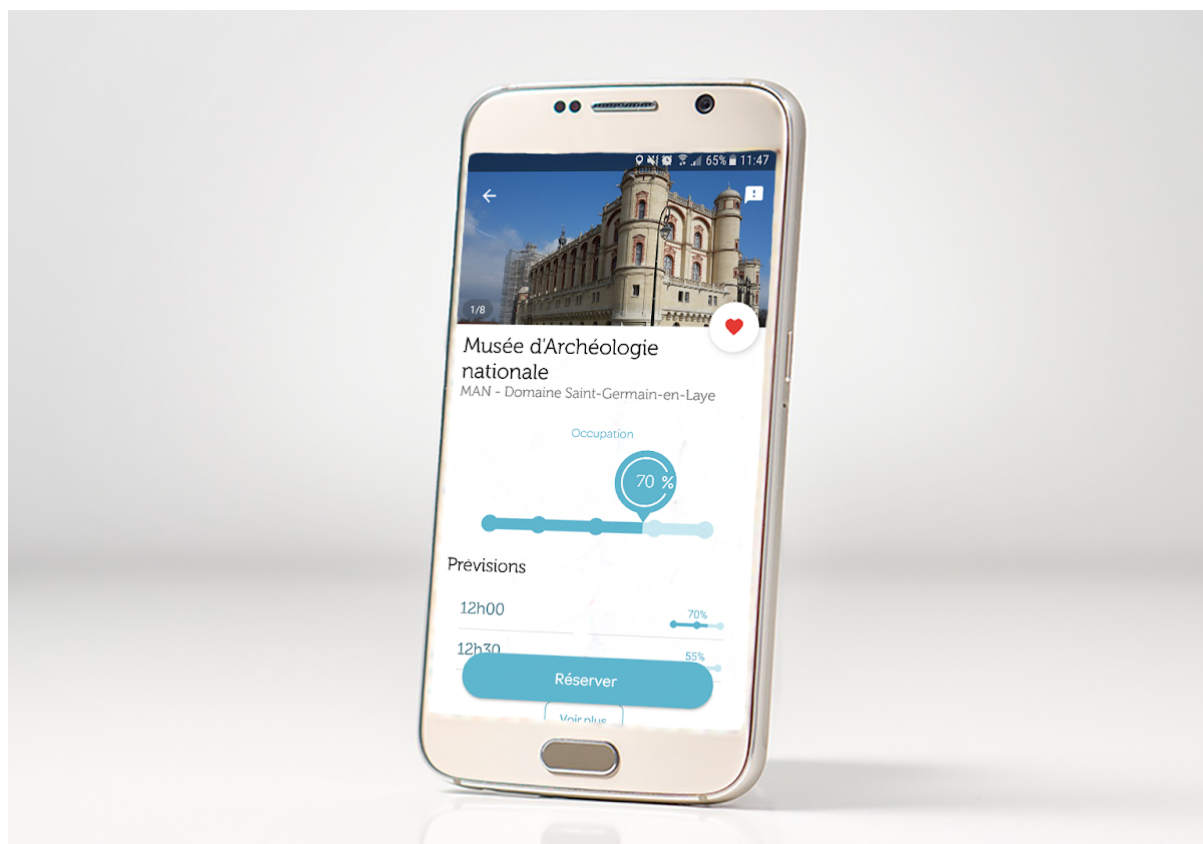


# Etude des usages et des publics pour le Musée d'archéologie nationale de Saint-Germain-en-Laye



<b>Etude des usages et des publics pour le Musée d'archéologie nationale de Saint-Germain-en-Laye</b>	<b>1</b>
1. Contexte	3
1.1. SNI 2017: Affluences et le Musée d'Archéologie nationale	3
1.2. La fréquentation du musée	3
2. Justification méthodologique	5
2.1. Méthodologie suivie par Affluences	5
2.2. Outils d'analyse employés	7
3. Etude des usages et des publics concernant le service Affluences	8
3.1. La lisibilité des horaires d'ouverture	8
3.2. Le développement de nouveaux publics	10
3.3. La réservation des visites et activités	11
3.4. L'organisation interne	14
4. Conclusion et développements futurs	15
Annexe : résultats de l'enquête qualitative auprès du public du MAN	16

# 1. Contexte

## 1.1. SNI 2017: Affluences et le Musée d'Archéologie nationale

Affluences est une start-up spécialisée dans la mesure, la prévision et la communication en temps réel de l'affluence (temps d'attente et/ou taux d'occupation) à destination des lieux ouverts au public.

Depuis sa création en août 2014 et son premier partenariat avec la Bibliothèque publique d'information (BPI), notre startup s'est ouverte à de nouveaux secteurs, en particulier celui des musées et des monuments.

Grâce au prix SNI 2017, remporté en partenariat avec le Musée d'archéologie nationale (MAN), Affluences a eu la possibilité de développer une version de son service adaptée aux établissements muséaux. L'objectif était de pouvoir répondre aux problématiques qui leur sont propres : une visibilité sur le territoire, une parfaite lisibilité des informations pratiques, un accès à l'affluence en temps réel et à l'affluence prévisionnelle, contenus dans une application mobile unique.

Le Musée d'Archéologie Nationale est un musée consacré à l'archéologie de la France. Il est installé dans le château de Saint-Germain-en-Laye dans le département des Yvelines.

Avec ses 19 salles réparties sur deux niveaux, le Musée présente des collections archéologiques de niveau international. La politique des publics menée par l'établissement vise actuellement à ouvrir ce patrimoine au plus large public, et met notamment l'accent sur une stratégie numérique ambitieuse<sup>1</sup>.

La présente étude des publics a pour but d'établir un retour d'expérience sur le projet soutenu.

## 1.2. La fréquentation du musée

La fréquentation du MAN dépasse les 100 000 visiteurs par an depuis cinq années consécutives.

En 2017, 105 703 visiteurs se sont rendus sur le site. En un an, le nombre d'entrées payantes a connu une importante progression (+19,39%), signe d'une augmentation des publics individuels sur cette période. En parallèle, le MAN a observé un certain recul de son public scolaire (-15% par rapport à 2016).

