



Etude de connaissance des publics de la Destination impressionniste

 04/02/2025



L'ESQUISSE DU PROJET

Le contexte & les objectifs ; la méthodologie déployée ; la structure de l'échantillon

01

LE PORTRAIT DES VISITEURS

L'échantillon quantitatif et qualitatif

02

L'IMPRESSIONNISME DANS TOUS SES ÉTATS

Le mouvement ; la Destination et ses sites ; la promesse

03

LE PARCOURS IMPRESSIONNISTE

Avant, pendant et après la visite

04

L'EXPÉRIENCE IMPRESSIONNISTE

Les 4 "états d'esprit" ; les attendus & les irritants ; la satisfaction, la recommandation

05

TPOLOGIE COMPORTEMENTALE DES VISITEURS

Les 7 profils clés

06

LE FUTUR DE LA DESTINATION IMPRESSIONNISTE

Communiquer, connecter, confidentialiser, accompagner, immerger

07

LE DERNIER COUP DE PINCEAU

Synthèse

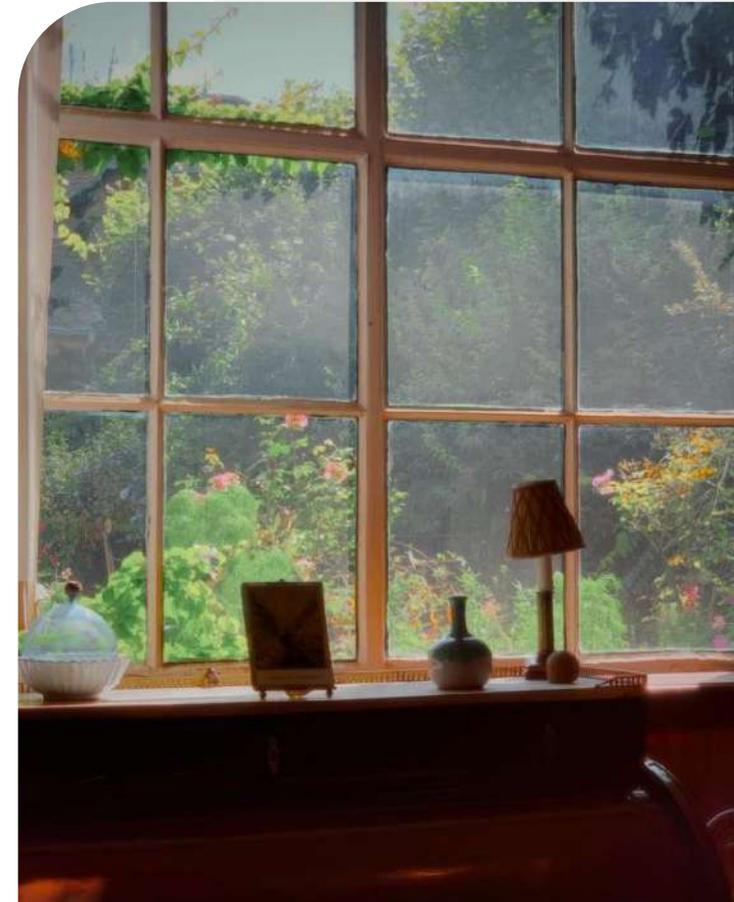
L'ESQUISSE DU PROJET

Quels sont les éléments de cadrage de l'étude ?

Le contexte & les objectifs de la démarche d'étude

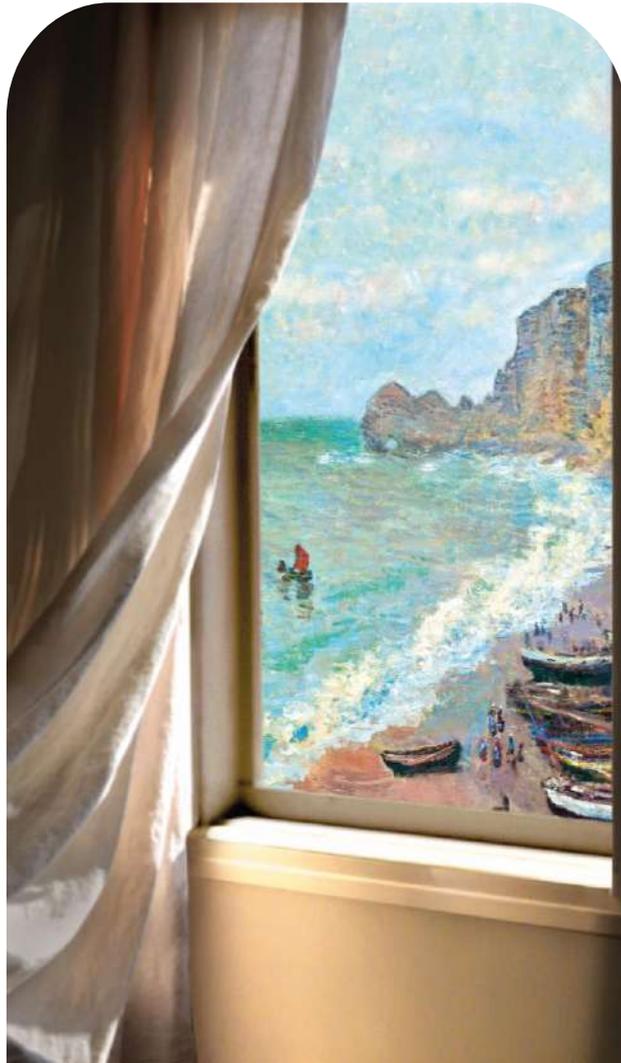
La méthodologie déployée

La structure de l'échantillon



Le contexte de la démarche d'étude

La Normandie et l'Île-de-France, berceaux de l'Impressionnisme



Le mouvement impressionniste est né en France, plus précisément dans les régions Normandie et Île-de-France. Depuis décembre 2014, un contrat est établi entre l'État et ces deux régions afin de faire émerger une marque touristique mondiale : « Normandie – Paris Île-de-France : Destination Impressionnisme ».

L'objectif est de faire de ces territoires une des plus fortes destinations culturelles mondiales et l'une des plus importantes marques touristiques françaises.

L'offre impressionniste associée s'articule autour de lieux, de villes, de villages et d'activités très marqués et très forts. L'identité de marque a été travaillée de manière à proposer une approche homogène de l'ensemble de ces destinations.

Dans le cadre de ces ambitions, une stratégie d'amélioration de la qualité et de développement de l'offre de la Destination impressionniste a été mise en place pour la période 2021 à 2025. **Le succès de cette stratégie réside notamment dans le fait de mieux connaître les clientèles cibles, de mieux atteindre la clientèle française, mais aussi d'accompagner et d'amplifier le retour des clientèles internationales.**

Une première étude a permis d'évaluer l'image et la notoriété de la Destination impressionniste auprès des clientèles intéressées par l'offre autour de ce mouvement.

Les objectifs associés à la démarche d'étude

Une approche globale quantitative & qualitative



#1 DÉFINIR

- ... le portrait (ou plutôt les portraits) des visiteurs
- ... la façon dont la visite des sites s'inscrit dans un séjour ou une excursion plus global(e)



#2 COMPRENDRE

- ... les pratiques, parcours & motivations des clientèles ayant visité les sites de la Destination impressionniste



#3 APPROFONDIR

- ... Les différentes perceptions qui entourent la Destination impressionniste
- ... les principales dimensions de la satisfaction & de l'insatisfaction des visiteurs, dont les composantes plus subjectives & émotionnelles (les ressentis)



#4 COMPLÉTER

- ... l'enquête quantitative par des insights en termes d'expériences, de besoins & d'attentes, dans l'idée d'adapter au mieux les offres, de renforcer l'attractivité de la Destination, de conquérir & fidéliser

La méthodologie déployée

Une démarche d'études en 2 volets

LE VOLET QUANTITATIF : 4 224 enquêtes



Cibles

Touristes et excursionnistes (français et étrangers) visitant ou ayant visité un lieu lié à la Destination impressionniste



Questionnaire de 10 à 15 min auto-administré

- Le répondant répond seul sur une tablette sous la surveillance de l'enquêteur
- Le répondant a scanné un QR Code avec son smartphone et répond seul au questionnaire



Collecte des questionnaires de juillet à octobre 2023

Touriste : individu qui passe au moins une nuit en dehors de son domicile principal à titre personnel ou professionnel

Excursionniste : individu qui se rend dans un lieu avec retour à son domicile le soir

LE VOLET QUALITATIF : 24 entretiens



Cibles

Touristes et excursionnistes (français et étrangers) ayant visité un lieu lié à la Destination impressionniste



8 visiteurs locaux : 4 franciliens / 4 normands



8 visiteurs nationaux non franciliens ou normands



8 visiteurs internationaux (États-Unis, Canada, Mexique, Brésil, Colombie, Chine, Italie, Géorgie)

Valorisation des visiteurs de différents sites jugés prioritaires

Valorisation des visiteurs intéressés par le mouvement impressionniste

Mix en termes de sexe, âge & CSP

Pré-recrutement des cibles à partir des enquêtes quantitatives sur site



Entretien individuel de 1h en distanciel (par téléphone ou en visio, à la convenance de l'interviewé)



Réalisation des entretiens : du 10 octobre au 9 novembre 2023

La structure de l'échantillon

2 Régions, 9 archipels, 26 sites...

Auvers et la Vallée de l'Oise

- Auberge Ravoux, dite Maison de Van Gogh - AUVERS-SUR-OISE
(120 enquêtes)
- Château d'Auvers - AUVERS-SUR-OISE
(103 enquêtes)
- Maison-atelier de Daubigny - AUVERS-SUR-OISE
(30 enquêtes)
- Musée d'Art et d'Histoire Pissarro-Pontoise - PONTOISE
(69 enquêtes)

Barbizon, ses alentours & Yerres

- Maison Caillebotte - YERRES
(160 enquêtes) (2 entretiens)
- Musée départemental des peintres de Barbizon
(130 enquêtes)
- Musée Millet - BARBIZON
(53 enquêtes)

Bords de Seine

- Maison impressionniste Argenteuil - ARGENTEUIL
(73 enquêtes) (1 entretien)
- Musée d'art et d'histoire de Meudon - MEUDON
(54 enquêtes)
- Musée Fournaise - CHATOU
(101 enquêtes)

Giverny & ses environs

- Musée de l'Hôtel-Dieu - MANTES-LA-JOLIE
(36 enquêtes)

Paris & Montmartre

- Musée d'Orsay - PARIS
(245 enquêtes) (2 entretiens)
- Musée de l'Orangerie - PARIS
(265 enquêtes) (2 entretiens)
- Musée de Montmartre et jardins Renoir - PARIS
(98 enquêtes) (1 entretien)
- Musée Marmottan Monet - PARIS
(273 enquêtes) (2 entretiens)

De Caen au Cotentin

- Maison natale de Jean-François Millet - GRÉVILLE-HAGUE
(24 enquêtes)
- Musée des beaux-arts - CAEN
(152 enquêtes)
- Musée Thomas Henry - CHERBOURG
(81 enquêtes)

La Côte d'Albâtre

- Château-musée - DIEPPE
(310 enquêtes)
- Jardins d'Étretat - ÉTRETAT
(35 enquêtes)

L'estuaire de la Seine

- MuMa, musée d'art moderne André Malraux - LE HAVRE
(227 enquêtes) (2 entretiens)
- Musée Eugène Boudin - HONFLEUR
(88 enquêtes)

Giverny & ses environs

- Maison et jardins de Claude Monet - GIVERNY
(415 enquêtes) (5 entretiens)
- Musée Blanche Hoschedé-Monet - VERNON (220 enquêtes)
- Musée des impressionnistes Giverny - GIVERNY
(359 enquêtes) (2 entretiens)

Rouen & les boucles de la Seine

- Musée des beaux-arts - ROUEN
(503 enquêtes) (5 entretiens)

Bien comprendre le document...

Aide à la lecture

Un logo en bas de page permet d'identifier les éléments issus de l'enquête quantitative ou/et qualitative ...

Volet quantitatif

Volet qualitatif

CÔTÉ QUANTITATIF...

Les résultats présentés sont des résultats bruts. Ils reflètent les caractéristiques des 4 224 personnes qui ont accepté de répondre à l'enquête sur les différents sites, sans correction statistique visant à redonner à chaque site son poids dans la fréquentation totale.

Mettre en avant les éléments

À l'aide d'encarts bleus positionnés sur le côté d'une page qui détaille un résultat pour un profil particulier, ou à l'aide de notes détaillées par profil.

Ex : 78% chez les touristes

97%
des visiteurs des sites
franciliens

Exemple

Mettre en avant les éléments significatifs

En vert les éléments significativement supérieurs au global et en rouge significativement inférieurs au global.

Ex : 28% chez les étrangers et 14% chez les Français

Bien interpréter la donnée



Note de lecture : les éléments introduits par ce logo « loupe » sont des notes de lecture qui facilitent la compréhension des données.

CÔTÉ QUALITATIF...

Les résultats présentés ici sont issus des 24 entretiens réalisés. Les verbatims vous permettent de lire la voix des visiteurs.

Se plonger dans les verbatims des visiteurs

Les verbatims qui illustrent les enseignements ont été laissés tels quels même si leurs auteurs commettent parfois des erreurs.

Les visiteurs ne s'expriment pas toujours sur le site qu'ils ont le plus récemment visité. Ils racontent parfois une expérience plus lointaine.

Saisir nos éléments d'analyse

Toute appréciation (positive ou négative) restitue ici la perception des visiteurs. Sont ici exposées soit des pratiques, soit des perceptions.

Appréhender les codes couleurs

La couleur jaune est plus souvent utilisée pour signifier le neutre, le vert ce qui est plutôt positif et le rouge ce qui est plutôt négatif.

Vous pouvez parfois retrouver ces codes dans les illustrations ou les « puces » de certaines diapositives.



Identifier les caractéristiques et pratiques des visiteurs

Qui sont les visiteurs qui ont accepté de répondre à l'enquête ? Dans quel cadre la visite d'un site de la Destination s'inscrit-elle ? Au sein d'un séjour avec nuitées ? D'une excursion ?

Quel est le parcours de visite de ces touristes ? Comment se projettent-ils sur les 2 territoires ? Et plus largement, quelles activités pratiquent-ils en plus de la visite des sites impressionnistes ?

Un focus sur la population interrogée sur le volet qualitatif est proposé : par construction, il concerne des visiteurs avec un intérêt fort pour le mouvement impressionniste.

PARTIE 1 : LE PORTRAIT DES VISITEURS

Les visiteurs des sites impressionnistes, qui sont-ils et que font-ils ?



1.1 Le profil des répondants sur site

1.2 Le cadre global de la visite

1.3 L'échantillon particulier du volet qualitatif



PARTIE 1 : LE PORTRAIT DES VISITEURS

Les visiteurs des sites impressionnistes, qui sont-ils et que font-ils ?



1.1 Le profil des répondants sur site

1.2 Le cadre global de la visite

1.3 L'échantillon particulier du volet qualitatif



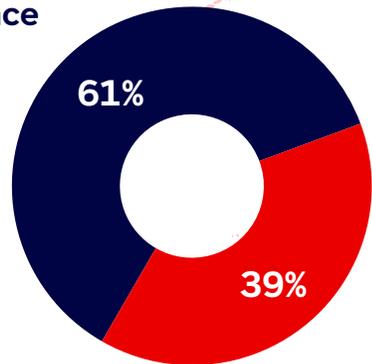
Une clientèle interrogée majoritairement française. USA, Allemagne, Italie et Royaume-Uni constituent les principaux bassins étrangers sollicités

Origine des visiteurs

Q1. Vous résidez...

Q3. Quel est votre pays de résidence ?

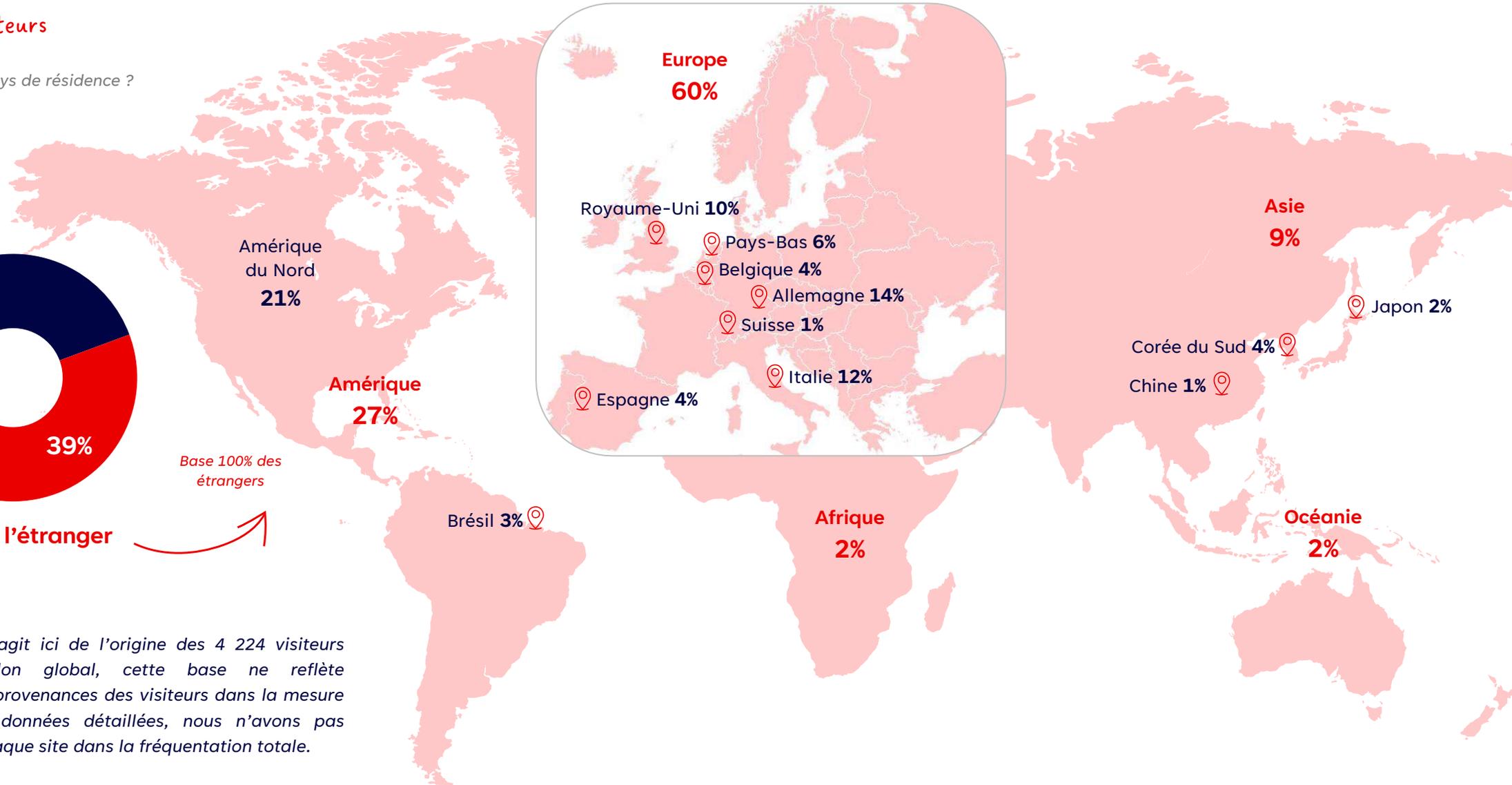
En France



À l'étranger

Base 100% des étrangers

Note de lecture : il s'agit ici de l'origine des 4 224 visiteurs interrogés. À l'échelon global, cette base ne reflète qu'imparfaitement les provenances des visiteurs dans la mesure où, en l'absence de données détaillées, nous n'avons pas redonné son poids à chaque site dans la fréquentation totale.



Base répondants : 4224

Les Américains en première position pour les archipels franciliens, le Royaume-Uni et l'Allemagne pour les archipels normands.

Top 5 des nationalités étrangères par archipel

Q1. Vous résidez...

Q3. Quel est votre pays de résidence ?

Auvers et la Vallée de l'Oise	Barbizon, ses alentours & Yerres	Bords de Seine	Giverny & ses environs	Paris Montmartre	De Caen au Cotentin	La Côte d'Albâtre	L'estuaire de la Seine	Rouen & les boucles de la Seine
 Etats-Unis	 Etats-Unis	 Etats-Unis	 Etats-Unis	 Etats-Unis	 Royaume-Uni	 Allemagne	 Royaume-Uni	 Allemagne
 Royaume-Uni	 Allemagne	 Royaume-Uni	 Allemagne	 Italie	 Allemagne	 Belgique	 Allemagne	 Royaume-Uni
 Pays-Bas	 Japon	 Allemagne	 Italie	 Allemagne	 Etats-Unis	 Royaume-Uni	 Pays-Bas	 Italie
 Corée du Sud	 Belgique	 Suisse	 Royaume-Uni	 Royaume-Uni	 Pays-Bas	 Pays-Bas	 Etats-Unis	 Pays-Bas
 Italie	 Pays-Bas	 Japon	 Corée du Sud	 Corée du Sud	 Belgique	 Canada	 Espagne	 Etats-Unis

Note de lecture : il s'agit ici de l'origine des 4 224 visiteurs interrogés. À l'échelon global, cette base ne reflète qu'imparfaitement les provenances des visiteurs dans la mesure où, en l'absence de données détaillées, nous n'avons pas redonné son poids à chaque site dans la fréquentation totale.

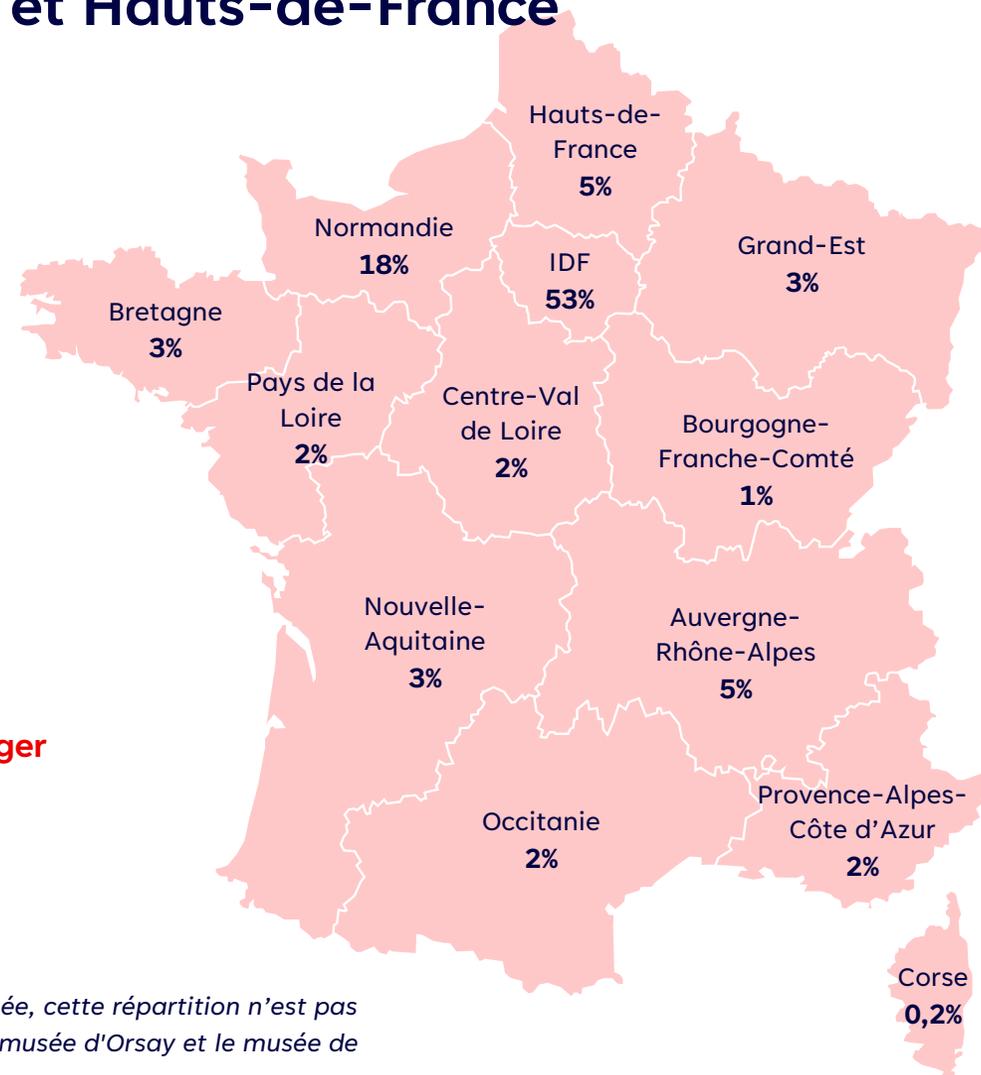
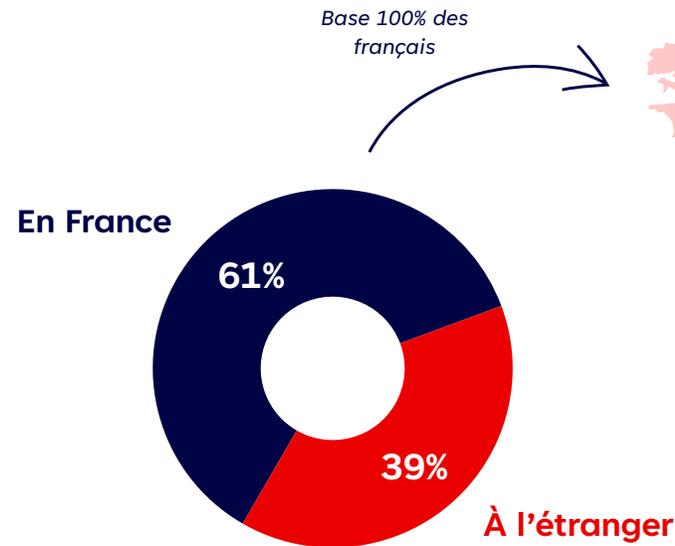
7 visiteurs français interrogés sur 10 sont des résidents d'Île-de-France ou de Normandie. Hormis ces 2 territoires, les principaux bassins sollicités sont les régions Auvergne-Rhône-Alpes et Hauts-de-France

Origine des résidents français

Q2. Quel est votre département de résidence ?

TOP 10 départements

- 75 - Paris **19%**
- 76 - Seine-Maritime **8%**
- 92 - Hauts-de-Seine **7%**
- 78 - Yvelines **7%**
- 95 - Val-d'Oise **6%**
- 27 - Eure **4%**
- 94 - Val-de-Marne **4%**
- 91 - Essonne **4%**
- 14 - Calvados **3%**
- 77 - Seine-et-Marne **3%**



DOM TOM
1%

Note de lecture : il s'agit ici de l'origine des visiteurs interrogés. La base n'étant pas redressée, cette répartition n'est pas représentative de l'ensemble des visiteurs. Par exemple les grands sites parisiens comme le musée d'Orsay et le musée de l'Orangerie ne pèsent pas à hauteur de leur fréquentation dans les résultats globaux.

Base répondants : 2592

Au global, les touristes constituent la majorité des visiteurs des sites. 1 visiteur sur 2 en Île-de-France et 3 sur 4 en Normandie.

Touristes ou excursionnistes ?

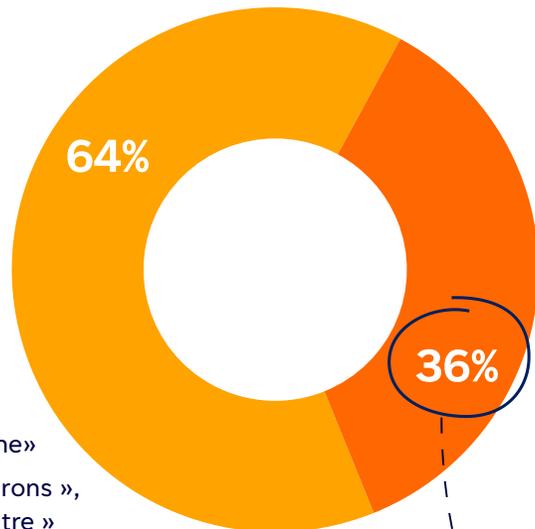
Q4. Êtes-vous présent dans le cadre...

Touriste

séjour avec nuitées en dehors de votre domicile principal

41% de Français
59% d'étrangers

83% de touristes sur « l'Estuaire de la Seine »
74% de touristes sur « Giverny et ses environs »,
« Paris & Montmartre », « La Côte d'Albâtre »



Excursionniste

visite avec retour à votre domicile le soir

100% de Français
0% d'étrangers

84% d'excursionnistes sur « Bords de Seine »
66% d'excursionnistes sur « Barbizon et ses alentours »
58% d'excursionnistes sur « Auvers et la Vallée de l'Oise »



Parmi les excursionnistes franciliens...

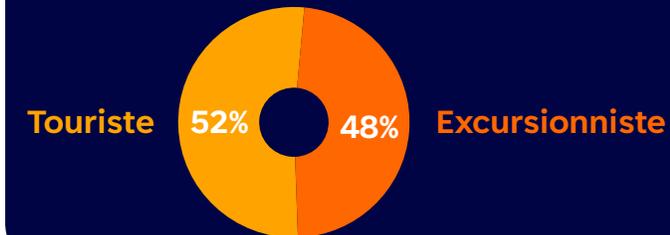
- 61% présents sur 1 site francilien
- 39% présents sur 1 site normand



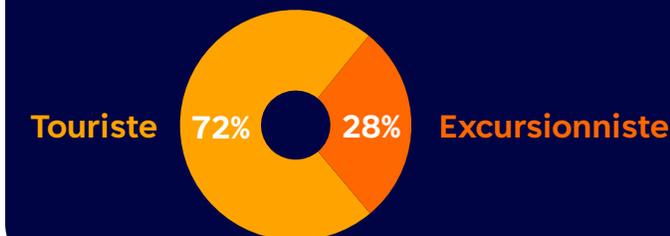
Parmi les excursionnistes normands :

- 5% présents sur 1 site francilien
- 95% présents sur 1 site normand

En Île-de-France...



En Normandie...



Base répondants : 4224

PARTIE 1 : LE PORTRAIT DES VISITEURS

Les visiteurs des sites impressionnistes, qui sont-ils et que font-ils ?



1.1 Le profil des répondants sur site

1.2 Le cadre global de la visite

1.3 L'échantillon particulier du volet qualitatif

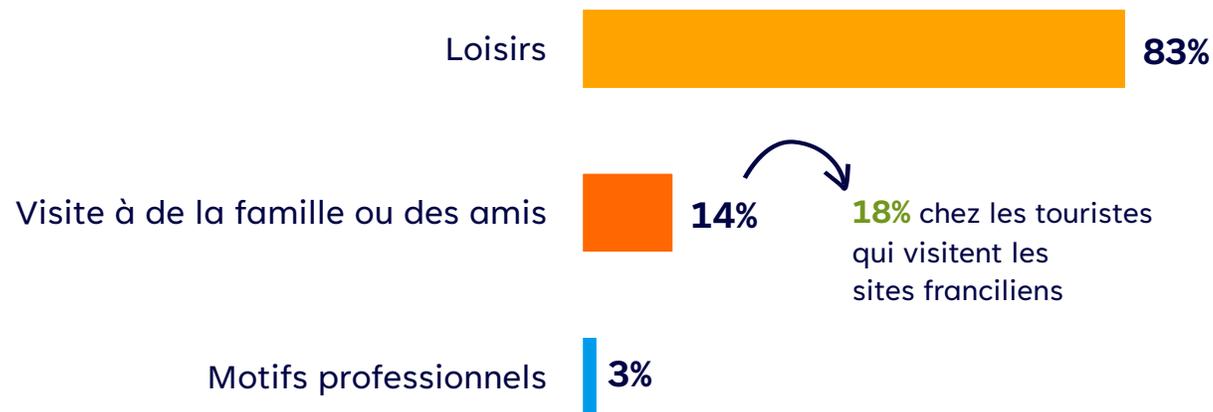


Une visite du site qui s'inscrit dans un séjour ou une excursion pour motif personnel

Motifs de séjour ou de visite

S6. Quel est le motif principal de votre séjour/visite ?

97% de motifs personnels

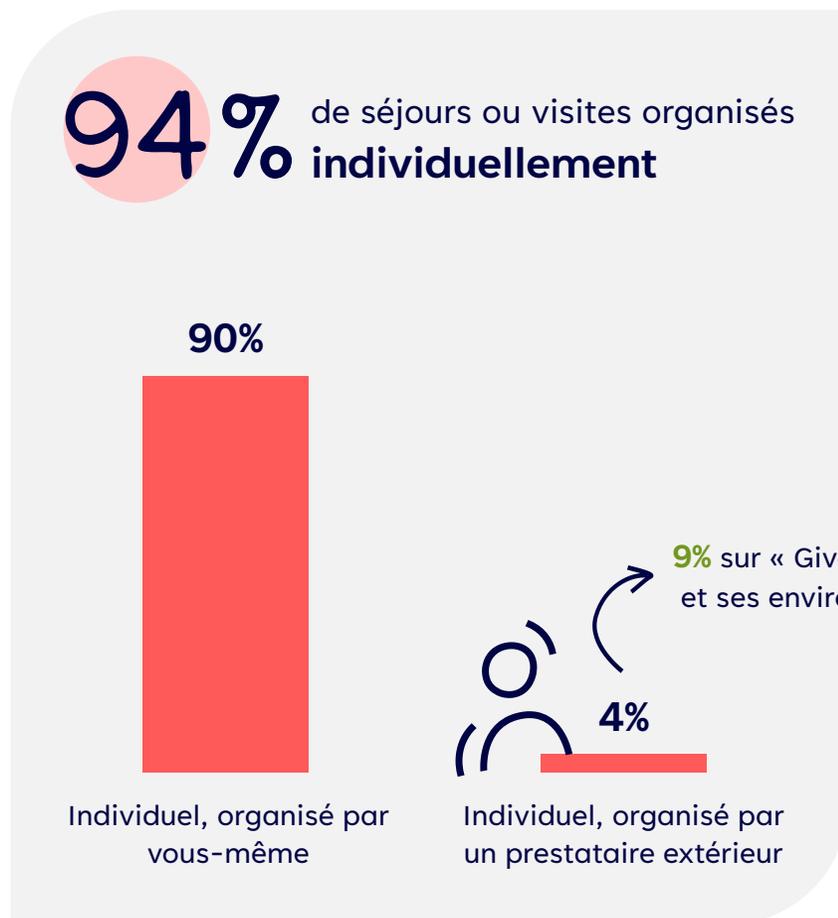


Base répondants : 4071

Des visiteurs présents essentiellement dans le cadre de séjours ou de visites organisés seuls

Types de séjour choisi par les clients

S1. Etes-vous présent dans le cadre d'un séjour/d'une visite...



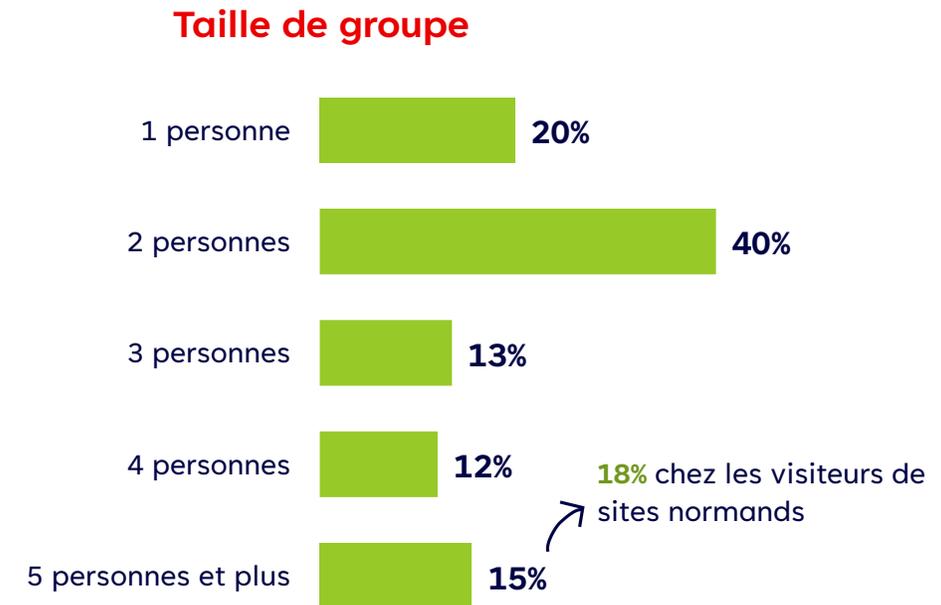
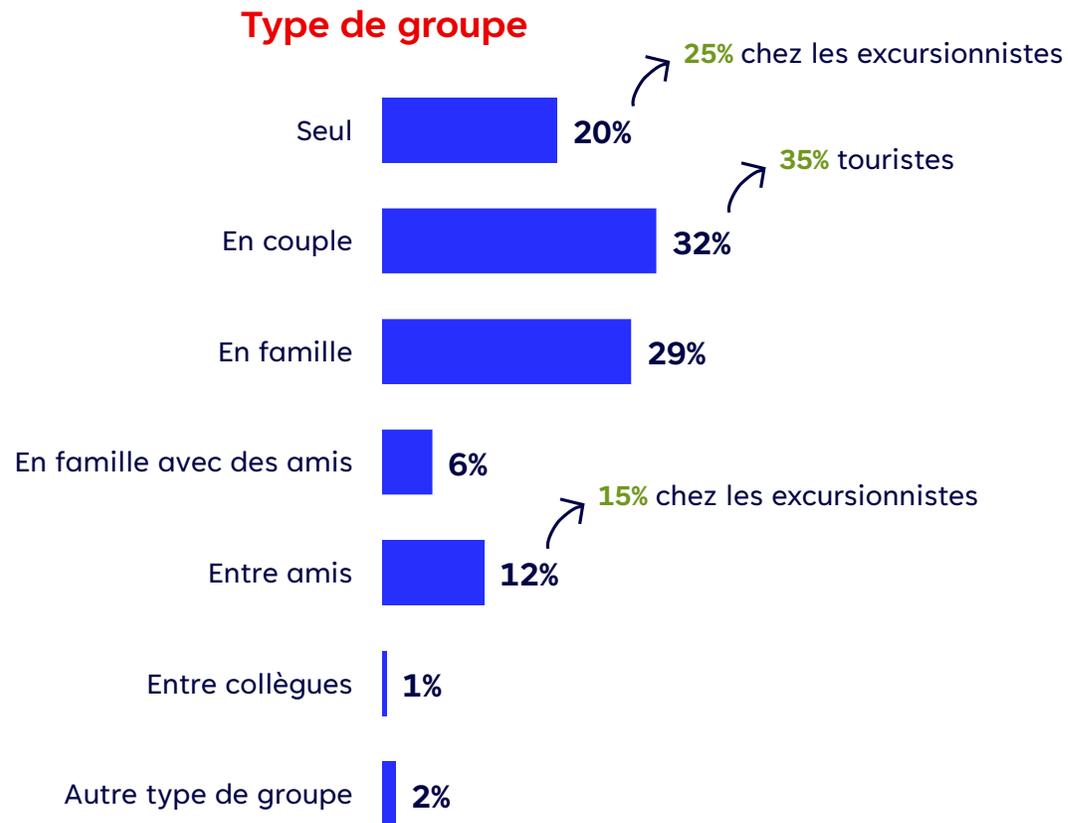
Base répondants : 4131

Des excursions réalisées seul ou entre amis ; des touristes présents dans la région en couple ou en famille

Type de groupe et taille de groupe pour le séjour ou l'excursion

S7. Effectuez-vous ce voyage/cette excursion...

S7bis. Pouvez-vous nous indiquer le nombre de personnes qui vous accompagnent ?



3,1 personnes
en moyenne

Annotations:
3,6 chez les étrangers
2,8 chez les visiteurs de sites franciliens

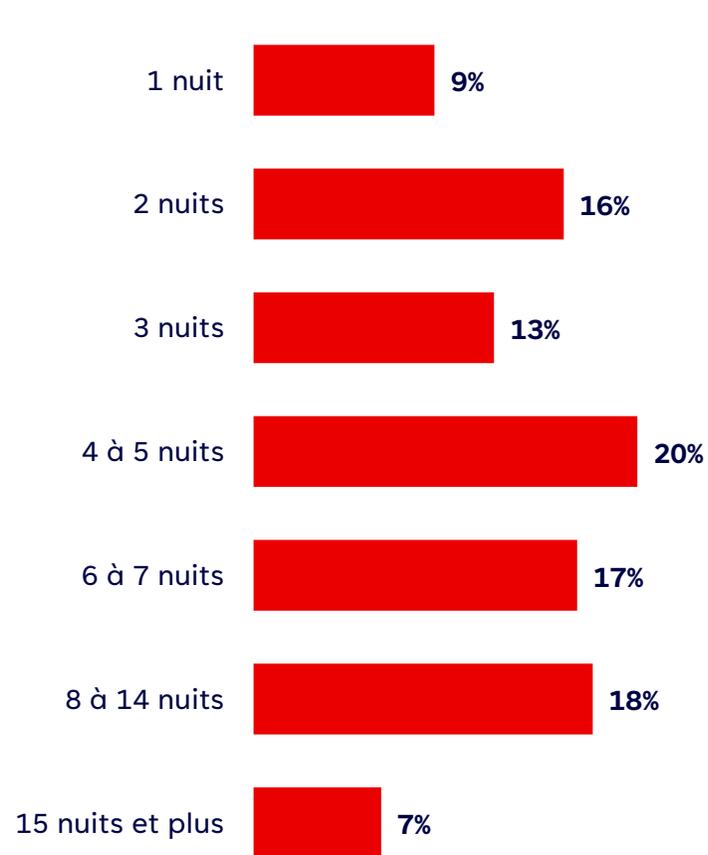
Base répondants : 4224

Des touristes qui séjournent près d'1 semaine sur le territoire impressionniste

Durée du séjour dans les territoires de la Destination

S4. Quelle était la durée de votre séjour ?

