

Ce rapport a été réalisé par :

Romain Chevrel, chef de projet  
Sylvie Nestelhut-Estansan, directrice de Public & Culture  
Anne Ravard, chef de projet  
Sacha Fournier, consultant outils de suivi  
Anne Valette, chargée d'étude junior



## SOMMAIRE

Sommaire .....	2
<b>Introduction .....</b>	<b>4</b>
<b>Partie 1. Diagnostic et état des lieux .....</b>	<b>5</b>
<b>Rappel de la définition du champ de l'étude .....</b>	<b>6</b>
<b>Les entretiens menés.....</b>	<b>8</b>
<b>A. Etat des lieux des dispositifs existants .....</b>	<b>12</b>
<b>1. Dispositifs nationaux : sites culturels .....</b>	<b>13</b>
1. ODIT France .....	14
2. Muséostat .....	22
3. Réunion des Musées Nationaux .....	28
4. Le Centre des Monuments Nationaux .....	31
5. Ville et Pays d'Art et d'Histoire.....	37
6. Institut de France .....	40
7. Fédération des écomusées et musées de société .....	42
<b>1. Dispositifs nationaux : Evènements culturels .....</b>	<b>44</b>
1. Direction de la Musique, de la Danse, du théâtre et des spectacles.....	45
2. France Festivals .....	47
3. Le Centre National de la Chanson, des Variétés et du Jazz .....	49
4. IRMA .....	53
5. Des acteurs ressources pour l'évènementiel.....	57
<b>2. Les dispositifs régionaux.....</b>	<b>58</b>
1. Point méthodologique .....	59
2. TOURISCOPE CÔTE D'AZUR .....	60
3. ORT FRANCHE-COMTE.....	63
4. ORT RHÔNE-ALPES.....	66
5. ORT Languedoc-Roussillon .....	69
6. ORT Poitou-Charentes .....	71
7. ORT Alsace .....	73
8. SPOT Auvergne.....	75
9. ORT LIMOUSIN .....	79
10. ORT Aquitaine .....	82
11. ORT Centre Val de Loire .....	85



12. SEM Régionale des Pays de la Loire .....	87
13. ORT Picardie .....	90
14. ORT LORRAINE .....	92
15. Synthèse de l'interrogation des DRAC .....	94
16. Les contacts pris ne rentrant pas dans le champ de l'étude .....	96
<b>B - Diagnostic des dispositifs étudiés .....</b>	<b>97</b>
1. Le champ « Musées de France » .....	98
2. Les Monuments Historiques .....	104
3. Les festivals .....	108
4. Dispositifs spécifiques .....	112
5. L'Observation en région .....	113
<b>Partie 2. Résultats de l'expérimentation et préconisations.....</b>	<b>119</b>
<b>A. Le diagnostic .....</b>	<b>120</b>
1. Points clefs du diagnostic.....	121
2. Les axes de travail .....	123
3. Quelques initiatives remarquables .....	124
<b>B. Les résultats de l'expérimentation .....</b>	<b>126</b>
1. Le cadre de l'expérimentation .....	127
2. Méthode et questionnaire .....	128
3. Résultats .....	130
<b>C. Préconisations relatives à la mise en place d'un outil .....</b>	<b>135</b>
1. Objectifs et enjeux .....	136
2. Le socle commun .....	137
1. Nature de l'outil.....	137
2. Organisation.....	142
3. Fréquences d'interrogation et performances.....	148
4. Les données à collecter .....	151
5. La question des évènements .....	154
3. Les étapes de mise en place d'un outil.....	155
ETAPE 1 : les bases d'un dispositif national performant .....	156
ETAPE 2 : le développement des performances de l'interrogation annuelle .....	158
ETAPE 3 : le niveau optimal de la plateforme .....	160
<b>Conclusion.....</b>	<b>162</b>



# Introduction

---

**Public & Culture** a été mandaté par la **Direction du Tourisme** pour réaliser une étude pour la **mise en place d'un outil de connaissance de la fréquentation touristique des sites culturels**. Cette étude vise à étudier la **possibilité d'un outil d'observation de la fréquentation commun au Ministère de la Culture et de la Communication et au Ministère en charge du Tourisme**, associant les principaux acteurs et collecteurs d'information aux différents niveaux.

Cette étude concerne les **champs suivants** :

- Musées (au sens de la loi du 4 janvier 2002) et écomusées
- Monuments publics et privés ouverts à la visite
- Evènement à caractère culturel d'audience nationale et internationale

Ce rapport est scindé en deux parties correspondant aux différentes phases de l'étude :

- **Partie 1** : Diagnostic des dispositifs et sources d'information existants.
- **Partie 2** : - Les résultats de l'expérimentation de catégories diversifiées de collecte d'informations de fréquentation en région.  
- Les préconisations relatives à la mise en place d'un outil commun d'observation de la fréquentation des sites culturels.

Compte tenu des contraintes de l'étude, le diagnostic présenté dans la partie 1 n'a pas vocation à être un inventaire exhaustif des sources disponibles mais à faire **un état des lieux des principaux dispositifs d'observation existants** afin de donner une **base de travail solide au groupe de travail constitué**. Il est **préalable à un travail sur les indicateurs** et aux **préconisations concernant la mise en place d'un outil partagé**.

La partie 2 a pour but de fixer les termes et conditions du développement d'un outil d'observation de la fréquentation des sites culturels. Il est un préalable à une concertation élargie des acteurs concernés.



## Partie I. Diagnostic et état des lieux

---



## RAPPEL DE LA DEFINITION DU CHAMP DE L'ETUDE

Cette étude **s'inscrit dans la continuité** d'un travail, qu'elle a vocation à **parfaire et à développer**, mené par les différents interlocuteurs culturels et touristiques. Néanmoins, plusieurs interrogations et manques existent concernant les outils et dispositifs existants :

- leur fiabilité
- leur représentativité
- leur hétérogénéité
- leur performance
- la transmission des informations (fréquence et méthode)

Il s'agit de partir du **socle disponible** pour construire un outil visant à **améliorer la collecte comme la circulation des informations**. Cet outil doit être à même de **répondre aux besoins des acteurs** des sites et du territoire comme à la **définition de politiques** culturelles et touristiques.

Ainsi, la mission recouvre **trois problématiques** :

1. Comptage
2. Connaissance des visiteurs
3. Transmission de l'information

Dans un premier temps, le **champ de l'étude** a été défini de manière pragmatique préférant se fonder sur les structures et dispositifs en place plutôt que sur une approche théorique inappropriée du champ culturel. Il repose par conséquent sur des **critères qu'il convient d'établir au regard de** :

- l'ampleur du champ initial
- la nécessité de préciser l'appellation « évènement »
- les résistances quant à la définition du caractère culturel d'un évènement
- l'ambiguïté de la définition de l'audience nationale et internationale d'un évènement comme d'un équipement
- le ciblage « fréquentation touristique » de la fréquentation des sites culturels étudiés.

Le champ de l'étude n'a **pas vocation à fixer une limite définitive à l'outil mais à circonscrire le champ de l'élaboration de ce dernier**. Il s'agit de faire en sorte que l'outil soit dimensionné de façon à répondre dans sa première version aux attentes des partenaires.

Dans ce cadre, **4 critères** ont été établis :

- **Critère 1** : l'étude s'adresse aux dispositifs de comptage de la fréquentation, donc aux sites disposant d'une billetterie.



- **Critère 2** : le site doit appartenir à un circuit de transmission de l'information, dans le but de rassembler les dispositifs autour d'un outil commun.
- **Critère 3** : le site doit atteindre une fréquentation minimale de 10 000 entrées.
- **Critère 4** (spécifique aux évènements culturels) : afin de répondre à la demande ciblée d'une catégorie d'évènements d'envergure nationale et internationale, un seuil de fréquentation spécifique à 50 000 visiteurs a été fixé.

Le champ de l'étude relatif aux évènements culturels, dans la continuité des travaux du LEG<sup>1</sup> comprend huit domaines :

- patrimoine artistique et monumental
- archives
- bibliothèques
- livre et presse
- arts plastiques
- architecture,
- arts du spectacle
- audiovisuel / multimédia

Ces éléments visent à circonscrire le champ de l'étude et donc celui de l'expérimentation de l'outil. Ils sont cumulatifs.

---

<sup>1</sup> LEG : European Leadership Group, groupe de travail européen sur les statistiques culturelles



## LES ENTRETIENS MENES

ORGANISMES	ENTRETIENS
▪ ODI France Dispositif annuel / Dispositif Grandes Villes	- François Desbos
▪ ODI France Réseau des correspondants permanents	- Didier Lauret
▪ Direction des Musées de France- MUSEOSTAT	- Bernadette Goldstein
▪ Direction des Musées de France- MUSEOSTAT	- Lucille Zizi
▪ Direction de l'Architecture et du Patrimoine Label Ville et Pays d'Art et d'Histoire	- Annick Prot
▪ Direction de l'Architecture et du Patrimoine Label Ville et Pays d'Art et d'Histoire	- Malika Madani
▪ Direction de l'Architecture et du Patrimoine Label Ville et Pays d'Art et d'Histoire	- Odile Bousquet
▪ Direction de l'Architecture et du Patrimoine : Observation	- Gérald Krafft
▪ Réunion des Musées Nationaux	- Philippe Platel
▪ Centre des Monuments Nationaux	- Christophe Korol
▪ Direction des musées de France Base EVE	- Valérie Martinez
▪ Institut de France	- Camille Bouvier



---

▪ <b>Fédération Nationale des Comités Régionaux du Tourisme</b>	- Marc Bonnefoy
▪ <b>Demeure Historique</b>	- Catherine Schedeker
▪ <b>Vieille Maison Française</b>	- Lilibeth Dewvrin
▪ <b>Maison Paysanne Française</b>	- Amélie Pedrot
▪ <b>France Festivals</b>	- Bénédicte Dumeige
▪ <b>IRMA</b>	- Elsa Cunci
▪ <b>Hors les Murs</b>	- Sophie Perrin
▪ <b>Centre National des Variétés et du Jazz</b>	- Séverine Morin
▪ <b>Ministère de la culture et de la communication. DMDTS</b>	- Laurent Babé
▪ <b>SPOT Auvergne</b>	- Jean Michel Blanc
▪ <b>Agence Régionale du Patrimoine PACA</b>	- Chargé d'étude pour la DAPA
▪ <b>Agence Pro festivals</b>	- Nicolas Duquenoy
▪ <b>UDOTSI Cote d'Azur</b>	- Mme Runfolà
▪ <b>Fondation du patrimoine</b>	

---



---

**Interrogation de l'ensemble des 22 observatoires régionaux du tourisme. 13 répondants.**

---

▪ <b>Touriscope Côte d'Azur</b>	- Patrick Vece, directeur de l'observatoire du tourisme de la Côte d'Azur
▪ <b>ORT Franche-Comté</b>	- Frédéric Laroche, responsable de l'observatoire
▪ <b>ORT Rhône-Alpes</b>	- Christelle Lepoutre, chargée d'études à l'observatoire Rhône Alpes
▪ <b>ORT Languedoc-Roussillon</b>	- Melle Drajkowski, chargée d'études à l'observatoire Languedoc - Roussillon
▪ <b>ORT Poitou-Charentes</b>	- Grégory Loussouarn - chargé d'études à l'Observatoire du Poitou-Charentes
▪ <b>ORT Alsace</b>	- Benoit Gangneux - responsable de l'ORT d'Alsace
▪ <b>SPOT Auvergne</b>	- Jean-Michel Blanc - directeur SPOT Auvergne
▪ <b>ORT Limousin</b>	- Olivier Reymbaut - responsable du pôle observation, veille et information
▪ <b>ORT Aquitaine</b>	- Philippe Tarricq
▪ <b>ORT Centre Val de Loire</b>	- Mme Claude Béchu - responsable pôle études et veille marketing - Mlle Céline De Nardi - assistante études
▪ <b>SEM Régionale des Pays de la Loire</b>	- Armel Rucet
▪ <b>ORT Picardie</b>	- Claire Hénocque - responsable ORT
▪ <b>ORT Lorraine</b>	- Francine Chevallier - Meyer, responsable de l'ORT

---



---

**Interrogation de l'ensemble des 22 DRAC métropolitaines. 10 répondants**

---

- |                         |  |
|-------------------------|--|
| ▪ DRAC Alsace           | - Responsable du Centre d'informations et de documentation |
| ▪ DRAC Bourgogne        | - Responsable de Centre de documentation,                  |
| ▪ DRAC Bretagne         | - Responsable du Centre d'informations et de documentation |
| ▪ DRAC Franche-Comté    | - Responsable du Centre d'informations et de documentation |
| ▪ DRAC Ile de France    | - Responsable de centre d'informations et de documentation |
| ▪ DRAC Lorraine         | - Responsable du Centre d'informations et de documentation |
| ▪ DRAC Basse-Normandie  | - Responsable du Centre d'informations et de documentation |
| ▪ DRAC Pays de la Loire | - Responsable du Centre d'information et de documentation  |
| ▪ DRAC Picardie         | - Responsable du Centre d'informations et de documentation |
| ▪ DRAC Poitou-Charentes | - Responsable du Centre d'informations et de documentation |
- 



## A. Etat des lieux des dispositifs existants

---



# 1. DISPOSITIFS NATIONAUX : SITES CULTURELS



## 1. ODIT FRANCE



### Descriptif du dispositif

La Direction de l'Observation d'ODIT France recense depuis 1991 la fréquentation annuelle des sites et évènements touristiques. Cet outil est au service de la production de statistiques à destination des professionnels et acteurs publics dans tous les domaines.

ODIT France			
	Réseau des correspondants permanents	Réseau annuel	Réseau des grandes villes
<b>Champ d'application du dispositif</b>			
<b>Sites concernés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sites et évènements culturels ou non + réseau grandes villes. Sont pris en compte les estimations et comptages</li> <li>Exclusion des salles de spectacle, manifestations sportives et bases de loisir, ainsi que tout lieu d'évènementiel ne disposant pas d'une fréquentation propre</li> </ul>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>165 correspondants permanents. Ce panel n'est représentatif ni des catégories utilisées, ni d'une répartition géographique</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Environ 3 000 sites (dont les correspondants permanents)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>24 villes membres du club grandes villes de France de Maison de la France</li> </ul>
<b>Liens entre le dispositif et les sites</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pas de relation contractuelle, ODIT est un dispositif d'observation. Il fonctionne sur le mode de l'échange entre les correspondants : collecte et restitution.</li> </ul>		
<b>Mode de sélection des sites et manifestations</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La sélection se fait selon la <b>nature touristique de la fréquentation</b>. Les sites sont présentés par les départements, s'ensuit un échange argumenté pour la prise de décision.</li> <li>Le seuil de fréquentation est fixé à 10 000 visiteurs par an. Environ 50% des sites se situent entre 10 et 20 000 visiteurs.</li> </ul>		



ODIT France			
	Réseau des correspondants permanents	Réseau annuel	Réseau des grandes villes
Catégories / regroupements effectués	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Les sites sont classés en catégories revues en 2003. <b>17 catégories de sites</b> touristiques classés en <b>deux sous-catégories : sites à vocation culturelle et non culturelle</b>. Ces regroupements présentent des inadéquations avec le champ d'action des acteurs culturels.</li> </ul> <p>Catégories à vocation culturelle :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sites et musées archéologiques</li> <li>- Châteaux et architectures civiles remarquables</li> <li>- Ecomusées et musées d'art et traditions populaires</li> <li>- Musées des beaux-arts</li> <li>- Sites à caractère militaire et lieux de mémoire</li> <li>- Museums et musées d'histoire naturelle</li> <li>- Edifices et patrimoine religieux</li> <li>- Musées thématiques</li> </ul> <p>Catégories à vocation non culturelle :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Festivals, spectacles et manifestations</li> <li>- Grottes, gouffres, avens et grottes préhistoriques</li> <li>- Parcs, jardins et arboretums</li> <li>- Parcs à thème</li> <li>- Sites, villes et villages pittoresques</li> <li>- Sites industriels, agricoles, artisanaux et visites techniques</li> <li>- Tourisme de jeux</li> <li>- Transports touristiques</li> <li>- Parcs animaliers</li> </ul>		Aucun



## ODIT France

	Réseau des correspondants permanents	Réseau annuel	Réseau des grandes villes
<b>Place des sites culturels dans le dispositif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ sites à vocation culturelle : 63,3 %</li> <li>▪ sites à vocation non culturelle : 36,7 %<sup>2</sup></li> </ul>		

### Fonctionnement du dispositif

<b>Sources d'information</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Les <b>165 sites directement</b> sauf pour certaines exceptions comme SPOT) qui font le relais et rentre eux-mêmes les données dans la base.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Responsables observation dans les <b>Comités Départementaux du Tourisme</b>. C'est l'<b>échelon fondamental</b> dans la collecte d'information au près des sites. Ce partenariat conduit à un <b>principe de subsidiarité</b> de fait. Les CDT sont par leur présence auprès des sites les plus à mêmes de collecter l'information et de la fiabiliser selon les cas.</li> <li>▪ <b>Partenaires</b> : (Terres Catalanes, SPOT Auvergne...</li> <li>▪ La <b>Fédération des Ecomusées et Musées de Société (FEMS)</b> fournit des informations sur ses adhérents car la cotisation est basée sur les fréquentations.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Chargés d'observation / billetterie / développement des <b>offices de tourisme</b> des grandes villes</li> </ul>
------------------------------	--	--	---

<sup>2</sup> Données 2006 sur 109 sites ayant communiqué leurs données sur deux ans à cette date.



## ODIT France

	<b>Réseau des correspondants permanents</b>	<b>Réseau annuel</b>	<b>Réseau des grandes villes</b>
<b>Sources d'information (suite)</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Rapports annuels</b> du <b>Centre des Monuments Nationaux</b></li> <li>▪ Un échange de données a existé avec MUSEOSTAT et le CMN qui n'est plus en place.</li> </ul>	
<b>Mode de collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Saisie directe sur l'<b>extranet</b> d'ODIT France (sur le site web) par les correspondants et partenaires : sites + collecteurs d'information (SPOT...)</li> <li>▪ Relance par téléphone</li> <li>▪ Ce dispositif a souffert d'une restructuration informatique du site web et est en phase de remobilisation des correspondants. Environ 1/5 saisissent systématiquement.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dispositif fonctionnant en <b>partenariat</b> : données envoyées par les départements sous format papier.</li> <li>▪ <b>Saisie manuelle</b> en interne (sous Access)</li> <li>▪ Les 3/4 des CDT renvoient sous format papier.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Saisie directe sur l'<b>extranet</b> d'ODIT France (web) par les correspondants.</li> </ul>
<b>Période et fréquence de la collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Collecte <b>trimestrielle</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Collecte <b>annuelle</b></li> <li>▪ Collecte effectuée en <b>mars – avril</b> (env. 45% des rendus complets sur cette période)</li> <li>▪ Fin de la collecte jusqu'à août – septembre</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Collecte <b>trimestrielle</b></li> </ul>



ODIT France			
	Réseau des correspondants permanents	Réseau annuel	Réseau des grandes villes
<b>Données collectées</b>			
<b>Format des données de fréquentation collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ces dispositifs différents alimentent une <b>base de données ACCESS</b></li> <li>Informatique (ACCESS)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Format <b>papier</b> généré par la base ACCESS (fichier CNV)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informatique (ACCESS)</li> </ul>
<b>Nature des données de fréquentation collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fréquentations <b>mensuelles</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- payants</li> <li>- gratuits</li> <li>- groupes scolaires</li> <li>- groupes hors scolaires</li> <li>- étrangers (11 nationalités)</li> </ul> </li> </ul> <p>Actuellement seule la fréquentation totale est bien renseignée.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fréquentations <b>annuelles</b> saisies entre avril et juillet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Chiffres <b>mensuels</b> des <b>visites guidées</b></li> <li><b>Grille similaire</b> en tous points à celle des <b>correspondants permanents</b>.</li> <li>Elle est néanmoins nettement <b>mieux renseignée</b> sur chacun des indicateurs.</li> <li>Initialement, intégration d'un certain nombre de monuments mais arrêt en raison d'un nombre trop faible de retours.</li> </ul>
<b>Autres données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Chiffres d'affaire des boutiques (données non exploitées jusqu'à présent)</li> </ul>		



ODIT France			
	Réseau des correspondants permanents	Réseau annuel	Réseau des grandes villes
<b>Fiabilité / représentativité du dispositif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les correspondants permanents ne constituent pas un échantillon représentatif des différentes catégories utilisées.</li> <li>Les données sont contrôlées au niveau d'ODIT France en cas d'anomalie importante mais cette tâche n'est pas systématique en raison de son ampleur. C'est le rôle des CDT pour la collecte annuelle, qui ont des pratiques différentes. Ainsi la fiabilité des données est variable. D'une façon globale lors de la demande des données annuelle, le fichier fréquentation de l'année précédente est transmis par ODIT France pour d'éventuelles corrections.</li> <li>Sur le réseau des grandes villes, les données sont celles des visites guidées vendues par l'OT. Pas de visibilité sur les différences de prises en compte (pass...) pouvant exister.</li> <li>Problème de visibilité sur le « 0 » : absence de donnée ou fermeture...</li> </ul>		
<b>Utilisation du dispositif</b>			
<b>Principes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La prise en compte des sites et événements se fait à <b>champ constant</b>. L'analyse est en effet comparative avec l'année antérieure.</li> <li>Les catégories utilisées sont au cœur de la restitution effectuée. Elles permettent un <b>traitement agrégé</b> sur des sites comparables et d'assurer une comparaison respectueuse du <b>principe de confidentialité</b> des données.</li> </ul>		
<b>Restitution</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Il n'y a pas de restitution systématisée de la part d'ODIT sur les données annuelles. Celles-ci sont <b>accessibles en ligne aux abonnés</b> ODIT France. Cette base permet un tri par catégorie, département, région et seuils de fréquentations. Elle comprend les données visites guidées du réseau des grandes villes.</li> <li>Les données relatives au réseau des correspondants permanents sont restituées via une newsletter (en ligne sur espace personnalisé + envoi) <b>par trimestre</b> et sont <b>agrégées par catégories et par régions</b>. Chaque site a accès à un <b>graphique confidentiel</b> comparant ses données par mois par rapport à l'année précédente. La lettre est produite avec un trimestre de décalage.</li> </ul>		



ODIT France			
	Réseau des correspondants permanents	Réseau annuel	Réseau des grandes villes
<b>Restitution (suite)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Pour le <b>réseau des grandes villes</b>, la restitution a été arrêtée d'un commun accord : lettre trimestrielle comprenant des cartographies individualisées et des graphiques agrégeant l'information sur les critères suivants : fréquentation totale, payante, scolaire, des groupes, fréquentation étrangère et sur certaines nationalités quand le champ des réponses le permet. Elle comprend aussi une cartographie de l'évolution de ces fréquentations totales (par ville) et par mois agrégée sur l'ensemble des correspondants.</li> <li>■ Restitutions aux sites et aux CDT sur demande spécifique dans le respect des principes</li> </ul>		
<b>Utilisation propre par l'organisme</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Palmarès national des 20-30 premiers sites culturels / non culturels (en juillet), Mémento du tourisme</li> <li>■ Données transmises aux cabinets et prestataires, à Maison de la France dans le respect des principes</li> <li>■ Edition d'un CD-Rom des données agrégées</li> <li>■ Assistance au montage de projets, AMO...</li> <li>■ Les données ne sont pas exploitées à fond en raison d'un manque de temps</li> </ul>		
<b>Demandes externes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Transmission de certaines données agrégées sur demande (aux journalistes,...)</li> </ul>		



## Synthèse

- × Trois dispositifs cohabitent :
  - Réseau annuel : fréquentation totale
  - Correspondants permanents : niveau de détail plus important (collecte trimestrielle de données annuelle)
  - Réseau des grandes villes : visites guidées (collecte trimestrielle de données mensuelles)
- × Une saisie sur l'extranet d'ODIT directe pour le réseau des grandes villes et les correspondants permanents.
- × Une collecte sous format papier, puis saisie manuelle pour la majeure partie des données (collectées annuellement).
- × Une collecte de données simples se résumant à la fréquentation totale pour le réseau annuel
- × Un panel de correspondants permanents dont la diversité des indicateurs n'est plus remplie et dont la re-mobilisation est en cours.
- × Une diversité des méthodes employées par les partenaires.
- × Un fonctionnement sous le même logiciel que MUSEOSTAT.
- × Un fonctionnement basé sur des partenariats, dont les CDT sont le maillon essentiel.
- × Un outil dont le vaste champ d'observation rencontre celui des autres dispositifs
- × Une coopération avec MUSEOSTAT et le CMN qui a existé mais ne s'est pas maintenue.
- × Une utilisation des catégories qui est essentielle dans la restitution des données mais qui ne présente pas une adéquation avec le champ d'action des autres dispositifs.
- × Une exploitation des données limitée.



## 2. MUSEOSTAT

### Descriptif du dispositif

Le dispositif MUSEOSTAT a été créé par la circulaire du 10 décembre 1992, afin de mieux connaître les flux des visiteurs des musées disposant de collections publiques. Le dispositif reposait sur les déclarations mensuelles d'un panel de 275 établissements et annuellement pour les autres musées.

Afin de se conformer à la loi musée du 2 janvier 2002, un état des lieux détaillé a été effectué avec l'aide du Deps en 2003. Depuis 2004, l'ensemble des musées de France entrant dans le champ d'application de la loi est interrogé annuellement, à l'exception des musées nationaux qui communiquent leurs données mensuellement et annuellement.

L'année 2003 est référente pour le dispositif.



### Objectifs du dispositif

Il a vocation à produire des données relatives à l'observation des musées de France pour le Ministère et les différents interlocuteurs qui le sollicitent.

Muséostat		
	Musées Nationaux	Musées de France (dont musées nationaux)
<b>Champ d'application du dispositif</b>		
<b>Sites concernés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 1 207 musées de France (loi 2002) dont 34 musées nationaux.</li> </ul>	
<b>Lien entre le dispositif et les sites</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Dispositif d'observation ne possédant pas de relation contractuelle avec les sites. Néanmoins, le rôle joué par la DMF auprès de ceux-ci est incitatif.</li> </ul>	
<b>Fonctionnement du dispositif</b>		



Sources d'information	<ul style="list-style-type: none"> <li>la RMN, mais il existe un problème d'échange de données qui amène à passer directement par les sites. Un référent est retenu dans chaque musée.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Un référent dans chaque musée pour l'enquête.</li> <li>Les DRAC font parfois des enquêtes ponctuelles suivant leurs besoins et communiquent avec MUSEOSTAT. De la même façon, certains ORT et CDT sont sollicités pour le recoupement de l'information.</li> </ul>
<b>Muséostat</b>		
<b>Musées Nationaux</b>		<b>Musées de France (dont musées nationaux)</b>
<b>Fonctionnement du dispositif</b>		
Mode de collecte	<ul style="list-style-type: none"> <li>Collecte directement auprès des sites. Tous les sites ne sont pas informatisés. Pas de format systématisé.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Envoi d'un <b>questionnaire</b> aux 1 203 interlocuteurs y compris les musées nationaux. En 2007, 250 relances soit environ 20%.</li> </ul>
Période et fréquence de la collecte	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Collecte mensuelle</b> de la fréquentation mensuelle : 1 mois de délai pour répondre</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Collecte annuelle</b> de la fréquentation annuelle</li> <li>Auparavant collecte de mi-mars à mi-avril mais depuis 2008 en <b>janvier</b></li> </ul>
Moyens dédiés au dispositif	<ul style="list-style-type: none"> <li>1 ETP</li> </ul>	
<b>Données collectées</b>		
Format des données de fréquentation collectées	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les données sont collectées pour majeure partie sous <b>format papier</b> et saisies sous une <b>base de données Access</b>. Certaines sont communiquées par mail. Une base parallèle est alimentée sous Excel pour faciliter certaines manipulations.</li> </ul>	
Nature des données de fréquentation collectées	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fréquentation totale/ Individuels/ Groupes scolaires (en nombre d'individus)/ Groupes hors scolaires/ Manifestations exceptionnelles de gratuité/ Fréquentation des nocturnes/ Fréquentation des expositions temporaires / Fréquentation des actions culturelles (visites conférences, ateliers, auditorium...)/ - de 18 ans hors scolaires/ 18-25 ans (nouvelle catégorie qui va être pérennisée) / Enseignants / Français / Etrangers / Pass intersites / Evènementiel</li> </ul>	
Autres données collectées	<ul style="list-style-type: none"> <li>Une base très large comprenant des <b>données détaillées de connaissance des musées</b>, des projets et de</li> </ul>	



	l'environnement : nombre de jours d'ouverture / fermetures exceptionnelles, nombre de nocturnes, Jours de gratuité totale, Statut de l'établissement, Outils de comptage, Site web / Informations pratiques, Chef de l'établissement, Existence d'un service des publics – personnel, Equipements – notamment handicapés, Politique tarifaire, Partenariats, Activités culturelles – Equipement pédagogiques, actions culturelle/ confidentialité ou non/ coordonnées/ population commune, département, région, agglomération.....	
<b>Muséostat</b>		
	<b>Musées Nationaux</b>	<b>Musées de France (dont musées nationaux)</b>
<b>Données collectées</b>		
<b>Fiabilité du dispositif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Données contrôlées : comparaisons des fréquentations de l'année en cours avec les années précédentes, au moment de la saisie. Entretiens avec les sites pour expliciter les anomalies. Les clefs de lecture des données sont sollicitées dans le questionnaire mais demandent des recoupements.</li> </ul>	
<b>Utilisation du dispositif</b>		
<b>Analyses des données de fréquentations</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analyse de l'évolution de la fréquentation totale, par musée, par département, par région. Le dispositif ne comprend plus de statisticien. La production de données se limite donc à des tris simples. Beaucoup d'éléments compris dans la base ne font pas l'objet d'une exploitation à large diffusion.</li> </ul>	
<b>Restitution</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Il n'y a pas de retour systématique auprès des sites. Des traitements sont parfois demandés, de type regroupement par catégorie.</li> <li>Communication aux DRAC (Directeur et conseiller musée) des bilans</li> <li>Auparavant, production de deux bulletins annuels « Synthèses » et « Tendances ». Production en 2006 de fréquentation des musées de France : analyse globale, par région et département ainsi que comparaison agrégée depuis 2002 (accessible sur le ministère de la culture à l'adresse suivante <a href="http://www.dmf.culture.gouv.fr/mf/frequentation.html">www.dmf.culture.gouv.fr/mf/frequentation.html</a>).</li> </ul>	
<b>Utilisation propre par l'organisme</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Production statistique interne au Ministère de la Culture et de la Communication et DMF.</li> </ul>	



---

**Demandes externes**

- **Demandes ponctuelles** du Sénat, des DRAC... Les besoins et demandes sont de plus en plus importants, de nombreux acteurs s'adressent à Muséostat pour avoir des informations chiffrées précises et agrégées.
  - Lucille Zizi collabore à certains projets menés en région par des interlocuteurs touristiques : ex : étude d'impact socio-économiques des musées en Nord-Pas de Calais.
- 



## Muséostat

### Musées Nationaux

### Musées de France (dont musée nationaux)

#### Attentes par rapport au dispositif à mettre en place

##### Contexte propre

- D'une façon générale, ce dispositif s'inscrit dans un contexte global qui est celui d'une « **banalisation du chiffre** ». La demande croit **en quantité** et **en qualité** de l'information (précision des informations et diversification des indicateurs).
- Le dispositif est sollicité pour fournir de **nouveaux indicateurs** qui n'existaient pas jusqu'alors. Ainsi le questionnaire de 2006 a subi diverses modifications en 2007 : 18/25 ans , – 18ans hors scolaires, existence ou non d'un service des publics, enseignants, nocturnes, politique tarifaire, jours et horaires d'ouverture, jour de gratuité, référent contact. Il est également demandé de travailler sur la notion de « lieu » au niveau de la fréquentation.
- Ces données introduites demandent à être fortement recoupées et vérifiées. Il est nécessaire de **disposer des clefs de lecture** des données. Un certain nombre de paramètres intégrés aux questionnaires ont cette vocation.
- Les musées sont cependant extrêmement sollicités par des interlocuteurs différents.