---

<sup>1</sup> "Dossier de presse : 1867-2017, Le musée d'Archéologie nationale fête ses 150 ans", *Musée d'Archéologie nationale – Domaine national de Saint-Germain-en-Laye*, 2017.

Par ailleurs, avec un rayonnement régional particulièrement fort, le MAN attire un public en grande majorité français et francilien (92% des visiteurs sont Français, dont près de 80% sont originaires d'Île-de-France)<sup>2</sup>.

Pour finir, près d'un visiteur sur 4 est âgé de moins de 18 ans et près de 3 visiteurs sur 4 ont plus de 26 ans. La tranche d'âge des 18-26 ans étant nettement minoritaire.

ÂGE DES VISITEURS	NOMBRE DE VISITEURS (%)
Moins de 18 ans	24 %
De 18 à 26 ans	3 %
Plus de 26 ans	73 %
<b>TOTAL</b>	<b>100 %</b>

Image 1 : Âge des visiteurs du Musée d'archéologie nationale en 2017, source : Rapport d'activité 2017

---

<sup>2</sup> "Rapport d'activité 2017", Musée d'Archéologie nationale – Domaine national de Saint-Germain-en-Laye, 2017, p.100.

## 2. Justification méthodologique

### 2.1. Méthodologie suivie par Affluences

Pour son étude des usages et des publics, Affluences privilégie une approche quantitative.

En effet, l'ADN de notre service est de proposer pour les visiteurs une application mobile gratuite, sans publicité ni création de compte pour ôter tout frein au téléchargement et apporter la meilleure expérience d'utilisation possible.

Pour l'établissement, le portail web Affluences est un outil pour lequel l'administrateur ne doit donner qu'un login et mot de passe.

De fait, Affluences ne récolte aucune donnée qualitative liée à l'origine géographique, l'âge, le sexe, la catégorie socio-professionnelle de l'individu.

Par ailleurs, le MAN s'est équipé en 2016 d'une système de billetterie permettant de connaître l'origine géographique du visiteur que nous avons pu exploiter (voir plus-haut). Mais l'établissement ne dispose pas d'éléments supplémentaires. Pour donner une information qualitative complémentaire, notre étude sera complétée par une enquête auprès des utilisateurs de la solution Affluences pour le Musée d'Archéologie Nationale et par une récupération de données auprès de sources externes, telles que les sites d'avis en ligne.

Pour l'étude des usages et des publics, nous avons donc réalisé :

- une analyse quantitative des outils de consultation professionnelle et publique proposés par Affluences (portail, webAPI et application mobile).
- une enquête qualitative par questionnaire auprès des visiteurs du musée via le site internet du musée et la page du musée dans l'application mobile Affluences, entre le 1er juillet et le 31 août 2019.
  - 5 questionnaires ont été recueillis au total.

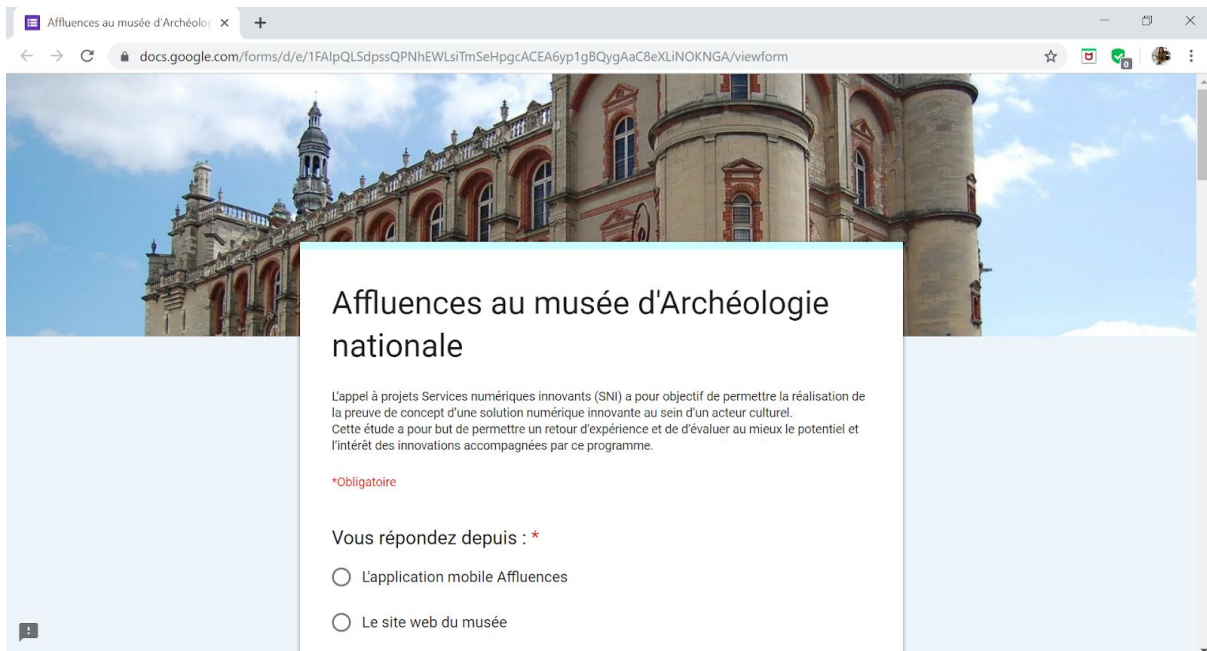
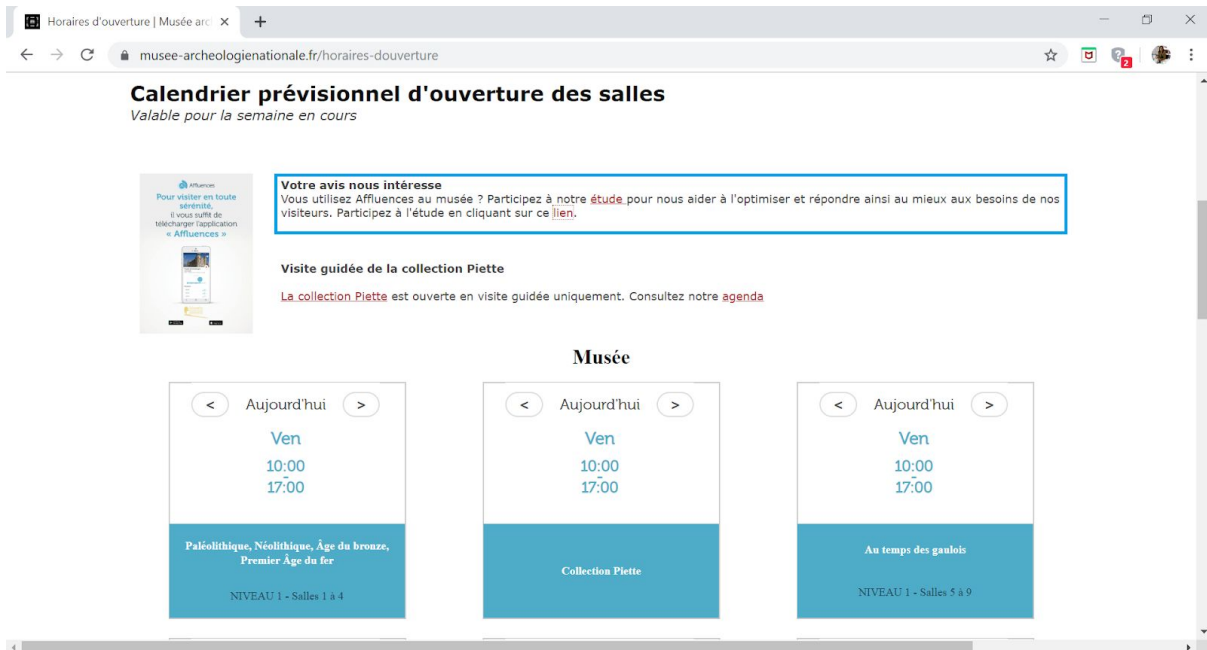


