



Enquête qualité : les musées et monuments s'engagent

Juillet 2008

Les musées et les monuments font naturellement la force de l'offre touristique de toutes les grandes métropoles. Un public nouveau, diversifié, franchit plus aisément le seuil des expositions pour satisfaire une curiosité toute particulière. La visite est abordée comme une occasion de rencontre avec la culture de l'autre. Dans cet élan, la qualité de l'accueil apparaît comme un défi majeur pour donner toute sa place à ce désir de culture et d'échange.

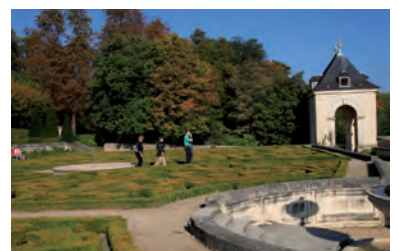
Après quatre ans de mise en pratique de la démarche qualité, le CRT a souhaité lui donner plus d'ampleur. Les enquêtes ont mesuré l'accueil dans les musées et monuments tel qu'il se pratique au-delà de nos frontières. Le 23 juin, le CRT organisait les Premières rencontres internationales de la qualité de l'accueil dans les musées et monuments, avec les représentants de huit métropoles européennes et américaines.

Des professionnels de la culture et du tourisme, des élus... ont noué des liens, débattu, proposé... pour inventer ensemble des manières d'améliorer sensiblement l'accueil touristique.

J'ai le sentiment que c'est ce qui permettra à notre destination de se révéler complètement aux visiteurs venus à sa rencontre. Avec vous, le CRT veut à la fois offrir des raisons nouvelles de venir et de revenir à Paris Ile-de-France, et il veut donner à voir son patrimoine dans les meilleures conditions.

C'est aussi cela «le nouveau Paris Ile-de-France». Une manière de mettre en partage toutes les richesses culturelles de notre destination.

Henriette ZOUGHEBI
Présidente
Comité Régional du Tourisme
Paris Ile-de-France



La démarche Qualité des musées et monuments

La qualité de l'accueil et de l'information

La qualité de l'accueil et de l'information touristique représente un critère déterminant pour fidéliser le visiteur et contribuer à la réussite de son séjour.

C'est pourquoi le Comité Régional du Tourisme Paris Ile-de-France a mis en œuvre une démarche destinée aux professionnels, permettant d'évaluer la qualité de l'accueil réservé aux visiteurs, et le cas échéant, l'améliorer.

Depuis 2004, cette démarche mesure la qualité de l'accueil et de l'information dans plusieurs secteurs touristiques : les musées et monuments, les points d'informations touristiques et les taxis. C'est une démarche concertée où la participation de chaque site est volontaire. Elle se caractérise par un baromètre, outil de mesure au service des professionnels, permettant d'évaluer à un instant «T» la qualité de l'accueil réservé aux visiteurs par le biais des visites-mystères. Ainsi, un visiteur-mystère, tel un touriste, mesure la qualité de l'accueil et de l'information à partir d'une grille de critères préalablement définie et adaptée au métier évalué.

LES ENJEUX DE LA DÉMARCHE QUALITÉ MUSÉES ET MONUMENTS

- ▶ Améliorer l'image de la destination touristique Paris Ile-de-France ;
- ▶ Fidéliser les visiteurs ;
- ▶ Mobiliser l'ensemble des acteurs de la chaîne touristique, en faisant de la qualité, en particulier de l'accueil, une préoccupation constante.

UN OUTIL DE TRAVAIL INÉDIT

Les résultats du baromètre qualité musées et monuments permettent aux professionnels :

- ▶ De disposer d'un outil de mesure objectif et gratuit ;
- ▶ D'identifier les points forts et les points faibles de l'accueil observés sur leurs sites, tout en s'inscrivant dans une démarche globale ;
- ▶ De constater d'éventuels manques en matière d'équipement ;
- ▶ De mobiliser les équipes du site sur l'importance d'un bon accueil et d'engager ainsi d'éventuelles actions de formation spécifique.