Nombre de nuits



6,1 nuits

en moyenne

6,9 nuits pour les étrangers
en moyenne

4,8 nuits pour les Français
en moyenne



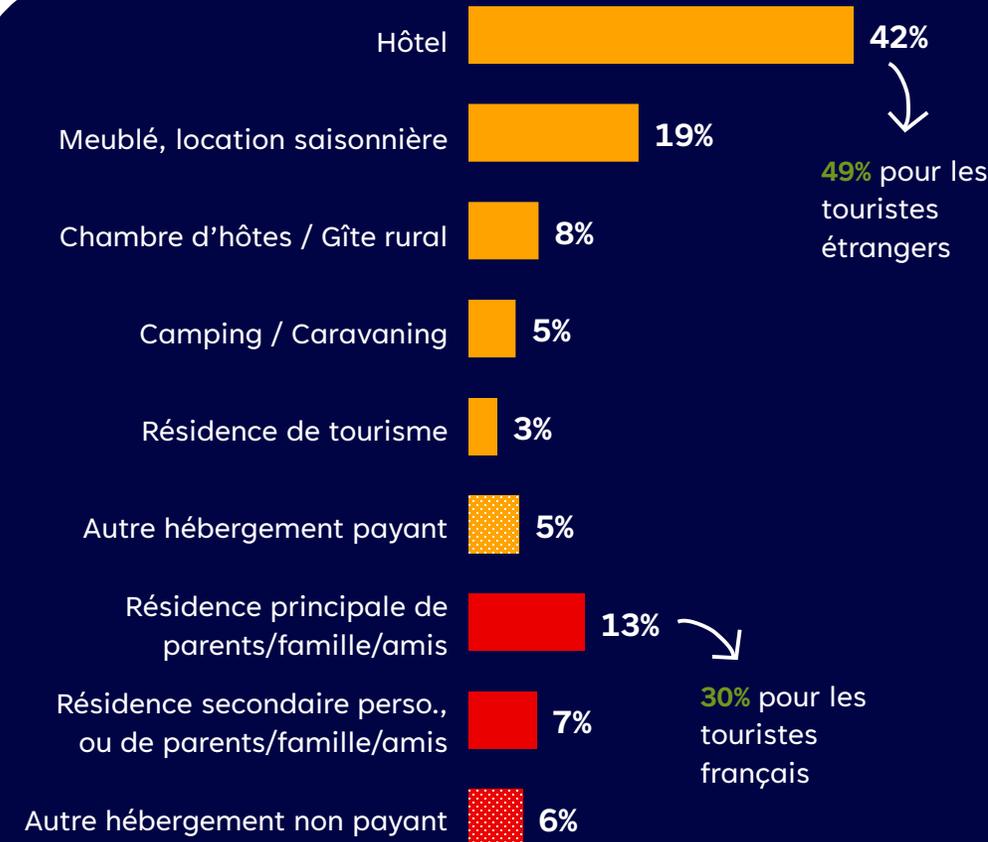
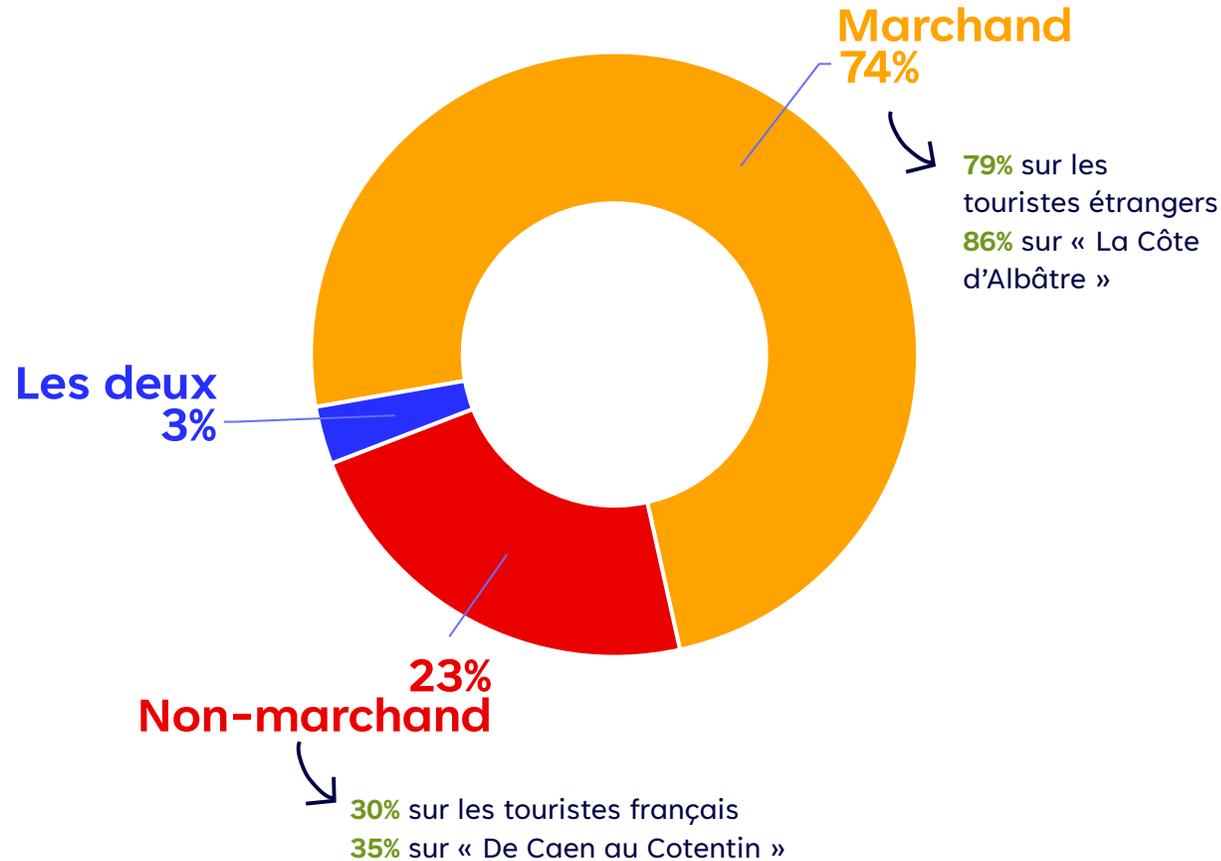
Base répondants : 2686

Des séjours réalisés en hébergements marchands

En tendance : des Français chez des parents, familles ou amis et des étrangers à l'hôtel

Type d'hébergement dans les territoires de la Destination

S5. Dans quel(s) type(s) d'hébergement séjournez-vous ? (Plusieurs réponses possibles)



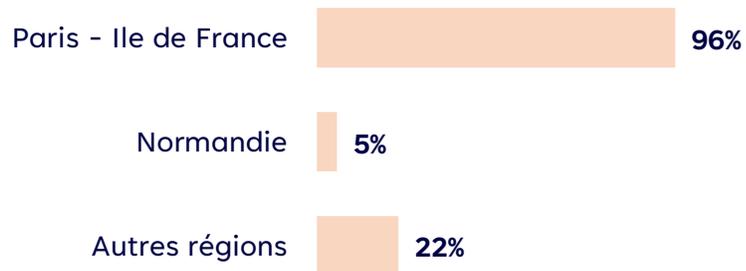
Des touristes qui séjournent au cœur du territoire impressionniste

Des touristes franciliens présents sur les sites normands, mais moins de réciprocité avec les touristes normands

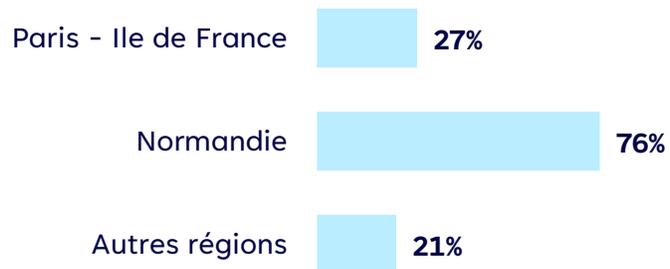
Régions françaises de nuitées pour les touristes

S2. Pouvez-vous indiquer les régions françaises dans lesquelles vous avez dormi au cours de ce séjour (au moins 1 nuit sur place) ?
(Plusieurs réponses possibles)

Touristes interrogés sur les sites en Île-de-France



Touristes interrogés sur les sites en Normandie



Au global...

96%

de séjours incluent une ou plusieurs nuitées en Île-de-France et/ou Normandie

6% logent en Île-de-France ET en Normandie
45% logent en Île-de-France uniquement
45% logent en Normandie uniquement



5% des touristes interrogés sur les sites franciliens ont logé au moins une nuit en Normandie

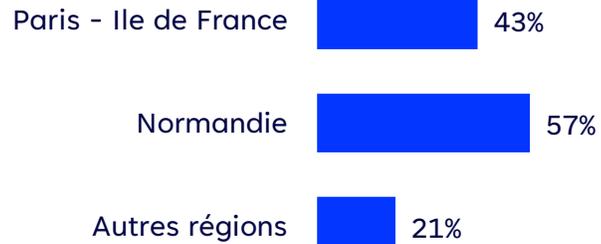
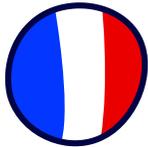
Des touristes qui séjournent au cœur du territoire impressionniste

Des touristes étrangers plus présents en Île-de-France

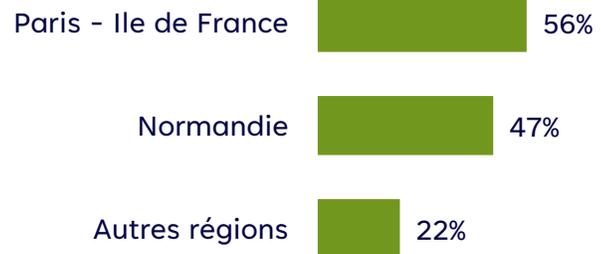
Régions françaises de nuitées pour les touristes - détail pour les touristes français et étrangers

S2. Pouvez-vous indiquer les régions françaises dans lesquelles vous avez dormi au cours de ce séjour (au moins 1 nuit sur place) ?
(Plusieurs réponses possibles)

Touristes français



Touristes étrangers



Des séjours sur les 2 territoires...

5% des Français

7% des étrangers

Ont séjourné à la fois
en Île-de-France et en
Normandie

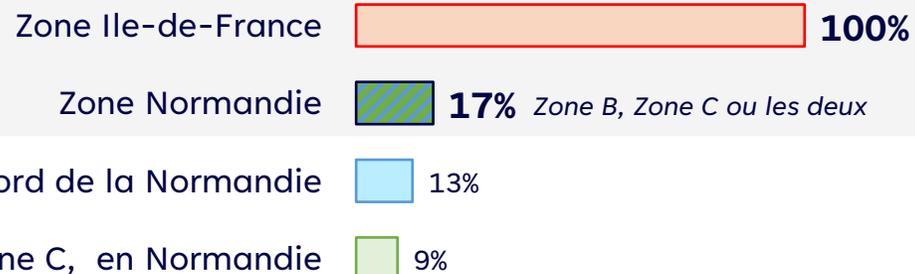


Des touristes qui rayonnent en général au-delà du site sur lequel ils ont été sollicités

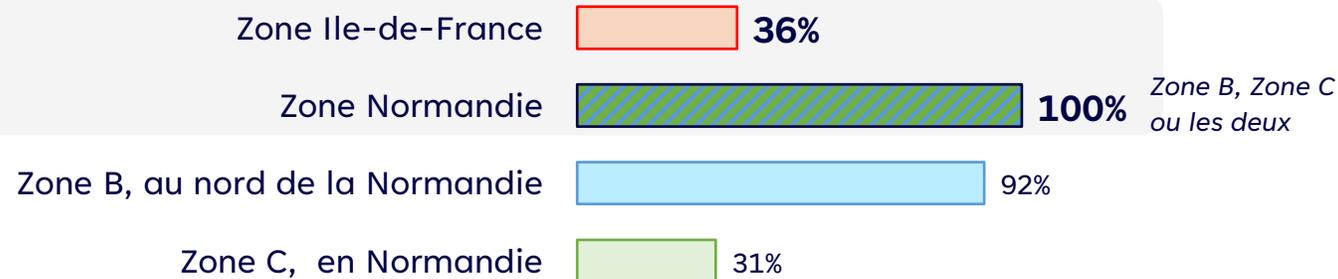
Territoires visités par les touristes

S3. Par rapport à la carte ci-dessous, pouvez nous indiquer l'ensemble des zones que vous avez visitées ou que vous allez visiter au cours de votre séjour ? (Plusieurs réponses possibles)

Touristes interrogés sur les sites en Île-de-France



Touristes interrogés sur les sites en Normandie



17% des touristes interrogés sur les sites en IDF ont visité la Normandie.
13% ont visité la zone B et 9% la zone C.

29% des touristes ont visité à la fois la Normandie et l'Île-de-France



25% chez les touristes français



32% chez les touristes étrangers



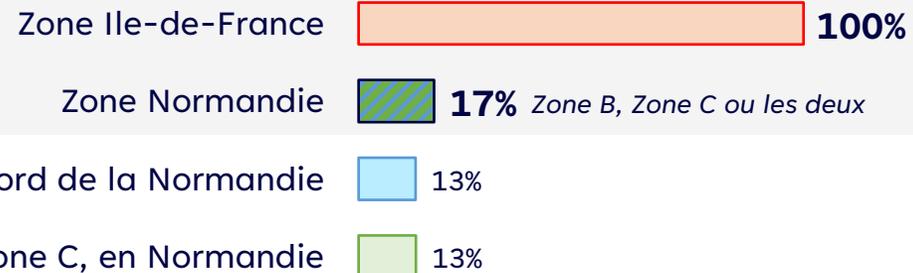
Base répondants : 4224

Des excursionnistes franciliens qui rayonnent bien au-delà des frontières de leur région de résidence principale

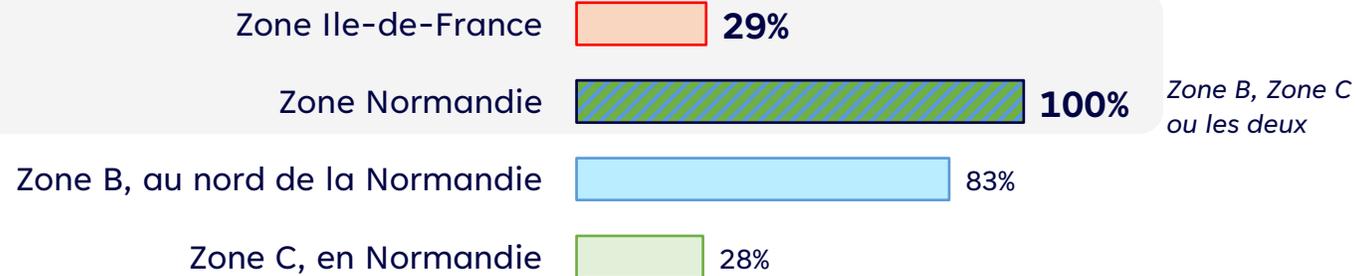
Territoires visités par les Excursionnistes

S3. Par rapport à la carte ci-dessous, pouvez nous indiquer l'ensemble des zones que vous avez visitées ou que vous allez visiter au cours de votre séjour ? (Plusieurs réponses possibles)

Excursionnistes interrogés sur les sites en Île-de-France



Excursionnistes interrogés sur les sites en Normandie



36% des excursionnistes résidant en Île-de-France ont visité la zone normande

16% des excursionnistes résidant en Normandie ont visité la zone Île-de-France



17% des excursionnistes interrogés sur les sites franciliens ont visité la zone normande et 36% des excursionnistes résidant en IDF ont visité la zone normande

Base répondants : 4224

Deux tiers des excursions sont réalisées dans la région de résidence et 80% ont lieu sur un territoire unique (Île-de-France ou Normandie uniquement)

Mobilité des excursionnistes sur le territoire durant la journée

S3. Par rapport à la carte ci-dessous, pouvez nous indiquer l'ensemble des zones que vous avez visitées ou que vous allez visiter au cours de votre journée ? (Plusieurs réponses possibles)

Excursionnistes français

Explique 100% des comportements	Réside en IDF	Réside en Normandie	Réside ailleurs en France
Visite sites IDF uniquement	41%	< 1%	5%
Visite sites normands uniquement	7%	21%*	4%
Visite sites IDF et Normandie	16%	4%	2%



*21% des excursions observées dans le cadre de l'enquête sont le fait de résidents normands qui visitent des sites situés uniquement en Normandie

Deux tiers des touristes français ont visité uniquement leur territoire de séjour contre 59% des étrangers

Mobilité des touristes français et étrangers sur le territoire durant leur séjour

S3. Par rapport à la carte ci-dessous, pouvez nous indiquer l'ensemble des zones que vous avez visitées ou que vous allez visiter au cours de votre séjour ? (Plusieurs réponses possibles)



Touristes français

Explique 96% des comportements

	Nuitées réalisées en IDF uniquement	Nuitées réalisées en Normandie uniquement	Nuitées réalisées en IDF et Normandie
Visite sites IDF uniquement	24%	< 1%	< 1%
Visite sites normands uniquement	3%	45%*	2%
Visite sites IDF et Normandie	11%	7%	3%



Touristes étrangers

Explique 97% des comportements

	Nuitées réalisées en IDF uniquement	Nuitées réalisées en Normandie uniquement	Nuitées réalisées en IDF et Normandie
Visite sites IDF uniquement	30%	< 1%	< 1%
Visite sites normands uniquement	2%	29%	1%
Visite sites IDF et Normandie	17%*	11%	6%



*45% des observations sur les touristes français sont le fait de touristes qui séjournent en Normandie uniquement et visitent des sites normands exclusivement

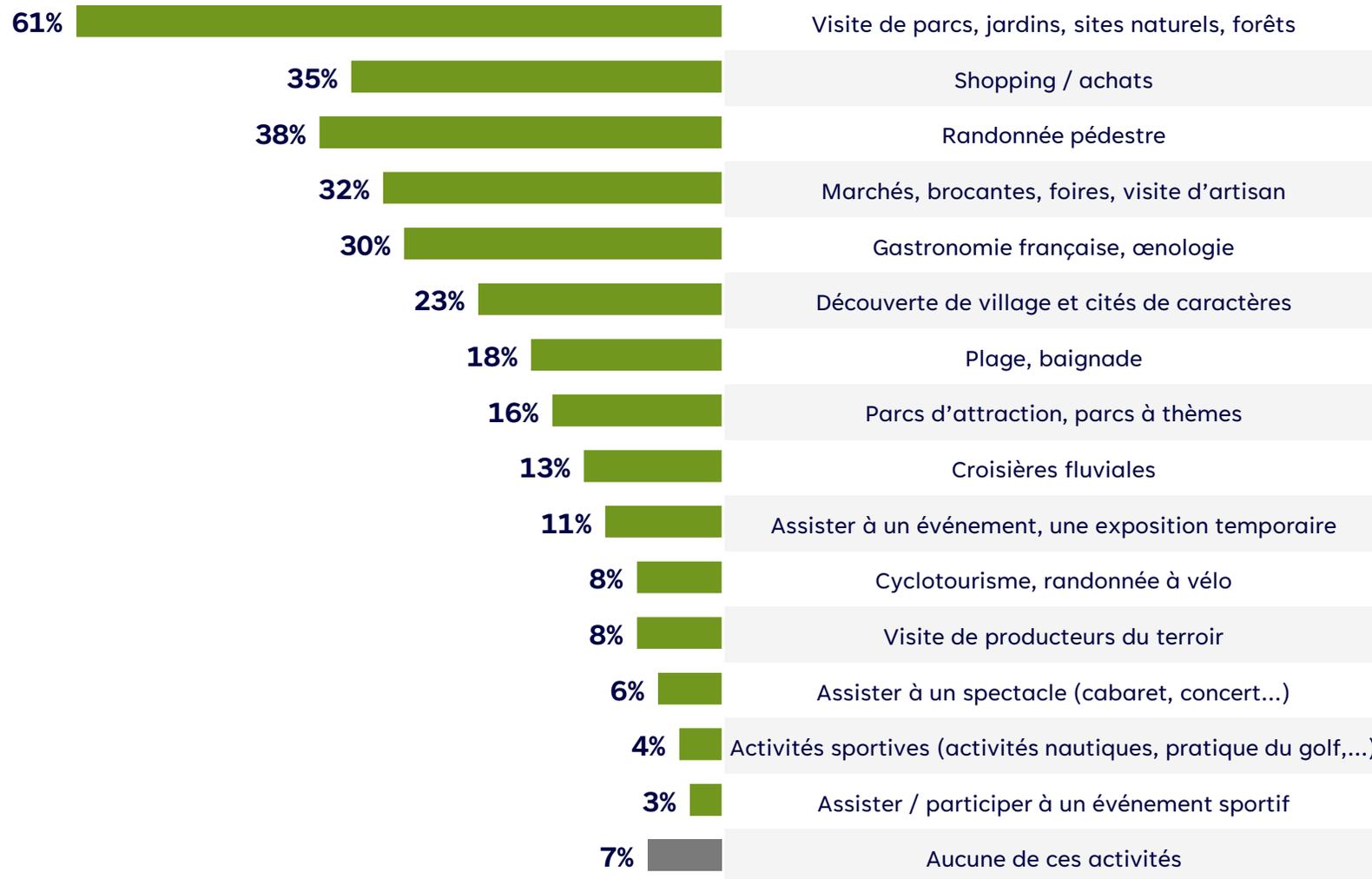
*17% des observations sur les touristes étrangers sont le fait de touristes qui séjournent en IDF uniquement et visitent des sites normands et franciliens

La visite de sites naturels plébiscitée par une majorité de visiteurs

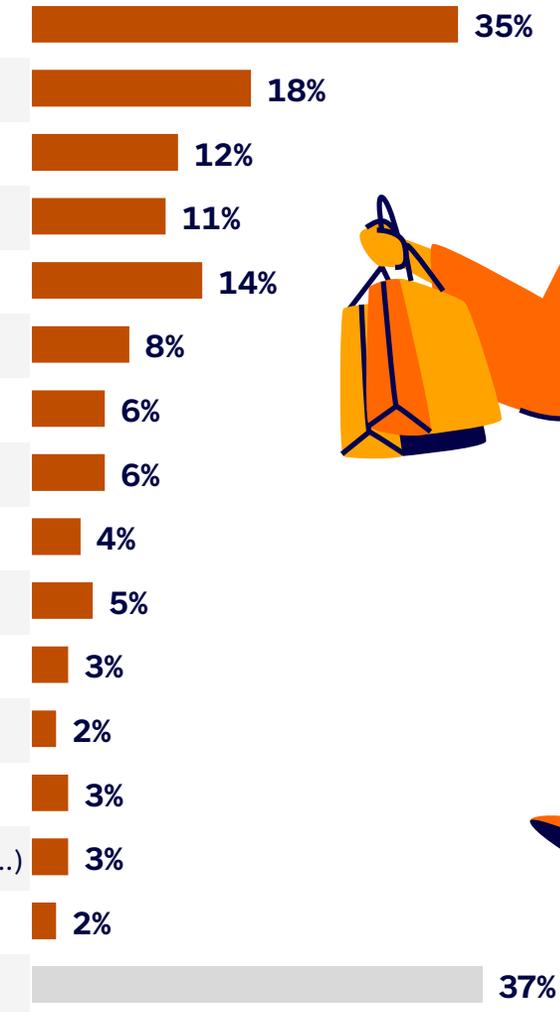
Activités pratiquées pendant le séjour

S8 : Durant votre journée, avez-vous pratiqué, ou prévu de pratiquer, les activités suivantes ?

Touristes



Excursionnistes



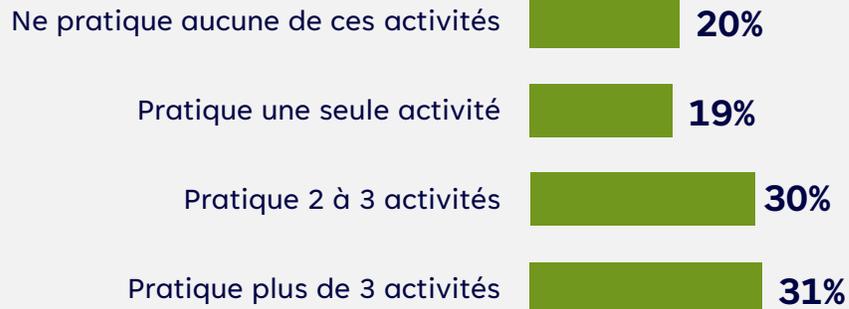
Base répondants : 4224

Une visite du site qui s'inscrit souvent dans un programme plus global pour les touristes. Pour les excursionnistes une visite qui constitue le cœur de leur journée

Activités pratiquées pendant le séjour

S8 : Durant votre journée/séjour, avez-vous pratiqué, ou prévu de pratiquer, les activités suivantes ?

Touristes



14% participent à un événement

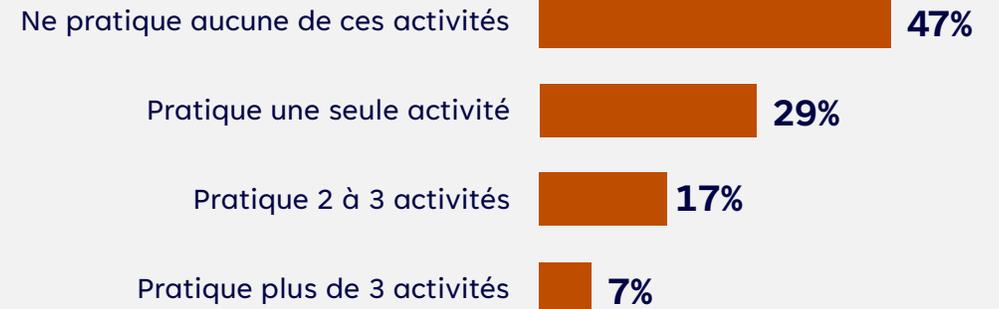


68% pratiquent une activité de loisirs et de détente



61% pratiquent une activité culturelle ou patrimoniale

Excursionnistes



7% participent à un événement



36% pratiquent une activité de loisirs et de détente



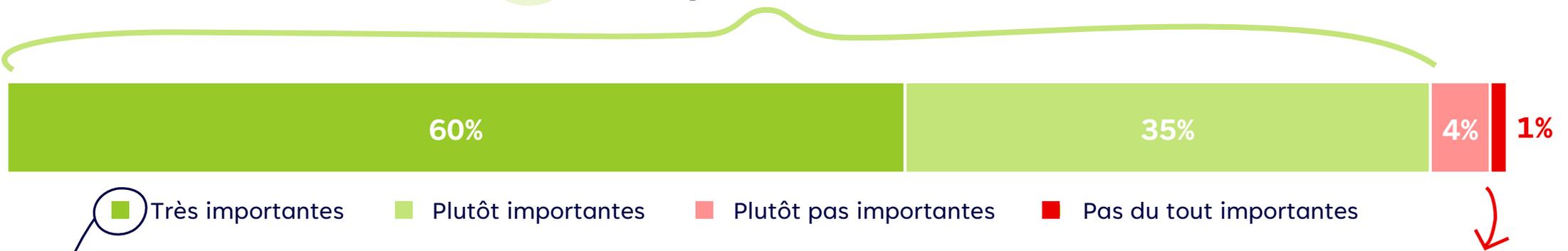
33% pratiquent une activité culturelle ou patrimoniale

Les activités culturelles, dimension clé du séjour ou de la visite pour tous

Degré d'importance des activités culturelles

S9 : Dans le cadre de votre séjour/visite d'aujourd'hui, diriez-vous que les activités culturelles sont...

95% les activités culturelles sont importantes



■ Très importantes ■ Plutôt importantes ■ Plutôt pas importantes ■ Pas du tout importantes

5% les activités culturelles ne sont pas importantes

Les activités culturelles sont très importantes pour...

51%

des excursionnistes sur les sites normands

68%

des étrangers

55%

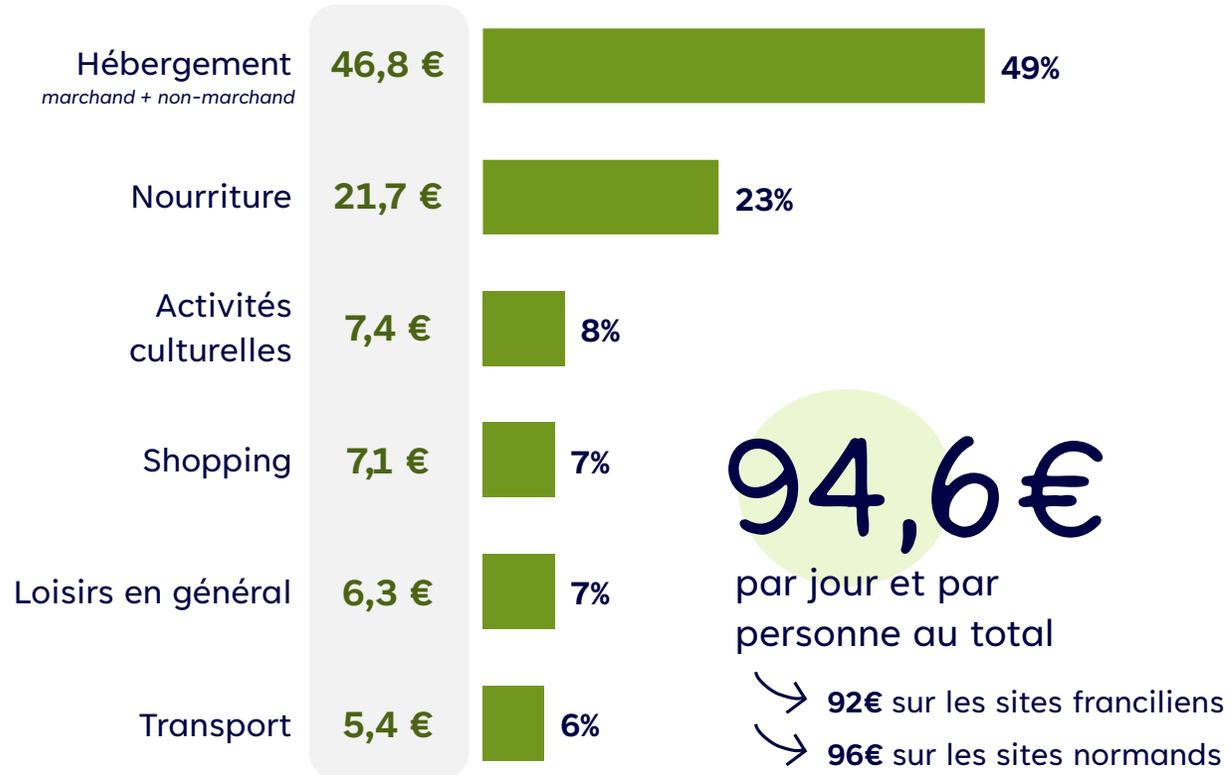
des français

Des **touristes** qui dépensent en moyenne 95€ par jour et par personne au cours de leur séjour

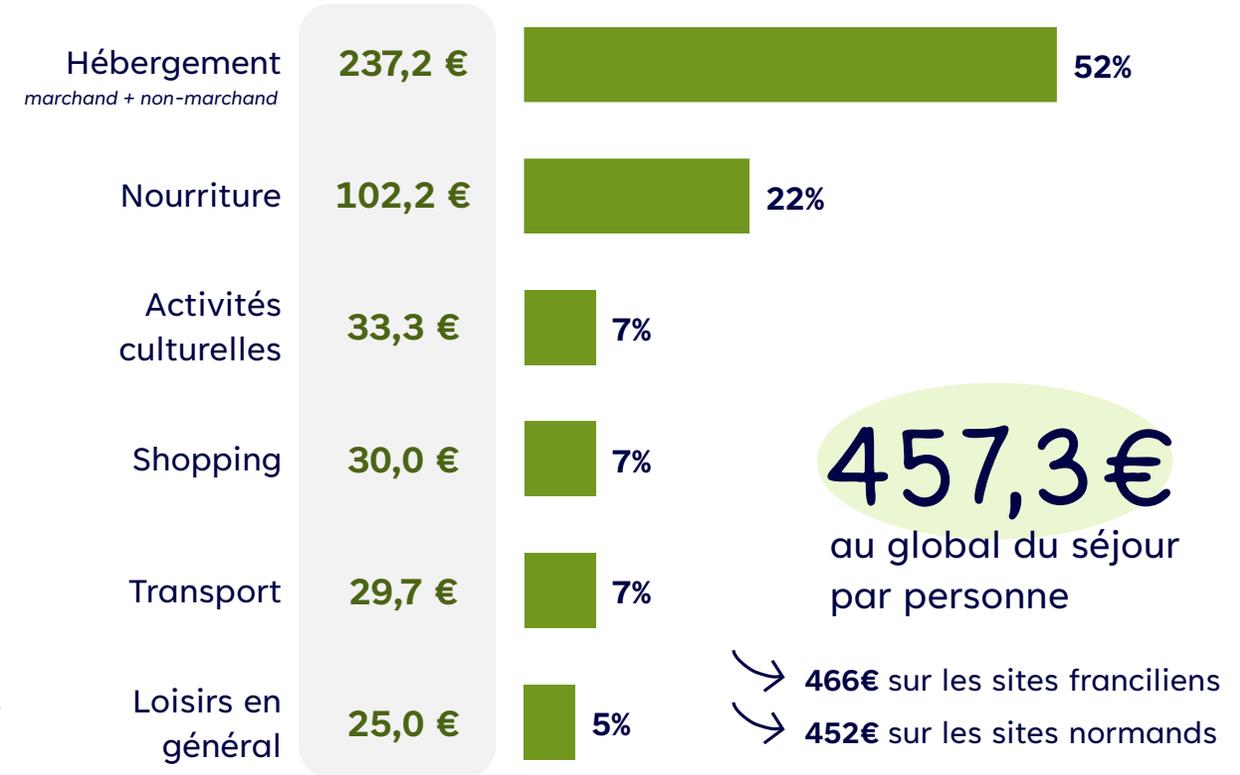
Dépenses réalisées par les visiteurs pendant leur séjour

S10 : Combien avez-vous dépensé au total durant votre excursion ?

Dépenses moyennes par jour et par personne



Dépenses moyennes au global du séjour par personne



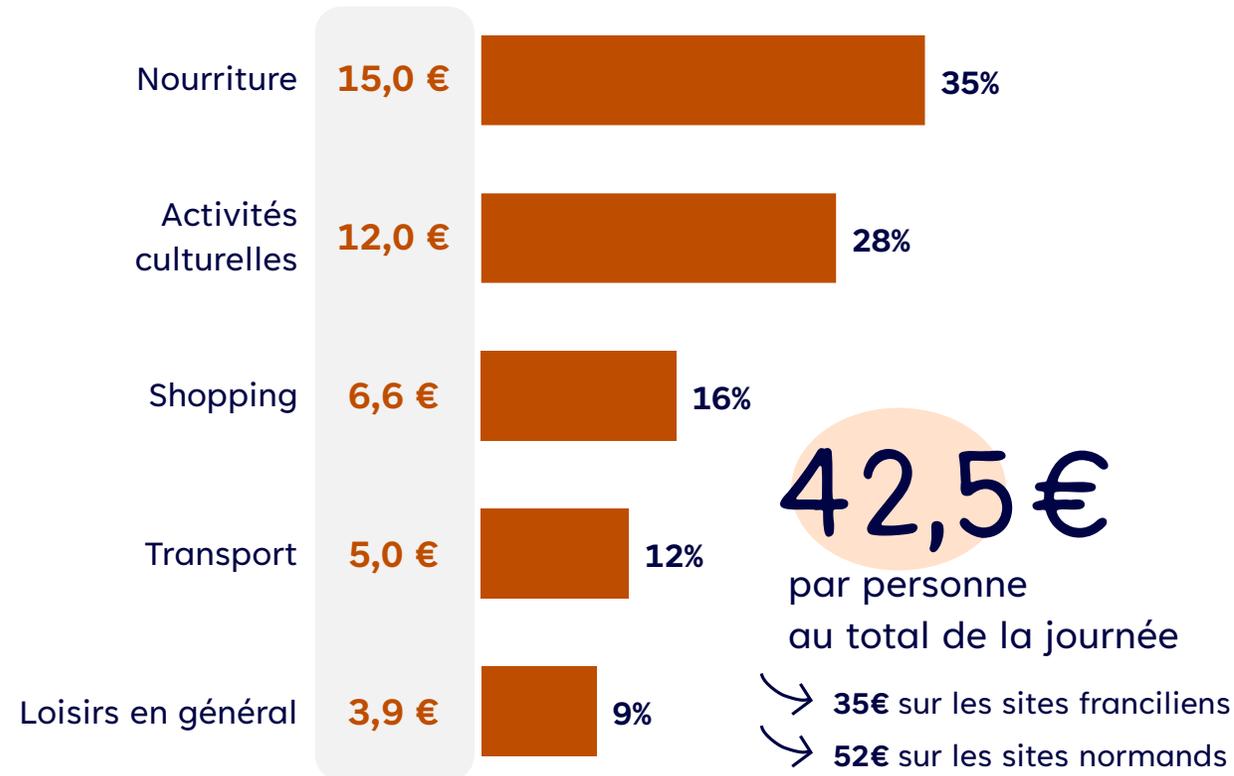
Des dépenses plus élevées en Normandie ? On retrouve notamment sur ce territoire une part plus importante d'hébergements marchands ce qui peut expliquer en partie cette différence. La taille de groupe pour les touristes est également plus élevée sur la Normandie.

Des **excursionnistes** qui dépensent en moyenne 43€ par personne au cours de leur visite

Dépenses réalisées par les visiteurs pendant leur séjour

S10 : Combien avez-vous dépensé au total durant votre excursion ?

Dépenses moyennes par jour et par personne



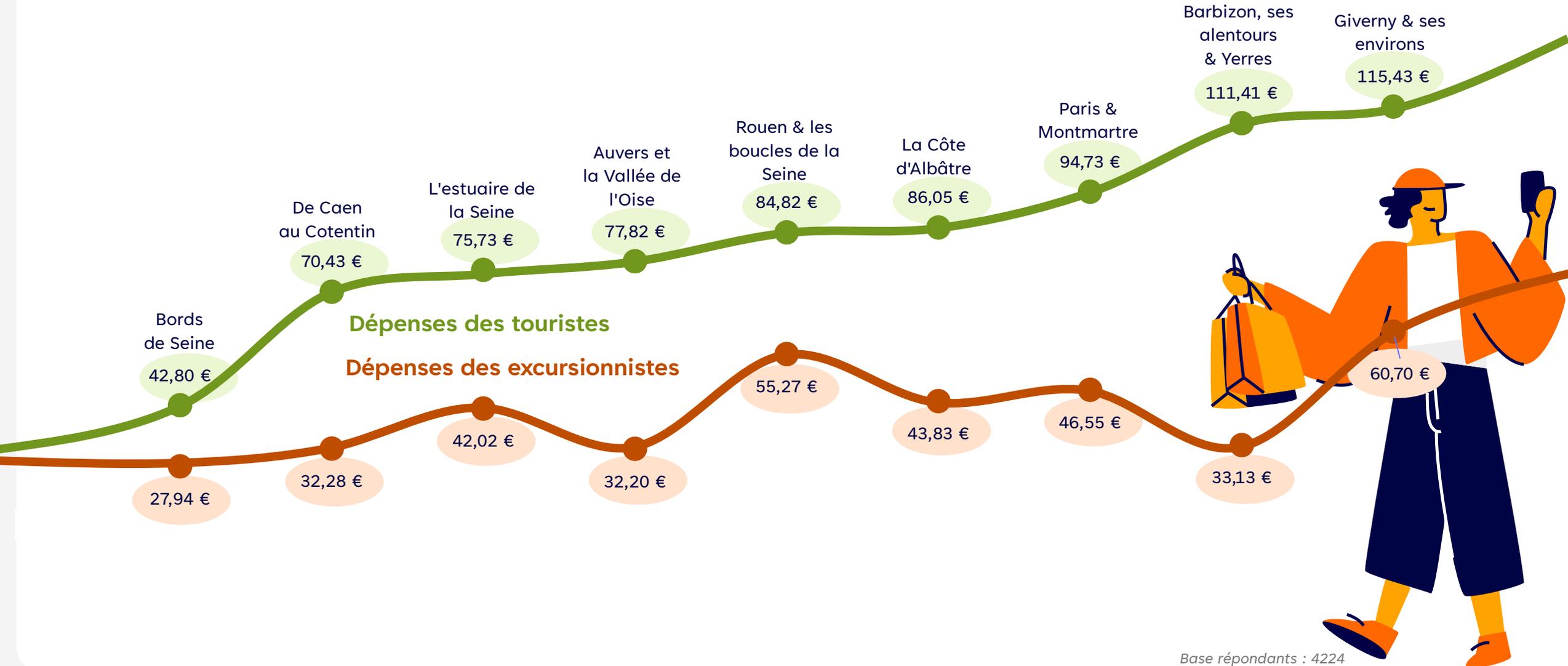
Les répondants interrogés sur les sites normands réalisent + d'activités sur la journée (1,3 en moyenne VS 0,9 pour les répondants des sites franciliens). Plus les activités sont nombreuses, plus les dépenses sont élevées (34,9€ pour 0 activité VS 88,6€ pour + de 3 activités), ce qui contribue à expliquer la différence de dépenses entre les sites franciliens et les sites normands.