##### Besoins

- Les demandes portent sur des données de plus en plus larges et complexes. Le personnel n'est pas toujours à même d'y répondre par manque de moyens. La coopération et l'échange revêtent dans ce contexte un intérêt particulier.
- La **provenance** est une donnée sollicitée sur laquelle ils aimeraient travailler.
- Il existe une demande relative à une **approche par catégorie**. La seule donnée se rapprochant de celle-ci est celle des thématiques des collections. De même, les demandes portent aussi sur les conditions de l'augmentation de la fréquentation, l'impact de l'évènementiel....
- Il est nécessaire de **tenir compte des apports particuliers d'un baromètre** dans ces données.



## Synthèse

- × **Deux dispositifs jumelés** cohabitant :
  - **Collecte mensuelle des données mensuelles** sur les musées nationaux
  - **collecte annuelle** sur l'ensemble des Musées de France
- × Une **base de données élargies de connaissance des musées** permettant croisements et analyse fine. Elle est un outil de suivi de leurs activités au sens large.
- × Une **information fine et détaillée** sur la fréquentation comprenant les clefs de lecture des données
- × Une **croissance forte de la demande** : fréquence et nature
- × Une vocation de réponses aux sollicitations multiples mais peu émanant des sites sur les données de fréquentation.
- × Une disposition à échanger et coopérer.



### 3. REUNION DES MUSEES NATIONAUX



#### Descriptif

Créée en 1895, la RMN a vu son statut se transformer en 1990 en EPIC afin de faciliter son fonctionnement. Le même décret lui confère deux missions principales :

- contribuer à l'enrichissement des collections des musées nationaux
- favoriser la fréquentation des musées et la connaissance de leurs collections, en éditant et diffusant de façon commerciale des produits dérivés d'oeuvres qui y sont conservées et des ouvrages qui leur sont consacrés, en organisant des expositions...

RMN	
Champ d'application du dispositif	
<b>Sites concernés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 34 musées nationaux + la galerie nationale du Grand Palais</li> </ul>
<b>Lien entre le dispositif et les sites</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ La RMN est responsable de la gestion et de la valorisation des musées. L'organisme est en charge de l'accueil des publics (espaces d'accueil, billetterie, vestiaire) et des conditions de visite (outils pédagogiques, audio guides, conférenciers). D'un point de vue financier, la RMN décide des politiques tarifaires (dont le choix des catégories bénéficiant d'exonérations) et gère les mécénats.</li> </ul>
Fonctionnement du dispositif	
<b>Sources d'information</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Le régisseur est en charge de la collecte et de la restitution des informations. Il est le seul interlocuteur de la RMN. Les musées peuvent, de façon autonome, avoir des employés chargés de la récolte de données.</li> </ul>
<b>Mode de collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mise à jour quotidienne par le régisseur d'un tableau Excel identique pour l'ensemble des sites puis envoi <b>une fois par mois</b> à la RMN.</li> </ul>



RMN	
<b>Période et fréquence de la collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tous les mois.</li> </ul>
<b>Données collectées</b>	
<b>Format des données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tableau Excel</li> </ul>
<b>Nature des données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fréquentation journalière avec distinction :                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- plein tarif</li> <li>- tarif réduit</li> <li>- gratuit</li> </ul> </li> <li>▪ Pour les entrées gratuites, trois segments :                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- -18 ans</li> <li>- Scolaires</li> <li>- autres</li> </ul> </li> <li>▪ Colonne spécifique pour exposition temporaire</li> <li>▪ Indicateurs de lecture des données (grève, fermeture exceptionnelle)</li> </ul>
<b>Autres données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ L'ensemble des recettes du musée (CA/jour) :                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- billetterie</li> <li>- boutique</li> <li>- animations</li> </ul> </li> </ul> <p>Mais pas de distinction si événement particulier dans ou autour du musée</p>
<b>Fiabilité / représentativité du dispositif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Recueil des données <b>pas encore informatisé totalement</b>, donc manque certain d'efficacité, perte de temps, risque d'erreur lors du remplissage du tableau</li> <li>▪ Mais <b>processus d'information en cours</b>, permet une comparaison efficace entre les sites</li> <li>▪</li> </ul>



RMN	
Utilisation du dispositif	
<b>Utilisation propre par l'organisme</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tableau Excel communiqué aux différents départements de la RMN pour un usage propre :                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Directeur</li> <li>- Commercial</li> <li>- Contrôleur de gestion</li> </ul> </li> </ul>
<b>Restitution aux sites / responsables d'évènements / correspondants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Envoi d'un reporting annuel à chaque site avec :                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- synthèse des musées</li> <li>- comparaison avec le budget et avec les données de l'année précédente pour chaque site</li> </ul> </li> </ul>
<b>Projets</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Mise en place prochainement d'un intranet</b> à partir duquel les régisseurs pourront entrer leurs données quotidiennement et qui seront accessibles à tous directement</li> </ul>
<b>Demandes externes</b>	MUSEOSTAT

**Synthèse**

- × Remontées des données de fréquentation mensuellement avec détail journalier
- × Un régisseur RMN dans chaque site faisant remonter l'information
- × Une information également disponible auprès des sites eux-mêmes
- × Un travail d'informatisation des sites en cours
- × Un travail en cours sur la mise en place d'un intranet sur lequel les régisseurs saisiront en direct.



## 4. LE CENTRE DES MONUMENTS NATIONAUX



### Descriptif du dispositif

Etablissement public rattaché au Ministère de la Culture et de la Communication, le Centre des Monuments Nationaux gère environ 80 monuments nationaux. Cette approximation est due aux transferts de monuments aux collectivités dont le processus est encore en cours. Le Centre des Monuments Nationaux dispose des données billetterie mais aussi d'un observatoire annuel tournant sur plusieurs sites (enquête quantitative semi-administrée sur 6 sites) venant compléter ce dispositif. Des enquêtes ponctuelles à petite échelle sont également en mises en place pour mesurer l'impact d'un évènement.

### Missions :

- mise en valeur du patrimoine,
- développement de l'accessibilité au plus grand nombre et accueil.
- depuis 2007, mission de conservation, de restauration et d'entretien des monuments qu'il gère
- éditeur public

### Objectifs du dispositif

Organisme de gestion, sa priorité est l'alimentation d'information nécessaire au bon fonctionnement et pour les besoins des départements divers le composant : comptabilité, observation, communication, budget, etc. La cellule observation est un des accès aux informations et ne centralise pas celles-ci. Les objectifs sont :

- l'analyse quantitative des flux physiques et financiers
- la connaissance des publics.



## Centre des Monuments Nationaux

### Champ d'application du dispositif

#### Sites concernés

- Il est nécessaire de raisonner en billetterie pour appréhender le champ d'application de ce dispositif. En effet, certains sites sont considérés dans leur ensemble (ex : grottes) et ne possèdent qu'un seul système de billetterie. Il recouvre donc environ **80 billetteries**. Cette approximation du nombre de monuments est due aux transferts encore à l'étude de monuments aux collectivités. Les sites gérés par le CMN comptabilise environ 8 500 000 entrées dont la majorité provient d'une minorité de monuments (ex : Arc de triomphe 1M 5 entrées, maison d'écrivains 600 / 800 entrées).
- **43 à 45 sites** disposent d'une **billetterie informatisée au 1<sup>er</sup> janvier 2008**. Ce processus encore en cours a ciblé en premier lieu les grands établissements. Cependant, il peut se révéler moins rapide que la délivrance manuelle de billets ce qui explique que l'Arc de triomphe soit encore en comptage manuel.

#### Catégories utilisées

- Les sites sont regroupés en catégories fonction de leur prix qui est fixé suivant leur notoriété. Ainsi 4 catégories existent ainsi qu'une catégorie S, spéciale regroupant les cas particuliers.

### Fonctionnement du dispositif

	Sites informatisés	Sites non informatisés
<b>Sources d'information</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ La <b>billetterie des sites</b> alimente automatiquement la base de données centralisée.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Le <b>responsable développement des publics</b> communique les chiffres</li> </ul>
<b>Mode de collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>Informatisée</b> en alimentation directe et automatisée</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>Papier</b></li> </ul>
<b>Période et fréquence de la collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>Collecte journalière</b> selon des plages horaires non contraignantes pour la délivrance de billets</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>Mensuelle</b></li> </ul>
<b>Moyens dédiés au dispositif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 1 ETP dédié à l'observation possédant les clefs de lecture des données</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 1 agent de saisie puis un responsable de l'observation précédemment cité</li> </ul>



## Centre des Monuments Nationaux

### Données collectées

#### Format des données collectées

Ces deux dispositifs alimentent une base de données Business Objects. Différentes entrées sont paramétrées en fonction des besoins.

#### Nature des données collectées

- Les données véhiculées sont identiques, seule la rapidité d'accès change.
- La base B.O reçoit les informations émanant des sites au sens large (recettes, boutiques etc) auxquelles correspondent des accès restrictifs dans la base.
- Les données collectées relatives à la fréquentation sont directement **issues des titres d'entrée**. Ainsi entre 200 et 250 titres différents cohabitent. Ils sont **regroupés au sein de catégories communes**. Ces catégories permettent une lecture par âge des publics :
  - tarif plein
  - tarif réduit 18 / 25 ans,
  - tarif réduit autres
  - tarif gratuit
  - gratuits autres
  - groupes scolaires
  - jeunes de – de 18 ans
  - évènement divers...
- En 2006 ont été intégrées les informations relatives aux **entrées pass** : c'était près de 60 à 65 000 entrées qui n'étaient pas prises en compte. Des évolutions ciblées permettent d'augmenter la précision et la fiabilité des données.
- Le CMN demande la **provenance des visiteurs** depuis 2 / 3 ans. Les sites informatisés ont les moyens de poser cette question et doivent le faire. Ce travail est en cours et nécessite une sensibilisation longue auprès du personnel. Actuellement environ 5 sites répondent régulièrement. Cela constitue une base de travail pour une mise en place progressive.



## Centre des Monuments Nationaux

### Traitement des données

- **Aucun retraitement**, si ce n'est un **regroupement pour la lecture en sous catégories tarifaires** permettant une lecture agrégée des données. En effet, la base est alimentée directement.

### Fiabilité / représentativité du dispositif

- La fiabilité est **importante** car directement issue des dispositifs de comptage et correspondant exactement aux billets délivrés. Les **difficultés** résident dans la prise en compte de **tarifs spéciaux** (billets couplés), le moment de comptabilisation des **ventes à l'avance**... Ces données nécessitent une connaissance des réalités qu'elles recouvrent.
- Ce paramètre renvoie plus globalement à la question des **clefs de lecture** accompagnant nécessairement toutes données. Pour une lecture pertinente de celles-ci, il est nécessaire de disposer des éléments relatifs au **périmètre de l'observation**. En effet, ce périmètre peut ne pas être constant et il est une clef de lecture majeure, ne serait-ce que pour définir s'il y a augmentation ou non de la fréquentation (ex : prise en compte des pass en 2006). Les données billetterie agrégées en catégorie permettent d'avoir accès à la connaissance des publics sans faire l'économie des clefs de lecture.
- Aujourd'hui, des **améliorations sont en cours** visant à mesurer les flux de manière plus précise (provenance, informatisation, prise en compte de données exclues jusqu'alors..). il est difficile d'envisager un périmètre constant dans ce contexte.

## Utilisation du dispositif

### Interne

⇒ Outil de gestion au quotidien, il est un moyen élargi de communication entre les sites et le siège, de planification à tous les niveaux :

- Allocation de budgets, évènementiel notamment
- Plan de communication
- Traduction documentation
- Connaissance des publics
- ....

L'analyse sur l'année 2007 et réalisée mi janvier. La grande réactivité et rapidité dans la collecte des données et leur utilisation est une des caractéristiques majeures du dispositif. De la même façon, l'exploitation des données mensuelles se fait dès la première semaine du mois suivant.



## Centre des Monuments Nationaux

### Circulation de l'information

- Les données sont **communiquées ponctuellement** à certains interlocuteurs (CDT, avec Culturespaces sur 8-10 monuments...). Les sites peuvent être consultés directement. Toute communication officielle et élargie des données nécessite un aval comptable. La question du périmètre d'observation transmis est importante pour l'exploitation à champ constant.

### Attentes

#### Mise en place d'un outil

- La communication des données est une charge lourde au niveau central (une personne dédiée au dispositif). Il est nécessaire de faire le point sur le niveau approprié de collecte (site ou siège).
- La collecte des données doit se faire de façon très simple pour le CMN. Il s'agit de communiquer les données brutes dont dispose un site sous un format qui est le sien accompagné des clefs de lecture.

#### Echange / restitution

- Le CMN est prêt à communiquer ses données mais il est nécessaire de concevoir un échange en retour. L'exigence d'une réactivité forte au niveau de la transmission d'information est primordiale. Il est utile de disposer d'informations à deux fréquences distinctes :
  - Fréquence mensuelle coordonnée avec l'exploitation qui est faite des données internes. Des données brutes issues de la billetterie correspondent à la demande qui est celle d'une interrogation sur l'évolution.
  - Données d'analyse plus fine différenciée par période et par région. Le CMN souhaiterait disposer de données relatives aux 6 régions les plus importantes (saisonniers et annuelles).



## Synthèse

- × L'objectif premier du dispositif est d'être un **outil de gestion au quotidien**
- × Une **rapidité de collecte et de traitement** forte :
  - Collecte journalière de données de fréquentation issues directement des titres billetterie sur 45 sites informatisés sous format Business Object.
  - Collecte mensuelle sous format papier sur les monuments non informatisés
- × Un **regroupement en catégories** des données à partir des titres de billetterie des sites
- × Une **information élargie** conforme à la vocation du dispositif (recettes etc) et à la mise en place progressive de la donnée « **provenance** » des visiteurs
- × Un dispositif pour lequel la transmission des informations dont il dispose peut être une charge sans retour compte tenu des **exigences de rapidité de traitement** qui sont les siennes
- × Une **attente de données comparatives** communiquées rapidement et de données d'analyse



## 5. VILLE ET PAYS D'ART ET D'HISTOIRE



### Descriptif

Le **label** "Villes et Pays d'art et d'histoire" est attribué par le ministère de la Culture et de la Communication, Direction de l'Architecture et du Patrimoine, à des collectivités locales qui souhaitent valoriser leur patrimoine, favoriser la création architecturale et promouvoir la qualité dans les espaces bâtis ou aménagés. Le terme de **patrimoine doit être entendu dans son acception la plus large**, puisqu'il concerne aussi bien l'ensemble du patrimoine bâti de la ville / du pays que les patrimoines naturel, industriel, maritime ainsi que la mémoire des habitants. Cette volonté se traduit par la mise en œuvre d'une **convention** "Ville d'art et d'histoire" ou "Pays d'art et d'histoire", élaborée en concertation avec les communes. Elle définit des objectifs précis et comporte un volet financier.

Les Villes et Pays d'Art et d'Histoire constituent un **réseau national** qui permet **l'échange d'expériences**. La mise en œuvre de ces actions nécessite la création d'un service d'animation de l'architecture et du patrimoine. A sa tête, un animateur de l'architecture et du patrimoine recruté par concours, travaille en relation avec des guides-conférenciers agréés et les structures culturelles et touristiques locales. Il est préconisé la création d'un Centre d'Interprétation de l'Architecture et du Patrimoine (CIAP) dans le cadre de la convention qui vient compléter le dispositif.

### Ville et Pays d'Art et d'Histoire

#### Champ d'application du dispositif

##### Sites concernés

- 124 Villes et Pays d'Art et d'Histoire. Les visites guidées organisées peuvent comprendre la visite de monuments / musées en rapport avec les objectifs et thématiques des visites. Elles peuvent aussi comprendre une prestation auprès de musées et monuments.

##### Dispositif

- Suivi de l'activité du réseau qui prend 2 formes :
  - Bilan général
  - Bilan du service éducatifUn bilan qualitatif est réalisé par l'intermédiaire des DRAC.



Ville et Pays d'Art et d'Histoire		
	Bilan Général	Bilan des services éducatifs
<b>Fonctionnement du dispositif</b>		
<b>Sources d'information</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Les animateurs du patrimoine</li> </ul>	
<b>Mode de collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Papier et mail</li> </ul>	
<b>Période et fréquence de la collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mai</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Septembre (fin période scolaire)</li> </ul>
<b>Données collectées</b>		
<b>Format des données</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Excel</li> </ul>	
<b>Nature des données de fréquentation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Visites guidées                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Nombre de visites</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Visites guidées                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Nombre de jeunes en temps scolaires</li> <li>○ Groupes scolaires</li> <li>○ Groupes hors temps scolaires</li> <li>○ Activités pédagogiques</li> <li>○ Nouveaux publics (publics spécifiques, social...)</li> </ul> </li> </ul>
<b>Autres données</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Outils pédagogiques, thématiques des visites, projets, ressources financières...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Actions innovantes, activités pédagogiques...</li> </ul>
<b>Utilisation du dispositif</b>		
<b>Données</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tableau d'évolution pluriannuel</li> <li>▪ Rapport annuel</li> <li>▪ Chiffres clefs (DEPS)</li> <li>▪ Bilan à destination des animateurs et maires des villes (détail par région)</li> </ul>	



## Synthèse

- × Un travail favorisant le **partenariat avec les structures touristiques et culturelles locales**
- × Une collecte d'information au sens large nécessaire au suivi de la mise en œuvre de la convention.
- × Deux collectes menées :
  - **Bilan général annuel en mai**
  - **Bilan des services éducatifs en septembre**
- × Des données relatives aux **visites guidées**
- × Une base de données au **format Excel**
- × Le label Ville et Pays d'art et d'Histoire préconise la création d'un Centre d'interprétation de l'Architecture et du patrimoine. Sur les 124 ville et pays du réseau, **14 CIAP** ont été créés, **25** sont en **préfiguration**. Il n'existe **pas à ce jour de remontées d'informations** sur la fréquentation de ces lieux.



## 6. INSTITUT DE FRANCE



L'Institut de France est le regroupement de 5 académies et a pour missions de :

- perfectionner les arts et les sciences selon le principe de pluridisciplinarité
- gérer le millier de dons, de legs et de fondations dont il est dépositaire, se donnant ainsi les moyens d'exercer la première de ses missions

### Institut de France

#### Champ d'application du dispositif

<b>Sites concernés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 7 monuments sont propriété directe de l'Institut de France, dont <b>5 sont ouverts au public</b>. Sur les 5 sites ouverts, 2 sont délégués en gestion.</li> </ul>
<b>Dispositif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 2 sites sont délégués en gestion (Culturespaces).</li> <li>▪ 3 sont en gestion directe.</li> </ul>

#### Fonctionnement du dispositif

	Gestion directe	Gestion déléguée
<b>Sources d'information</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gestionnaires des sites</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gestionnaire des sites</li> </ul>
<b>Mode de collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Non renseigné</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Chacun selon son mode propre</b></li> </ul>
<b>Période et fréquence de la collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Mensuel</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Annuel</b></li> </ul>



## Institut de France

### Données collectées

#### Nature des données de fréquentation

- Données détaillées de billetterie

### Utilisation du dispositif

- Participation à la prise de décision pour la gestion directe
- Avis consultatif pour la gestion déléguée

### Synthèse

- × 5 monuments ouverts à la visite rentrant dans le champ de l'étude :
  - 3 monuments en gestion directe
  - 2 monuments en gestion déléguée
- × Une gestion par les sites, qui doivent être les interlocuteurs pour les données de fréquentation
- × Une remontée vers le siège, qui ne possède cependant **pas d'activité d'observatoire**
- × La nécessité de **prendre en compte ce dispositif du point de vue des sites** et non comme un ensemble dont les données seraient centralisées





## 7. FEDERATION DES ECOMUSEES ET MUSEES DE SOCIETE

**Descriptif** : Plate-forme collaborative, la Fédération organise la réflexion des adhérents autour des problématiques émergentes dans les métiers de la conservation, de la gestion et de la valorisation du patrimoine

FEMS	
Champ d'application du dispositif	
<b>Sites concernés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>140 adhérents soit 210 établissements muséographiques</li> </ul>
<b>Dispositif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Collecte des chiffres de fréquentations des sites pour la gestion des tarifs d'adhésion qui sont fonction de la fréquentation des sites</li> </ul>
Fonctionnement du dispositif	
<b>Sources d'information</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les écomusées et musées de société adhérents</li> </ul>
<b>Mode de collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Par courrier, puis par relance téléphonique (100% de retour)</li> </ul>
<b>Période et fréquence de la collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Annuelle, premier trimestre</li> </ul>
Données collectées	
<b>Format des données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Courrier, mail, par téléphone</li> </ul>
<b>Nature des données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Entrées gratuites et payantes</b></li> <li>Individuels/groupes</li> </ul>



## FEMS

### Autres données collectées

- Aucune

### Fiabilité / représentativité du dispositif

- Fiable, fourni par les sites eux-mêmes

### Utilisation du dispositif

#### Données

- Utilisation administrative interne pour calculer les cotisations annuelles des sites

#### Demandes externes

- Transmission des chiffres de fréquentation à ODIT

### Synthèse

- × Une **collecte annuelle** de données individuels / groupes, gratuits / payants
- × Un **partenariat avec ODIT France** pour la communication de données annuelles
- × Des données de fréquentation avec un degré de détail supérieur à ce qui est communiqué.



# 1. DISPOSITIFS NATIONAUX : EVENEMENTS CULTURELS





## 1. DIRECTION DE LA MUSIQUE, DE LA DANSE, DU THEATRE ET DES SPECTACLES

### Descriptif

Dans le cadre de sa mission de coordination et d'amélioration de la diffusion de la statistique ministérielle sur le spectacle vivant, le bureau de l'observation de la DMDTS systématise la compilation et la communication de données statistiques sur le financement, les activités et la fréquentation des structures financées. La direction de la musique, de la danse, du théâtre et des spectacles possède une activité d'observation pour son secteur. Cette démarche conduit cette direction à suivre la fréquentation des festivals qu'elle subventionne.

### DMDTS

#### Champ d'application du dispositif

<b>Evènements concernés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Sélection de festivals subventionnés</b> par le Ministère</li> <li>▪ Depuis 2004, définition d'un <b>échantillon de 45 festivals visant une représentativité des disciplines et des territoires</b> conforme à l'ensemble des festivals du spectacle vivant subventionnés par le Ministère (plus de 300 en 2006). Périmètre constant de 38 festivals.</li> </ul>
<b>Dispositif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Suivi permanent de la fréquentation des festivals de spectacle vivant subventionnés par le Ministère</li> <li>▪ Assurer un suivi dans le temps</li> </ul>

#### Fonctionnement du dispositif

<b>Sources d'information</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>DRAC</b> (conseillers spectacle vivant) en raison d'un financement déconcentré des festivals</li> </ul>
<b>Mode de collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Téléphone / mail</b></li> </ul>
<b>Période et fréquence de la collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Enquête annuelle</b> de septembre à fin d'année</li> </ul>



## DMDTS

### Données collectées

#### Format

- **Base Excel**

#### Nature des données de fréquentation

- Fréquentation totale (spectacles gratuits et payants)
  - Fréquentation des spectacles payants : exonérées / payants
  - Fréquentation des spectacles gratuits
  - Visibilité du off sur Avignon

### Utilisation

- Diffusion de « Repères DMDTS »
- Publication début 2008 d'un « Repères » sur les publics du spectacle vivant

#### Attentes

- Saisir l'activité d'un festival au sens large en terme d'impact.

### Synthèse

- × Un dispositif relatif aux **festivals subventionnés**
- × Un dispositif singulier fondé sur un **panel de 45 festivals visant la représentativité**
- × Des données distinguant **payant et exonérés sur les spectacles payants** mais aussi la fréquentation des manifestations gratuites



## 2. FRANCE FESTIVALS



### Descriptif

Avec 50 ans d'existence, France Festivals a pour objet de représenter et de défendre ses adhérents auprès des instances officielles et de promouvoir les manifestations artistiques qu'ils organisent.

France Festivals	
<b>Champ d'application du dispositif</b>	
<b>Evènements concernés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>93 festivals fédérés.</li> <li>France festivals possède de part son histoire un ensemble d'adhérents proche des « musiques savantes ». Néanmoins, elle compte de plus en plus de festivals de danse, mais aussi de musiques actuelles, du monde. D'une façon plus générale, la programmation de ses adhérents tend à se diversifier (musiques du monde, théâtre mais aussi arts de rue...)</li> </ul>
<b>Dispositif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Enquête annuelle auprès des adhérents.</li> </ul>
<b>Fonctionnement du dispositif</b>	
<b>Sources d'information</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les organisateurs</li> </ul>
<b>Mode de collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Papier et informatisé</b></li> </ul>
<b>Période et fréquence de la collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Annuel en décembre</b></li> </ul>
<b>Données collectées</b>	
<b>Nature des données de fréquentation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fréquentation totale</li> <li>Payant</li> <li>Gratuit (estimés)</li> </ul>



## France Festivals

### Attentes et perspectives d'évolution

#### Fiabilité

- Les données sont déclaratives. La fréquentation gratuite est issue d'une estimation et ne représente pas une base solide. Les données sont éclairantes dans la globalité et les tendances qu'elles soulignent et non isolément.
- Ces données ne sont pas représentatives de l'activité d'un festival qui demande des indicateurs élargis.
- Une étude a été conduite en 2006 par Emmanuel Négrier dont l'objectif global était celui d'une meilleure connaissance de la réalité et des diversités des festivals. Elle répond à la problématique d'un secteur singulier au sein duquel il existe peu de données d'ensemble.
- La seconde étape de ce travail est celle d'une étude des publics en 2008 sur 35 festivals (10 000 questionnaires) parmi les adhérents. Ils ont été sélectionnés en fonction d'une représentativité des situations (milieu rural, urbain, saisonnalité, dimension...)

