



## « LES NADAR. UNE LÉGENDE PHOTOGRAPHIQUE »

Étude des publics de l'exposition présentée du 16 oct. 2018 au 3 fév. 2019  
à la Bibliothèque nationale de France



# PLAN DE LA PRÉSENTATION

- ❖ Cadre de l'étude et aspects méthodologiques
- ❖ Composition des publics interviewé·es
  - Profil sociodémographique
  - Liens à la BnF
  - Liens à la pratique de visite muséale et à la pratique photographique
- ❖ Expérience de visite dans l'exposition: motivations, représentations et formats de la visite
- ❖ Appréciation de la visite
- ❖ Une appropriation différenciée de l'exposition selon les publics
  - Amateurs de photographie et curieux
  - Publics des expositions de la BnF et primovisitant





## **CADRE DE L'ÉTUDE ET ASPECTS MÉTHODOLOGIQUES**





## CADRE ET OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

- ❖ Une étude intégrée dans la politique de connaissance générale des publics des expositions et de la programmation culturelle de la BnF:
  - Comme les enquêtes sur les publics des expositions « Astérix » et « Piaf »
  - Comparaisons avec:
    - L'observatoire des publics de la BnF 2016 : les usager·es en général et les publics de la programmation culturelle en particulier (exposition « Avedon »)
    - Les résultats des enquêtes nationales comme *À l'écoute des visiteurs* et *Pratiques culturelles des Français*
  
- ❖ Fournir des éléments de connaissance sur les publics de l'exposition et leur appropriation de cette programmation :
  - les profils types du public (sociodémographique, rapport à la culture)
  - les canaux de communication consultés sur l'exposition et leur évolution du début à la fin de l'exposition
  - la réception (satisfaction, compréhension, appropriation) de l'exposition



❖ Une enquête quantitative en auto-administration assistée des questionnaires sur tablettes

- Facilitée par la mise en place d'une zone d'enquête
- Concurrence du livre d'or numérique

❖ Échantillonnage :

- Stricte sélection aléatoire des répondant·es à la sortie de l'exposition
- Sessions d'enquête aux différents horaires de la journée et sur chaque type de jour





❖ 2 périodes d'enquête de 8 sessions (objectif: 600):

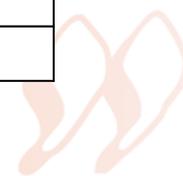
- en novembre 2018 (423 questionnaires)
- en janvier 2019 (279 questionnaires)

❖ Base de données constituée:

- **702 questionnaires**
- Base pondérée par rapport à la fréquentation des jours d'enquête

	Nb collectés	Nb d'entrées	Taux de sondage
15/11/2018	46	338	14%
16/11/2018	47	359	13%
17/11/2018	70	768	9%
18/11/2018	69	544	13%
20/11/2018	36	266	14%
21/11/2018	46	316	15%
22/11/2018	57	321	18%
23/11/2018	52	398	13%
10/01/2019	39	377	10%
16/01/2019	27	297	9%
18/01/2019	34	490	7%
22/01/2019	33	308	11%
27/01/2019	41	711	6%
30/01/2019	36	542	7%
31/01/2019	34	772	4%
01/02/2019	35	993	4%
<b>Total</b>	<b>702</b>	<b>7800</b>	<b>9%</b>

	Part dans la fréquentation totale	Part dans l'échantillon
Titres payants	45%	
Pass abonnés	10%	13%
Accès gratuits	37%	32%
Groupes	8%	-





## COMPOSITION DES PUBLICS INTERVIEWÉS DANS L'EXPOSITION « LES NADAR »





# GENRE ET ÂGE DES PUBLICS INTERVIEWÉS

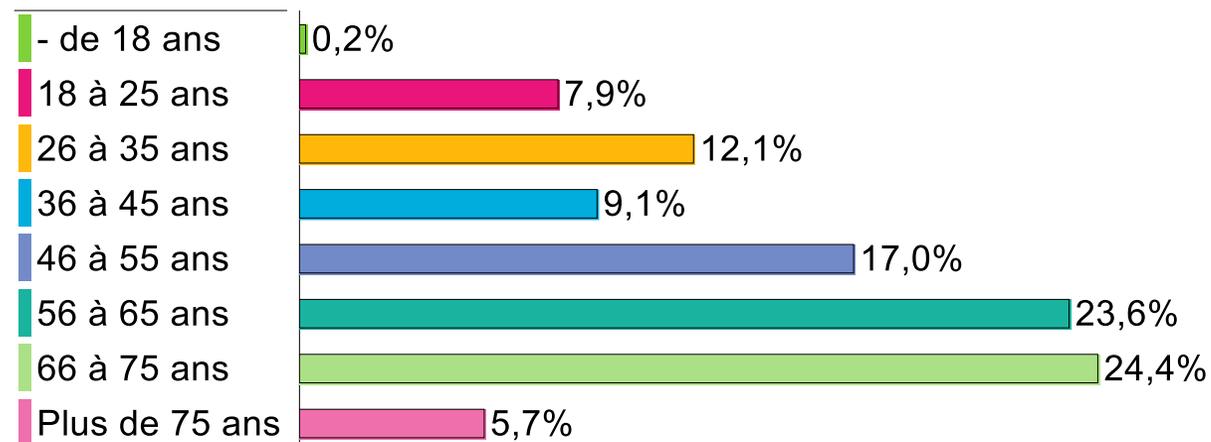
## Vous êtes

Taux de réponse : **96,5%**



## Quel est votre âge?

Taux de réponse : **92,6%**



### ❖ Un public âgé :

- un âge moyen de **53 ans**, supérieur à celui de la population Française de 15 ans et plus (48 ans) et supérieur aux publics des musées et monuments
- Plus de la moitié des publics ont + de 55 ans: **très supérieur** aux publics des musées et monuments. Moins de 10% pour les – 25 ans: inférieur aux usager-es de la BnF; très inférieur aux publics des musées et monuments

### ❖ Une majorité de femmes: une répartition genrée proche des usager-es de la BnF et des publics de musées

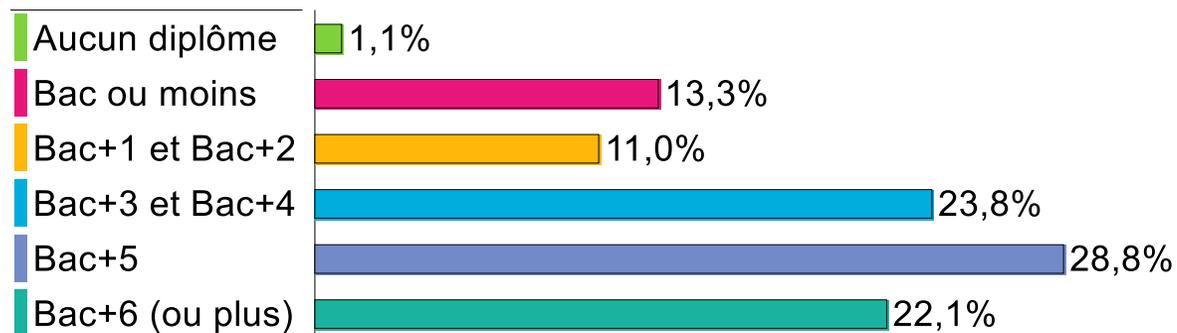




# NIVEAU DE DIPLÔME ET SITUATION PROFESSIONNELLE

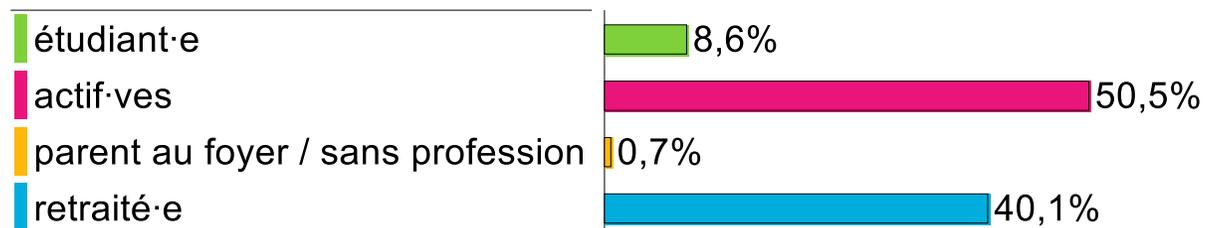
## Quel est votre plus haut niveau de diplôme ?