Les caractéristiques des visites-mystères 2007

- Visites-mystères réalisées par des enquêteurs professionnels du cabinet DMS ;
- Scénario sous forme d'une grille de 172 critères : 101 critères pour la visite du site, 21 pour l'accueil téléphonique, 36 pour le site Internet, 5 ou 14 pour l'information sur l'accessibilité des personnes handicapées (en fonction de l'éventuelle labellisation Tourisme & Handicap du site) ;
- 6 vagues d'enquêtes réalisées : octobre 2004, mai 2005, décembre 2005, septembre-octobre 2006, juin-juillet 2007, la 6^{ème} s'étant déroulée du 30 juin au 27 juillet dernier ;
- 5 à 10 visites-mystères effectuées par site (en fonction de sa fréquentation), soit au total 335 visites en juillet 2008 ;
- 1/3 des visites effectuées en anglais.

Les prestations évaluées

- Accueil téléphonique ;
- Site Internet ;
- Accès : évaluation de la signalétique, affichage des informations pratiques et présence de brochures ;

- Accueil : évaluation de la présence et des méthodes d'accueil du personnel du site. Information et billetterie : capacité du personnel à informer le visiteur au point d'informations et à la billetterie, information sur l'accessibilité des personnes handicapées ;
- Espaces d'exposition : évaluation des moyens mis à disposition du visiteur pendant la visite (visites guidées, audio-guides, brochures, panneaux d'affichage, fiches d'information...) ;
- Point de vente : évaluation de la librairie et de la cafétéria sur site.

Des réunions d'analyse de résultats

A la suite des résultats de chaque vague d'enquêtes, chaque musée ou monument peut bénéficier de réunions personnalisées d'analyse de résultats à l'attention des responsables des équipes concernées, voire des équipes chargées directement de l'accueil. Ce type de présentation permet de sensibiliser davantage les responsables et les équipes d'accueil à l'importance de la qualité de l'accueil, de valoriser les missions des agents et d'évaluer en commun ce que pourrait être un accueil encore plus performant.

NOUVEAUTÉS

Les audits de conformité

En 2008, le CRT Paris Ile-de-France a souhaité faire évoluer le baromètre qualité. Des audits de conformité ont ainsi été mis en place : un professionnel du cabinet DMS rencontre un responsable du musée ou du monument afin de vérifier la présence ou non des 40 types d'équipement contribuant à la qualité de l'accueil d'un site culturel. Ainsi, cette évaluation factuelle (présence/absence d'équipement) permet de nuancer les résultats des évaluations des visites-mystères qui s'attachent plus à la visibilité de l'équipement par le visiteur, qu'à sa présence effective. A terme, ces nouvelles évaluations doivent permettre de compléter les résultats des visites-mystères et de faire le comparatif entre l'équipement installé et l'équipement vu par le visiteur.

La distinction de 3 niveaux de lecture dans la grille de critères

Le baromètre Qualité évalue 3 métiers : les musées et monuments, les points d'informations touristiques et les taxis. Ces métiers, aussi différents soient-ils, ont pour vocation de recevoir les visiteurs.

Le CRT a défini 3 niveaux d'analyse de la qualité de l'accueil :

- Un premier niveau commun aux 3 métiers composé de 16 critères représente «le seuil minimum attendu» relatif à l'accueil et à l'information d'un touriste. Si ces critères étaient déjà présents dans les grilles précédentes, ils sont désormais identifiables et permettent une hiérarchisation des priorités d'amélioration.
- Un deuxième niveau présente les critères liés directement à la spécificité du métier évalué. Ce niveau correspond à la grille de critères connue par les professionnels.
- Un éventuel troisième niveau, demandé par le site évalué, porte sur des critères directement liés à la configuration ou à l'organisation du site : il en permet une évaluation plus fine. Ces critères sont informatifs et n'entrent pas dans la note globale.