Base répondants : 1538

Détail des dépenses par jour et par personne selon les archipels

Dépenses réalisées par les visiteurs pendant leur séjour

S10 : Combien avez-vous dépensé au total durant votre excursion ?



Base répondants : 4224

PARTIE 1 : LE PORTRAIT DES VISITEURS

Les visiteurs des sites impressionnistes, qui sont-ils et que font-ils ?



1.1 Le profil des répondants sur site

1.2 Le cadre global de la visite

1.3 L'échantillon particulier du volet qualitatif



Des profils spécifiques car recrutés notamment pour leur intérêt à l'égard du mouvement impressionniste

Éléments de profils transversaux

Les touristes et excursionnistes (français ou étrangers) recrutés pour le volet qualitatif devaient avoir visité l'un des sites liés à l'Impressionnisme jugés prioritaires par les parties prenantes (*sites « à forte teneur impressionniste »*) et exprimé un intérêt pour le mouvement impressionniste.

Il ne s'agit donc pas du même échantillon que le volet quantitatif.

IL S'AGIT DE VISITEURS QUI CONNAISSENT MIEUX ET EXPRIMENT DAVANTAGE D'INTÉRÊT À L'ÉGARD DU MOUVEMENT IMPRESSIONNISTE QUE L'ÉCHANTILLON QUANTITATIF AU GLOBAL

NB. Les verbatims sont identifiés par le profil du visiteur (local / national / international), sa région ou son pays d'origine et le site visité

Des visiteurs intéressés par l'Impressionnisme à l'opposé du tourisme de masse

Éléments de profils transversaux

Des répondants qui se considèrent plus comme **des visiteurs ou des voyageurs** que des touristes et **cherchent :**



UNE FORME
D'AUTHENTICITÉ



LA RENCONTRE AVEC UNE
CULTURE ET DES PERSONNES



LEUR
DÉMARCHE
DE VISITE
& DE VOYAGE

PRENDRE SON TEMPS

DES FLÂNEURS

SORTIR DES SENTIERS BATTUS

DES CURIEUX

SE LAISSER TRAVERSER

DES SENSITIFS

Des visiteurs intéressés par l'Impressionnisme à l'opposé du tourisme de masse

Quelques verbatims...

- “ Je n'aime pas me considérer comme un 'touriste', c'est galvaudé. Je dirais plutôt 'voyageur', ne pas rentrer dans le flot de la masse de touristes, apprendre quelques mots de la langue, visiter sans déranger. - National, Grand-Est, Musée des Beaux-Arts de Rouen
- “ J'aime rentrer dans la culture du pays. J'ai beaucoup voyagé et parfois seule et dans ce cas, je suis plus imprégnée dans la culture, la vie au jour le jour des gens. - National, IDF, Musée de l'Orangerie
- “ À l'étranger, j'aime aller sur les lieux touristiques mais aussi beaucoup en dehors du cadre pour découvrir les gens et leurs vies quotidiennes. - Local, Normandie, Giverny - Maison et jardins Claude Monet
- “ L'endroit est merveilleux car c'est dans les jardins du Ranelagh, donc c'est beau et calme. Les touristes ne connaissent pas. - International, Brésil, Musée Marmottan Monet
- “ It's not on a mainstream street in Paris where every tourist wants to go. A hidden place with a modest house in a small street. Outside, you can't imagine there's an important museum and I like that. - International, Colombie, Musée de Montmartre
- “ Dire bonjour dans la langue du pays, aller à la rencontre des gens. Ne pas avoir une attitude supérieure, ne pas être dans l'ostentatoire. Être dans la proximité physique. Se nourrir de l'impression que le lieu donne, des odeurs, des visions, une atmosphère particulière. Faire la différence entre l'arrivée et le départ. - National, Grand-Est, Musée des Beaux-Arts de Rouen
- “ A quiet place, natural, with a good smell, and mellow lights. A relaxing moment. I like it when there's a place to sit to have peaceful moments, to rest, meditate, or to take notes or pictures. I like to take notes. In l'Orangerie, there are benches so you can take your time. - International, Mexique, Giverny - Maison et jardins Claude Monet
- “ It's your happy place where there are flowers and fresh air. Nobody is there to bother you. - International, Mexique, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

Éléments de profils transversaux



DES FÉRUS D'ART & DE CULTURE

- Des visiteurs fréquents de musées & d'expositions et d'autres pratiques culturelles (cinéma & séries, théâtre, ballet, musique, etc.)
- Des étudiants ou des proches d'étudiants en histoire de l'art
- ▶ **De grands connaisseurs de l'art, voire spécifiquement de l'Impressionnisme**



DES ARTISTES EN HERBE

- Une fibre artistique plus ou moins présente chez bon nombre d'entre eux :
- Ils en ont fait leur métier : des graphistes, des peintres, etc.
 - Ou ils en ont fait un hobby : dessin, peinture, etc.
 - Ou ils ont des artistes parmi leurs proches : parents, amis en école d'art, etc.
 - ▶ **Une pratique qui se traduit dans leur expérience de visite**

Quasiment tous des amateurs d'art & de culture

Quelques verbatims...



DES FÉRUS D'ART & DE CULTURE

- “ I know these paintings from books so they're part of me and to see them in life, it was amazing. It's like an actor in a movie that you see in life. That's the feeling I had. - International, Géorgie, Giverny - Maison et jardins Claude Monet
- “ Marquet au Havre, c'est pertinent. Il a peint là-bas, il adorait l'eau. C'est un maître du reflet. Un dingue comme moi du fauvisme qui a fait échapper à la notion d'art décoratif et avoir des expressions et ressentis. C'est intéressant d'avoir mis des fauves à côté d'Impressionnistes. C'est un mélange riche. - National, Bourgogne, MuMa Le Havre
- “ I took some History of art courses and most of them were about Impressionism and Expressionism and one of my teachers explained to me very clearly how to go to Giverny. - International, Mexique, Giverny - Maison et jardins Claude Monet



DES ARTISTES EN HERBE

- “ Ça m'apporte à la fois de l'oxygénation et de la concentration. Ça me permet de faire le vide dans ma tête, de penser à autre chose et de me projeter aussi sur un paysage, ou une photo. - National, Grand-Est, Musée des Beaux-Arts de Rouen
- “ Cette expo du Havre, je l'ai faite deux fois : la première pour prendre connaissance des œuvres et être dans l'émotion ; et la seconde d'un point de vue professionnel en m'approchant des tableaux et voir les techniques, les supports, s'il avait fait les clairs avant les foncés. Ça m'arrive de faire des croquis pour visuellement me rappeler le tableau. - National, Bourgogne, MuMa Le Havre
- “ Ma mère est architecte et artiste plasticienne donc j'ai toujours eu une éducation artistique en peinture. - International, Brésil, Musée Marmottan Monet

Des visiteurs locaux motivés par l'évasion & le temporaire

Motifs de visite par type de visiteurs



Pour les visiteurs locaux qui ont un site à proximité de chez eux, 2 motifs de visite principaux :



**SE DÉCONNECTER DANS UN LIEU
PROCHE DE LA NATURE**

Le désir de prendre l'air,
d'aller au vert en sortant des
grandes aires urbaines

Des maisons & jardins
d'artistes qui offrent un cadre
propice à l'évasion

Une visite conçue comme une
escapade d'un jour



**NE PAS RATER UNE EXPOSITION
TEMPORAIRE (À PROXIMITÉ)**

Visiter régulièrement des
musées & lieux culturels à
proximité, au rythme des
expositions temporaires, ce
qui requiert de suivre
l'actualité de ces musées...



À noter, une sortie culturelle qui sert souvent de prétexte pour passer un moment entre amis

Quelques verbatims...



Pour les visiteurs locaux qui ont un site à proximité de chez eux, 2 motifs de visite principaux :



SE DÉCONNECTER DANS UN LIEU PROCHE DE LA NATURE

“ On l'a conçu comme une promenade. On sort de Paris, on va voir une maison de peintre, un domaine qui n'est pas loin, ça a l'air intéressant. Pas de motivation autre que le plaisir d'une petite escapade. - Local, IDF, Maison Caillebotte

“ On recherche des visites en dehors de Paris avec un peu de verdure pour souffler et se changer les idées. C'est le critère numéro 1. C'est vraiment ça, une escapade en région parisienne. On se dit que c'est en plus un moment entre copines car on travaille et donc pas le temps - Local, IDF, Maison Caillebotte

“ Le besoin d'évasion car on n'avait pas pris de vacances. J'ai besoin de nature pour m'évader et là, c'était parfait. - Local, Normandie, Giverny - Maison et jardins Claude Monet



NE PAS RATER UNE EXPOSITION TEMPORAIRE (À PROXIMITÉ)

“ Il y a un thème à chaque fois et on est au courant par le musée des Beaux-Arts et avec des affiches dans la ville de Rouen. Là c'était « Renoir à Guernesey » il me semble. Avant c'était « Les enfants et l'Impressionnisme » et là, je n'ai pas encore vu « Les fleurs ». - Local, Normandie, Giverny - Musée des impressionnistes Giverny

“ À l'Orangerie, j'avais vu l'exposition Matisse et là c'était pour Modigliani. C'était le premier week-end de l'exposition. - Local, IDF, Musée de l'Orangerie

“ Il y avait l'exposition temporaire, c'est pour ça qu'on y est allé, Albert Marquet. Et dans mon souvenir, il y avait des œuvres qui m'avaient plu, ça me plaisait de les revoir. - Local, Normandie, MuMa Le Havre

Des visiteurs nationaux qui se font plaisir lors d'un séjour

Motifs de visite par type de visiteurs



Pour les visiteurs nationaux intéressés par le mouvement impressionniste, une visite qui fonde ou agrmente un séjour plus global : hébergement (ami ou hôtel) + gastronomie + culture



UNE VISITE QUI OFFRE L'OCCASION DE SE FAIRE PLAISIR

Des visiteurs nationaux qui profitent de ce séjour pour se faire plaisir, avec un bon restaurant ou un bel hôtel



UN SÉJOUR QUI OFFRE L'OCCASION D'UN PETIT PLUS CULTUREL

Des visiteurs qui s'accordent un « moment culture » par opportunité au sein de leur séjour



À Vernon avant d'arriver à Giverny. On a pris le meilleur resto de Vernon avec Trip Advisor ! Un peu cher mais ça valait le prix. - National, IDF, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

Passer un bon week-end avec ma femme en se baladant, prendre le train, aller dans un bon resto, dormir à l'hôtel, prendre des photos et dessiner. Le projet d'un chouette week-end. - National, Bourgogne, MuMa Le Havre

Les Beaux-Arts, c'est parce que j'étais à Rouen, et c'était un des musées les plus classiques, les plus connus de Rouen, c'était un peu une évidence d'y aller. - National, IDF, Musée des Beaux-Arts de Rouen

Des visiteurs internationaux en quête de culture européenne

Motifs de visite par type de visiteurs



Pour les visiteurs internationaux intéressés par le mouvement impressionniste : le souhait de voir en vrai des œuvres découvertes dans des livres

Ils passent plusieurs semaines, voire plusieurs mois en Europe, de pays en pays

Ce n'est pas leur premier voyage en Europe / en France / à Paris

Ils connaissent bien l'offre culturelle & muséale parisienne, voire française

Ils ont déjà visité les principaux lieux touristiques franciliens (Le Louvre, La Tour Eiffel, Versailles,...)

Ils cherchent à voir les œuvres ou sites les plus connus (les néophytes) ou à découvrir des sites plus confidentiels (les initiés)

Ils souhaitent, dans tous les cas, « rencontrer » des œuvres dont ils ont une connaissance livresque : un moment émotionnel fort à vivre

Des visiteurs internationaux en quête de culture européenne

Quelques verbatims...

- “ When I think of the Impressionism Destination, the first thing for me is the Rodin Museum because I loved it so much and I went there several times; Then l'Orangerie and Orsay. – International, Géorgie, Giverny - Maison et jardins Claude Monet
- “ Now, I like to come back to places where I have already been, and I was there 5 years ago or maybe more. The first thing I wanted to do was retrace my steps to see how the city has changed in the meantime. Or something I didn't cover, and this museum was one of these places. – International, Italie, Musée des Beaux-Arts de Rouen
- “ 10 days in France with my wife and most of it in Burgundy with a biking trip. We're in and out of Dijon for 6 days and we spend two days in Giverny and 2 days in Paris. – International, États-Unis, Giverny – Musée des impressionnistes Giverny
- “ When I go to any country in Europe, I like to leave the hotel at 9. Then I go see as much art as possible, as many museums as possible. – International, Géorgie, Giverny - Maison et jardins Claude Monet
- “ Il y a une œuvre de Van Gogh qui a beaucoup d'étoiles. Je suis vraiment impressionné parce que j'en ai déjà entendu parler quand j'étais petit. Je pensais que c'était vraiment intouchable, loin de moi, de ma vie. Je pensais que, je ne pourrais pas le voir en vrai. – International, Chine, Musée d'Orsay
- “ I spent 15 days in Paris and the objective was to experience what I've learned in my courses. I plan to visit a museum each day. I visited Orsay twice, Hôtel de la Marine, la Conciergerie, le Petit Palais, Marmottan, Rodin Museum, l'Orangerie, Les Invalides, le Panthéon, Pinault Collection, Louis Vuitton Fondation, Pompidou. – International, Mexique, Giverny - Maison et jardins Claude Monet
- “ To be so close to their paintings which before I saw in reproduction prints. To see the real thing was so emotional for me! It's like the Joconde. When you see it it's completely different. – International, Italie, Musée des Beaux-Arts de Rouen
- “ À chaque fois que je visite des musées, je regarde des œuvres vraiment connues. Par exemple à Orsay, il y a des œuvres de Van Gogh, je vais me concentrer sur celles-ci, et les autres je ne regarde pas trop. – International, Chine, Musée d'Orsay

PARTIE 2 : L'IMPRESSIONNISME DANS TOUS SES ÉTATS

- ☑ Quelles sont les motivations et attentes des visiteurs ?
- ☑ Comment se positionnent-ils par rapport à l'Impressionnisme ?

La Destination impressionniste est un territoire très étendu et qui regroupe des lieux très différents : ayant une composante impressionniste plus ou moins forte, bénéficiant d'une notoriété plus ou moins élevée, et de natures diverses (musée, site en pleine nature, lieu de vie ou de travail d'artistes)...

Nous évoquons ici le lien des visiteurs à l'Impressionnisme, au travers de 3 axes : la relation au mouvement, la relation à la Destination, la relation aux sites...

Et au-delà, quelle résonance pour la promesse : « En Normandie et en Île-de-France, vivez les instants de bonheur qui ont inspiré les peintres »



PARTIE 2 : L'IMPRESSIONNISME DANS TOUS SES ÉTATS

Quelles perceptions & relations associées à l'Impressionnisme ?

2.1 Le mouvement

2.2 Les sites

2.3 La Destination

2.4 La promesse

« En Normandie et en Île-de-France, vivez les instants de bonheur qui ont inspiré les peintres »



PARTIE 2 : L'IMPRESSIONNISME DANS TOUS SES ÉTATS

Quelles perceptions & relations associées à l'Impressionnisme ?

2.1 Le mouvement

2.2 Les sites

2.3 La Destination

2.4 La promesse

« En Normandie et en Île-de-France, vivez les instants de bonheur qui ont inspiré les peintres »



Le mouvement impressionniste, un **courant** « populaire »

Tableau général de la relation des visiteurs avec l'Impressionnisme

ACCESSIBILITÉ

PROXIMITÉ

BIEN-ÊTRE

IDENTIFICATION

UN COURANT « POPULAIRE »
DANS LES DIFFÉRENTS SENS DU TERME
POUR PLUSIEURS RAISONS

ATTRACTIVITÉ

NOTORIÉTÉ

PASSION



Un courant associé à une forte notoriété et « bien identifié »...

Notoriété du mouvement impressionniste chez les visiteurs

NOTORIÉTÉ DU MOUVEMENT

IG1. Connaissez-vous le mouvement impressionniste / l'Impressionnisme ?



92% connaissent le mouvement impressionniste

77% des visiteurs de « l'Estuaire de la Seine » sont capables de citer des peintres/tableaux

23% des visiteurs de « La Côte d'Albâtre » ne connaissent pas l'Impressionnisme

LIEN DU SITE AVEC L'IMPRESSIONNISME

IG3. Saviez-vous avant votre visite que le site visité est lié à l'Impressionnisme ?

Une thématique clairement identifiée lorsque l'on se rend sur les sites de la Destination

71% savent que le site est lié à l'Impressionnisme

29% ne savent pas que le site est lié à l'Impressionnisme

79% en Île-de-France (vs 65% en Normandie)
74% chez les excursionnistes

% des visiteurs qui savaient que le site visité était lié à l'Impressionnisme :

87% « Auvers et la Vallée de l'Oise »

86% « Giverny et ses environs »

79% « Barbizon, ses alentours et Yerres »

77% « Paris & Montmartre »

35% « De Caen au Cotentin »

27% « La Côte d'Albâtre »



Un **courant** accessible qui rend possible une certaine proximité...

Relation des visiteurs avec l'Impressionnisme

LA LÉGÈRETÉ DES THÈMES & LA SENSORIALITÉ DU STYLE PERMETTENT AUX VISITEURS D'AVOIR UNE RELATION DÉCOMPLEXÉE À L'IMPRESSIONNISME



DES SUJETS « LÉGERS » & UNE PEINTURE « SANS PRÉTENTION »

- Des **paysages** (mer, rivière, campagne, jardins,...)
 - Des scènes de la **vie quotidienne**
 - Des personnes et des situations auxquelles **on peut s'identifier**
 - **Le témoignage d'une époque** (pour certains, des liens avec les grandes fresques humaines de la littérature du XIXème siècle – *Victor Hugo, Honoré de Balzac, Émile Zola*)
- **UN COURANT ARTISTIQUE ACCESSIBLE** : *pas besoin d'avoir fait des études en histoire de l'art pour se laisser toucher par l'œuvre*



UN STYLE PICTURAL QUI PERMET D'IMAGINER & DE SE PROJETER

- Le **flou**, qui donne la possibilité de voir ce qu'on a envie de voir...
 - Le **mouvement**, la **vie**
 - La **lumière** (& les jeux de lumière), les **reflets**, les **couleurs**
- **UN STYLE QUI OFFRE UNE CERTAINE LIBERTÉ ET SOUTIEN UNE CERTAINE PROXIMITÉ** : *on identifie la scène tout en étant libre de projeter une interprétation et un sentiment sur l'œuvre*

“ Je ne suis pas du tout expert de la peinture. Je n'ai aucun autre ouvrage sur l'art mais j'en ai deux-trois sur l'Impressionnisme. - National, Nouvelle-Aquitaine, Musée d'Orsay

“ It's not necessary to know all the history to have wonderful moments. The special part of impressionism is that they paint what they feel so you just need to be open-minded to understand their feelings. It doesn't matter if you don't understand the context. - International, Mexique, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

Un **courant** accessible qui rend possible une certaine proximité...

Quelques verbatims...

- “ Ça nous fait imaginer beaucoup de choses. Je peux interpréter ce que je veux. C'est différent d'un classique où c'est comme ça et il faut comprendre le contexte. Avec Monet, il est comme à la maison, c'est détendu, naturel, bucolique. C'est pour déclencher des impressions et celles que les gens veulent. - International, Brésil, Musée Marmottan Monet
- “ J'aime les paysages et on a l'impression de les ressentir et c'est plus facile pour moi de me représenter la scène. La lumière m'évoque une température, une odeur, donc c'est plus facile de se projeter dans l'œuvre. - Local, IDF, Maison Caillebotte
- “ Les couleurs du ciel, des couchers de soleil. C'est enivrant et ça provoque une émotion. Même quand Monet peint sa femme, on comprend qu'il l'aime et on ressent un sentiment. C'est expressif. - Local, Normandie, Giverny - Musée des impressionnistes Giverny
- “ Je ne suis pas un grand expert. J'apprécie beaucoup regarder, contempler un tableau impressionniste, sans aller chercher du détail et comprendre pourquoi l'artiste, etc. Ça me fait plaisir. - National, Nouvelle-Aquitaine, Musée d'Orsay
- “ Il y a plein d'éléments que j'ai vus. Cette peinture est inscrite dans une époque fascinante historiquement et en terme littéraire aussi. Tout ce qui est XIX^{ème} siècle en littérature comme Balzac, Flaubert, Zola, ce sont mes propres classiques et mes références. - Local, IDF, Maison Caillebotte
- “ Non seulement l'endroit nous plaît avec les jardins, les fleurs et l'architecture mais on aime l'Impressionnisme. Ça me parle et pourtant je ne me m'y connais pas en peinture. - Local, Normandie, Giverny - Musée des impressionnistes Giverny
- “ Je m'imagine les gens à cette époque, ça me plonge dans cette époque et comment étaient les gens jadis. À Marmottan, j'imaginai habiter là au 19^{ème} siècle. Les dîners servis sur la table. Les vêtements que les femmes portaient. - International, Brésil, Musée Marmottan Monet
- “ Ça retranscrit ce que je vois tout en retranscrivant leurs émotions. C'est du partage. Local, Normandie, Giverny - Maison et jardins Claude Monet
- “ Une immersion dans un réel un peu léger, détaché de toutes les contraintes du quotidien, etc., et presque à chaque fois des moments, soit d'histoire, des moments qu'on a vécus en famille, les grands-parents, ou un voyage, ou une randonnée, ou un endroit où on aimerait aller, alors qu'on est devant un tableau. Et ça évacue tout le reste autour, on peut se projeter, s'immerger dans un réel qui n'en est pas un et qui en même temps est proche du réel. - National, Nouvelle-Aquitaine, Musée d'Orsay
- “ Ça restitue l'histoire d'un lieu, de gens, leurs habitudes. Ça nous permet de revivre et découvrir cette époque. - Local, Normandie, Giverny - Musée des impressionnistes Giverny

Un courant qui « fait du bien » par les émotions qu'il véhicule...

Relation des visiteurs avec l'Impressionnisme

UN COURANT QUI ANCRE LA RÉCEPTION DE L'ŒUVRE DANS LE SENTIMENT & LE SENSORIEL ET ÉVEILLE DES ÉMOTIONS POSITIVES / OPTIMISTES



DES ŒUVRES QUI COMMUNIQUENT...

- Par les couleurs, les tonalités, les pastels utilisés
- Par les sujets légers & joyeux représentés

...DES SENSATIONS APAISANTES :

- **Le BIEN-ÊTRE**
- La sérénité
- La douceur
- La paisibilité
- La paix
- La tranquillité
- La liberté
- La beauté
- La clarté

- ▶ **UN PARALLÈLE RÉALISÉ PAR CERTAINS ENTRE L'ÉPOQUE DES IMPRESSIONNISTES & LA NÔTRE AVEC LE SENTIMENT D'UNE PEINTURE QUI « FAIT DU BIEN », PARTICULIÈREMENT DANS LE CONTEXTE ACTUEL : *Les Impressionnistes ont vécu des vies difficiles, mais ils ont pourtant réussi à retranscrire la beauté et la délicatesse du monde***



Un **courant** qui « fait du bien » par les émotions qu'il véhicule...

Quelques verbatims...

- « C'est une peinture d'apaisement. C'est important notamment en ce moment. La période où ils ont peint n'était pas plus drôle avec 3 guerres, et malgré ça ils ont réussi à peindre le beau et le délicat. C'est très utile de faire des expos dans ce sens. On n'est pas dans une période de délicatesse et pourtant les gens en ont besoin. S'ils ne l'ont pas avec les autres, ils peuvent l'avoir avec l'art. - National, Bourgogne, MuMa Le Havre »
- « C'est beaucoup de couleur. Pas du tout triste et on pourrait illustrer ça par « Y'a de la joie » de Charles Trenet. - National, IDF, Musée des Beaux-Arts de Rouen »
- « It's a peace of mind. I like the gentle melting of colours that are not aggressive. I like the lights also. - International, Italie, Musée des Beaux-Arts de Rouen »
- « C'est surtout le fait de vraiment vivre un paysage, plus que de le voir, parce qu'ils arrivent avec leur technique à le faire vibrer, parler. - National, Grand-Est, Musée des Beaux-Arts de Rouen »
- « C'est le flou qui me plaît dans l'Impressionnisme, les couleurs, le changement. On a l'impression d'être devant quelque chose de vivant. Des scènes de vie. - Local, Normandie, Musée des Beaux-Arts de Rouen »
- « When I was a child, I remember looking at the reproductions of impressionist paintings in the books. It was clarity, beauty, serenity. - International, Géorgie, Giverny - Maison et jardins Claude Monet »
- « Du bien-être, du réel mais léger. Une forme de représentation de la vie, mais allégée, légère, pas au sens simpliste, mais au sens plaisir, insouciance. - National, Nouvelle-Aquitaine, Musée d'Orsay »
- « C'est vivant, sentir une chose en plus que juste l'image fixe. On peut imaginer le mouvement des choses. - National, Franche-Comté, Musée Marmottan Monet »
- « C'est léger, ça ne fatigue pas, ça fait imaginer, rêver. - International, Brésil, Musée Marmottan Monet »
- « Ça se passe à l'extérieur, des beaux paysages. La technique du tapotement du pinceau sur la toile. C'est lié au calme, l'apaisement, on se laisse emporter. Un sentiment de relaxation, c'est joli, l'harmonie. - Local, IDF, Musée de l'Orangerie »
- « Les détails ne sont pas très marqués, mais l'effet global est très plaisant. On y voit plus de nature que de personnes. Les couleurs me plaisent aussi. - National, IDF, Giverny - Maison et jardins Claude Monet »
- « Ça rassure, c'est doux, pas inquiétant, c'est connu. On a des paysages, des visages, c'est familier. C'est une espèce de vision familière, mais un peu déformée, mais dans laquelle on se reconnaît. - Local, IDF, Maison Caillebotte »

Un **courant** qui se distingue également par son attractivité...

Intérêt des clients pour l'Impressionnisme

IG2. Quel est votre niveau d'intérêt concernant l'Impressionnisme ?

0 si vous n'êtes pas du tout intéressé, 10 si vous êtes très intéressé, les notes intermédiaires servant à nuancer votre jugement

77% de visiteurs intéressés par l'Impressionnisme



39% des visiteurs de « La Côte d'Albâtre »

44% des visiteurs de « Giverny et ses environs »

■ Moins de 7 (peu ou pas intéressé)

■ De 7 à 8 (plutôt intéressé)

■ 9 et plus (très intéressé)

% de visiteurs intéressés par l'Impressionnisme selon le profil

78% chez les touristes

77% chez les excursionnistes

76% chez les Français

80% chez les étrangers

76% sur les sites normands

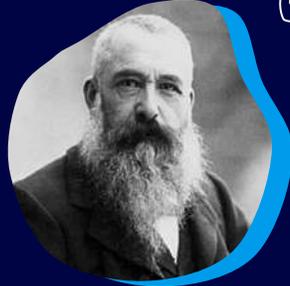
79% sur les sites franciliens

Un courant qui suscite chez certains une véritable « passion »...

Relation des visiteurs avec l'Impressionnisme



DES FANS DES IMPRESSIONNISTES EN CONSTANTE RECHERCHE DE LEURS ŒUVRES



“ En 2018, je suis allée à Marmottan avec ma mère et elle a adoré. Quand je suis revenue à Paris, elle a voulu y retourner. J'aime Monet et suis allée à Giverny en 2019. **Si je vais dans un pays où il y a une exposition de Monet, j'y vais car c'est mon peintre favori.** – International, Brésil, Musée Marmottan Monet

“ Je suis passionné par le peintre Marquet. J'avais remarqué une exposition vente à la galerie de la Présidence à Paris, tenue par une directrice qui a un sens inouï pour trouver des œuvres de qualité. C'est à partir de là que les expositions de Marquet ont vu le jour et les catalogues des expositions qui suivaient. **J'ai "pisté" ses expos à Marseille, à Paris, etc.** Et dernièrement au Havre où j'y suis allé le dernier jour à l'expo que j'ai trouvée excellente. – National, Bourgogne, MuMa Le Havre



UN COURANT & DES ŒUVRES QUI FONT PARTIE DE LEUR VIE

“ Chez mes grands-parents, il y avait un tableau d'un jardin un peu comme à Giverny avec des nénuphars et je passais du temps en le regardant quand j'étais petit. – National, IDF, Giverny – Maison et jardins Claude Monet



“ J'aime beaucoup l'Impressionnisme et mon conjoint ne connaît pas vraiment donc c'était l'occasion de lui **faire découvrir le lieu, ce style et mon enfance car ma maman peignait dans ce style.** – Local, Normandie, Giverny – Maison et jardins Claude Monet

PARTIE 2 : L'IMPRESSIONNISME DANS TOUS SES ÉTATS

Quelles perceptions & relations associées à l'Impressionnisme ?

2.1 Le mouvement

2.2 Les sites

2.3 La Destination

2.4 La promesse

« En Normandie et en Île-de-France, vivez les instants de bonheur qui ont inspiré les peintres »



Des sites avec un ancrage géographique bien identifié...

Focus Destination impressionniste : une localisation d'abord francilienne & normande

UNE DESTINATION IMPRESSIONNISTE CARACTÉRISÉE PAR L'EAU & LES REFLETS, QUI SUIT LES MÉANDRES DE LA SEINE DE SA VALLÉE JUSQU'À SON EMBOUCHURE, DE L'ÎLE-DE-FRANCE À LA NORMANDIE

- L'Impressionnisme : un courant d'origine française dont le fort ancrage local est jugé légitime
- Le Val-d'Oise : une région identifiée comme le berceau de l'Impressionnisme, pour certains

À LA MARGE, UNE DESTINATION QUE CERTAINS SE REPRÉSENTENT AU-DELÀ DES FRONTIÈRES FRANÇAISES, À LONDRES & AUX ÉTATS-UNIS.

Ils pensent :

- Aux peintres britanniques qui ont peint en France (ex. *Alfred Sisley*)
- Aux peintures des paysages anglais (*Monet a peint à Londres*)
- Aux influences de l'Impressionnisme chez certains peintres américains (ex. *Joan Mitchell*)

▶ À noter, Giverny est mentionné spontanément comme le lieu de référence de l'Impressionnisme et donc de la Destination impressionniste



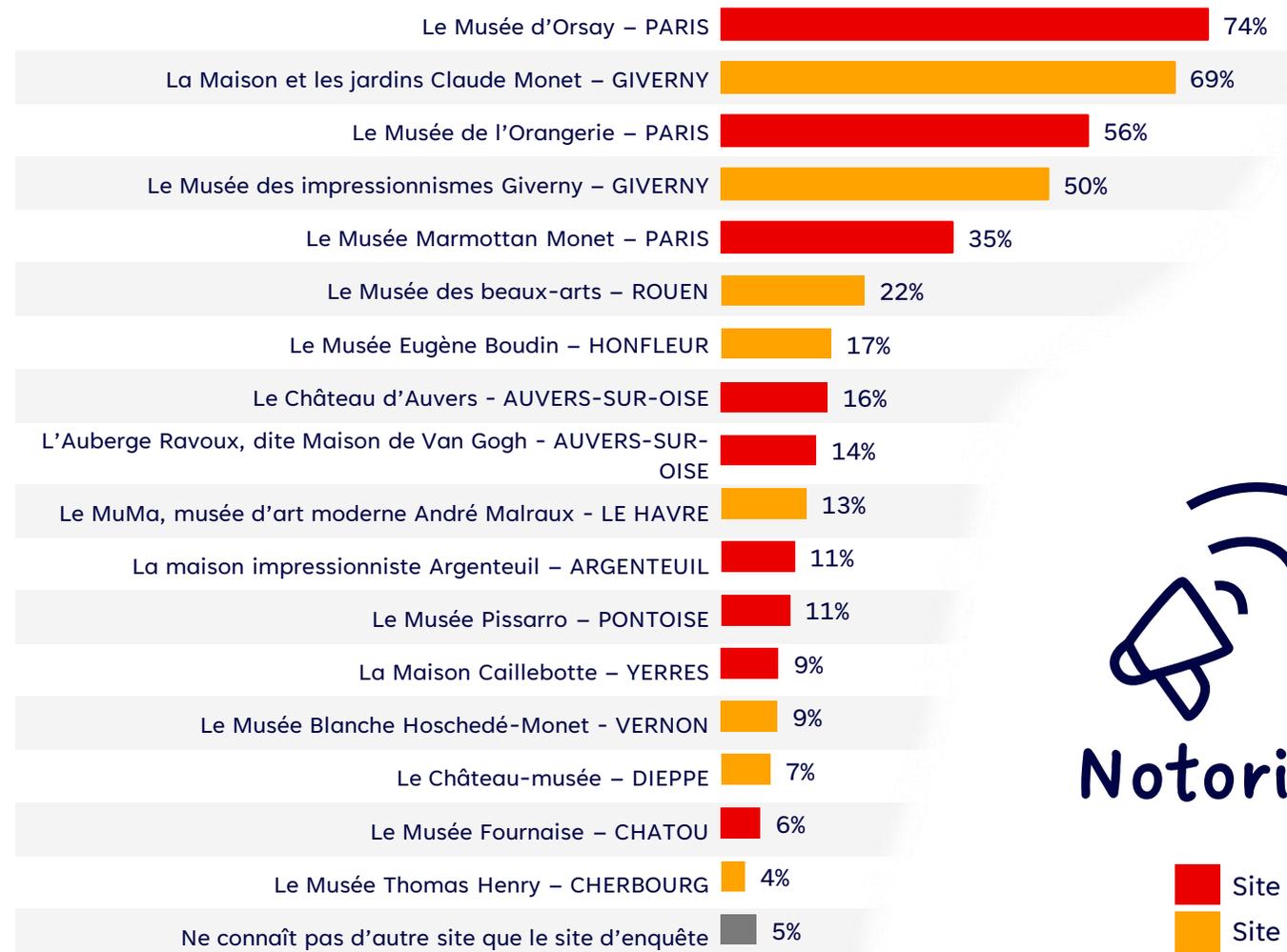
“ It is connected locally with the history. The painters were there so it's not just an exhibition but an appropriation of the artwork. You are there in the heart of the Impressionists. - International, Colombie, Musée de Montmartre et Jardins Renoir

“ En restant sur le territoire français, je dirais que pour moi c'est toute la vallée de la Seine jusqu'à son embouchure. Et surtout, ça tourne toujours autour de l'eau, de la lumière, de la mer. - National, Grand-Est, Musée des Beaux-Arts de Rouen

Des sites à forte notoriété notamment à Paris et Giverny

Détail de la notoriété par site - site visité exclu *📍 La liste proposait 17 sites sur les 26 enquêtés*

IG4. Parmi la liste suivante, quels sont les sites que vous connaissez, ne serait-ce que de nom ? (Plusieurs réponses possibles)



■ Site francilien
■ Site normand

Base répondants : 4224



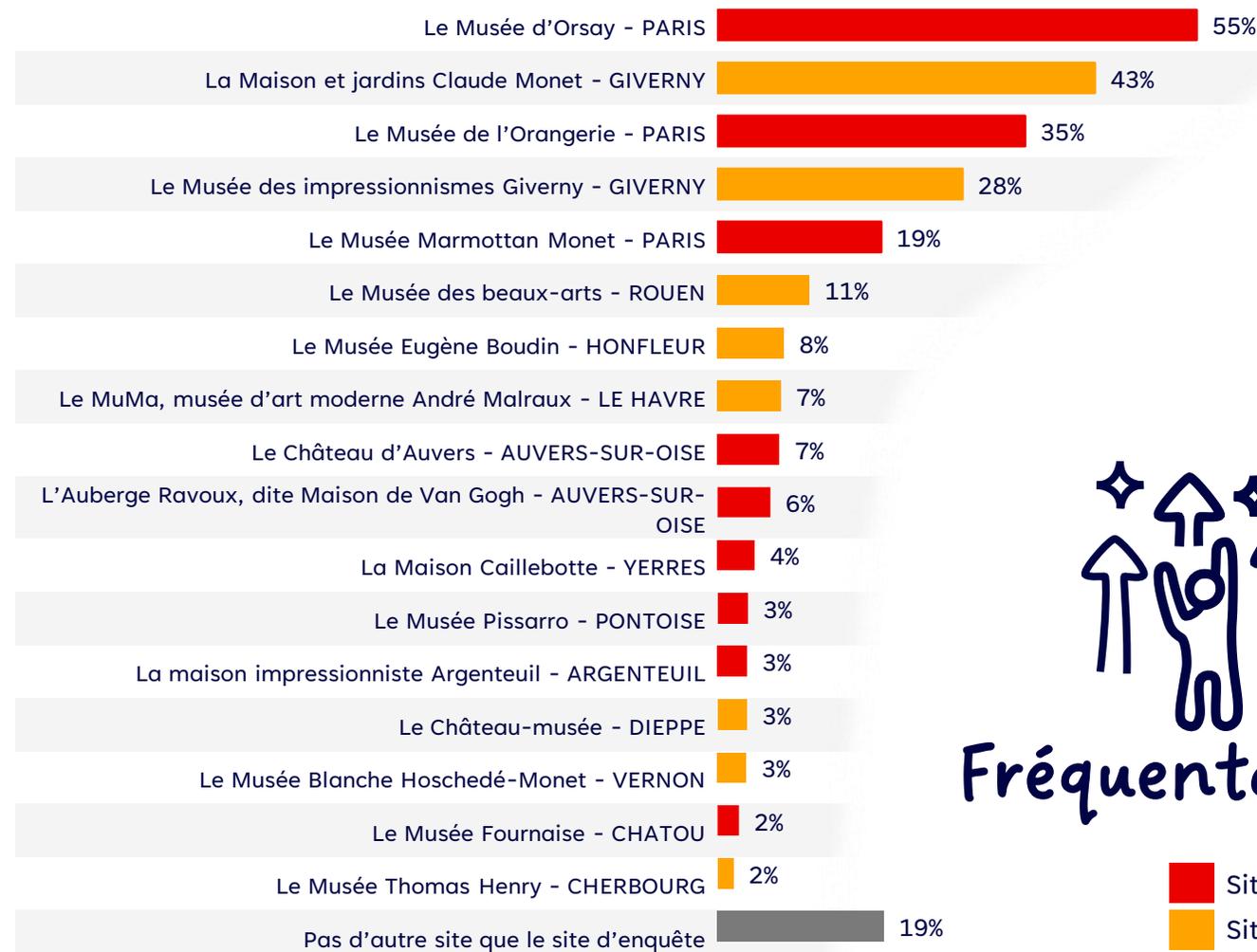
Le site visité est exclu du calcul du taux de notoriété.

Ex : le taux de notoriété du musée d'Orsay est calculé en excluant les individus enquêtés sur le site du musée d'Orsay

Le Musée d'Orsay et la maison et les jardins de Claude Monet parmi les sites phares visités

Détail de la fréquentation par site - site visité exclu ? La liste proposait 17 sites sur les 26 enquêtés

IG5. Et quels sites avez-vous déjà visités, ou avez-vous prévu de visiter prochainement ? (Plusieurs réponses possibles)



■ Site francilien
■ Site normand

Base répondants : 4224



Le site visité est exclu du calcul du taux de fréquentation.
Ex : le taux de fréquentation du musée d'Orsay est calculé en excluant les individus enquêtés sur ce site.

...et globalement, une notoriété forte des sites

Notoriété des sites impressionnistes

IG4. Parmi la liste suivante, quels sont les sites que vous connaissez, ne serait-ce que de nom ? (Plusieurs réponses possibles)

IG5. Et quels sites avez-vous déjà visités, ou avez-vous prévu de visiter prochainement ? (Plusieurs réponses possibles)

Nombre de sites connus

Nombre de sites visités

En intégrant le Musée d'Orsay et de l'Orangerie...

4,7 sites connus en moyenne
3,5 chez les étrangers et 5,5 chez les Français
4,2 chez les touristes et 5,7 chez les excursionnistes

En intégrant le Musée d'Orsay et de l'Orangerie...

3,1 sites visités en moyenne
2,4 chez les étrangers et 3,4 chez les Français
2,8 chez les touristes et 3,5 chez les excursionnistes

En excluant le Musée d'Orsay et de l'Orangerie...

3,4 sites connus en moyenne
2,4 chez les étrangers et 4,0 chez les Français
2,9 chez les touristes et 4,3 chez les excursionnistes

En excluant le Musée d'Orsay et de l'Orangerie...