Taux de réponse : **97,9%**



## Actuellement, vous êtes

Taux de réponse : **97,9%**



❖ **Un niveau de diplôme très élevé:** les détenteurs et détentrices d'un diplôme supérieur au master représentent plus d'1 visiteur·se sur 5

- similaire à l'exposition « Avedon »
- Supérieur aux publics des musées

❖ Une moitié du public en activité, **4 visiteur·ses sur 10 à la retraite** et moins de 10% en études

- moins d'étudiant·es et plus de retraité·es que dans l'exposition « Avedon »
- Beaucoup plus de retraité·es que dans les musées

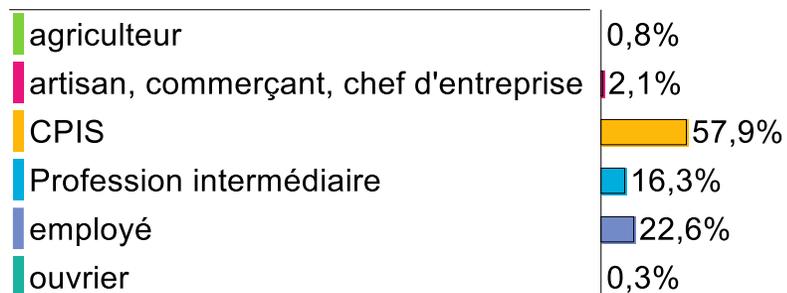




# CATÉGORIE SOCIOPROFESSIONNELLE

## Catégorie socio-professionnelle

Taux de réponse : **84,5%**



Base : 279 répondant·es

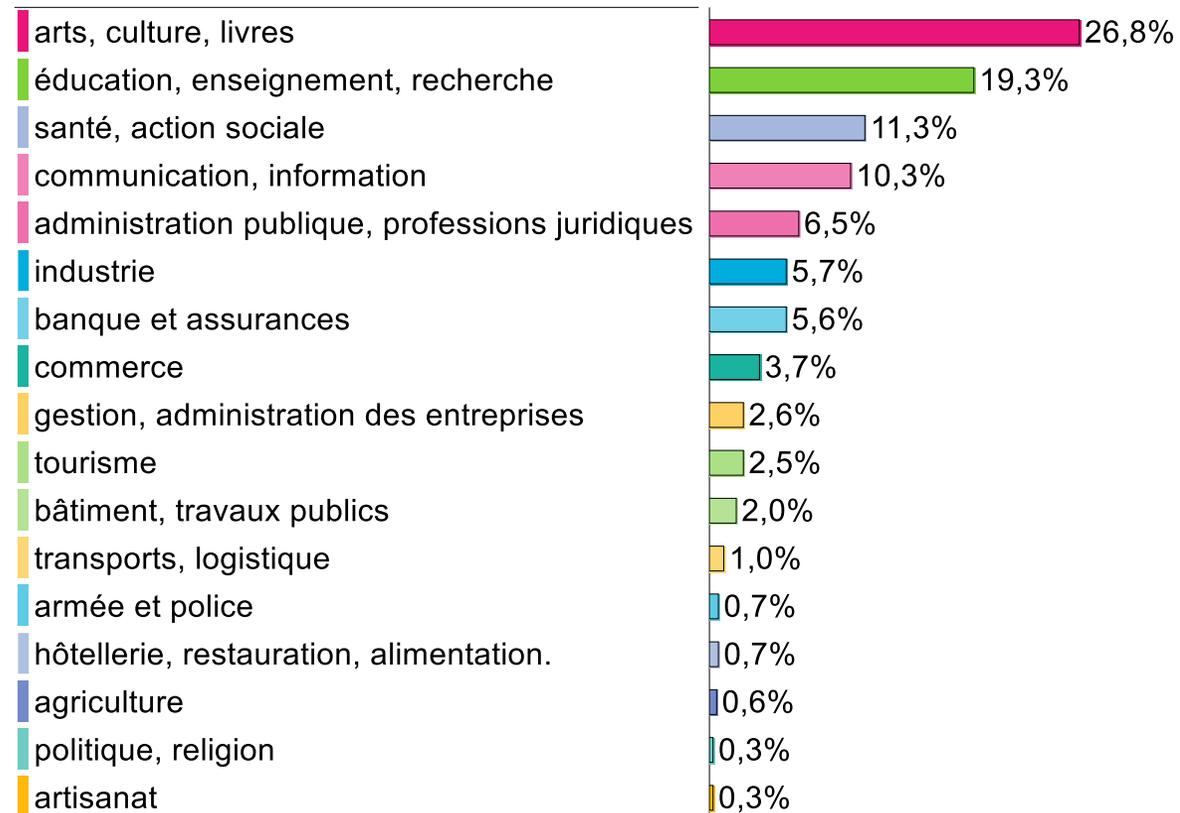
❖ Une majorité de cadres et professions intellectuelles supérieures

❖ Près de la moitié des publics interviewé·es exercent une profession dans le domaine des arts, de la culture et du livre ou dans l'enseignement et la recherche

- Chez les enseignant·es : principalement dans le secondaire et à l'université

## Quel est, ou était, votre secteur d'activité ?

Taux de réponse : **71,9%**

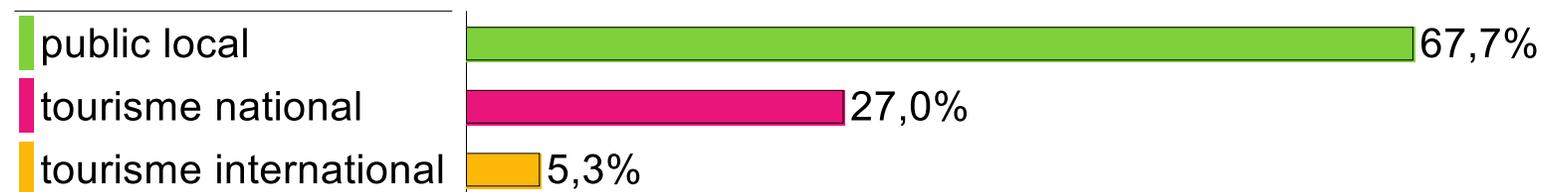




# LIEU DE RÉSIDENCE

## Provenance des publics

Taux de réponse : **85,4%**



} **48% des publics français résident à Paris**

- ❖ 1 personne sur 2 réside à Paris
  - Similaire à l'exposition « Avedon »
  - Public local plus fort que dans les musées parisiens
- ❖ Les 2/3 des personnes interviewées constituent un public local (Paris + petite couronne)
- ❖ Une exposition peu fréquentée par les touristes nationaux et internationaux

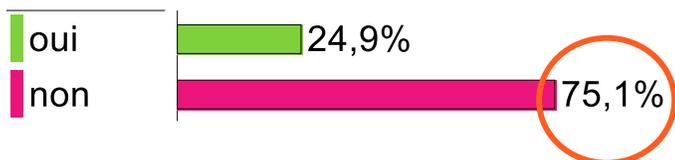




# LIENS AVEC LA BIBLIOTHÈQUE NATIONALE DE FRANCE (1/2)

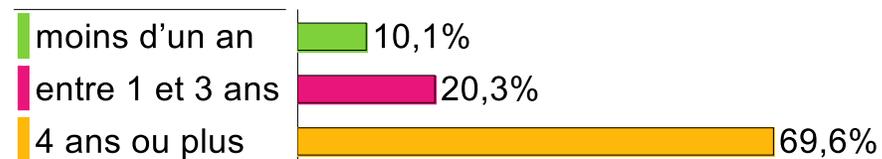
## Est-ce la première fois que vous venez à la BnF ?