Internet : évaluation de la disponibilité et de la performance

Les sites Internet font désormais partie intégrante de l'accueil d'un lieu, même s'ils sont virtuels : ils représentent bien souvent le premier contact du visiteur avec le musée ou le monument. En 2007, les sites Internet des musées et monuments avaient été évalués afin d'observer la qualité de leur visibilité et de leur contenu pour un primo-visiteur. En 2008, le CRT a souhaité approfondir l'évaluation : ainsi, la disponibilité (affichage de la page d'accueil) et la performance (temps de chargement de la page dans sa totalité) sont désormais évalués.



Les résultats de l'enquête

TAUX DE CONFORMITÉ QUALITÉ

- Octobre 2004 : 76.7%
- Mai 2005 : 78%
- Décembre 2005 : 78.5%
- Septembre-Octobre 2006 : 79%
- juin-Juillet 2007 : 73%
- Juillet 2008 : 68%

68% : comment interpréter ce résultat ?

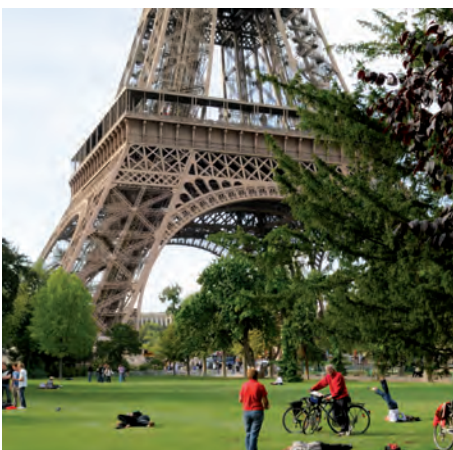
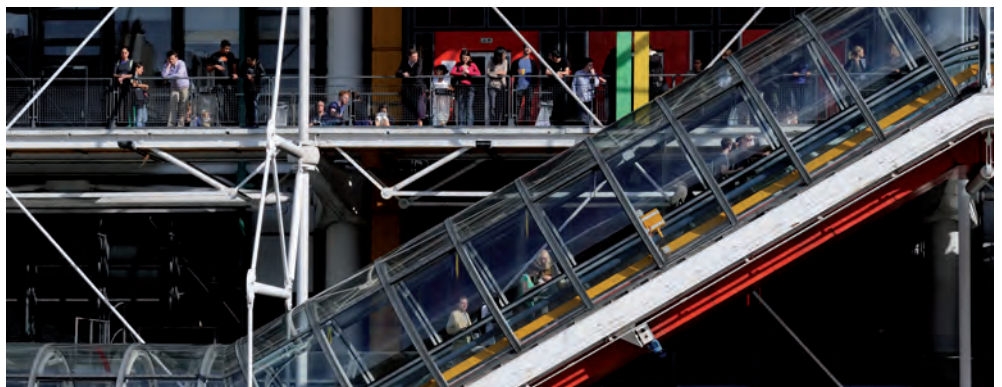
Il s'agit du score des «critères fondamentaux» et du «métier», calculé sur la base de critères communs à tous les sites et n'incluant donc pas les critères personnels de chaque site lorsque ceux-ci en ont fait la demande.

- Ce résultat illustre la qualité de l'accueil d'un musée ou d'un monument à un instant «T» ;
- Chaque réponse correspond à un «oui» ou un «non». L'ensemble des «oui» et des «non» obtenus sont recalculés sur 100. Ainsi 68 «oui» et 32 «non» sont représentés sur l'ensemble des critères d'une grille. Les résultats Internet et téléphone ne sont pas inclus dans ce score.

Pourquoi cette baisse ?