#### Synthèse

- × Une structure portée vers le champ des **musiques savantes mais qui tend à se diversifier**
- × Des **remontées de fréquentation annuelles sur 93 festivals**
- × Une **démarche engagée de connaissance des publics et des festivals**, associant les principaux acteurs du tourisme et de la culture (DEPS, Direction du tourisme)



### 3. LE CENTRE NATIONAL DE LA CHANSON, DES VARIETES ET DU JAZZ



#### Descriptif

Établissement public industriel et commercial, le CNV est placé sous la tutelle du Ministère de la Culture et de la Communication. Depuis le 1er janvier 2005, le Centre National de la Chanson, des Variétés et du Jazz (CNV) est chargé de toutes les opérations nécessaires à la perception de la taxe fiscale sur les spectacles de variétés (opérations d'assiette, de liquidation et de recouvrement), sans recourir aux prestations des sociétés d'auteurs (SACEM et SACD). Le CNV collecte depuis cette date les informations nécessaires à la perception de la taxe auprès des déclarants.

Sa **mission principale** est de **soutenir le secteur** de la Chanson, des Variétés et du Jazz, grâce aux fonds collectés par la perception de la taxe sur les spectacles de variétés qu'il effectue depuis 2005. La déclaration est obligatoire au maximum 8 mois après la dernière représentation.

Son activité s'adresse aux **entreprises détentrices d'une licence d'entrepreneur de spectacles**, qui ont effectué une démarche volontaire d'affiliation auprès du CNV. On comptait 1200 structures affiliées fin 2005. Il est important de préciser, en effet, que le CNV ne soutient pas directement les artistes et musiciens, mais les entreprises de spectacles qui les emploient, c'est-à-dire leurs producteurs, mais également les salles de spectacles ou les festivals qui les programment.

Le centre a une **mission de centre de ressources** qui donne lieu à des publications et échanges avec différents interlocuteurs.

#### Le Centre national de la chanson des variétés et du jazz

##### Champ d'application du dispositif

##### Evènements concernés

- Festivals pour environ 11% des entrées tous spectacles confondus déclarées au CNV, soit un total d'environ 1 620 756 d'entrées déclarées en 2006.
- Il s'agit des festivals dans lesquels 1 artiste au moins sur le plateau est déclaré.
- 2 362 entreprises au total en 2006, dont seules 1 501 avaient déjà fait une déclaration. Un champ en pleine évolution.



## Le Centre national de la chanson des variétés et du jazz

<b>Dispositif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Depuis 2006, les informations sur les fréquentations sont déclarées</li> </ul>
<b>Catégories de regroupement utilisées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Chanson</li> <li>Comédie musicale</li> <li>Jazz et musiques improvisées</li> <li>Pop-Rock et assimilés</li> <li>Rap, Hip-Hop, Reggae</li> <li>Musiques électroniques</li> <li>Humour (musical ou non)</li> <li>Autres</li> <li>Musiques du monde</li> <li>Non renseigné</li> </ul>
<b>Fonctionnement du dispositif</b>	
<b>Sources d'information</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les entreprises affiliées</li> </ul>
<b>Mode de collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Formulaire papier</b></li> <li><b>Fichier Excel</b></li> </ul>
<b>Période et fréquence de la collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Tout au long de l'année. Date butoir pour l'année écoulée : le 30 avril de l'année suivante.</b></li> </ul>
<b>Données collectées</b>	
<b>Format des données</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Base de données Excel</li> </ul>



## Le Centre national de la chanson des variétés et du jazz

<p><b>Nature des données de fréquentation</b></p>	<p><b>Données déclaratives</b> collectées depuis le 1er janvier 2005 dans le cadre de la perception en direct par le CNV de la taxe fiscale sur les spectacles.                  Pour les représentations payantes renseignées :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Entrées totales</li> <li>■ Entrées payantes</li> <li>■ Entrées gratuites (estimation).</li> </ul> <p>Le champ de la fréquentation n'est pas obligatoire. En effet, l'assiette sur laquelle est calculée la taxe se fonde sur le montant HT total de la billetterie. Il est néanmoins renseigné avec 1% de non réponses.</p>
<p><b>Données autres</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Nombre de représentations payantes renseignées sur la fréquentation</li> <li>■ Nombre de représentations payantes non renseignées sur la fréquentation</li> <li>■ Nombre de représentations gratuites</li> <li>■ Département de la / des représentations</li> <li>■ Manifestations dans la quelle s'inscrit le spectacle déclaré</li> </ul>
<p><b>Attentes et appréciation des données</b></p>	
<p><b>Exploitation des données</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Les données de fréquentation issues du centre de ressources alimentent le Ministère de tutelle et sont exploitées à travers les éléments statistiques.</li> <li>■ Ces derniers s'adressent à l'ensemble des professionnels du secteur du spectacle vivant et sont également un outil au service des collectivités locales, des professionnels, des DRAC...</li> </ul>
<p><b>Limites</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ La déclaration de taxe ne permet pas à ce jour d'identifier de manière fiable les représentations ayant eu lieu dans le cadre de festivals. En effet, l'une des catégories de structures déclarantes concerne les festivals et permet de présenter les principales variables pour cette catégorie de déclarants mais ces dernières ne couvrent pas les représentations gratuites (déclarées par les cédants) ni les représentations intervenant dans le cadre de festivals organisés par des structures dont l'activité principale n'est pas l'organisation de festivals.</li> </ul>



## Le Centre national de la chanson des variétés et du jazz

### Limites (suite)

- Cette mise en garde concerne aussi les autres types de structures dans lesquels se classent les déclarants : rappelons qu'il ne s'agit ni d'une typologie des contextes de diffusion ni d'une typologie des lieux de diffusion. La nouvelle version des formulaires de déclaration de taxe diffusée depuis le printemps 2007 devrait permettre de mieux appréhender, à compter de 2008, la diffusion dans le cadre des festivals et de proposer une typologie des lieux de diffusion (au moins pour une partie des représentations déclarées pour 2007)
- Les données issues des festivals sont particulièrement sensibles et à manier avec précautions. Le problème principal est celui d'avoir une visibilité réelle sur la fréquentation des festivals. Les données communiquées par les festivals ne sont pas représentatives de la fréquentation réelle de ces derniers. Elles ne sauraient être une base fiable de l'activité générée ni même des entrées liées au festival.
- Des recoupements ont été menés afin d'analyser la fiabilité des données notamment avec le *transfo* en Auvergne mais aussi avec les relais régionaux de la SACEM.
- La mesure de la fréquentation des festivals est un paramètre non résolu sur lequel certains festivals se sont penchés. La démarche en cours apparaît donc essentielle dans la perspective de réelles indications sur leur fréquentation et impact.

### Synthèse

- × Une visibilité sur un volume de 1 432 231 entrées liées aux festivals soit 2 114 représentations en 2006.
- × Un fonctionnement par structure affiliée ne permettant pas d'avoir une visibilité sur l'ensemble des festivals et des représentations liées.
- × Des données à prendre avec précautions compte tenu du mode de récolte des données en court de fiabilisation.
- × Un travail de mesure de la fréquentation des festivals qui est un réel champ de travail et dont l'état ne saurait être abouti.



## 4. IRMA



### Descriptif

L'IRMA, centre d'information et de ressources pour les musiques actuelles, collecte des données concernant les salles, festivals et acteurs du secteur des musiques actuelles dans le cadre de la constitution de sa base de données.

Depuis peu, l'IRMA demande aux festivals la fréquentation de leur dernière édition. Il s'agit principalement d'un élément de communication qui ne fait pas l'objet d'une analyse.

### IRMA

#### Champ d'application du dispositif

<b>Evènements concernés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ I 615 festivals de musiques actuelles mais l'Irma n'a pas pour objectif l'exhaustivité quantitative</li> </ul>
<b>Lien entre le dispositif et les sites</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ La relation n'est pas contractuelle. L'<b>inscription est gratuite et permet au festival d'être référencé</b> dans les bases de données et annuaires de l'IRMA. Il n'y a pas d'obligation de remplir les champs. Suite à un problème technique, seulement 75 festivals ont renseigné leur mise à jour</li> </ul>
<b>Mode de sélection des sites et manifestations</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Le genre musical majeur du festival doit être compris dans les catégories suivantes :                         <ul style="list-style-type: none"> <li>○ rock, hip hop, électro</li> <li>○ Jazz</li> <li>○ Musique traditionnelle, world</li> </ul> </li> <li>▪ Les festivals doivent être d'une certaine importance (évaluation empirique en fonction du référencement et de la programmation). La rédaction se réserve le droit de diffuser ou non les informations de ceux qui s'inscrivent.</li> </ul>

#### Fonctionnement du dispositif

##### Sources d'information

- 1 ou 2 interlocuteurs par festival, le directeur et/ou le chargé de communication
- pas d'interlocuteur intermédiaire



## IRMA

<p><b>Mode de collecte</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Mise à jour systématique <b>une fois par an</b> : envoi d'un <b>courrier</b> individualisé reprenant les informations actuellement disponibles sur le festival et demandant leur mise à jour. Réponse par retour de courrier et saisie en interne par les personnels de l'IRMA.</li> <li>■ Des <b>relances par courriel, puis par téléphone</b> (de façon moins systématique) sont effectuées. Après la première relance taux de retour 34,5%, puis 55.2% après une première relance. Le taux de mise à jour est de 70% aujourd'hui et atteindra 80% en juin.</li> <li>■ Des demandes précises sont ponctuellement faites par courriel à l'ensemble des membres. (taux de retour : 40%)</li> </ul>
<p><b>Période et fréquence de la collecte</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>Collecte annuelle de la fréquentation totale de la dernière édition du festival.</b></li> <li>■ Réactualisation des données des anciens inscrits par 4 mailings par an</li> </ul>
<p><b>Moyens dédiés</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ L'IRMA en tant que centre de ressources consacre la majeure partie de son activité à la collecte et centralisation d'informations. Il est par conséquent difficile de distinguer les différents éléments.</li> <li>■ Pour l'expertise, les moyens mis en places sont :             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 3 centres d'information (ICij, Cir, Cimt) possédant chacun leur réseau de correspondants respectifs</li> <li>- 70 correspondants régionaux en France métropolitaine et dans les DOM-TOM</li> <li>- Des chefs de services qui réactualisent les acteurs des secteurs concernés</li> </ul> </li> </ul>

## Données collectées

<p><b>Format des données collectées</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Les données sont transmises sous <b>format libre</b>, puis saisies dans un logiciel de base de données propre à l'IRMA. Elles sont exportables sous Excel.</li> </ul>
<p><b>Nature des données collectées</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Fréquentation totale de la dernière édition du festival (billetterie + invitations). Seuls 75 festivals ont répondu cette année en raison d'un problème informatique.</li> </ul>



## IRMA

### Autres données collectées

- Rayonnement du festival, estimé par son directeur : régional / national / international
- Genre musical majeur parmi : Rock (comprenant hip hop, électro...), Jazz, Musique traditionnelle et world
- Organigramme complet
- Localisation et dates

### Attentes

- L'IRMA est le relais d'une information à destination du secteur des musiques actuelles. La compétence de collecte et d'analyse des données de fréquentation ne fait pas partie de ses missions. En tant que centre de ressources, elle collecte et met à disposition des informations dont la fréquentation fait partie.

### Fiabilité / représentativité du dispositif

- L'information sur la fréquentation n'est demandée que depuis peu, elle est de ce fait **peu renseignée**. Les membres diffusent par ailleurs assez facilement leurs données, celles-ci constituant des éléments de communication.
- Il n'y a pas vraiment de contrôle des informations, mais les chefs de rubrique de l'IRMA sont au courant de l'actualité du secteur et peuvent évaluer leur véracité.

### Utilisation du dispositif

#### Analyses

- L'IRMA n'a pas d'activité d'analyse de ces données, uniquement de collecte.

#### Restitution

- Pas de diffusion systématique auprès des membres

#### Utilisation propre par l'organisme

- Les données sont diffusées sur le site web de l'IRMA et le WOFFI (base de données avec accès payant)
- Sélections de certains festivals pour la publication d'annuaires thématiques

#### Demandes externes

- Réponses à des requêtes ponctuelles dans le cadre de partenariats sur des études ou l'organisation d'évènements.



## IRMA

### Autres

- Si les festivals sont abonnés au Woffi, le répertoire en ligne avec recherche avancée, ils peuvent se servir du répertoire comme d'un outil de gestion de leurs campagnes de promotion par publipostage ou par courrier
- Au regard de son activité de centre de ressources, l'IRMA est un simple relais d'informations collectées par d'autres moyens, notamment le Centre National Variétés et Jazz.

### Synthèse

- × **1 615 festivals recensés** mais pas d'objectif d'exhaustivité dans le recensement
- × Des données de fréquentations qui constituent avant tout une **information de communication** et ne visent pas la fiabilité
- × Une **structure ressource** auprès des acteurs gérant une base de données importante mais dont le rôle n'est pas la collecte d'informations collectées par ailleurs par le CNV. Il peut néanmoins être un **relais important dans la restitution et la sensibilisation des acteurs.**



## 5. DES ACTEURS RESSOURCES POUR L'ÉVÈNEMENTIEL

### L'Agence Pro festivals

L'Agence Pro festivals est la **première agence de communication dédiée aux festivals**.

L'agence propose des **services gratuits en ligne aux professionnels** de l'organisation d'évènements et de festivals.

Chaque festival en s'inscrivant à l'agence doit remplir une **fiche de renseignements**. Cette fiche comporte environ **50 champs d'information dont la capacité de fréquentation du festival**. Quand l'information est donnée, elle est rentrée dans les fiches internes à l'agence mais ces données sont souvent **peu fiables** car les organisateurs ont tendance à grossir leurs chiffres.

Chaque festival met lui-même à jour sa fiche et la base de données est travaillée quotidiennement. Les moyens en place pour cela sont les **10 correspondants permanents en interne et 20 rédacteurs chaque été**.

La newsletter est le seul moyen de communiquer avec les festivals. Malgré cela, si une newsletter était lancée avec une demande spécifique aux festivals pour connaître leur fréquentation, le taux de retour est estimé à 10 ou 15% maximum. Le seul moyen de connaître la fréquentation effective de chaque festival est **les bilans envoyés environ 2 mois après le festival sous forme de communiqué de presse**. Cette démarche est effectuée au bon vouloir de chaque festival. Ils sont **peu nombreux à le faire**.

Actuellement, un **projet d'étude qualitative des festivals** est en cours de réflexion. Il est possible que cette opération soit lancée début septembre 2008. Elle devrait rassembler des données telles

que le rayonnement du festival (départemental, régional...), le budget, le nombre de bénévoles... L'agence reste **la plus grande base de données française** toutes disciplines confondues.

### Un exemple d'activités rencontrées au sein d'une Union Départementale des offices de tourisme et Syndicats d'Initiative

L'UDOTSI des Alpes Maritimes rassemble **70 Offices de Tourisme et syndicats d'initiative** et collecte quelques données lors de **l'envoi trimestriel d'un questionnaire aux organisateurs d'évènements et aux OT**.

Ce questionnaire demande les **chiffres de fréquentation détaillés** :

- **en entrées gratuites/payantes**
- **en % de touristes/résidents**.

Le taux de retour de ce questionnaire est d'environ 25% et parmi lesquels ce champ n'est pas toujours renseigné.

L'UDOTSI édite ensuite *les chiffres des festivités* relatant les données sur les évènements de plus de 500 personnes. Les données ont été préalablement insérées dans une base de données et sont recoupées avec les chiffres qui paraissent dans la presse.



## 2. LES DISPOSITIFS REGIONAUX



## 1. POINT METHODOLOGIQUE

Les **22 Observatoires régionaux du tourisme** ont été interrogés par questionnaire. 13 ont répondu dans les délais (j + 7 jours) après une relance systématique par téléphone.

Cette enquête vient compléter, toutes proportions gardées, le tour de France des observatoires réalisés conjointement par la Fédération Nationale des CDT et ODIT France en 2002 et actualisé en 2006. Nous n'avons pu avoir accès à ces données à ce jour.

Notre travail permet de mettre en lumière le rôle joué par les ORT dans la collecte et le traitement de l'information au niveau régional. En effet, la totalité des CDT coopèrent avec les ORT et sont un relais important de collecte et de circulation de l'information. Le rôle joué en termes d'observation est inégal suivant les dispositifs. Ce sont, dans la majeure partie des cas, les CDT qui sont l'échelon principal de collecte d'information au niveau local.

L'état des lieux suivant permet de mettre en lumière de **nombreuses initiatives originales** en termes d'harmonisation, de fiabilisation, de collecte des données tout en insistant sur les contraintes particulières liées au rôle et mission remplies auprès des acteurs du territoire. Elles mettent en relief la **place centrale de ces échelons territoriaux dans l'activité d'observation**.

Dans un **souci de rigueur**, cette **interrogation** a été **complétée** par une interrogation téléphonique auprès des **responsables de l'information des DRAC** (10 répondants) afin de comprendre le rôle qui peut être joué par celles-ci dans la collecte d'information de fréquentation au niveau local. Cette démarche n'a pas vocation à rendre compte de l'activité exacte qui peut être menée par celles-ci mais à **dégager des tendances et pratiques visant à alimenter la réflexion du groupe de travail**.



## 2. TOURISCOPE CÔTE D'AZUR



### Descriptif

L'Observatoire du tourisme de la Côte d'Azur est un service du Comité Régional du tourisme Riviera-Côte d'Azur créé en 1984. Le Touriscope est le nom donné dès 1988 au Système de statistiques du tourisme (SST) de la Côte d'Azur. Ce système inclut l'ensemble des enquêtes permettant le suivi statistique de l'offre et de la demande, une méthodologie d'exploitation des données, la base de données intégrée et les productions de l'Observatoire. Cette signature garantit la source officielle et la fiabilité des informations chiffrées sur le tourisme de la Côte d'Azur.

### Objectifs formulés :

- Suivi quantitatif de la fréquentation

### Touriscope Côte d'Azur

#### Champ d'application du dispositif

<b>Sites concernés</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ <b>150 sites</b> environ sont concernés par la collecte d'information, dont <b>95%</b> environ sont considérés comme des <b>sites culturels</b>.</li><li>▪ Le dispositif prend en compte <b>tous les sites en mesure de communiquer leurs statistiques</b>, y compris ceux qui ne sont pas communiqués à ODIT France (avec moins de 10 000 visiteurs).</li></ul>
<b>Dispositif</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ <b>Deux dispositifs :</b><ul style="list-style-type: none"><li>- suivi d'un panel (une quinzaine de sites)</li><li>- Enquête exhaustive</li></ul></li></ul>
<b>Catégories utilisées</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Les sites sont regroupés dans une sous-classification dérivée de celle d'ODIT France faisant notamment ressortir : naval, océanographie / Art Moderne et contemporain / sites naturels / Sites techniques / Musées et Monuments...</li></ul>



## Touriscope Côte d'Azur

### Fonctionnement du dispositif

<b>Sources d'information</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Ce sont <b>les sites</b> eux-mêmes, pour la quasi-totalité, qui sont la source communicant les informations de fréquentation. Dans quelques cas, ce sont les <b>mairies</b>.</li> </ul>
<b>Mode de collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Les données sont collectées par <b>mail, par courrier ou bien par fax</b></li> </ul>
<b>Période et fréquence de la collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>Mensuelle</b> pour le suivi du <b>panel</b></li> <li>■ En <b>mars</b> pour la <b>collecte annuelle</b></li> </ul>

### Données collectées

<b>Format des données</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Les données alimentent une base de données sous <b>Excel et Access</b></li> </ul>
<b>Nature des données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>Fréquentations mensuelles</b> collectées <b>annuellement</b> :             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrées payantes / Entrées gratuites</li> </ul> </li> <li>■ <b>Estimation</b> demandée aux sites :             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Part de touristes</li> <li>- Groupes touristiques</li> <li>- Groupes scolaires</li> </ul> </li> <li>■ <b>Origine géographique</b> des visiteurs : donnée collectée mais non traitée actuellement</li> </ul>
<b>Autres données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Le <b>chiffre d'affaire de la boutique</b> collecté depuis 2007.</li> </ul>
<b>Fiabilité / représentativité du dispositif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Une <b>vérification</b> des données est faite pour ce qui concerne la <b>cohérence des données</b> (comparaison année antérieure) et les <b>fortes augmentations</b>. Cette part est estimée à <b>10%</b>.</li> <li>■ La fiabilité est considérée comme <b>bonne</b> pour ce qui est des entrées mais nécessité de <b>prendre en compte les fermetures/réouvertures</b>. C'est la question du périmètre d'observation.</li> </ul>



## Touriscope Côte d'Azur

### Utilisation du dispositif

#### Utilisation

- **Baromètre mensuel**
- Site web du Touriscope mis à jour **chaque mois**
- Remises de documents produits tous les mois sur **demande spécifique** de tous type d'interlocuteurs
- Mise en place prochaine d'un **dossier fréquentation des sites en ligne** sur le site web

### Les évènements à caractère culturel

#### Prise en compte

- Les **évènements ne sont pas pris en compte** pour deux raisons :
  - Données peu fiables des organisateurs et des villes
  - Travail fait par l'UDOTSI certaines années

### Perspectives d'évolution et attentes face à l'étude

#### Fonctionnement

- S'appuyer sur des dispositifs existants (Observatoires) dont le rôle est l'animation, l'analyse.
- Avoir pour objectif de dégager de vraies tendances nationales / régionales

#### Données sur les évènements culturels

- Une **méthodologie** à proposer aux organisateurs
- Une **assistance à sa mise en oeuvre**

#### Projets internes

- Traitement de données de **nationalité des visiteurs**

#### Autres

- Résoudre le problème de **passage d'un nombre d'entrées à un nombre de visiteurs** unique pour en déduire un segment d'individus à motivation culturelle.





### 3. ORT FRANCHE-COMTE

**Objectif formulé** : connaissance de la fréquentation des sites de visite

ORT Franche-Comté	
Champ d'application du dispositif	
<b>Sites concernés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>150 sites environ sont concernés par la collecte d'information dont 90% sont considérés comme culturels</li> <li>Le dispositif prend en compte <b>tous les sites en mesure de communiquer leurs statistiques</b>, y compris ceux qui ne sont pas communiqués à ODIT France (avec moins de 10 000 visiteurs) pour avoir une exhaustivité des sites</li> </ul>
<b>Dispositif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Collecte des données de fréquentation :                             <ul style="list-style-type: none"> <li>des musées</li> <li>des sites et monuments</li> <li>des sites de tourisme industriel et technique</li> </ul> </li> </ul>
Fonctionnement du dispositif	
<b>Sources d'information</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La DRAC à 15%</li> <li>Musées des techniques et cultures comtoises à 10%</li> <li>CDT</li> </ul>
<b>Mode de collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Collecte <b>par mail</b> sauf pour les CDT qui choisissent eux-mêmes</li> </ul>
<b>Période et fréquence de la collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Annuelle</b> en janvier / février</li> </ul>



## ORT Franche-Comté

### Données collectées

<b>Format des données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Excel</b></li> </ul>
<b>Nature des données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fréquentation des sites suivant :                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Entrées individuelles gratuites / payantes</li> <li>○ Groupes scolaires et enfants</li> <li>○ Groupes non scolaires et adultes</li> </ul> </li> </ul>
<b>Autres données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aucune</li> </ul>
<b>Fiabilité du dispositif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pas de vérification systématique mais ponctuelle</li> </ul>
<b>Difficultés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Refus de collaborer de certains partenaires / manque de données</li> <li>▪ Dépassement des normes de sécurité en terme de visiteurs pour certains sites naturels+ part du CA souterrain</li> </ul>

### Utilisation du dispositif

<b>Restitution</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bilan annuel pour les partenaires de l'observatoire (Document en ligne)</li> </ul>
<b>Demandes externes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Elus : tableaux de synthèses du nombre de visiteurs</li> <li>▪ Journalistes : Nombre de visiteurs (éditions observatoires)</li> <li>▪ Etudiant : Nombre de visiteurs, saisonnalité, gratuité (Renvoi sur le site)</li> <li>▪ Porteurs de projets : Nombre de visiteurs, saisonnalité, gratuité</li> </ul>

### Les évènements à caractère culturel

<b>Evènements concernés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 25 évènements</li> </ul>
-----------------------------	---



## ORT Franche-Comté

<b>Sources d'information</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les organisateurs</li> </ul>
<b>Période et fréquence de la collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>annuelle</li> </ul>
<b>Format des données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les données sont collectées sous <b>Excel</b> pour le traitement statistique et les éditions</li> </ul>
<b>Nature des données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nombre de festivaliers</li> <li>Rayonnement du festival</li> </ul>
<b>Utilisation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Document en ligne sur le site Internet</li> </ul>

## Perspectives d'évolution et attentes

<b>Données</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Origine des clientèles</li> <li>Formation et professionnalisation des prestataires</li> </ul>
<b>Fonctionnement</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les ORT sont moteur pour la collecte et le traitement de données par leur connaissance du terrain. Le niveau national pourrait essayer d'harmoniser les données par la création d'un outil de professionnalisation et de sensibilisation des prestataires</li> </ul>



## 4. ORT RHÔNE-ALPES



### Objectifs formulés :

- analyser la fréquentation touristique par typologie sur une longue période avec en priorité un **recensement exhaustif**
- apporter des éléments d'informations aux porteurs de projets sur une analyse typologique fine

### ORT Rhône-Alpes

#### Champ d'application du dispositif

<b>Sites concernés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>211 sites sont concernés ; Il n'y a pas de prise en compte de site hors ceux communiqués à ODIT.</li> </ul>
<b>Part des sites considérés comme culturels</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>56% d'entre eux sont considérés comme culturels</li> </ul>
<b>Dispositifs / Méthodologie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ce sont les <b>observatoires départementaux du tourisme</b> qui interrogent les sites (soit annuellement au 1<sup>er</sup> trimestre, soit mensuellement pour certains départements)</li> <li>Les observatoires départementaux font remonter les informations à l'observatoire régional</li> <li>L'<b>observatoire régional analyse et traite</b> l'information par typologie ODIT au <b>2<sup>ème</sup> trimestre de chaque année</b></li> </ul>

#### Fonctionnement du dispositif

<b>Sources d'information</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>8 observatoires départementaux</b> de Rhône Alpes</li> </ul>
<b>Mode de collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Excel</b></li> </ul>
<b>Période et fréquence de la collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Annuelle</b> : 1er trimestre</li> </ul>



## ORT Rhône-Alpes

### Données collectées

<b>Format des données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les données sont collectées sur Excel pour être <b>retraitées et manipulées dans un but d'harmonisation et d'homogénéisation</b> des données</li> </ul>
<b>Nature des données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Fréquentation totale</b> (97% de retour de la part des sites interrogés)</li> </ul>
<b>Autres données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aucune</li> </ul>
<b>Fiabilité / représentativité du dispositif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les informations ne sont pas vérifiées et détaillées par l'ORT, les données sont laissées à l'appréciation des CDT.</li> </ul>

### Utilisation du dispositif

<b>Production</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Edito dans le Mémento Régional et sur les pages Internet du site Pro d'une analyse structurelle par typologie à champ constant, évolution de la demande.</li> <li>Production tout au long de l'année</li> </ul>
<b>Destinataires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>porteurs de projets, bureaux d'étude, professionnels du tourisme / élus/ investisseurs</li> </ul>

### Les évènements à caractère culturel

<b>Evènements concernés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>23 évènements</li> </ul>
<b>Sources d'information</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les observatoires départementaux</li> </ul>
<b>Période et fréquence de la collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>annuelle</li> </ul>



ORT Rhône-Alpes	
<b>Format des données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Excel</b></li> </ul>
<b>Nature des données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Entrées comptabilisées sur l'ensemble de la manifestation</li> </ul>
<b>Utilisation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Restitution <b>annuelle</b> de l'évolution de la fréquentation à champ constant</li> </ul>
<b>Destinataires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Professionnels du Tourisme, élus et journalistes</li> </ul>
Perspectives d'évolution et attentes	
<b>Données</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Comparaison typologique</b> : comparaison avec des structures équivalentes</li> <li>▪ <b>Poids de la région</b> dans le total France. Des tendances structurelles par typologie sur une base à champ constant depuis 2000</li> <li>▪ Une évolution basée sur un calcul logarithmique serait préférable à une simple évolution linéaire entre 2 années</li> </ul>
<b>Attentes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ L'ORT fait partie de la Mission d'Ingénierie Touristique (MITRA). A ce titre, importance de l'assistance aux investisseurs publics et privés</li> </ul>





## 5. ORT LANGUEDOC-ROUSSILLON

Objectifs formulés : suivi de la fréquentation des sites majeurs

ORT Languedoc-Roussillon	
<b>Champ d'application du dispositif</b>	
<b>Sites concernés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>281 sites</b> sont concernées et ne font pas tous partie de ceux communiqués à ODIT, 90% des sites considérés comme culturels.</li> </ul>
<b>Méthodologie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Collecte courrier par les CDT</b> au mois de <b>janvier</b> aux responsables des sites qui leurs fournissent les données</li> <li>▪ <b>Envoi à l'ORT</b></li> </ul>
<b>Fonctionnement du dispositif</b>	
<b>Sources d'information</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Les <b>CDT</b></li> </ul>
<b>Mode de collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>papier</b></li> </ul>
<b>Période et fréquence de la collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Annuelle par les CDT en janvier : envoi <b>ORT Mars Avril</b></li> </ul>
<b>Données collectées</b>	
<b>Format des données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Excel après retraitement</li> </ul>



## ORT Languedoc-Roussillon

<b>Nature des données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Fréquentation mensuelle</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nationalités (français/étrangers)</li> <li>- Individuels/groupes</li> <li>- Entrées gratuites et payantes</li> </ul> </li> </ul>
<b>Autres données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Prix de l'entrée</li> </ul>
<b>Fiabilité / représentativité du dispositif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Pas de recensement exhaustif</b> donc difficile de faire une représentativité du parc des sites touristiques de la région</li> <li>▪ Fiabilité à l'appréciation des CDT</li> </ul>
<b>Utilisation du dispositif</b>	
<b>Utilisation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pour le Rapport d'activité Observatoire</li> <li>▪ Synthèse des données téléchargeables</li> </ul>
<b>Destinataires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Professionnels et grand public, journalistes étudiants, institutionnels.</li> </ul>
<b>Demandes externes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 2 à 3 fois par mois</li> </ul>
<b>Les évènements à caractère culturel</b>	
<b>Evènements concernés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aucun</li> </ul>
<b>Perspectives d'évolution et attentes</b>	
<b>Données</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Plus d'<b>homogénéité dans les résultats</b> et une méthodologie dans le traitement</li> </ul>
<b>Projets</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Projet de Suivi de la clientèle et de la fréquentation par rapport aux sites des 3 grandes voies historiques en Languedoc-Roussillon, un des axes de développement du CRT</li> </ul>





## 6. ORT POITOU-CHARENTES

Objectifs formulés : suivi de l'évolution de la fréquentation des sites de visite

ORT Poitou-Charentes	
<b>Champ d'application du dispositif</b>	
<b>Sites concernés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>300 sites sont concernés dont 60% sont considérés comme culturels</li> <li>Sont pris en compte tous les sites ayant une fréquentation supérieure à 1 000 entrées.</li> </ul>
<b>Dispositif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Bilan annuel</b> en avril</li> </ul>
<b>Fonctionnement du dispositif</b>	
<b>Sources d'information</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les CDT et OTSI</li> </ul>
<b>Mode de collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>par mail (70% de sites répondant)</li> </ul>
<b>Période et fréquence de la collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>annuelle</li> </ul>
<b>Données collectées</b>	
<b>Format des données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Excel</li> </ul>
<b>Nature des données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fréquentation totale, 70% de sites répondants</li> </ul>



## ORT Poitou-Charentes

### Autres données collectées

- Aucune

### Fiabilité du dispositif

- Manque d'harmonie dans le mode de comptage. D'une année sur l'autre, l'évolution semble parfois « farfelue »

### Utilisation du dispositif

#### Données

- Bilan annuel

#### Destinataires

- Partenaires élus, porteurs de projets, journalistes, bureaux d'étude, étudiants

### Les évènements à caractère culturel

#### Evènements concernés

- Aucun par **manque de temps**

### Perspectives d'évolution et attentes

#### Données

- Disposer rapidement de **données fiables et diversifiées** (Etrangers/français, groupes/individuels...)