Taux de réponse : **98,9%**



## Depuis combien de temps venez-vous à la BnF ?

Taux de réponse : **96,2%**



## Quels sont les espaces que vous avez déjà fréquentés ?

Taux de réponse : **98,1%**



### ❖ Des publics **très familiers** de l'institution et de sa programmation:

- un peu moins de recrutement de nouveaux publics qu'en 2016
- Presque 2,5 fois moins de primo-visiteurs et primo-visiteuses que dans les musées

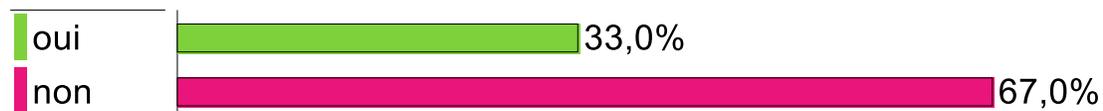
### ❖ Dans une moindre proportion, des publics qui connaissent aussi les autres espaces et types de programmation de la BnF



## LIENS AVEC LA BIBLIOTHÈQUE NATIONALE DE FRANCE (2/2)

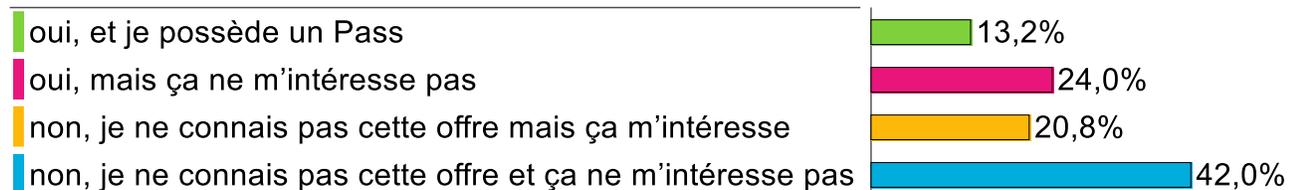
### Est-ce la première fois que vous visitez une exposition à la BnF (quel que soit le site BnF) ?

Taux de réponse : **98,4%**



### Connaissez-vous le Pass Lecture / Culture à 15€ ou le Pass Recherche de la BnF ?

Taux de réponse : **96,6%**



❖ 1/3 des publics venaient pour la première fois dans une exposition de la BnF

❖ Une relative étanchéité entre les différents espaces de la BnF:

- Seulement 12% des publics qui étaient déjà venus à la BnF n'y avaient encore jamais visité d'exposition
- 13% des visiteurs et visiteuses possèdent un Pass

➤ Marge de progression pour le Pass: 20% des publics de l'exposition se disent intéressés par cette offre

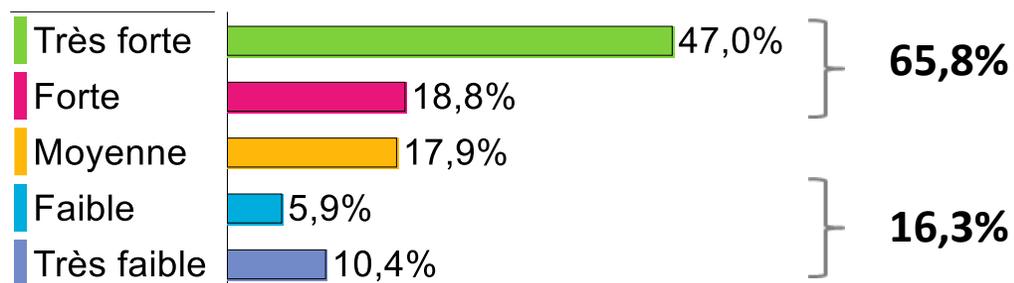




# LIENS AVEC LA PRATIQUE DE VISITE MUSÉALE

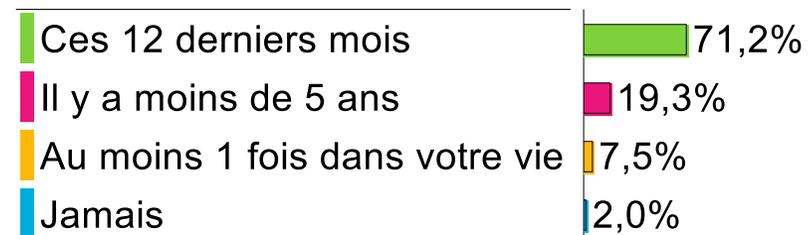
## Familiarité avec la visite muséale

Taux de réponse : **97,1%**



## Avez-vous visité un musée ou une exposition de photographie ?

Taux de réponse : **84,1%**



### ❖ Des publics très familiers des visites de musées

- Par rapport aux musées: à la fois moins de publics avec une familiarité faible et très faible et plus de publics à très forte familiarité

### ❖ En particulier, des publics habitués à visiter des expositions ou des musées de photographie: 98% au moins une fois dans sa vie et dont 71 % dans l'année





# LIENS AVEC LA PRATIQUE PHOTOGRAPHIQUE

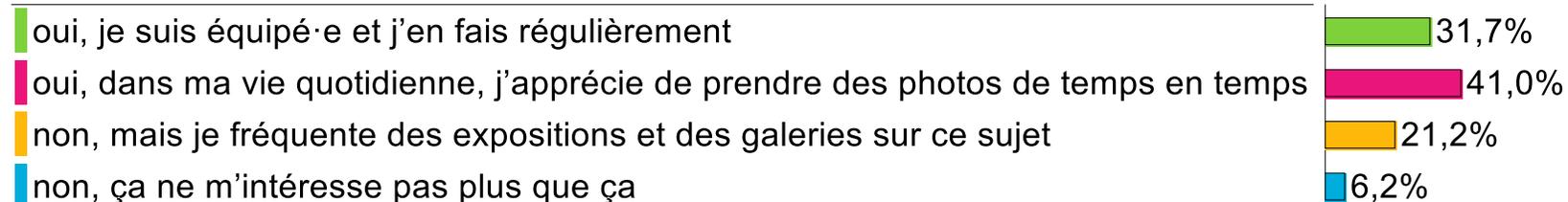
## La photographie fait-elle partie de vos centres d'intérêt ?

Taux de réponse : **99,3%**



## Est-ce que vous la pratiquez ?

Taux de réponse : **96,3%**



❖ Quasiment la totalité des publics déclare un lien plus ou moins fort avec la pratique photographique:

- 1 visiteur-se sur 5 déclare que c'est une passion
- 1 visiteur-se sur 3 déclare être équipé-e et pratiquer la photographie régulièrement





## EN SYNTHÈSE

- ❖ Profil sociodémographique des publics interviewés:
  - très âgés
  - très diplômés, largement constitué de cadres et professions intellectuelles supérieures,
  - et résidant à Paris
  - fidèles de la BnF et souvent liés à l'institution par leur domaine professionnel
  
- **Plus âgé que d'autres expositions de la BnF mais tout aussi diplômés et parisiens. Un peu moins de recrutement, avec des publics très fidèles de la BnF et notamment de ces expositions**
  
- ❖ Rapport à la culture et à l'institution chez les publics interviewés
  - familier de la pratique de visite muséale
  - un public des expositions de la BnF plutôt que des espaces de recherche
  - des amateurs et amatrices de photographie: déclaration d'une passion, pratiques photographiques courantes, visites d'expositions thématiques
  
- **Le thème de la photographie pourrait être un des leviers de recrutement.**





**L'EXPÉRIENCE DE VISITE  
DANS L'EXPOSITION « LES NADAR »**

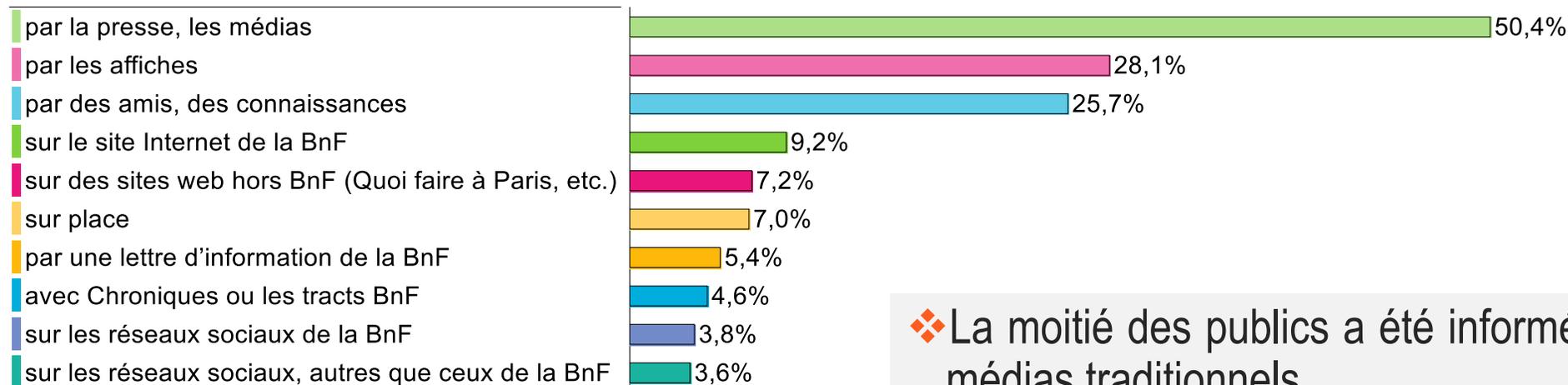




# MODE DE CONNAISSANCE DE L'EXPOSITION

## Comment avez-vous connu l'exposition « Les Nadar » ?

Taux de réponse : **98,0%**



## A eu connaissance de l'exposition "par des ami-es"

	novembre	janvier
Oui	<b>20,6%</b>	<b>29,5%</b>
Non	<b>79,4%</b>	<b>70,5%</b>

- ❖ La moitié des publics a été informée par les médias traditionnels.
- ❖ Au cours de la période de l'exposition, le bouche à oreille est la seule modalité qui progresse de manière significative comme moyen de connaissance de l'exposition.