Image 2 : Publication de l'enquête sur le site internet du musée :

<https://musee-archeologienationale.fr/horaires-douverture>

- une interview croisée réalisée le 31 juillet 2019 de :
  - Fabien Durand, Responsable de la Mission du Développement culturel, de la communication et du numérique.
  - Thomas Sagory, Responsable du Service du développement de la politique numérique.
  - Isabelle Fichter, chargée de la médiation et des publics.

## 2.2. Outils d'analyse employés

**L'application mobile Affluences** est une application gratuite et sans publicité qui regroupe aujourd'hui 500 établissements pour 700 000 utilisateurs. Affluences répertorie à ce jour une trentaine de musées et monuments en Île-de-France. Chaque établissement dispose d'une page dédiée pour y communiquer toutes ses informations pratiques.

L'utilisateur peut accéder par balayage à une information brève en mode liste, ou bien rentrer sur la page complète d'un site. Nous parlons alors de "consultation", au sens strict.

**Le système de « WebAPI »** correspond à différents modules à intégrer au code dans une page web pour permettre d'afficher sous forme de "widget web".

Grâce à un service d'analyse d'audience comme Google Analytics, nous sommes capables de comptabiliser ce type de consultation également.

**Le portail web Affluences** regroupe l'intégralité des fonctionnalités de la solution Affluences.

Ces fonctionnalités sont regroupées dans différents onglets, dont celui des statistiques de fréquentation et de consultation.

### **La mise en place de deux formats d'enquêtes :**

- Une enquête menée en ligne (via le site web du MAN et l'application mobile) à destination des utilisateurs, comprenant :
  - une série de questions fermées uniques
  - une série de questions fermées ordonnées
  - une question ouverte sous forme de texte.
- Une enquête à destination des responsables du MAN, comprenant plusieurs questions ouvertes.

A ce stade, il nous semble important de préciser que le faible nombre de répondants à l'enquête grand public ne permet pas de répondre avec certitude aux différents points de l'étude présentée ci-après.

D'autres méthodologies telles que les études de terrain auraient peut être été plus efficaces dans le cadre de l'analyse quantitative.

### 3. Etude des usages et des publics concernant le service Affluences

Le projet dans le cadre du SNI 2017 a consisté en l'adaptation de l'interface Affluences, jusqu'alors développée pour des bibliothèques, aux spécificités des musées. Ce projet a été rendu possible grâce au partenariat avec le MAN qui a apporté son expérience et ses besoins sur ce projet.

À ce titre, et au terme du partenariat, Affluences est parvenu à compléter avec le MAN au moins 6 différents objectifs :

- Affiner les informations pratiques et les services spécifiques proposés, notamment au moyen de webAPI.
- Communiquer sur les événements en cours et à venir à l'aide d'un calendrier.
- Traduire l'application dans de nouvelles langues.
- Proposer des prévisions d'affluence plusieurs jours en avance.
- Proposer la vente de billets directement depuis l'application Affluences.
- Proposer la réservation de visites guidées, conférences.

Cette étude des usages et des publics a pour but d'évaluer l'intérêt et l'impact de la mise en place de ces nouveaux services, à travers les 4 sections suivantes :

1. La lisibilité des horaires d'ouverture
2. Le développement de nouveaux publics
3. La réservation en ligne
4. L'organisation interne.

#### 3.1. La lisibilité des horaires d'ouverture

Selon l'équipe du musée, la lisibilité des horaires d'ouverture des salles représente un véritable enjeu interne et externe.

En effet, le public du MAN ne peut se rendre dans toutes les salles du Musée en continu pour des raisons pouvant être conjoncturelles (travaux, réaménagement, conservation) ou structurelles (moyens humains). Le plan vigipirate impose plus d'agent à l'accueil ce qui veut dire moins d'agent en salle et ce qui imposait des fermetures, au moins sur des demi-journées, avec souvent un grand mécontentement des visiteurs.

Le planning d'ouverture des salles n'était disponible que le dimanche pour la semaine suivante, avec souvent des modifications au jour le jour qu'il était très difficile de répercuter pour la communication externe. L'ancienne présentation de la page horaire du site internet se présentait sous forme d'un tableau assez illisible et peu ergonomique.



Les webAPI concernant les horaires dynamiques par salle ont ainsi été également intégrées dans le site web du Musée en respectant l'architecture existante.