## 7. ORT ALSACE

### Objectifs formulés :

- quantifier les fréquentations totales (gratuites et payantes) des lieux de visite culturels présents en Alsace et qui ont une entrée payante
- recueillir un maximum de réponses, dans un délai défini

### ORT Alsace

#### Champ d'application du dispositif

##### Sites concernés

- **208 sites** sont concernés hors estimation et ayant un seuil de fréquentation supérieur à 10 000 entrées (sur 373), 62% d'entre eux sont considérés comme culturels.

##### Dispositifs

- Etude annuelle de fréquentation des lieux de visites et des fêtes et festivals d'Alsace

#### Fonctionnement du dispositif

##### Sources d'information

- Les sites

##### Période et fréquence de la collecte

- **Annuelle** de février à mai

#### Données collectées

##### Format des données collectées

- Saisie sur **Access**, traitement sur Excel

##### Nature des données collectées

- Fréquentation mensuelle
  - Entrées gratuites et payantes
  - Groupes scolaires / Groupes hors scolaires



## ORT Alsace

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre de visiteurs étrangers</li> </ul>
<b>Autres données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ jours d'ouverture du site, si fermeture : Nombre de jours de fermeture</li> <li>▪ Durée de la visite</li> <li>▪ Réalisation d'expositions temporaires et de séminaires</li> </ul>
<b>Fiabilité / représentativité du dispositif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Les informations jugées fiables et ne sont pas vérifiées. <b>Taux de réponse 80%.</b></li> <li>▪ Très peu de moyens pour la vérification, tout se fait en interne</li> </ul>
<b>Utilisation du dispositif</b>	
<b>Utilisation propre par l'organisme</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Synthèse annuelle</b> sur le site Internet de l'offre et de la fréquentation des lieux de visite (disponible sur le site Internet)</li> </ul>
<b>Destinataires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sites, CDT, Région, partenaires</li> </ul>
<b>Demandes externes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ CDT, porteurs de projets, journalistes : tableaux Excel sur l'offre et la fréquentation sur un territoire précis (au total, une quinzaine de demandes par an)</li> </ul>
<b>Les évènements à caractère culturel</b>	
<b>Evènements concernés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ oui</li> </ul>
<b>Sources d'information</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Les organisateurs</li> </ul>
<b>Période et fréquence de la collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ annuelle (même enquête)</li> </ul>
<b>Nature des données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dates et présence d'expositions et fréquentation</li> </ul>
<b>Restitution</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Idem que pour les sites</li> </ul>



## 8. SPOT AUVERGNE



### Objectifs :

- disposer d'une analyse régionale de l'évolution de la fréquentation des sites et de la composition des publics en données mensuelles
- fournir aux partenaires (gestionnaires, institutionnels) des analyses régulières sur la structure de la fréquentation et son évolution, globalement et par typologie de sites

### SPOT Auvergne

#### Champ d'application du dispositif

<b>Sites concernés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>60 sites</b> sont concernés. 50% d'entre eux sont considérés comme culturels. Ils représentent 75% de la fréquentation de l'ensemble des sites pouvant être recensés en Auvergne. 45 sites communiquent leurs données mensuelles et permettent un traitement à champ constant.</li> </ul>
<b>Dispositif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Collecte auprès des sites de données tous les trimestres. Dispositif « Destinations Phares ». Ce dernier est inspiré et ajusté à partir de l'opération réalisée par ODIT France. Ils possèdent le statut de correspondants permanents en lieu et place des sites à la place desquels ils remplissent l'extranet ODIT.</li> </ul>
<b>Fonctionnement du dispositif</b>	
<b>Sources d'information</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Les 60 sites. Ils signent une <b>charte avec SPOT Auvergne. Confidentialité et restitution</b> privilégiée en sont les principaux éléments. Ils acceptent alors la mention <b>d'un interlocuteur relais</b> destinataire des informations qui fera suivre l'information à SPOT.</li> </ul>
<b>Mode de collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Collecte et relance avec <b>l'appui des CDT et interlocuteurs relais.</b></li> </ul>
<b>Période et fréquence de la collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ trimestrielle (avril, juillet, octobre et janvier)</li> </ul>



## SPOT Auvergne

### Données collectées

<b>Format des données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Excel pour tous</b></li> </ul>
<b>Nature des données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Fréquentation mensuelle :</b> (<i>segmentations et part estimée de réponses</i>)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrées gratuites et payantes (100% des sites répondants)</li> <li>- Adultes/enfants (95% sites répondants)</li> <li>- Individuels/groupes (95% sites répondants)</li> <li>- Français/étrangers (40% des sites répondants)</li> <li>- Nationalités (10% des sites répondants)</li> </ul> </li> </ul>
<b>Autres données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ CA/dont billetterie (60% des sites répondants)</li> </ul>
<b>Lecture des données</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Plusieurs éléments permettent une lecture fiable des données :                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ La donnée jours d'ouverture chaque mois (100% des sites) ainsi qu'une page de commentaires permettant une meilleure lecture des données</li> <li>○ Une fiche de liaison établissant la nature des données (estimation ou non, mode de comptage.)</li> <li>○ Un travail préalable sur celles ci</li> </ul> </li> </ul>



## SPOT Auvergne

### Fiabilité des données

- Une **vérification de la cohérence de l'information** est faite. Elle est néanmoins de plus en plus fiable. Son appréciation est jugée excellente pour 80% des sites et 80% des données.
- Ce dispositif possède la particularité d'avoir instauré une **relation de confiance et d'intérêt** avec les sites. Ils ont mis en place une charte établissant la **confidentialité des données** (pas de publication des fréquentations des sites). **L'outil de collecte est aussi un outil de restitution**. Il permet au site de suivre sa fréquentation, graphiques personnalisés qui présentent un **réel intérêt du point de vue de la gestion du site**. Cela amène à une grande fiabilité des données et à une participation des sites en augmentation.
- Afin d'instaurer ce dispositif, un **déplacement dans chaque site** a été programmé ainsi qu'un **examen du mode de comptage de la fréquentation**. Ce travail important a posé les bases d'une relation de confiance et permet la fiabilité des données.
- Les sites sont **de plus en plus volontaires et fiables** grâce à la confidentialité des données et au retour des tableaux personnalisés.

### Représentativité

- **Bonne représentativité du dispositif de la fréquentation** en Auvergne (les sites représentent 75% de la fréquentation de l'ensemble des sites pouvant être recensés en Auvergne hors sites naturels sans billetterie).

## Utilisation du dispositif

### Utilisation

- L'outil de collecte est outil de restitution. Il est devenu pour beaucoup de gestionnaires de sites un **moyen de suivi interne de leur activité**. La participation est alors **spontanée et le renvoi systématique**. Une synthèse trimestrielle leur est adressée.
- La confidentialité des données amène à une non publication des chiffres des sites. Le traitement est alors agrégé. Pour un regroupement pertinent des familles de sites, des sous catégories sont utilisées à partir de celles utilisées par ODIT. Elles sont au cœur d'un traitement pertinent.

### Destinataires

- Les sites membres de l'opération sont les **destinataires privilégiés des productions SPOT Auvergne**.
- Partenaires institutionnels.
- ODIT France



## SPOT Auvergne

### Demandes externes

- **5 à 10 fois par an** : presse, élus, bureaux d'études, étudiants, porteurs de projets, institutionnels, Conseil Général... Ils sont renvoyés sur le site Internet.

### Les évènements à caractère culturel

#### Evènements concernés

- **Pas de prise en compte des évènements** car aucunes données fiables, hors estimations ou chiffres peu significatifs, pas de normalisation des dispositifs de suivi.

### Perspectives d'évolution et attentes

#### Données

- Une cohérence et une vigilance sur la **validité des données** dans les autres régions

#### Fonctionnement

- Respecter le fonctionnement des initiatives régionales et notamment de la confidentialité des données.
- L'efficacité du dispositif conduit les responsables à souhaiter son élargissement.

#### Projets

- **Projet d'évaluation de l'impact économique de quatre évènements majeurs** en Auvergne par un cabinet extérieur. Associant les porteurs de projet, ce travail correspond à une volonté ancienne. Actuellement non pris en compte dans l'observation par SPOT, les 4 évènements ciblés possèdent un rayonnement de régional national. Le projet de **prolonger cette étude par un observatoire** permanent devrait être réalisé dans un second temps. L'enveloppe budgétaire a été mobilisée initialement en 2007 et la réalisation d'un cahier des charges acté en janvier 2008. La volonté d'associer ODIT France a été formulée.



## 9. ORT LIMOUSIN



### Objectifs formulés par ordre de priorité :

- mesurer les évolutions de la fréquentation touristique
- distinguer les offres porteuses, anticiper les modifications de comportements touristiques
- permettre aux acteurs du tourisme de comparer leurs fréquentations respectives
- accompagner les porteurs de projets, proposer une aide à la décision pour les acteurs susceptibles de soutenir ces projets

### ORT Limousin

#### Champ d'application du dispositif

##### Sites concernés

- 214 sites environ sont concernés par la collecte d'information, 74% environ sont considérés comme des sites culturels.
- Le dispositif prend en compte également des sites qui ne sont pas communiqués à ODIT France (avec moins de 10 000 visiteurs). Seuls 65 sites ont plus de 10 000 visiteurs par an, ce qui ne permettrait pas une approche statistique viable et une connaissance fine des fréquentations liées aux différents types de site touristique de la région

##### Lien entre le dispositif et les sites

- Une enquête annuelle est réalisée par chacun des CDT en début d'année et une relance systématique de l'ORT est systématiquement faite à la fin du 1<sup>er</sup> trimestre pour collecter les données.

#### Fonctionnement du dispositif

##### Sources d'information

- Les CDT
- Autres opérateurs territoriaux de proximité (Type OTSI)

##### Mode de collecte

- Les données sont collectées au format papier

##### Période et fréquence de la collecte

- annuelle et permanente



## ORT Limousin

### Données collectées

<b>Format des données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>format papier</b> puis <b>retraitées au format Excel</b> pour le stockage/recodage d'une part et <b>MySQL</b> pour la valorisation et l'apport de connaissance (travail en cours de déploiement) d'autre part</li> </ul>
<b>Nature des données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Données d'ordre général : Propriétaire/gestionnaire du site, période d'ouverture</li> <li>▪ Tarifs</li> <li>▪ Nombres d'entrées : gratuite/payante/total</li> <li>▪ Type de clientèle : Individuels/groupes (dont scolaires),</li> <li>▪ Origine géographique : français par départements, autres nationalités...</li> </ul> <p>Toutes ces données sont collectées à 100%</p>
<b>Autres données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Recette TTC entrée, autres recettes TTC non récupérées systématiquement</li> </ul>
<b>Fiabilité du dispositif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Les informations ne sont pas vérifiées et détaillées par l'ORT</li> </ul>
<b>Difficultés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Elles sont rares et proviennent de la <b> Crainte de voir des données relatives au chiffre d'affaire non agrégées</b></li> <li>▪ Des relances sont nécessaires pour obtenir les données dont les <b>gestionnaires de sites ne perçoivent pas toujours l'intérêt et l'usage</b> qui en est fait.</li> </ul>

### Utilisation du dispositif

<b>Utilisation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Chiffres clefs (CDT)</li> <li>▪ Non agrégation des chiffres de fréquentation simplement des données de CA</li> <li>▪ Analyse de sous populations</li> </ul>
<b>Destinataires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Consultants, collectivités, porteurs de projets, étudiants</li> </ul>



## ORT Limousin

### Les évènements à caractère culturel

<b>Evènements concernés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>62 évènements</b> dont 37 de moins de 10 000 visiteurs sont concernés.</li> </ul>
<b>Sources d'information</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ L'ORT est en contact avec le <b>Conseil Régional</b> pour l'observation de la fréquentation des manifestations soutenues dans un but de consolidation</li> <li>▪ CDT</li> <li>▪ OTSI</li> </ul>
<b>Période et fréquence de la collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ annuelle</li> </ul>
<b>Données</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Même chose que sur les sites</li> <li>▪ Les sites et manifestations ne disposant pas toujours d'une billetterie ou de comptage systématique proposent des estimations dont <b>on ne sait pas mesurer la qualité.</b></li> </ul>

### Perspectives d'évolution et attentes

<b>Fonctionnement</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Une <b>mutualisation des phases de collecte</b>, analyse et valorisation des données avec la FNCDT, et les CDT au niveau régional</li> <li>▪ Une définition d'un <b>champ de questions communes</b> à l'ensemble des régions pour permettre une comparaison, une actualisation des catégories ODIT</li> <li>▪ Une action de <b>sensibilisation nationale</b> pour inciter les sites à répondre (en particulier les nationaux)</li> </ul>
<b>Données</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Analyses nationales sur la base des données existantes afin de permettre des comparaisons entre territoires et entre types de sites et évènements culturels</li> <li>▪ Mise à disposition des données par interface internet</li> </ul>



## 10. ORT AQUITAINE



### Objectifs formulés :

- fournir aux décideurs institutionnels et privés les éléments propres à orienter les choix.
- répondre aux demandes de documentation

## ORT Aquitaine

### Champ d'application du dispositif

#### Sites concernés

- 496 sites sur 1525 sont concernés par la collecte d'information. Prise en compte des sites avec moins de 10 000 visiteurs. 30% des sites répondants (estimation)

### Fonctionnement du dispositif

#### Sources d'information

- CDT / SEM gestionnaires / exploitants de sites

#### Mode de collecte

- format papier

#### Période et fréquence de la collecte

- annuelle

### Données collectées

#### Format des données collectées

- Excel

#### Nature des données collectées

- Nombre d'entrées **totales payantes** annuelles sans distinction

#### Fiabilité / représentativité du dispositif

- Les informations ne sont pas vérifiées et détaillées par l'ORT par manque de temps. C'est le travail sur la fréquentation des hébergements qui est privilégié



## ORT Aquitaine

<b>Difficultés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Organisme publics: délais de réponse très longs</li> <li>Sites privés réticence à communiquer des données confidentielles, réticence plus grande à voir publier la fréquentation. Autorisations de publications refusées (<b>seulement 30% de retour aux sollicitations</b>)</li> <li>Sur certains sites culturels la fréquentation due au tourisme est marginale</li> <li>Pas de distinction dans la billetterie : ex <b>exposition temporaire non distinguée</b> ---&gt; fortes fluctuations annuelles. Pas d'intérêt pour les prestataires privés de communiquer leurs données</li> </ul>
<b>Utilisation du dispositif</b>	
<b>Restitution</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Base de donnée partagée entre tous les OT les CDT et le CRT</li> <li>tableau de suivi pluriannuel sur demande des partenaires avec un récapitulatif tous les 3 an</li> </ul>
<b>Demandes externes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2 à 3 fois par an : communication données brutes (Parfois la donnée illustre un commentaire ou un article)</li> </ul>
<b>Les évènements à caractère culturel</b>	
<b>Evènements concernés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Collectes de données pour le tourisme et les prix mais pas pour la fréquentation (Trop d'évènements. Actuellement 18946 fiches dans la BD concernant des fêtes et manifestations en Aquitaine pour la saison 2008)</li> </ul>
<b>Sources d'information</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SIRTAQUI : Système d'Information Touristique en Aquitaine. Recensement des évènements manifestations et offres par les CDT et OT SI.</li> </ul>
<b>Mode de collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bases de données intranet</li> </ul>
<b>Perspectives d'évolution et attentes</b>	
<b>Fonctionnement</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Une harmonisation des données.</li> <li>Les règles et définitions des produits culturels harmonisés au niveau national</li> </ul>



## ORT Aquitaine

### Projets

- - L'intégration à notre base de données partagée CRT CDT OT de données de fréquentation de sites  
Mise en place de critères communs d'observation





## 11. ORT CENTRE VAL DE LOIRE

**Objectifs formulés** : suivi de l'activité des monuments, sites et musées de la région Centre

ORT Centre Val de Loire	
<b>Champ d'application du dispositif</b>	
<b>Sites concernés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>419 sites sur 614 sont concernés par la collecte d'information, 23% de sites considérés comme culturels. Prise en compte de tous les sites ouverts au public qui ont une fréquentation comptée.</li> </ul>
<b>Dispositif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Enquête auprès des monuments, sites et musées</li> </ul>
<b>Fonctionnement du dispositif</b>	
<b>Sources d'information</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>CDT</li> <li>Observatoire économique du Tourisme</li> </ul>
<b>Mode de collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mail et téléphone</li> </ul>
<b>Période et fréquence de la collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Annuelle, trimestrielle et mensuelle</li> </ul>
<b>Données collectées</b>	
<b>Format des données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Format <b>Excel puis intégrées sur Access</b> (Alimentation de la base Access)</li> </ul>
<b>Nature des données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Entrées gratuites et payantes (80% de taux de retour)</b></li> </ul>



## ORT Centre Val de Loire

<b>Autres données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aucune</li> </ul>
<b>Fiabilité / représentativité du dispositif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les informations sont contrôlées par l'ORT à environ 20% pour une plus grande fiabilité des résultats auprès des CDT et Observatoire Economique du Tourisme (OET).</li> </ul>
<b>Utilisation du dispositif</b>	
<b>Données</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cahier statistique régional diffusé annuellement auprès des CRT, CDT, OET, professionnels (Nombre d'entrées payantes/ gratuites, évolution entre année N et année N-1. Observations...)</li> </ul>
<b>Demandes externes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les demandes des prestataires, journalistes, consultants, étudiants sont au nombre d'environ 200 par an. Le CRT y répond par des synthèses.</li> </ul>
<b>Les évènements à caractère culturel</b>	
<b>Evènements concernés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>4 environ</li> </ul>
<b>Sources d'information</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>CDT, OET</li> </ul>
<b>Dispositif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>En tous points similaire à celui des sites</li> </ul>
<b>Perspectives d'évolution et attentes</b>	
<b>Fonctionnement</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mise en place d'un extranet accessible à tous les sites (les sites moyens à minima) et les observatoires sur les volumes de fréquentation mensuels et les évolutions.</li> </ul>
<b>Données</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Profils et caractéristiques des clientèles en complément du suivi de fréquentation.</li> <li>Données économiques (CA / emplois).</li> </ul>





## 12. SEM REGIONALE DES PAYS DE LA LOIRE

### Objectifs formulés :

- orienter les actions de promotion
- conseils aux porteurs de projet
- permettre le positionnement des sites par rapport aux concurrents

SEM régionale des Pays de la Loire	
Champ d'application du dispositif	
<b>Sites concernés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 213 sites sur 700 sont concernés par la collecte d'information. 40% environ sont considérés comme culturels. Les équipements sont classés suivant des thématiques propres.</li> </ul>
<b>Dispositif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ La SEM interroge les 213 sites, le dispositif fournit sa base de données et en produit des analyses.</li> </ul>
Fonctionnement du dispositif	
<b>Sources d'information</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Les sites eux-mêmes sur l'interface de saisie en ligne d'un formulaire pour Cyvel Stats (21% des professionnels répondent directement en ligne)</li> <li>▪ Les 40 relais ou territoires collecteurs qui rassemblent les données et relancent les sites</li> </ul> <p>Au total le taux de retour est de 191 pour 213 sites</p>
<b>Mode de collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ par envoi postal aux correspondants ou à la SEM (dispositif amené à disparaître)</li> <li>▪ par une saisie directe des sites en ligne via le réseau extranet pour la BD</li> </ul>
<b>Période et fréquence de la collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Annuelle entre avril et septembre et mensuellement toute l'année pour certains sites</li> </ul>



## SEM régionale des Pays de la Loire

### Données collectées

<b>Format des données collectées</b>	Sous format Excel pour réaliser des tableaux dynamiques croisés au sein d'une base de données SQL
<b>Nature des données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nombre d'entrées gratuites et payantes par mois, Individuels/groupe (type de groupe) par mois</li> <li>▪ Nationalité</li> </ul>
<b>Fiabilité du dispositif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pas de vérification des données par la SEM, confiance aux sites pour la fiabilité.</li> </ul>
<b>Difficultés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Grille de données assez contraignante : les sites ne répondent pas toujours. Les 40 chargés de mission correspondant dans les territoires doivent faire des relances ainsi que l'un des équivalents temps plein de la SEM (50% de son temps est dédié à la collecte et à la saisie)</li> </ul>

### Utilisation du dispositif

<b>Restitution</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tableau de Bilan de la saison disponible en ligne avec des notes de synthèses</li> <li>▪ Plans marketing : les sites peuvent obtenir leur place parmi les concurrents, un plus par rapport aux restitutions d'organismes comme l'Insee</li> </ul>
<b>Demandes externes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Les demandes des prestataires, journalistes, bureaux d'études...(150 depuis janvier 2008)</li> <li>▪ La SEM y répond par des synthèses de tris spécifiques.</li> </ul>

### Les évènements à caractère culturel

<b>Evènements concernés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ oui, toutes les manifestations de plus de 10000 entrées payantes</li> </ul>
<b>Sources d'information</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Les organisateurs et les CDT</li> </ul>
<b>Mode de collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Par appel téléphonique</li> </ul>
<b>Période et fréquence de la collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Annuelle</li> </ul>



<b>SEM régionale des Pays de la Loire</b>	
<b>Format des données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Un chiffre global de fréquentation collecté par appel téléphonique</li> </ul>
<b>Nature des données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Chiffre global de fréquentation sans distinction</li> </ul>
<b>Perspectives d'évolution et attentes</b>	
<b>Fonctionnement</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ faire preuve de flexibilité en s'adaptant aux dispositifs régionaux existant</li> <li>▪ bien définir ce qu'est le culturel</li> </ul>
<b>Données</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ entrées payantes des autres entrées</li> </ul>
<b>Projets</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Un projet ponctuel cette année sur l'étude du fonctionnement des lieux de visite (culturels au sens large). Il s'agit de faire un état des lieux des bilans et comptes de résultat de ces sites, leur sensibilité aux aides publiques, et leurs pratiques comptables.</li> <li>▪ Un projet d'amélioration du dispositif est en cours. Il s'agit de mettre en place un mail pro envoyant un fichier txt. aux sites, collectant les données en les renvoyant directement sur la base de données en reconnaissant le format SQL et sans qu'aucune saisie ne soit nécessaire. Le dispositif générerait également de manière automatique les mails de relance. Ce dispositifs serait appliqués d'abord aux campings et mais rien n'a encore été envisagé pour les sites culturels.</li> </ul>



## 13. ORT PICARDIE

ORT Picardie	
Champ d'application du dispositif	
<b>Sites concernés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 95 dont 72% sont considérés comme culturels ; prise en compte uniquement des lieux à comptage précis</li> <li>▪ Les sites sont regroupés en 3 sous catégories : patrimoine culturel / découverte de la nature – jardins / parcs nautiques / parcs de loisirs</li> </ul>
<b>Dispositif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Collecte annuelle de fréquentation</li> </ul>
Fonctionnement du dispositif	
<b>Sources d'information</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ CDT</li> </ul>
<b>Mode de collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Non renseigné</li> </ul>
<b>Période de la collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Annuel en début d'année</li> </ul>
Données collectées	
<b>Format des données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Excel</li> </ul>
<b>Nature des données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fréquentation totale annuelle</li> </ul>
<b>Autres données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aucune</li> </ul>
<b>Fiabilité / représentativité du dispositif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pas de vérification</li> </ul>



## ORT Picardie

- Limitation du nombre de non réponses par la simplicité de l'information

### Utilisation du dispositif

#### Données

- Evolution fréquentation, cartographie

### Les évènements à caractère culturel

#### Evènements concernés

- aucuns

### Perspectives d'évolution et attentes

#### Fonctionnement

- Calendrier national

#### Données

- Plus information est précise et contraignante moins de site répondent



## 14. ORT LORRAINE



### Objectifs poursuivis :

- disposer de la connaissance la plus fine et fiable des fréquentations et de leurs évolutions
- fédérer les CDT et le CRT autour d'une enquête unique

ORT Lorraine	
Champ d'application du dispositif	
<b>Sites concernés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 101 sites dont 70% sont considérés comme culturels</li> </ul>
<b>Dispositif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Enquête annuelle</li> </ul>
Fonctionnement du dispositif	
<b>Sources d'information</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ CDT</li> </ul>
<b>Mode de collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Papier et mail</b></li> </ul>
<b>Période et fréquence de la collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Annuel en février mars</b></li> </ul>
Données collectées	
<b>Format des données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Excel et papier</li> </ul>
<b>Nature des données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fréquentations mensuelles :                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Payants gratuité</li> <li>- Adultes / enfants</li> <li>- Groupes scolaires / autres groupes</li> </ul> </li> </ul>



ORT Lorraine	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nationalités</li> <li>- provenance</li> </ul>
<b>Autres données collectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ CA</li> <li>▪ Informations de lecture des données</li> </ul>
<b>Fiabilité / représentativité du dispositif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Coordination entre CRT et CDT importante</li> <li>▪ Données CA peu remplies. Les habitudes sont prises en terme de données de fréquentation</li> </ul>
Utilisation du dispositif	
<b>Données</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Seules les données totales sont utilisées</li> </ul>
<b>Demandes externes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 100 demandes par an : journalistes, porteurs de projets, étudiants..</li> </ul>
Les évènements à caractère culturel	
<b>Evènements concernés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aucun</li> </ul>
Perspectives d'évolution et attentes	
<b>Données</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Disposer de données sur l'impact économique des évènements culturels</li> </ul>



## 15. SYNTHÈSE DE L'INTERROGATION DES DRAC

Suite à l'interrogation des ORT, nous avons souhaité mener une interrogation des DRAC afin de mieux comprendre leur rôle en terme d'observation. Cette enquête n'est pas exhaustive et n'a pas vocation à rendre compte de la totalité des projets menés. Les activités sont diverses et cette interrogation permet de mettre en évidence des données de cadrage nécessaires à la réflexion menée.