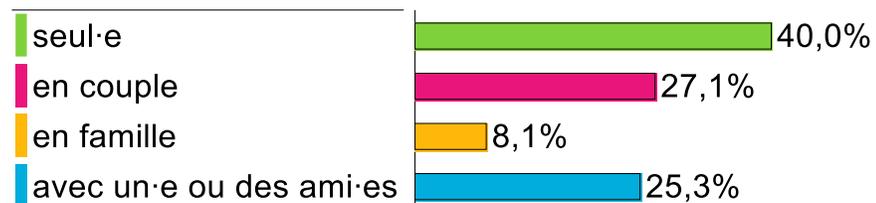




# ACCOMPAGNEMENT DES PUBLICS DANS L'EXPOSITION

## Aujourd'hui, vous êtes venu·e

Taux de réponse : **99,6%**



## A combien êtes vous venus aujourd'hui, vous y compris?

Taux de réponse : **91,1%**



### ❖ Une majorité de visite en solo:

- Un peu moins que dans les publics des exposition de la BnF
- caractéristique des pratiques de publics connaisseurs et familiers de la visite muséale

### ❖ 1/4 des publics ont visité en couple et 1/4 entre ami·es:

- La visite entre ami·es est plutôt caractéristique des publics locaux
- Taux plus importants que pour les publics des expositions de la BnF
- En cumulé, part assez proche des publics de musées

### ❖ Les familles sont minoritaires mais une part proche des publics habituels des expositions de la BnF.

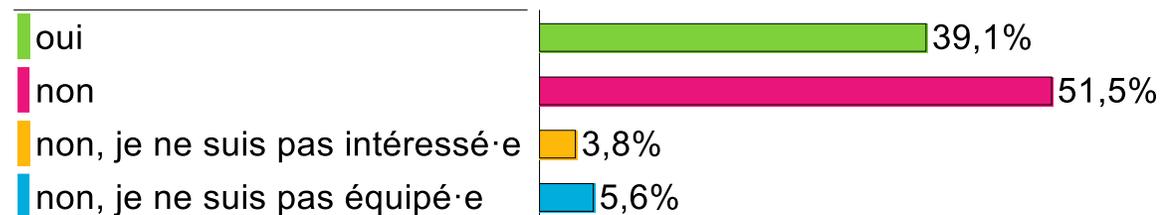




# PUBLICS PHOTOGRAPHES ET CONNECTÉS?

## Pendant votre visite, avez-vous pris des photos ?

Taux de réponse : **98,5%**



## Avez-vous partagé en ligne (Facebook, Twitter, Instagram, emails...) ou par textos (sms, mms) des images ou des contenus liés à votre visite ?

Taux de réponse : **94,4%**



❖ Plus d'1/3 des publics a pris des photographies pendant sa visite et plus d'1/4 les a partagées ou envisage de le faire.

➤ pratiques beaucoup moins importantes que dans les musées

### Plusieurs raisons:

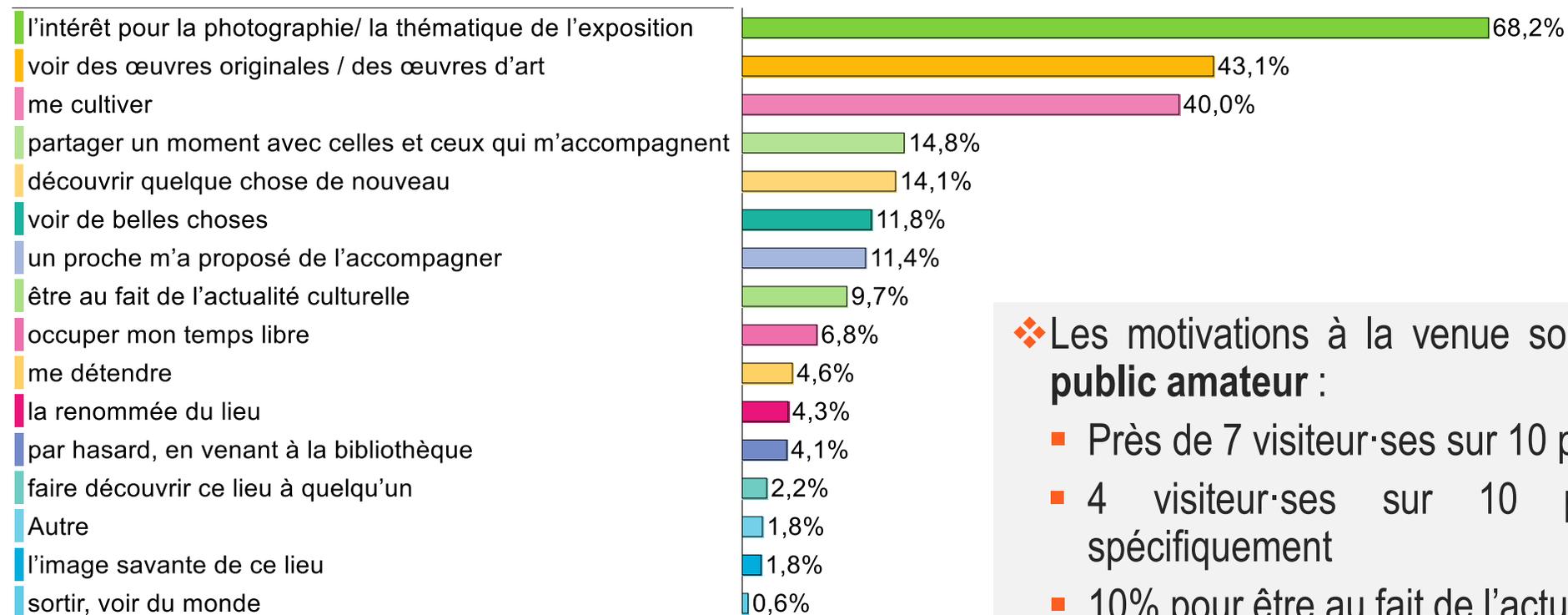
- ❖ Des publics majoritairement locaux et âgés
- ❖ Des pratiques très liées au contexte touristique
- ❖ Une exposition paradoxalement peu photogénique?



# MOTIVATIONS À LA VISITE

Parmi les propositions suivantes, choisissez les 3 principales raisons qui vous ont décidé à venir visiter cette exposition aujourd'hui ?

