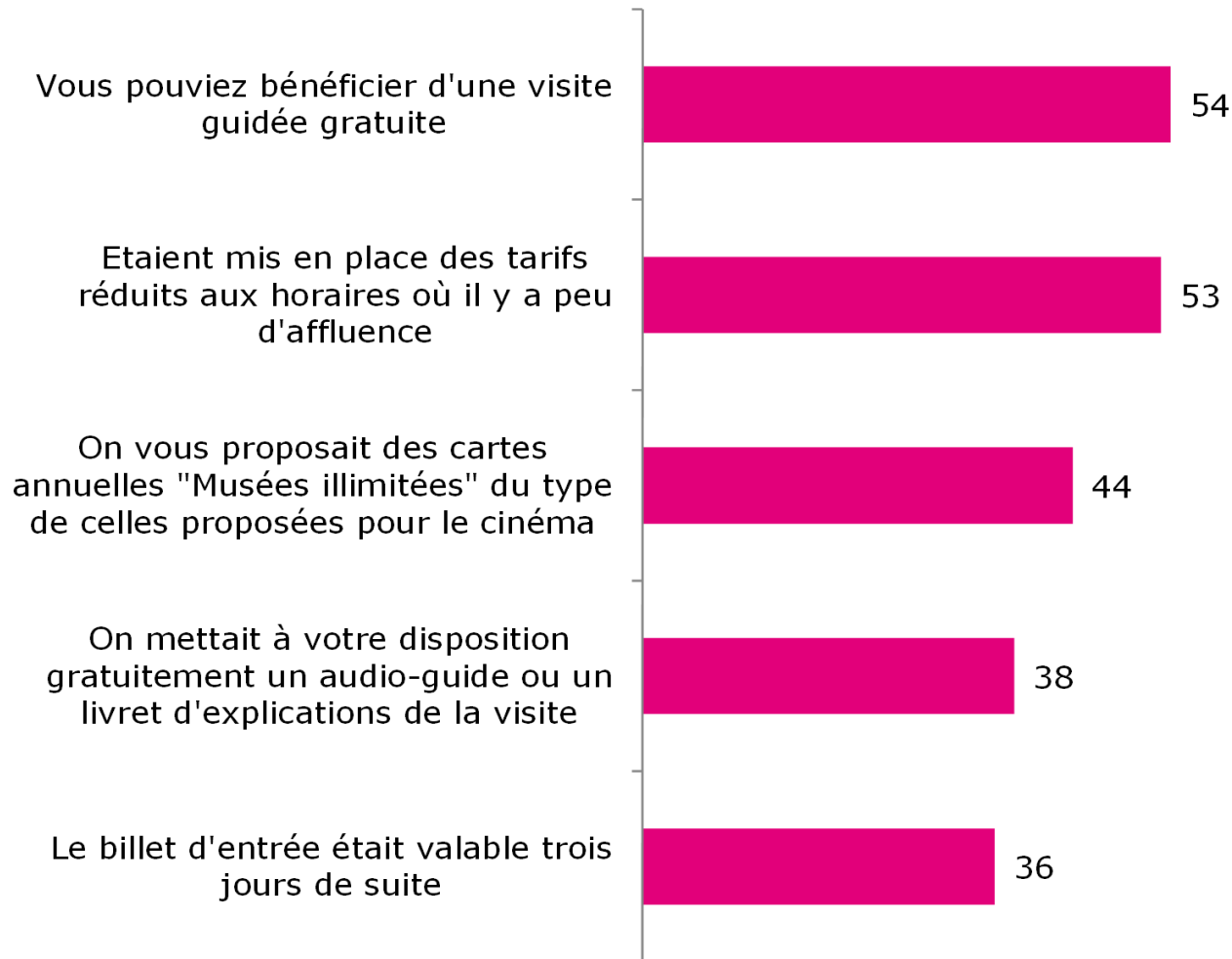


1 Français sur 4 renonce à visiter en raison du prix : les personnes ayant des pratiques culturelles occasionnelles sont les plus sensibles au prix





Et que devrait couvrir le prix du billet d'entrée ?