2,1 sites visités en moyenne
1,6 chez les étrangers et 2,4 chez les Français
1,8 chez les touristes et 2,5 chez les excursionnistes

43% peu de sites connus et peu de sites visités (0 à 2)*

27% beaucoup de sites connus (3 et +) et peu de sites visités (0 à 2)*

30% beaucoup de sites connus et beaucoup de sites visités (3 et +)*



*Le site visité est intégré dans le calcul de ce %

Base répondants : 4224

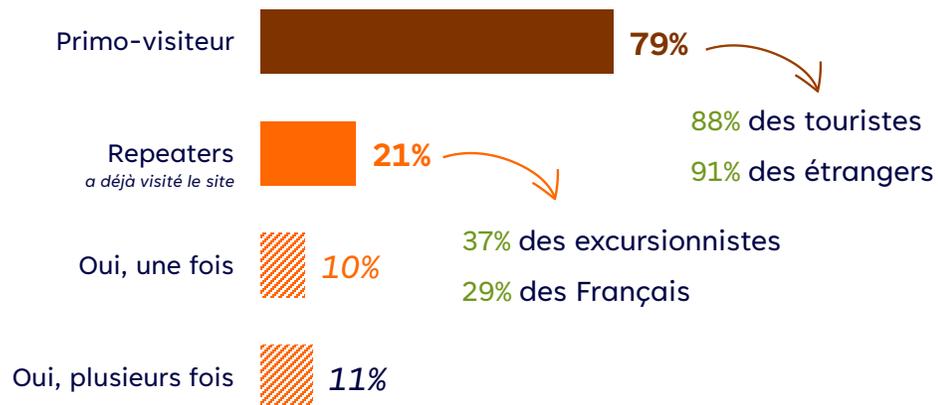
Sur site, une forte présence de primo-visiteurs, qui envisagent par ailleurs de revenir

Fidélité du site & intention de retour de la clientèle

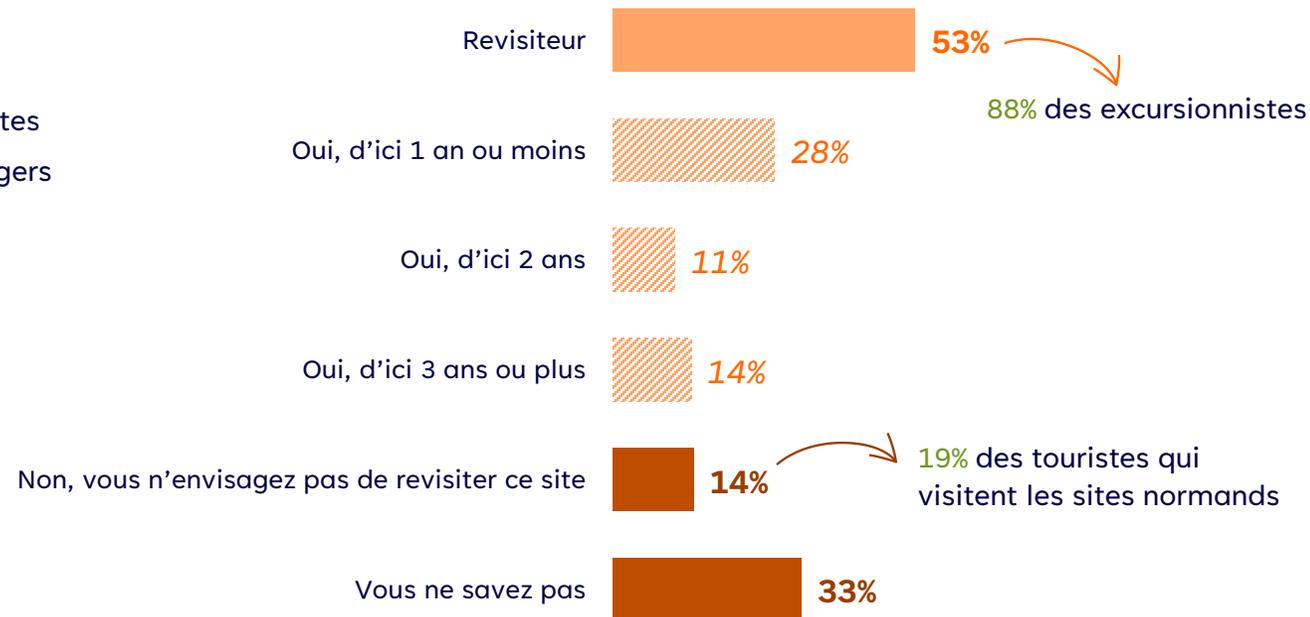
SV15. Au cours des cinq dernières années, aviez-vous déjà visité ce site ?

SV16. Et envisagez-vous de visiter de nouveau ce site prochainement ?

Un site découvert par de nombreux visiteurs...



... qui souhaitent le revisiter



42% Jamais venus et n'envisagent pas de revenir

37% Jamais venus et envisagent de revenir

16% Déjà venus et envisagent de revenir

5% Déjà venus mais n'envisagent pas de revenir

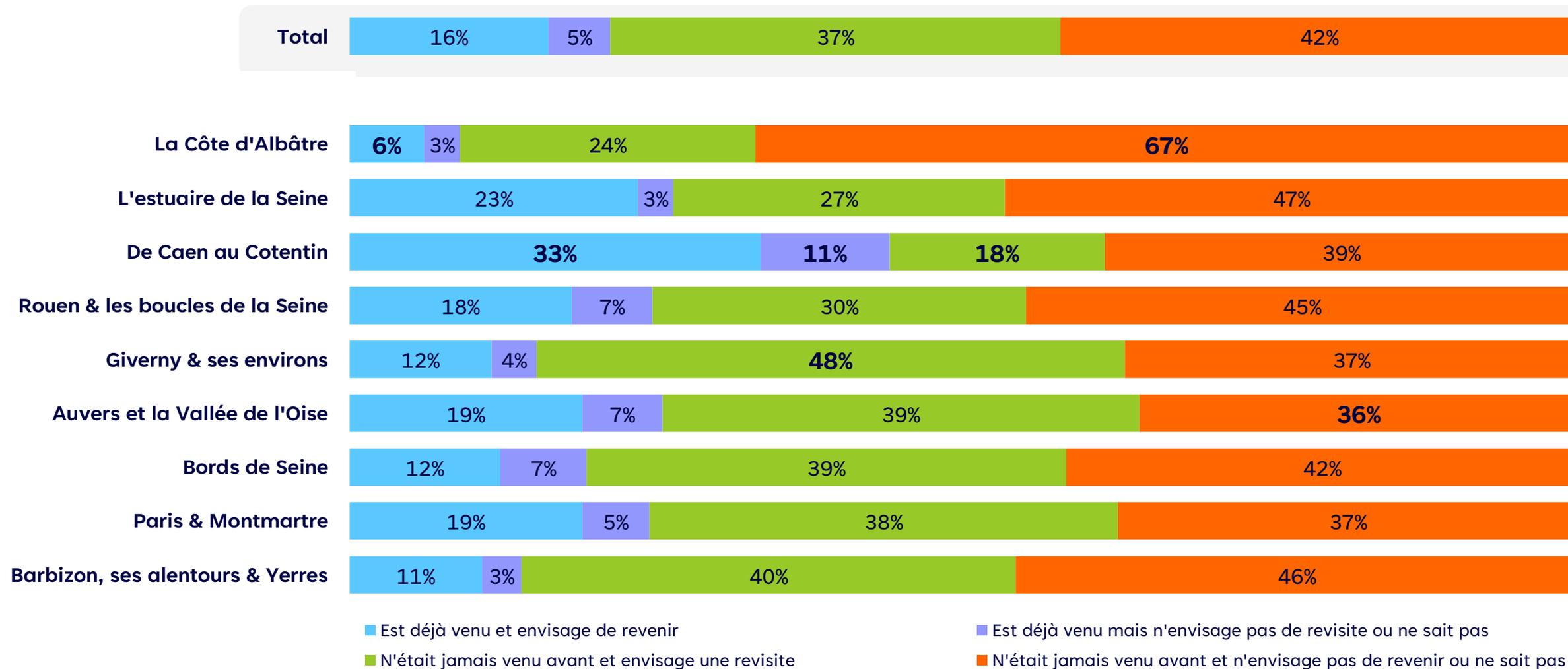
Base répondants : 4224

La fidélité et l'intention de revisite qui varient fortement selon les archipels

Fidélité et revisite à l'échelle des archipels

SV15. Au cours des cinq dernières années, aviez-vous déjà visité ce site ?

SV16. Et envisagez-vous de visiter de nouveau ce site prochainement ?



La beauté de ces sites qui rend la Destination attractive

Focus sur certains sites

LE MUSÉE D'ORSAY : UN EFFET WAOUH

- Une histoire singulière : une gare transformée
- Un musée « instagrammable » (ex. *l'horloge*)

► UN LIEU UNIQUE & ICONIQUE



GIVERNY ET MAISON CAILLEBOTTE : UN EFFET BIEN-ÊTRE

- Des espaces calmes & apaisants
- Des lieux magiques qui offrent un temps suspendu

► DES LIEUX DANS LESQUELS ON SE SENT BIEN



LE Musée des Beaux-Arts de Rouen ET LE MUMA AU HAVRE : DES SITES SPÉCIFIQUES

- Des architectures particulières qui en font de jolis bâtiments
- Une atmosphère singulière, appréciée des visiteurs



► DES LIEUX QUI DÉPASSENT LES ATTENTES DES VISITEURS

“ J'aime beaucoup le lieu aussi. C'est très beau, très aéré, rectiligne droit, à l'image de la ville. – National, Bourgogne, MuMa Le Havre

“ Le lieu est grand, beau, il m'apporte quelque chose, je ne sais pas comment dire, c'est lumineux. – Local, Normandie, le Musée des Beaux-Arts de Rouen

La beauté de ces sites qui rendent la Destination attractive

Quelques verbatims

« J'ai visité le Musée du Louvre et aussi le Musée des Beaux-Arts, je pense qu'Orsay est unique. J'étais impressionné par la façon dont il a été créé. Aussi quand on voit l'extérieur du musée, c'est différent des autres, ça ressemble vraiment à la gare de l'Est et à la gare quand j'ai fait la visite à Helsinki. - International, Chine, Musée d'Orsay

« Ce qui bluffe au Louvre, c'est l'extérieur, le côté monumental, mais l'intérieur, pas forcément. Tandis qu'à Orsay, c'est l'inverse, à l'extérieur on ne s'y attend pas, et une fois à l'intérieur, on a l'impression d'être dans Alice au pays des merveilles. Ça a été une très belle surprise. - National, Nouvelle-Aquitaine, Musée d'Orsay

« Au 5e étage, il y a l'horloge, on peut prendre des photos c'est impressionnant et vraiment unique, on ne peut pas le trouver dans les autres villes et les autres pays, il n'y a qu'au musée d'Orsay. - International, Chine, Musée d'Orsay

« Chaque fois que les visiteurs arrivent à Giverny, parfois ils ne parlent même pas, subjugués par la beauté des lieux, que ce soit dans le jardin d'eau, avec le pont japonais ou le jardin en fleur. - National, IDF, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

« L'harmonie, c'est le parc, la rivière qui coule c'est assez impressionniste aussi, et l'architecture de la maison qui est belle, on n'en voit pas beaucoup des pareilles. - Local, IDF, Maison Caillebotte

« Un lieu magique où on oublie tout. En pleine nature au milieu de la ville. On se sent seul même avec plein de monde autour. Il y avait plusieurs chemins et une possibilité de se « perdre ». On peut tourner en rond mais ce n'est pas grave car c'est beau. J'étais une enfant parmi toutes les fleurs. - Local, Normandie, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

PARTIE 2 : L'IMPRESSIONNISME DANS TOUS SES ÉTATS

Quelles perceptions & relations associées à l'Impressionnisme ?

2.1 Le mouvement

2.2 Les sites

2.3 La Destination

2.4 La promesse

« En Normandie et en Île-de-France, vivez les instants de bonheur qui ont inspiré les peintres »

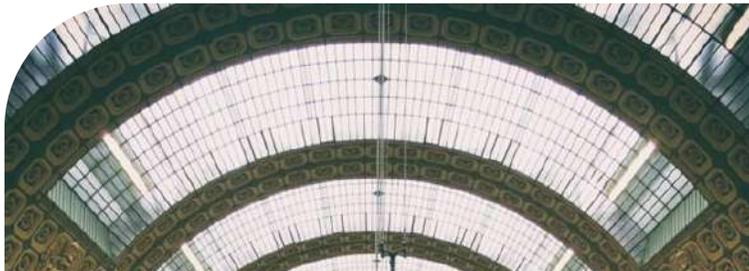


Une **Destination** composée de 3 types de lieux (dans les perceptions)

Focus Destination impressionniste : un parcours d'approche en 3 temps



UNE DESTINATION IMPRESSIONNISTE QUI PEUT S'ADAPTER À UNE VARIÉTÉ DE PROFILS ET DIFFÉRENTS NIVEAUX DE CONNAISSANCE & D'IMPLICATION DANS L'IMPRESSIONNISME



1

LES LIEUX D'EXPOSITION

Visiter les musées pour voir les œuvres exposées



2

LES LIEUX DE CRÉATION

Explorer les lieux de vie, les maisons & jardins des artistes



3

LES LIEUX D'INSPIRATION

Voir & sentir les paysages représentés par les peintres impressionnistes



Une Destination composée de 3 types de lieux (dans les perceptions)

Focus Destination impressionniste : un parcours d'approche en 3 temps



UNE DESTINATION IMPRESSIONNISTE QUI PEUT S'ADAPTER À UNE VARIÉTÉ DE PROFILS ET DIFFÉRENTS NIVEAUX DE CONNAISSANCE & D'IMPLICATION DANS L'IMPRESSIONNISME

1

LES LIEUX D'EXPOSITION

“ You should go first to the main places and then after that, to the accessories. – International, Géorgie, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

“ Un moment de fortes émotions avec plein de tableaux comme ce que j'ai ressenti et aimé dans le musée Van Gogh à Amsterdam. Des choses qui me raconteraient la vie de Monet, son évolution artistique. – National, Franche-Comté, Musée Marmottan Monet

2

LES LIEUX DE CRÉATION

“ À Giverny, on peut visiter les jardins, et à Auvers-sur-Oise, on peut se balader dans le village. Ces lieux permettent de montrer beaucoup de choses aux gens sans rester enfermés dans des toiles. Les Impressionnistes peignaient toujours en dehors des bureaux, des ateliers, ils se promenaient souvent dans les pâturages ou aux alentours, et nous c'est ce qu'on fait pendant les tours. – National, IDF, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

3

LES LIEUX D'INSPIRATION

“ Les endroits où ils sont allés peindre leurs tableaux. J'aimerais aller dans ces coins-là. C'est un peu loin mais c'est dans ma liste à long terme. – National, Franche-Comté, Musée Marmottan Monet

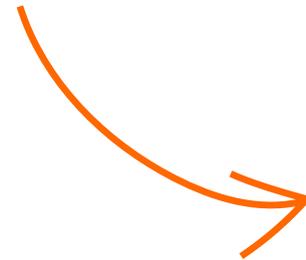
“ Mettre les pieds là où les choses se sont produites. Compléter une collection de connaissances et de découvertes. – Local, IDF, Musée de l'Orangerie

Une Destination culturellement inclusive...

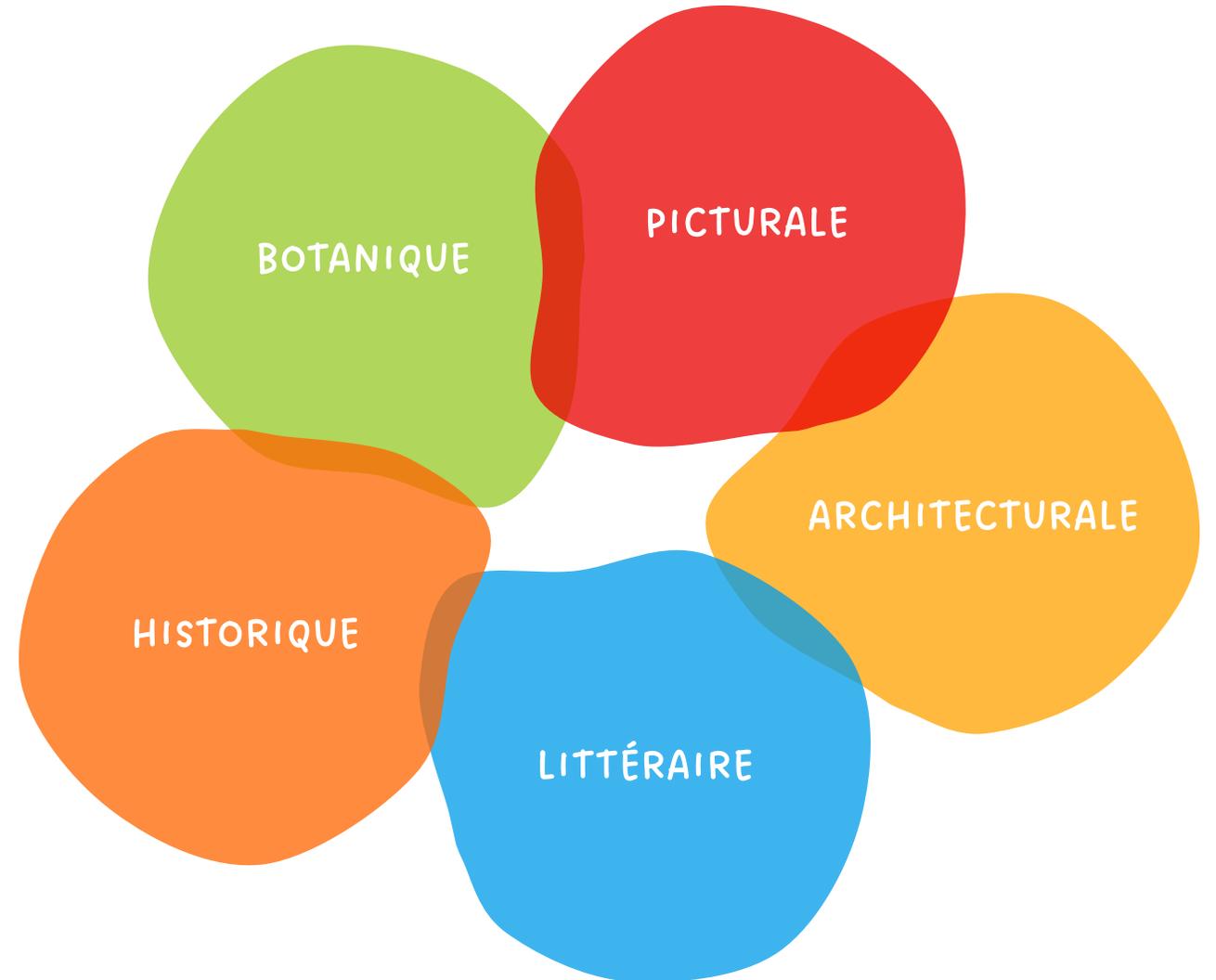
Focus Destination impressionniste : de la diversité culturelle

UNE DESTINATION MULTIDIMENSIONNELLE AU NIVEAU CULTUREL

Elle peut englober de nombreux aspects grâce à
la variété de ses sites



“ Qu'elle mélange à la fois des œuvres, des éléments plus historiques, une espèce de tout. De l'historique, de l'artistique, du littéraire, pourquoi pas de l'architectural dans des lieux qui ont un style bien particulier. C'est un cadre aussi : les villages d'Auvers, de Giverny, c'est vraiment joli. - Local, IDF, Maison Caillebotte



Mais une **Destination** qui ne valorise pas assez la pluralité de genre

Focus Destination impressionniste : honneur aux hommes...

DES FEMMES PEINTRES PEU MISES EN AVANT, PEU CONNUES, QUI MÉRITERAIENT PLUS D'INFORMATIONS & DE COMMUNICATION AU SEIN DES MUSÉES

A noter que, dans le cadre du volet qualitatif, le laïus présentant le mouvement impressionniste a suscité quelques réactions négatives : « *mais pourquoi aucune femme n'est-elle citée ?* »

« *L'impressionnisme est un mouvement pictural apparu en France à la fin du 19ème siècle, et qui se caractérise par la peinture en plein air de paysages, des effets de la lumière, mais aussi de scènes de la vie quotidienne... Parmi les peintres impressionnistes, on retrouve notamment Monet, Renoir, Degas, Pissarro, Caillebotte. Les précurseurs de l'impressionnisme, comme Millet ou Boudin, mais aussi ceux qui ont été inspirés par les peintres impressionnistes, comme Van Gogh, font partie de l'histoire de ce mouvement au sens large.* »

« On a vu la partie Berthe Morisot mais il y avait plein d'autres peintres dans cette partie. Je voulais plus d'information sur Berthe Morisot. Il y a peu d'explications et c'est dommage car il y a peu de femmes connues dans ce mouvement. - National, Franche-Comté, Musée Marmottan Monet

« In the places that I have visited there was not just Monet or Renoir but a friendship between all of them and the exhibitions can show you that feeling. For example, Renoir painted Berthe Morisot's daughter. So they were more than colleagues. - International, Mexique, Giverny - Maison et jardins Claude Monet



PARTIE 2 : L'IMPRESSIONNISME DANS TOUS SES ÉTATS

Quelles perceptions & relations associées à l'Impressionnisme ?



2.1 Le mouvement

2.2 Les sites

2.3 La Destination

2.4 La promesse

« En Normandie et en Île-de-France, vivez les instants de bonheur qui ont inspiré les peintres »



Une promesse au « bonheur » peu adaptée pour la majorité

Evaluation de la promesse

« En Normandie et en Île-de-France, vivez les instants de **bonheur** qui ont inspiré les peintres »

UNE NOTION DE BONHEUR QUI POSE PROBLÈME EN SOI :

elle ne correspond pas exactement au sentiment ressenti par les visiteurs

- ▶ **UN SENTIMENT PLUS PROCHE DE LA DOUCEUR, DU BIEN-ÊTRE, D'UNE FORME DE TRANQUILLITÉ & DE CALME**

UNE NOTION DE BONHEUR AMBITIEUSE

- Un bonheur qui ne se trouve pas en le cherchant
 - Une promesse marketing générique & galvaudée (ex. Coca-Cola, McDonald's)
- ▶ **UNE SURPROMESSE PEU ADAPTÉE**

POUR LES PLUS CONNAISSEURS, UN BONHEUR QUI NE CORRESPOND PAS À LA RÉALITÉ DE LA VIE DES ARTISTES IMPRESSIONNISTES : ils vivaient dans des conditions difficiles ; ils n'étaient pas nécessairement « heureux » (l'exemple de Van Gogh et de la médiation culturelle dans la Maison à Auvers-sur-Oise)

- ▶ **UNE ASSOCIATION DU BONHEUR QUI PEUT FONCTIONNER AVEC LES ŒUVRES IMPRESSIONNISTES, MOINS AVEC LES ARTISTES**

Une promesse au « bonheur » peu adaptée pour la majorité

Quelques verbatims...

“ C'est présomptueux de promettre aux gens qu'ils vont être heureux. Ça fait trop marketing, c'est trop beau pour être vrai. - National, Grand-Est, Musée des Beaux-Arts de Rouen

“ Le bonheur, on ne le trouve pas quand on le cherche donc, il faut plus cibler la légèreté, l'insouciance, la beauté qui sont des pavés vers le bonheur. - National, Bourgogne, MuMa Le Havre

“ C'est des lieux qui ont été transformés en lieux de tourisme, ça a perdu toute la magie. Pour moi revivre l'instant, ça serait pouvoir privatiser la maison de Monet, pouvoir y passer une nuit et être seule dans le jardin, peut-être que là je revivrais cet instant de bonheur ! - Local, Normandie, MuMa Le Havre

“ I would say "come to see the landscapes that inspired impressionists" more than a feeling that you're gonna have. Maybe you will be happy maybe not, so it's better to sell Normandy with beautiful places that drew inspiration and come to see and learn more about it. That would be more appealing to me. You can't guarantee happiness. - International, États-Unis, Giverny - Musée des impressionnistes Giverny

“ Je trouve ça un peu vague, ça ne m'évoque pas non plus l'Impressionnisme, limite au contraire, ça m'évoque une peinture plus vivante, plus riche, sans vouloir dire que l'Impressionnisme ça n'est pas riche, mais quelque chose d'un peu moins calme. - National, Grand-Est, Musée des Beaux-Arts de Rouen

“ I don't consider impressionism as happy. None of them was happy except maybe Monet at the end of his life. It's more exploration or experimentation. - International, Géorgie, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

“ Je ne sais pas si c'est bien trouvé, Van Gogh était très malheureux et peignait dans la souffrance. Il y a une transposition, on peut être heureux en visitant ces endroits-là, ça ne veut pas dire que les peintres y ont été heureux. Si on va à la maison de Van Gogh, on ne cesse de vous dire qu'il était extrêmement malheureux et vivait dans la pauvreté extrême, il n'a pas du tout été heureux dans cette maison-là et pourtant il y a peint des chefs d'œuvres. - Local, IDF, Maison Caillebotte

“ On ne sait pas si c'est des instants ou vraiment leurs vies. Ça fait un peu slogan de parc d'attraction. Ils ont vécu là-bas, c'est sûr mais des instants de bonheur je ne sais pas. - Local, IDF, Maison Caillebotte

“ On est impressionné au sens premier, l'impression c'est que ça laisse des traces. Je creuserais plus avec ce côté impression au sens premier pour mettre en valeur le concept ; des instants de bonheur, pfff, on en vit aussi chez McDo. - Local, IDF, Maison Caillebotte

“ C'est un peu trop simpliste et ça a un côté un peu marketing qui ne m'attire pas. - National, Grand-Est, Musée des Beaux-Arts de Rouen

Mais une notion d'inspiration qui fait levier

Evaluation de la promesse

« En Normandie et en Île-de-France, vivez les instants de bonheur qui ont inspiré les peintres »

ALLER SUR LES TRACES DES SOURCES D'INSPIRATION DES PEINTRES IMPRESSIONNISTES : UNE IDÉE QUI SÉDUIT

- L'envie d'aller à la rencontre des œuvres & de la vie des peintres impressionnistes
- Pour les visiteurs les plus sensibles et les plus artistes, l'idée de remonter à la source de l'inspiration des Impressionnistes pour être inspiré soi-même

EN MINEUR, QUELQUES-UNS SONT CONVAINCUS PAR LA PROMESSE DE **BONHEUR** : un sentiment de bonheur inspiré par les œuvres impressionnistes

Mais une notion d'inspiration qui fait levier

Quelques verbatims...

- “ Ça représente tellement le merveilleux, le bonheur de vivre malgré la misère dans laquelle vivaient ces artistes comme Van Gogh. Les peintres du bonheur, c'est un bon titre pour résumer ce que représentent ces peintres pour moi. On a envie d'aller à leur rencontre car ils nous apportent du bonheur. – National, IDF, Musée des Beaux-Arts de Rouen
- “ J'imagine les paysages utilisés pour les peintures. Au Chili, j'ai visité la maison de Pablo Neruda qui est un poète et par la fenêtre, on voyait les paysages et j'ai compris ce qui l'avait inspiré. Ça serait chouette de faire ça pour les impressionnistes et suivre leurs traces. – National, IDF, Musée Marmottan Monet
- “ Il suffit de s'éloigner un peu des sentiers battus de Paris, et on arrivera à une sublime campagne, à une heure de Paris, où ils pourront voir des paysages, des rues, des monuments comme l'église d'Auvers-sur-Oise, qui ont inspiré les plus grands peintres du XIXe. – National, IDF, Giverny - Maison et jardins Claude Monet
- “ You feel happy to be there, calm and that's why I love museums so much. It's not a desolate place but very lively and nice. – International, Colombie, Musée de Montmartre
- “ That's appealing. Pure hedonism. This is the birth of liberation, freedom, new taste for life. The bourgeois idea was to enjoy a daily life. they seem to say, "We enjoy so what?" – International, Italie, Musée des Beaux-Arts de Rouen
- “ C'est un courant vivant. Quand j'ai quitté mon premier boulot, on m'a offert un livre sur l'Impressionnisme qui s'appelait « Les peintres un bonheur » ou quelque chose comme ça. – National, IDF, musée des Beaux-Arts
- “ Essayer de s'approcher de sa source d'inspiration. Et tout le monde peut le sentir. C'est ça qu'on essaye de capter car la peinture, on ne peut pas la faire. On peut voir l'endroit et il y a du bonheur là-dedans. – Local, Normandie, Giverny - Musée des impressionnistes Giverny

PARTIE 3 : LE PARCOURS IMPRESSIONNISTE

- De l'idée de visite à la sortie du site, comment le visiteur organise-t-il son parcours ?
- L'expérience de visite se construit très en amont...

Rêver, ressentir, être inspiré... oui ! Mais...

Qu'elle soit programmée ou d'opportunité, selon quelles modalités pratiques la visite est-elle déclenchée ? Et quels sont les facteurs déclenchants : que recherche le visiteur prioritairement, s'il recherche quelque chose ?

La Destination impressionniste, c'est aussi en pratique un territoire très vaste et des problématiques d'accessibilité, en plus de la gestion de la billetterie.

En introduction à l'analyse de l'expérience vécue, les répondants à la phase qualitative nous alerteront sur l'importance de la sortie du site, en fin de visite



PARTIE 3 : LE PARCOURS IMPRESSIONNISTE

Quel vécu de l'amont à l'aval et plus encore ?



3.1 L'avant-visite

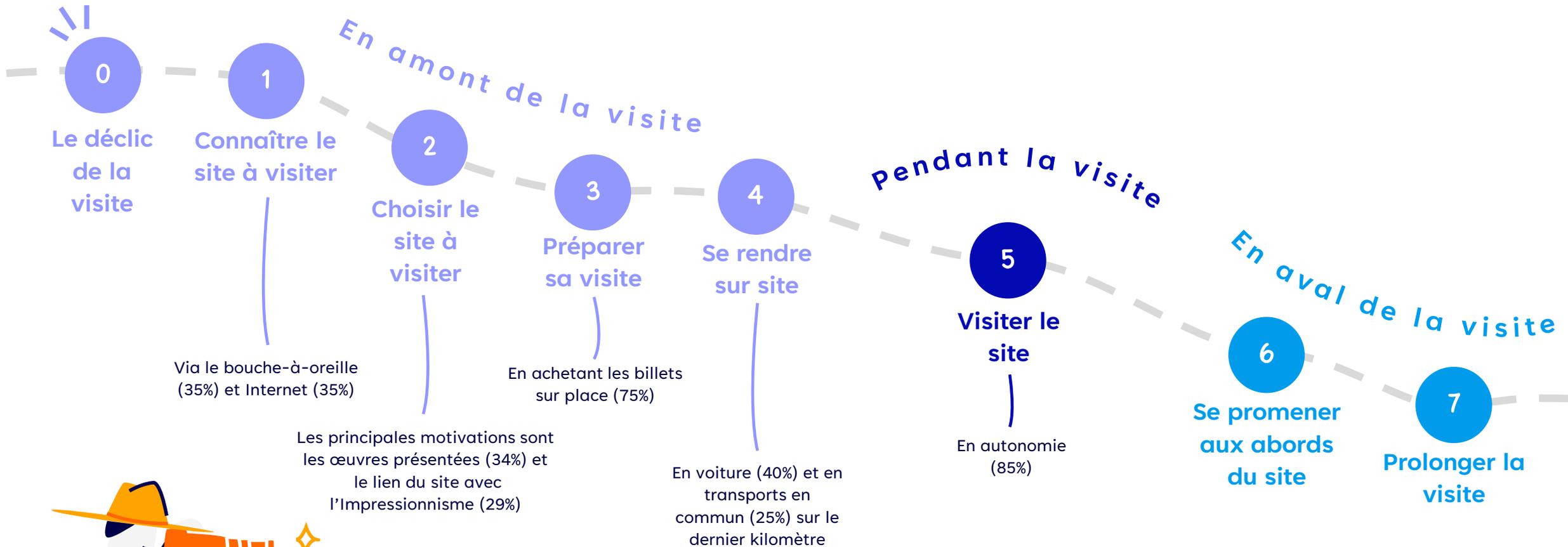
3.2 La visite

3.3 L'après-visite



Une vision d'ensemble du parcours des visiteurs...

Du déclic de la visite à la post-visite



Base répondants : 4224

Une « partie » du parcours visiteurs détaillé par archipel

Principales différences entre les archipels



L'après visite n'était pas traitée par le dispositif quantitatif, ce qui ne permet pas de détailler cette phase par archipel

	0	1	2	4	5
	Connaître le site à visiter	Choisir le site à visiter	Préparer sa visite	Se rendre sur site	Visiter le site
Auvers et la Vallée de l'Oise	Dans 1 livre, la littérature ou à la télévision au cinéma (12%)	La notoriété du site (37%)	-	Voiture personnelle (54%)	Avec un guide proposé sur place (28%)
Barbizon, ses alentours & Yerres	Par le bouche-à-oreille (47%)	La notoriété & le lien avec l'Impressionnisme (32% + 36%)	Sur place au guichet (93%)	Voiture personnelle (63%)	En toute autonomie, en utilisant du matériel que vous avez trouvé sur place (36%)
Bords de Seine	Par le bouche-à-oreille (49%)	Le lien avec l'Impressionnisme et la proximité avec le lieu de séjour (40% + 39%)	Par un autre canal (19%)	Voiture personnelle (53%)	Avec un guide proposé sur place, autonomie, en utilisant du matériel sur place (11% + 43%)
Giverny & ses environs	Par Internet (41%)	Le lien avec l'Impressionnisme (40%)	Par Internet (32%)	Voiture de location, Taxi VTC, Train, Autocar (47% + 6% + 6%)	Avec un guide réservé, ou proposé sur place (24% + 11%)
Paris & Montmartre	Par les réseaux sociaux, à la télévision ou au cinéma (14% + 3%)	Les œuvres présentées et artistes exposés (54% + 36%)	Par Internet (43%)	Transports en commun (bus, métro...) (65%)	En toute autonomie, en utilisant du matériel que vous avez trouvé sur place (31%)
De Caen au Cotentin	-	La proximité avec le lieu de séjour et une exposition temporaire (42% + 41%)	Sur place au guichet (89%)	A pied, voiture personnelle (28% + 51%)	En toute autonomie, sans aucun matériel (73%)
La Côte d'Albâtre	Par un OT, Syndicat d'Initiative, CDT ou CRT (12%)	La proximité avec le lieu de séjour (50%)	Sur place au guichet (96%)	A pied, voiture personnelle (30% + 55%)	En toute autonomie, sans aucun matériel (58%)
L'estuaire de la Seine	Par des guides touristiques (18%)	Les artistes exposés, la proximité avec le lieu de séjour et exposition temporaire (34% + 34% + 21%)	Sur place au guichet (96%)	A pied, voiture personnelle (30% + 51%)	En toute autonomie, sans aucun matériel (64%)
Rouen & les boucles de la Seine	Par un OT, SI, CDT ou CRT, par des guides touristiques (12%)	La proximité avec le lieu de séjour (33%)	Sur place au guichet (92%)	A pied (45%)	En toute autonomie, sans aucun matériel (55%)

PARTIE 3 : LE PARCOURS IMPRESSIONNISTE

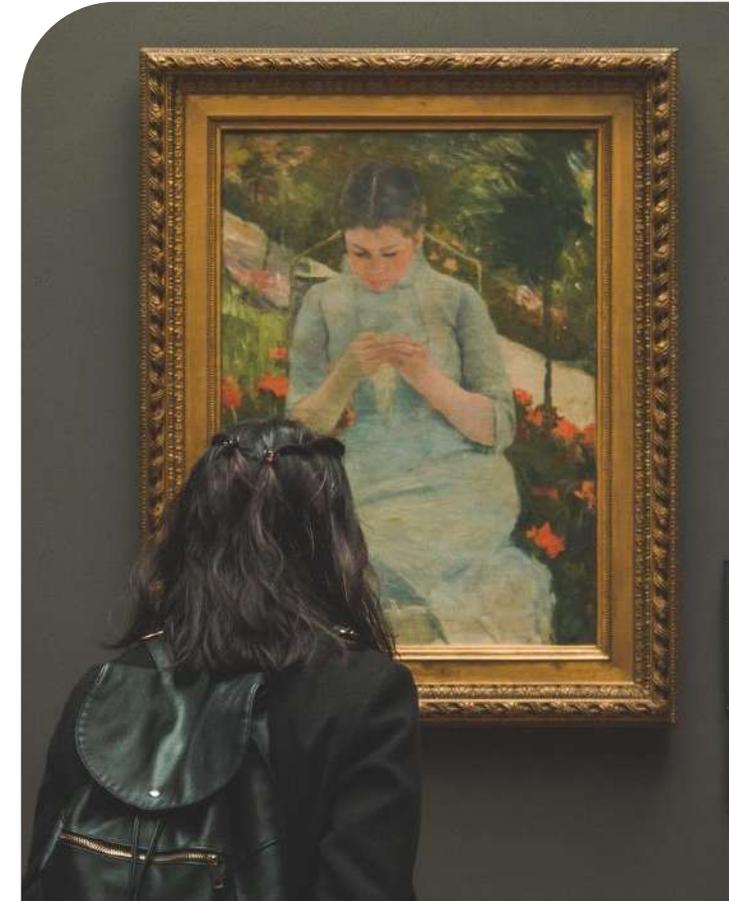
Quel vécu de l'amont à l'aval et plus encore ?



3.1 L'avant-visite

3.2 La visite

3.3 L'après-visite



4 déclencheurs potentiels (si ce n'est pas une envie mûrement réfléchie)

Les éléments qui peuvent faire naître l'envie de visiter un site



DÉCLIC **MOMENT LIBRE** : OCCUPER SON TEMPS (publics locaux & nationaux +) :

Un moment (finalement) disponible, associé à la volonté de prendre l'air, d'aller au vert, d'échapper au stress du quotidien... peut déclencher l'envie d'une visite impressionniste

DÉCLIC **EXPOSITION TEMPORAIRE** : NE PAS MANQUER L'ÉVÈNEMENT (publics locaux & nationaux +)

Une affiche dans la ville ou dans les transports en commun autour d'une exposition temporaire / à ne pas manquer... peut déclencher l'envie d'une visite impressionniste

DÉCLIC **RÉSEAUX SOCIAUX** : VIVRE UNE EXPÉRIENCE (les plus jeunes & les plus connectés +)

Une image vue sur Instagram par exemple, ou un contenu « tuto » autour d'une expérience positive prouvée en images... peut déclencher l'envie d'une visite impressionniste

DÉCLIC **BOUCHE-À-OREILLE** : SOCIALISER / SUIVRE SES PAIRS

La recommandation d'un proche... peut déclencher l'envie d'une visite impressionniste

2 canaux principaux de connaissance des sites : le bouche-à-oreille et Internet, notamment via le site officiel (mais pas que...)

Canaux de connaissance des sites

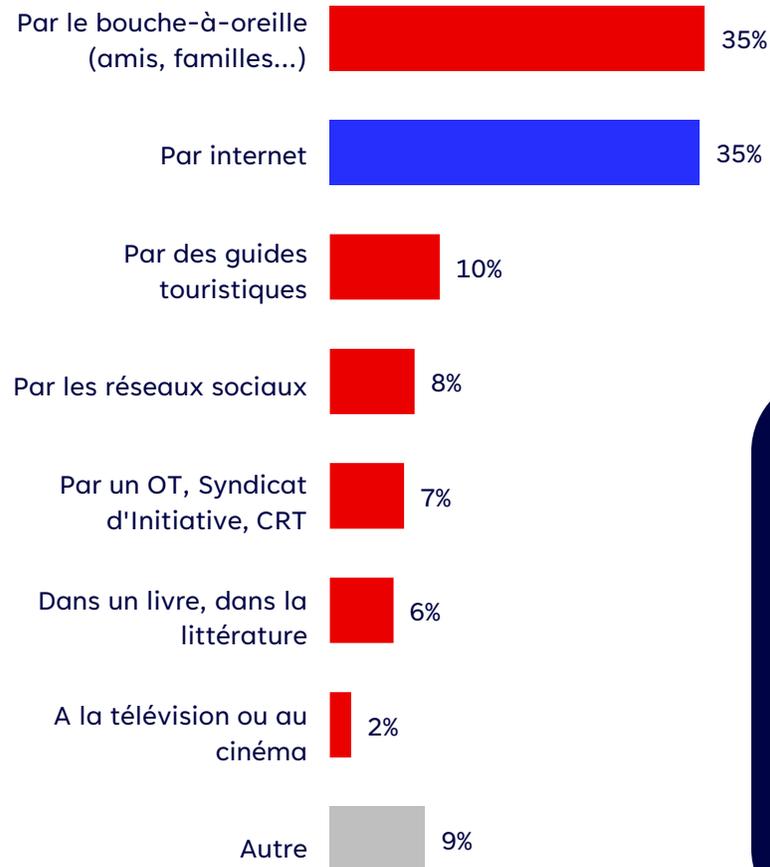
SV1. Comment avez-vous entendu parler de ce site ? (Plusieurs réponses possibles)

SV2. Et plus précisément, avez-vous consulté les sites suivants... (Plusieurs réponses possibles)

1

En amont de la visite

Connaître le site visité



Détail des sites internet



Internet

41% des touristes

47% des étrangers

Bouche-à-oreille

45% des excursionnistes

43% des français

Base répondants : 4224

Une fois sensibilisés, un canal d'information privilégié : Internet

Les canaux pour s'informer, que l'envie soit soudaine ou mûrement réfléchie

1

En amont
de la
visite

Se
renseigner

UNE RECHERCHE INTERNET POUR REPÉRER L'OFFRE TOURISTIQUE (musées, œuvres, ...)