La réalisation d'audits de conformité (voir ci-contre) a indéniablement incité les visiteurs-mystères à renforcer leur exigence sur l'équipement lors de leur visite : ils se sont attachés à évaluer la visibilité première de l'équipement et ne se sont pas attardés à chercher du regard l'équipement non visible au premier abord (brochures, affichage des horaires, signalétique...). On observe d'ailleurs une nette baisse du score de l'équipement entre 2007 et 2008 : il est passé de 69% à 59% de taux de conformité qualité.

Ainsi, il a été remarqué à travers ces audits que les brochures à disposition des visiteurs sont présentes dans 9 cas sur 10, mais «visibles» uniquement dans 5 cas sur 10. De même, la signalétique est présente dans 8 cas sur 10 à travers le musée (indication des vestiaires, toilettes, plan du musée...), mais elle n'est «visible» que dans 5 cas sur 10. Ces évaluations permettent donc d'identifier concrètement les éléments d'équipement qui existent, mais qui ne sont pas vus par les visiteurs. Les professionnels des musées et monuments disposent désormais d'un outil supplémentaire pour améliorer leurs conditions d'accueil.



50 MUSÉES ET MONUMENTS VOLONTAIRES (DONT 8 NOUVEAUX, SIGNALÉS PAR *) :

Musées

- Centre Georges Pompidou (Paris 4^{ème})
- Cinémathèque française (Paris 12^{ème})
- Cité et Musée de la Musique (Paris 19^{ème})
- Cité des Sciences et de l'Industrie (Paris 19^{ème})
- Cité de l'Architecture et du Patrimoine (Paris 16^{ème})*
- Domaine de Sceaux, Musée de l'Île-de-France (92)
- Galeries nationales du Grand Palais (Paris 8^{ème})
- Grande Galerie de l'Évolution (Paris 5^{ème})
- Les Arts Décoratifs : Musée des Arts décoratifs, Musée de la Mode et du Textile, Musée de la Publicité (Paris 1^{er}) et Musée Nissim de Camondo (Paris 8^{ème})
- MacVal (Vitry-sur-Seine, 94)
- Musée Bourdelle (Paris 15^{ème})*
- Musée Carnavalet (Paris 3^{ème})*
- Musée d'Art et d'Histoire du Judaïsme (Paris 3^{ème})

- Musée d'Art Moderne de la Ville de Paris (Paris 16^{ème})*
- Musée des Arts Asiatiques - Guimet (Paris 16^{ème})
- Musée de l'Armée (Paris 7^{ème})*
- Musée de l'Homme (Paris 16^{ème})
- Musée de l'Orangerie (Paris 1^{er})
- Musée d'Orsay (Paris 7^{ème})
- Musée des Arts et Métiers (Paris 3^{ème})
- Musée du Louvre (Paris 1^{er})
- Musée du Moyen-Âge (Paris 5^{ème})
- Musée du quai Branly (Paris 7^{ème})
- Musée du Vin (Paris 16^{ème})
- Musée national de la Marine (Paris 16^{ème})
- Musée Picasso (Paris 5^{ème})
- Musée Rodin (Paris 7^{ème})
- Musée des Années 30 (Boulogne-Billancourt, 92)
- Musée de l'Air et de l'Espace (Le Bourget, 93)
- Palais de la Découverte (Paris, 8^{ème})*
- Petit Palais, Musée des Beaux-arts de la Ville de Paris (Paris 8^{ème})*

Monuments

- Abbaye de Royaumont (Asnières-sur-Oise, 95)
- Arc de Triomphe (Paris 8^{ème})
- Basilique royale de Saint-Denis (93)
- Château d'Auvers-sur-Oise (95)
- Château de Breteuil (Chevreuse, 78)
- Château de Fontainebleau (77)
- Château de La Roche-Guyon (95)
- Château de Vaux le Vicomte (Maincy, 77)
- Château de Versailles (78)
- Château de Vincennes (94)
- Conciergerie (Paris 1^{er})
- Panthéon (Paris 5^{ème})
- Sainte-Chapelle (Paris 1^{er})
- Toit de la Grande Arche (La Défense, 92)
- Tour Eiffel (Paris 7^{ème})*
- Tours de la Cathédrale Notre-Dame de Paris (Paris 4^{ème})

