Notoriété, image et attractivité de la Destination Impressionnisme auprès des publics potentiels

Le 25 avril 2023

L'impressionnisme a résolument révolutionné la peinture et indiqué de nouvelles manières de transposer le monde physique sur la toile. Ce mouvement a fait naître de nombreux artistes emblématiques qui ont marqué à jamais l'histoire de l'art par leurs nombreux chefs d'œuvres. Et aujourd'hui encore, le courant impressionniste reste apprécié partout dans le monde.

La Normandie et Paris-Ile-de-France ont été une terre d'inspiration pour les peintres impressionnistes. C'est sur ce territoire que le mouvement est né et s'est épanoui. Forts de cet avantage concurrentiel exclusif, ces 2 régions ont signé le Contrat « Normandie – Paris Ile-de-France : Destination impressionnisme » qui vise à faire émerger une marque touristique mondiale.

Descriptif

Afin d'améliorer la qualité de l'offre proposée, il est nécessaire de mieux connaitre les clientèles cibles de la Destination. Toutefois, peu de données existent à ce sujet. C'est dans ce contexte que le CRT Paris Ile-de-France, le CRT Normandie et la région Normandie ont mené une étude afin de mieux connaitre les clientèles potentielles de la destination, des personnes âgées de 25 ans et plus, désignant l'art et la culture comme faisant partie de leurs principaux centres d'intérêt lors des voyages, et ayant l'intention de voyager en France ou en Europe.

Les principales conclusions de cette étude sont :

- Le **mouvement impressionniste est le mouvement pictural le plus cité spontanément** par les publics potentiels.
- Il est **très apprécié de tous** (notamment au Japon). Les Coréens lui préfèrent toutefois le romantisme ou la renaissance italienne.
- De façon
  emblema
  assez po
  - I
  - I

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.

- Parmi les peintres célèbres présentés, Van Gogh figure dans le top 3 des peintres les plus connus dans l'ensemble des pays. **Monet est particulièrement connu en France et au Japon**. Renoir est également bien connu des Européens et des Japonais.
- La connaissance de **l'origine du mouvement impressionniste** est plutôt bonne : **la France est le premier pays cité par environ les deux tiers des répondants**. Plus spécifiquement, après annonce de la France comme étant le pays d'origine du mouvement, **l'Île-de-France** (via son image « capitale culturelle » à l'international) émerge spontanément comme région d'origine. La Normandie est surtout citée par les Français.

- La destination impressionniste bénéficie d'une attractivité avérée nécessitant une communication et des offres adaptées aux différents publics.
- Les différentes activités proposées en lien avec la destination intéressent le plus grand nombre. Les **musées** arrivent en tête quelle que soit la nationalité, suivis des **paysages**, maisons/jardins. Aucune des activités proposées n'est rejetée, mais les Français se montrent toutefois un peu plus sélectifs dans le choix des activités, au contraire des Chinois dont la posture semble très ouverte.
- Les **freins** exprimés par les occidentaux pour découvrir la destination sont plutôt d'ordre « personnels » (préférence pour **d'autres types de sorties** / **non-intérêt des personnes accompagnatrices**). Les Asiatiques affichent quant à eux des freins logistiques (**temps de transport** / **non-connaissance de la destination**, etc.).

Plusieurs leviers en découlent naturellement pour encourager à visiter la destination impressionnisme :

- Proposer un accompagnement **d'ordre logistique** (notamment pour les non Européens surtout).
- **Eduquer les publics cibles à l'impressionnisme** et ses régions d'origine pour capitaliser sur la notoriété du nom et faire découvrir la richesse des visites associées.
- Incorporer **une visite d'un site impressionniste au sein d'une offre packagée** (incluant la visite de sites incontournables).
- Imaginer **des offres ciblant des publics larges** (ex : familles avec enfants…).
- Poursuivre sur les idées **de visites « originales »** qui intéressent largement.

Pour découvrir les résultats de l'étude, cliquez ci-dessous. Une version complète des résultats ainsi qu'une synthèse seront bientôt disponibles.

Ressources

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.