“ Je vais d'abord regarder sur Internet pour faire une petite sélection et voir ce qui va peut-être m'intéresser. – International, Chine, Musée d'Orsay

“ Soit Instagram ou internet. Je me renseigne régulièrement sur l'agenda culturel. Je tape « Paris novembre 2023 » et il y a plein de propositions. – Local, IDF, Musée de l'Orangerie

“ J'ai vu par les photos sur Internet que le musée d'Orsay était vraiment beau, que c'était une gare qui a été transformée. J'ai vu qu'il y a beaucoup d'influenceurs qui ont posté des photos sur Internet, devant l'horloge. C'est ce que j'ai vu avant la visite. – International, Chine, Musée d'Orsay

POUR LES JEUNES LOCAUX, DES “TUTOS” SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX OU SUR LES SITES DES OPÉRATEURS DE MOBILITÉ POUR SAVOIR COMMENT S'Y RENDRE ET IDENTIFIER LES SITES IMMANQUABLES

- Instagram, TikTok
- Transilien #cpasloinentrain

“ On fait des recherches avec des posts sur les réseaux sociaux mais là, c'était vraiment « On sort de Paris » en premier lieu. J'ai recherché sur Internet “musée maison jardin” mais desservi par les transports. En fonction de la distance et ce que ça proposait, ça avait l'air bien. – Local, IDF, Maison Caillebotte

“ Là, j'ai regardé « Île-de-France RATP Transilien » et ils ont des articles comme “ mini randonnées sur le chemin des impressionnistes”. – Local, IDF, Maison Caillebotte

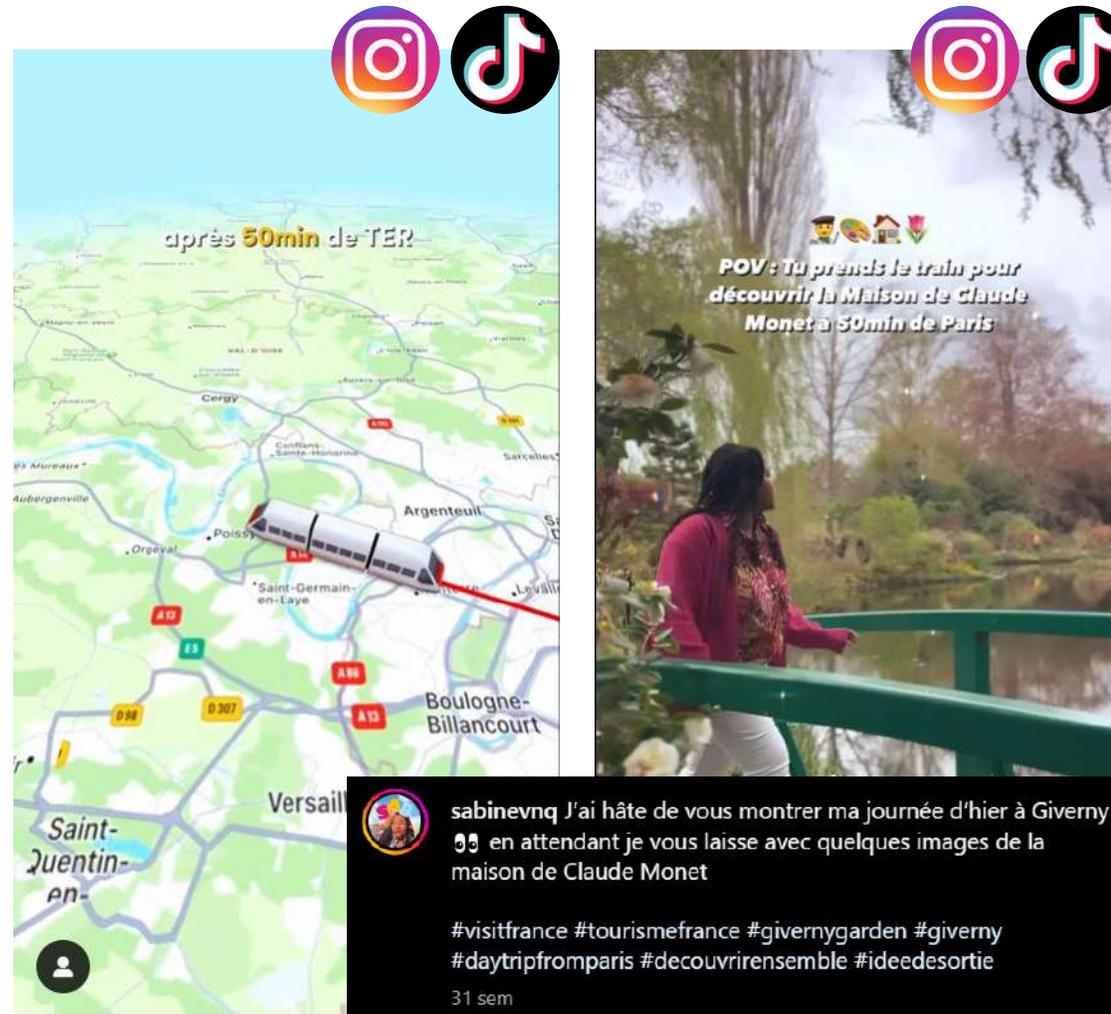
Sur les réseaux sociaux, des vidéos pour guider & donner envie d'aller visiter les lieux impressionnistes depuis Paris

L'EXEMPLE DU COMPTE @SABINEVNQ SUR INSTAGRAM ET TIKTOK :

- Des bons plans culturels avec des conseils de visite
- Des tutoriels pour se rendre dans les lieux les plus éloignés avec une expérience de voyage illustrée pas à pas

« Comment je suis allée à Giverny sans voiture ? »

« Nous nous sommes données RDV à la gare St-Lazare pour un départ en train. [...] Ici nous avons pris des trains Nomad qui sont les TER Normands. [...] Après 50 minutes de TER nous sommes arrivées à la gare Vernon-Giverny. Une fois sur place tout est très bien organisé pour accéder à Giverny le plus facilement possible. Il y a un petit train touristique, une navette, des taxis et même de la location de vélos. »



@sabinevnq

@sabinevnq



@sabinevnq

Des sites choisis pour les œuvres présentées et la thématique impressionniste. Les visites d'opportunité reléguées au second plan

Critères de choix du lieu de visite

SV17. Pour quelle(s) raison(s) avez-vous choisi de visiter ce site ? (Plusieurs réponses possibles)

2

En amont de la visite

Choisir le site à visiter



Le lien du site avec l'Impressionnisme et l'histoire du mouvement

32%

des visiteurs capables de citer des peintres ou des tableaux Impressionnistes

La proximité avec le lieu de séjour

32%

des Français

- 13% sont motivés **UNIQUEMENT** pour cette raison

31%

des visiteurs des sites normands

Des billets achetés directement sur place. Des réservations en ligne plus fréquentes chez les étrangers et les touristes

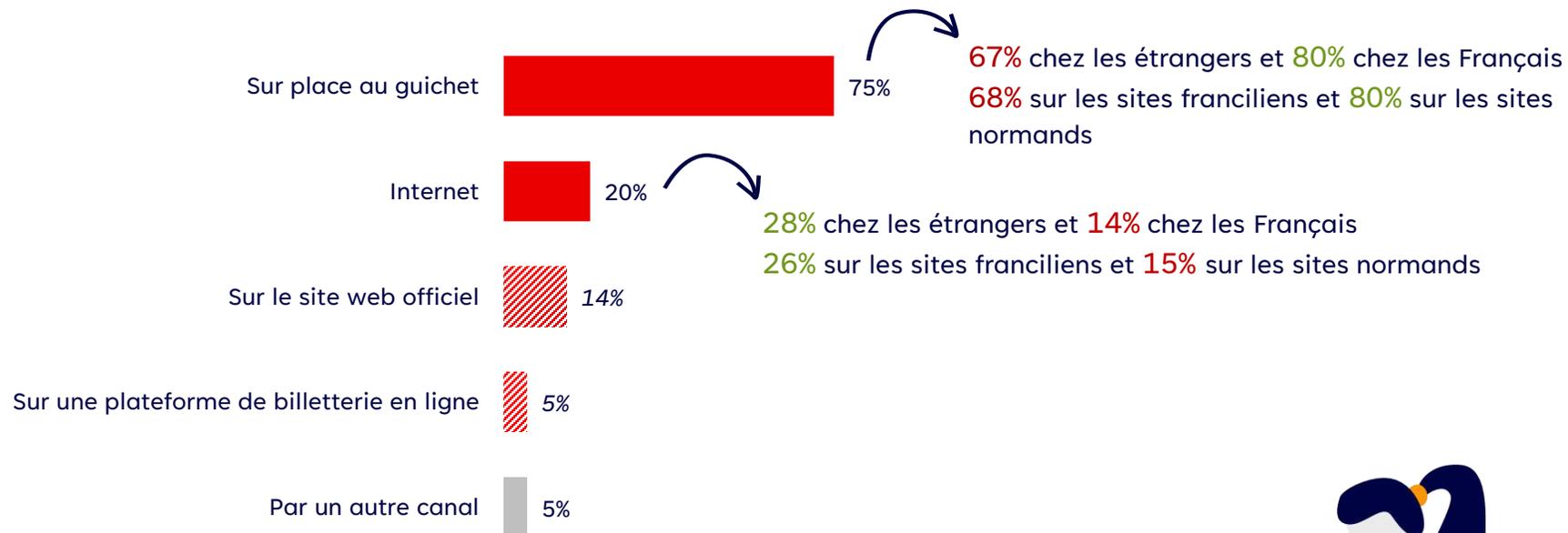
Canaux d'achat des billets de visite

SV3. Où avez-vous acheté vos billets ?

3

En amont
de la
visite

Préparer
sa visite



Base répondants : 4224

La possibilité de réserver, ou pas

3

En amont
de la
visite

Préparer
sa visite

RÉSERVER EN AMONT SA VISITE RASSURE LES VISITEURS, PARTICULIÈREMENT LES VISITEURS NATIONAUX & INTERNATIONAUX :

- Ils envisagent leur visite parfois plusieurs mois, voire années à l'avance
- Ils ont un programme serré : jusqu'à 2 visites de musée par jour, du matin jusqu'au soir

EN CONSÉQUENCE, LORSQUE CERTAINS SITES NE S'AVÈRENT PAS RÉSERVABLES EN LIGNE (d'après les témoignages des visiteurs / leur vécu) :

- Ils s'inquiètent « sera-t-il possible d'effectuer la visite ? »
- Ils s'organisent pour être présents à l'ouverture du site afin d'assurer leur visite sans faire la queue pendant des heures

“ J'ai regretté de n'avoir pu réserver en ligne ma place au musée. Je me suis inquiété de ne plus avoir de places. On est donc venu 10mn avant l'ouverture et on a pu avoir nos billets et visiter tranquillement dans les premiers. Quand on est sorti, il y avait la queue jusque dehors ! En ayant fait le voyage, j'aurais préféré avoir la certitude de pouvoir faire ma visite à 11h par exemple. - National, Bourgogne, MuMa Le Havre

“ Going to Giverny was my mom's idea. We tried to go 1 year and a half ago but dogs were not allowed so we could not do it. This year we planned it 4 months before. - International, Géorgie, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

“ For l'Orangerie, it was not possible to get tickets anywhere, so we ended up taking a risk and we just showed up on a Sunday morning at the opening. There was a small crowd, and we were able to get in. - International, Canada, Musée de l'Orangerie

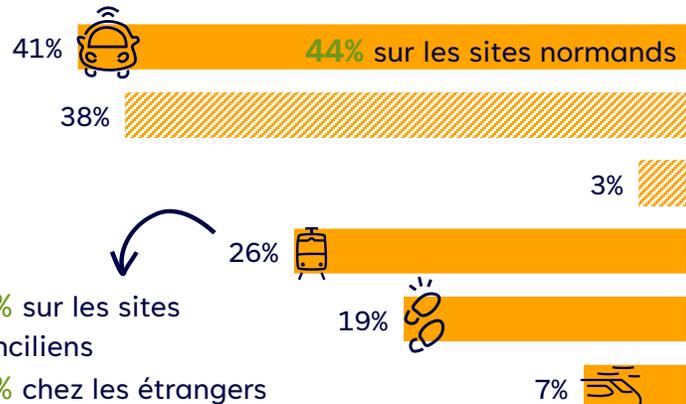
Une voiture fortement utilisée pour se rendre sur le site

Modes de transport privilégiés par les clients

SV5. Quels sont tous les modes de transport que vous avez utilisés aujourd'hui pour venir sur ce site (depuis votre lieu de séjour) ?

SV5 bis. Et parmi les modes indiqués, quel était le dernier utilisé (vous ayant permis d'arriver sur place) ?

De l'ensemble du trajet...



Focus sur l'archipel Paris & Montmartre

Transports en commun	65%
A pied uniquement	19%
Train	6%
Voiture	5%
Taxi / VTC	3%
Vélo et trottinette	3%
Autre	2%

Voiture

Voiture personnelle

Voiture de location

Transports en commun (bus, métro...)

A pied uniquement

Train

Navette ou Autocar privé

Autre

Taxi / VTC

Vélo + trottinette

Vélo SANS assistance électrique

Vélo AVEC assistance électrique

Trottinette

2 roues motorisés

... jusqu'au dernier kilomètre

51% des excursionnistes

37%

3%

25% 35% des étrangers

19%

5%

3%

2%

2%

1%

0,7%

0,3%

0,2%

2%

11% des excursionnistes des sites franciliens

4

En amont de la visite

Se rendre sur site

Les solutions pour se rendre sur site

4

En amont
de la
visite

Se rendre
sur site

POUR LES VISITEURS LOCAUX FRANCILIENS, L'ACCESSIBILITÉ EN TRANSPORTS EN COMMUN DÉTERMINE LE CHOIX DU SITE VISITÉ.

Dans ce cadre :

- L'offre de transports en commun joue en faveur d'Auvers-sur-Oise & des musées parisiens
- L'offre de transports en commun décourage certains d'aller à Giverny

CEUX QUI S'Y RENDENT EN TRANSPORTS EN COMMUN EXPRIMENT UN CERTAIN STRESS : il faut arriver à l'heure

- ☞ Ce n'est pas très loin, on peut très facilement y aller en transports. - Local, IDF, Maison Caillebotte
- ☞ J'ai toujours voulu aller à Giverny mais c'est vraiment un truc à prévoir. Je n'ai pas de voiture et ce n'est pas un truc que je vais faire seule. - Local, IDF, Musée de l'Orangerie
- ☞ On est venu à vélo depuis Gaillon à 20 km. On a longé la Seine par les chemins de halage. C'est des chemins agréables et faciles quand il fait beau, mais comme il a plu des cordes à un moment, ça faisait de la boue et c'était plus galère : on était content d'arriver ! - National, IDF, Giverny - Maison et jardins Claude Monet
- ☞ The only stressful thing was that my ticket was for 9 AM and I was worried about being late but finally, it was ok because the whole trip was 45mn. I was afraid I would not have enough time to change trains. - International, Mexique, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

Les solutions pour se rendre sur site

4

En amont
de la
visite

Se rendre
sur site

GIVERNY N'ÉTANT PAS, DANS LES PERCEPTIONS, ASSEZ ACCESSIBLE EN TRANSPORTS EN COMMUN, CERTAINS ONT LOUÉ UNE VOITURE SPÉCIALEMENT POUR L'OCCASION – UN MODE DE TRANSPORT QUI PRÉSENTE DES AVANTAGES & DES INCONVÉNIENTS :

- Une plus grande flexibilité horaire (VS des horaires de train qui ne permettent pas de faire l'ouverture du site)
- Une préparation logistique assez lourde
- Des difficultés pour se garer passée une certaine heure

“ We saw it was hard to get there by bus so we rented a car. It was a busy day, parking was very hard, we had to go to 2 parkings. - International, Géorgie, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

“ On a loué une voiture. Sinon il y a aussi le train jusqu'à Vernon, puis une navette. Pour se garer, ça va, si on arrive tôt vers 9h30 pour l'ouverture. Sinon, après, on ne peut plus se garer près du musée. - Local, Normandie, Giverny - Musée des impressionnistes Giverny

“ It was very hard to get from Paris to Giverny via train coming from Dijon. There was a train at 11 o'clock that we just missed. We didn't have a lot of options, so we rented a car in Paris. It was an experience to drive in Paris! Especially with all the scooters! With more regular trains to Giverny on the weekend, we probably would not rent a car. Not enough trains on the weekend for sure. - International, États-Unis, Giverny - Le Musée des impressionnistes Giverny

“ I would have liked to be earlier but there's no train earlier from Paris so that was not possible. It opens earlier than the first train can arrive. - International, Mexique, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

PARTIE 3 : LE PARCOURS IMPRESSIONNISTE

Quel vécu de l'amont à l'aval et plus encore ?



3.1 L'avant-visite

3.2 La visite

3.3 L'après-visite



Des visites libres, réalisées le plus souvent en autonomie et sans matériel

Un recours plus important aux guides sur la Normandie ou par les étrangers

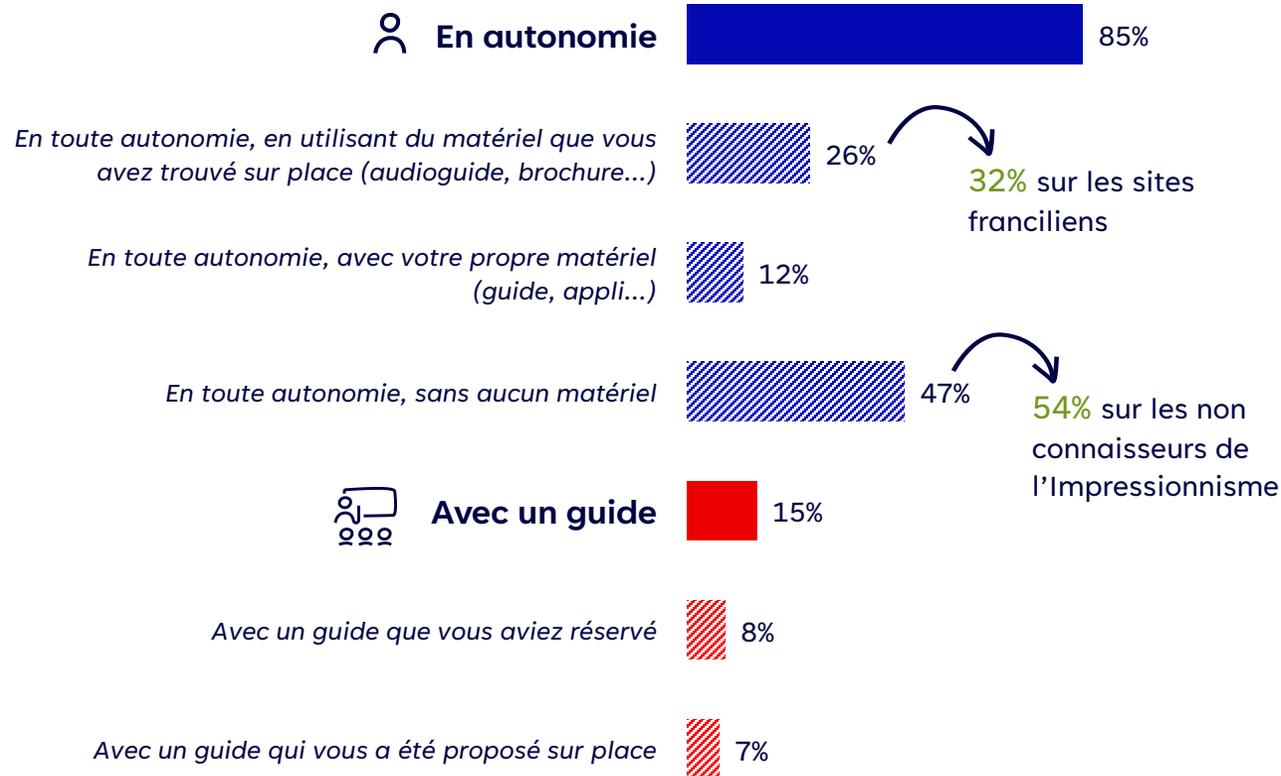
Utilisation de moyens matériels et humains pendant la visite

SV6. Vous avez réalisé cette visite...

5

Pendant la visite

Visiter le site



En autonomie

89% des excursionnistes

Avec un guide

20% des étrangers

19% des touristes sur les sites normands

Vs 14% des touristes sur les sites franciliens

Base répondants : 4224

5

Pendant
la visite

Visiter le
site

LES VISITEURS QUI ONT UN RAPPORT « SENSORIEL » AUX SITES & AUX ŒUVRES - TRÈS PRÉSENTS DANS LE CADRE DU VOLET QUALITATIF – PRÉFÈRENT UNE VISITE SANS AUDIOGUIDE :

- Ils préfèrent flâner et s’immerger dans les œuvres, de la manière la plus désintermédiée possible
- Leur connaissance de l’Impressionnisme leur permet de s’affranchir des contenus pédagogiques proposés
- Ainsi mettent-ils les audioguides à distance, dans la mesure où :
 - ✓ ils ancrent leur visite dans un rapport intellectuel à l’œuvre ;
 - ✓ ils orientent trop leur visite ;
 - ✓ ils ne leur laissent pas assez de liberté de projection, d’imagination, voire de circulation au gré des œuvres



“ Sometimes audio guides are dictators in the way they're driving you. And with Impressionists, I want to go freely. – International, Italie, Musée des Beaux-Arts de Rouen

Je n'ai pas l'utilité d'un audio guide car je viens ressentir et pas forcément apprendre des données intellectuelles. Si on me dit que cette toile a été faite telle année etc., ça m'éloigne de cette sensibilité. – National, Bourgogne, MuMa Le Havre

Des informations en revanche bienvenues chez les « intellectuels »

Les modalités de visite

5

Pendant
la visite

Visiter le
site

CERTAINS VISITEURS ONT UN RAPPORT PLUS INTELLECTUEL AUX ŒUVRES PRÉSENTÉES :

- Ils ont une approche savante, voire scolaire (jeunes++) des œuvres : ils sont venus pour « apprendre »
- Certains sont intéressés par les différents types de médiations culturelles proposées, que ce soit des audioguides ou des feuillets
- D'autres utilisent l'audioguide comme soutien à leur visite, mais le mettent parfois à distance pour avoir un rapport aux œuvres plus sensible. Ils concilient les 2 modes de visite : sensoriel & intellectuel

LES JEUNES & LES ÉTUDIANTS PRÉFÈRENT LES FEUILLETS GRATUITS AUX AUDIOGUIDES PAYANTS

- Pour limiter le coût de la visite
- Pour garder une trace physique de la visite



“ Je prends l'audioguide, je m'arrête et je lis. – National, Nouvelle-Aquitaine, Musée d'Orsay

“ It gives me the artist's background to understand why they put everything together. What they try to show you. You don't have to use it on every painting but it's nice to have it for reference. I really like this piece and I really want to learn something more about it. – International, États-Unis, Giverny – Musée des impressionnistes Giverny

Une visite avec ou sans audioguide

Quelques verbatims...



- “ La visite s'est très bien passée, c'était une visite libre. Il y avait la possibilité d'une visite guidée, mais je préfère souvent découvrir par moi-même. – National, Grand-Est, Musée des Beaux-Arts de Rouen
- “ Je n'ai pas l'utilité d'un audioguide car je viens ressentir et pas forcément apprendre des données intellectuelles. Si on me dit que cette toile a été faite telle année etc., ça m'éloigne de cette sensibilité. – National, Bourgogne, MuMa Le Havre
- “ Je m'arrête quand une œuvre me touche et la regarde de près ou de loin, regarde les commentaires ou les informations, mais je ne prends pas d'audioguide. C'est sûrement intéressant mais je n'aime pas avoir du bruit, entendre quand je regarde. J'ai mon idée quand je rentre dans une salle. – Local, Normandie, Giverny – Musée des impressionnistes Giverny
- “ On n'a pas pris l'audioguide car ça dirige la visite et nous on était là pour découvrir mais discuter aussi. Ça a un coût supplémentaire aussi et on est des étudiantes. – Local, IDF, Maison Caillebotte

- “ J'aime bien prendre les audioguides car j'ai peur de rater des informations. Si je vais dans un musée ou j'aime ce qu'il y a, alors je lis tout ce qu'il y a comme informations. – National, Franche-Comté, Musée Marmottan Monet
- “ Je prends le temps de lire toute la documentation qui est fournie, et s'il y a des documents qui sont distribués, je les prends, j'aime bien les garder. – National, IDF, Musée des Beaux-Arts de Rouen
- “ Je prends les feuillets pour garder une trace physique de la visite. Je les prends plus pour le côté physique de la chose que pour vraiment le lire. – National, IDF, Musée des Beaux-Arts de Rouen

Un parcours de visite parfois mal indiqué

Le sens de visite

5

Pendant
la visite

Visiter le
site

DES PARCOURS DE VISITE LIBRES, SANS SENS DE VISITE : DES DIFFICULTÉS POUR SE REPÉRER

- Dans les salles du Musée des Beaux-Arts de Rouen
 - À l'entrée du musée d'Orsay : des visiteurs qui ne savent pas par où commencer
 - Des salles/œuvres majeures qui ne sont pas toujours bien indiquées (*Musée Marmottan Monet, Musée d'Orsay*)
- ▶ Un manque de plan ou de vue d'ensemble des salles & sections à visiter

“ J'étais un peu déçu qu'on ne soit pas un peu plus aiguillé pour se repérer sur ce qu'on allait pouvoir voir, et où. On pourrait avoir une application qui nous dit, vous êtes passé là, et pas là. À l'entrée, on est peut-être un peu perdu sur comment commencer, mince comment je démarre ? - National, Nouvelle-Aquitaine, Musée d'Orsay

“ Il y a des petits panneaux qui disent, Van Gogh ou impressionnistes au 5e étage, mais ces panneaux ne sont pas très efficaces. Le 5e étage on ne sait pas où il est. - National, Nouvelle-Aquitaine, Musée d'Orsay

“ On ne sait pas trop l'ordre de visite des salles et parfois on retombe dans une salle qu'on a déjà visitée. - National, IDF, Musée des Beaux-Arts de Rouen

“ On se demandait où étaient les tableaux de Monet après avoir fait tout le tour !!! J'ai demandé on m'a dit qu'il fallait aller tout au fond de l'exposition temporaire et descendre au niveau en dessous ! Je descends et je vois plein de tableaux de Monet mais ça manque d'explications sur les panneaux. - National, Franche-Comté, Musée Marmottan Monet

PARTIE 3 : LE PARCOURS IMPRESSIONNISTE

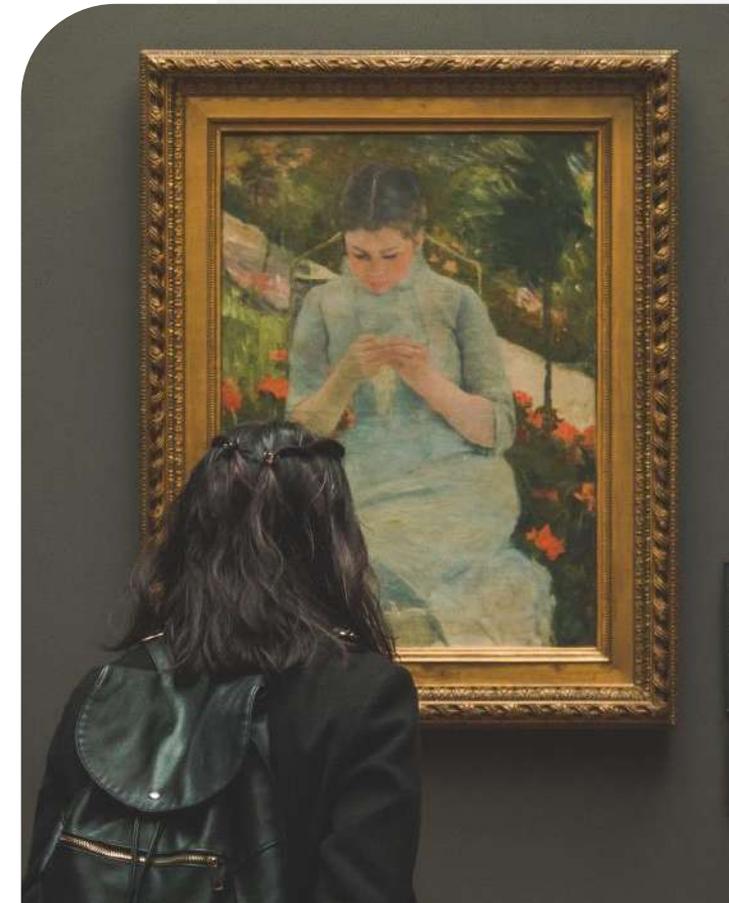
Quel vécu de l'amont à l'aval et plus encore ?



3.1 L'avant-visite

3.2 La visite

3.3 L'après-visite



Les « extras »



6

En aval de
la visite

Se
promener
aux
abords du
site

LA NÉCESSITÉ D'AVOIR UN CAFÉ OU UN RESTAURANT À PROXIMITÉ DU SITE VISITÉ, VOIRE UN CAFÉ INTÉGRANT L'EXPÉRIENCE DE VISITE

- Des visiteurs qui cherchent à prendre un café ou un encas à la sortie de l'exposition
- Un prolongement des modes de vie représentés dans les toiles impressionnistes

LE CAS DU RESTAURANT DU 5^E ÉTAGE AU MUSÉE D'ORSAY : UN LIEU QUI FAIT PARTIE DE L'EXPÉRIENCE DE VISITE

- Une attente parfois longue
 - Une expérience d'attente qui pourrait être plus chaleureuse
- ▶ **UNE EXPÉRIENCE QUI PEUT ÊTRE DÉCEVANTE, SI LE CAFÉ EST FERMÉ OU LE SERVICE DÉGRADÉ** (ex. café non-existant, cuisine fermée, horaires restreints)...
- ▶ **... ALORS MÊME QUE CETTE PAUSE POST-VISITE PEUT ÊTRE UN MOMENT PROPICE POUR PROLONGER, DE FAÇON PERTINENTE, L'EXPÉRIENCE IMPRESSIONNISTE** (ex. *le jardin Renoir, Le Capucine à Giverny*)

Les « extras »



LA NÉCESSITÉ D'AVOIR UN CAFÉ OU UN RESTAURANT À PROXIMITÉ DU SITE VISITÉ, VOIRE UN CAFÉ INTÉGRANT L'EXPÉRIENCE DE VISITE

6

En aval de
la visite

Se
promener
aux
abords du
site

- “ There was a small exhibition with this nice cafeteria and terrace, and I was planning to go there but the guards said that we couldn't even have coffee because the kitchen was really closed, and it was just 5 pm. So, you sit outside. - International, Géorgie, Giverny - Maison et jardins Claude Monet
- “ When we left, we were very hungry so finally, we stopped for a snack and then had waffles, soft drinks, and coffee. Toward the parking on the main street, there are nice places with open seats. - International, Géorgie, Giverny - Maison et jardins Claude Monet
- “ Quand on a fini la visite, on a eu envie de boire un café ; Du coup on est allé au restaurant du musée, mais il n'y avait pas trop de places. On a attendu beaucoup de temps, 30 minutes. - International, Chine, Musée d'Orsay
- “ Quand il y a la queue, et que les gens attendent, les employés doivent au moins dire bonjour et nous dire combien de temps il faut attendre. Je me rappelle que j'ai demandé, et là on m'a répondu (le temps d'attente). - International, Chine, Musée d'Orsay
- “ Near the house, there's a small cafeteria but I didn't like it. It was to take away and not a restaurant, but we didn't know where to go. - International, Mexique, Giverny - Maison et jardins Claude Monet
- “ I went to the cafeteria inside the patio. It is a very cute and attractive place. The chairs are very nice and you really want to go there and sit. - International, Colombie, Musée de Montmartre
- “ Il n'y a pas de café à Marmottan. J'aime bien faire une pause avant ou à la fin d'une visite et prendre un café et un petit gâteau. Au musée d'Orsay c'est tellement énorme qu'on peut aussi faire une pause au milieu d'une visite car ce café est très beau et c'est aussi une attraction. On fait une pause, on prend des photos, un café et on continue la visite. - International, Brésil, Musée Marmottan Monet
- “ Il y a un café juste à côté, La Capucine, ils sont adorables, il y a un peu de musique, on retrouve vraiment l'ambiance Giverny, alors que celui qui est juste en face où tout le monde va, c'est l'enfer. - National, IDF, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

Des lieux alentour aux horaires parfois trop restreints pour étendre la visite

Les « extras »

6

En aval de
la visite

Se
promener
aux
abords du
site

DES VISITEURS QUI CHERCHENT À PROLONGER LEUR EXPÉRIENCE AVEC UNE VISITE COMPLÉMENTAIRE (GIVERNY++) MAIS QUI EN SONT EMPÊCHÉS EN RAISON D'HORAIRE D'OUVERTURE RESTREINTS...

NB. Des lieux où prolonger l'expérience impressionniste en sortant de la Maison de Claude Monet : le Musée des impressionnistes, l'église & son cimetière où est enterré Claude Monet

▶ **UNE VISITE COMPLÉMENTAIRE QUI POURRAIT ÊTRE LE PETIT PLUS D'UNE JOURNÉE IMPRESSIONNISTE À GIVERNY**

“ I tried to visit the Impressionists Museum, but it was closed so we went to this antique market in the streets of Giverny and we spent 3 hours there and found really nice little things. - International, Mexique, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

“ What we wanted to see was his grave buried in a church, but it was too late for us to visit, and the church was closed. - International, Géorgie, Giverny - Maison et jardins Claude Monet (NDLR : la tombe de Claude Monet est en fait située à l'extérieur de l'église)

Des passionnés qui prolongent leur expérience jusqu'à leur domicile

Pour prolonger l'expérience

6

En aval de
la visite

Prolonger
la visite

DES PASSIONNÉS D'ART QUI SE RENSEIGNENT SUR LES ARTISTES & LES ŒUVRES CHEZ EUX APRÈS LA VISITE

ET OUVERTS À L'IDÉE DE COMPLÉTER LEUR VISITE PAR UNE AUTRE EXPÉRIENCE :

- Revenir sur le même site à une autre saison (Giverny++)
- Découvrir un autre lieu de l'Impressionnisme

“ I like to check the artwork and the label next to it where you can read, that's what it means the most to me. I don't like it when it's too extensive. Usually, I watch, and if I like it, I read then if I don't know about the painting or the artist, I google it back home later. - International, Colombie, Musée de Montmartre

“ My mother would like to go to Giverny every season to see the garden with different flowers. We don't live in France, it's complicated to come to Paris then Giverny every season. You really have to plan it. - International, Géorgie, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

“ À chaque fois ce qui me frappe c'est que je n'ai jamais le même décor face à moi, c'est la chose la plus primordiale, il n'y a jamais le même Giverny. J'ai eu le Giverny pluvieux, ensoleillé, peu ensoleillé. La lumière est toujours différente, que ce soit dans la mare, dans le jardin en fleur, l'impression est toujours différente. - National, IDF, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

“ A map to know where the key points are in Giverny including restaurants and menus to facilitate where to eat. - International, Mexique, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

PARTIE 4 : L'EXPÉRIENCE IMPRESSIONNISTE

- ☑ La promesse de la Destination impressionniste est très forte : comment se traduit-elle dans l'expérience vécue par les visiteurs ?

L'analyse des profils des visiteurs montre des attentes extrêmement variées pour des publics diversifiés.

En s'exprimant sur toutes les dimensions de la visite, les publics nous permettent de détecter les points forts de la Destination, mais aussi les points d'attention qui peuvent crisper certains visiteurs.

À la fin, les émotions ressenties vont se traduire en perspectives de revisite mais aussi de recommandation : le public est le premier vecteur de communication !



PARTIE 4 : L'EXPÉRIENCE IMPRESSIONNISTE

Quelle évaluation de l'expérience ?



4.1 Les 4 différents types d'état d'esprit

4.2 Les attendus transversaux d'une expérience réussie & les irritants associés

4.3 La (forte) satisfaction au global et « pas à pas »

4.4 La recommandation associée



PARTIE 4 : L'EXPÉRIENCE IMPRESSIONNISTE

Quelle évaluation de l'expérience ?



4.1 Les 4 différents types d'état d'esprit

4.2 Les attendus transversaux d'une expérience réussie & les irritants associés

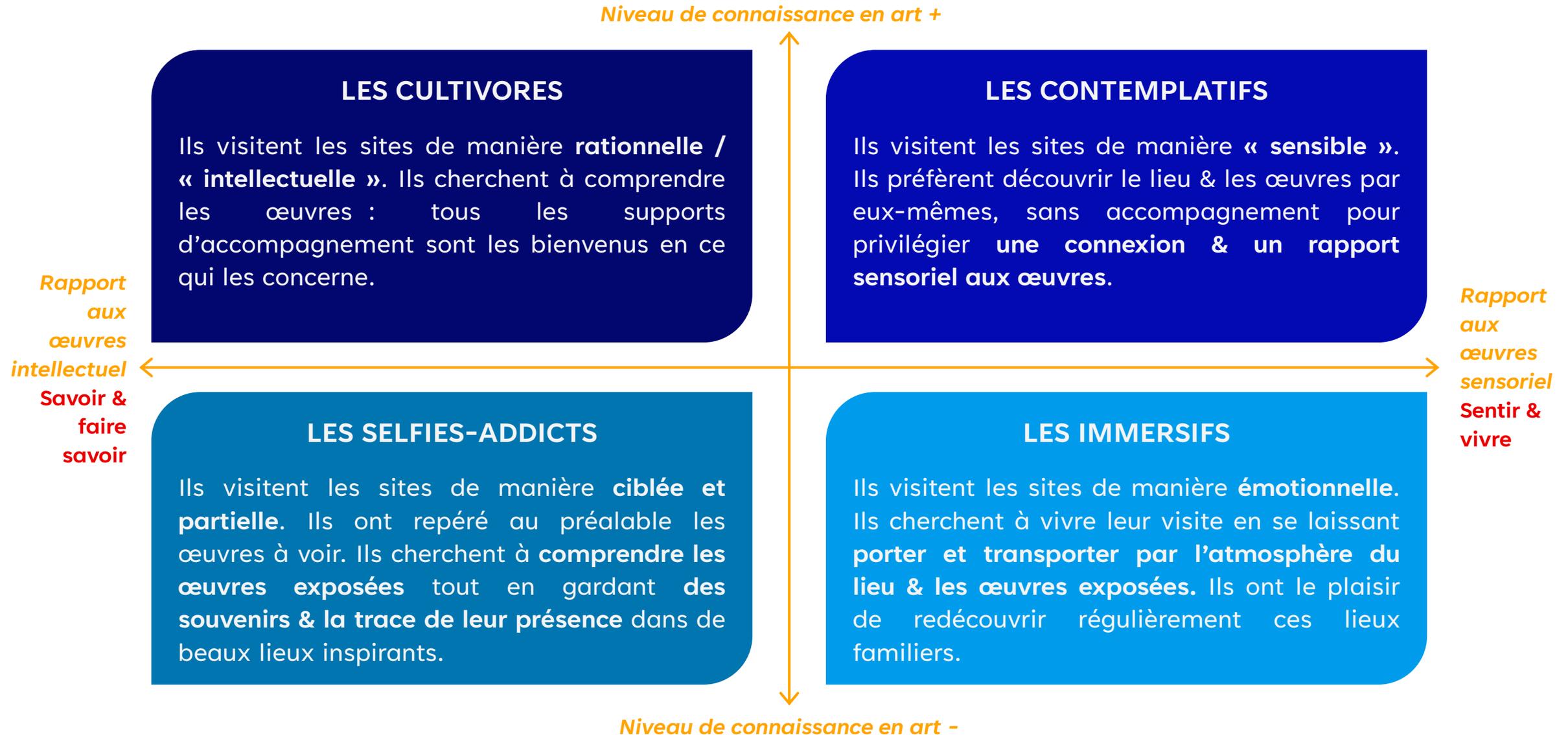
4.3 La (forte) satisfaction au global et « pas à pas »

4.4 La recommandation associée



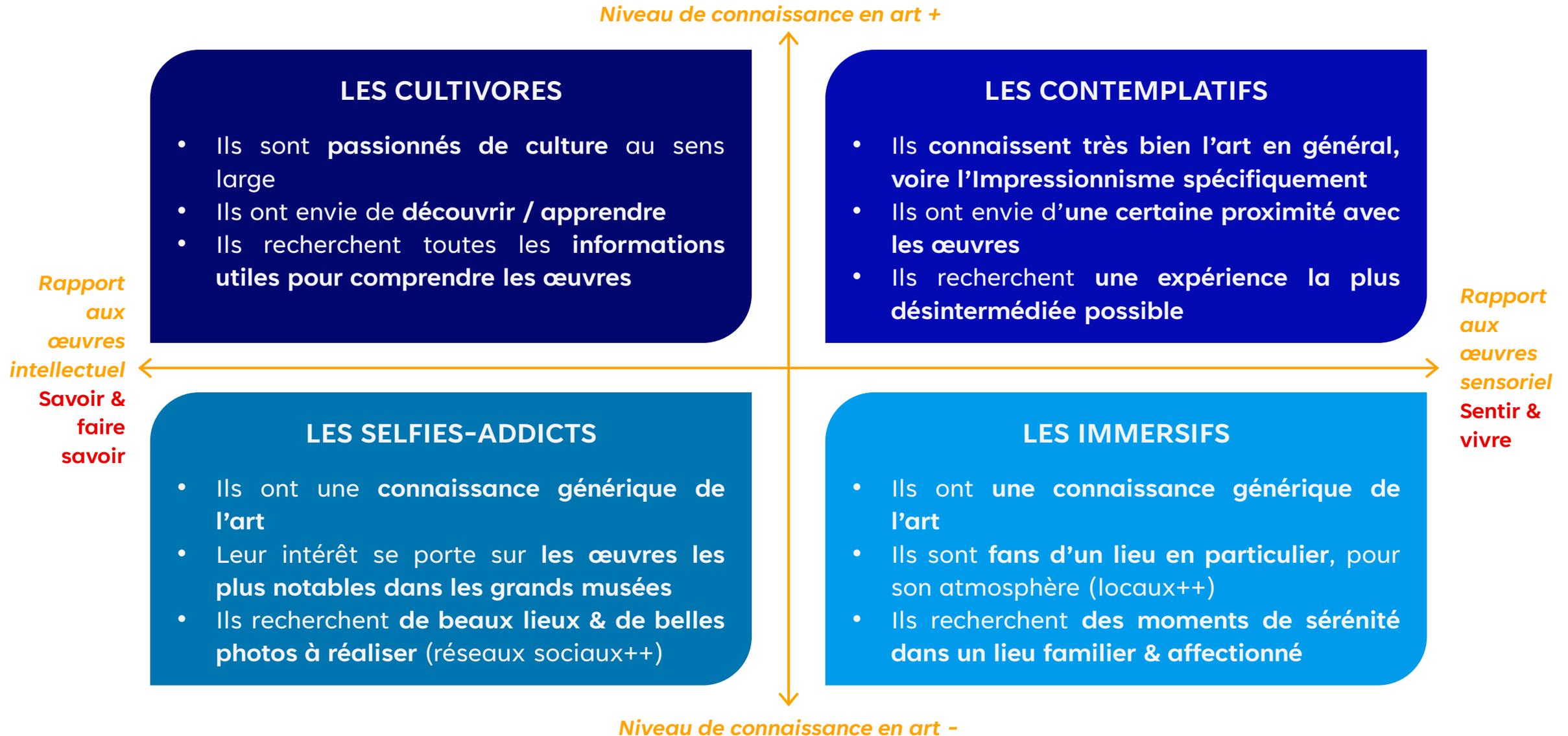
4 profils qualitatifs émergent dans le rapport aux sites impressionnistes

2 axes discriminants : le niveau de connaissance en art (plus ou moins élevé) et le rapport aux œuvres (Intellectuel VS sensoriel)



4 profils qualitatifs pour 4 types d'expérience impressionniste recherchée

Des visiteurs qui entrent sur un site avec un « état d'esprit » et des attendus spécifiques



4 profils qualitatifs pour 4 types d'expérience impressionniste recherchée

Quelques verbatims...