LES RESULTATS DE L'EVALUATION DES 50 MUSEES ET MONUMENTS

SÉQUENCES ÉVALUÉES	POINTS FORTS	POINTS À AMÉLIORER
Téléphone	<ul style="list-style-type: none"> Recherche facile du numéro Disponibilité et courtoisie de l'agent 	<ul style="list-style-type: none"> Pas de proposition d'information supplémentaire Prise de congés expéditive à la fin de l'appel (pas de remerciement, ni de formule de courtoisie...)
Arrivée sur le musée ou le monument	<ul style="list-style-type: none"> Propreté des lieux 	<ul style="list-style-type: none"> Peu de visibilité de la signalétique du site depuis les gares ou stations de métro
Interaction avec le personnel	<ul style="list-style-type: none"> Accueil-Information : personnel à l'écoute Billetterie : personnel identifiable, aimable et disponible Surveillance : personnel identifiable et disponible 	<ul style="list-style-type: none"> Accueil-Information : bonjour du personnel trop rare Billetterie : phrase incitative d'accueil rare («Que puis-je pour vous?», «Bienvenue»...) Surveillance : bonjour du personnel trop rare
Information en anglais	<ul style="list-style-type: none"> Personnel de la billetterie capable de répondre en anglais Disponibilité des audio-guides en langue étrangère 	<ul style="list-style-type: none"> Manque de visibilité ou absence de cartels en langue étrangère Visites guidées en langues étrangères peu nombreuses
Information sur l'accessibilité des personnes handicapées	<ul style="list-style-type: none"> Visiteurs handicapés repérés par le personnel et guidés prioritairement vers la caisse Information satisfaisante quant à la possibilité d'avoir une visite adaptée 	<ul style="list-style-type: none"> Manque de visibilité sur l'affichage d'information quant à l'accueil des personnes handicapées avant la billetterie
Gestion de l'attente	<ul style="list-style-type: none"> Espace d'attente organisé 	<ul style="list-style-type: none"> Peu d'organisation de l'attente par le personnel (mot de patience, signe de l'agent...) Annonce du temps d'attente rare Peu d'animation dans la file d'attente (film...)
Orientation du visiteur	<ul style="list-style-type: none"> Bonne visibilité des brochures ou plans Circulation fluide dans l'espace d'entrée 	<ul style="list-style-type: none"> Panneau d'indication du sens de la visite peu visible Panneau indiquant le plan du site peu visible
Confort de la visite	<ul style="list-style-type: none"> Propreté des espaces d'exposition Possibilité de s'asseoir Fluidité de la visite 	<ul style="list-style-type: none"> Peu de visibilité des moyens mis en œuvre pour connaître la satisfaction des visiteurs (livre d'or...)
Services et espaces de ventes (toilettes, cafétéria, librairie)	<ul style="list-style-type: none"> Services proposés dans les espaces de ventes très satisfaisants 	<ul style="list-style-type: none"> Manque de propreté des toilettes Service du vestiaire peu satisfaisant (rapidité, présence du personnel, bonjour)



RESULTATS DE L'EVALUATION DES SITES INTERNET

SEQUENCES EVALUEES	POINTS FORTS	POINTS A AMELIORER
VISIBILITE	Identification du nom du site par nom de domaine	Peu de présence de liens, identification pas assez rapide du site
ERGONOMIE / NAVIGATION	Respect de la charte graphique, accès rapide à l'information	Peu de sites accessibles aux personnes handicapées, peu de plan général
CONTENU	Présence d'un agenda, informations pratiques accessibles, présence de photos et éléments multimédia	Peu de traduction en langue étrangère, peu de plan de musées ou monuments (statiques ou animés)
CONTENU MARKETING	Ciblage des informations par type de clientèle, présence d'un espace professionnel	Peu de documentation à télécharger, achat en ligne insuffisamment mis en avant
DISPONIBILITE	Rapidité de la disponibilité des pages même si des problèmes techniques ponctuels ont été constatés	
PERFORMANCE	Chargement plutôt rapide des pages même si parfois celui-ci est ralenti ou limité du fait d'un nombre important d'images	