- Les DRAC **collectent de façon quasi systématique** (sauf en Picardie) **les données de fréquentation des Journées du Patrimoine, des Nuits des musées et des Rendez-vous des jardins** car l'information est demandée par le Ministère de la Culture. Suivant les DRAC, soit le Centre de documentation, soit le service Monuments Historiques se charge de la collecte. Elles sont communiquées à la DMF et à la DAPA.

- Le mode de collecte n'est pas systématisé. Elles sont réalisées de manières très différentes selon les régions : par mail/questionnaire en ligne (Franche-Comté)/courrier/appel téléphonique, sur l'ensemble des sites/sur un échantillon constant, avec ou sans relance automatique, auprès des sites/auprès de groupement d'OT (par exemple en Basse-Normandie). L'information est donc non harmonisée.

- Une **collecte de chiffres est effectuée au cas par cas** en fonction des demandes spécifiques, **dans le cadre de la mission de conseil et de subvention de la DRAC** (par exemple en Bourgogne). Cette collecte passe principalement par l'étude de documents officiels (type documents du CMN par exemple) mais aussi par l'interrogation des sites.

- Chaque conseiller collecte bien souvent ses propres chiffres **sans démarche globale et partage d'information au sein de la DRAC**. Par exemple, le conseiller Musée va collecter des données de fréquentations, le conseiller spectacle vivant va collecter les chiffres auprès des festivaliers pour répondre à la demande de la DMDTS tandis que le service Monuments historiques et/ou le centre de documentation vont collecter les chiffres concernant les Journées du Patrimoine.

- Une **initiative spécifique en Alsace : un projet d'observation des musées, festivals et Monuments historiques** est lancé depuis un an avec un **chargé de l'observation culturelle à temps plein**. Le projet se découpe en trois phases dont la première seulement est déjà réalisée :

- 1) L'observation de l'emploi dans le secteur culturel
- 2) L'observation des financements publics dans le secteur culturel
- 3) L'**observation des publics** dans le secteur culturel.

La DRAC commence seulement le suivi et la collecte des données de fréquentations, en particuliers via les structures déjà organisées (Musées majeurs, bibliothèques...) mais rien n'est encore scientifiquement organisé et les outils de collecte restent variables suivant les sites.

Des fiches de suivi des structures comprenant le champ de la fréquentation ont été réalisées et la mise à jour se fait **en collaboration avec les sites et la DMDTS** qui fait remonter les informations qu'elle reçoit.

Un travail est en cours pour préciser les données (par exemple concernant le niveau des scolaires, l'âge, la provenance ou encore la part des étudiants par rapport à la fréquentation des jeunes)



En général, les DRAC n'ont donc **pas de dispositif d'observation de la fréquentation des sites culturels qui soit organisé et structuré** pour obtenir une information fiable, constante et représentative des fréquentations des sites culturels en région. Elles sont, avant tout, un interlocuteur essentiel en ce qui concerne l'inventaire des sites culturels.



## 16. LES CONTACTS PRIS NE RENTRANT PAS DANS LE CHAMP DE L'ETUDE

### Hors les Murs :

- Centre national de ressources des arts de la rue et des arts du cirque, Hors les Murs a principalement une activité de recensement et référencement des acteurs, et de mise à disposition de ressources pour l'aboutissement de projets artistiques et culturels. Cette association n'a pas à proprement parler d'activité relative à l'économie du secteur, et ne collecte pas de données de fréquentation des festivals recensés. Par ailleurs, les spectacles d'arts de rue les plus importants -grandes manifestations en extérieur, spectacles déambulatoires...- ne font pas l'objet d'une billetterie, sauf pour quelques salles à jauge réduite. Les festivals off ayant une importance très grande, les données de billetterie festivals ne sont pas significatives de la fréquentation d'un évènement. Toutefois, l'association souligne que ce secteur fait de plus en plus l'objet de financements par les collectivités territoriales, qui peuvent avoir une approche de la fréquentation au travers de l'augmentation des taux de remplissage des lieux d'hébergements et de la fréquentation des restaurants des villes accueillant des festivals.

### La Maison Paysanne Française :

- Il n'y a pas de centralisation au niveau national des données de fréquentation. Les 95 délégations locales organisant des évènements et manifestations dans les sites membres ont probablement des données de fréquentation, mais elles ne sont pas retransmises à l'administration centrale, et ne font pas l'objet de compilations ou d'analyses.

### Vieille Maison Française :

- Assistance technique juridique, fiscale, ouverture aux public, Objectifs : sauvegarde du patrimoine, transmission du savoir-faire, regrouper les propriétaires. Elle prépare une étude auprès de ses adhérents afin de mieux connaître leur mode de fonctionnement.

### La Demeure Historique :

- L'Association fédère 3000 adhérents propriétaires privés de grandes demeures, abbayes, châteaux... La mission de la Demeure Historique est de conseiller les adhérents pour la sauvegarde de leur patrimoine en termes juridiques, financiers, etc. Cependant, les adhérents restent des propriétaires privés et ils préfèrent bien souvent ne pas divulguer leurs chiffres. Au moment de l'adhésion ou de son renouvellement ils remplissent une fiche dans laquelle ils peuvent donner leurs chiffres de fréquentation mais ce n'est pas obligatoire. Parfois, la demeure Historique a besoin des chiffres pour les conseiller mais cela s'effectue au cas par cas. La remontée de ces chiffres est donc très variable d'une demeure à l'autre, certains grands châteaux (type château de la Loire) donnent parfois les chiffres mais pas automatiquement et des petites demeures qui ont bien augmenté leur fréquentation aiment bien aussi le dire ponctuellement.

### La fondation du patrimoine :

- Pas d'activité de recueil de données relatives à la fréquentation et pas de projet à ce niveau.



## B - Diagnostic des dispositifs étudiés

---



# 1. LE CHAMP « MUSEES DE FRANCE »

## 1. Champ d'application

7 dispositifs non régionaux collectent des informations relatives à la fréquentation des Musées de France :

- ODIT France collecte annuelle via les CDT
- ODIT France collecte trimestrielle
- MUSEOSTAT collecte sur l'ensemble des Musées de France au sens de la Loi 2002
- MUSEOSTAT collecte mensuelle sur les musées nationaux (EP et SCN)
- LA RMN, collecte mensuelle
- Fédération des Ecomusées et Musées de Société, collecte annuelle, partenaire régulier d'ODIT France.
- L'institut de France, collecte mensuelle et annuelle

2 types de dispositifs :

- collecte à but d'observation : ODIT France, MUSEOSAT
- Collecte dont le but est la gestion : FEMS, RMN

Dans le premier cas, la collecte d'information implique un **travail de relance plus important** (250 relances en 2007 pour MUSEOSTAT, 1 140 répondants sur 1203). Dans le second cas, le **retour d'information est systématique**. La RMN possède la particularité d'avoir un personnel au sein du site ce qui implique une fréquence de remontée des informations plus grande (mensuelle).

Une collaboration a existé entre ces dispositifs. MUSEOSTAT et ODIT France ont échangé des informations mais **cette pratique**

**n'existe plus**. De la même façon l'échange d'information entre la RMN et MUSEOSTAT qui a été fréquent ne l'est plus et se sont directement les sites qui sont interrogés par MUSEOSTAT.

L'institut de France dispose une remontée d'information mensuelle pour les 3 monuments en gestion directe, et annuelle pour les 2 monuments en gestion déléguée. Il a été souligné la nécessité d'aborder cette institution **du point de vue des sites** et non un dispositif centralisé. C'est donc à eux qu'il faut s'adresser individuellement. Il est nécessaire de souligner que le parc, château et musée de condé chantilly fait partie du réseau des correspondants permanents d'ODIT.

La Fédération des Ecomusées et Musées de Société est un **partenaire régulier d'ODIT France** avec qui l'échange d'information fonctionne bien. A l'inverse, elle ne communique pas avec MUSEOSTAT bien que beaucoup de ses adhérents soient Musées de France.

## 2. Croisements des champs d'observation

MUSEOSTAT est l'outil d'observation des Musées de France qui s'adresse à l'ensemble des **1 203 Musées de France** dont 518 possèdent une fréquentation supérieure à 10 000 entrées en 2006.

Sur ceux-ci, compris de manière complète au sein de ce dispositif, de **multiples recoupements existent à différents niveaux avec les autres dispositifs**. En effet, les musées de France font partie du **champ d'interrogation des CDT** qui sont les principales sources de collecte de l'information auprès du dispositif annuel de **ODIT**



**France.** Ainsi, nous avons constaté un **fort taux de recouplement** entre ceux-ci avec une **fréquence d'interrogation similaire** encore en 2007 (mars-avril) mais qui est passée à janvier pour MUSEOSTAT. La mise en place de cette fréquence d'interrogation plus rapprochée sera par ailleurs suivie dans le cadre de cette étude, à titre informatif. Elle reste cependant sur une même fréquence (annuelle) et une période comparable (premier trimestre). **Un même site est donc sollicité deux fois à la même période : une demande (MUSEOSTAT) sollicitant des informations détaillées tandis que l'autre (CDT) concerne des informations plus succinctes.** Nous pouvons noter une **demande multiple**, une **déperdition d'informations** à cette occasion ainsi qu'un **traitement double** d'une même information.

Le **dispositif trimestriel d'ODIT France** (correspondants permanents) collecte les informations de fréquentation auprès d'un **panel**. Au sein de ce dernier, composé de **165 sites** (mais une centaine permettant une exploitation à champ constant), **près de 56 sont des musées parmi lesquels le Musée du Louvre, Musée du Quai d'Orsay qui sont eux-mêmes interrogés sur une base mensuelle par MUSEOSTAT directement.** Il existe aussi des sites musés de France interrogés trimestriellement par ODIT France qui ne le sont pas à cette fréquence par MUSEOSTAT.

Au sein du **panel ODIT France**, de nombreux écomusées sont présents. En effet, un partenariat existe entre la **Fédération des Ecomusées et Musées de société**. Cette dernière possède une visibilité forte sur la fréquentation de ses adhérents car la cotisation est indexée sur la fréquentation. Elle alimente donc ODIT France dans le dispositif annuel sur celles-ci. Cette coopération n'existe pas sous cette forme avec MUSEOSTAT. Les Ecomusées sont donc interrogés sous deux formes différentes par la FEMS et par MUSEOSTAT.

**Ce panel comprend des musées nationaux (RMN) comme le Musée Bonaparte à Ajaccio interrogés deux fois mensuellement (RMN - MUSEOSTAT), et trimestriellement (ODIT France).**

Mode de collecte				
	Extranet	Excel	Papier	Période
ODIT Trimestriel	X			Trimestriel
ODIT Annuel			X	Annuel : Mars / Juillet Août/septembre
MUSEOSTAT MN		X	X	Mensuel
MUSEOSTAT Total			X	Annuel : Janvier
RMN	(Projet)	X		Mensuel
FEMS			X	Annuelle janvier



### 3. Fonctionnement

Trois constats s'imposent :

- **Trois dispositifs annuels** collectant des données de même nature des sites similaires aux périodes de collecte différentes. MUSEOSTAT a récemment réduit l'espacement de la collecte afin d'améliorer sa réactivité (passage de mars avril au 31 janvier date butoir de renvoi).
- **Deux dispositifs de collecte mensuelle** (MUSEOSTAT musées nationaux) **et trimestrielle** s'adressant en partie aux mêmes sites à la même fréquence.
- **Un dispositif réactif (RMN)** ne communiquant pas régulièrement ses données de manière centralisée mais compris dans le double champ d'observation de MUSEOSTAT.

Plus généralement, on note deux fréquences d'interrogation correspondant à des niveaux de détail différents :

- Un **temps très court (mensuel)** celui de la gestion d'un établissement (RMN).
- Un **temps court (trimestriel)** correspondant à une information simple, le but principal étant de disposer d'une information rapide.
- Un **temps long (annuel)** qui est pour MUSEOSTAT celui d'une information précise. ODIT France possédant la particularité de recueillir une grande quantité d'information et non seulement culturelle mais simple (fréquentation totale).

Les musées nationaux sont souvent sollicités et par conséquent sont parfois irréguliers dans la communication des informations. MUSEOSTAT collecte les données des musées nationaux mensuellement et ODIT France par exemple demande sa

fréquentation au Musée du Louvre de façon trimestrielle. Il convient de souligner que tous les musées nationaux ne disposent pas d'un comptage informatisé. D'une façon plus générale, plus la fréquence d'interrogation est espacée plus le mode de collecte est long (format papier).

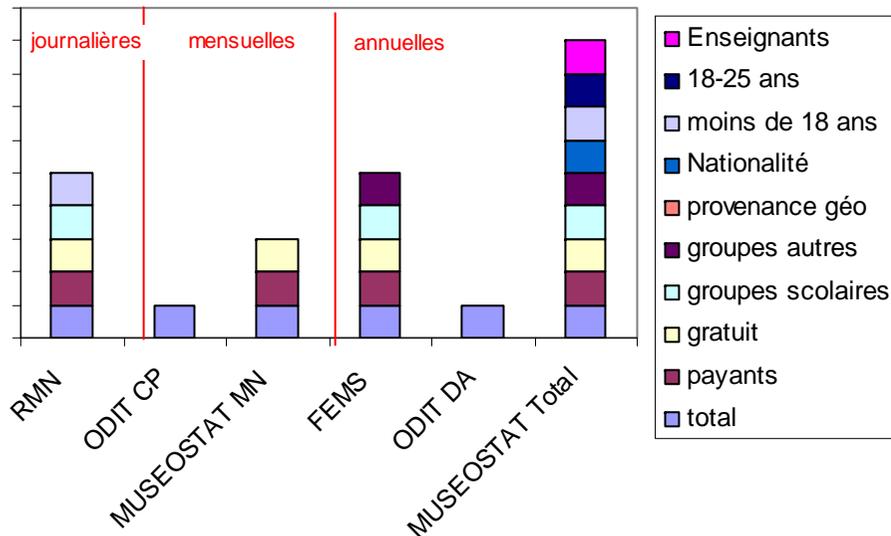
### 4. Données collectées

Format des données retraitées		
	Access	Excel
ODIT CP	X	
ODIT DA	X	
MUSEOSTAT MN	X	X
MUSEOSTAT Total	X	X
RMN		X
FEMS		X

**MUSEOSTAT et ODIT France fonctionnent tous deux sous une base de données Access** dans laquelle sont stockées les informations **après retraitement**. Les deux dispositifs de collecte ODIT France (collecte trimestrielle) et MUSEOSTAT (collecte mensuelle pour MN) fonctionnent sous des modes de collecte plus informatisé (saisie sur un extranet pour l'un et format Excel pour l'autre). **Par ce même format, la possibilité d'un échange simplifié d'information est bien réel.** Il faut néanmoins souligner que la base EVE, mise en place au Ministère de la Culture et de la Communication, est appelée à regrouper les informations des différentes bases. Nous ne possédons pas actuellement la visibilité sur ce travail en cours mais qui doit néanmoins être souligné dans le cadre de la pérennité d'un éventuel outil à mettre en place.



**Données collectées**

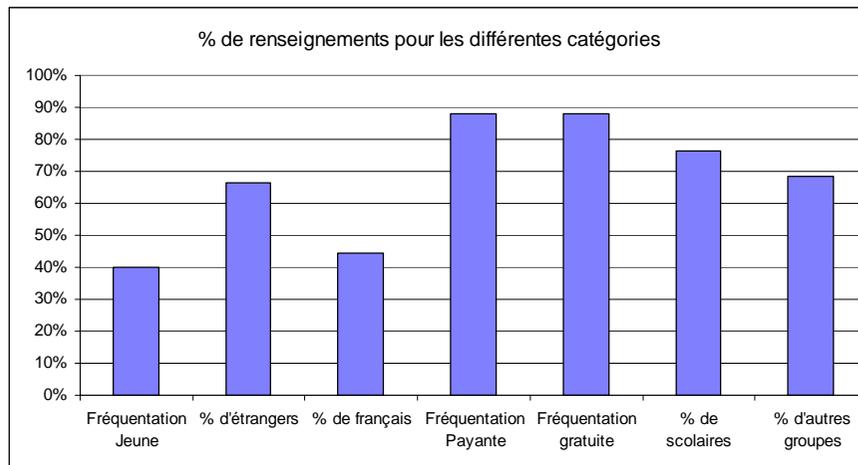


Le graphe ci-dessus présente le **détail des données de fréquentation disponibles** : journalière, mensuelles et annuelles associées aux indicateurs demandés. Le dispositif trimestriel d'ODIT France dispose d'une grille d'indicateurs plus détaillés que ce qu'elle n'apparaît ici. En effet, ce graphique présente l'état actuel du dispositif qui est en cours de re-mobilisation des correspondants suite à une défaillance de la saisie en ligne.

Les données sollicitées trimestriellement sont simples afin de diminuer la charge des correspondants et améliorer le taux de retour. L'expérimentation de la gratuité au sein de 14 musées et monuments nationaux actuellement en cours a poussé à la mise en place **de nouveaux indicateurs** (-18 ans, 18-25 ans...) qui sont

collectés trimestriellement. Ceux-ci ont été intégrés à la collecte annuelle pour 2007

ODIT ne dispose actuellement que la donnée fréquentation totale renseignée suite à un problème technique lié au site internet. Les correspondants sont en phase de re-mobilisation. Les données autres que la fréquentation totale ne sont cependant pas exploitées en l'état.



Sur les dispositifs annuels, il existe de **nombreux recoupements au niveau des sites interrogés**. Les demandes sollicitent des degrés de détail divers. Il existe de ce côté la une **réelle marge de manœuvre** dont le fonctionnement est l'élément central.

La diversité des données sollicitées par MUSEOSTAT est à mettre au regard de la réalité de la collecte suivant le graphique ci-dessus relatifs aux musées de France réalisant 10 000 entrées et plus (2006). La fréquentation totale est renseignée à 100% sur les 518 musées. Les données étrangers / français ne sont pas issues de comptages mais d'estimations dans beaucoup de cas. Néanmoins



ces indicateurs sont globalement bien renseignés et permettent une exploitation.

A ce jour, si le détail gratuit/payant est effectué pour les Musées Nationaux dans le traitement des données, ces indicateurs ne sont pas exploités systématiquement sur l'ensemble des musées de France. Ils peuvent l'être pour des demandes spécifiques.

Des **disparités** existent entre le **niveau de détail** des données disponible et la **transmission de l'information** au niveau de la FEMS comme de la RMN.

## 5. Restitution de l'information et attentes

Les dispositifs étudiés répondent à des **besoins et des missions propres** dont il convient de tenir compte dans la perspective de la mise en place d'un outil commun. Il est possible de regrouper ces derniers en fonction de l'utilisation faite des données :

- La RMN et la FEMS collectent les données dans un **objectif de gestion** de leur activité. L'observation est une donnée au service de leur fonctionnement. Ils ont pour cela un taux de retour important et une exploitation agrégée faible. Si la RMN fournit des bilans annuels comparatifs aux sites, c'est MUSEOSTAT qui prend en charge le volet observation. Ainsi, la collecte est indépendante. De ce point de vue, la question centrale est celle de l'axe communication / restitution des données.
- MUSEOSTAT comme ODIT sont des **outils d'observation** au service de la production de statistiques à destination des pouvoirs publics, des responsables locaux (DRAC, CDT) mais aussi des sites. La différence notable étant le fonctionnement partenarial d'ODIT sur le dispositif annuel et la restitution des

informations aux sites sur le dispositif trimestriel ce que ne fait pas de façon systématique MUSEOSTAT.

MUSEOSTAT comprend tous les musées labellisés Musées de France (RMN compris). Il existe une demande du côté de MUSEOSTAT quand à une lecture agrégée des sites (regroupements). Hors, il n'existe pas à ce stade de catégories permettant ce traitement. La donnée pouvant permettre cette lecture est celle des thématiques du musée. D'une façon plus générale, MUSEOSTAT est un dispositif d'information qui n'effectue pas de retour auprès des sites des informations de fréquentation traitées. La publication et le détail par département est néanmoins un outil utile mais peu développé. ODIT France établit de son côté une nomenclature en 17 catégories dont 4 au moins peuvent contenir des musées de France.

MUSEOSTAT a vocation à alimenter une base de données de connaissance sur les musées de France comprenant de nombreuses données. Il répond à de nombreuses sollicitations (Sénat, DMF, DRAC, et sites) qui le qualifie comme un outil d'information au service de la connaissance et de la décision au niveau central et non en direction des sites.



## 6. Synthèse

### LES POINTS DE CONVERGENCE SUR LESQUELS CAPITALISER

- Des **correspondances** entre MUSEOSTAT et ODIT France :
  - un temps de collecte annuel partagé
  - une base de données sous un même format (Access)
- Une **collaboration existante** entre la FEMS et ODIT France.
- Une démarche d'information qui porte sur les **mêmes sites**
- Une volonté commune de **diversification des indicateurs** (MUSEOSTAT / ODIT France).
- Les **sites de la RMN (musées nationaux) pris en compte par MUSEOSTAT selon une fréquence mensuelle et annuelle.**

### LES POINTS DE DIVERGENCE

- Une **nécessité de suivi propre au Musées de France** selon des contraintes et indicateurs propres.
- Une **collaboration entre la FEMS et ODIT France qui n'exploite pas la totalité des données disponibles.**
- Une **communication ayant existé entre les dispositifs (MUSEOSTAT, RMN, ODIT France) mais qui n'a pas duré.**

- Une **information diversifiée qui n'est pas toujours exploitée** dans chacun des dispositifs.
- Un **relais départemental du dispositif annuel d'ODIT France.**
- Un **temps de collecte plus long au niveau central pour le dispositif annuel ODIT France par rapport à MUSEOSTAT.**
- Un **champ d'évolution au niveau de la collecte trimestrielle dans la synergie de ODIT et MUSEOSTAT.**

### LES AXES DE TRAVAIL

- La mise en place **d'indicateurs communs.**
- Une **interrogation unique** d'un même site pour ces différents dispositifs
- Deux axe de travail à **court terme : l'interrogation trimestrielle**
- Un axe de travail à **plus long terme : l'interrogation annuelle**
- Une **volonté de travail sur la donnée « provenance »**
- Une **économie de temps et d'efforts potentielle**
- La **question de la base EVE comme projet de regroupement influant sur ce travail**



## 2. LES MONUMENTS HISTORIQUES

### 1. Le champ d'observation

- 4 dispositifs non régionaux ont une activité d'observation :
  - ODIT France, dispositif trimestriel
  - ODIT France, dispositif annuel
  - Centre des Monuments Nationaux, dispositif informatisé
  - Centre des Monuments Nationaux, dispositif non informatisé
- Selon la typologie déjà évoquée, ces dispositifs répondent à deux vocations différentes :
  - Observation : (ODIT France)
  - Gestion (CMN)
- Ces 4 dispositifs se rencontrent de multiples manières :
  - Le panel ODIT France trimestriel comprend des sites CMN (ex : Azay le Rideau)
  - Le dispositif annuel ODIT France interroge de fait beaucoup de monuments CMN via les CDT
- **Il n'existe pas d'observatoire de la fréquentation au niveau national au sein de la Direction de l'Architecture et du Patrimoine (DAPA). Un recensement des lieux ouverts à la visite a eu lieu en 2002 collectant aussi les données de fréquentation communiquées selon des tranches et accessible en ligne<sup>3</sup>. Plusieurs enquêtes des publics ont été réalisées sur certains sites par Lucien Mironer. Cette démarche n'est pas poursuivie actuellement.**

Les sites et monuments accessibles à la visite ont été recensés à environ 18 000 lieux dont environ **14 500 accessibles en permanence**. Ce patrimoine immobilier (hors monuments nationaux), d'une grande diversité n'est donc pas observé de façon centralisée. Les **Comités Départementaux du Tourisme** sont dans ce cadre **l'outil unique de l'observation de leur fréquentation**. Il convient néanmoins de souligner que les **Journées du Patrimoine font l'objet d'une observation spécifique via les DRAC** dont l'information est transmise à la DAPA.

Le champ de l'observation des monuments historiques soumis à l'étude n'est pas un champ isolé à la fois dans sa nature mais aussi dans les problématiques d'observation qu'il pose. Ils peuvent être observés par des dispositifs non dédiés. Ainsi ce sont **842 monuments - musées** recensés par l'inventaire de 2002 (DAPA).

Le **Centre des Monuments Nationaux**, avec 8,5 millions d'entrées annuelles et environ 80 monuments en gestion, est un **interlocuteur essentiel en termes d'observation des monuments historiques**. Ces monuments peuvent être interrogés aussi par les comités départementaux du tourisme et le sont dans les faits, sur la majeure partie, en raison de leur importance en termes de fréquentation. Il a existé une coopération entre le Centre des Monuments Nationaux et ODIT France mais qui ne s'est pas poursuivie. Le Centre des Monuments Nationaux communique avec certains comités départementaux du tourisme de façon isolée, c'est une démarche qui n'est pas généralisable.

---

<sup>3</sup> Base Trouvtou  
Public & Culture  
Direction du Tourisme



## 2. Fonctionnement

Le Centre des Monuments Nationaux possède un dispositif de remontée d'informations de fréquentation suivant 2 catégories :

- sites possédant une billetterie informatisée (43 à 45 monuments)
- sites possédant une billetterie non informatisée

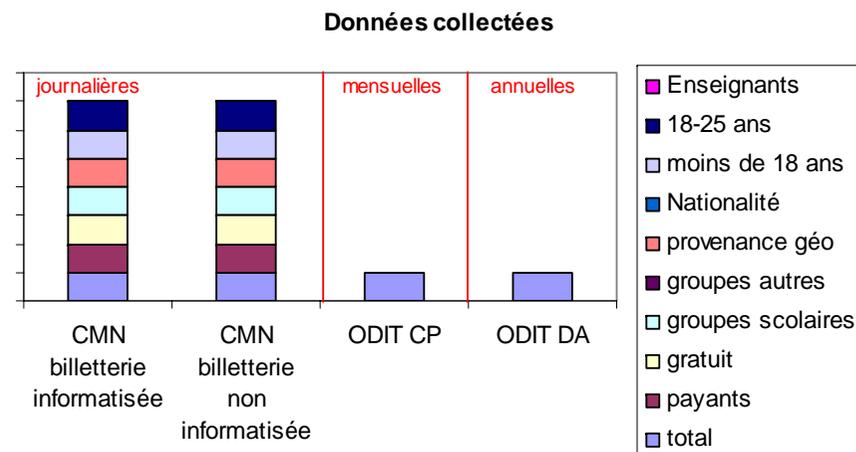
Le système informatisé du Centre des Monuments Nationaux donne lieu à une **remontée journalière d'information** via les billetteries (format Business Object). Les données de billetterie sont ainsi communiquées aux heures non ouvrées afin de ne pas ralentir le système de délivrance des billets. Ce système permet un suivi journalier de l'activité.

Les sites non informatisés communiquent leurs données mensuellement sous format papier qui sont saisies en interne sous une quinzaine de jours. Paradoxalement, l'informatisation du système de billetterie peut ralentir la délivrance des billets ce qui explique notamment que l'Arc de triomphe ne soit pas passé sous ce système.

Collecte			
	Extranet	Papier	Fréquence
ODIT CP	X		Trimestrielle
ODIT DA		X	Annuelle
CMN billetterie informatisée	X		Journalière
CMN Billetterie non informatisés		X	Mensuelle

La collecte s'effectue selon **4 temporalités différentes** avec une fréquence élevée pour le CMN, reflet de l'activité même de gestion dont il a la charge.

## 3. Données collectées



Le Centre des Monuments Nationaux possède une **information détaillée et fiable** car directement issue des titres de billetterie vendus. Les sites et monuments du Centre des Monuments Nationaux fonctionnent avec entre **200 et 250 titres de billetterie différents**. Afin d'obtenir une lecture agrégée des données, ils sont **regroupés en 13 catégories** dont les principaux éléments sont présentés dans le graphique ci-dessus. Le périmètre d'observation a évolué après 2007 en prenant en compte les visites sur ventes à l'avance, cartes et passeports. L'évolution des données doit donc tenir compte de **l'évolution du périmètre de l'observation** ce qui en totalité représente près de 60 000 entrées nouvellement comptabilisées.



Ces catégories sont issues des tarifs pratiqués qui permettent notamment d'avoir la visibilité sur des **publics spécifiques**, - 18 ans, 18/ 25 ans. Ces regroupements présentent un intérêt particulier du point de vue de notre étude car elle partent directement de la diversité des données disponibles au sein de 45 sites pour arriver à des catégories similaires à même d'être renseignées directement à partir des billetteries.

Le CMN travaille actuellement sur l'**introduction de la donnée « provenance »**, renseignée à partir de la billetterie. Tous les sites informatisés disposent de cette possibilité. Néanmoins, seuls environ 5 à 8 monuments renseignent ce champ de façon fiable et régulière. Il existe une difficulté particulière à mettre cette donnée en place due à la **résistance des personnels**. Il s'agit donc de l'envisager comme un **travail en cours à moyen terme**. Le CMN procède à un regroupement par catégories des sites. Il existe 4 catégories qui correspondent à des tarifs plus ou moins élevés fonction de l'attractivité du monument.