Niveau de connaissance en art +

LES CULTIVORES

J'aime voir l'œuvre mais aussi ce qu'il y avait et qui il y avait autour de l'artiste. Comment et pourquoi ça a été fait. On voit l'œuvre différemment et on comprend plus de choses. Le but là, c'était d'apprendre Modigliani. Je cherche à rentrer dans l'artiste et voir avec ses yeux à lui. - Local, IDF, Musée de l'Orangerie

L'exposition Normands, c'était super instructif, il y avait plein d'explications, une expo très riche, il y a eu un bel apprentissage de mon côté. - National, IDF, Musée des Beaux-Arts de Rouen

LES CONTEMPLATIFS

I didn't check for audioguides. I was more in the mood to enjoy the moment. Also, I took an entire class about Monet so maybe I didn't need it. - International, Mexique, Giverny - Monet

Painting is just that and you and you don't need anything else that could be a distraction. Just your interpretation and feelings. I never take an audioguide for that reason. Sometimes I even don't take a map to tell me where to go first. - International, Colombie, Musée de Montmartre

LES SELFIES-ADDICTS

Je regarde, je passe. Et si j'ai envie de connaître un peu mieux, je vais chercher sur Internet, parce qu'on a plus d'information que les audioguides. - International, Chine, Musée d'Orsay

I thought *The Water Lilies* was just one painting but it was a collection of 8 panels. I'm not an art aficionado by any means. It's one of my mom's favourite paintings so it was to talk about having seen it. I took so many selfies there! - International, Canada, Musée de l'Orangerie

LES IMMERSIFS

Même si le Musée des Beaux-Arts j'y suis déjà allée plusieurs fois, il y a toujours quelque chose de nouveau. C'est un musée immense et très beau. Je m'y sens bien. Il est grand, beau, il m'apporte quelque chose, je ne sais pas comment dire, c'est lumineux. - Local, Normandie, Musée des Beaux-Arts de Rouen

Non seulement l'endroit nous plaît avec les jardins, les fleurs et l'architecture mais on aime l'impressionnisme. Ça me parle et pourtant je ne me m'y connais pas en peinture. - Local, Normandie, Giverny - Musée des impressionnistes Giverny

Niveau de connaissance en art -

Rapport
aux
œuvres
intellectuel
Savoir &
faire
savoir

Rapport
aux
œuvres
sensoriel
Sentir &
vivre

PARTIE 4 : L'EXPÉRIENCE IMPRESSIONNISTE

Quelle évaluation de l'expérience ?



4.1 Les 4 différents types d'état d'esprit

4.2 Les attendus transversaux d'une expérience réussie & les irritants associés

4.3 La (forte) satisfaction au global et « pas à pas »

4.4 La recommandation associée



3 piliers de l'expérience de visite impressionniste

Différents attendus associés à l'expérience



PRENDRE SON TEMPS

- Flâner
- Se poser
- Prévoir des temps vides

“ Je suis une touriste slow. Je n'aime pas courir partout quand je vais dans un endroit. J'aime ne choisir que quelques points de chute, et essayer de m'imprégner de l'atmosphère de l'endroit, et ramener de beaux souvenirs. - Local, Normandie, MuMa Le Havre



FAIRE APPEL À SES SENS

- Vivre un moment de connexion avec l'œuvre
- Se confronter à l'œuvre de manière désintermédiée

“ Je suis sur l'émotion globale, le lieu, l'ambiance et j'utilise mes sens. Je peux visiter le plus beau lieu du monde, s'il y a une mauvaise odeur ou un son qui me gêne, c'est foutu !
- Local, Normandie, Giverny -
Maison et jardins Claude Monet



SE LAISSER SURPRENDRE

- Eviter les visites guidées
- Ne pas trop préparer sa visite, ne pas “programmer” trop de choses à voir

“ I try not to get any kind of expectation because I want to be surprised. I knew they were some impressionists, but I don't want to think about it. Just see when I'm there. - International, Italie, Musée des Beaux-Arts de Rouen



1. Prendre son temps : une condition pour se laisser traverser

De la visite à la promenade, un moment suspendu qui sort du quotidien



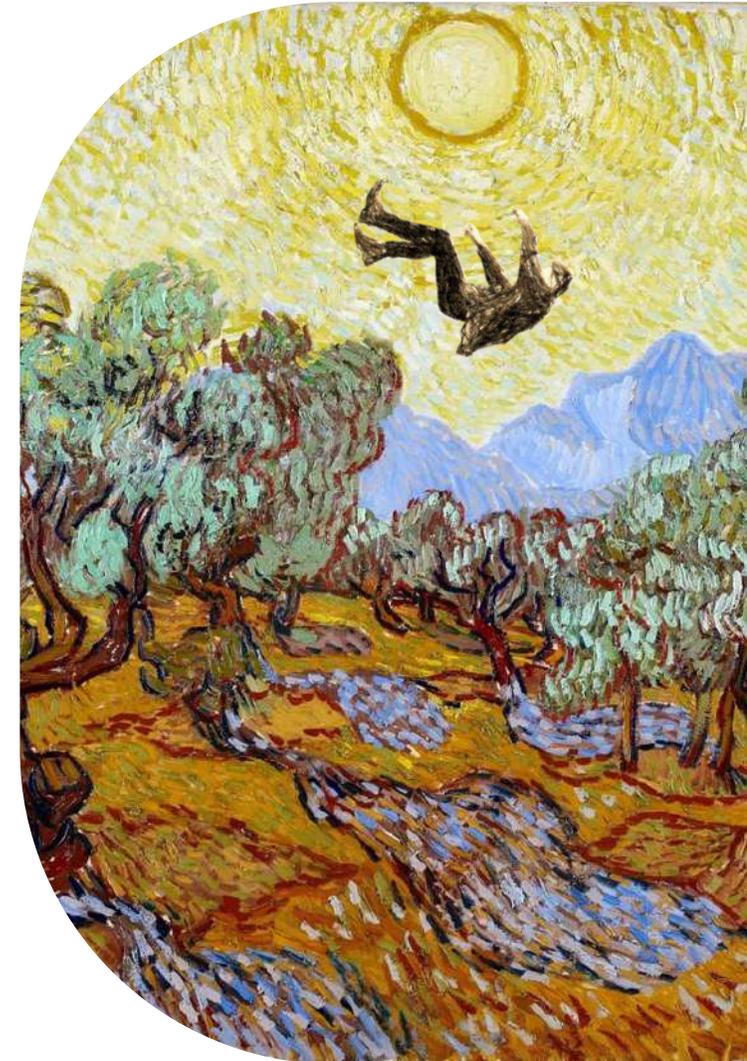
DES VISITEURS QUI S'ACCORDENT LE TEMPS DE SE CONFRONTER AUX ŒUVRES

- Que ce soit pendant la visite...
 - Ou après la visite par une pause dans un café ou par une promenade ! (cf. étape 6 du Parcours visiteur)
- **UNE VISITE IMPRESSIONNISTE QUI S'INSCRIT DANS UN MOMENT DE PAUSE PLUS LONG**

Il y a une très grande verrière, et là il y a de grandes toiles de Monet. On pourrait rester toute la journée, parce qu'il y a tellement de choses à voir. Je me mets un peu dans le tableau, à la place des personnages. - Local, Normandie, Musée des Beaux-Arts de Rouen

We went to this antique market in the streets of Giverny and we spent 3 hours there and found really nice little things. - International, Mexique, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

On the back of the house, they had a winery where they were growing plants for wine. It's preserving the memory of the old Paris. You immediately travel to those golden ages of Paris. It's very well transmitted. It's calm and you can spend all your day there sitting in a chair reading something. - International, Colombie, Musée de Montmartre



2. Faire appel à ses sens : des lieux propices à l'immersion

Se laisser transporter par les œuvres & les lieux visités (Contemplatifs et Immersifs +)



DES LIEUX DE CRÉATION & D'INSPIRATION QUI PERMETTENT DE S'IMMERGER DANS L'IMPRESSIONNISME & SES ŒUVRES D'ART

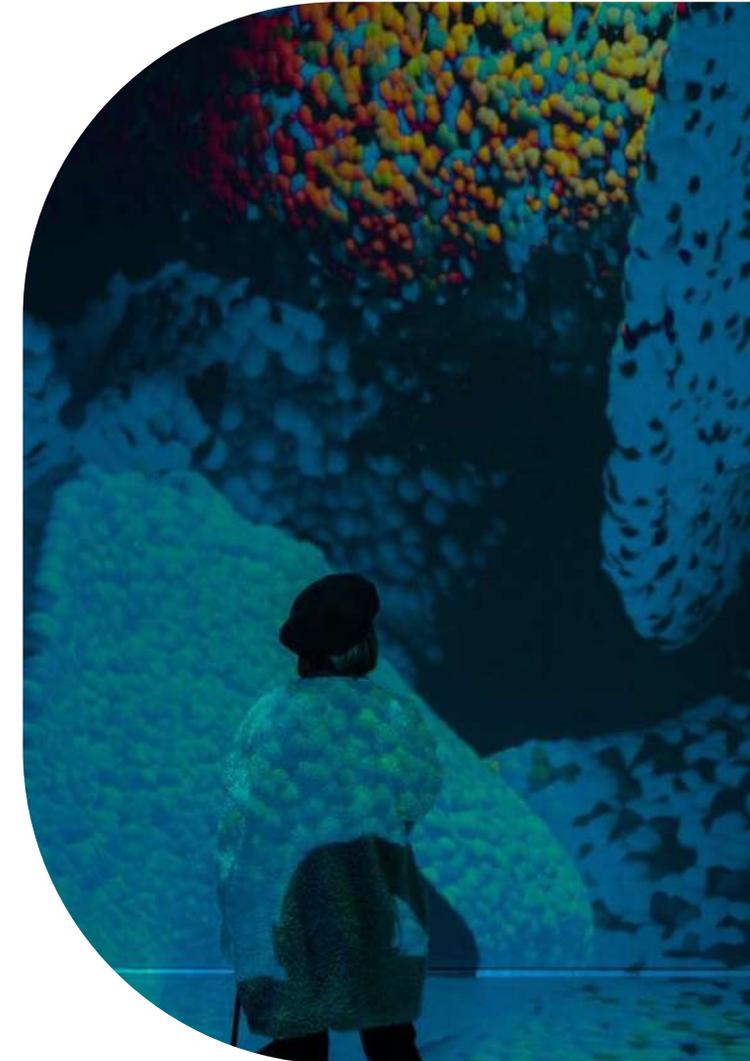
- ▶ **UNE VISITE À LA SOURCE D'UN MOMENT FORT EN ÉMOTION**
- La sensation de faire partie des œuvres impressionnistes
- La sensation d'être transporté dans un autre temps

“ When I was in Giverny, I was excited because it's a place that I was thinking of a long time ago. The most special was the Japanese bridge because it was like feeling to be inside Monet's painting. So, when you go to other museums after Giverny, you can see the other paintings about Giverny and say, "I was there". - International, Mexique, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

“ There was a swing and they said that Renoir was painting this. It's hard to believe but if they say so. It's cute. In the garden, I can imagine myself back in this time when these guys were painting and realize that it was really nice to live there. I can imagine them waking up, listening to the birds, and saying "OK, I'm going to paint something nice". - International, Colombie, Musée de Montmartre

“ Dans sa maison, on peut s'imaginer se lever dans son lit, regarder par la fenêtre et voir ses magnifiques jardins. - National, IDF, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

“ I like a lot of Boulevard des Capucines from Monet and when I was there, I was imagining these people walking around me. - International, Mexique, Giverny - Maison et jardins Claude Monet



2. Faire appel à ses sens : des lieux propices à l'immersion

Se laisser transporter par les maisons & jardins d'artistes (Contemplatifs et Immersifs +)



LES MAISONS & JARDINS D'ARTISTES, DES LIEUX VIVANTS & INCARNÉS QUI TRANSPORTENT LES VISITEURS DANS L'IMAGINAIRE IMPRESSIONNISTE :

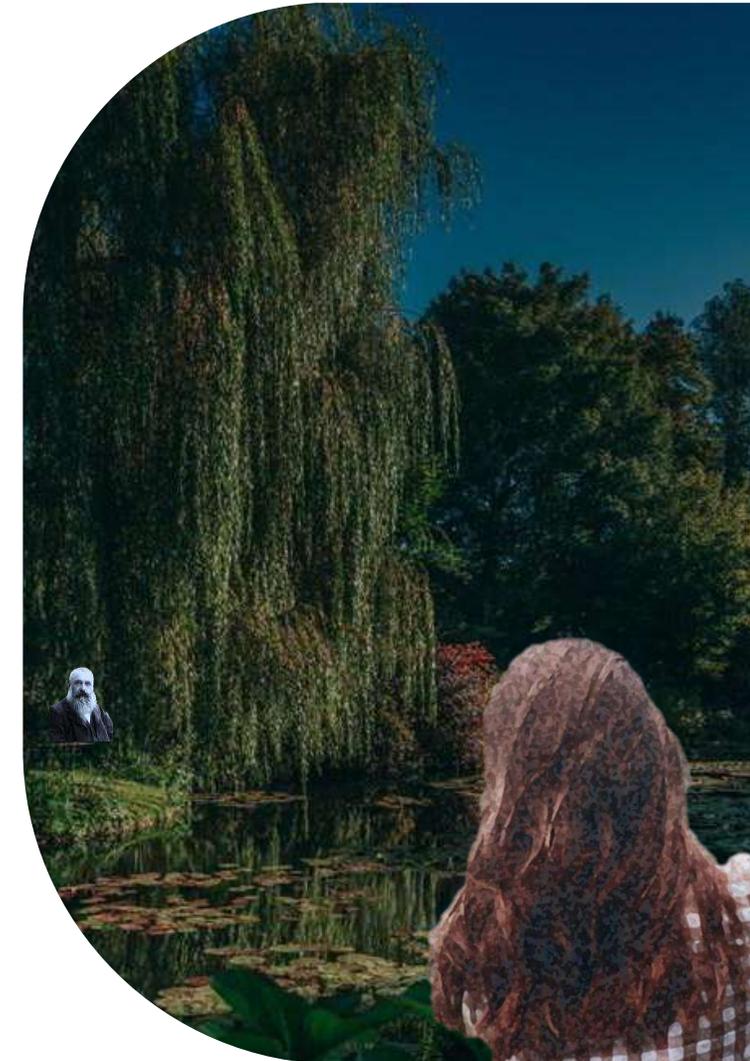
- Sortir de son quotidien
- S'évader & rêver
- S'imaginer la vie des peintres impressionnistes, entrer dans leur intimité et dans le foyer de l'Impressionnisme

“ Des lieux où on sort de son quotidien, de sa condition sociale et ça reste dans sa mémoire comme un moment incroyable. Tous ces musées, ça m'évoque ces sensations. - International, Brésil, Musée Marmottan Monet

“ Marmottan feels like a house and not a museum and you can imagine a lot of impressionist painter spending time here. It is a similar thing to Monet's house but with some other painters like Berthe Morizot. I like to imagine Berthe Morisot's daughter and Monet's children playing there. - International, Mexique, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

“ À Giverny, c'était humain car on sent qu'il y avait de la vie avant qu'on vienne. On ressent aussi par les peintures, la vision de l'artiste. - Local, Normandie, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

“ Marmottan, c'est un peu comme dans une maison. Giverny c'est une maison avec un jardin et des tableaux. Il y a une atmosphère cosy. C'est ça l'Impressionnisme. - International, Brésil, Musée Marmottan Monet



3. Se laisser surprendre : ce qui n'est pas possible en étant guidé...

Un rapport sensoriel & émotionnel aux œuvres & aux lieux (Contemplatifs et Immersifs +)



DES VISITEURS QUI PRÉFÈRENT DÉCOUVRIR LES ŒUVRES & LES LIEUX PAR EUX-MÊMES :

- Se laisser aller, lâcher prise, déambuler en toute liberté
- Avoir l'esprit ouvert à la découverte
- Choisir une visite libre sans guide ni audioguide

“ Sometimes audioguides are dictators in the way they're driving you. And with impressionists, I want to go freely. – International, Italie, Musée des Beaux-Arts de Rouen

“ I never make a plan about what I want to visit. I have just an idea. I usually walk a lot and I go to the main places then I end up finding new interesting places from there. I'm very spontaneous so it depends on how it looks and what emotions it wakes up in me. – International, Colombie, Musée de Montmartre

“ C'est tout le mystère de l'œuvre d'art ! Pour moi certains tableaux, c'est comme des rencontres. Toutes les œuvres d'art, il y a quelque chose qui me parle, peut-être parce que ça fait écho à d'autres choses qu'on a en nous. – Local, Normandie, MuMa Le Havre

“ Je préfère une visite libre, découvrir les œuvres par moi-même. – National, Grand-Est, Musée des Beaux-Arts de Rouen



3 éléments susceptibles d'entraver l'expérience impressionniste

Les irritants potentiels (quand ils émergent)



UNE EXPÉRIENCE QUI PEUT ÊTRE IMPACTÉE PAR DES CONDITIONS DE VISITE QUI VONT À L'ENCONTRE DE L'ESPRIT IMPRESSIONNISTE (cf. 3 piliers)

UNE AFFLUENCE TROP IMPORTANTE

Une foule qui empêche de profiter des œuvres



UN MANQUE D'ASSISES

Une invitation à circuler sans prendre le temps souhaité devant les œuvres & sur site : passer sans contempler



DES COMPORTEMENTS MALVENUS D'AUTRES VISITEURS

Des selfies & du bruit qui ne correspondent pas à l'état d'esprit impressionniste



3 éléments susceptibles d'entraver l'expérience impressionniste

Les irritants potentiels (quand ils émergent)



UNE EXPÉRIENCE QUI PEUT ÊTRE IMPACTÉE PAR DES CONDITIONS DE VISITE QUI VONT À L'ENCONTRE DE L'ESPRIT IMPRESSIONNISTE (cf. 3 piliers)

UNE AFFLUENCE TROP IMPORTANTE

“ It was a very good experience but because of the routes of impressionist, it is very crowded now which I really don't like. – International, Italie, Musée des Beaux-Arts de Rouen

“ It was too crowded, so we didn't spend much time inside the house. – International, Géorgie, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

“ The Monet's house was too crowded. You were hurt like in a big group and just felt a little claustrophobic. Not a great experience. – International, États-Unis, Giverny - Musée des impressionnistes Giverny

UN MANQUE D'ASSISES

“ J'aime prendre mon temps, je peux m'asseoir et regarder calmement. Il n'y avait pas de sofas pour s'asseoir au musée Marmottan. À l'Orangerie, on peut s'asseoir pour voir les Nymphéas. – International, Brésil, Musée Marmottan Monet

“ Peut-être plus d'endroits pour s'asseoir, pour contempler les œuvres. J'aime bien parfois m'imprégner, donc pour rester assez longtemps face à une œuvre, les sièges sont bienvenus. – Local, Normandie, MuMa Le Havre

DES COMPORTEMENTS MALVENUS D'AUTRES VISITEURS

“ Il y a beaucoup d'« Instagrammeurs » qui vont attendre au même endroit 15mn pour qu'ils soient seuls sur la photo. – National, IDF, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

“ Il faudrait interdire les téléphones portables ! Parce que dans la plupart des musées, les gens passent devant les œuvres pour les prendre en photo, et ça m'énerve, j'ai l'impression qu'ils ne les regardent pas. Ça enlève beaucoup de la beauté, de la magie de l'expérience. – Local, Normandie, MuMa Le Havre

PARTIE 4 : L'EXPÉRIENCE IMPRESSIONNISTE

Quelle évaluation de l'expérience ?



4.1 Les 4 différents types d'état d'esprit

4.2 Les attendus transversaux d'une expérience réussie & les irritants associés

4.3 La (forte) satisfaction au global et « pas à pas »

4.4 La recommandation associée



Une expérience qui ravit les visiteurs, des marges de progression sur l'information culturelle

Satisfaction de la visite générale et détaillée

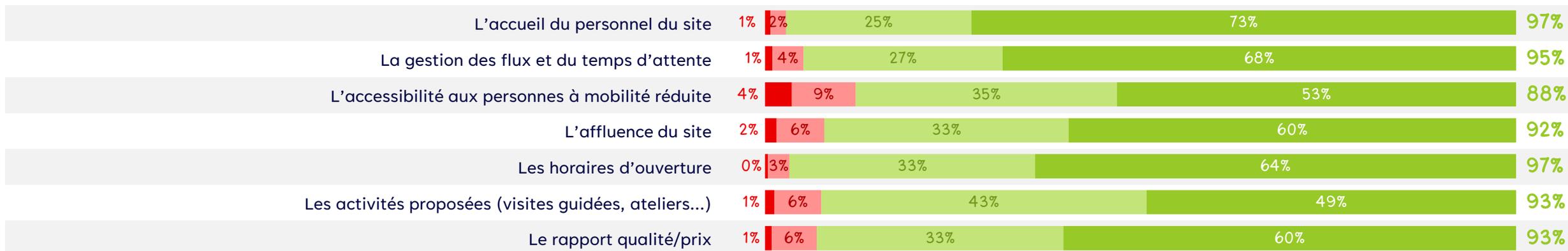
SV9. Concernant votre visite du site, comment qualifieriez-vous votre expérience....

SV12. Quel est votre niveau de satisfaction concernant les éléments suivants ?

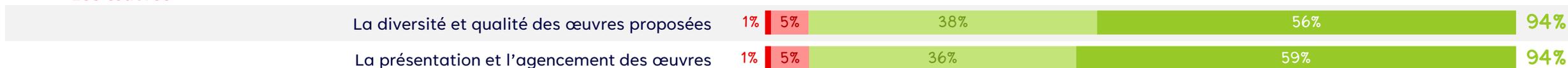
Satisfaction générale 0% 1% 29% 69% 98%

En général

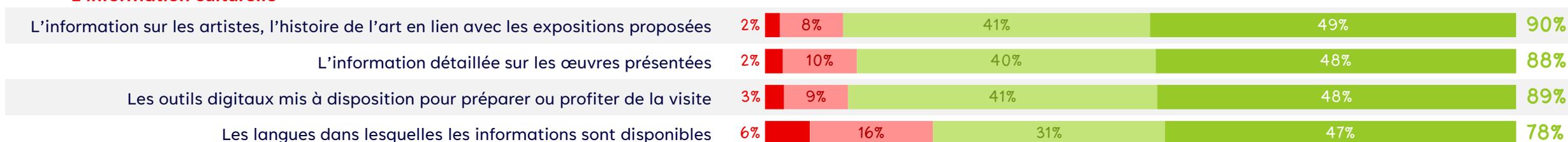
■ Pas du tout satisfait ■ Plutôt pas satisfait ■ Plutôt satisfait ■ Très satisfait **Sous total Satisfait**



Les œuvres



L'information culturelle



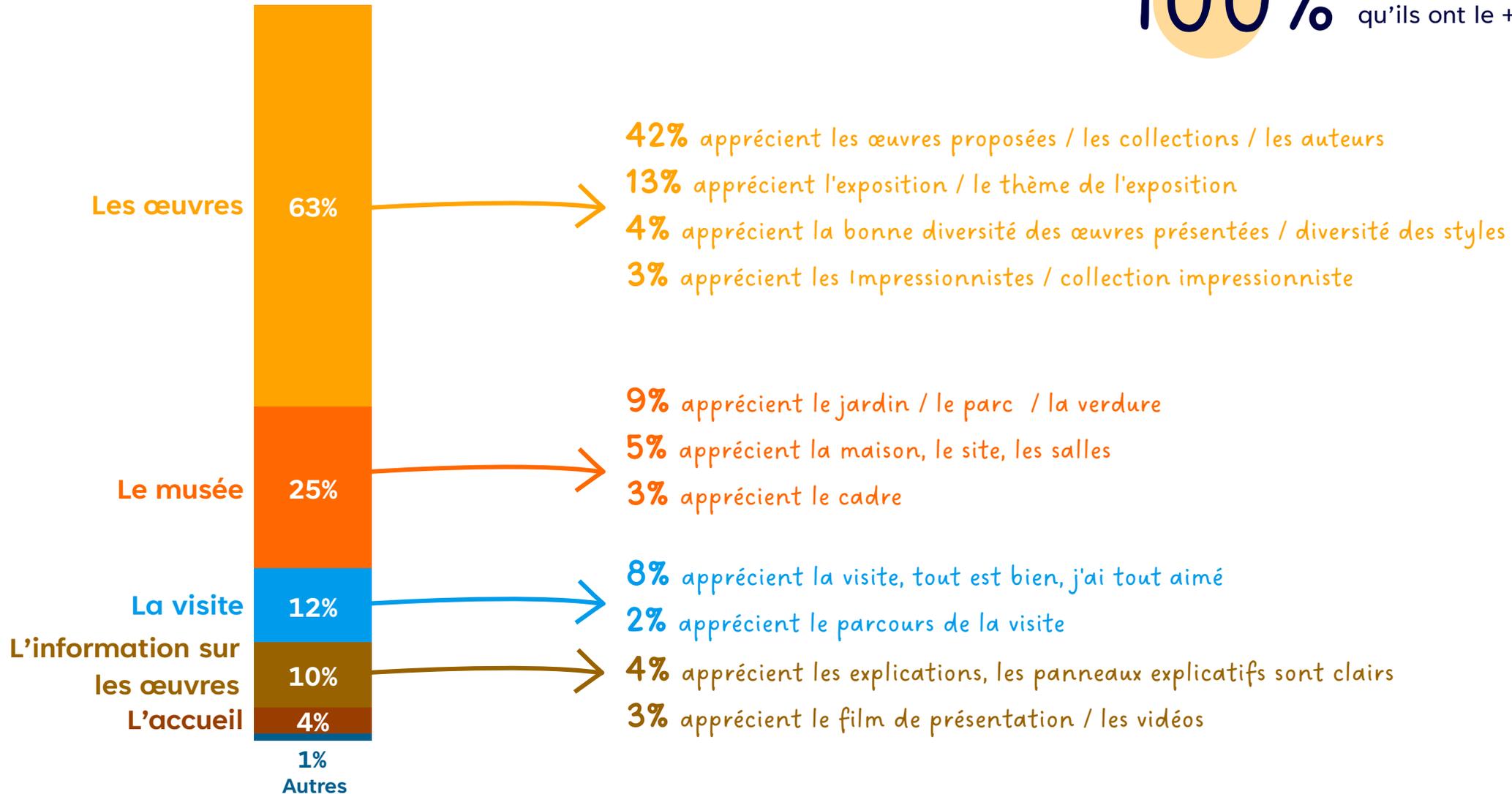
Base répondants : 4224

Une satisfaction majoritairement induite par les œuvres...

Éléments les plus appréciés au cours de la visite

SV10. Au cours de cette visite, quels sont les éléments que vous avez le plus aimés ?

100% ont indiqué les éléments qu'ils ont le + aimés



Base répondants : 4102

Illustration des éléments les plus appréciés au cours de la visite

Quelques verbatims issus de l'enquête quantitative...

- ☞ Mon moment préféré de notre visite a été le jardin avec les nénuphars. C'était tellement paisible et serein que l'on se sent très tranquille. Un autre de mes endroits préférés que nous avons visités était les jardins du manoir. Voir toutes ces belles fleurs a été une expérience extraordinaire.
- Américain - touriste - Maison et jardins de Claude Monet - GIVERNY
- ☞ Les explications sur les restaurations des tableaux et des différentes techniques pour voir les tracés et peintures cachées sous les différentes couches du tableau. Les tableaux impressionnistes sur la fin de la visite aussi. L'œuvre dans les escaliers qui est originale. Les maquettes.
- Ille-et-Vilaine (35) - excursionniste - Musée des beaux-arts - ROUEN
- ☞ Les nymphéas de Monet car j'étais venu pour cela suite à une vidéo sur le réseau Tik-Tok et je n'ai pas été déçu c'était très apaisant et magnifique.
- Ille-et-Vilaine (35) - touriste - Musée de l'Orangerie - PARIS
- ☞ C'est un musée très ludique avec des activités intéressantes. On peut fouiller et ce n'est pas trop long.
- Val d'Oise (95) - excursionniste - Maison impressionniste Argenteuil - ARGENTEUIL
- ☞ La présence de nombreux tableaux en relation avec la ville de Rouen et la Normandie en général. L'espace et le cadre qui mettent bien en valeur les œuvres.
- Ille-et-Vilaine (35) - touriste - Musée des beaux-arts - ROUEN
- ☞ Nous avons adoré l'endroit : le jardin ainsi que l'art.
- Pays-Bas - touriste - Jardins d'Étretat - ÉTRETAT
- ☞ Possibilité d'en apprendre davantage sur la vie et le contexte artistique de Van Gogh à travers les expositions et les informations fournies sur place.
- Oise (60) - excursionniste - Auberge Ravoux, dite Maison de Van Gogh - AUVERS-SUR-OISE

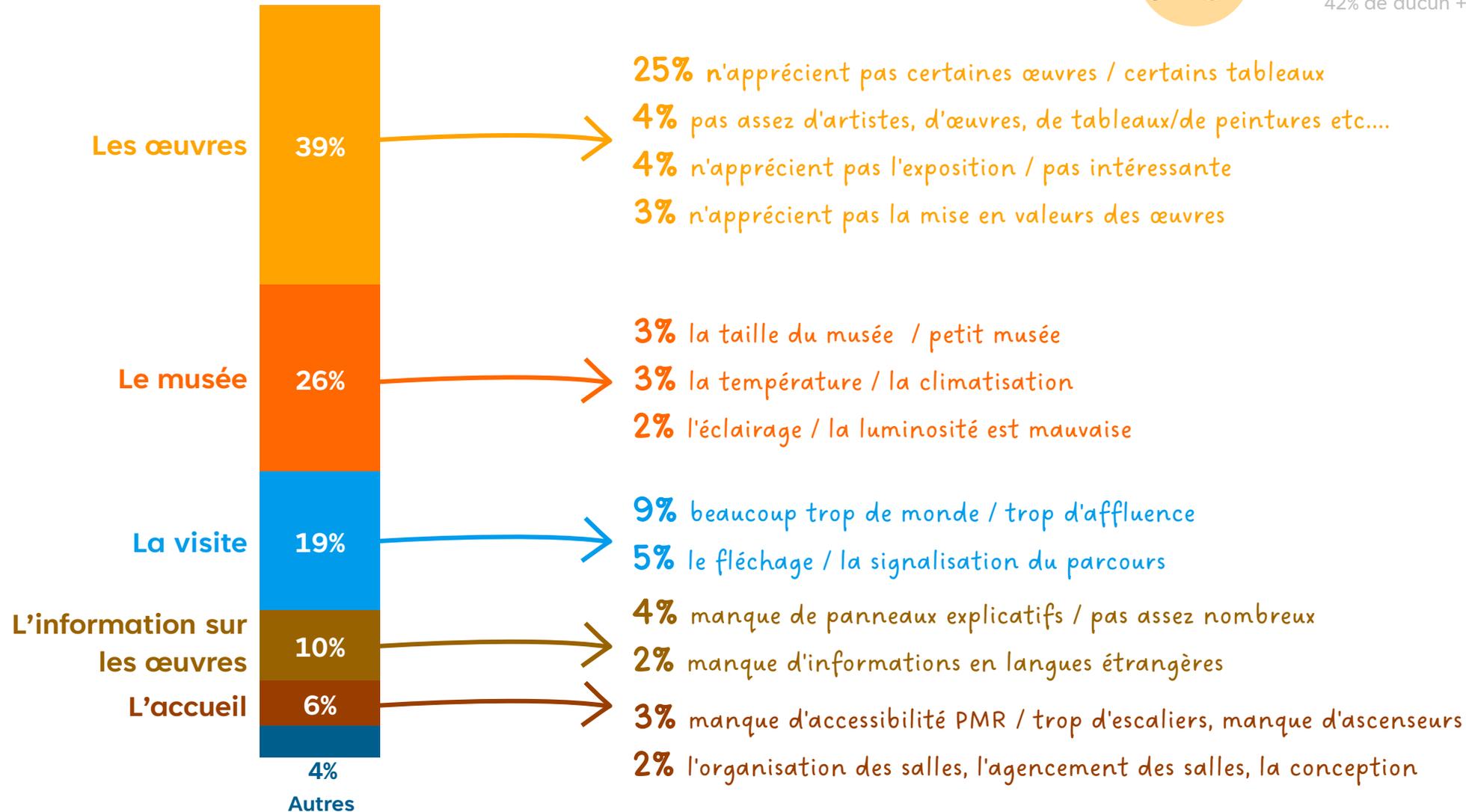
...mais une insatisfaction également induite par ces mêmes œuvres

Éléments les moins appréciés au cours de la visite

SV11. Et quels sont les éléments que vous avez le moins aimés ?

58%

ont indiqué les éléments qu'ils ont le - aimés
42% de aucun + « ne sait pas »



Base répondants : 4111

Illustration des éléments les moins appréciés au cours de la visite

Quelques verbatims issus de l'enquête quantitative...

- “ L'accrochage parfois peu flatteur pour les œuvres, l'organisation des pièces peu claires et la sur quantité d'œuvres. Il y en a trop, il vaudrait mieux en ranger plus en réserve et alterner plutôt que TOUT mettre.
- Loiret (45) - touriste - Musée des beaux-arts - ROUEN
- “ Les lumières... je trouve que malheureusement l'éclairage n'est pas super. Sur plusieurs peintures elles sont trop éclairées donc elles ressortent éblouissantes c'est dommage connaissant la beauté des tableaux.
- Alpes-Maritimes (06) - touriste - Musée Marmottan Monet - PARIS
- “ L'éclairage ! Il est parfait pour une vue d'ensemble et de loin des tableaux mais lorsque l'on se rapproche, des reflets dus à la lumière nous empêchent de bien voir les détails.
- Calvados (14) - excursionniste - Musée des beaux-arts - CAEN
- “ Ce qui m'a déplu c'est le manque d'artistes femmes (seulement 2 tableaux dans tout le musée) et de diversité de médiums (uniquement de la peinture/dessin)
- Meurthe-et-Moselle (54) - touriste - MuMa, musée d'art moderne André Malraux - LE HAVRE
- “ Je n'ai pas vu d'ascenseur pour accéder à l'étage -1 de l'exposition Monet pour les personnes souffrant d'un handicap physique temporaire ou permanent.
- Américain - touriste - Musée Marmottan Monet - PARIS
- “ Manque d'analyse des peintures, affiches trop descriptives, manque de mise en perspective avec d'autres peintres (expo temporaire)
- Seine-Maritime (76) - excursionnistes - MuMa, musée d'art moderne André Malraux - LE HAVRE
- “ Il y avait trop de monde dans la maison de Monet et il était difficile de prendre de belles photos.
- Allemagne - touriste - Maison et jardins de Claude Monet - GIVERNY

Un accueil du personnel sur site satisfaisant

97%

Sous-total
satisfaits

L'accueil du
personnel du
site

100% « Caen au
cotentin »

99% sur
les excursionnistes
normands

UN PERSONNEL DISCRET & PROFESSIONNEL (en majorité)

- « La personne pour les billets était souriante et après, on n'a pas croisé grand monde. Dans la maison, on a parlé un peu avec des gardiens et ils ont pu répondre à nos questions donc c'était top. - National, IDF, Giverny - Maison et jardins Claude Monet
- « Les employés sont très sympas, éduqués et on peut parler avec eux. Au Louvre, on vous traite comme un numéro car il y a beaucoup de gens. - International, Brésil, Musée Marmottan Monet
- « The person was very friendly and professional. They gave short and clear explanations. I asked for a museum map. There was not but they were very straight to the point with explanations and how to enjoy my tour. It's not always like this. - International, Italie, Musée des Beaux-Arts de Rouen

EN MINEUR, UN PERSONNEL PAS TOUJOURS PROACTIF, NOTAMMENT POUR PROPOSER DES AUDIOGUIDES (cultivores+)

- « C'était moyen car on ne m'a pas proposé l'audioguide et ensuite on m'a dit que c'est juste pour la collection Monet en bas. - National, Franche-Comté, Musée Marmottan Monet

95%

Sous-total
Satisfaits

La gestion des
flux et
du temps
d'attente

100% sur « Caen au
cotentin »

98% sur « Rouen & les
boucles de la Seine »

96% sur les Français

92% pour les étrangers

92% sur « Paris &
Montmartre »

91% sur « Giverny & ses
environs »

91% sur les non
connaisseurs de
l'Impressionnisme

Une gestion des flux qui ne pose pas de souci la plupart du temps, mais peut constituer un irritant en cas d'obstacle...