- La médiation humaine : l'accompagnement
- Le temps donné aux œuvres
- L'engagement
- La médiation « matérielle » : l'autonomie
- Le temps donné aux œuvres



4/ les champs de la satisfaction



« A l'écoute des visiteurs »

- Un programme d'enquêtes renouvelé chaque année dans les sites et établissements patrimoniaux

2010 : Musées et monuments nationaux

2011 : Villes et Pays d'Art et d'Histoire

2012 : Musées et monuments nationaux

2013 : Archives nationales, départementales, communales

- Un protocole d'enquête conçu en coopération avec les services des publics des sites enquêtés et adapté à chaque catégorie de lieux patrimoniaux

- Une même problématique des indicateurs

Satisfaction

Renouvellement

Diversification



a) *Le rapport aux attentes*

45 Musées-N

MNAM-Centre Pompidou

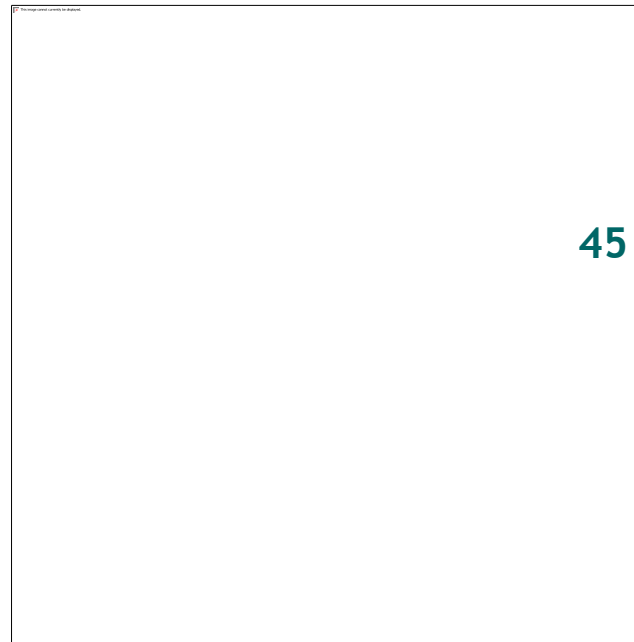
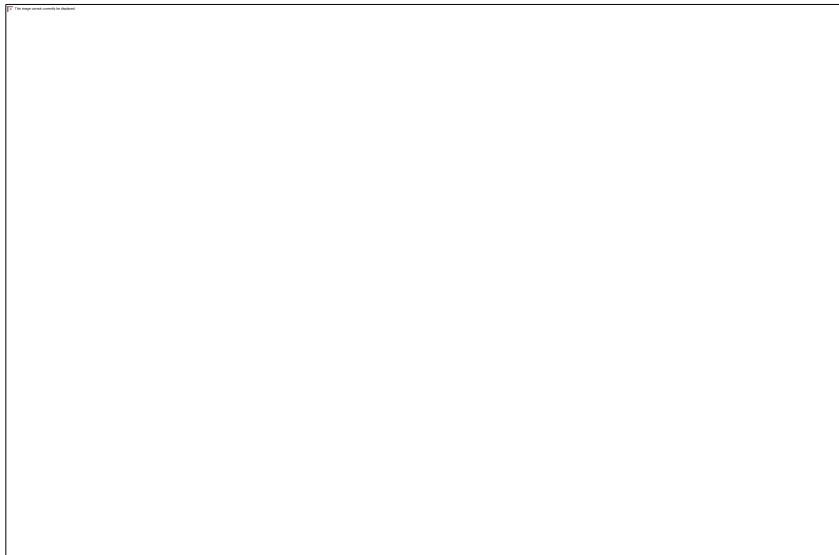
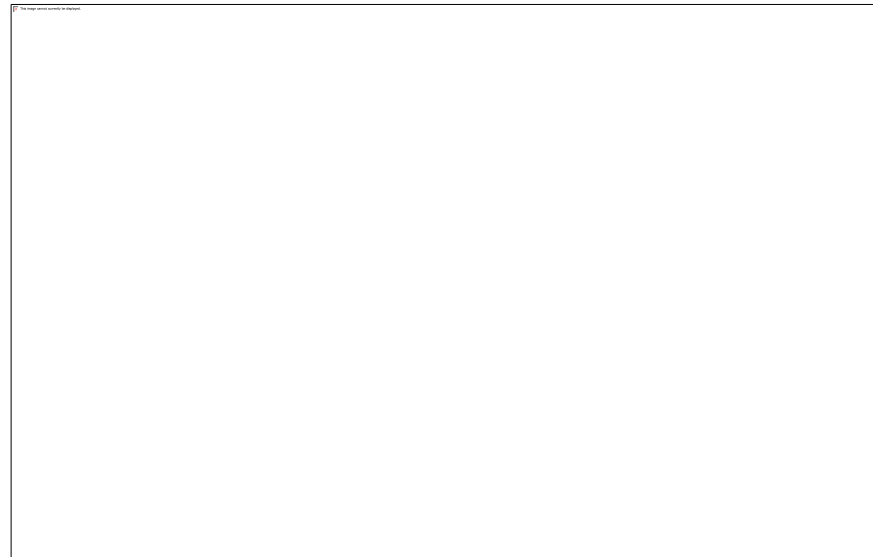
GNGP