Le dispositif du CMN permet la circulation de données fiables à fréquence élevée qui est un des travaux les plus aboutis en la matière recensé (voir également SEM Pays de la Loire par exemple).

#### 4. Restitution et attentes

Le dispositif mis en place au Centre des Monuments Nationaux est un outil de gestion qui a une vocation élargie (comptables, suivi, communication etc). Les objectifs sont la **connaissance des publics**, et l'**analyse quantitative des flux physiques et financiers**. L'accès observation est une des composantes du système. Le traitement des données se fait à une fréquence élevée. En effet c'est la première semaine de chaque mois qu'elles sont extraites et analysées. La communication de données

est une charge lourde au niveau central où il n'existe qu'un seul responsable de l'observation et de l'analyse. De plus, la communication élargie de données doit être validée de façon comptable. Néanmoins, le CMN n'exerce **pas de monopole sur ces données**, communicables par les sites.

Une collaboration pérenne se fonde sur un intérêt partagé dans le partage d'information. Il existe une réelle **attente de données comparatives** à laquelle est associée une **exigence de rapidité**. En effet, la communication de données ne saurait être utile si elle ne se fait pas sur le même rythme que l'analyse.

Cette attente prend deux formes associées à deux fréquences différentes :

- **données brutes** de sites disponibles en début de mois
- **données régionales** annuelles et par saison permettant de situer la fréquentation du monument au sein de son environnement et d'une conjoncture plus globale.

Les Monuments Historiques sont d'une **grande diversité**. Pouvant être des parcs et jardins, château, « ruines », ou petit patrimoine, ce paramètre doit être pris en compte dans les modalités d'utilisation de l'information. En effet il est nécessaire de **permettre une lecture agrégée** qui présente un intérêt pour chacun des interlocuteurs ressources et donc la comparaison. La question des catégories utilisées est dans ce cadre d'un intérêt particulier.

La DAPA a confié à l'Agence Régionale du Patrimoine PACA une étude nationale des retombées économiques et sociales du patrimoine actuellement en cours. Dans ce cadre un site Internet a été mis en place permettant de récolter auprès des propriétaires et des gestionnaires de sites des informations nécessaires à cette évaluation. Le questionnaire adressé demande le nombre d'entrées billetterie et visites guidées payantes et non payantes en 2006. Il permet également de connaître l'existence d'une



billetterie ou non au sein du site. Cette étude est actuellement en cours. Les résultats de cette enquête présentent un intérêt certain dans le cadre de la démarche du groupe de travail sur la fréquentation touristique des sites culturels. Le stade avancé de cette étude ne permet pas d'envisager des synergies dans le champ de l'enquête auprès des sites. Néanmoins les données amenées à être récoltées (fréquentation, existence d'une billetterie ou non) présentent un intérêt du point de vue de l'observation.

## 5. Synthèse

### POINTS FORTS SUR LESQUELS CAPITALISER

- Des **données détaillées et communiquées à fréquence élevée**
- Un **accès facilité à ces données au niveau central**
- De **nombreux indicateurs disponibles mais non exploités hors du Centre des Monuments nationaux**
- L'**accès d'ODIT France et des acteurs du tourisme à des données comparatives et analyses régionales correspondant à une attente forte du CMN**
- Le **rôle unique de l'échelon départemental et régional dans la collecte d'information sur les monuments historiques non gérés par le CMN.**

### LES POINTS DE DIVERGENCE

- Une **grande différence de fréquence de collecte** entre ces dispositifs
- Une **nécessité d'un retour d'information sur le même rythme que l'accès à celle-ci.**
- Des **sites enquêtés deux à quatre fois** : un risque de non réponse et de déperdition d'information
- Un **dispositif de gestion** dont la vocation n'est pas l'observation et pour qui la communication des données au niveau central est une charge

### LES AXES DE TRAVAIL

- Un **mode de communication de données non contraignant**
- Un **retour efficace d'informations simples mais aussi agrégées**
- L'**échelon départemental comme principal maillon de collecte d'information sur les monuments historiques non gérés par le CMN.**
- Un **accès aux données de fréquentation des monuments CMN possible via l'échelon départemental.**



## 3. LES FESTIVALS

### 1. Champ d'application

Les différents acteurs cités ne représentent pas l'ensemble des acteurs mais ceux rencontrés dans le champ de cette étude. Elle permet de **faire le point sur certains dispositifs essentiels permettant d'appréhender le champ de l'observation et les problématiques spécifiques qu'il soulève.**

Tout d'abord, il convient de souligner **l'absence d'instance fédératrice qui permette de dialoguer avec l'ensemble de ce secteur.** Le **champ des festivals est assez peu structuré** et lorsqu'il l'est c'est selon des regroupements par disciplines. Il est donc particulièrement difficile de poser la question d'une observation commune dans ce cadre.

**5 dispositifs** collectant des données de fréquentation ont été identifiés :

- ODIT France, dispositif annuel
- La Direction de la Musique de la Danse du Théâtre et du Spectacle, collecte annuelle auprès de 45 festivals
- Le Centre National de la Chanson, des Variétés et du Jazz (CNV), collecte permanente auprès de ses adhérents
- France Festivals, collecte annuelle auprès de ses adhérents
- L'Institut Ressources des Musiques Actuelles, IRMA.

Le **Centre National de la Chanson des Variétés et du Jazz** est en charge de la **perception de la taxe fiscale** sur les spectacles de variété. Les structures titulaires d'une licence d'entrepreneur de spectacle sont soumises à une **obligation de déclaration.** L'assiette de calcul de la taxe n'est pas la fréquentation mais le

montant total de la billetterie HT. Il n'y a donc **pas d'obligation de déclaration de la fréquentation** mais elle l'est à 99% sur l'ensemble des structures (non uniquement les festivals). Le CNV recueille les données relatives aux **musiques actuelles, variétés et jazz.** L'IRMA couvre un champ qui rencontre celui du CNV, les musiques actuelles. Centre de ressources, elle possède des données de fréquentation mais qui sont des instruments de communication à destination du public. De plus, cette collecte se fait par l'intermédiaire d'une déclaration visant à mettre à jour la base de donnée en ligne, principale activité de l'IRMA. Les mises à jour sont aléatoire et les données moins fiables. De plus, celles ci sont véhiculées par le CNV. Néanmoins l'IRMA, par son rôle auprès des acteurs des Musiques actuelles, peut être un interlocuteur intéressant dans la perspective de notre travail.

**France Festivals** regroupe 93 festivals à **dominante musiques savantes** même si certains festivals de jazz (jazz in Marciac) les ont récemment rejoint. C'est un acteur essentiel dans le champ des festivals qui possède une activité motrice d'étude et de connaissance du secteur sur laquelle nous reviendrons. Il récolte les données de fréquentation auprès de ses adhérents.

Le Ministère de la Culture étudie la Communication participe au financement de nombre de festivals par l'intermédiaire des DRAC. LA **DMDTS** a récemment construit un **panel** afin d'observer la fréquentation des **festivals subventionnés.** Ce panel se veut **représentatif des disciplines, de la répartition géographique des festivals.** Il comporte **45 festivals** parmi les plus attractif et à l'audience la plus large. Il permet un **suivi à champ constant**



depuis 2004 de la fréquentation des principaux festivals subventionnés par la DMDTS.

L'échelon local, à travers les **CDT et ORT** est un échelon important pour l'observation de la fréquentation des festivals. Mais cette activité est loin d'être systématique. Sur les 13 ORT Interrogés, **6 pratiquent cette collecte** via les CDT dans la majeure partie des cas. Le dispositif ODIT annuel bénéficie de cette collecte des CDT pour alimenter sa base de données.

Il a été constaté que des collectes existent via les Offices de tourisme au sein de fédérations comme l'Union Départementale des Offices de tourisme et Syndicats d'Initiative. Le taux de retour est faible (25%) et cette pratique n'est pas généralisée.

De nombreux acteurs collectent des données de façon isolée. Les festivals communiquent donc sur leur fréquentation de multiples fois sans que l'information gagne en fiabilité.

## 2. Fonctionnement

Les données collectées pour des événements et manifestations d'une durée inférieure à un mois sont nécessairement annuelles.

La collecte s'effectue soit tout au long de l'année avec une date butoir, soit sur une période prédéterminée.

- DMDTS : collecte de fin septembre à décembre.
- France Festivals : décembre
- CNV : collecte tout au long de l'année (date butoir : fin avril de l'année suivante)

Les événements se déroulent en majeure partie en saison estivale même si un certain nombre à forte audience ont lieu en fin d'année.

Dans le cas de la DMDTS et de ODIT France, la collecte s'appuie sur les relais régionaux (DRAC et CDT). Le mode d'interrogation n'est pas systématisé.

France festivals collecte en fin d'année sous format excel. Les données sollicitées sont en pleine refonte afin de permettre des comparaisons avec l'enquête des publics menée sur 35 festivals.

Le CNV collecte les informations tout au long de l'année avec une date butoir du 30 avril

## 3. Données récoltées

Données et fréquence				
	Fréquentation totale	Gratuits	Payants	Période
ODIT France	X			Avril / juillet
CNV	X	X <sup>4</sup>	X	Fin avril
France Festivals	X	X <sup>5</sup>	X	Janvier
DMDTS	X	X	X	Septembre à décembre

Les données collectées constituent la difficulté majeure de ce champ d'étude. En effet, les ORT n'effectuant pas d'observation de fréquentation sur les festivals le font essentiellement parce que la **donnée n'est pas fiable**. De la même façon le CNV souligne qu'une part des données associées à un festival mais qui se

<sup>4</sup> Fréquentation gratuite estimée

<sup>5</sup> Fréquentation gratuite estimée.



déroulent dans un lieu possédant sa propres billetterie (accord préalable) ne sont pas comptées. Cette pratique est répandue. La donnée des entrées est peu fiable et par conséquent un certain nombre d'ORT et de CDT préférèrent ne pas la traiter.

**C'est la mesure de la fréquentation elle-même qui pose problème par rapport au champ de l'étude.** En effet, les **données d'entrées payantes seules ne suffisent pas à rendre compte de la fréquentation des festivals.** Dès lors l'estimation de la **fréquentation gratuite ou induite (off)** est nécessaire mais cette donnée n'est **pas fiable**. Les spectacles d'art de rue par exemple résistent à toute mesure de fréquentation non estimée de part la nature même de la discipline.

**Il n'existe pas un modèle unique de festivals permettant de construire un modèle d'appréhension** mais bien une diversité de lieux, de mode de comptage, de partenariats, de fonctionnement qui fait de chaque festival un cas particulier.

#### 4. Restitution et attentes

Le **CNV** possède une mission de **centre de ressources et donc communique ses données aux différents interlocuteurs mais non à ODIT France.**

La **DMTS** a une **réelle activité d'observation du secteur du spectacle vivant**, d'où un **suivi appuyé de la fréquentation des festivals**. Ce rôle rentre dans le cadre de sa mission de coordination et de diffusion des statistiques ministérielles sur le spectacle vivant. La DMDTS diffuse des documents de synthèse, les « **Repères DMDTS** ».

La DMTS souhaiterait pouvoir saisir plus largement -et en même temps de façon plus fiable- l'impact d'un festival.

**La spécificité des festivals demande une approche à part entière et ne saurait être assimilées à celle des sites culturels.** Il existe un travail certain sur la mesure de la fréquentation mais qui doit prendre en compte la nécessité d'appréhender l'activité générée par un festival. Ainsi les **demandes formulées par les interlocuteurs** vont dans le sens d'un **travail sur la mesure de l'impact d'un festival plus que sur la collecte d'informations non fiables** pour lesquelles l'estimation même est complexe compte tenu de la nature d'un festival.

Le comportement d'un festivalier sur un évènement à audience nationale est lui même bien différent au sein d'un site. Un nombre d'entrées recouvre plus que dans les sites un nombre de visiteurs bien différent.

**France Festivals mène actuellement une étude sur les publics de 35 festivals selon un échantillon représentatif (situation géographique, discipline..) de ses adhérents.** Les enseignements d'une telle étude, portent en premier sur l'observation de la fréquentation des festivals. Il apparaît prématuré d'intégrer la dimension de performance des données à la réflexion relative à l'outil à l'étude tant l'approche apparaît spécifique (structuration singulière, nature des données, diversité de l'observation ou non au niveau régional...).



## 6. Synthèse

### POINTS FORTS SUR LESQUELS CAPITALISER

- Des **partenaires** collectant des données et **ne communiquant pas entre eux**.
- Des **données significatives sur un certain nombre de grands festivals**.

### POINTS DE DIVERGENCE

- Une **absence de structuration d'un secteur protéiforme** qui entraîne un **éparpillement des sources d'information**
- Une **collecte d'informations non systématisée** à quelque niveau que ce soit qui entraîne une **absence de visibilité de l'activité et de la fréquentation représentées par les festivals**.
- **Pas de collecte systématique de données sur l'ensemble des festivals pour la DMDTS**.
- Des **entrées payantes qui ne rendent pas compte de la fréquentation d'un festival**
- Des **entrées gratuites estimées non fiables**

### AXE DE TRAVAIL

- Une **problématique radicalement différente des sites culturels qui demande une approche particulière**
- Un **réel problème relatif au périmètre de l'observation**
- Un **travail de recueil et de centralisation des données**
- Un **travail conséquent à long terme sur la fiabilité des informations**.
- Le **niveau local comme relais majeur de la collecte et de fiabilisation des informations**
- Une **volonté de mesure plus large de l'activité générée par un festival couplée à un travail exploratoire de travail sur la mesure de la fréquentation**.



## 4. DISPOSITIFS SPECIFIQUES

Deux dispositifs sont relatifs aux **visites guidées** :

- Ville et Pays d'Art et d'Histoire, VPAH, collecte annuelle
- ODIS France Grandes Villes, collecte trimestrielle.

**Le champ d'application de ces dispositifs n'est pas assimilable au champ de l'étude.** Une visite concerne à la fois une visite de la ville, de son patrimoine au sens large qui n'implique pas nécessairement l'entrée dans un site mais peut l'induire. **La nature même de la donnée « visite guidée » est bien spécifique** et ne saurait être confondue avec le champ de l'étude. Une **même visite guidée peut être comptabilisées plusieurs fois : au sein d'un site, mais aussi par l'office de tourisme** (dispositif ODIS France) **puis par l'animateur du patrimoine pour Ville et Pays d'Art et d'Histoire.**

Les **données collectées sont néanmoins d'une nature similaire.** Des **synergies existent** entre ces deux sources qui nécessitent un travail à part entière sur des données singulières hors du cadre de ce groupe de travail.

**Le dispositif ODIS France a la vocation d'une observation de fréquentation ; celle de VPAH est un outil de suivi de la mise en œuvre du label et de ses résultats.**

Néanmoins, ces dispositifs et leur mode de fonctionnement seront intégrés à la réflexion concernant l'éventualité d'un outil à mettre en place.

Point sur le fonctionnement des dispositifs :

Nature des données collectées						
	Fréquentation totale	Payant	Gratuit	Groupes scolaires	Groupes hors scolaires	Nationalités
ODIS G Villes	X	X	X	X	X	X
Villes et Pays d'Art et Histoire	X			X	X	

Format des données collectées		
	Access	Excel
ODIS GV	X	
Villes et Pays d'Art et Histoire		X



## 5 L'OBSERVATION EN REGION

### 1. Le champ d'application

Les **observatoires régionaux du tourisme** ayant répondu à l'enquête possèdent une activité d'observation au sein de laquelle les sites culturels représentent en moyenne **65% de la totalité des sites concernés** (jusqu'à 95% dans certaines régions). Beaucoup d'ORT prennent en compte des sites inférieurs au seuil de 10 000 visiteurs car ils représentent un intérêt touristique au niveau régional.

Au sein de cette activité d'observation, **deux temps** peuvent être distingués :

- Une **interrogation annuelle** des fréquentations, pratique la plus répandue
- Une **interrogation mensuelle ou trimestrielle sur un panel de sites** qui est réalisée en parallèle de l'interrogation annuelle

La **collecte annuelle** de données de fréquentation auprès des sites culturels a vocation à rendre compte de la fréquentation de façon la plus large possible. Elle affirme l'échelon régional et départemental comme la **source principale de données de fréquentation** sur les sites aussi bien musées que monuments historiques.

L'**enquête sur un panel** est pratiquée par **4 dispositifs** ayant répondu mais nous savons qu'au moins deux autres ORT la pratique (Nord-Pas de Calais et Bourgogne). Ces **dispositifs ne sont que peu repris à l'échelon national** même si certains exemples existent (SPOT Auvergne...). Il existe un axe de travail

sur la synergie et l'exploitation à plus grande échelle de ces données.

Les **sites pris en compte varient suivant le seuil de fréquentation fixé** (jusqu'à 1 000 visiteurs) et la prise en compte ou non des estimations dans les données.

Le **classement en catégorie** des sites est fondé sur celui établi **conjointement par ODIT France et la FNCDT** mais certains regroupements sont pratiqués au niveau régional afin de permettre un **traitement agrégé des sites** qui soit significatif. Ces derniers, comme le fait Touriscope permettent une lecture détaillée du champ culturel en fonction des particularités régionales.

### 2. Le fonctionnement

Dans le cas du **dispositif d'ODIT**, ce sont les **Comités Départementaux du Tourisme** qui **transmettent l'information annuellement**. Les **ORT** se fondent eux aussi sur ces relais départementaux selon un **principe de subsidiarité** dans les faits qui répartit une collecte de trop grande ampleur pour ces seules structures. Néanmoins, certains dispositifs collectent directement auprès des sites cette information.

Le rôle des ORT prend différentes formes :

- centralisation des données pour une analyse régionale
- initiative d'interrogation d'un panel via des relais départementaux ou non
- harmonisation des méthodes d'enquête et des données



Il n'existe pas de **partenariat récurrent avec les acteurs du champ culturel** dans le champ de l'observation. Exception notable, l'ORT Franche Comté est en contact avec la DRAC pour la collecte des données. Certains partenariats spécifiques existent suivant la diversité des structures régionales mais non généralisables.

La collecte en elle-même se fait suivant des formats divers de la saisie en ligne (SEM Pays de la Loire) jusqu'à des collectes papiers.

Néanmoins, une constante est celle d'une base de données Excel servant à compiler les données et à les traiter.

La période de la collecte annuelle est logiquement dans le premier trimestre de l'année.

Format des données collectées			
	Access	Excel	Autre
Touriscope Côte d'Azur	X	X	
ORT Franche-Comté		X	
ORT Rhône-Alpes		X	
ORT Languedoc-Roussillon		X	
ORT Poitou-Charentes		X	
ORT Alsace	X	X	X
SPOT Auvergne	X		
ORT Limousin		X	X
ORT Aquitaine		X	
ORT Centre	X	X	
SEM régionale Pays de la Loire		X	
ORT Picardie		X	
ORT Lorraine		X	



### 3. Les données collectées

Nature des données collectées								
	Fréquentation totale	Payants	Gratuits	Groupes scolaires	Groupes hors scolaires	Provenance géographique	Nationalité	- de 18 ans
Touriscope Côte d'Azur	X	X	X	X	X	X <sup>6</sup>		
ORT Franche-Comté Sites	X	X	X	X	X			X
ORT Rhône-Alpes	X							
ORT Languedoc-Roussillon	X	X	X		X		X	
ORT Poitou-Charentes	X							
ORT Alsace	X	X	X	X	X		X	
SPOT Auvergne	X	X	X		X		X	X
ORT Limousin	X	X	X	X	X	X	X	
ORT Aquitaine	X							
ORT Centre	X	X	X					
SEM régionale Pays de la Loire / sites	X	X	X		X		X	
ORT Picardie	X							
ORT Lorraine	X	X	X	X	X	X	X	X

<sup>6</sup> Cette donnée est collectée mais non traitée pour le moment



Type de données et fréquence de la collecte					
	Type		Fréquence		
	Données mensuelles	Données annuelles	mensuelle	trimestrielle	annuelle
Touriscope Côte d'Azur	X		X		X
ORT Franche-Comté		X			X
ORT Rhône-Alpes	X	X	X		X
ORT Languedoc-Roussillon	X				X
ORT Poitou-Charentes		X			X
ORT Alsace	X				X
SPOT Auvergne	X	X		X	X
ORT Limousin		X			X
ORT Aquitaine		X			X
ORT Centre		X			X
SEM régionale Pays de la Loire	X	X	X		X
ORT Picardie		X			X
ORT Lorraine	X				X



Comme le montre le tableau précédent, il existe une **diversité certaine des informations disponibles** en comparaison de celles collectées par ODI France. Ces indicateurs fournissent aussi l'état du travail en cours sur les indicateurs car tous ne sont pas exploitables en raison d'un taux de retour trop faible. Néanmoins, il serait faux de dire qu'ils ne sont pas exploités. Nous pouvons aussi remarquer qu'un travail est en cours sur l'indicateur «provenance» dans deux régions.

Les données ne sont pas contrôlées dans la plupart des cas ce qui représente un travail conséquent pour l'échelon régional dont ce n'est pas la vocation. Cette activité, lorsque elle est effectuée est le fait des départements.

Les DRAC collectent les données relatives au Nuit des Musées et aux journées du patrimoine. Elles sont d'une façon plus générale souvent des acteurs ressources auprès des sites et des acteurs publics. Si elle n'effectue pas de collecte à proprement parler cette position n'est pas sans intérêt dans la réflexion menée.

#### 4. Restitution et attentes

Les ORT comme les CDT collectent les données et ont en charge leur traitement afin de fournir des statistiques touristiques au niveau départemental et régional. Une des spécificités de leur activité réside en la **relation entretenue avec des sites**. En effet, les sites sont un des destinataires principaux de l'information. D'une façon plus générale, on peut remarquer qu'une collecte efficace des données n'est possible que dans une **relation de confiance et d'intérêt** avec les sites. C'est-à-dire que le site doit trouver un juste retour de la charge que représente la communication des données.

En effet la collecte des données est essentiellement **vécue comme une contrainte par les sites** et nécessite souvent de la part des chargés d'observation des relances nombreuses.

Dans une perspective d'amélioration du nombre de sites répondants comme dans celle d'une diversification des indicateurs, la **restitution de l'information** comme la **confidentialité** de celles-ci sont des paramètres majeurs. Il est à ce titre intéressant de noter l'initiative en Auvergne. SPOT Auvergne interroge trimestriellement 60 sites dont 45 traités à champ constant avec un taux de retour important. Après une première phase d'analyse des données fournies afin de les fiabiliser, il a été mis en place une charte instaurant confidentialité et faisant des sites membres de ce panel les destinataires premiers de l'information produite. L'outil de collecte de l'information est à la fois un outil de restitution qui permet au site de visualiser sur un onglet l'évolution des segments d'entrées mis en place. Ainsi cet outil est à la fois l'instrument de la collecte mais aussi celui d'une gestion interne. Le principe mis en place permet d'améliorer significativement le taux de réponse et le remplissage des différents indicateurs.

Les **attentes** exprimées sont **diverses** :

- méthodologie quand à la mise en œuvre de la collecte
- assistance à sa mise en œuvre
- respect de la mission de professionnalisation des acteurs
- homogénéisation des indicateurs et méthodes de traitement
- fiabilité des données
- diversification des indicateurs
- respect de la confidentialité
- mutualisation des méthodes
- intégration de données économiques



## 5. Synthèse

### POINTS CLEFS SUR LESQUELS CAPITALISER

- Le rôle des ORT de centralisation, de coordination et de traitement de l'information.
- L'existence de panels à fréquence d'interrogation rapprochée
- La diversité des indicateurs disponibles
- Une volonté de diversification des indicateurs et d'homogénéisation des méthodes d'observation
- Des collectes annuelles centralisant l'information au niveau des ORT

### POINTS DE DIVERGENCE DES DISPOSITIFS ET DES DONNEES

- L'échelon CDT qui est majoritairement utilisé dans le dispositif actuel d'ODIT France
- Des méthodes de collecte hétérogènes
- Une précision de l'information allant du simple au complexe suivant les dispositifs

### AXES DE TRAVAIL

- Meilleure intégration des dispositifs régionaux au sein d'un système d'observation partagé
- Le rôle clef des ORT auprès des CDT, principaux collecteurs d'information
- Une homogénéisation des méthodes et informations à disposition de façon à exploiter les ressources
- Une synergie plus grande entre acteurs du tourisme et de la culture
- Le format Excel comme instrument commun à moyen terme
- Un nécessaire travail sur la restitution de l'information aux gestionnaires



## Partie 2. Résultats de l'expérimentation et préconisations

---



## A. Le diagnostic

---



# 1. POINTS CLEFS DU DIAGNOSTIC

## Acteurs et champs d'interrogation

- ➔ **2 types de relations** avec les sites caractérisent les acteurs ayant une activité de recueil d'information de fréquentation :
  - Relation non contraignante : collecte à **but d'observation** (ODIT France, MUSEOSTAT, Observatoires régionaux et départementaux...)
  - Relation « contraignante » : collecte à **but de gestion** (Centre des Monuments Nationaux, Réunion des musées nationaux, Fédération des écomusées et musées de société...)
- ➔ Des dispositifs fonctionnant en parallèle, collectant des **données similaires sans qu'elles soient partagées**.
- ➔ Les **contraintes** spécifiques de certains dispositifs :
  - La nécessité de **données spécifiques** (informations d'ordre économique, données relatives à l'action culturelles...)
  - Nécessité d'un rythme d'information spécifique lié aux impératifs de gestion
- ➔ Le caractère central des **comités départementaux du tourisme** dans la collecte d'information et unique pour la collecte des données hors Centre des Monuments Nationaux.
- ➔ Le **rôle charnière des observatoires régionaux** du tourisme dans l'organisation et l'harmonisation des dispositifs.

## Fonctionnement des dispositifs étudiés

- ➔ **Trois fréquences principales** de collecte sur l'ensemble des dispositifs :
  - Annuelle (ODIT France, MUSEOSTAT, ORT, CDT...)
  - Trimestrielle (ODIT France, ORT...)
  - Mensuelle (Centre des Monuments Nationaux, Réunion des Musées Nationaux, ORT, MUSEOSTAT...)
- ➔ **Des échanges ayant existé** entre dispositifs **mais qui ne se sont pas maintenus faute d'un intérêt partagé**. La question de l'outil à mettre en place doit aborder celle de la restitution envisagée sans laquelle un dispositif pérenne n'est pas envisageable.
- ➔ **Deux fréquences d'interrogation en région** :
  - Collecte **annuelle**
  - Collecte à **fréquence plus rapprochée sur un panel** de sites (trimestrielle ou mensuelle) pratiquée dans au moins 7 régions soit par l'Observatoire régional soit par les relais (CDT, OT...)
- ➔ Le panel d'ODIT France n'est pas articulé avec les panels régionaux, même si des correspondances sont possibles
- ➔ **Peu de démarches communes** aux acteurs de la **culture et du tourisme** et de partage d'informations
- ➔ Des sites sollicités **plusieurs fois** pour une **même information**



## Données

- ➔ Une **diversité** réelle des **informations collectées** en région non exploitée au niveau national faute d'une compatibilité des dispositifs entre eux.
- ➔ Les **données annuelles de fréquentation** restent largement **majoritaires** au détriment des données mensuelles indépendamment de la fréquence de collecte.
- ➔ Une **volonté partagée** par la majorité des acteurs de **diversification des données**
- ➔ Un **travail sur la donnée « provenance »** en cours au Centre des Monuments Nationaux et dans certains observatoires régionaux du tourisme.
- ➔ Le **périmètre de l'observation** est un paramètre clef pour permettre la comparaison des données : jours d'ouverture, expositions temporaires, données susceptibles de faire évoluer la comparaison d'une année sur l'autre...
- ➔ Les événements tels que les festivals ont une particularité trop importante pour être traités de la même façon que les sites culturels. Ils sont écartés du champ de cette étude mais non de la réflexion du groupe de travail constitué.

## Attentes : fonctionnement et restitution

- ➔ Observatoires régionaux du tourisme :
  - méthodologie quant à la mise en œuvre de la collecte
  - assistance à sa mise en œuvre
  - respect de la **mission de professionnalisation** des responsables de site touristiques et culturels
  - **homogénéisation** des indicateurs et méthodes de traitement
  - **fiabilité** des données
  - **diversification** des indicateurs
  - **respect de la confidentialité** des données
  - intégration de **données économiques**
- ➔ Centre des Monuments Nationaux (non exhaustif) :
  - **restitution** de données sur un **rythme mensuel** précis pour des données brutes comparables avec sites
  - analyses plus poussées sur un **rythme annuel**
- ➔ Un **système donnant - donnant** : restitution des données collectées auprès des différents acteurs et sites.
- ➔ Un **respect des missions** propres à chacun : nécessité d'un suivi au sens large des musées de France par l'intermédiaire de MUSEOSTAT, données spécifiques...
- ➔ Un constat partagé par la majorité des acteurs de la **nécessité de mieux travailler ensemble** et échanger données et analyses.



## 2. LES AXES DE TRAVAIL

⇒ **Renforcer la synergie entre les acteurs**, tout en tenant compte des contraintes et spécificités propres de chacun.