LES RESULTATS DE L'EVALUATION A L'INTERNATIONAL

VILLES	POINTS FORTS	POINTS À AMÉLIORER
AMSTERDAM Rijksmuseum, Musée Van Gogh, Maison d'Anne Frank, Musée de la ville	<ul style="list-style-type: none"> Facilité à obtenir des informations en langue étrangère (par le personnel ou par l'équipement disponible) Amabilité du personnel des points d'information 	<ul style="list-style-type: none"> Peu d'organisation de l'attente (absence d'annonce du délai d'attente, d'organisation des files) Manque de disponibilité du personnel dans les espaces d'expositions
BERLIN Musée de Pergamon, Musée des Arts Décoratifs, Mémorial de l'Holocauste, Château du Sans Souci	<ul style="list-style-type: none"> Entrée des sites (propreté, indication des horaires) Interaction avec le personnel dans les espaces d'exposition : personnel de surveillance identifiable, disponible et capable d'indiquer un lieu ou une œuvre du musée ou monument 	<ul style="list-style-type: none"> Peu d'organisation de l'attente (absence d'organisation des files d'attente, d'animation...) Peu d'information sur l'accueil des personnes handicapées
LONDRES British Museum, Tate Modern, National Gallery, Tour de Londres	<ul style="list-style-type: none"> Moyens d'information mis à disposition avant l'entrée dans les sites Boutiques et cafétérias : personnel disponible et aimable, offre de produits en relation avec le site, lieux propres et agréables, possibilité de s'asseoir 	<ul style="list-style-type: none"> Manque d'information en langue étrangère (brochures, informations et cartels, faible capacité du personnel à répondre dans une langue étrangère) Peu d'organisation de l'attente (absence d'annonce du délai d'attente, peu d'organisation des files, peu d'animation)
MADRID Musée du Prado, Musée Reina Sofia, Musée Thyssen, Palais Royal	<ul style="list-style-type: none"> Facilité à obtenir des informations en langue étrangère (par le personnel ou par l'équipement disponible) Interaction avec le personnel : personnel identifiable, disponible, rapide, aimable et capable de répondre aux questions des visiteurs 	<ul style="list-style-type: none"> Peu d'organisation de l'attente Peu d'information en amont sur les éventuelles difficultés rencontrées avant et pendant la visite (absence d'œuvres, fermeture de salle, travaux...)
NEW YORK Musée d'Art Moderne, Metropolitan, Empire State Building, Statue de la Liberté	<ul style="list-style-type: none"> Gestion de l'attente (organisation de l'espace, présence de personnel pour organiser les files, annonce du délai d'attente) Personnel de la billetterie identifiable, aimable et capable de répondre aux questions du visiteur 	<ul style="list-style-type: none"> Peu de visites guidées et d'audio-guides en langue étrangère Manque de signalétique indiquant le sens de la visite
PARIS Musée du Louvre, Musée d'Orsay, Tour Eiffel, Château de Versailles	<ul style="list-style-type: none"> Facilité à obtenir des informations en langue étrangère (par le personnel ou par l'équipement disponible) Information du visiteur sur les raisons de l'absence de certaines œuvres ainsi que sur les travaux en cours 	<ul style="list-style-type: none"> Peu d'organisation de l'attente (absence d'organisation de files, d'animations...) Sanitaires (nombre insuffisant, manque de propreté)
QUEBEC Musée de la Civilisation, Musée National des Beaux-Arts, Musée Québécois de la culture Populaire, Musée de l'Amérique Française	<ul style="list-style-type: none"> Facilité à obtenir des informations en langue étrangère (par le personnel ou par l'équipement disponible) Interaction avec le personnel : personnel présent, disponible et souriant 	<ul style="list-style-type: none"> Peu d'information en amont sur les éventuelles difficultés rencontrées avant et pendant la visite (absence d'œuvres, fermeture de salle, travaux...) Visites guidées et audio-guides insuffisants
ROME Colisée, Musée du Vatican, Musée Borghese, Château Saint-Ange	<ul style="list-style-type: none"> Organisation de l'attente (différentes files pour différents thèmes de visite) Visites guidées et audio-guides, notamment en langue étrangère 	<ul style="list-style-type: none"> Manque d'orientation du visiteur dans les espaces d'exposition Peu d'information sur l'accueil des personnes handicapées
TOKYO Musée National de Tokyo, Musée historique de Shitamashi, Sanctuaire Shinto, Temple Sasoji	<ul style="list-style-type: none"> Information : horaires d'ouverture, brochures... Sanitaires (nombre suffisant, propreté, accès personnes handicapées) 	<ul style="list-style-type: none"> Orientation du visiteur (signalétique...) Informations écrites en langue étrangère Interaction avec le personnel (identification, courtoisie, capacité à répondre en langue étrangère)
WASHINGTON Musée de l'Air et de l'Espace, Musée d'histoire naturelle, Memorial Lincoln, National Gallery	<ul style="list-style-type: none"> Information du visiteur : horaires, fermeture de salles, absence de certaines œuvres... Information quant à l'accueil des personnes handicapées Interaction avec le personnel : personnel aimable, identifiable, disponible, souriant et poli 	<ul style="list-style-type: none"> Peu d'organisation de l'attente (organisation de l'espace d'attente, annonce des temps d'attente) Service des vestiaires (personnel, manque de rapidité et de disponibilité)