- Très en dessous
- Un peu en dessous
- Correspond
- Dépasse



b) l'évaluation de l'offre

- **Apports culturels** : collections, architecture et site, contenu du discours et point de vue, trame narrative, apport de connaissance
- **Aides à la visite** :
 - médiations écrites : cartels et panneaux-textes, fiches, dépliants
 - médiation humaine : visites guidées, animations, démonstrations
 - médiation technique et numérique : maquettes, bornes interactives, audio-guides, visio-guides, tablettes et applications
 - *En termes de nombre, de fréquence et niveau d'explication*
- **Confort et services** : accueil, signalétique d'orientation, plans et dépliants, éclairage, espace de repos, boutiques et restauration, tarifs, accès pour personnes en situation de handicap

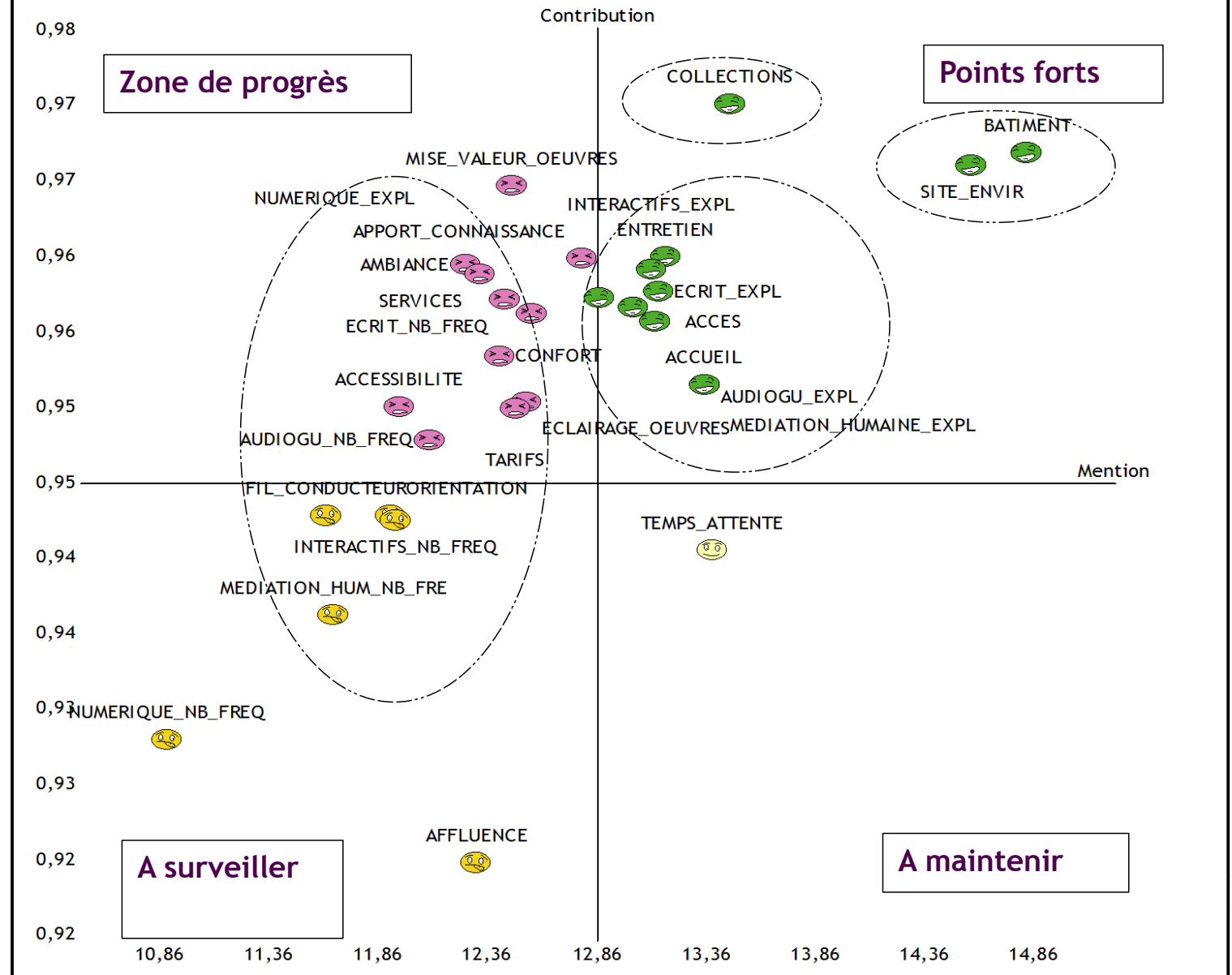


45 Musées-N



Cartographie de la satisfaction

Logique de l'attribution de la mention



Rmq :
La cartographie change selon les musées et les catégories de musées



c) *Le score de recommandation*

Prescripteur : 9 et 10

Passif : 7 et 8

Détracteur : 0 à 6

45 Musées-N

NPS = 36,8

MNAM-Centre Pompidou

NPS = 31,8

GNGP

NPS = 29,2



Etre prescripteur d'une visite de musée : des attentes dépassées, des exigences cumulées