Taux de réponse : 99,9%



❖ Les motivations à la venue sont à rattacher à un **public amateur** :

- Près de 7 visiteur·ses sur 10 pour le sujet
- 4 visiteur·ses sur 10 pour les œuvres spécifiquement
- 10% pour être au fait de l'actualité culturelle

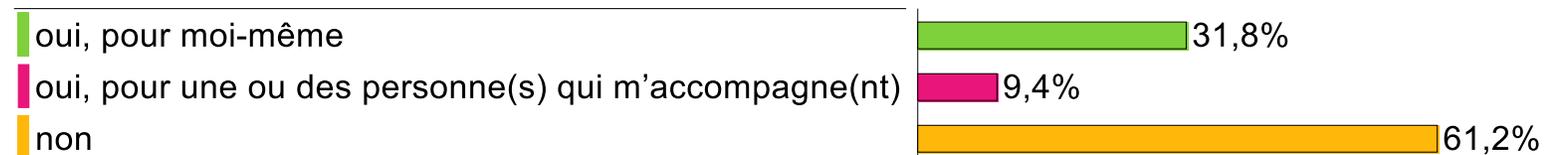




# LA GRATUITÉ COMME MOTIVATION À LA VISITE

## Avez-vous bénéficié d'une mesure de gratuité ?

Taux de réponse : **98,9%**



## La gratuité a-t-elle compté dans votre décision de venir aujourd'hui ?

### Parmi les bénéficiaires

Taux de réponse : **98,9%**



❖ 4 visiteur·ses sur 10 ont bénéficié d'une gratuité pour eux-mêmes ou une personne les accompagnant

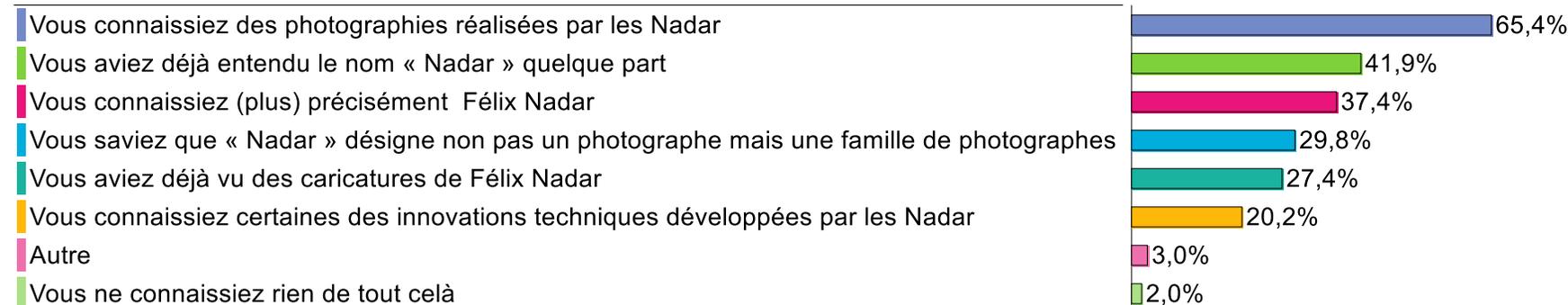
❖ La gratuité a joué un **rôle incitatif** à la venue pour près de la moitié de ses bénéficiaires



# REPRÉSENTATIONS DE LA THÉMATIQUE AVANT ET APRÈS LA VISITE

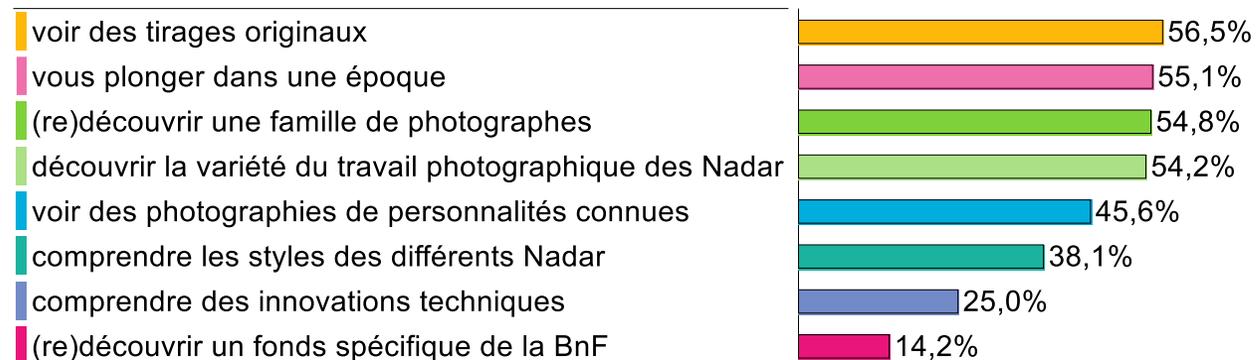
## Avant de venir, et par rapport au thème de l'exposition

Taux de réponse : 99,1%



## Dans l'exposition, qu'est-ce qui vous a le plus intéressé-e ?

Taux de réponse : 98,9%



- ❖ L'angle choisi par les commissaires de l'exposition a été bien compris puisque:
  - la famille Nadar est connue par moins d'1 visiteur·se sur 3
  - et pour plus d'1 visiteur·se sur 2 c'est l'élément le plus intéressant de l'exposition.
- ❖ Les éléments les plus marquants: un accrochage d'œuvres originales qui témoignent d'une époque et de la production variée d'une famille d'artistes.



**APPRÉCIATION DE LA VISITE  
DE L'EXPOSITION « LES NADAR »**

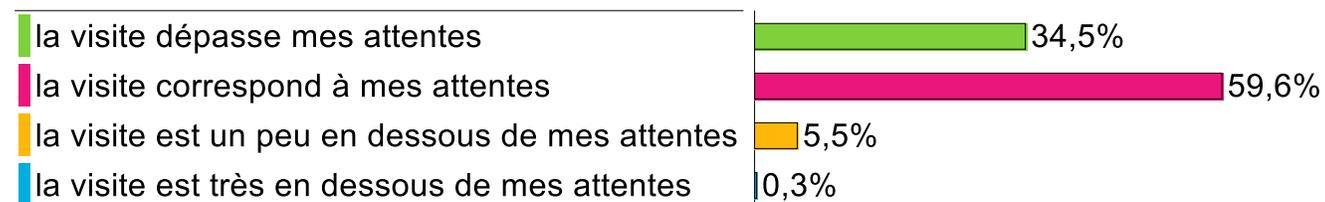




# LA SATISFACTION GLOBALE À L'ÉGARD DE LA VISITE

## Par rapport à l'idée que vous vous faisiez de cette visite avant de venir, diriez-vous que ...

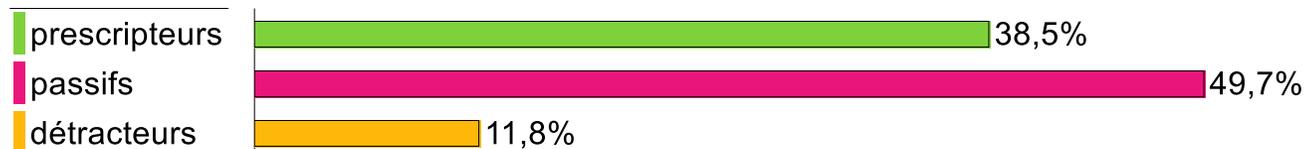
Taux de réponse : **99,7%**



❖ Une part très importante des visiteurs et visiteuses très satisfait·es et simultanément très peu d'insatisfaction: un succès!

## Sur une échelle de 0 à 10, jusqu'à quel point recommanderiez-vous la visite de cette exposition à une ou des personnes de votre entourage ?

Taux de réponse : **99,5%**



❖ Les publics recommanderaient principalement l'exposition à une personne qui connaîtrait ou serait intéressée par sa thématique

❖ L'exposition est avant tout envisagée pour un public d'expert·es





# LES POINTS FORTS : LES ŒUVRES ET LES APPORTS COGNITIFS

## Les œuvres et les objets exposés

Taux de réponse : **99,4%**



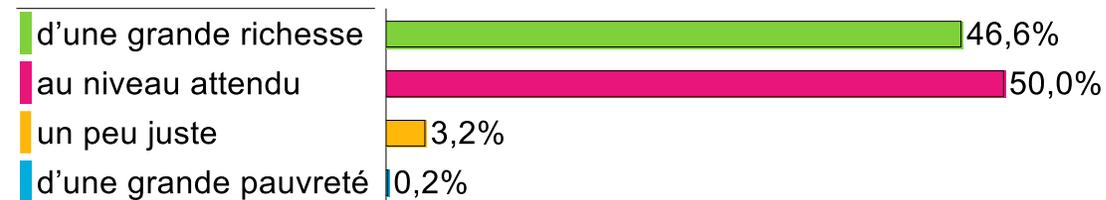
## La quantité de textes explicatifs pour cette exposition

Taux de réponse : **98,1%**



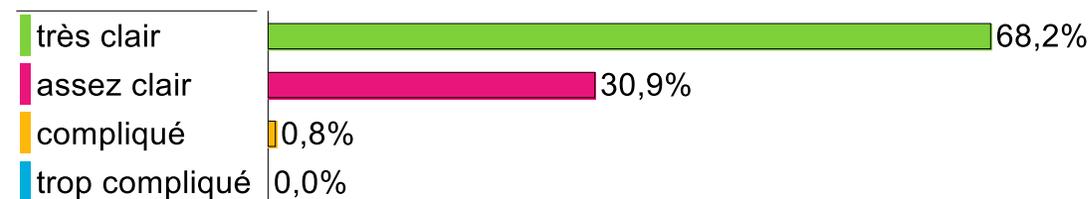
## L'apport de connaissances

Taux de réponse : **97,3%**



## Le niveau d'explication des textes

Taux de réponse : **98,7%**



- ❖ Des œuvres qui emportent une satisfaction importante
- ❖ Mais surtout une médiation écrite claire et en grande quantité grandement appréciée