UNE ABSENCE DE RÉSERVATION QUI GÉNÈRE DES TEMPS D'ATTENTE TRÈS LONGS... (*Musée d'Orsay, Maisons et jardins Claude Monet - Giverny++*)

...VOIRE, UN TEMPS D'ATTENTE IMPORTANT MALGRÉ UNE RÉSERVATION PRÉALABLE (*Maisons et jardins Claude Monet - Giverny++*)

DES CONTRÔLES TROP RAPIDES QUI PEUVENT ÊTRE STRESSANTS (*musée d'Orsay++*)

DES RÈGLES DE SÉCURITÉ QUI PEUVENT IMPACTER LE CONFORT DE VISITE (*ex. laisser sa gourde au vestiaire*)

- « Trop de monde ! Giverny, c'est infernal ! On y était il y a quelques temps, au mois de mai : 2h d'attente pour prendre les billets. - Local, IDF, Maison Caillebotte
- « Cet été des amis y étaient, ils avaient payé, réservé, et il y avait quand même 45 minutes d'attente pour rentrer dans la maison, en plein soleil. C'est une destination qui malheureusement souffre du tourisme de masse, c'est beau, mais c'est moins agréable qu'avant. - Local, Normandie, MuMa Le Havre

- « Il y a un côté speed pour contrôler le sac, le passer au scanner, etc., qui a fait que j'ai perdu ma CB, je m'en suis rendu compte 5 minutes plus tard, et en fait elle était restée dans le bac tellement il fallait aller vite ! - National, Nouvelle-Aquitaine, Musée d'Orsay
- « On avait des gourdes avec de l'eau qu'on a dû laisser à l'entrée et ça ce n'est pas bien car j'aime bien boire un peu de temps en temps. Ça aurait été bien d'avoir un café pour faire une pause ou s'hydrater. - National, Franche-Comté, Musée Marmottan Monet

88%

Sous-total
Satisfaits

L'accessibilité
aux personnes
à mobilité
réduite

98% sur « L'estuaire de
la Seine »

97% sur « Caen au
Cotentin »

77% sur « Auvers et la
Vallée de l'Oise »

73% sur « La Côte
d'Albâtre »

Une accessibilité PMR qui varie assez fortement selon les sites concernés

DES LIEUX ACCESSIBLES AUX PMR

On est bien accueilli, la circulation est facile même pour les personnes handicapées. Il y a même un endroit pour mettre les parapluies ! Ce qui n'est pas toujours le cas. - National, IDF, Musée des Beaux-Arts de Rouen

... ET D'AUTRES DIFFICILEMENT ACCESSIBLES (Maisons et jardins d'artistes++)

La maison avait des marches et des escaliers exigus. Dans le jardin aussi... Il y a des endroits pas faciles avec des marches, et j'ai vu des gens se casser la binette sur des marches glissantes après avoir plu. - National, IDF, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

Si on est en fauteuil, on ne peut pas monter l'escalier. Je ne sais plus s'il y a un ascenseur. - Local, IDF, Maison Caillebotte

Il y avait un couple d'anglais avec une poussette et ils avaient du mal à passer dans les allées avec le monde. - Local, Normandie, Giverny - Musée des impressionnistes Giverny

En termes d'affluence, des sites impressionnistes parfois victimes de leur succès. Exemple : Paris, Giverny

92%

Sous-total
Satisfaits

L'affluence
des sites

100% sur « Caen au Cotentin »

99% sur « L'estuaire de la Seine »

98% sur
« La Côte d'Albâtre »
« Rouen & les boucles de la Seine »

94% sur les Français

89% sur les étrangers

87% sur « Paris & Montmartre »

85% sur « Giverny et ses environs »

UNE FAIBLE AFFLUENCE APPRÉCIÉE DANS LES LIEUX CONFIDENTIELS : des conditions de visite qui favorisent la rencontre avec l'œuvre et la contemplation (cf. focus expérience impressionniste)

À noter, une affluence positivée par certains :
« C'est bien de garantir l'accès à tout le monde et de voir le succès de lieux culturels »

À L'INVERSE, UNE AFFLUENCE TROP IMPORTANTE QUI GÊNE LA VISITE DANS LES LIEUX LES PLUS CONNUS (Giverny++)

“ There are a lot of people in the house so if you arrive early, it's better but I had a great time there. - International, Mexique, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

“ Too crowded, especially the Japanese part with the bridge but it's normal. Nothing bad to say. - International, Géorgie, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

Des horaires qui répondent globalement aux attentes mais pourraient être étendus sur certaines périodes

97%

Sous-total
Satisfaits

Les horaires
des sites

92% sur « Barbizon, ses alentours et Yerres »

DES HORAIRES QUI POURRAIENT ÊTRE PLUS ÉTENDUS POUR PROFITER DES LIEUX IMPRESSIONNISTES SOUS DIFFÉRENTES LUMIÈRES

- Maisons et jardins ++
- En été ++

“ Tout ferme à 18h et ça serait bien jusqu'à 20h comme lors de l'exposition ateliers des Lumières aux Invalides. C'est bien à cette heure-ci aussi car c'est différent et nous les Brésiliens, on aime bien plus tard ! - International, Brésil, Musée Marmottan Monet

“ J'aurais aimé que ça ferme un peu plus tard surtout l'été, car il fait encore jour et beau assez tard. - National, IDF, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

DES ACTIVITÉS QUI NE SONT PAS VUES OU PAS CONSIDÉRÉES PAR LA MAJORITÉ DES VISITEURS

À la marge :

- Des activités et des parcours de visite pour enfants repérés et valorisés
- Un atelier de peinture mentionné

“ Il y avait à l'extérieur un atelier où les gens pouvaient peindre avec des modèles prédécoupés. Je ne l'ai pas fait car il y avait du monde et on ne voulait pas attendre. - Local, IDF, Argenteuil - La maison impressionniste Argenteuil

“ Il y avait même des petits insignes avec des explications pour les enfants. Et j'aime bien car étant petite, quand il y avait ces insignes, je me disais que ce n'était pas que pour les parents mais aussi pour moi. Il y avait même une activité à la fin pour que les enfants puissent dessiner. - Local, IDF, Musée de l'Orangerie

Un rapport qualité/prix jugé satisfaisant par les visiteurs

93%

Sous-total
Satisfaits

du rapport
qualité prix

99% sur « Rouen & les
boucles de Seine »

98% sur « Caen au
Cotentin »

95% sur les sites
normands

91% sur les sites
franciliens

90% sur « Paris &
Montmartre »

87% sur « Auvers et la
Vallée de l'Oise »

UN RAPPORT QUALITÉ / PRIX SATISFAISANT POUR LA GRANDE MAJORITÉ

A fortiori pour ceux bénéficiant de la gratuité :

- Les -26 ans, les étudiants
- Les résidents locaux
- Les visiteurs pendant les Journées du patrimoine

« On a de la chance en France d'avoir des musées pas chers. On a l'accessibilité à l'art pas cher. - Local, IDF, Musée de l'Orangerie

« Le prix est un peu élevé pour un accès tous publics. Certains musées municipaux sont totalement gratuits (Toulon par exemple). Mais votre musée est très beau et fort agréable - National, Musée des beaux-arts - CAEN

Des œuvres & des lieux qui marquent les visiteurs

94%

Sous-total
Satisfaits

La diversité et
qualité des
œuvres
proposées

92% sur les
excursionnistes
franciliens

88% sur « Auvers et la
Vallée de l'Oise »

UNE DIVERSITÉ & UNE QUALITÉ DES ŒUVRES SATISFAISANTE

- Des œuvres qui permettent aux visiteurs de se projeter et d'imaginer la vie des artistes impressionnistes telle qu'elle était à l'époque
- De belles œuvres mémorables
- Dans les maisons et jardins, des plantes & des décors qui ont le statut d'œuvres d'art pour les visiteurs (Giverny++)
- À noter, dans les maisons & jardins, l'absence ou le nombre limité d'œuvres des artistes

“ I loved the kitchen in the house at the end of the visit. Very interesting because it was very big compared to the living room. Very functional and with interesting style from the end of the 19th century. - International, Géorgie, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

“ Je m'attendais à un jardin comme celui du Jardin des Plantes à Paris et c'était l'inverse. Beaucoup plus dense et on s'arrête devant les fleurs comme un tableau ou une œuvre d'art en tant que tel. - National, IDF, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

“ When you watch big posters about cabaret places like “Le Chat Noir”, you can see the life inside these places. And there was a room that simulated the bar where you can order drinks. They had videos also. The all mood of the place was transmitting this feeling. And I really like the program with 9 PM you have this show then at 10 another show etc. - International, Colombie, Musée de Montmartre

“ Je me rappelle aussi d'une statue, La Porte de l'Enfer de Rodin, c'est vraiment impressionnant parce que c'est magnifique. - International, Chine, Musée d'Orsay

94%

Sous-total
Satisfaits

La
présentation,
l'agencement
des œuvres

90% sur « Auvers et la
Vallée de l'Oise »

Une présentation des œuvres qui facilite l'immersion...

DES VISITEURS SENSIBLES À LA MISE EN SCÈNE DES ŒUVRES

- Des murs colorés & des éclairages valorisant les œuvres (Musée de l'Orangerie, MuMa, Musée des Beaux-Arts de Rouen)
- Dans les musées généralistes, une mise en scène des salles impressionnistes permettant de faire vivre une expérience différente du reste du musée
- Des toiles espacées permettant de circuler et de profiter des œuvres
- Dans les jardins & parcs : une scénographie appréciée (Maison Caillebotte++)
- Des ambiances chaleureuses : parquet, mobilier en bois, éclairage

“ A good use of space. Even if there are people, you have a good rate of empty space and the piece of art whatever its size. - International, Italie, Musée des Beaux-Arts de Rouen

“ La scénographie de l'expo était excellente, les teintes des murs, les textes. C'était très bien fichu et beau. On rentre dans un endroit avec un plafond moins haut et on est dans l'œuvre de Marquet. Dans un tunnel qu'on suit. J'aime bien avoir un cheminement et ne pas me perdre donc là, ça m'a beaucoup plu. Ses œuvres sont comme des fenêtres dans ce tunnel. - National, Bourgogne, MuMa Le Havre

“ I like it when it's dark with some lights on top of the paintings. It highlights the artwork. - International, Colombie, Musée de Montmartre

“ C'était dans une espèce de couloir, une partie du mur était peinte d'une autre couleur un peu plus pâle, pastel, pour représenter, je pense, les couleurs de l'Impressionnisme. Et on était en train de marcher à travers ces œuvres. Dans le fond il y avait cette carte de la Seine avec les villes et les artistes impressionnistes qui y avaient travaillé. - National, IDF, Musée des Beaux-Arts de Rouen

“ J'ai beaucoup aimé le parc avec cette espèce de parcours avec des éléments qui reprennent des citations d'auteurs, associées à des tableaux. Il y avait un petit parcours littéraire artistique qui était intéressant. - Local, IDF, Maison Caillebotte

“ Il n'y a pas grand-chose dedans mais les tableaux sont vraiment mis en valeur. Il y a des salles successives en bois et c'est très agréable. - Local, Normandie, Giverny - Musée des impressionnistes Giverny

94%

Sous-total
Satisfaits

La
présentation,
l'agencement
des œuvres

90% sur « Auvers et la
Vallée de l'Oise »

...mais une présentation des œuvres qui demeure perfectible

bva
Xsight

les voyages
impressionnistes
MUSEUMS DE ROUEN

QUELQUES POINTS QUI DÉGRADENT L'EXPÉRIENCE DE VISITE

- Des changements de thématiques des salles qui pourraient être mieux expliqués (*Musée des Beaux-Arts de Rouen++*)
- Des murs couverts de toiles collées les unes aux autres : « *On ne sait plus où regarder* » (*MuMa++*)
- Des reflets qui empêchent de bien profiter des œuvres (*Musée des Beaux-Arts de Rouen++*)

👉 Quand on change de salle, parfois on tombe sur des thématiques totalement différentes. Éventuellement préciser un peu plus. Il y a une ou deux salles où je me suis dit, ça change de thématique brusquement, ou d'époque ou de style, ça aurait été bien d'avoir un panneau à l'entrée qui le dirait. - National, Grand-Est, Musée des Beaux-Arts de Rouen

👉 Je trouvais curieux l'accrochage autour de Boudin, tout est un peu entassé sur un mur, on voit moins bien les œuvres quand elles sont toutes les unes au-dessus des autres. Local, Normandie, MuMa Le Havre

90%

Sous-total Satisfaits

L'info. sur les artistes, l'histoire de l'art...

97% sur « Bords de Seine »

92% pour les Français

92% sur les sites franciliens

92% pour les excursionnistes

86% pour les étrangers

Une information culturelle qui répond globalement aux besoins mais manque de mise en contexte

CONCERNANT L'INFORMATION SUR LES ARTISTES, L'HISTOIRE DE L'ART EN LIEN AVEC LES EXPOSITIONS PROPOSÉES (panneaux, brochures, bornes interactives...)

Des bornes interactives pratiques dans les maisons d'artistes pour donner à voir les œuvres exposées dans les musées (*Maison Caillebotte*) mais peu présentes...

“

Je suis un fan d'histoire donc je pense que c'est mieux si on peut nous ramener dans l'histoire à l'époque où les artistes ont créé les œuvres. Je ne suis pas trop touché, parce que je ne trouve pas de lien. Je ne peux pas me dire les histoires de l'époque. - International, Chine, Musée d'Orsay

“

J'aime avoir un ordre chronologique. Le fait d'avoir beaucoup d'informations sur l'artiste et pas juste une toile avec des infos comme « peinte à l'huile en 1845 ». Il faut aussi que ça ne soit pas trop répétitif et qu'on sorte en se disant que ce n'était pas très riche en information. - Local, IDF, Musée de l'Orangerie

88%

Sous-total Satisfaits

L'information
détaillée sur les
œuvres présentées

96% sur « Caen au
Cotentin »

95% sur « Bords de
Seine »

91% pour les
excursionnistes

90% sur les Français

84% sur les étrangers

83% sur « Estuaire de la
Seine »

Une information culturelle qui répond globalement aux besoins mais manque de mise en contexte

CONCERNANT L'INFORMATION DÉTAILLÉE SUR LES ŒUVRES PRÉSENTÉES (étiquettes ou plaquettes à proximité de chaque œuvre)

- Des cartels qui manquent de clarté ou sont parcellaires quant au contexte de création de l'œuvre (artistique, historique, ...)
- Des cartels parfois mal placés ou écrits trop petits
- Dans les jardins, un manque d'information botanique sur les fleurs

“ Je me souviens qu'il y avait une borne interactive qui était intéressante. On voyait des éléments picturaux de Caillebotte, on pouvait zoomer sur des détails, c'était pas mal. C'était dans la maison, au premier étage. - Local, IDF, Maison Caillebotte

“ J'aurais aimé un descriptif avec le nom des fleurs car je n'ai rien vu. Les gens prenaient des photos et arrivaient à avoir le nom mais moi, je n'ai pas réussi. - National, IDF, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

89%

Sous-total
Satisfaits

Les outils
digitaux mis à
disposition

83% sur « La Côte
d'Albâtre »

80% sur « L'estuaire de
la Seine »

Un audioguide pas utile à tous mais qui ne répond pas toujours aux attentes de ceux qui en ont besoin (1/2)

DES VISITEURS QUI PRÉFÈRENT RÉALISER LEUR VISITE SANS AUDIOGUIDE (cf. expérience impressionniste)

CEUX QUI APPRÉCIENT EN AVOIR UN DURANT LEUR VISITE PEUVENT ÊTRE DÉÇUS LORSQU'ILS N'Y TROUVENT PAS LEUR COMPTE : il peut ne pas apporter suffisamment d'informations, de détails, de précisions par rapport au cartel

► *In fine*, une médiation culturelle décevante car trop limitée

“ Sur Orsay je trouve que c'est un peu limite, j'étais un peu déçu. Tel qu'il est conçu aujourd'hui, il est efficace, il donne l'essentiel, et on peut se satisfaire de ça, mais il pourrait aller plus loin sur la décomposition de l'œuvre, comment elle a été construite, quelle est son histoire, quelles ont été les différentes étapes, quelle technique utilise l'artiste, etc. - National, Nouvelle-Aquitaine, Musée d'Orsay



*Pour rappel, 26% des visites sont réalisées en toute autonomie, en utilisant du matériel trouvé sur place (audioguide, brochure...)

89%

Sous-total
Satisfaits

Les outils
digitaux mis à
disposition

83% sur « La Côte
d'Albâtre »

80% sur « L'estuaire de
la Seine »

Un audioguide pas utile à tous mais qui ne répond pas toujours aux attentes de ceux qui en ont besoin (2/2)

UNE ABSENCE D'AUDIOGUIDES DANS CERTAINS LIEUX QUI POURRAIENT BÉNÉFICIER DE PLUS DE MÉDIATION CULTURELLE, NOTAMMENT :

- Dans les maisons : un manque d'information sur la vie à l'époque de l'artiste
- Dans les jardins : un manque d'information sur les plantes & leur impact sur les œuvres (*Giverny++*).
« *Quelles sont les fleurs dans le jardin ? Comment ont-elles été peintes ?* »
- Dans les lieux très fréquentés où les visiteurs n'ont pas le temps de s'arrêter pour lire les cartels en raison de l'affluence

« You could have two-minute videos like other museums to have more feeling of how life was at that time. And for those who don't know and just go there by chance to explain what was this movement, the painters, etc. Just more educational work. About Giverny, it would be interesting. How it looked, how he built it because the park was not like that before. -International, Géorgie, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

« If someone didn't have my knowledge about Monet and the whole history, he wouldn't have the complete experience there. An audio guide to understand around the house, telling you a story. If you put too much description like in museums, you lose the feeling you have when you are in the house. - International, Mexique, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

« Il y avait seulement les informations sur le premier tableau qui a donné le nom à l'Impressionnisme mais le reste c'est seulement avec l'audioguide et juste sur les tableaux et rien sur lui, sa vie, le style, etc. Si on ne connaît pas bien Monet, on ressort sans avoir rien appris sur lui. J'ai vu un tableau inachevé mais il n'y avait pas d'explication. On ne sait pas pourquoi les tableaux sont là. C'est dommage. Il y a beaucoup de tableaux inachevés. On sait que ce sont des brouillons utilisés pour faire la version finale de ceux qui sont à l'Orangerie mais ce n'est pas expliqué - National, Franche-Comté, Musée Marmottan Monet

« I think there were no headphones for audioguide and it could be interesting to have one when you walk. It could be about the house or garden and flowers. This kind of thing. Usually, you get them but there was no such option. - International, Géorgie, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

Des éléments perfectibles quant aux langues dans lesquelles l'information est disponible

78%

Sous-total
Satisfaits

Les langues disponibles

88% sur « Giverny & ses environs »

83% sur les sites franciliens

53% sur « Rouen & les boucles de Seine »

52% sur « La côte d'Albâtre »

DES PROPOSITIONS AU NIVEAU DES LANGUES DISPONIBLES SUFFISANTES

- Des visiteurs internationaux rencontrés dans le cadre du volet qualitatif globalement à l'aise en anglais et satisfaits des langues disponibles
- À noter, au musée de Montmartre, *a priori* la présence de cartels uniquement en Français

« Plus d'informations sur les plaques de présentation des œuvres d'art, la traduction en anglais ou dans d'autres langues - International, Italien, Musée des beaux-arts - ROUEN

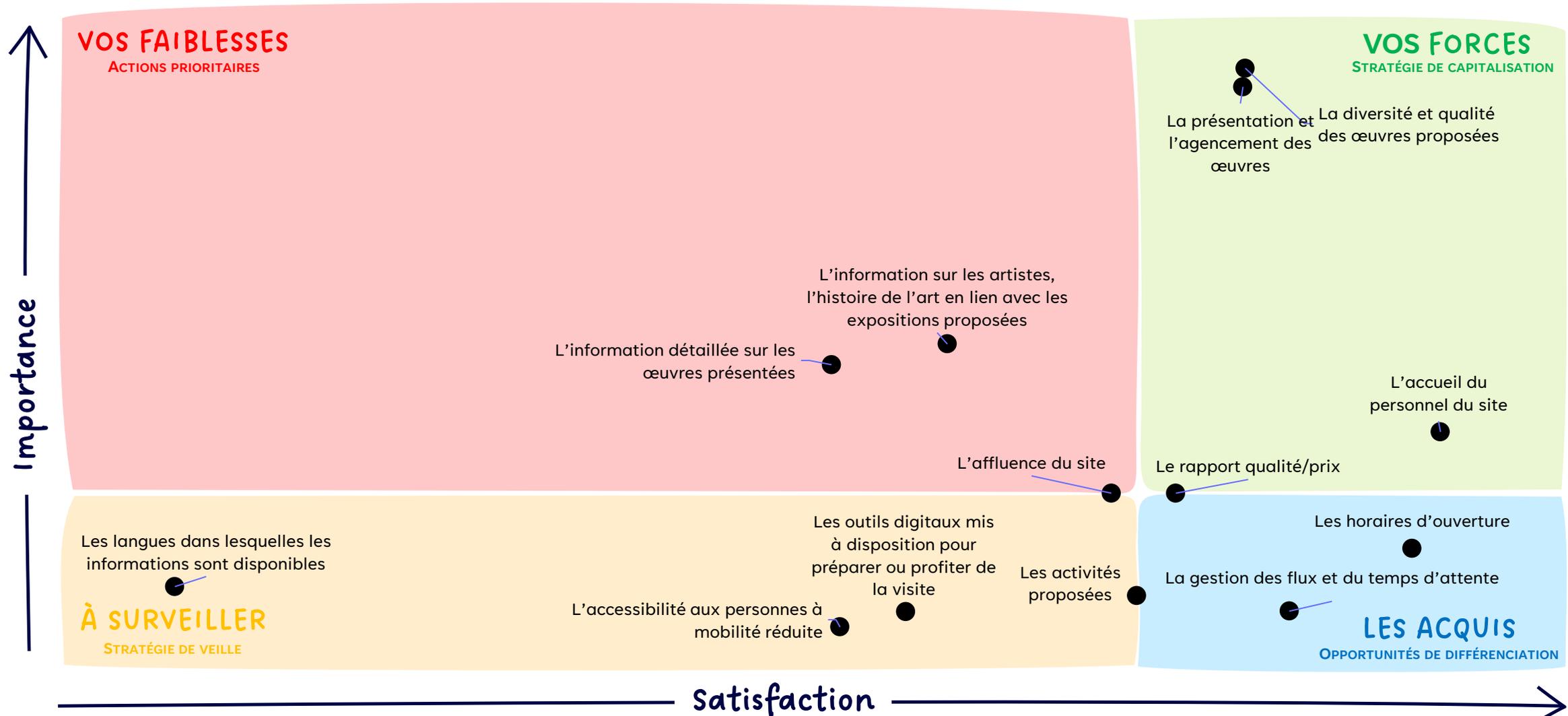
« Les brochures sont également disponibles dans d'autres langues. Comme l'espagnol, l'allemand et l'italien, Italien, Musée d'Orsay - PARIS

« Plus d'informations disponibles dans d'autres langues que le français faciliteraient les choses. Royaume-Uni, Château-musée - DIEPPE

Les œuvres constituent le socle de la satisfaction, une expérience visiteurs qui peut être optimisée par une meilleure information in-situ

Mapping de contribution

SV12. Quel est votre niveau de satisfaction concernant les éléments suivants ?



Base répondants : 4173

Parmi les attentes des visiteurs, plus d'informations et d'explications sur les œuvres

Suggestions d'amélioration de l'information culturelle proposée

SV13. Avez-vous des suggestions pour améliorer l'information culturelle proposée par le site ?

↙ parmi eux... **30%** ont indiqué des suggestions d'amélioration
Base répondants : 4224

55% ont proposé des suggestions d'amélioration de l'information culturelle
Base répondants : 1147

49% ont proposé des suggestions sur d'autres sujets



Initialement orientés sur l'information culturelle, certains répondants nous ont également proposé des suggestions d'amélioration concernant d'autres dimensions

Des attentes également concernant le musée, les œuvres, la visite...

Autres suggestions d'améliorations

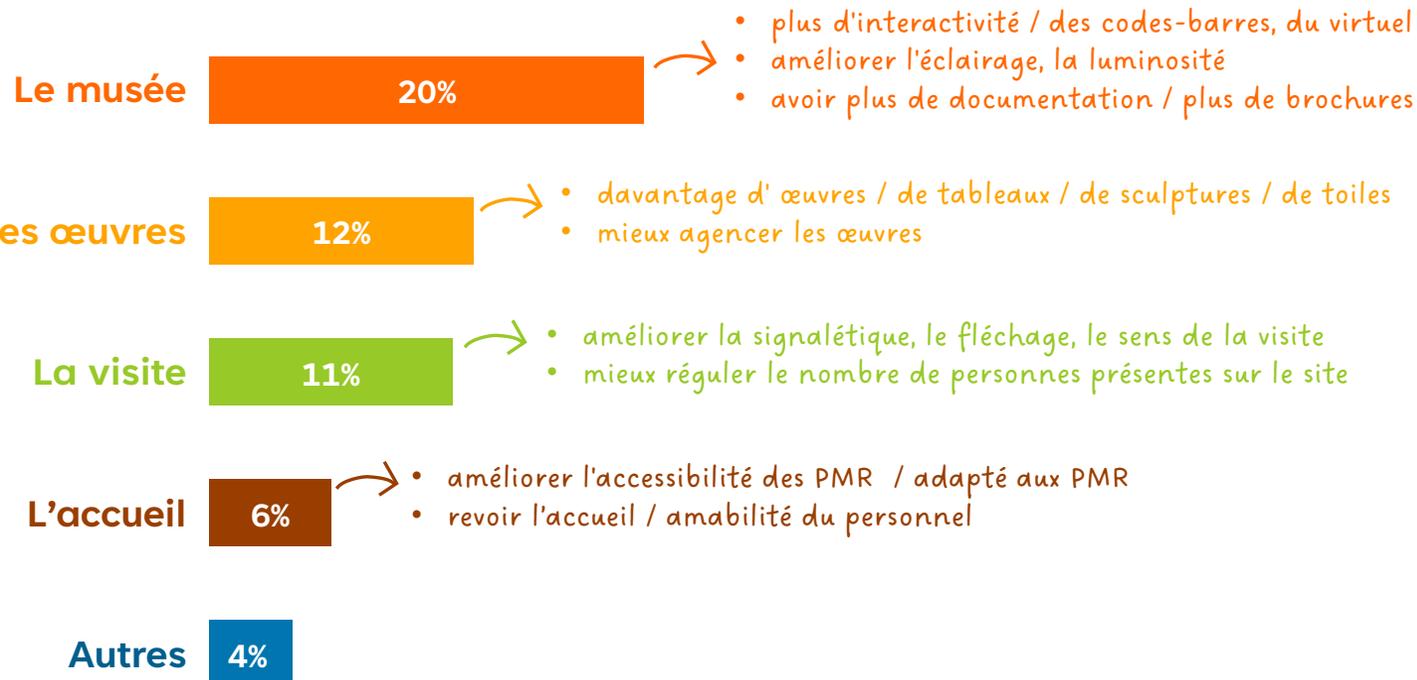
SV13. Avez-vous des suggestions pour améliorer l'information culturelle proposée par le site ?

30% ont indiqué des suggestions d'amélioration
Base répondants : 4224

parmi eux...

55% ont proposé des suggestions d'amélioration de l'information culturelle

49% ont proposé des suggestions sur d'autres sujets
Base répondants : 1147



Initialement orientés sur l'information culturelle, certains répondants nous ont également proposé des suggestions d'amélioration concernant d'autres dimensions

PARTIE 4 : L'EXPÉRIENCE IMPRESSIONNISTE

Quelle évaluation de l'expérience ?



4.1 Les 4 différents types d'état d'esprit

4.2 Les attendus transversaux d'une expérience réussie & les irritants associés

4.3 La (forte) satisfaction au global et « pas à pas »

4.4 La recommandation associée

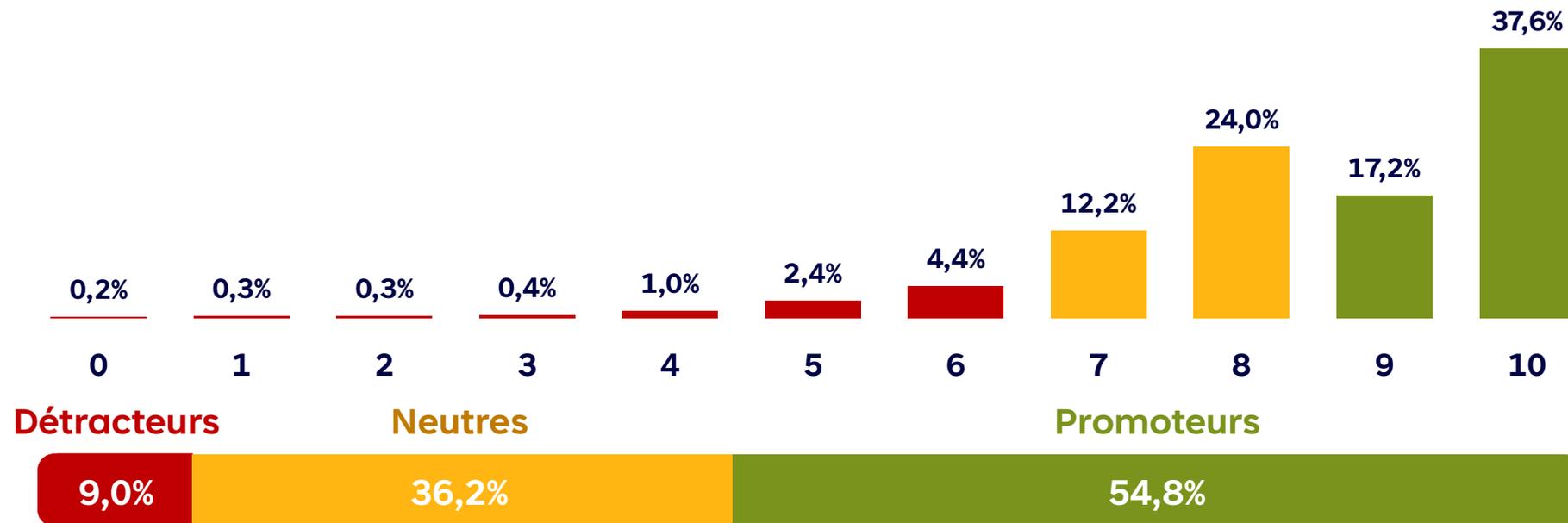


Une expérience « Destination impressionniste » que les clients recommandent fortement...

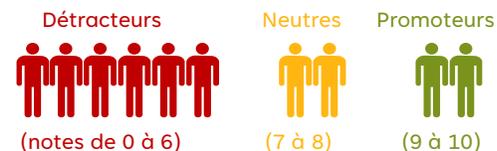
NPS de la visite

SV14. Recommanderiez-vous la visite de ce site à votre famille, vos amis ou vos collègues ?

« 0 » signifie que vous ne le recommanderiez certainement pas, « 10 » au contraire que vous le recommanderiez certainement.



*Le Net Promoter Score (NPS) est un **indicateur de la satisfaction et de la fidélité client**. Il mesure la propension ou probabilité de recommandation d'un produit, d'une marque ou d'un service par ses clients ou utilisateurs.



Net Promoter Score = % de Promoteurs – % de Détracteurs
(exprimé en valeur absolue de -100 à 100)

NPS* 46

50 pour les visiteurs capables de citer des peintres ou des tableaux

29 pour les non connaisseurs du mouvement impressionniste

52 sur « Paris & Montmartre »

31 sur « Auvers et la Vallée de l'Oise »

26 sur « La Côte d'Albâtre »

Base répondants : 4224



Définir des groupes de visiteurs aux pratiques et aux attentes proches

Une analyse statistique nous a permis de constituer des groupes de visiteurs ayant des comportements homogènes.

Ces groupes ont été créés en nous basant sur la relation que chaque individu entretient avec l'Impressionnisme, ses motivations de visite, ses pratiques et ses besoins.

Cette synthèse de l'information doit permettre, par la suite, la mise en place d'actions concrètes et personnalisées, pour répondre au mieux aux attentes de chacun des publics cibles.

PARTIE 5 : TYPOLOGIE COMPORTEMENTALE DES VISITEURS

Quels profils de visiteurs se dégagent des données quantitatives ?

L'expert passionné

Le détaché pragmatique

L'hyperactive conviviale

Le tour traveler

L'influenceuse connectée

L'explorateur curieux

La globe trotteuse culturelle



Les atouts

Une typologie est un exercice de simplification de l'analyse d'informations très complexes : il s'agit de proposer une lecture simple et visuelle de toutes les caractéristiques des visiteurs que nous avons rencontrés.

À la fin de cette typologie, nous résumons ces informations en 7 groupes homogènes, et chaque groupe est caractérisé par ses principaux attributs de manière à pouvoir élaborer des stratégies de développement propres à chaque type de visiteur.

Attention : nous avons donné le nom d'un artiste à chacun des groupes, à titre purement illustratif. Mais ne voyez pas de lien entre cet artiste et les visiteurs qui composent le groupe, en particulier en termes de genre des personnes concernées...

Les limites dans l'analyse

Chaque groupe est décrit à partir des caractéristiques principales qui le distinguent des autres groupes (profil, type de séjour, niveau de connaissance du mouvement impressionniste, région visitée...).

Mais ces caractéristiques ne sont pas exclusives, elles doivent s'analyser en tendance !

Prenons un exemple :

Le groupe des « experts passionnés » est associé prioritairement à des visiteurs franciliens, excursionnistes, visitant seuls le site sur lequel nous les avons rencontrés.

Cela ne veut pas dire qu'il n'y a aucun touriste provincial ou étranger dans ce groupe, à condition qu'ils aient un profil de visiteur proche de celui décrit.

Qui sont les visiteurs de la Destination impressionniste...

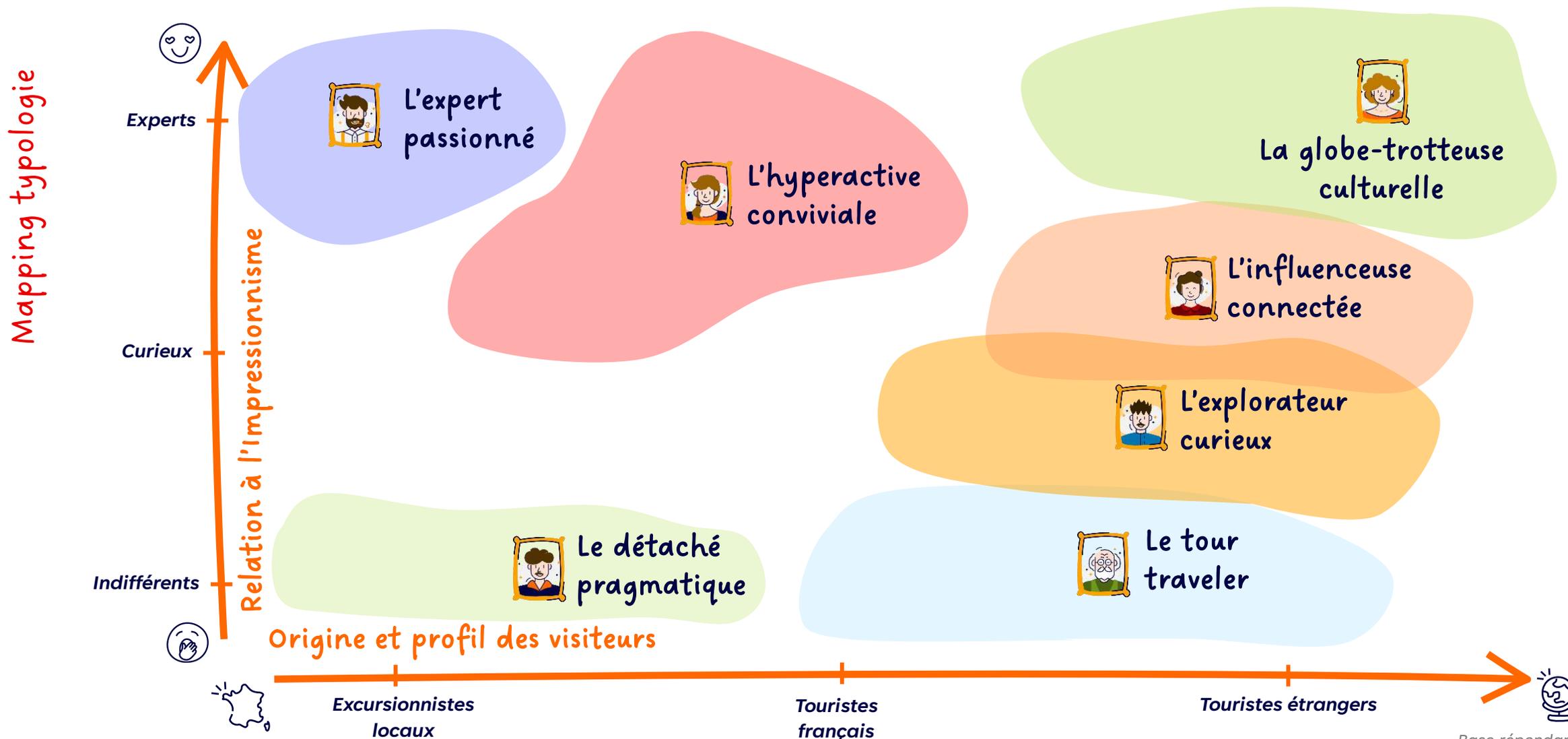
Une introduction à la typologie

Note de lecture :

- La connaissance sur le mouvement impressionniste a été évaluée en 3 niveaux :
 - 1 – Connaît le mouvement et est capable de citer des peintres ou des tableaux impressionnistes
 - 2 – Connaît le mouvement mais sans plus de précisions
 - 3 – Ne connaît pas le mouvement
- L'intérêt pour l'Impressionnisme et l'importance des activités culturelles sont représentés par un indicateur allant de --- à +++

	L'expert passionné	Le détaché pragmatique	L'hyperactive conviviale	Le tour traveler	L'influenceuse connectée	L'explorateur curieux	La globe trotteuse culturelle
Intérêt Impressionnisme	+++	---	++	--	++	-	+++
Intérêt activités culturelles	+++	---	+++	-	++	-	+++
Origine	Francilien	Français	Français	Américain / Asiatique	Européen	Européen	Américain
Touriste / excursionniste	Excursionniste	Les deux	Les deux	Touriste	Touriste	Touriste	Touriste
Zone visitée	IDF	Normandie	Normandie	IDF + Normandie	IDF	Normandie	IDF + Normandie
Fidélité et revisite	Est déjà venu et envisage de revenir	N'était jamais venu avant et ne sait pas s'il reviendra	Est déjà venu et envisage de revenir	N'était jamais venu avant et ne sait pas s'il reviendra	N'était jamais venu avant et envisage une revisite	N'était jamais venu avant et ne sait pas s'il reviendra	N'était jamais venu avant et envisage une revisite
Recommandation de la Destination	+++	+	+++	++	++	++	+++

Des visiteurs qui se démarquent en premier lieu selon leur origine et leur relation au mouvement Impressionnisme



Base répondants : 4224



Claude M.

L'expert passionné

Les « experts passionnés » se distinguent par leur connaissance de l'Impressionnisme et sont majoritairement originaires de France, et notamment franciliens. Leur vif intérêt pour ce mouvement les incite à revenir régulièrement sur les sites impressionnistes, notamment dans le cadre d'évènements ou d'expositions temporaires. Souvent seuls lors de leurs visites, ils se consacrent exclusivement à l'appréciation de l'art, sans s'engager dans d'autres activités connexes.



Français

originaire d'IDF



Excursionniste



Seul

Intérêt pour l'Impressionnisme

→ +++

Importance des activités culturelles

→ +++



L'excursion est dédiée à la visite du site



Visite le site régulièrement



Forte notoriété et fréquence de visite des sites



Sait que le site est lié à l'Impressionnisme > raison de sa visite



Est attiré par une exposition temporaire ou un évènement



Fort connaisseur du mouvement



Réalise sa visite sans guide et sans matériel



Claude M.

L'expert passionné



Son leitmotiv : découvrir et apprendre

Quelles actions possibles ?

Favoriser la revisite

- Déclencher la visite et la revisite : développer les événements temporaires, les expositions, renouveler régulièrement les œuvres et les tenir au courant des nouveautés (newsletter)
- Proposer des offres exclusives voire exigeantes pour garantir des conditions d'accès aux œuvres privilégiées (horaires dédiés, avant-premières...)
- Créer des ambassadeurs de marque : impliquer le visiteur pour renforcer le lien avec le site (leur demander leur avis, créer des interactions)
- Cibler en particulier l'Île-de-France avec de la communication locale

Améliorer l'expérience in-situ

- Améliorer l'information culturelle : il réalise sa visite sans matériel donc il a besoin que l'information soit facilement disponible. Il a une très bonne connaissance et recherche donc une information approfondie, par exemple : proposer des visites guidées avec des guides spécialisés pour offrir une expérience enrichissante et adaptée à leur niveau de connaissance
- Renforcer l'immersion avec la décoration, l'ameublement, le choix des œuvres... pour leur permettre de se connecter aux œuvres

Prolonger la visite

- Développer les offres complémentaires (notamment digitales) pour assouvir leur soif de découverte
- Favoriser la découverte d'autres sites du territoire, organiser des parcours au départ de leur 'site de rattachement'



Auguste R.

Le détaché pragmatique

Les « détachés pragmatiques » représentent des visiteurs peu initiés à l'Impressionnisme : ils réalisent une visite d'opportunité, de passage. Ils accordent une importance minimale aux activités culturelles en général et témoignent d'un intérêt limité pour le mouvement. Ces individus, de nationalité française, ne sont ni familiers ni assidus des sites liés à l'Impressionnisme, découvrant ces lieux principalement grâce au bouche-à-oreille.



Français



Excursionniste/Touriste



En couple

Intérêt pour l'Impressionnisme



Importance des activités culturelles



Ne connaît pas le mouvement impressionniste



Ne sait pas que le site est lié à ce mouvement



Pas d'intérêt pour les activités en lien avec l'Impressionnisme



Visite « one shot » du site



Faible fréquentation et connaissance des sites de la Destination



Sa motivation de visite est la proximité du site avec son lieu de séjour



L'excursion est dédiée à la visite du site



Connait le site grâce au bouche-à-oreille



Achète son billet in-situ



Auguste R.

Le détaché pragmatique



Son leitmotiv : *passer le temps*

Quelles actions possibles ?

Favoriser la visite

- Créer des opportunités de visite, déclencher la visite, en communiquant localement (affiche, journaux, office de tourisme, information sur le lieu d'hébergement...)
- Inclure la visite du site dans des packages composés d'autres offres non liées à l'Impressionnisme, sur une thématique loisirs et détente par exemple (dégustation, randonnée)
- Ne pas axer la communication sur l'Impressionnisme, mais d'autres atouts du site
- Avoir un extérieur attrayant et travailler la visibilité du site (signalétique), donner l'envie d'entrer lorsqu'on est de passage (affichage attractif)
- Proposer des offres tarifaires attractives pour les visites à plusieurs, notamment les familles

Améliorer l'expérience in-situ

- Mettre en place des parcours de visite simplifiés
 - Proposer des supports de visite ludiques, courts et simples pour susciter de l'intérêt et développer l'interactivité
 - Générer une vraie surprise pour déclencher un intérêt plus global pour les visites culturelles, notamment à travers les « extras » (lieux de convivialité, de consommation...)
- *Cette cible n'est à adresser que dans le but de créer du trafic sur les sites, indépendamment de la thématique Impressionniste et du territoire.*



Berthe M.

L'hyperactive conviviale

les « hyperactifs conviviaux » sont des visiteurs français pour qui les activités culturelles sont très importantes. Ils réalisent des activités diverses et variées, tant culturelles que de loisirs et détente. Ils démontrent une connaissance approfondie du mouvement impressionniste, motivant ainsi leur visite sur des sites liés à ce mouvement. Ayant exploré de nombreux sites liés au mouvement, leur choix de destination est souvent influencé par le bouche-à-oreille. Ces amateurs d'activités culturelles les pratiquent en famille ou entre amis.



Français



Excursionniste/Touriste



En famille ou entre amis

Intérêt pour l'Impressionnisme



Importance des activités culturelles



Connaisseuse du mouvement, elle est capable de citer des peintres ou des tableaux impressionnistes



Sa motivation de visite est le lien du site à l'Impressionnisme



Fort intérêt pour les activités liées à l'Impressionnisme



Pratique beaucoup d'activités en plus de sa visite



Réalise des activités culturelles, patrimoniales, ou de détente



Se rend régulièrement sur le site



A visité beaucoup de sites de la Destination



Connaît le site grâce au bouche-à-oreille



Berthe M.

L'hyperactive conviviale



Son leitmotiv : apprendre en s'amusant

Quelles actions possibles ?

Augmenter la notoriété des sites

- Sur place, promouvoir d'autres sites de la Destination (et notamment les plus confidentiels) et connecter les sites entre eux

Favoriser la visite

- Faciliter l'accessibilité du site et en particulier le stationnement voiture

Préparer la visite

- Optimiser le parcours du séjour : proposer des packs de visites, développer des offres combinées
 - Développer des partenariats pour la création de packs visite + musée + entrée spectacle
- Proposer un tarif famille ou « petit groupe »
- Mettre en place des coupes files ou accès privilégiés (si réservation en amont) afin de ne pas perdre de temps dans la file d'attente

Améliorer l'expérience in-situ

- Optimiser la visite : voir et apprendre (des choses simples) en un minimum de temps.
 - Améliorer le parcours visiteur et la signalétique (indiquer les œuvres majeures, proposer un plan...)
 - Lever les potentielles contraintes concernant les accompagnateurs : proposer une offre diversifiée et une visite ludique
 - Animer sa visite pour la rendre dynamique et canaliser l'ensemble du groupe visiteur (avec enfants) : évènement et spectacle, parcours



Camille P.