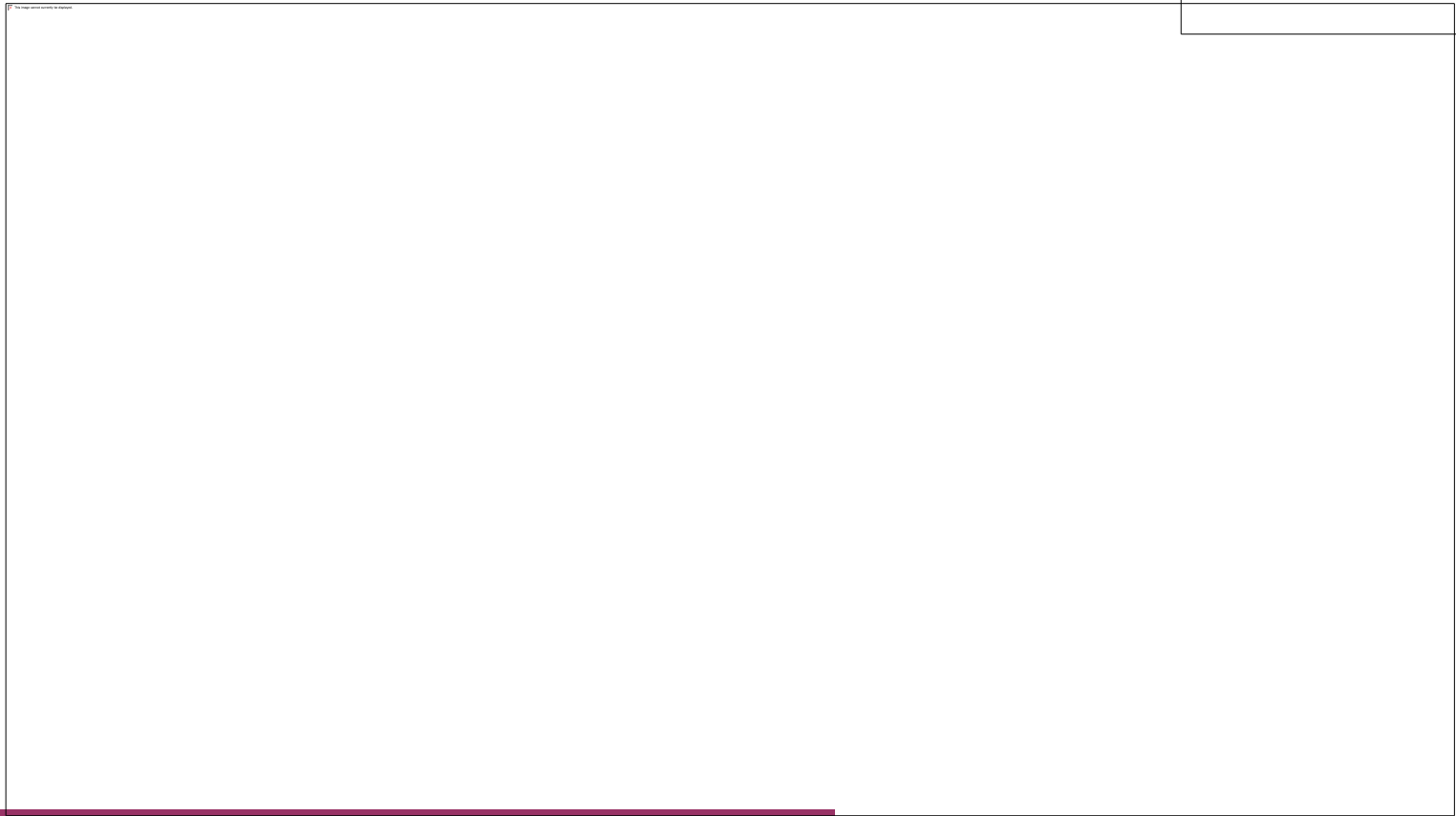


Conclusion

Sociologie de la satisfaction et politique des publics