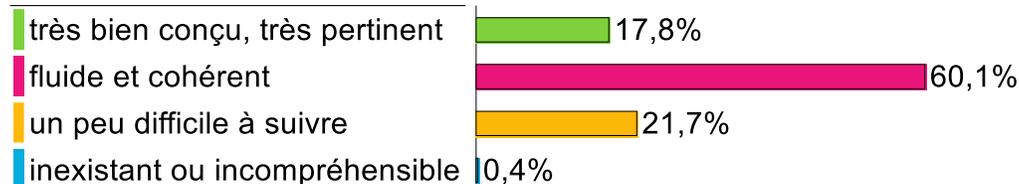




## 2 ÉLÉMENTS MOINS SATISFAISANTS : LE FIL DIRECTEUR ET LA SCÉNOGRAPHIE

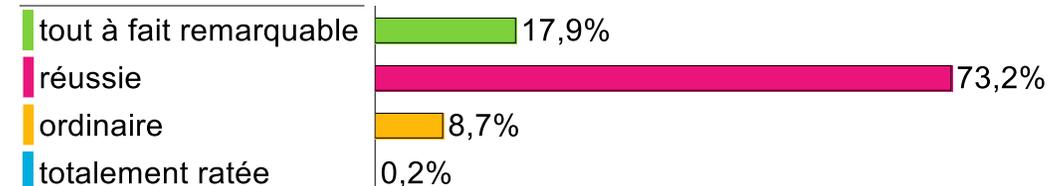
### Le fil conducteur de l'exposition

Taux de réponse : **98,8%**



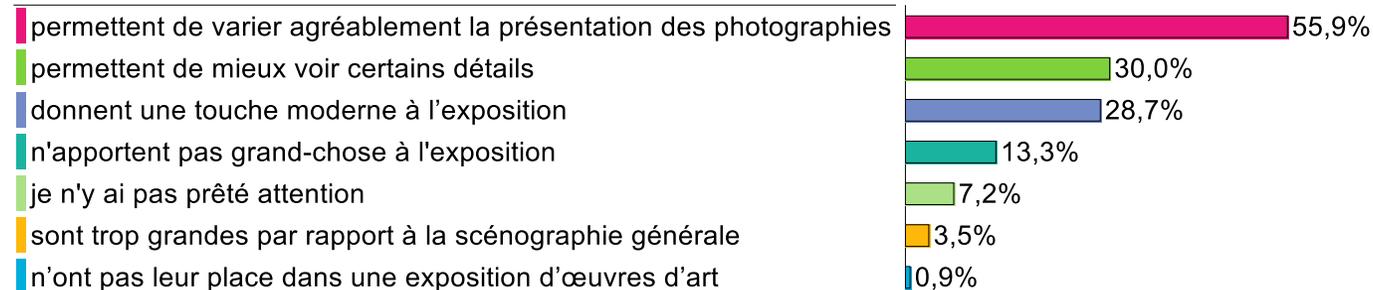
### La mise en valeur des œuvres et objets, la scénographie

Taux de réponse : **98,7%**



### Les projections, Vous diriez qu'elles...

Taux de réponse : **99,1%**



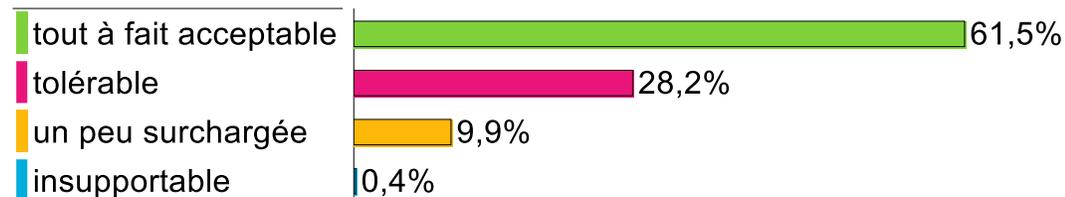
- ❖ Le fil conducteur jugé difficile à suivre par 1 visiteur sur 5
- ❖ Une scénographie moins appréciée que les autres éléments de l'exposition
  - 3/4 la disent « réussie » et 9% la considèrent « classique »
  - les projections de photographies sur écran ont été généralement bien estimées et même jugées comme modernes par près d'un tiers des publics