⇒ **Moins interroger les sites pour mieux les interroger**

⇒ **Exploiter la diversité de l'information à disposition : harmonisation des dispositifs :**

- périmètre de l'observation (ouverture / fermeture, évènementiel, le périmètre du comptage...)
- définition de catégories de fréquentation communes

⇒ **Restituer l'information pour assurer la pérennité d'un éventuel outil** : une communauté d'intérêt autour de la nécessité d'une information multiple, seule à même d'éclairer les décisions.

⇒ **Harmoniser les dispositifs** pour permettre une exploitation au niveau national :

- # Fréquence et format
- # périodicité

⇒ **Agréger les données sous une ou des typologies qui permettent une exploitation satisfaisante pour chacun des acteurs** : traitement statistique et confidentialité des données

⇒ **Exploiter la fréquence rapprochée d'interrogation** : la définition d'un échantillon représentatif

⇒ **Utiliser l'échelon régional comme acteur ressource** pour l'harmonisation des méthodes d'observation

⇒ **Organiser l'exploitation des données produites selon les échelons du dispositif**

⇒ **Positionner l'ambition de l'outil à mettre en place.**



### 3. QUELQUES INITIATIVES REMARQUABLES

#### Le Centre des Monuments Nationaux

Le Centre des Monuments Nationaux a mis en place un dispositif à deux vitesses :

- o collecte **journalière** des données billetterie et boutique sur 45 monuments dont la billetterie est informatisée.
- o collecte papier **mensuelle** sur les monuments non informatisés

Avec plus de 80 monuments en gestion, c'est **plus de 200 titres de billetterie différents** recueillis par le siège. A partir de cette grande diversité, il a été mis en place une grille permettant de regrouper ces titres. Elle comprend notamment les items suivants :

- Plein tarif
- Groupes scolaires
- Groupes non scolaires
- Tarifs réduits 18 / 25 ans
- Tarif réduits autres
- Cartes pass
- ...

Cette grille d'analyse permet une lecture des fréquentations via les données billetterie. Ce regroupement a été fondé directement sur les données billetterie disponibles et donc comporte des points de comparaison avec la réflexion menée ici avec la réserve d'une

relative cohérence des tarifs pratiqués dans les monuments nationaux.

#### CYVEL en Pays de la Loire

CYVEL (cyber voyage en ligne) est le nom donné à un outil informatique mutualisé. Sa vocation principale est celle d'un **outil de gestion** des disponibilités d'hébergements et de loisirs **mis à jour quotidiennement**. Le dispositif se décline en trois grands projets :

- Cyvel gestion : toute l'information touristique dans une même base de données partagées et mutualisée par tous.
- Cyvel Web : site officiel du tourisme régional alimenté via Cyvel gestion
- Cyvel stats : réseau d'observation économique de l'activité touristique régionale

Le territoire régional a été affecté à des structures au plus proche des acteurs à interroger (offices de tourisme, pôles touristiques etc) dites **structures porteuses** qui ont la **responsabilité des données**. Ainsi environ 40 structures (CDT, pôles touristiques, offices de tourisme...) sont responsables de la gestion des informations : contrôle, saisie, mise à jour. Un module de statistique permet d'établir des statistiques de fréquentation.

CYVEL permet la **saisie en ligne** des données de fréquentation (environ un millier).

Le projet a été développé avec un seul chef de projet et compte actuellement une équipe élargie. Sa vocation n'est pas celle d'une



plateforme d'observation mais commerciale. Néanmoins, le réseau mis en place, la mobilisation des partenaires, le traitement des informations et le fonctionnement du dispositif présentent un intérêt certain du point de vue de notre étude.

### SPOT Auvergne

SPOT Auvergne réalise une interrogation trimestrielle auprès d'un panel de 60 sites appelés « destination phares ». Ces sites ont signé une charte avec SPOT Auvergne assurant la **confidentialité** des données et faisant des sites les **destinataires privilégiés des publications** de SPOT.

Ce système fonctionne avec des **interlocuteurs relais** spécifiés dans la charte. Ce sont les CDT et autres acteurs ressources sur un territoire parfois plus restreint.

L'outil de collecte est un **fichier Excel** détenu par les sites et renvoyé tous les trimestres. Il est devenu un outil de gestion interne pour certains qui s'en servent pour analyser leur fréquentation.

La principale caractéristique de ce dispositif réside dans la **relation privilégiée instaurée avec les sites**. Cela passe par un correspondant de proximité mais aussi par un travail de fiabilisation des données au préalable.



## A. Les résultats de l'expérimentation

---



# 1. LE CADRE DE L'EXPERIMENTATION

L'expérimentation a pour but de tester la **capacité à renseigner des catégories de fréquentation diversifiées** dans 3 régions aux profils différents.

**2 axes de travail** sont à l'épreuve lors de cette phase :

- **nature des données** (diversification des données)
- **périmètre de l'observation** (compatibilité des informations entre elles)

Afin de conduire une expérimentation qui reflète les problèmes concrets liés à la définition de catégories d'observation communes, il a été nécessaire de ne pas tester uniquement un tableau de bord de collecte de la fréquentation. En effet, la simple donnée « champ renseigné ou non » ne nous permet pas d'appréhender les difficultés rencontrées pour remplir les catégories définies. Il est **nécessaire d'accéder aux raisons du non renseignement des catégories**. De plus, le diagnostic réalisé en phase 2 a insisté sur l'importance du **périmètre d'observation** dans la définition d'un outil commun afin d'**homogénéiser le champ d'observation**. Ces éléments ne peuvent être appréhendés uniquement à travers un tableau de bord de fréquentation.

## Les régions de l'expérimentation

Les régions doivent refléter **trois situations différentes** selon les axes évoqués précédemment. Le choix s'est arrêté à trois régions

aux profils distincts et complémentaires ayant une pratique diversifiée en terme d'observation.

### Région PACA : CRT Riviera Côte d'Azur

- # Un CRT qui se confond avec un département (CRT agissant uniquement sur le département Alpes Maritimes) : liaison directe avec les sites ce qui représente la situation des principaux dispositifs de collecte de données, c'est-à-dire les CDT ;
- # Un dispositif à deux vitesses **annuel et mensuel** ;
- # La **diversité des informations** recherchées et notamment la donnée origine des visiteurs.

### Région Franche Comté

- # Une collecte **annuelle** ;
- # Une **diversité de l'information** bien présente (individuels : gratuits/ payants, groupes scolaires / enfants ; groupes non scolaires et adultes) ;
- # Des relais- **interlocuteurs « strictement culturels »** mentionnés pour la collecte des informations (DRAC notamment).

### Région Poitou-Charentes

- # Collecte annuelle
- # Donnée **fréquentation totale simple**
- # **Volonté de diversification** des données



## 2. METHODE ET QUESTIONNAIRE

Les 3 régions mentionnées ont interrogé les **sites culturels de plus de 10 000 entrées** relevant des **catégories à vocation culturelle** utilisées par ODIT France.

- Plus de 40 sites interrogés en PACA
- 42 sites en Franche Comté
- Chiffre non connu en Poitou-Charentes

L'interrogation s'est faite sous format électronique. Le **questionnaire** comporte **deux parties** distinctes<sup>7</sup> :

### 1. Expérimentation d'un tableau de bord diversifié

Il est demandé des **données mensuelles** portant sur le mois de juin 2008. Dans un premier temps, cette partie comprend un volet relatif au périmètre de l'observation (nombre de jours d'ouverture, présence d'exposition temporaire ou non...).

Les catégories comprennent un niveau fort de diversification réalisé hors estimations et données nécessitant une synthèse réalisée annuellement. La **capacité à estimer n'a pas été testée**. En effet, elle dépend essentiellement du nombre d'items sollicités auprès des sites et de la sensibilisation préalable. La fiabilité de ces estimations diffère suivant qu'elle prend appui sur certaines données réelles ou aucunes. En l'absence de tendances claires à ce sujet.

Les **catégories** ont été mises au point à partir de la synthèse des **interrogations pratiquées** par les **dispositifs étudiés en phase 2**

(ORT, CDT, MUSEOSTAT, ODIT France...). La vocation de tableau de bord n'est **pas de recueillir des données** mais de **tester la capacité à renseigner les catégories mentionnées**. C'est donc essentiellement le renseignement ou non de la catégorie qui est analysé. Les données recherchent un niveau fort de diversification relevant

Les items demandés sont accompagnés d'une case à cocher, si la donnée n'est pas disponible. Ils sont les suivants (en nombre d'entrées) :

- **Individuels**
  - Entrées adultes
  - Entrées enfants
  - Total
- **Groupes :**
  - Scolaires
  - Non scolaires
- **Autres entrées :**
  - Entrées PASS
  - Entrées des expositions temporaires
  - Autres
- **Total gratuits**
- **Total payants**
- **Entrées totales**

<sup>7</sup> Questionnaire complet présenté en annexe



## 2. Pratiques tarifaires et mode de comptage

Dans un second temps, il s'agit de se donner les moyens d'**accéder aux sources des données**, donc de connaître les pratiques tarifaires des sites. Elles concentrent en effet la majeure partie des informations disponibles auprès des sites.

Il s'agit donc de **faire dialoguer les tarifs pratiqués** (différenciés en plein tarif, tarif réduit 1, tarif réduit 2, tarif réduit 3 et gratuité) **avec les bénéficiaires** de ces mêmes tarifs. Les catégories de bénéficiaires ont été établies selon la même méthode en synthétisant celles demandées par les dispositifs étudiés en phase 2.

Dans un second temps, des informations relatives au **mode de comptage des sites** ont été sollicitées (mode de comptage pour les groupes, possibilité de distinguer les entrées liées à l'évènementiel, pratiques de comptage pour la gratuité...). Enfin, nous avons demandé l'existence ou non d'une interrogation des visiteurs sur le département de résidence et le pays de résidence.



## 3. RESULTATS

### Un échantillon équilibré

73 questionnaires ont été traités, après une relance, sur l'ensemble des régions. Ils sont répartis ainsi :

- 28 en Cote d'Azur
- 23 en Franche Comté
- 22 en Poitou-Charentes

L'échantillon est faible et est à considérer avec prudence. Néanmoins, il permet de **dégager certaines tendances** que nous mettrons **au regard des données collectées par d'autres dispositifs** chaque fois que cela est possible.

L'échantillon est **équilibré** sur les 3 régions, montrant toutefois un **taux de retour plus important en région PACA**. Le CRT Riviera Cote d'Azur agit à l'échelle du département des Alpes Maritimes uniquement. Cette proximité avec les sites interrogés joue dans le nombre de réponse à cette enquête, à la fois dans la capacité à relancer et à mobiliser les sites comme dans la relation qui a pu être établie.

### Une forte présence de sites pratiquant la gratuité totale

Un premier constat est celui de la **forte présence de sites pratiquant la gratuité totale** dans l'échantillon, soit **22 sites**. Pour 9 répondants, il s'agit de la ville de Nice pratiquant la gratuité totale dans la totalité des musées municipaux. Néanmoins, celle-ci n'étant effective que depuis juillet 2008, la capacité à renseigner les indicateurs s'est faite sur la base de la

billetterie payante de juin. Elle porte donc à 13 sur 68, le nombre de sites gratuits renseignant le tableau de bord de fréquentation.

Cette forte présence de gratuité totale n'est pas un phénomène spécifique puisque les villes de Bordeaux, Bourges, Paris, Toulon par exemple la pratiquent aussi sur l'ensemble des musées municipaux. Il faut ajouter à celles-ci les nombreux sites patrimoniaux gratuits. Sur l'ensemble des **Musées de France, environ 16% pratiquent la gratuité totale** ou celle des collections permanentes. Cet élément souligne la nécessité de prendre en compte la **spécificité de ces sites** notamment dans la façon de considérer les données, car elles proviennent forcément d'une démarche répondant aux seuls besoins de l'observation et comparables en cela à la donnée pays ou département de résidence (interrogation des visiteurs indépendamment de la délivrance de billets).

### Le renseignement des catégories demandées

Nous pouvons constater un **fort taux de réponse selon un premier niveau de détail** :

- Entrées totales : 100% de renseignement
- entrées gratuites et payantes : plus de 88% de renseignement
- total individuels : 87% de renseignement
- total groupes : 83% de renseignement



Un **second niveau de détail** confirme une réelle capacité à renseigner les catégories demandées (taux de renseignement) :

Entrées individuelles :

- Adultes : 70%
- Enfants : 60%

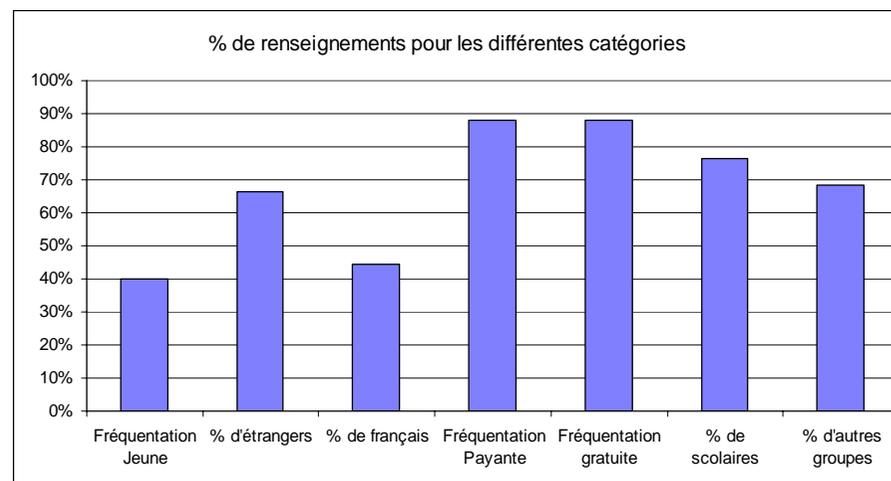
Entrées groupes :

- Groupes scolaires : 73%
- Groupes non scolaires : 64%

Ce **taux de renseignement global** est **important** et permet une exploitation. Du point de vue de la fiabilité des données, nous pouvons remarquer la spécificité des données adultes et enfants quand à ce qu'elles recouvrent. Nous reviendrons sur ce point.

### Des tendances identiques entre les données de l'expérimentation et celles de MUSEOSTAT

Ce **premier constat** peut être mis au regard du **renseignement des catégories de fréquentation** sollicitées par **MUSEOSTAT**<sup>8</sup>. Ne effet, il est nécessaire de croiser l'échantillon assez faible avec d'autres données portant sur un échantillon plus important (les données 2006 relatives aux 1203 musées de France).



Le **renseignement** des catégories gratuits / payants dans les **données MUSEOSTAT** est le même que pour l'échantillon de l'expérimentation, c'est-à-dire d'environ 88%. Le renseignement des groupes scolaires et non scolaires suit le même mouvement avec plus de 70% de renseignement sur les groupes scolaires et plus de 60% pour les non scolaires. Les catégories étrangers et français sont basées sur une estimation, ce que nous n'avons pas considéré dans notre démarche.

La fréquentation jeunes comprend les entrées jusqu'à 25 ans (la distinction - de 18 et 18/25 ans est faite à partir de 2007) et a un taux de renseignement assez faible (40 %).

Nous pouvons remarquer que l'**expérimentation** effectuée aboutit à des **tendances identiques** aux données collectées par **MUSEOSTAT** tout en mettant en avant la **capacité à renseigner des catégories diversifiées**. Il est nécessaire d'affiner ces résultats pas le croisement avec les pratiques tarifaires, à l'origine dans la majeure partie des cas des données fournies.

<sup>8</sup> Calcul réalisé sur la base des données 2006 sur les Musées de France de plus de 10 000 visiteurs communiquées par la Direction des Musées de France.



## Les disparités entre régions

L'analyse par région ne permet pas d'identifier des différences flagrantes. Les sites de la région Poitou-Charentes, auxquels ne sont demandés que la donnée fréquentation totale, ont renseigné les données diversifiées demandées de la même façon que les autres sites ou cette demande existait déjà. C'est donc, comme on pouvait s'y attendre, les dispositifs eux mêmes qui sont en cause de façon à pouvoir exploiter au niveau national des données diversifiées. Le **rapprochement des dispositifs**, leur coordination et une relative harmonisation est **l'axe de travail principal**.

## Les pratiques tarifaires et de comptage

3 **niveaux tarifaires** sont **généralisés** et donc susceptibles de fournir des informations :

- Plein tarif
- Tarif réduit n°1
- Gratuité

Les **catégories de public** concernées majoritairement par ces tarifs sont les suivantes :

- **Plein tarif** : seniors, et adultes de plus de 18 ans.

La distinction 18/25 ans a été demandée mais elle n'a pas permis de dégager une tendance particulière. Les entrées sont traitées en plein tarif dans la majeure partie des cas.

- **Tarif réduit** : étudiants en premier lieu puis jeunes en dessous de 18 ans.
- **Gratuité** : jeunes (- 18 ans) et tous types de publics.

Sur l'ensemble des musées de France, 95% des sites pratiquent une mesure de gratuité à destination d'un public particulier. La **gratuité** concerne tous types de publics. Elle recouvre les **gratuités ponctuelles généralisées** (1<sup>er</sup> dimanche du mois, nuit des musées, journées du patrimoine, évènements...), les publics dits

sociaux, les enfants selon des catégories diverses (-12 ans, -6 ans...) de façon non exclusive. Il n'y pas de tendance liée à un profil de public au sein de cette catégorie lors de l'enquête effectuée. Néanmoins, en tant que pratique tarifaire, elle permet une lecture significative d'évolutions particulières de fréquentation et n'est pas à négliger.

Les pratiques relatives aux étudiants montrent une tendance nette à les considérer en tarifs réduits et non en gratuité mais aussi en plein tarif. Les enfants et jeunes (- 18 ans) sont considérés en gratuité comme en tarif réduit sans qu'une tendance s'en dégage. On peut néanmoins constater qu'il est bien souvent réalisé des sous catégories pour les **jeunes** (12 ans, 6/16 ans, - de 5 ans) ce qui rend cette donnée hétérogène.

L'expérimentation réalisée ne nous a pas permis d'isoler une catégorie **18/25 ans** comme pratiquée par MUSEOSTAT. Cette catégorie se retrouve au niveau des tarifs sur le tarif réduit étudiant largement pratiqué mais la encore ne permet pas de les isoler. Le traitement des non adultes est hétérogène, il est donc nécessaire de fixer le seuil à 18 ans pour une enquête au niveau national. Néanmoins des sous catégories peuvent se justifier, comme par exemple en Auvergne où les enfants de moins de 12 ans sont une catégorie sollicitée.

Les données billetterie concernées par le champ de l'étude ne permettent pas, en toute logique, d'accéder à une connaissance à proprement parler des publics. Cependant, elles permettent d'identifier certaines catégories de fréquentation qui sont des tendances et non des catégories au sens strict. En raison de la forte présence de public scolaire dans les sites culturels, il est nécessaire de tenir compte du fait que dans la donnée jeunes, les scolaires peuvent être présents. Les catégories adultes et - de 18 ans peuvent comporter des données déjà présentes dans d'autres



catégories. Il est nécessaire de souligner la spécificité de ces catégories à double titre :

- non adéquation avec un découpage strict d'un panier de fréquentation global (double présence de données possible),
- hétérogénéité des informations qu'elles contiennent (tantôt jusqu'à 16 ans, 12 ans) car les possibilités d'isoler les informations ne sont pas les mêmes.

Néanmoins au sein des **entrées individuelles**, on peut identifier **deux tendances** :

- les entrées **plein tarif** correspondant majoritairement aux adultes de **18 ans et plus**.
- les entrées **tarif réduit** correspondant aux jeunes et **moins de 18 ans**.

Il existe un potentiel de renseignement de ces catégories comme le montre le taux de réponse lors de l'enquête. La tarification vient confirmer cette tendance et nous conduit donc à considérer ces catégories comme légitimes avec des réserves quand à leur exploitation.

## La catégorie 18/25ans

MUSEOSTAT sollicite depuis 2007 **deux nouvelles catégories**. La donnée « **entrées jeune** » demandée jusqu'alors a été **scindée en - de 18 ans et 18 / 25 ans**. Sur 915 musées communiqués<sup>9</sup>, **12%** environ **fournissent une information** chiffrée correspondant a priori à la demande **18/25 ans**. Ce taux s'élève à **32% pour les - de 18 ans**. Ce dernier chiffre ne comprend pas les informations émettant une réserve quant à l'adéquation totale de la donnée avec la demande (- de 16 ans etc.). Ce taux passe pour les - de 18

ans à environ 40% pour une adéquation partielle de la donnée avec la demande (possibilité d'isoler une partie de l'information).

Cette tendance vient confirmer les résultats de l'expérimentation. En effet, la **donnée 18/ 25 ans** en tant que telle ne correspond pas de façon significative avec une tarification. Elle paraît donc pour le moins **difficile à être renseignée** par les sites et à être exploitée à quelque échelon que ce soit. Les **- de 18 ans offrent plus de possibilité** au niveau de l'exploitation (plus du double de renseignement). En effet, de nombreuses tarifications existent pour les enfants qui permettent à un nombre assez important de sites de les isoler, sans toutefois que ce soit sur la même base.

Il convient **d'être prudent** quand à l'exploitation de ce **niveau de détail + et - de 18 ans** qui comportent des recoupements avec la gratuité, les étudiants. Néanmoins le taux de renseignement de l'expérimentation permet d'envisager la collecte de ces données, a minima sur un panel réduit, tout en la fiabilisant par l'intermédiaire d'interlocuteurs de proximité. Il existe un potentiel de diversification à moyen terme sur ces catégories. L'axe de travail prioritaire est la mise en place d'indicateurs partagés et harmonisés par l'ensemble des partenaires et plus particulièrement territoriaux afin de permettre un traitement à un niveau territorial élargi.

Les catégories tarifaires permettent de dégager **différents types de données** :

- Des **données fiables** pour une exploitation large (individuels, groupes/payants/gratuits).
- Des données moins précises (+ de 18 ans et - de 18 ans) mais présentant un intérêt du point de vue d'une utilisation à une autre échelle comme celle, mentionnée lors des entretiens, de données comparatives de site à site par exemple sur la base

<sup>9</sup> Tous seuils de fréquentation confondus



d'un accord préalable ou encore à un échelon territorial de proximité après fiabilisation des données.

### Le cas des évènementiels

Concernant l'identification des entrées liées aux **expositions temporaires**, l'enquête montre une **pratique généralisée de comptage avec les billets d'accès à l'espace permanent** à 66%.

Il n'est donc pas possible dans 66% des cas d'isoler la fréquentation des expositions temporaires de celle de l'espace permanent. Les données disponibles sont dans ces cas, les entrées concernant la période relative à l'évènementiel. Cette donnée n'est pas exploitable d'un point de vue national et ne fait donc pas partie de la base commune de ce point de vue. Nous savons cependant l'importance de cette donnée notamment pour le dispositif MUSEOSTAT. La non appartenance à la base commune ne signifie une absence d'interrogation. Elle répond simplement au point de vue exprimé ici, celui d'un outil commun, comme à l'exigence de flexibilité du dispositif déjà soulignée.

### La donnée « provenance »

Nous avons constaté lors de la phase 1 un travail partagé par de nombreux acteurs (ORT, CRT Riviera Cote d'Azur, Centre des Monuments Nationaux...) sur la **donnée provenance**. Il s'agit dans les cas mentionnés d'un travail à long terme avant de pouvoir être exploitable. Cette donnée est sollicitée sous une forme variable : estimation ou comptage.

Nous avons demandé aux sites interrogés l'existence d'une interrogation des visiteurs sur le **département de résidence** et le **pays de résidence**. C'est une pratique qui est constatée dans le premier cas pour 53% des sites interrogés et dans le second pour 68%. Ces résultats confirment le développement de cette pratique

ces dernières années. Il est nécessaire de tenir compte du fait que ces éléments nécessitent souvent d'être retraité et donc doivent être collectés plutôt de façon annuelle. Ces résultats positifs nous poussent à tenir compte de cette donnée dans notre réflexion. N2anmoins, ce pourcentage est fort et doit être mis au regard d'une autre réalité celle de la nature de la billetterie. Pour les musées de France sur les données 2006, 60% ne sont pas informatisés. Ce taux monte à 78% sur les moins de 20 000 entrées. C'est une limite technique de cette interrogation. Du point de vue global, il est donc nécessaire de ce point de vue de solliciter estimation et comptage.

### L'absence de disparités entre région

D'une façon plus générale, nous avons pu distinguer des catégories de données présentant un intérêt au niveau national et d'autres à des niveaux territoriaux plus restreints. Cette enquête va dans le sens d'une diversification possible des données centrée sur l'action des observatoires plus que sur les capacités des sites. Dans ce cadre, la relation qu'il est possible de nouer avec les gestionnaires des sites apparaît d'un intérêt stratégique dans les performances des dispositifs.

Les estimations font partie de ce champ d'interrogation, que ce soit par une présence récurrente dans les entrées gratuites, ou dans la donnée « provenance ».



## **B. Préconisations relatives à la mise en place d'un outil**

---



# 1. OBJECTIFS ET ENJEUX

- ➔ **Partager** les informations entre acteurs de la culture et du tourisme
  - # Rationaliser les démarches communes
- ➔ **Améliorer la fiabilité** des données transmises :
  - # Définir un périmètre d'observation commun
  - # Créer un outil au plus proche des sites pour fiabiliser les données.
- ➔ **Améliorer la performance** des dispositifs :
  - # Diversifier les données et pour cela moins interroger les sites pour mieux les interroger
  - # Améliorer la réactivité (fréquence) des dispositifs
- ➔ **Répondre à une demande** croissante d'informations et de données diversifiées de la part des acteurs du tourisme et de la culture
- ➔ **Respecter les missions** et contraintes spécifiques à chaque acteur

## Les orientations stratégiques liées à la création de l'outil

- b. Développer les synergies entre acteurs du tourisme et de la culture
- c. Développer les performances des dispositifs
- d. Définir une méthodologie commune de collecte et de traitement des informations
  - # Rendre compatibles les dispositifs, méthodes et données afin d'exploiter l'existant
- e. Partager les données et mutualiser la collecte et le traitement des informations
- f. Instaurer une relation de confiance et d'intérêt entre les sites et partenaires
- g. Mettre l'intérêt mutuel au centre du dispositif
- h. Développer un dispositif pérenne à même d'associer les acteurs dans une démarche à long terme :
  - Permettre à chacun des acteurs de mieux remplir sa mission en collaborant à cet outil
  - « Intéresser » à la production de données auprès des sites



## 2. LE SOCLE COMMUN

### 1. NATURE DE L'OUTIL

Un outil commun de connaissance de la fréquentation des sites culturels associe de **multiples acteurs aux missions différentes**. Les acteurs sont demandeurs d'informations de natures diverses (de données brutes de fréquentation jusqu'à des traitements plus poussés). La définition d'un outil relève de 4 axes de travail non séparables les uns des autres :

- L'**organisation et la répartition** des tâches de collecte avec pour objectif de supprimer les démarches doubles (rationaliser la collecte)
- L'**harmonisation** des données et des fréquences et périodes d'enquête autour d'un socle commun
- Le **partage** des informations entre tous les acteurs impliqués dans le respect de la confidentialité des données
- L'organisation du **traitement et de la restitution** systématique des informations

Nous avons constaté lors la phase 2 de l'étude, l'existence de coopérations ponctuelles ou ciblées entre les dispositifs. Ces démarches n'ont pas perduré. Il est nécessaire d'en tirer les conclusions en se donnant comme objectif la mise en place d'un **système pérenne**. C'est le passage **non à un simple système d'échange mais à système de partage de données**.

*La clef de voûte d'un tel outil est l'intérêt que les différents participants pourront trouver dans cette collaboration.*

Cet intérêt peut être multiple :

- Bénéficier d'informations brutes et d'analyses variées à une grande échelle permettant de mieux remplir leurs missions respectives
- Bénéficier d'une assistance méthodologique et d'un outil statistique permettant de traiter les informations
- Gagner du temps et de l'énergie dans la collecte et la transmission d'informations

L'ambition de l'outil est de **devenir attractif auprès des acteurs impliqués** pour attirer l'information selon un système « donnant-donnant » : récolte d'une part et restitution de l'autre. La somme d'informations collectée à terme par cet outil est motrice pour attirer d'autres données et se développer. La condition principale est l'accès à des traitements prédéfinis selon les besoins des différents acteurs du dispositif.

La mise en place de cet outil doit se donner comme ambition de **générer des informations autant que d'en collecter et sur un rythme équivalent**.

**Quel format pour l'outil afin de répondre aux objectifs posés ?**

Les dispositifs de collecte et de recueil d'informations de fréquentation fonctionnent bien souvent en parallèle par l'intermédiaire de bases de données différentes. Un travail sur la collecte des informations (et donc la suppression des démarches



doubles) passe au préalable par un partage des informations par les dispositifs assurant une collecte unique. Il faut aussi que cette opération se fasse dans un **temps réduit** à même de satisfaire les dispositifs effectuant déjà cette activité. Dans cette situation, le point clef est le partage des informations. Pour cela, seule une **base de données accessible en ligne** est à même de satisfaire en l'état ces exigences.