En parallèle, les webAPI d'affluence ont été intégrée de manière simple et rapide sur le site Internet du MAN. L'intégration des 2 lignes de code récupérables depuis le portail a été rapidement effectué pour un test au niveau de la diffusion du taux d'occupation en particulier sur l'exposition Henri II (36 852 visiteurs).

De cette manière, l'établissement a ainsi pu proposer une solution clé en main de diffusion de l'information d'affluence et d'ouverture de ses salles.

**TAUX D'OUVERTURE DU MUSÉE EN 2017**

TAUX D'OUVERTURE EN 2017	MOYENNE MENSUELLE *
Janvier	62 %
Février	65 %
Mars	56 %
Avril	68 %
Mai	64 %
Juin	67 %
Juillet	73 %
Août	94 %
Septembre	79 %
Octobre	75 %
Novembre	67 %
Décembre	69 %
<b>MOYENNE ANNUELLE</b>	<b>70 %</b>

\* Calcul réalisé sur l'addition du taux d'ouverture journalier divisé par le nombre de jours ouverts dans le mois (sur la base d'une ouverture à 25 %, 50 %, 75 % ou 100 %).  
Ouverture des espaces extérieurs : la chapelle et la cour du château sont ouvertes tous les jours sauf le mardi aux mêmes heures que le musée et sont accessibles gratuitement.

Image 3 : Taux d'ouverture du Musée d'archéologie nationale en 2017, source : Rapport d'activité 2017

**Musée**

<p>&lt; Aujourd'hui &gt;</p> <p>Lun</p> <p>10:00 17:00</p> <p>Paléolithique, Néolithique, Âge du bronze, Premier Âge du fer</p> <p>NIVEAU 1 - Salles 1 à 4</p>	<p>&lt; Aujourd'hui &gt;</p> <p>Lun</p> <p>10:00 17:00</p> <p>Collection Piette</p>	<p>&lt; Aujourd'hui &gt;</p> <p>Lun</p> <p>10:00 17:00</p> <p>Au temps des gaulois</p> <p>NIVEAU 1 - Salles 5 à 9</p>
<p>&lt; Aujourd'hui &gt;</p> <p>Lun</p> <p>Fermé</p> <p>Gaulle romaine</p>	<p>&lt; Aujourd'hui &gt;</p> <p>Lun</p> <p>10:00 17:00</p> <p>Gaulle romaine (salle de la mosaïque) Premier Moyen Âge</p>	<p>&lt; Aujourd'hui &gt;</p> <p>Lun</p> <p>10:00 17:00</p> <p>Archéologie comparée</p>

Image 4 : webAPI Affluences pour le site web du MAN (horaires dynamiques par salle)

En consultant l'application mobile Affluences, une réponse est apportée aux avis de visiteurs mécontent sur le manque d'accès aux informations d'affluence et d'ouverture des salles :



amjoem  
Paris, France

●●●●○ Avis écrit le 3 novembre 2018 par mobile

### Affreuse expérience

...Mais non, **salle fermée** aujourd'hui ! Comme si le Louvre disait que la vue de la Joconde n'a lieu que de temps en temps, de façon aléatoire, et seulement une fois par jour. (Je précise qu'aujourd'hui une visite était prévue mais annulée !). Accueil lamentable... [Plus](#)



Lark54260  
Longuyon, France

●●●●○ Avis écrit le 5 mai 2018

### Une plongée à l'âge de la pierre taillée et du fer

...2. L'afflux de nombreuses classes du primaire **bruyantes**, car mal encadrées ... ce qui oblige à presser le pas pour savourer au calme les trésors. En conclusion, un musée à découvrir absolument. [Plus](#)

42 11



## 3.2. Le développement de nouveaux publics

Pour toucher de nouveaux publics, le MAN a développé une politique numérique axée sur son site Internet et une amélioration de sa présence sur les réseaux sociaux (7 210 abonnés sur Facebook, 9 422 abonnés sur Twitter, 2 430 abonnés sur Instagram en 2017).

En un an, le nombre de visites sur le site Internet a augmenté de 19%, passant de 150 605 en 2016, à 179 937 visites l'année suivante.

Cette tendance serait à rapprocher du nouveau comportement "numérique" du visiteur, et de l'évolution du parcours de visite qui démarre dès la recherche d'informations en amont. Un changement que confirme les chiffres du Credoc (2015), selon lesquels 38% (+5 points par rapport à 2014) des Français utilisent Internet pour rechercher les informations pratiques<sup>3</sup>.

Dans le même sens, **les consultations de la page du MAN dans l'application Affluences ont doublé dès la fin du premier mois de publication (Février 2018)**. Le mois de janvier 2019 a obtenu une valeur quasi-maximale de 237 consultations.

<sup>3</sup> "Les visites patrimoniales progressent encore chez les Français, signe d'un attachement fort et durable", CREDOC, Note de synthèse - Avril 2017.