# LE CONFORT DE VISITE

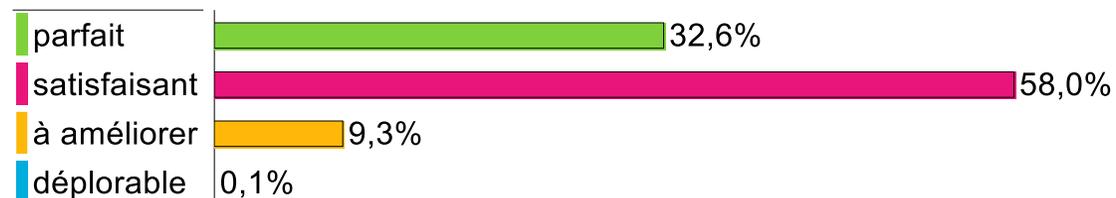
## L'affluence dans les salles

Taux de réponse : **99,3%**



## Le confort de la visite (température, sièges ...)

Taux de réponse : **98,4%**

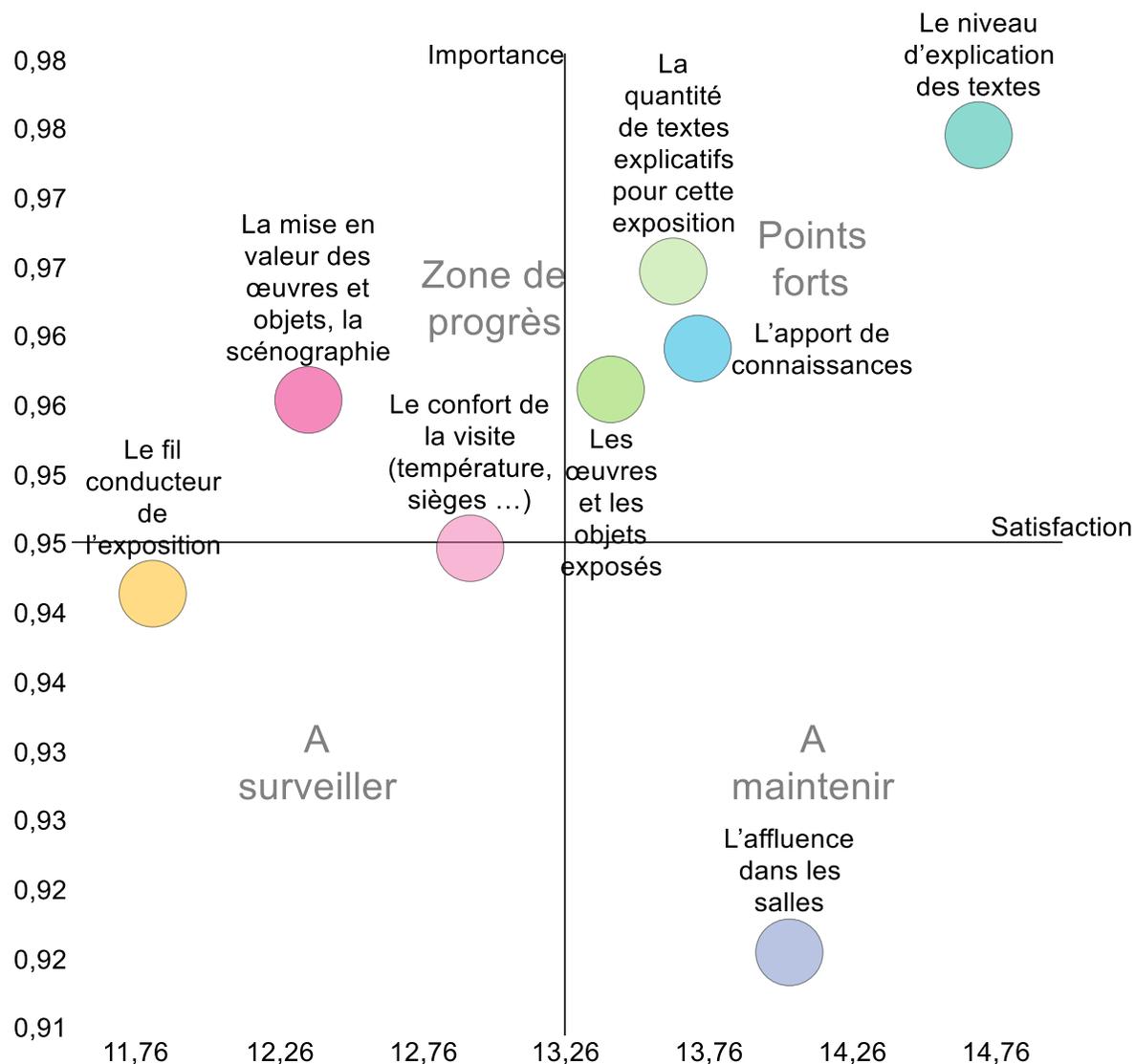


- ❖ Un confort satisfaisant et une affluence jugée tout à fait acceptable dans l'ensemble.
- ❖ À noter toutefois une baisse de la satisfaction concernant l'affluence de novembre à janvier (-17 points)





# CONSTRUCTION DE LA SATISFACTION



Le jugement porté sur l'exposition tient compte tout d'abord de la qualité des médiations et de l'apport des connaissances, ainsi que des œuvres et objets exposés

La mise en valeur de ces œuvres est en revanche moins bien jugée et constitue un axe d'amélioration possible. De même, le fil conducteur de l'exposition compte parmi les éléments les moins bien jugés.

Enfin l'affluence dans les salles, modérée pendant toute la période de l'exposition a eu peu d'impact sur l'appréciation globale de la visite.





# LES BÉNÉFICES RETIRÉS DE LA VISITE

Diriez-vous que la visite a été l'occasion de...	Tout à fait / Plutôt oui	Pas du tout / Plutôt non	Taux de réponse
Apprendre, découvrir ou redécouvrir des choses	96,40%	3,60%	95%
Éprouver du plaisir en voyant des belles choses	95,60%	4,40%	88%
Me détendre, me sentir bien	88,10%	11,90%	79%
Faire découvrir, transmettre	75,90%	24,10%	79%
Me divertir, m'amuser	73,80%	26,20%	77%
Partager un moment avec celles et ceux qui m'accompagnent	68,30%	31,70%	77%
M'inspirer, stimuler ma créativité	66,80%	33,20%	79%
Discuter, débattre	51,60%	48,40%	76%
Ressentir une émotion forte, un choc	49,60%	50,40%	80%

❖ Pour la majorité des répondant-es, la visite leur a permis à la fois d'acquérir des connaissances, mais ressortent également de leurs réponses des bénéfices de l'ordre du bien-être (plaisir, détente) et de la sociabilité (interactions sociales, rompre avec son quotidien).



- un haut niveau de satisfaction
- des œuvres appréciées
- la médiation écrite particulièrement remarquable et importante dans la satisfaction
- le fil directeur et la scénographie jugés moins satisfaisants
- Des bénéfices à l'issue de la visite qui témoignent de la confiance en l'institution : l'institution garante d'une expérience cognitive et esthétique de qualité et une visite qui procure du bien-être aux publics





# UNE APPROPRIATION DIFFÉRENCIÉE DE L'EXPOSITION SELON LES PUBLICS





# AMATEURS DE PHOTOGRAPHIES ET PUBLICS CURIEUX

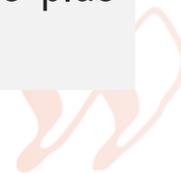
## Lien avec la photographie

	Ces 12 derniers mois	Il y a plus longtemps ou jamais
La photographie fait-elle partie de vos centres d'intérêt ?	oui, c'est l'un de mes centres d'intérêt (48,5%) tout à fait, c'est une passion (28,2%)	oui, par curiosité (46,9%) non, pas du tout (5,7%)
Est-ce que vous la pratiquez ?	oui, je suis équipé·e et j'en fais régulièrement (35,6%)	non, ça ne m'intéresse pas plus que ça (12,2%)

Le tableau montre les modalités significativement sur-représentées.

Publics ayant visité une exposition de photographies dans l'année: 60 % du total

- ❖ Parmi les publics qui ont visité une exposition ou un musée de photographies au cours des 12 derniers mois, 1/4 déclare que c'est une passion ou un centre d'intérêt et 1/3 pratique régulièrement la photographie
- ❖ Les publics qui n'ont pas réalisé de visite en lien avec la photo dans l'année déclarent plus souvent une simple curiosité pour la photo
- ❖ La visite d'une exposition ou d'un musée de photographies dans l'année écoulée constitue un **indicateur probant du lien que les publics ont avec la pratique photographique**. Elle démarque les publics très amateurs de photos et les publics plus curieux



## Liens avec la photographie et la BnF

	Amateurs photo	Curieux
Est-ce la première fois que vous venez à la BnF ?	Déjà venu à la BnF (78,6%)	Primo-visiteur de la BnF (33,4%)
Depuis combien de temps venez-vous à la BnF ?		entre 1 et 3 ans (28,5%)
Est-ce la première fois que vous visitez une exposition à la BnF (quel que soit le site BnF) ?	Déjà venu dans une exposition BnF (73,9%)	Primo-visiteur des expositions BnF (51,4%)
Quels sont les espaces que vous avez déjà fréquentés ?	auditoriums, manifestations, ateliers et activités culturelles (23,1%)	les salles de lecture et espaces de travail hors salles (43,7%)
Connaissez-vous le Pass Lecture / Culture à 15€ ou le Pass Recherche de la BnF ?		non, je ne connais pas cette offre et ça ne m'intéresse pas (51,1%)

Le tableau montre les modalités significativement sur-représentées.

## Lien avec la photo et motivations de visite

	Amateurs photo	Curieux
Parmi les propositions suivantes, choisissez les 3 principales raisons qui vous ont décidé à venir visiter cette exposition aujourd'hui ?	l'intérêt pour la photographie/ la thématique de l'exposition (76,1%)	un proche m'a proposé de l'accompagner (19,3%) la renommée du lieu (7,6%)
Avant de venir, et par rapport au thème de l'exposition		Vous ne connaissiez rien de tout cela (4,8%)
La gratuité a-t-elle compté dans votre décision de venir aujourd'hui ?		
Aujourd'hui, vous êtes venu-e	seul-e (42,4%)	en couple (33,0%)

Le tableau montre les modalités significativement sur-représentées.

❖ Les publics curieux ont également un lien moins fort à la BnF que les amateurs de photographie: ils en sont plus souvent les primo-visiteurs (de la BnF et de ses expositions) ou des usagers plus récents, qui fréquentent moins souvent les espaces de programmations culturelles.

➤ un certain recrutement s'est opéré chez des publics moins familiers de la BnF et de sa programmation culturelle

❖ Des publics curieux entraînés dans le projet de visite d'autres personnes :

- la sociabilité culturelle comme motivation à la venue

- 1/3 des curieux a visité en couple quand 4 amateurs photo sur 10 ont visité en solo

➤ Ces publics curieux sont « entraînés » par une personne de leur entourage



## Profil des amateurs de photo et des curieux

	Amateurs photo	Curieux
<b>Vous êtes</b>		
<b>Quel est votre plus haut niveau de diplôme ?</b>	Bac+3 et Bac+4 (26,0%)	Bac ou moins (18,3%)
<b>Actuellement, vous êtes</b>		retraité·e (43,9%)
<b>Quel est, ou était, votre secteur d'activité ?</b>	éducation, enseignement, recherche (21,3%)	santé, action sociale (17,4%) armée et police (2,9%) politique, religion (1,6%)
<b>Quelle est votre année de naissance ?</b>		
<b>Provenance des publics</b>	public local (70,4%)	tourisme national (33,6%)
<b>Familiarité avec la visite muséale</b>	Très forte (61,2%)	Forte (30,5%) Très faible (11,7%) Faible (6,8%)

Le tableau montre les modalités significativement sur-représentées.