LES PREMIERES RENCONTRES INTERNATIONALES DE LA QUALITE DE L'ACCUEIL DANS LES MUSEES ET MONUMENTS

Les Premières Rencontres Internationales de la Qualité de l'Accueil dans les Musées et Monuments se sont déroulées le 23 juin dernier à l'auditorium du Louvre.

Pour cette journée, les objectifs du CRT étaient :

- D'initier le débat sur l'importance croissante de la qualité de l'accueil dans les musées et monuments ;
- D'étudier et d'analyser les dispositifs d'accueil et d'information mis en place dans les musées et monuments à l'international ;
- De favoriser les échanges entre les professionnels français et étrangers ;
- De renforcer les liens entre le secteur du tourisme et le secteur culturel, qui, pour répondre aux attentes des visiteurs doivent être en interaction.

Ces rencontres ont permis :

- de mettre en débat une question unanimement partagée par tous les professionnels : l'importance de la qualité de l'accueil dans les musées et monuments ;
- de conclure sur la nécessité de travailler ensemble à l'échelle internationale sur cette question.

Le débat de cette journée a permis de dégager un besoin évident (actuellement non satisfait) d'échanges à l'échelle internationale sur la question commune de l'amélioration de l'accueil. Toutes les villes contactées étaient représentées : Amsterdam, Berlin, Londres, Madrid, New York, Paris, Québec, Rome, Washington.

Elus du tourisme et de la culture, présidents et directeurs de musées et monuments, directeurs des publics, du marketing, de la



communication, professionnels du tourisme... 363 personnes ont participé à cette journée, dont 42 étrangères.

Les perspectives

Grâce à ces rencontres internationales, un nouvel espace de travail entre professionnels franciliens et étrangers a été ouvert. Aussi, la création d'un site Internet dédié à ce thème sera mis en place fin 2008, avec la perspective d'en faire une plateforme d'échanges destinée à évoluer vers un centre de ressources référent sur la qualité de l'accueil dans les musées et monuments.