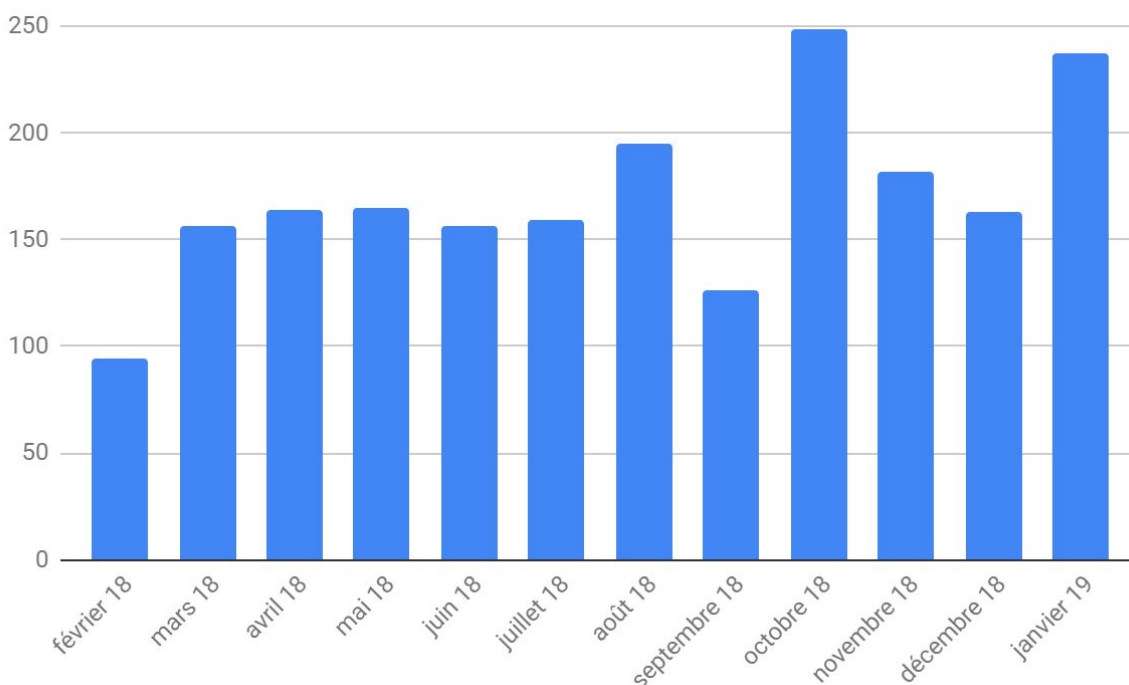


Image 5: Consultations mensuelles de la page du MAN dans l'application Affluences.

La communauté d'utilisateurs de l'application (près de 600 000 utilisateurs uniques) est également ciblée. Celle-ci peut voir apparaître par balayage sur l'application des musées partenaires, dont le MAN qu'elle ne connaissait peut-être pas et qu'elle souhaitera découvrir. L'application mobile constitue en ce sens un moyen pour le MAN de se positionner comme un acteur culturel de référence sur le territoire et de relayer au public plus efficacement les activités et informations clés (horaires, expositions, événements...).

Par ailleurs, le partenariat entre Affluences et le MAN a permis d'ajouter de nouveaux services sur l'application mobile en lien avec les nouvelles attentes du public :

- l'ajout de nouvelles langues de traduction
- l'ajout d'un bouton "achat de billet en ligne" accessible directement dans l'application mobile.

### 3.3. La réservation des visites et activités

La réservation des activités au musée se fait via plusieurs canaux (mail, téléphone, in situ), nécessitant la disponibilité directe des agents sur des plages horaires fixes

C'est pourquoi Affluences a développé un module de réservations en 3 clics pour l'utilisateur, accessible 24h24 depuis l'application mobile ou une plateforme web dédiée. Un développement dont l'intérêt est confirmé par les résultats de l'enquête menée auprès des habitués du MAN et d'Affluences, pour qui :

- La réservation de visites est classée à 40% comme la 1ère information pratique utilisée pour une préparation de visite.

- La réservation des activités est classée à 80% comme une fonctionnalité “très utile” (classée 1 sur 6 ou 2 sur 6)
  - Pour 40% des interrogés, la réservation est même classée comme fonctionnalité numéro 1.

Quelle est la première information pratique que vous utilisez pour préparer votre visite ?

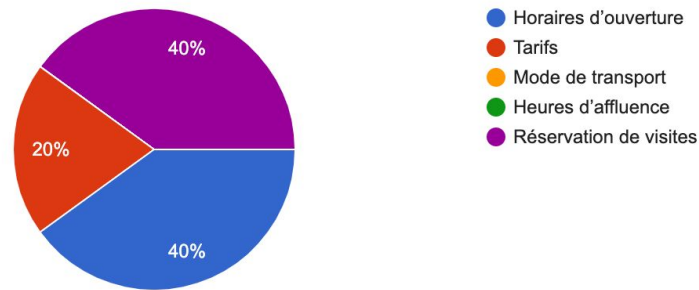


Image 6: Graphique issu du questionnaire sur Affluences au musée d'Archéologie nationale.

Proposer la réservation de visites guidées, conférences

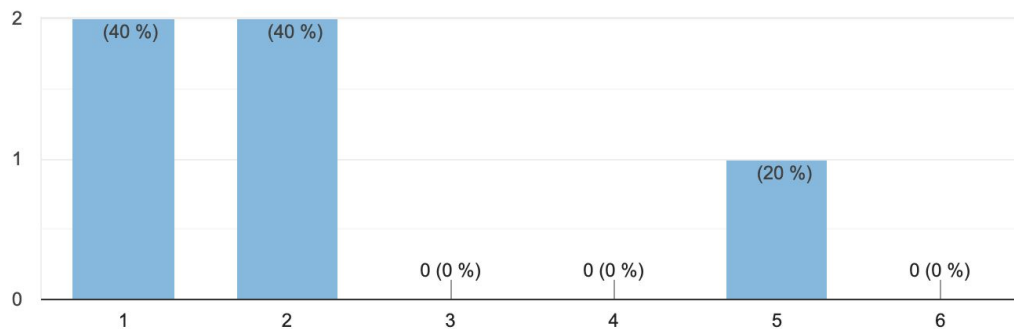


Image 6: Graphique issu du questionnaire sur Affluences au musée d'Archéologie nationale. Classer ces 6 fonctionnalités de la plus utile (1) à la moins utile (6)

**Le système de réservation d’Affluences a notamment été utilisé lors de l’inauguration de l’exposition Henri II pour aider à mieux gérer les flux importants de visiteurs.** Plusieurs créneaux de visites ont ainsi été proposés aux invités avec une jauge de confort maximale rapidement atteinte pour les premiers créneaux de visites.