- ❖ Une part significative des publics curieux est moins diplômée, à la retraite ou évolue dans des domaines professionnels moins directement liés à l'univers de la BnF.
- ❖ Ils comptent plus souvent parmi les touristes nationaux
- ❖ Ils sont moins familiers de la pratique de visite muséale
- ❖ Chez les publics curieux, une satisfaction générale plus basse due à une moins grande appréciation des points forts de l'exposition

## Lien avec la photographie et satisfaction

	Amateurs photo	Curieux
<b>Satisfaction</b>	Très satisfait-es (41,9%)	Peu satisfait-es (14,9%)
<b>Sur une échelle de 0 à 10, jusqu'à quel point recommanderiez-vous la visite de cette exposition à une ou des personnes de votre entourage ?</b>		détracteurs (16,1%)
<b>Les œuvres et les objets exposés</b>	exceptionnels (40,3%)	intéressants (69,4%)
<b>La mise en valeur des œuvres et objets, la scénographie</b>		
<b>Le fil conducteur de l'exposition</b>		
<b>L'apport de connaissances</b>		
<b>La quantité de textes explicatifs pour cette exposition</b>	parfaite (47,8%)	
<b>Dans l'exposition, qu'est-ce qui vous a le plus intéressé·e ?</b>		
<b>Le niveau d'explication des textes</b>	très clair (73,2%)	assez clair (35,5%)

Le tableau montre les modalités significativement sur-représentées.





## Lien à la photo et bénéfices retirés de la visite

	Amateurs photo	Curieux
ressentir une émotion forte, un choc	Oui (52,2%)	Non (59,9%)
m'inspirer, stimuler ma créativité	Oui (75,4%)	Non (41,5%)

Le tableau montre les modalités significativement sur-représentées.  
Les lignes/colonnes n'ayant pas de caractéristiques ont été cachées.

- ❖ Les bénéfices liés au plaisir esthétique et à la créativité sont plus fortement ressentis par les publics les plus attachés à la photographie

## Lien à la photo et pratiques photo in situ et de partage

	Amateurs photo	Curieux
Pendant votre visite, avez-vous pris des photos ?	oui (44,4%)	non (61,1%) non, je ne suis pas équipé·e (10,4%)
Avez-vous partagé en ligne (Facebook, Twitter, Instagram, emails...) ou par textos (sms, mms) des images ou des contenus liés à votre visite ?	pas encore : je le ferai après ma visite (26,6%)	

Le tableau montre les modalités significativement sur-représentées.

- ❖ Les publics les plus attachés à la photographie sont également ceux qui ont tendance à garder des traces de leur visite et à les partager avec d'autres





# PRIMO-VISITANT DES EXPOSITIONS DE LA BNF (1/2)

## Publics des expositions de la BnF et motivations à la venue

	Primo-visiteur des expositions BnF	Déjà venu dans une exposition BnF
<b>Parmi les propositions suivantes, choisissez les 3 principales raisons qui vous ont décidé à venir visiter cette exposition aujourd'hui ?</b>	partager un moment avec celles et ceux qui m'accompagnent (23,0%) un proche m'a proposé de l'accompagner (17,7%) la renommée du lieu (8,6%) par hasard, en venant à la bibliothèque (7,2%) faire découvrir ce lieu à quelqu'un (4,0%) sortir, voir du monde (1,8%)	l'intérêt pour la photographie/ la thématique de l'exposition (74,0%) voir des œuvres originales / des œuvres d'art (47,5%)
<b>Avant de venir, et par rapport au thème de l'exposition</b>	Vous aviez déjà entendu le nom « Nadar » quelque part (41,8%) Vous ne connaissiez rien de tout cela (5,4%) Autre (5,0%)	
<b>La gratuité a-t-elle compté dans votre décision de venir aujourd'hui ?</b>		oui, un peu quand même (20,6%)
<b>Aujourd'hui, vous êtes venu-e</b>	en couple (35,0%) en famille (11,6%)	seul·e (46,7%)

Le tableau montre les modalités significativement sur-représentées.

## Profil des primo-visiteurs des expositions BnF et des publics déjà venus

	Primo-visiteur des expositions BnF	Déjà venu dans une exposition BnF
<b>Vous êtes</b>		
<b>Quel est votre plus haut niveau de diplôme ?</b>	CAP/BEP (7,1%)	Bac+6 (ou plus) (25,5%)
<b>Actuellement, vous êtes</b>	étudiant·e (13,9%) parent au foyer / sans profession (1,9%)	retraité·e (46,2%)
<b>Quel est, ou était, votre secteur d'activité ?</b>	gestion, administration des entreprises (6,2%) armée et police (2,4%)	
<b>Quelle est votre année de naissance ?</b>		
<b>Familiarité avec la visite muséale</b>	Très faible (16,7%)	Très forte (50,9%)

Le tableau montre les modalités significativement sur-représentées.

## Publics ayant visité déjà une exposition de la BnF: 1/3 du total

- ❖ Les primo-visitant des expositions de la BnF témoignent de motivations relevant plus souvent de la **sociabilité**, déclarent plus souvent le caractère fortuit de leur venue ou leur attrait pour la renommée de l'institution. Ils ne viennent pas tant pour le lieu ou l'exposition que pour la personne qu'ils accompagnent.
- ❖ Paradoxalement la gratuité a mobilisé des publics qui étaient déjà venus: **la gratuité est un élément de fidélisation, non un levier pour la 1<sup>e</sup> visite.**
- ❖ Une part significative des primo-visitant des expositions de la BnF est moins diplômée, étudiante ou en activité dans des domaines professionnels moins liés à l'univers de la BnF et a une familiarité muséale très faible



## PRIMO-VISITANT DES EXPOSITIONS DE LA BNF (2/2)

### Bénéfices selon que l'on est primo-visitant des expo de la BnF

	<b>oui</b>	<b>non</b>
<b>me détendre, me sentir bien</b>	Tout à fait/Plutôt oui (93,6%)	Pas du tout/Plutôt non (13,8%)
<b>éprouver du plaisir en voyant des belles choses</b>		
<b>discuter, débattre</b>		
<b>partager un moment avec celles et ceux qui m'accompagnent</b>	Tout à fait/Plutôt oui (79,2%)	Pas du tout/Plutôt non (37,6%)
<b>ressentir une émotion forte, un choc</b>	Pas du tout/Plutôt non (58,2%)	Tout à fait/Plutôt oui (53,0%)
<b>faire découvrir, transmettre</b>		
<b>me divertir, m'amuser</b>	Tout à fait/Plutôt oui (85,6%)	Pas du tout/Plutôt non (31,1%)
<b>m'inspirer, stimuler ma créativité</b>		
<b>apprendre, découvrir ou redécouvrir des choses</b>		Non réponse (5,5%)

Le tableau montre les modalités significativement sur-représentées.

- ❖ Les primo-visitant des expositions de la BnF ont plus souvent retiré des bénéfices de l'ordre du bien-être et de la convivialité
- ❖ Les habitué·es des expositions de la BnF sont majoritairement focalisé·es sur un plaisir esthétique et sont plus indifférent·es face aux bénéfices liés à la sociabilité et à la convivialité





## CONCLUSION GÉNÉRALE

- ❖ Une exposition très remarquée grâce à:
  - Des œuvres appréciées
  - Une médiation écrite riche et claire
  
- ❖ Les publics de l'exposition « Les Nadar » :
  - ❖ Un public amateur de photographie dont les caractéristiques socio-démographiques et culturelles sont similaires aux publics habituels des expositions de la BnF: ce sont eux qui ont été les plus satisfaits. Ce public a tendance à venir le plus souvent seul et à être attiré par les dimensions esthétiques de l'exposition
  
  - ❖ Des publics « entraînés » par les premiers et aux caractéristiques socio-démographiques et culturelles différentes: moins connaisseurs du sujet et/ou de l'institution, avec des diplômes plus bas, une familiarité muséale faible et attirés par la dimension sociale de la visite. Ils témoignent d'une satisfaction moindre, en particulier sur ce qui est considéré comme des points forts par les publics connaisseurs.





Pour toute question:

## **VOIX/PUBLICS**

**AGENCE DE RECHERCHE INDÉPENDANTE SPÉCIALISÉE DANS LA CULTURE ET LE PATRIMOINE**

- ❖ Noémie Couillard
- ❖ Maylis Nouvellon
- ❖ [voix.publics@gmail.com](mailto:voix.publics@gmail.com)