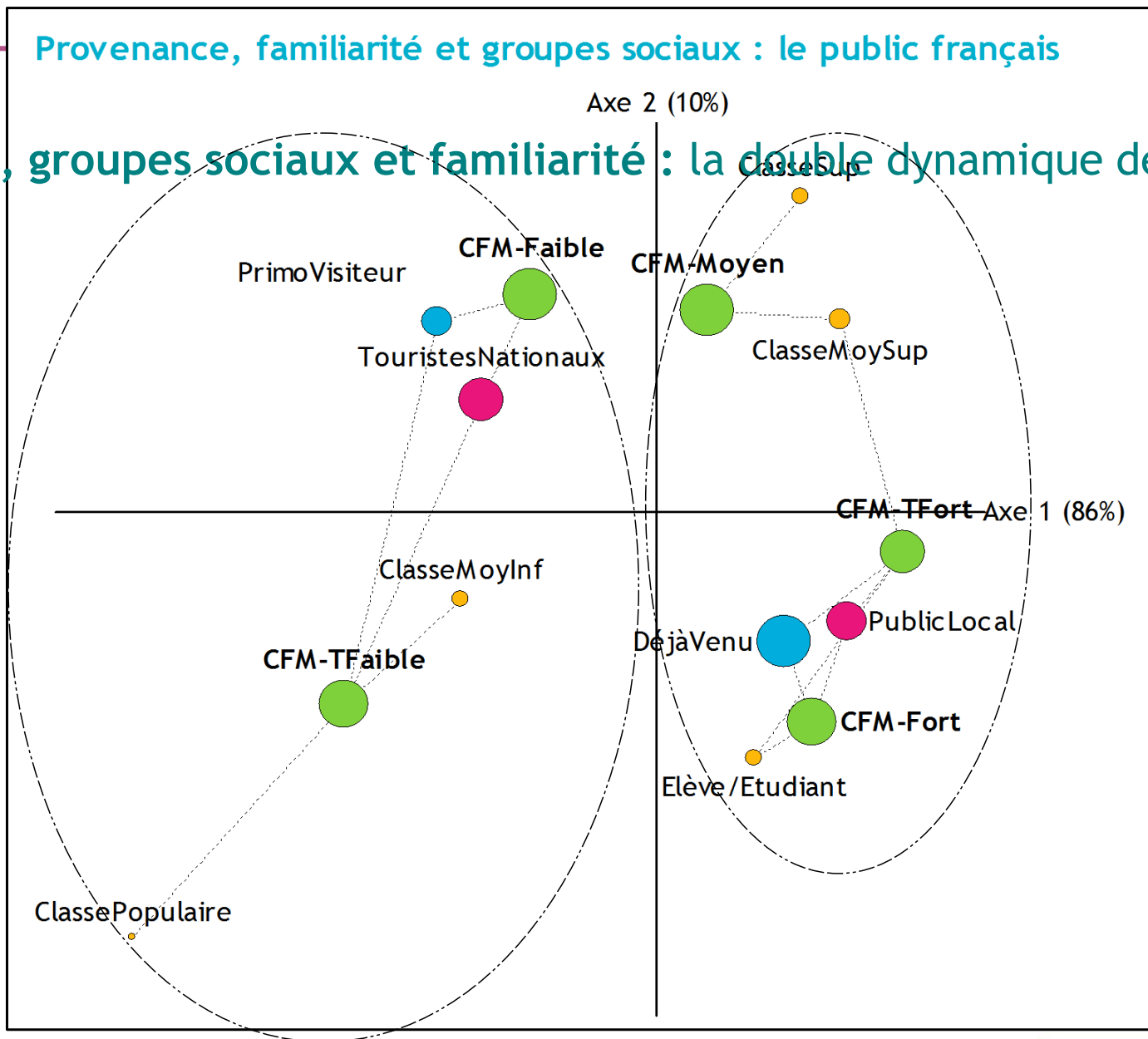
Une stratification sociale qui varie suivant les catégories de musées