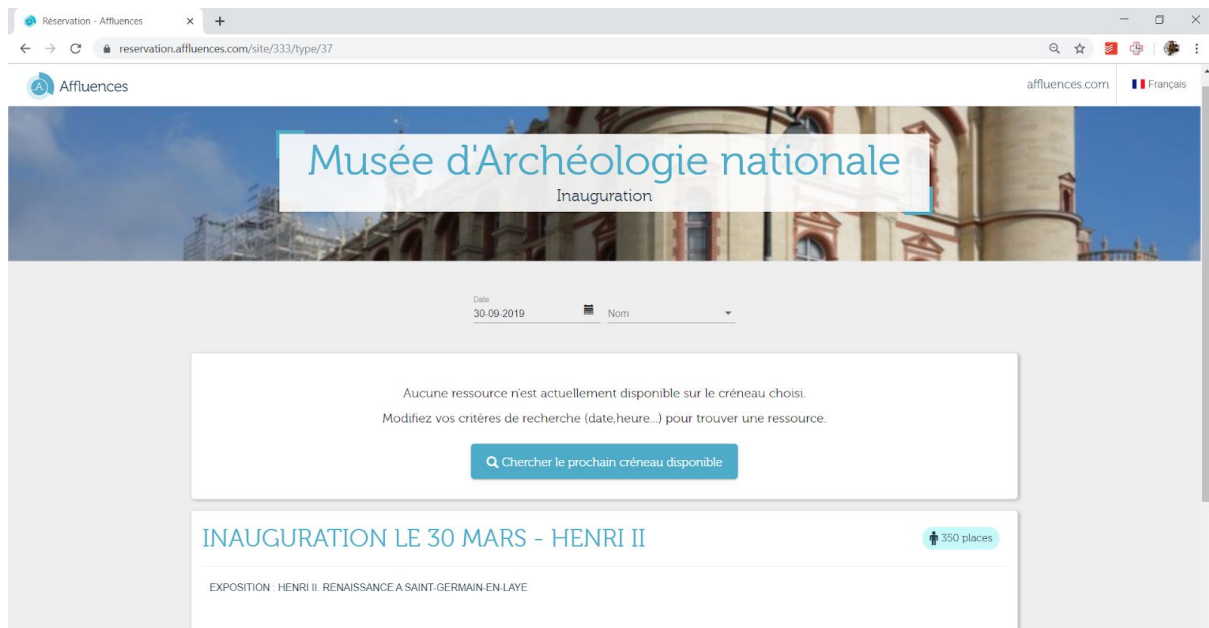


Image 7 : Capture d'écran de la plateforme web de réservation mise en ligne pour l'organisation d'un vernissage au MAN, en mars 2018.

**Le système de réservation d'Affluences est également accessible sur mobile. Il permet aujourd'hui au public de réserver des visites guidées :**

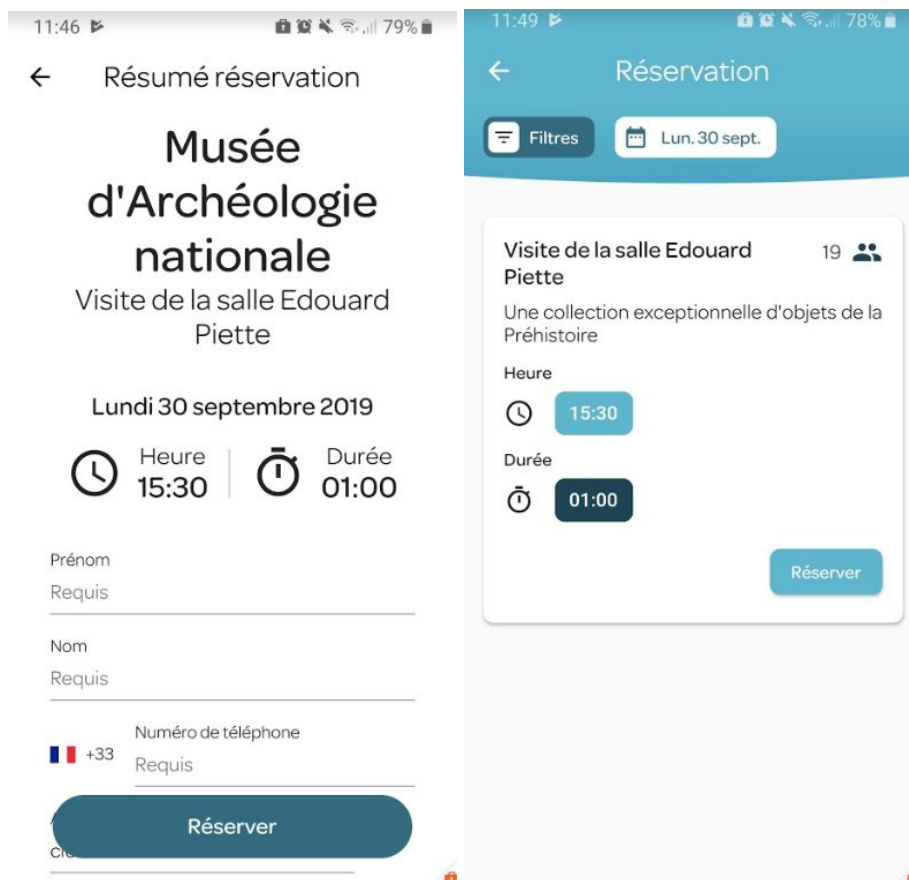


Image 8 : Capture d'écran de l'interface mobile de réservation mise en ligne pour la réservation de visites guidées pour un public individuel..

### 3.4. L'organisation interne

D'après les retours des responsables du MAN, le projet a été, pour le musée, l'occasion de préciser l'organisation en interne et de rappeler les responsabilités de chaque service (accueil et surveillance, service du développement culturel et des publics, service du développement de la politique numérique) tout en mettant au clair les besoins de chacun et l'organisation des différents services :

- Service de l'accueil et surveillance qui gère le planning des agents et le calendrier d'ouverture des salles du musée en lien avec le service des jardins pour l'ouverture du Domaine national.
- Service du développement culturel et des publics qui est en lien direct avec les visiteurs individuels et les groupes pour les visites et les activités.
- Service du développement de la politique numérique qui apporte son expertise pour le déploiement de solutions utiles à l'amélioration du service.

Le portail web d'Affluences est l'outil de pilotage mis à disposition des équipes de l'établissement.

L'analyse de l'historique de connexion du portail web indique un taux de connexion mensuelle de 2,4 par compte utilisateur. Ce chiffre peut être interprété comme le niveau d'adoption de l'outil.

**L'équipe du musée a été particulièrement satisfaite par "l'efficacité et la réactivité dans la mise à jour des informations et la possibilité de partager les tâches" (utilisation multi-comptes).**

Aujourd'hui, l'outil est bien connu des agents qui participent fortement à la promotion de l'application.