Parallèlement à la création de cet outil, le CRT poursuit l'évaluation de 36 musées et monuments à l'international par le biais des visites-mystères, pour la 2^{ème} année consécutive. 180 visites-mystères se sont déroulées dans 4 musées ou monuments de 9 villes étrangères dont deux nouvelles cette année, Québec et Tokyo.

Ce type d'évaluation à l'international permet de comparer la qualité de l'accueil réservé aux visiteurs se rendant à Paris avec d'autres destinations touristiques et culturelles. Elle permet d'identifier ainsi les principaux points forts ou à améliorer pour garantir un accueil de qualité aux visiteurs de chacune de ces villes. Les résultats de chaque musée ou monument seront transmis aux directeurs des sites concernés et pourront servir d'outils de réflexion pour alimenter la future plateforme d'échanges Internet.

ENTRETIEN avec Stephen Gill, directeur du service visiteurs au British Museum, Londres

1-La qualité de l'accueil des visiteurs est-elle un sujet important pour le British Museum ?

Stephen GILL

Par rapport à d'autres sites touristiques, les musées doivent être des centres d'excellence artistique ; ils ont un devoir de conservation et de sécurité optimales des collections qu'ils entretiennent, et pour beaucoup d'institutions - dont le British Museum - ils doivent également savoir gérer un bâtiment.

Mais il est aussi essentiel de satisfaire les différentes attentes d'un public très large. L'an passé, les 6 millions de visiteurs du British Museum étaient pour certains des touristes qui venaient à Londres pour la première fois, pour d'autres, des visiteurs réguliers souhaitant étudier en profondeur une exposition. S'occuper d'un public aussi divers fait partie de notre stratégie, et nous essayons de remplir cette mission au mieux.

Depuis quelques années, nous travaillons non seulement sur la qualité de l'accueil, mais nous nous inscrivons dans une démarche plus globale. Le British Museum existe depuis 250 ans. Et traditionnellement, nous avons le souci de nous développer et d'être un lieu d'enseignement. En fait, nous ne sommes reconnus comme un site touristique majeur au Royaume-Uni que depuis peu. Or, pour celui qui se rend au British Museum pour la première fois, découvrir nos 90 galeries peut paraître fastidieux et fatigant : nous devons nous adapter à l'évolution du profil et des demandes des touristes.

2-Quels moyens particuliers mettez-vous en œuvre pour cela ?

Stephen GILL

Nous prenons de nombreuses initiatives. Par exemple, 55% de nos visiteurs étant des étrangers, nous recrutons dorénavant du personnel multilingue.

Depuis quelques années, nous avons créé un nouvel espace central dans le musée avec des lieux spécialement conçus pour les visiteurs, et nous avons rénové et réaménagé plus de 15 galeries. Une bonne information à la bonne place est aussi essentielle. Il faut beaucoup réfléchir à la place des plans, du programme, aux explications à fournir à chacun...

Nous avons mis en place un projet sur 12 mois pour réexaminer toute notre politique d'accueil des visiteurs et identifier les domaines que nous pouvons améliorer. Si nous avons déjà quelques petites victoires à notre actif, nous désirons vivement avoir des échanges sur ces sujets avec d'autres musées ou sites touristiques majeurs, aussi bien britanniques, qu'europeens ou américains.

Document édité par le Comité Régional du Tourisme Paris Ile-de-France
11, rue du Faubourg Poissonnière - 75009 Paris - www.nouveau-paris-idf.com

Directrice de la Publication : Henriette Zoughebi, Présidente du CRT - Directeur de la Communication du CRT : Laurent Vidy.

Pour en savoir plus : qualite@pdf.com

Photos : CRT IDF / Tripelon-Jary, Thierry, Maisant. Réalisation Leader Communication. Imprimé en France.

le nouveau
Par!s
Ile-de-France