Le public français des musées

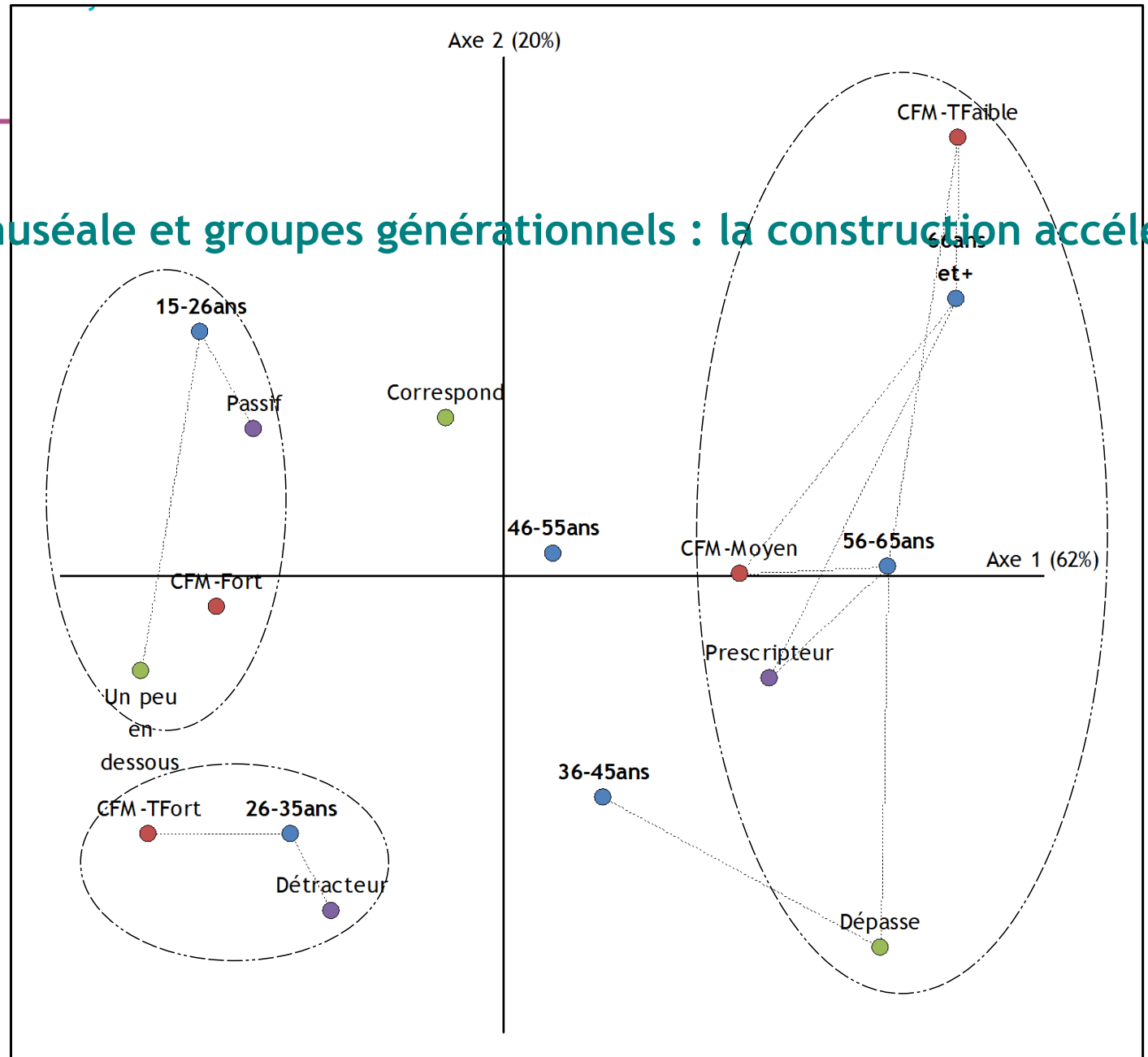
Provenance géographique, groupes sociaux et familiarité : la double dynamique de fabrication