## 4. Conclusion et développements futurs

Le service Affluences utilisé à la fois par les visiteurs (application mobile, API) pour se renseigner et par les professionnels (portail) pour piloter l'établissement.

Les visiteurs ciblés sont avant tout des Franciliens (100% des répondants au questionnaire), en recherche de lisibilité de l'information et de confort de visite en ciblant les périodes creuses. L'application Affluences fournit ainsi la réponse à un besoin bien défini.

Plusieurs axes de développement sont également envisagés par le musée dans la continuité de ce projet comme le comptage par espaces au sein du musée, l'optimisation de la gestion du flux du domaine pour susciter davantage de liens entre le musée et le domaine et enfin, le développement de l'offre à Saint-Germain-en-Laye pour augmenter l'impact et l'utilisation de l'application (partenariat avec la RATP dans le RER A).

En 2017, Affluences lançait sa section "musées et monuments" et nouait ses premiers partenariats avec le musée d'Orsay, la Cité des Sciences et le musée du Louvre.

Le projet SNI, intervenu courant 2017, a permis d'accélérer le développement d'Affluences auprès des musées.

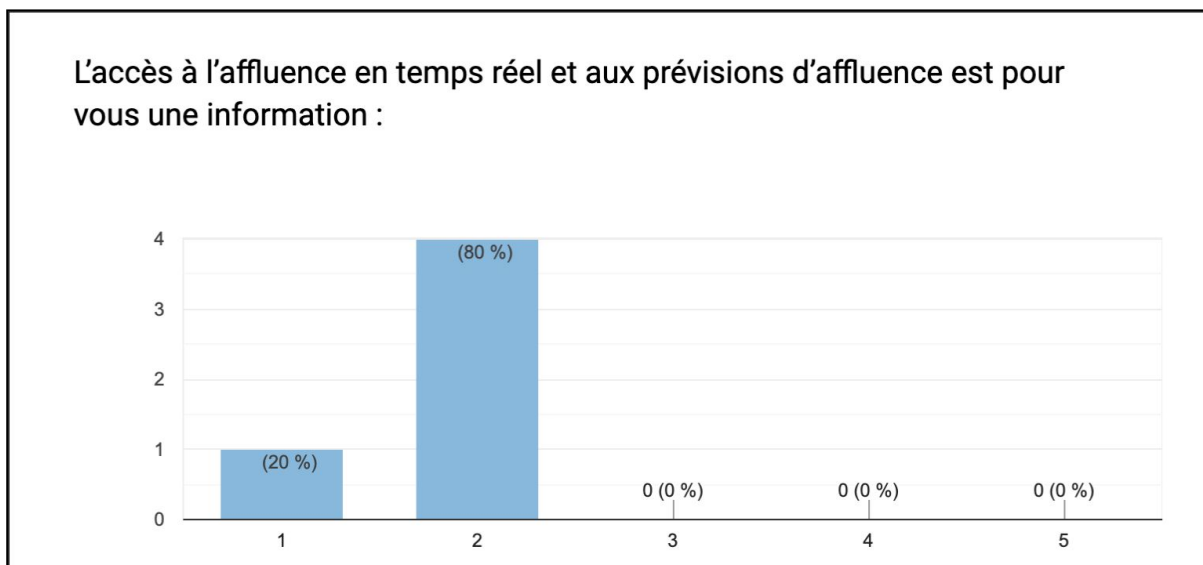
Aujourd'hui, Affluences travaille avec les plus grands sites culturels et touristiques en France : la Tour Eiffel, le musée d'Orsay, le musée du Louvre, le Château de Versailles, le Grand Palais, le Centre Pompidou...

Nous tenons à remercier :

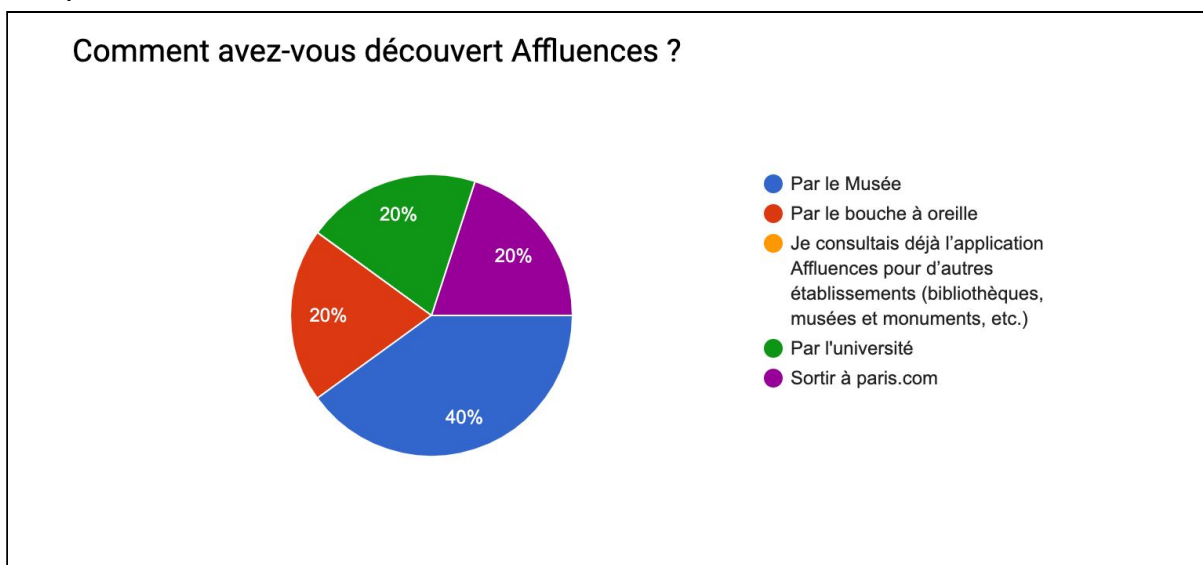
- le Ministère de la Culture, pour sa confiance accordée en notre projet,
- le Musée d'Archéologie National, sans qui l'aventure SNI n'aurait pas pu voir le jour (avec une mention particulière pour Thomas Sagory et Fabien Durand).