Le tour traveler

Les « tour travelers » sont des visiteurs souvent étrangers qui ne connaissent pas spécialement le mouvement impressionniste et vont le découvrir à l'occasion de voyages organisés. Ils réalisent des visites guidées et font le tour des grands sites culturels : tout est organisé en amont par un tiers, du transport à l'achat des billets. Leur visite est essentiellement motivée par la notoriété du site. Ils n'envisagent pas de revenir et préféreront découvrir de nouveaux lieux...



Étranger lointain

originaire des USA ou d'Asie



Touriste



Groupe de tour operator

Intérêt pour l'Impressionnisme



Importance des activités culturelles



Fait partie d'un groupe organisé



Visite le site avec un guide



Achète son billet via un autre canal (achat de groupe, entrée offerte...)



Ne connaît pas le mouvement impressionniste



Ne fréquente pas les sites impressionnistes



Est attiré par la notoriété du site



Connaît le site grâce à un organisme (office de tourisme, tour operator...)



Se rend sur le site en navette ou autocar privé



Camille P.

Le tour traveler



Son leitmotiv : se laisser porter mais pas transporter...

Quelles actions possibles ?

Favoriser la revisite

- Mettre en place des partenariats avec des tours opérateurs ou des agences de tourisme
- Axer la communication sur des grands noms de l'Impressionnisme (peintres et œuvres célèbres)
- Pour les sites non-spécialistes : mettre en avant la diversité des mouvements artistiques présents

Améliorer l'expérience in-situ

- Soigner l'environnement du site : l'environnement est aussi important pour eux que les œuvres (ils apprécient beaucoup les parcs et jardins, moins d'intérêt pour les œuvres)
- Prévoir des infrastructures suffisantes pour accueillir des groupes (sièges, tables, agencement du site)
- Favoriser le stationnement des autocars et navettes privées
- Point de vigilance sur les langues, tant pour les contacts avec le personnel que sur l'information sur place

Prolonger la visite

- Améliorer l'offre d'activités qui rappellent l'ambiance impressionniste comme les restaurants ou les hébergements

Eva G.

L'influenceuse connectée

Les « influenceurs connectés » sont des touristes étrangers qui découvrent le site à travers des ressources en ligne. Possédant quelques connaissances du mouvement impressionniste et conscients du lien du site avec ce mouvement, ils optent parfois pour une visite guidée. En voyageant en solitaire ou en couple, ils préfèrent acheter leurs billets en ligne, leur motivation étant principalement alimentée par la renommée du site qu'ils visitent en général pour la première fois.



Étrangère



Touriste



Seule

Intérêt pour l'Impressionnisme



Importance des activités culturelles



Connaît le site grâce à internet et le visite pour sa notoriété



Découvre le site



Connaît vaguement le mouvement impressionniste



Est consciente du lien du site à l'Impressionnisme



Le séjour est dédié à la visite du site



Réalise sa visite avec un guide qu'elle a réservé



Visite l'île-de-France



Achète son billet en ligne



Eva G.

L'influenceuse connectée



Son leitmotiv : faire les classiques

Quelles actions possibles ?

Augmenter la notoriété des sites

- Communiquer de manière ciblée : développer une présence en ligne forte (réseaux sociaux, blogs...)
- Orienter les posts sur l'environnement et les sites plus que purement sur les œuvres
- Décrire le contenu des expositions pour leur permettre de repérer les œuvres à voir et de préparer leur visite
- Sur place, promouvoir d'autres sites de la Destination et connecter les sites entre eux

Améliorer l'expérience d'achat

- Avoir la possibilité de réserver en ligne et soigner l'expérience web
- Mettre en place des offres exclusives pour les achats en ligne afin de les inciter à réserver à l'avance

Améliorer l'expérience in-situ

- Soigner l'environnement du site, rendre « instagrammable »
- Faciliter l'accès en transport en commun / train
- Améliorer l'information culturelle en langues étrangères et développer des outils numériques innovants
- Se concentrer sur les sites et les décors emblématiques : Orsay, Orangerie, Giverny

Prolonger l'expérience

- Renforcer les activités ludiques et expérientielles et les expériences avec des locaux



Edgar D.

L'explorateur curieux

Les « explorateurs curieux » sont principalement des touristes étrangers européens qui participent à de nombreuses activités au cours de leur séjour. Ils pratiquent des activités de loisirs, de détente, culturelles et patrimoniales, trouvées la plupart du temps dans leur guide touristique. Ils montrent peu d'intérêt spécifique pour l'Impressionnisme et ne sont pas familiers avec ce mouvement artistique. Ils profitent de la proximité du site par rapport à leur lieu de séjour pour le visiter.



Étranger européen

Allemagne, Royaume-Uni, Pays-Bas



Touriste



En couple ou en famille

Intérêt pour l'Impressionnisme



Importance des activités culturelles



Très actif durant son séjour



Nombreuses activités de détente et/ou culturelle et patrimoniale



Peu connaisseur du mouvement



Ne connaît pas le lien du site à l'Impressionnisme



Découvre le site sans savoir s'il reviendra



Visite le site car il est proche de son lieu de séjour



Visite réalisée individuellement, sans guide



Achat des billets sur place



Edgar D.

L'explorateur curieux



Son leitmotiv : Suivre les recommandations de son guide touristique

Quelles actions possibles ?

Améliorer la notoriété des sites

- Favoriser les référencement dans les guides papiers et en ligne (sur les blogs / réseaux sociaux... + guides type Routard, etc)
- Sur place, promouvoir d'autres sites de la destination et connecter les sites entre eux

Favoriser la revisite

- Améliorer la communication sur le lieu de séjour avec de l'affichage, de l'information dans les modes d'hébergements (y compris campings), etc...
- Renforcer la signalétique aux abords des sites
- Focus Normandie et sites situés en centre-ville
- Proposer des activités de découverte du mouvement impressionniste adaptées à leur niveau de connaissance pour les sensibiliser à l'Impressionnisme

Améliorer l'expérience in-situ

- Développer des offres combinées de proximité (avec les populations, les professionnels locaux...) incluant des activités sportives ou d'autres activités culturelles
- Améliorer l'information culturelle :
 - + d'informations en langues étrangères
 - Développer la mise en place d'outils digitaux (audioguides, appli, site)
 - Améliorer le contenu de l'information sur les œuvres
- Offrir des réductions pour les visiteurs qui achètent leur billet en ligne pour encourager les réservations à l'avance et éviter les files d'attente sur place



Mary C.

La globe trotteuse culturelle

Les « globe trotteurs culturels » sont des touristes qui viennent de loin et portent un fort intérêt à ce mouvement qu'ils connaissent très bien. Leur motivation de visite est d'ailleurs le lien du site avec le mouvement et les œuvres présentées. Les activités culturelles sont primordiales pour eux et ils se renseignent en amont de la visite au travers de la littérature. Ils prévoient leur visite à l'avance en achetant leur billet en ligne et en réservant un guide.



Étrangère lointaine

originaires des USA



Touriste



En famille/avec des amis

Intérêt pour l'Impressionnisme

→ +++

Importance des activités culturelles

→ +++



Experte du mouvement



Est attirée par le lien du site à l'Impressionnisme et pour les œuvres



Fort intérêt pour toutes les activités liées à l'Impressionnisme



Première visite avec intention de revisite



Séjour dédié à de nombreuses activités



Réalise des activités de détente et/ou culturelle et patrimoniale



Réserve un guide avant sa visite



Achat du billet en ligne



Mary C.

La globe trotteuse culturelle



Son leitmotiv : profiter au maximum de sa venue en France pour en apprendre plus sur son sujet favori

Quelles actions possibles ?

Augmenter la notoriété des sites

- Communiquer sur internet, sur des sites référencés en Amérique du Nord et renforcer le référencement du site
- Renforcer la communication des sites les moins fréquentés (hors Orsay, Orangerie, Giverny) et le lien de ces sites avec l'Impressionnisme
- Créer des ambassadeurs de marque : impliquer le visiteur pour renforcer le lien avec le site (leur demander leur avis, créer des interactions)

Préparer la visite

- Proposer des partenariats avec des plateformes de billetterie en ligne
- Proposer des packages d'activités culturelles ou mixer activités culturelles et de détente. Package de plusieurs musées de la Destination ?

Améliorer l'expérience in-situ

- Renforcer les propositions de visites guidées avec un vrai contenu expert
- Améliorer l'information culturelle : plus d'informations en langues étrangères
- Proposer des offres exclusives pour garantir des conditions de visite optimales

Prolonger l'expérience de visite

- Proposer toutes sortes d'activités en lien avec l'Impressionnisme
- Proposer de la littérature (en boutique) ou des sites internet afin qu'ils puissent continuer à se renseigner sur les œuvres après

↑ La globe trotteuse culturelle

Clientèle intéressée par la culture, prête à investir dans des offres de qualité et à parcourir une grande partie du territoire impressionniste. Clientèle étrangère offrant de belles perspectives en termes de marché

L'expert passionné

Clientèle fidèle et passionnée, prête à dépenser pour des événements exclusifs et des offres de qualité. Propension forte à la revisite et à la recommandation

Le tour traveler

Clientèle importante et captive, susceptible de recommander la Destination à son entourage. Potentiel économique fort pour les 2 territoires, mais pas forcément sur les activités culturelles...

L'explorateur curieux

Clientèle à potentiel de dépenses élevé qui peut être intéressée par des offres combinées avec d'autres activités touristiques sur le territoire

L'hyperactive conviviale

Clientèle familiale, qui peut générer des séjours plus longs laissant le temps de découvrir le territoire, avec une intention de revisite assez forte mais un potentiel économique plus réduit

L'influenceuse connectée

Clientèle à fort potentiel de communication et de recommandation sur les réseaux sociaux

Le détaché pragmatique

Clientèle à faible potentiel de fidélisation, mais qui peut être séduite par des offres adaptées à son niveau de connaissance



Quelles pistes pour renforcer l'expérience des visiteurs ?

Les visiteurs sollicités lors de la phase qualitative sont particulièrement intéressés par la Destination, et sont clairement plus connaisseurs que la moyenne : ils nous aident à formuler des pistes pour continuer à renforcer le lien déjà solide entre la Destination et son public, pour une expérience à la fois inclusive et exclusive

PARTIE 6 : LE FUTUR DE LA DESTINATION IMPRESSIONNISTE

Quelles recommandations pour donner plus de corps à la Destination ?

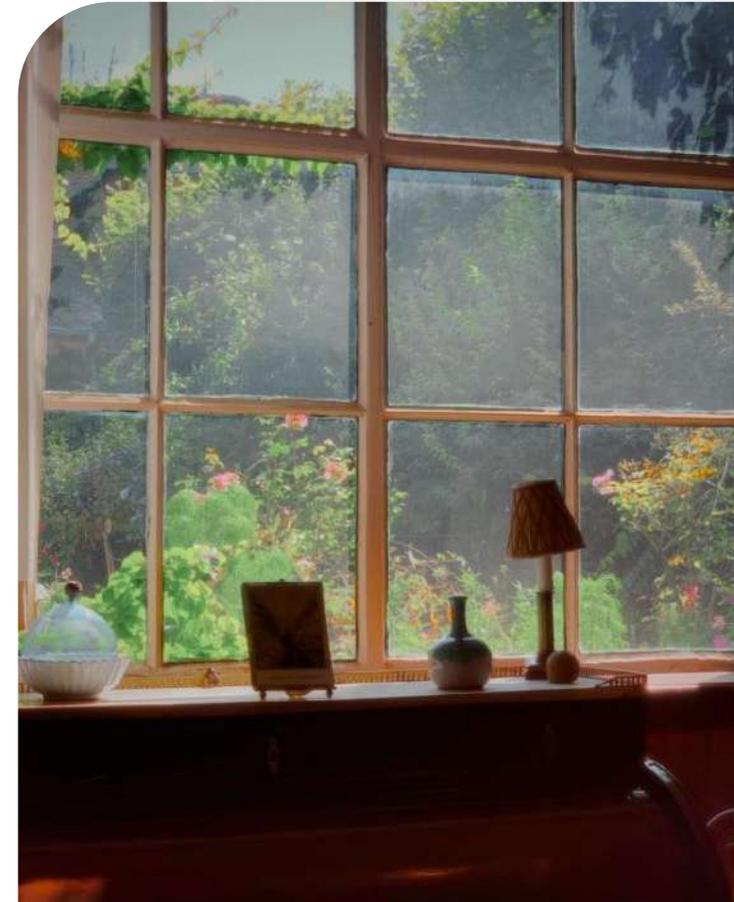
Communiquer

Connecter

Confidentialiser

Accompagner

Immerger



Communiquer davantage sur la Destination impressionniste : faire savoir / faire connaître



COMMUNIQUER DAVANTAGE, EN VALORISANT NOTAMMENT...

- L'ASPECT « POPULAIRE » DE L'IMPRESSIONNISME DANS TOUTES SES DIMENSIONS, et notamment ses dimensions « accessibilité et « bien-être »
- LES LIEUX MOINS CONNUS DE L'IMPRESSIONNISME
- LES EXPOSITIONS TEMPORAIRES (pour les locaux+) : en s'appuyant sur l'affichage local

ADRESSER DE FAÇON PLUS CIBLÉE LES JEUNES VIA LES RÉSEAUX SOCIAUX (Instagram, TikTok++).

Plusieurs constatent en effet que cette tranche d'âge est peu présente sur les sites impressionnistes : manque de connaissance ou manque d'attrait ?...

FOURNIR DAVANTAGE D'INFORMATIONS SUR LES ARTISTES IMPRESSIONNISTES SOUS LE FORMAT DE REPORTAGES pour satisfaire les visiteurs en quête de connaissance et donner envie de redécouvrir les œuvres

- ▶ **INFORMER DAVANTAGE SUR LE CARACTÈRE IMPRESSIONNISTE DES SITES, DES EXPOSITIONS, DES MUSÉES, DES ARTISTES**



Communiquer davantage sur la Destination impressionniste : faire savoir / faire connaître



“ Souvent ça manque de communication, et pourtant je m’y intéresse. Je pense que parfois je suis allé dans des endroits où je suis sûr qu’il y a eu des paysages peints, ou des peintres impressionnistes, et ça n’était pas assez communiqué. - National, Grand-Est, Musée des Beaux-Arts de Rouen

“ Faire des reportages sur la vie de l’artiste. L’hiver dernier, j’ai vu un reportage sur Picasso, ça m’a donné envie et je suis allée au musée Picasso voir une expo. - Local, IDF, Musée de l’Orangerie

“ Ce n’est pas l’idée d’un musée poussiéreux mais on va voir des choses de la vie de tous les jours. Montrer aux gens que c’est pour tout le monde l’Impressionnisme. C’est une peinture accessible. - Local, Normandie, Giverny - Musée des impressionnistes Giverny

“ Le Louvre à Lens bastonne en communication. On l’a partout dans les réseaux sociaux. Là, quand je vois une qualité d’exposition comme celle du Havre, ça m’embête de savoir que des gens qui aiment Marquet n’ont pas été au courant. - National, Bourgogne, MuMa Le Havre



Faire vivre la promesse de « Destination » en établissant une connexion explicite entre les différents sites impressionnistes



METTRE EN ÉVIDENCE LES DIFFÉRENTS LIEUX DE LA DESTINATION IMPRESSIONNISTE...

...DANS LES MUSÉES : REPRÉSENTER PHYSIQUEMENT LES LIENS ENTRE LES SITES

- Des cartes (ex. au musée de Beaux-Arts de Rouen)
- Des scénographies (ex. au musée de Beaux-Arts de Rouen, une carte murale de la vallée jusqu'à l'embouchure de la Seine)
- Des expositions temporaires qui mettent en valeur d'autres sites de la Destination (ex. Exposition Van Gogh à Auvers-sur-Oise. Les derniers mois au Musée d'Orsay)

...DANS LES OFFRES : PROPOSER DES OFFRES PACKAGÉES POUR PLUSIEURS SITES

- Des offres de billets multisites
- Des pass multisites
- Une carte de fidélité « Destination impressionniste » : une visite guidée ou un accès à des conférences offerts pour X sites visités

...DANS LES TERRITOIRES : METTRE EN AVANT L'OFFRE IMPRESSIONNISTE

Il est possible de se rendre aujourd'hui dans un musée généraliste en ignorant tout à fait qu'il expose des œuvres impressionnistes... Ce qui est fortement regretté...

- ▶ **DES FILS D'ARIANE À TIRER : DES CONNEXIONS ARTISTIQUES & AMICALES ENTRE LES PEINTRES, HISTORIQUES & GÉOGRAPHIQUES ENTRE LES SITES**



Faire vivre la promesse de « Destination » en établissant une connexion explicite entre les différents sites impressionnistes



“ They don't tell you where to find another place. In Monet house, I didn't find something saying that you can go to Caillebotte house or Marmottan. It will be great to have a connection between all of them. - International, Mexique, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

“ Dans le cadre de mon master, il y avait 2 sites archéologiques, situés à 50 km l'un de l'autre. La problématique était similaire, comment fait-on pour faire en sorte que les personnes qui visitent le site A fassent 50 km de plus pour aller visiter le site B ? Ce qu'ils avaient fait c'est que le prix des billets inclut les 2 sites, et de mettre en place des navettes entre les 2 sites. - National, IDF, Musée des Beaux-Arts de Rouen

“ Une carte de fidélité pour l'ensemble des musées impressionnistes. Avec l'accès aux conférences et visites guidées. - National, IDF, Musée des Beaux-Arts de Rouen

“ En faisant la visite, il y avait quelque chose sur les murs du musée que j'ai trouvé super. Il y avait la Seine représentée, et les villes liées aux artistes impressionnistes, qui y avaient vécu. J'ai trouvé ça super intéressant, et ça m'amène à cette expression de Destination Impressionnisme. Je ne savais absolument pas que Rouen était lié à ça, et c'était surprenant. - National, IDF, Musée des Beaux-Arts de Rouen

“ L'exposition temporaire sur Van Gogh à Auvers sur Oise, c'est génial, ça attire énormément de monde à Auvers sur Oise, c'est une très bonne idée qu'ils ont fait à Orsay. Peu de gens savaient que les derniers jours de Van Gogh étaient à Auvers sur Oise. - National, IDF, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

“ Je parle souvent avec des Anglais et quand ils viennent en France ils visitent Paris parfois la Normandie, Rouen d'office. C'est donc dans le chemin tracé qu'ils ont prévu de faire sans se rendre compte que l'Impressionnisme peut rentrer dedans. - Local, Normandie, Giverny - Maison et jardins Claude Monet



Faire vivre la promesse de « Destination » en établissant une connexion explicite entre les différents sites impressionnistes



“ C'est formidable et je veux revenir l'année prochaine ! L'idée d'avoir un storytelling entre tous les lieux, ça ajoute une valeur à tous les lieux. J'ai envie de suivre l'histoire entre les lieux. - International, Brésil, Musée Marmottan Monet

“ On retrouve cette idée de « pister ». Un Cluedo, une découverte qui va au-delà des œuvres canoniques et des sentiers battus. - National, Bourgogne, MuMa, Le Havre

“ Woah! I have to put it in my book! I imagine a platform that indicates how to follow this route without spending much time in collecting information. A route map to see museums and places of interest like it was in Pont-Aven with the old hotel in which some groups were meeting at the time. This was the meeting point for the school from Pont-Aven, but we could do it for impressionists. Maybe with color code, people could choose if they wanted to go straight to only museums or other experiences like landscapes or places of interest, and curiosity. This would be very helpful. - International, Italie, Musée des Beaux-Arts de Rouen

“ On manque d'une vision d'ensemble avec une carte avec tous les endroits donc une ressource plus cohérente. - Local, IDF, Maison Caillebotte



Connecter les différents sites de la Destination tel un jeu de piste progressif pour se rendre sur les traces « authentiques » de l'Impressionnisme



METTRE EN PLACE UN SYSTÈME DE RECOMMANDATION « DE SITE IMPRESSIONNISTE EN SITE IMPRESSIONNISTE », ET PUSHER DES EXPÉRIENCES ASSOCIÉES POUR LES PLUS FANS



1

LES LIEUX D'EXPOSITION

« Vous avez aimé le musée d'Orsay, de l'Orangerie ou Marmottan Monet ? Vous aimerez la Maison Monet, Caillebotte, Van Gogh... »



2

LES LIEUX DE CRÉATION

« Vous avez aimé l'ambiance des maisons des impressionnistes ? Allez jusqu'au bout de l'expérience et découvrez les paysages qui les ont inspirés ! »



3

LES LIEUX D'INSPIRATION

« Envie de vivre l'expérience impressionniste de A à Z ? Agrémentez votre séjour avec un programme immersif : atelier de peinture, randonnée sur les falaises... »



Raconter l'Impressionnisme sous un angle plus **subjectif & confidentiel** via des histoires plus intimes & personnelles



RENFORCER LE STORYTELLING & LA NARRATION AUTOUR DE L'IMPRESSIONNISME :

- ... EN RACONTANT & EN INCARNANT L'HISTOIRE DU MOUVEMENT IMPRESSIONNISTE
- ... EN FAISANT VIVRE LES LIEUX OÙ SONT PASSÉS LES ARTISTES (MAISONS ET JARDINS++)
- ... EN DIVULGUANT LES PETITES HISTOIRES DES PEINTRES IMPRESSIONNISTES : le côté « coulisses » / les anecdotes du quotidien
- ▶ **DES DISPOSITIFS POUR QUE LES VISITEURS SE SENTENT PLUS PROCHES DES PEINTRES IMPRESSIONNISTES**

Il y a une histoire sur Van Gogh comme quoi il ne se serait pas suicidé, c'est passionnant, les gens adorent, comme quoi ça serait deux petits gars dans le village d'Auvers-sur-Oise. - National, IDF, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

They could have used more information in the house. On this visit, you're just walking with a mass of people through a house. If it was there, I missed it because of the crowd. - International, États-Unis, Giverny - Musée des impressionnistes Giverny

En fait il faut apporter un peu de piquant, par exemple Monet avant d'arriver à Giverny vivait avec un couple à Argenteuil, les gens adorent ce genre d'histoire. Des histoires, des anecdotes, c'est fondamental. - National, IDF, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

Ça manquait un peu de vie et d'explications. Il faudrait plus d'histoire, de vie et d'humains. Plus de communication, d'interactions et d'explications. - Local, Normandie, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

(NDLR : les 'rumeurs' tenus autour de la vie de Van Gogh n'ont pas été à date confirmées)

Garantir des conditions de visite plus **confidentielles** en améliorant notamment la gestion des flux & des jauges



RÉDUIRE LES JAUGES DE CERTAINS SITES (Giverny)

- Une réservation obligatoire avec des créneaux de visite
- Une taille de groupe limitée, au profit des petits groupes

PROPOSER DES VISITES EN PETIT COMITÉ

FIDÉLISER EN CONVIANT LES VISITEURS AVEC DES INVITATIONS PERSONNELLES

PERSONNALISER LA MÉDIATION CULTURELLE, en donnant la possibilité aux visiteurs d'échanger...

- Avec des personnes en salle en capacité de renseigner sur les œuvres exposées dans les musées
- Avec des jardiniers en capacité de renseigner sur les plantes & les fleurs exposées dans les jardins (Giverny++)

PROPOSER UNE PLUS GRANDE AMPLITUDE HORAIRE POUR PROFITER DES MAISONS & JARDINS SOUS TOUTES LES LUMINOSITÉS POSSIBLES (en été++)



Garantir des conditions de visite plus confidentielles en améliorant notamment la gestion des flux & des jauges



“ If there are some closed days for some special clients. Fewer people but more of those who are into the art. Kind of guest list. - International, Géorgie, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

“ Comme dans certains musées, je ferais des heures d'arrivée, 9h 9h30 10h 10h30, etc., espacer afin qu'on se marche moins dessus et qu'on profite davantage du lieu. - National, IDF, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

“ Proposer des petits groupes, arrêter avec les immenses cars de touristes japonais. On est quand même dans des lieux à l'opposé du tourisme de masse. Giverny c'est quand même la zénitude, la contemplation, le calme, etc., du coup privilégier les petits groupes et interdire les grands. - National, IDF, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

“ Je me sentirais plus proche du mouvement impressionniste s'il y avait quelqu'un qui nous accompagne. Il y a beaucoup d'employés qui sont déjà dans les salles, mais je pense qu'ils protègent les œuvres. S'ils peuvent nous renseigner, c'est mieux. - International, Chine, Musée d'Orsay

“ Ça serait sympa qu'on ait un jardinier parfois même 10 minutes, qui nous explique les différentes plantes. Les jardiniers, on les voit partout mais ils ne nous parlent jamais. Ils pourraient nous expliquer les relations entre les fleurs et la peinture de Monet. - National, IDF, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

“ J'aurais ajouté un côté plus humain avec un panneau qui présente les gens qui s'occupent du lieu. Je ne suis pas très visite guidée mais j'aurais aimé voir les jardiniers pour leur poser des questions. - Local, Normandie, Giverny - Maison et jardins Claude Monet



Développer certains dispositifs d'accompagnement pour délivrer plus d'informations au cours de la visite



DANS LES JARDINS, DONNER ACCÈS À PLUS D'INFORMATIONS SUR LES PLANTES VIA :

- Des panneaux
- Une application
- Des jardiniers à disposition

DANS LES MAISONS D'ARTISTES, INSTAURER UNE MÉDIATION CULTURELLE IMMERSIVE :

- Un audioguide itinérant pour ne pas s'interrompre en tapant des numéros...
- Un audioguide avec des écouteurs, pour avoir les mains libres

SUR CERTAINS SITES, CLARIFIER LE SENS DE VISITE ET FACILITER LA DÉAMBULATION DES VISITEURS



L'exemple de PlantNet, une appli pour identifier les plantes

On n'a pas le moyen de reconnaître les plantes. Heureusement qu'on avait une application téléphone qui le permettait. Ça serait bien de mettre un QR code pour avoir cette application pour les gens. - Local, Normandie, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

At the Hotel de la Marine, I like the way they move you through it and when you put your headphones on, they tell you a story instead of you putting a number and they tell you about it. I would like to have that kind of audioguide. If you hear history and you walk through the museum, it's great. - International, Mexique, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

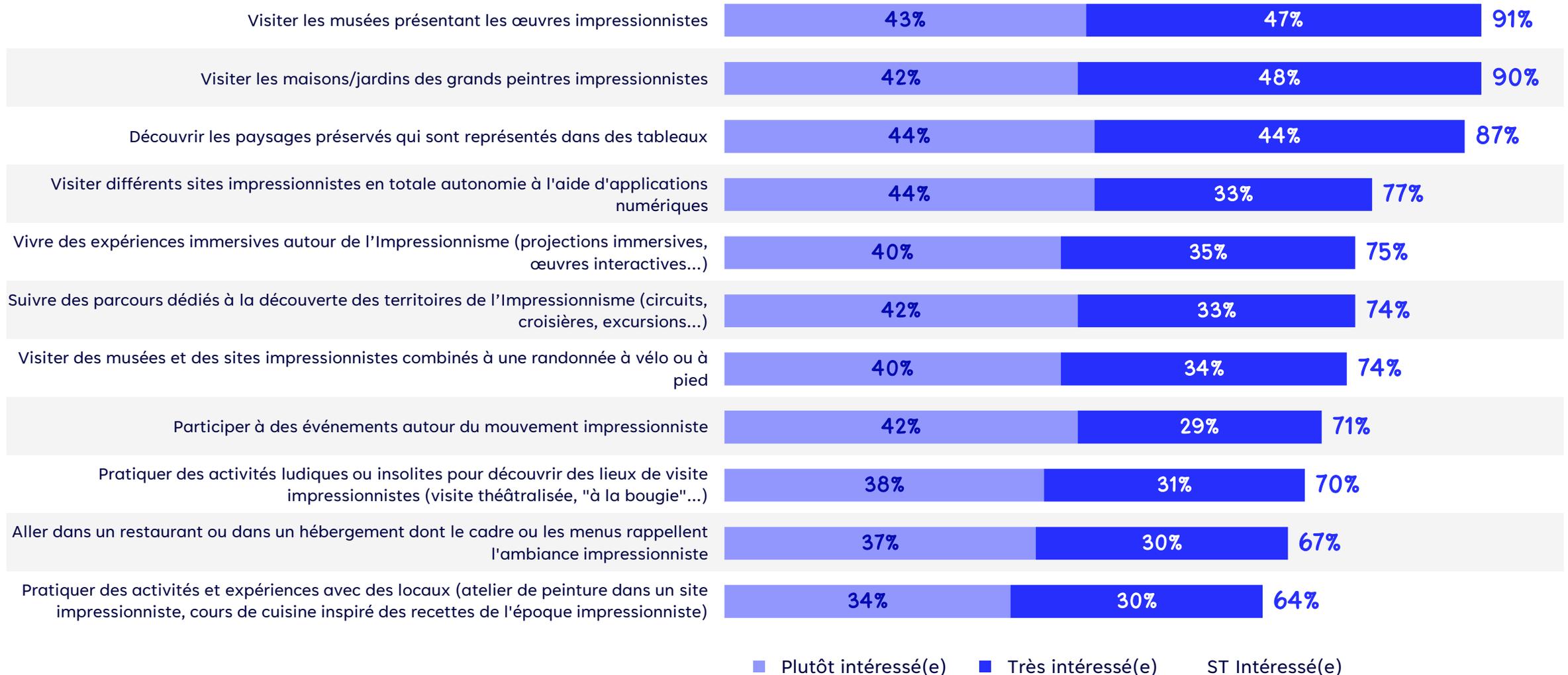
Il faudrait aussi développer le digital à Auvers parce qu'on se balade, et s'il n'y a pas un guide qui vous explique, on est complètement perdu, et même il n'y a aucun sens de visite à Auvers, malgré les filles qui font la visite de la chambre de Van Gogh, mais ça, c'est 20 minutes. - National, IDF, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

Si les gens n'ont pas de guide, je me demande ce qu'ils apprennent. Je leur explique la vie de Monet, Giverny, ce qu'il faisait de ses journées, les différentes œuvres qu'il a peintes, ses enfants, la maison, etc., mais les gens qui viennent sans guide, ils voient juste des fleurs et une maison lambda. - National, IDF, Giverny - Maison et jardins Claude Monet

Renforcer les activités classiques et les possibilités d'immersion

Intérêt des clients pour les différentes activités et visites

IG6. Pour chacune des activités et visites suivantes, pourriez-vous nous indiquer à quel point elles vous intéressent ?



Base répondants : 4146

Des activités immersives souhaitées par les connaisseurs du mouvement, les non-connaisseurs plutôt en recherche d'activités ludiques

Intérêt des clients pour les différentes activités et visites

IG6. Pour chacune des activités et visites suivantes, pourriez-vous nous indiquer à quel point elles vous intéressent ?

Les connaisseurs sont plus intéressés par des activités directement liées à l'essence du mouvement et de ses œuvres, qui permettent de prolonger la visite et d'approfondir leurs connaissances...



... alors que les non-connaisseurs préfèrent des activités plus immersives et ludiques qui leur permettent de vivre une expérience plus participative et insolite



Visiteur étant capable de citer des peintres ou des tableaux

Non connaisseurs de l'Impressionnisme



Visiter les musées présentant les œuvres impressionnistes

Visiter les maisons/jardins des grands peintres impressionnistes

Découvrir les paysages préservés qui sont représentés dans des tableaux

Visiter différents sites impressionnistes en totale autonomie à l'aide d'applications numériques

Vivre des expériences immersives autour de l'Impressionnisme (projections immersives, œuvres interactives...)

Pratiquer des activités ludiques ou insolites pour découvrir des lieux de visite impressionnistes (visite théâtralisée, "à la bougie"...)

Visiter des musées et des sites impressionnistes combinés à une randonnée à vélo ou à pied

Suivre des parcours dédiés à la découverte des territoires de l'Impressionnisme (circuits, croisières, excursions...)

Base répondants : 4146

PARTIE 7 : LE DERNIER COUP DE PINCEAU

Quelles orientations pour la Destination ?

Optimiser l'expérience

Renforcer la marque

Développer la fréquentation



IDENTIFIER LES CARACTÉRISTIQUES DES VISITEURS

La "Destination impressionniste" attire une clientèle de Français et d'étrangers : **39% de nos répondants sont étrangers**, en provenance des **Etats-Unis, d'Allemagne, du Royaume-Uni, d'Italie et des Pays-Bas** (Top 5 des pays).

Les **touristes** représentent **64%** de la clientèle sollicitée, tandis que les **excursionnistes** représentent **36%**.

94% de ces visiteurs sont présents dans le cadre de séjours ou visites **organisé(e)s individuellement**.

Les visiteurs sont présents dans le cadre d'un motif **loisirs (83%)** ou pour **rendre visite à leurs proches (14%)**. Ils se rendent sur site par groupes moyens de **3,1 personnes**.

IDENTIFIER LES PRATIQUES DE LA CLIENTÈLE

- **CONCERNANT LA VISITE** : les visiteurs connaissent le site grâce **au bouche-à-oreille (35%)** et à **internet (35%)**. Ils se rendent sur le site avec leur **voiture personnelle pour 38%** d'entre eux ou **en transport en commun (26%)**. Les **œuvres présentées** motivent leur visite pour **34%**. Ils achètent leur billet directement **sur place au guichet (75%)** et choisissent la visite en **autonomie (85%)**. **37%** des visiteurs **n'étaient jamais venus avant et envisagent de revenir**.
- **AUTOUR DE LA VISITE** : les touristes séjournent en moyenne **6,1 jours** et **80%** d'entre eux pratiquent **au moins une activité** durant leur séjour en plus de la visite du site. Quant aux excursionnistes, **53%** pratiquent **au moins une autre activité** durant leur excursion.

COMPRENDRE LA RELATION DES VISITEURS À L'IMPRESSIONNISME avec le volet quantitatif

92% des répondants connaissent le mouvement impressionniste, **65%** sont capables de **citer des peintres ou des tableaux**. **71%** des visiteurs interrogés savent que le site est lié à l'Impressionnisme et **77%** sont intéressés par ce mouvement pictural.

En termes de notoriété et de fréquentation des sites, **le top 5** est composé du **Musée d'Orsay, de la Maison et des jardins de Claude Monet, du Musée de l'Orangerie, du Musée des Impressionnistes Giverny et du Musée Marmottan Monet**.

Pour une grande majorité de visiteurs interrogés (**95%**), les **activités culturelles sont importantes** dans le cadre de leur séjour ou visite.

MESURER LA SATISFACTION DES CLIENTÈLES

98% des répondants sont **satisfaits** de leur expérience [score très proche du taux de satisfaction mesuré pour des séjours dans les grandes régions touristiques françaises].

Les points forts sont **l'accueil du personnel du site (97% de satisfaction)** et les **horaires d'ouverture (97% de satisfaction)**. Les **langues dans lesquelles les informations sont disponibles (78% de satisfaction)**, **l'accueil des PMR (88% de satisfaction)** et **l'information détaillée sur les œuvres présentées (88% de satisfaction)** sont les points les moins bien perçus.

Le NPS (score de recommandation de la Destination à ses proches, allant de -100 à + 100) est de **46** [niveau intermédiaire par rapport aux grandes régions touristiques françaises, dont le NPS peut varier de 35 à 65 selon la destination].

En synthèse...

ESTIMER LA CONSOMMATION GÉNÉRÉE PAR LES VISITEURS

...**PAR LES TOURISTES** : les touristes dépensent en moyenne **94,6€** par jour et par personne [niveau intermédiaire, cette dépense par jour et par personne pouvant varier de 70 à près de 115€ dans les grandes régions touristiques françaises].

Chez les touristes qui logent en hébergement marchand, la dépense moyenne s'élève à **114,1€** dont **61,3€** pour l'hébergement.

Au global du séjour chaque touriste (marchand ou non) dépense **457€** pour la globalité de son séjour. Se montant s'élève à **466€** pour les visiteurs interrogés en Île-de-France et **452€** pour les visiteurs interrogés en Normandie.

... **PAR LES EXCURSIONNISTES** : les excursionnistes dépensent en moyenne **42,5€** par personne pour leur journée de visite. La nourriture représente **35%** des dépenses (**15€**).



Optimiser l'expérience visiteurs (en tenant compte des attentes très hétérogènes)

CONCERNANT LES VISITEURS LES PLUS PROCHES DU MOUVEMENT IMPRESSIONNISTE, CEUX NOTAMMENT RENCONTRÉS DANS LE CADRE DU VOLET QUALITATIF DE CETTE ÉTUDE :

Il s'agit d'abord de ne pas les décevoir / ne pas contrarier leur façon d'appréhender l'Impressionnisme, à savoir en prenant le temps de flâner, de contempler, d'explorer, de ressentir... ce qui implique notamment d'être attentifs à l'affluence, au nombre d'assises à disposition, aux comportements des autres visiteurs...

Il s'agit ensuite de rendre leur expérience impressionniste mémorable. Pour ce faire, il faut notamment :

- ... Assouvir la soif des différents « états d'esprit », donc offrir un maximum de connaissances aux *cultivores*, de sensorialité aux *contemplatifs*, d'émotions aux *immersifs*, et de lieux & moments instagrammables aux *selfies-addicts*
- ... Valoriser autant que possible les œuvres & les artistes, mais également les lieux & les plantes
- ... Proposer des expériences à la fois accessibles, surprenantes & immersives
- ... Confidentialiser autant que possible leurs visites : plus de personnalisation, d'intime, de « premium »

CONCERNANT LES AUTRES PUBLICS – MIS EN LUMIÈRE VIA LE VOLET QUANTITATIF - PARFOIS NOMBREUX, MOINS FÉRUS DE CULTURE, MOINS CONNAISSEURS & MOINS INTÉRESSÉS PAR LE MOUVEMENT, À SAVOIR :

- **LES VISITEURS DE PASSAGE, OPPORTUNISTES** : leurs attentes principales portent sur les conditions matérielles de la visite (conditions d'accès, temps d'attente, accès aux toilettes, circulation dans les espaces, présence d'assises...) : un public routinier mais qui peut recommander l'expérience si elle s'est bien déroulée
- **LES PETITS GROUPES, ET EN PARTICULIER LES FAMILLES AVEC ENFANTS** : il s'agirait de leur proposer des ateliers pour laisser à chacun la possibilité de vivre une expérience à son échelle

Renforcer la marque (pour que la notoriété du mouvement & des grands sites profite à tous)

LES VISITEURS LES PLUS PROCHES DU MOUVEMENT IMPRESSIONNISTE, DÉJÀ « CONVAINCUS », POURRAIENT TOUT À FAIT DEVENIR DES AMBASSADEURS DE LA DESTINATION IMPRESSIONNISTE – ET AINSI PARTICIPER À SA NOTORIÉTÉ – SI ELLE LEUR ÉTAIT DAVANTAGE PALPABLE.

Car peu, aujourd’hui, voient « l’ensemble » de la Destination...

Pour ce faire, il s’agit de :

CONSIDÉRER QUE L’EXPÉRIENCE DOIT SE JOUER AUSSI EN DEHORS DES ŒUVRES

- **Connecter les différents sites et les 3 types de lieu** (exposition / création / inspiration)
- **Renforcer l’accessibilité entre les différents sites**
- **Raconter des histoires & anecdotes sur les artistes** (la famille « impressionniste ») **avant, pendant et après la visite...**
- **Prolonger autant que possible l’expérience** en permettant de faire une pause / de s’arrêter dans un café à l’image de la Destination, de faciliter la visite d’un autre site à proximité, de s’informer de chez soi sur un quelconque aspect

« **INSPIRER** » **SANS PRÉTENDRE AU BONHEUR (DIFFICILEMENT ACCESSIBLE)**. L’Impressionnisme c’est de la proximité, de l’authenticité, du bien-être, mais pas un objectif difficile à atteindre car multi-factoriel

AU-DELÀ, IL S’AGIT ÉGALEMENT D’HARMONISER LA COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE ET DE CONTINUER À PROMOUVOIR LE CONTRAT DE MARQUE AUPRÈS DE TOUS LES TYPES D’ACTEURS

Développer la fréquentation (en priorité sur les sites les moins référencés)

IL S'AGIT DE RÉSOUDRE UNE ÉQUATION COMPLEXE : DÉVELOPPER LA FRÉQUENTATION TOUT EN MAINTENANT DES CONDITIONS DE VISITE AGRÉABLES POUR TOUS LES TYPES DE VISITEURS

UN RUISSELLEMENT LE LONG DE LA SEINE...

- Travailler la notoriété des grands sites au bénéfice des sites plus confidentiels, en mettant justement en avant le caractère plus préservé de la visite
- Proposer des offres combinées pour attirer de nouveaux profils (cyclotouristes, familles avec enfants...) en partenariat avec les populations locales, les hébergeurs & l'ensemble des professionnels autour des sites (en particulier en Normandie)

ACCROÎTRE LES CAPACITÉS D'ACCUEIL (QUAND CELA EST POSSIBLE...)

- Selon la saison, selon les capacités en termes d'accueil par les personnels et les infrastructures, proposer des horaires élargis (en saison le soir, certaines nuits...) en mettant notamment en avant le lien avec les œuvres (lumière et ambiance différentes, séances olfactives en période de floraison pour les jardins et les parcs...)



Merci