Provenance, familiarité et groupes sociaux : le public français





Satisfaction, familiarité muséale et groupes générationnels : la construction accélérée



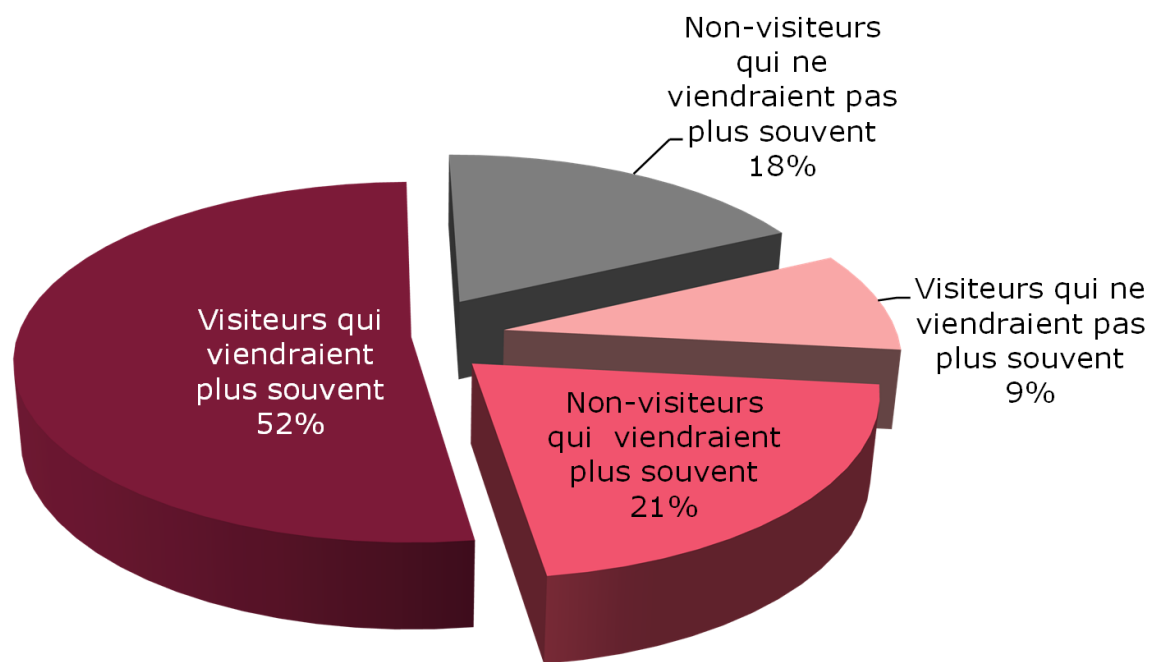


Ce que devrait comprendre le prix du billet d'entrée

Crédoc 2012

Département de la politique des publics - DGPatrimoines

Transformer la structure du public via l'offre de médiations





Nouvelles pratiques, nouveaux usages