## Annexe : résultats de l'enquête qualitative auprès du public du MAN

### 1) "L'accès à l'affluence en temps réel et aux prévisions d'affluence est pour vous une information" : 1 = Très utile 5 = Pas utile



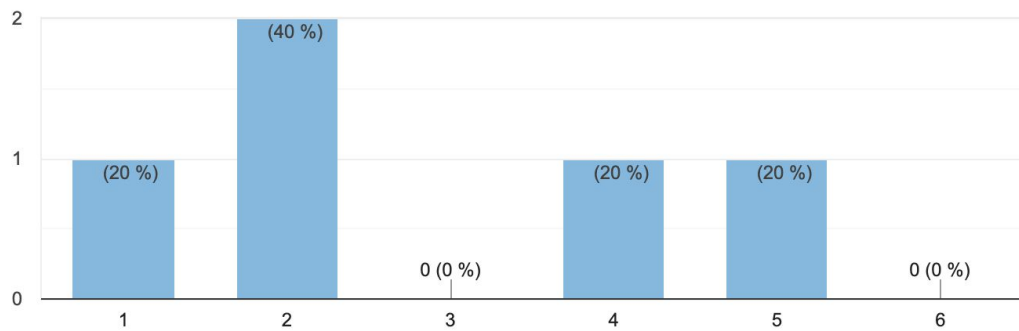
### 2) "Comment avez-vous découvert Affluences ?"



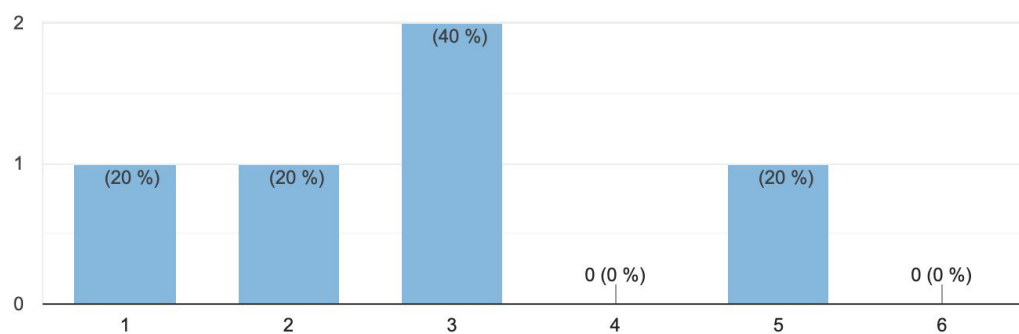


**3) Classer ces 6 fonctionnalités : de la plus utile (1) à la moins utile (6)**

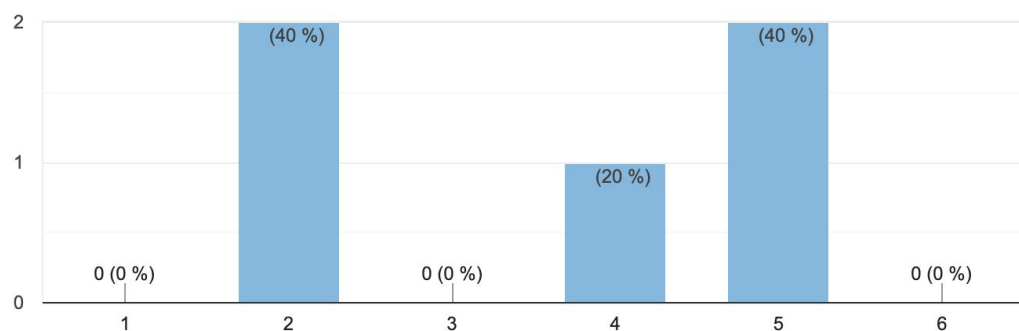
Communiquer sur les événements en cours et à venir à l'aide d'un calendrier



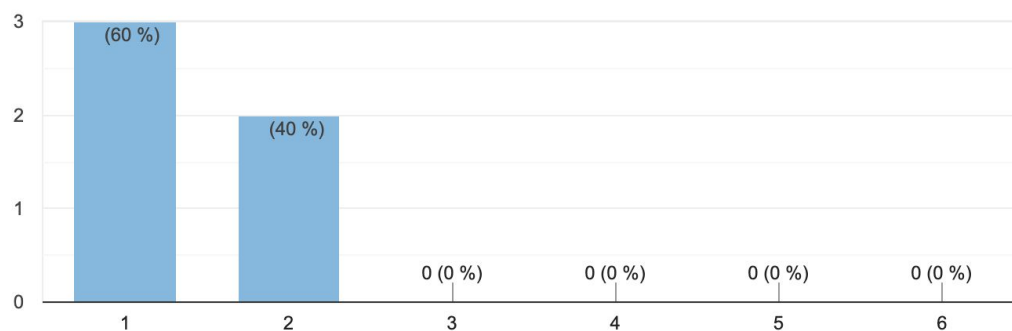
Affiner les informations pratiques et les services spécifiques proposés



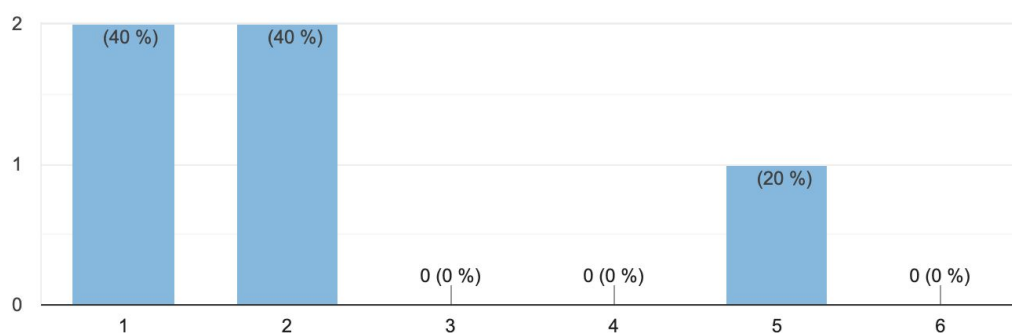
Avoir l'application dans de nouvelles langues



### Proposer des prévisions d'affluence plusieurs jours en avance



### Proposer la réservation de visites guidées, conférences



### Proposer la vente de billets directement depuis l'application Affluences