Cette solution s'impose tant par son format, celui d'un outil pérenne, que par les objectifs qu'il permet de remplir :

- Réduction des temps de transmission des informations entre les différents partenaires : amélioration de la performance du et des dispositifs
- Meilleure répartition des rôles entre les acteurs de l'observation afin de gagner du temps pour les différents acteurs permettant d'en dégager pour exploiter les données et donc développer l'attractivité du dispositif
- Traitement en ligne et production de bulletins d'informations ciblés et automatisés et l'export de données.
- Plateforme d'échange et de communication entre les différents acteurs

L'accès à cette base doit être différencié suivant les interlocuteurs. Ainsi, Il est nécessaire de mettre en place un **accès par « profils »**, c'est-à-dire par rôle joué dans la base de données. Cet accès permet de clairement **répartir les rôles et les interventions** sur la base.

La participation à la plateforme en ligne doit « intéresser » chacun des acteurs c'est-à-dire **produire des « reporting » ciblés** en fonction des besoins par types d'acteurs. Cette plateforme doit avoir vocation à être **plus globalement un outil « ressource » d'échange** d'informations, de méthodes entre les acteurs et de

données sur la connaissance des clientèles. Il s'agit d'en faire un **outil incontournable pour l'observation** de la fréquentation des sites culturels au sens large auprès de l'ensemble des acteurs culturels et touristiques.

Cet outil formulé est par nature non séparable de la collecte des informations de sites non culturels et donc d'un système plus large. Cet outil a vocation à être au service non seulement de l'observation mais de la professionnalisation des acteurs du tourisme et de la culture. Une simple plateforme de fréquentation ne remplira pas les objectifs fixés.

### De la nécessité d'une relation privilégiée

L'outil doit répondre à plusieurs objectifs:

- Respecter la confidentialité des données
- Améliorer la performance des dispositifs
- Etre construit sur l'intérêt d'une participation

Il est essentiel d'instaurer une **relation de confiance avec les sites et de respecter la confidentialité des données.**

De la même façon, le meilleur moyen de collecter les données est d'instaurer une **relation privilégiée avec les sites interrogés.** Pour cela, une relation de **proximité** est la plus appropriée. Nous recommandons le **recours systématique à un échelon territorial** au plus proche des sites pour la collecte. Cela concerne, comme c'est le cas actuellement les CDT, mais aussi les services culturels d'une ville ou les offices de tourisme. La **signature d'une charte**, comme c'est réalisé en Auvergne, permet de poser les termes d'une relation équilibrée et de confiance. Elle doit comprendre la nature, le mode et la fréquence de transmission des données mais aussi la restitution privilégiée dont bénéficie le site en retour. Le



site devient ainsi le **destinataire privilégié de productions ciblées** utiles à la gestion du site.

La confidentialité des données peut exclure un traitement par site mais rend possible un **traitement agrégé des données par typologie ou par aire géographique**.

L'outil doit prévoir des productions de données à destination des sites mais aussi des collecteurs de l'information (CDT, OT...). Il nécessite l'affectation d'un personnel dédié qui aurait vocation à entretenir et faire vivre la plateforme. Les traitements spécifiques aux différents services associés continueraient d'être fait indépendamment par chacun d'entre eux sur la base des données collectées via la plateforme. La collecte d'informations spécifiques aux besoins des différents dispositifs existants doit se faire, dans la mesure du possible via des parties spécifiques dans le cadre d'une même interrogation annuelle

### Le contenu de la plateforme

L'ambition de cette plateforme est d'être attractive auprès des gestionnaires comme des acteurs de l'observation. Ainsi, une motivation pour l'alimenter est créée qui elle seule, sera à même d'assurer son devenir. Pour cela, la **restitution systématisée** doit être au centre du dispositif.

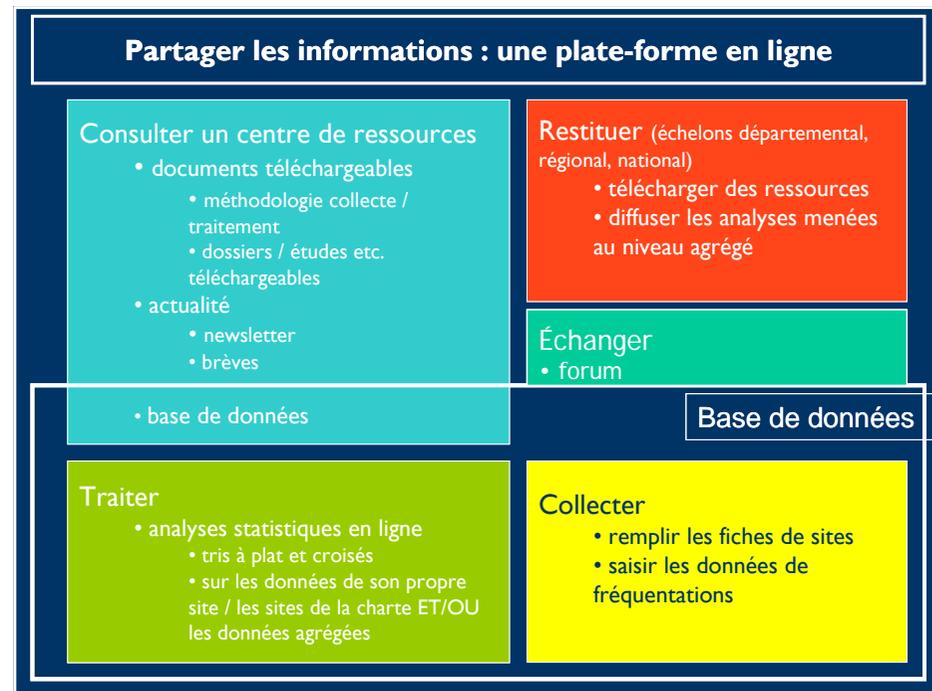
La question des données collectées telle qu'elle est posée dans l'étude se limite aux données issues de la billetterie. Les études des publics réalisées par l'ensemble des partenaires et acteurs touristiques et culturels sont une source d'information directement en relation avec les données considérées ici. En effet, ces données issues d'études dialoguent avec les données billetterie pour former un ensemble. Il est nécessaire dans le cadre de cet outil de les rassembler.

Plus globalement, afin de permettre aux acteurs de mieux remplir leurs missions actuelles par l'intermédiaire de cet outil, elle doit

être à même d'être un outil d'échange de partage et avoir la **vocation plus large d'un centre de ressource sur la connaissance des publics et de la fréquentation des sites**. De la même façon, on ne saurait raisonnablement exclure les sites non culturels de cette démarche. Des synergies sont par ailleurs à trouver avec [tourismeculturel.net](http://tourismeculturel.net), site ressource en direction des acteurs du tourisme et de la culture.

La plateforme a plusieurs vocations :

- ➔ Collecter
- ➔ Partager
- ➔ Traiter
- ➔ Restituer
- ➔ Etre un centre de ressource et d'échange entre acteurs du tourisme et de la culture



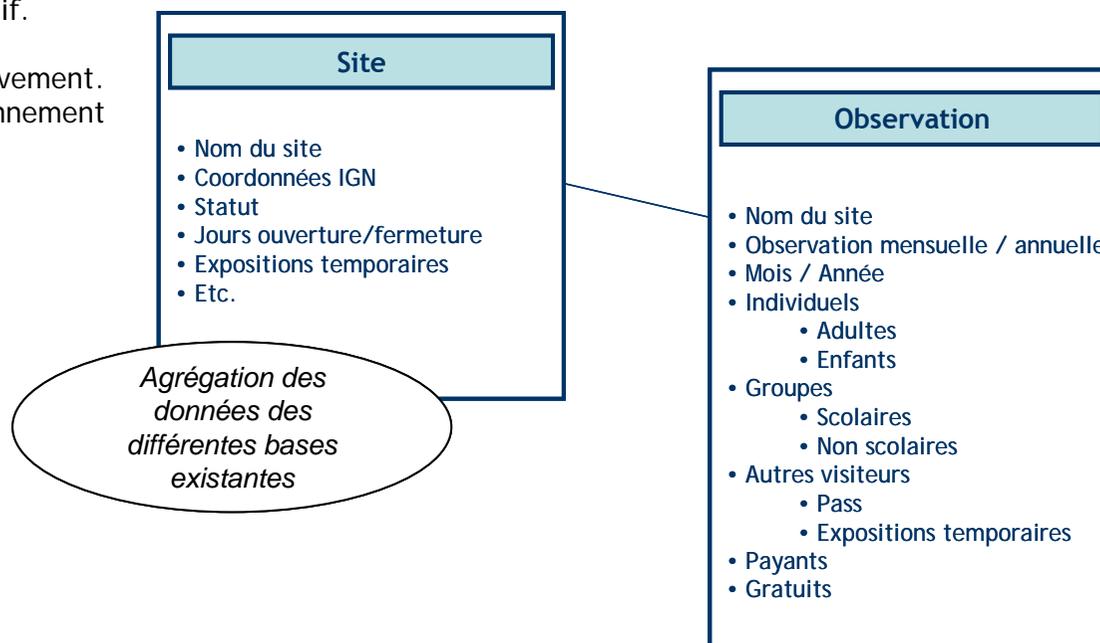
La base comprend des **données de référence sur les sites** qui sont à même de fiabiliser le périmètre de l'observation et donc permettre un traitement homogène. Ainsi des données comme le nombre de jours d'ouverture référent, la présence ou non d'expositions temporaires permettent d'exploiter les données en ce sens. Il est donc nécessaire de pouvoir saisir ces données au préalable de façon à concentrer l'interrogation des sites sur un nombre restreint de questions et d'améliorer le taux de réponse (voir schéma). A titre d'exemple, une fois le nombre de jours d'ouverture annuelle saisi, le renseignement des jours exceptionnels de fermeture suffit à fiabiliser l'interrogation à condition d'une actualisation régulière. Dans ce cadre, la relation de proximité avec le site est un atout certain. De la même façon, la reprise d'information existante au sein de bases de données existantes est indispensable à la création d'un outil attractif.

Les fonctions de la base peut être développées progressivement. Le chantier prioritaire est l'organisation et le bon fonctionnement

de la collecte. Néanmoins, il est nécessaire de **développer les outils de restitution et de traitement en simultané**. Le volet centre de ressources peut être mis en place dans une phase ultérieure.

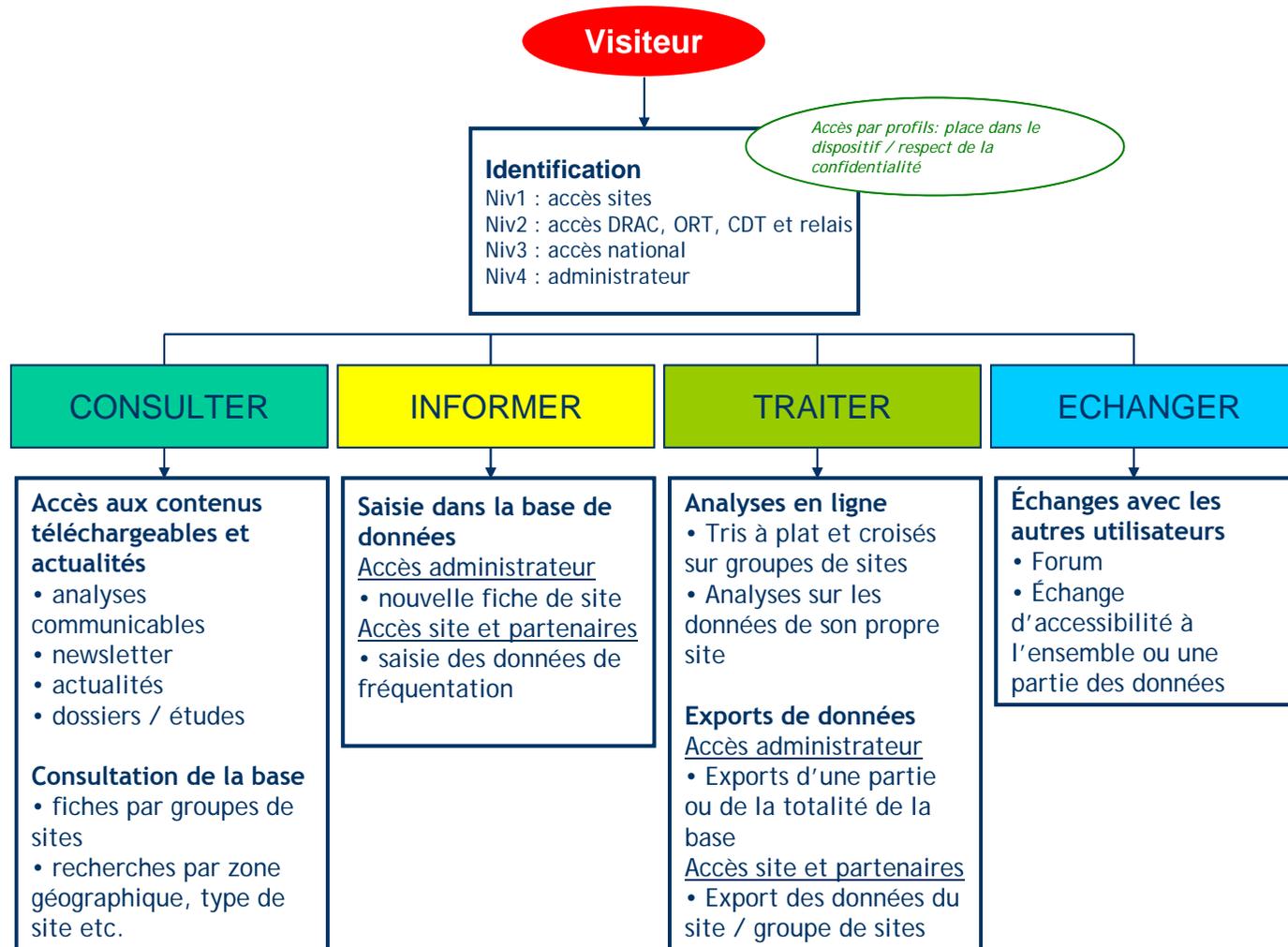
La première étape est plus globalement une **étape de rodage de la base** et de formation auprès des différents acteurs pour la saisie en ligne qui doit néanmoins **faire ses preuves en matière de restitution**. **Des régions pilotes** seront sélectionnées pour la mise en place et **serviront de référent pour l'extension du dispositif**.

Exemple :



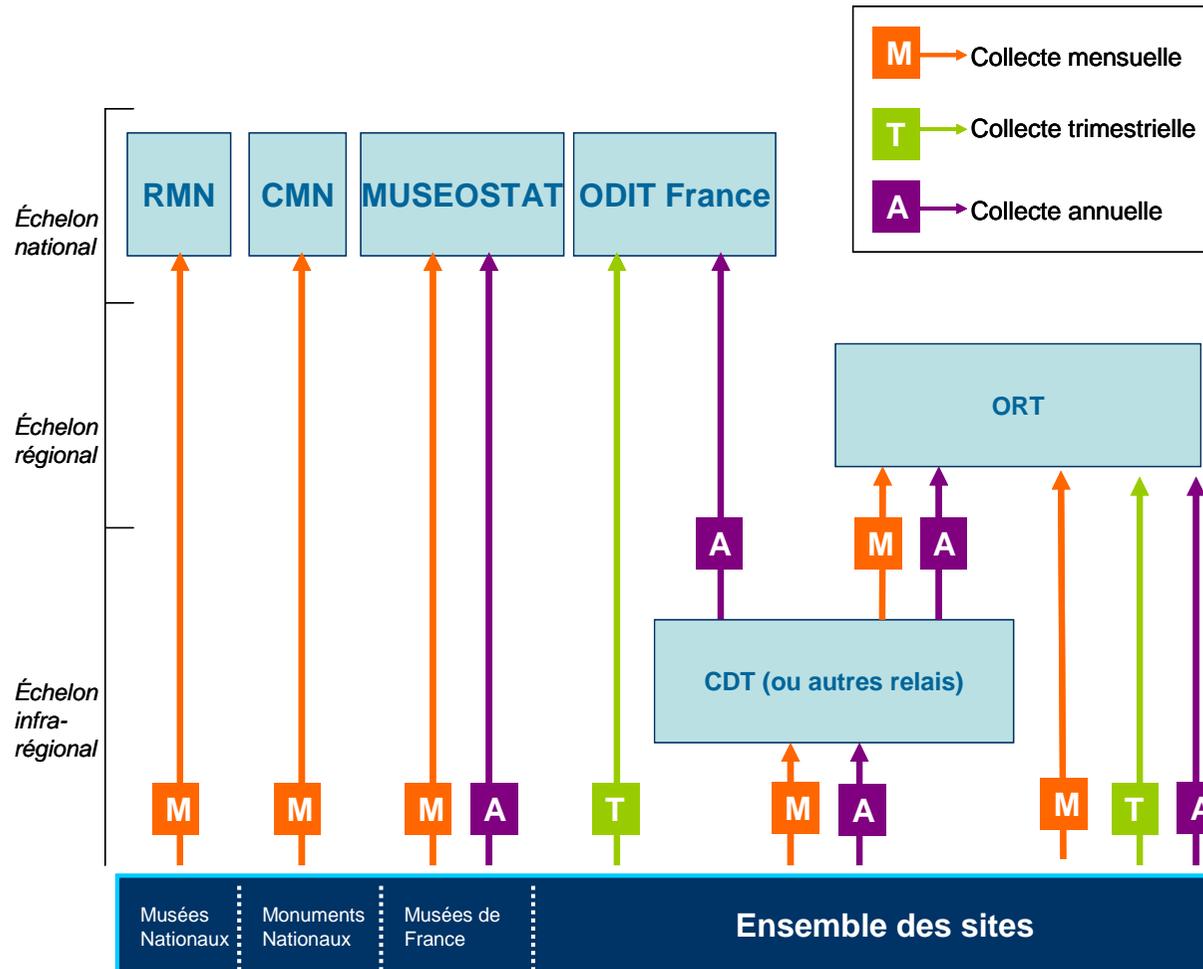
## Le fonctionnement de la base de données

Le schéma suivant présente les fonctions accessibles par l'utilisateur de la base. Un **accès par profils** permet de contrôler ce qu'un utilisateur pourra faire et consulter sur cette base. Ainsi il est possible d'empêcher l'accès aux données par sites (respect de la confidentialité) et de la même façon d'avoir des accès pour renseigner la base et d'autres pour traiter celle-ci etc.



## 2. ORGANISATION

Le schéma suivant présente l'organisation de l'observation constatée en phase 2 pour les principaux dispositifs étudiés. On y constate, la **multiplication des démarches parallèles** auprès des sites, l'**absence de partage** d'information et la **disparité des fréquences** de collecte. Il s'agit d'un schéma simplifié signifiant l'existence de démarches. L'ensemble des sites désigne les musées de France et les monuments historiques compris. Au sein de ce champ qui est celui de l'étude, certains dispositifs ne sont relatifs qu'à une partie de ce champ comme indiqué.



On constate dans l'état actuel des choses :

- que tous les acteurs quel que soit leur niveau territorial (régional, infra régional et national) collectent directement auprès des sites.
- qu'il n'existe pas de rationalisation de ces interrogations et de partage en tant que tels des informations.

Dans l'état, le temps pour analyser et restituer les informations est diminué par les opérations de collecte multiples. C'est aussi l'efficacité et les performances des missions de chacun qui s'en trouve diminué, à la fois par un manque de donnée mais surtout car ces rôles multiples nuisent à la spécialisation de chaque interlocuteur (traitement, collecte etc). L'objectif en termes d'organisation est de dégager du temps en rationalisant les démarches de collecte pour traiter et restituer les données.

Par conséquent, il semble nécessaire :

- d'**organiser la collecte** entre l'ensemble des partenaires réalisant de l'observation dans le champ de l'étude. Cette organisation nécessaire se fonde sur un **principe de subsidiarité** : le niveau le plus approprié pour effectuer de la collecte est le niveau le plus proche des sites ;
- de **réduire ou supprimer les doublons** dans les enquêtes auprès des sites aussi pour améliorer les taux de retour. La clef de voûte pour cela est le **partage des données de façon rapide** par les dispositifs d'observation ;
- de **créer des synergies** dans l'observation en général entre acteurs du tourisme et de la culture (définition de méthodes et de données de travail...) tout en s'appuyant sur l'existant : les CDT sont les principaux

maillons de la chaîne d'observation. Les Observatoires régionaux du tourisme jouent un rôle clef dans ce cadre à la rencontre de plusieurs dispositifs régionaux. Comme c'est déjà le cas dans certaines régions, il est judicieux de s'appuyer sur ceux-ci pour coordonner, harmoniser et développer les interrogations. Ils ont de plus un rôle clef dans l'observation de panels de sites qu'ils pratiquent pour beaucoup en direct ou via des relais.

- de disposer d'un même niveau de détail, des mêmes fréquences de collecte au niveau local pour traiter au niveau national un ensemble de données diversifiées. Pour cela, le chantier devant être mené **en priorité** est celui de l'**harmonisation des dispositifs afin de les rendre compatibles et comparables**. Ce travail doit être mené en concertation avec les services culturels en région afin que chacun se reconnaisse dans ce projet et l'anime.
- d'**interroger de manière commune** aux acteurs du tourisme et de la culture pouvant comprendre des parties distinctes spécifiques aux besoins d'une partie. La saisie se ferait alors de préférence par un même relais sur une plateforme commune.



Nous recommandons :

- Le pilotage par le niveau national de la mise en place du dispositif garant de l'harmonisation des dispositifs et de la compatibilité de ceux-ci.
  - Le recentrement de l'échelon infra régional sur la collecte et l'analyse départementale.
  - La capitalisation sur le rôle charnière de l'échelon régional pour :
    - Harmoniser les informations et les dispositifs et organiser la collecte
  - La concentration de l'échelon régional sur :
    - la gestion et la collecte des panels mensuels d'observations (via des relais ou non et la plateforme en ligne)
    - l'exploitation des données au niveau régional.
  - Le développement des coopérations entre acteurs de la culture et du tourisme en région dans cette activité (soutien mutuel, interrogation commune, traitements coordonnés...).
    - La création de groupes de travail en région associant DRAC et acteurs touristiques pour définir les besoins et l'organisation et piloter la mise en place du dispositif
  - La concentration de l'échelon national sur l'analyse développée des données
- La distinction entre l'interrogation commune, les informations spécifiques collectées par le même biais et les interrogations exceptionnelles :
    - Création d'un socle commun d'observation
  - Assurer la flexibilité du dispositif en permettant la prise en compte de données élargies nécessaires aux missions propres des différents acteurs, condition de sa réussite
  - Le recours généralisé à la signature de chartes à l'ensemble des niveaux du dispositif (entre dispositifs et des dispositifs avec les sites) détaillant :
    - La confidentialité des données ou non
    - Le rôle dans le dispositif
    - Les informations restituées



## La question des dispositifs de gestion

Face à ces dispositifs aux données peu partagées jusqu'alors, plusieurs options sont possibles :

- Avoir accès aux données centralisées directement : accessibles en ligne pour le Centre des Monuments Nationaux et bientôt pour la Réunion des Musées Nationaux. Un accès direct à des données agrégées ou non serait alors mis en place pour les besoins des différents partenaires.
- Bénéficier d'un appui de ces acteurs en approchant ce champ du point de vue des sites
- Adopter une démarche d'intérêt partagé consistant à développer l'intérêt du dispositif à la coopération dans le but de mieux remplir ses propres missions

La première option nécessite de trouver une formule qui permette de passer outre l'aval comptable des données de fréquentation nécessaire à la communication de données. Elle nous paraît difficilement réalisable à ce stade de l'étude et de la concertation avec les acteurs. La dernière possibilité correspond nécessairement d'avoir développé le dispositif pour permettre un retour d'information au rythme soutenu de traitement réalisé par exemple par le centre des monuments nationaux.

A ce stade des concertations, nous pouvons envisager comme suit la participation de ces dispositifs !

- Appui à la collecte effectuée par d'autres dispositifs auprès des sites
- Implication dans la définition de l'outil
- Communication d'analyses et autres données relatives aux clientèles (études des publics...)

L'outil décrit plus haut est un objectif à atteindre à terme. Afin que cette plateforme soit réalisable, un important travail doit être réalisé pour rapprocher les dispositifs : coordination, harmonisation, organisation. Pour cela, il est nécessaire de passer

par des **étapes incontournables** permettant d'**être en situation de créer l'outil**. L'objectif de ce travail est de développer l'outil jusqu'à un **point d'équilibre** lui permettant d'**être attractif** et donc d'**inciter à la collaboration en vue d'un retour de données**. Ce point d'équilibre est atteint lorsque la production de données est optimale, fiabilisée et systématisée pour l'essentiel.

Ce point d'équilibre est celui de l'intégration complète des dispositifs dits de gestion à l'outil communiquant des informations depuis le siège. En effet, faute d'une production d'information sur un rythme permettant à ces acteurs de bénéficier du dispositif tout en y participant, nous ne recommandons pas de considérer les informations dont ils disposent du point de vue central. Cette étape doit cependant être visée à terme comme un objectif permettant de supprimer une démarche double.

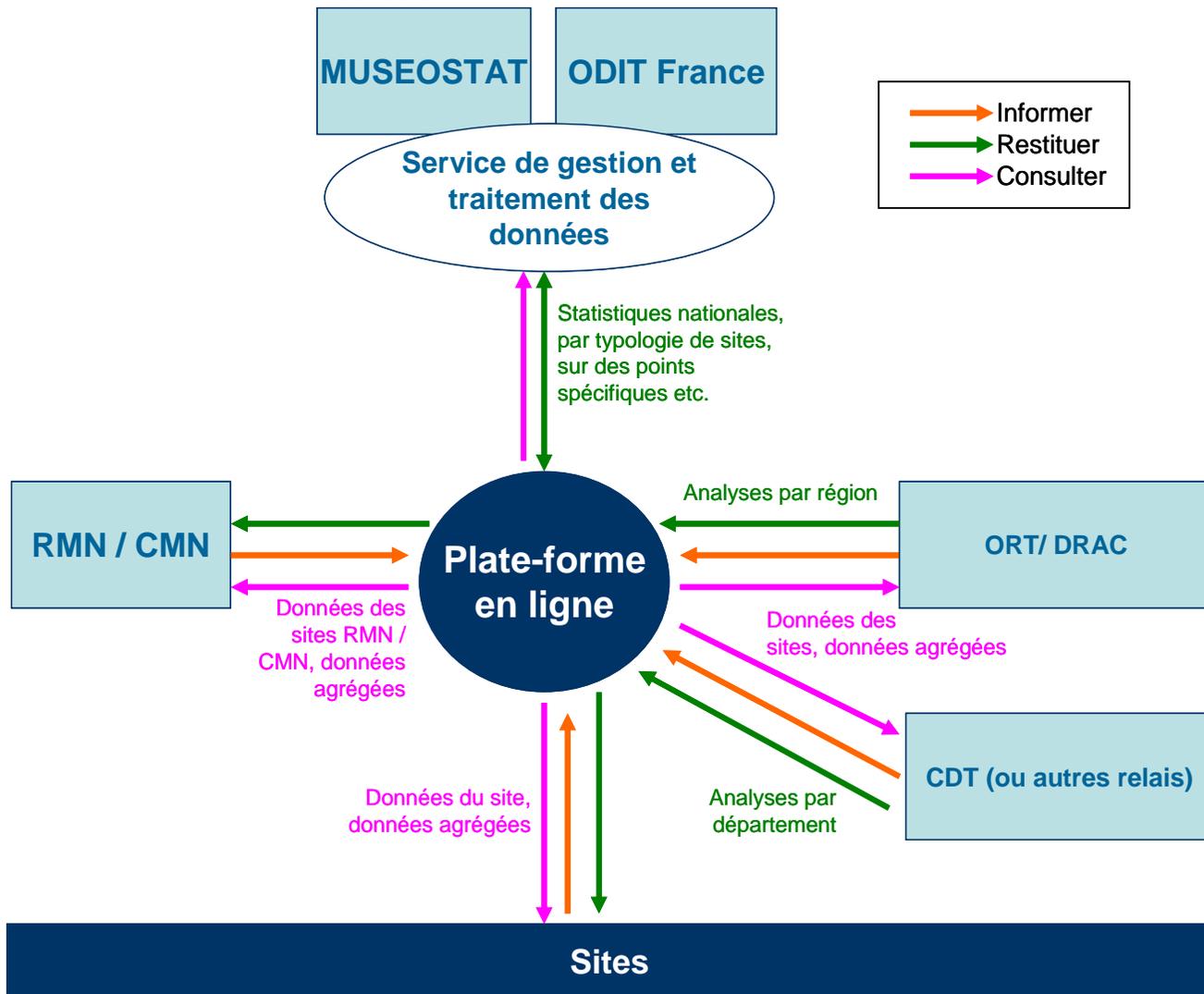
Dans la perspective de la création d'un panel d'interrogation mensuelle, ces deux dispositifs ne sauraient être exclus de la démarche. En effet, des sites qu'ils gèrent seront sollicités. Il peut alors être envisagé sur la base d'un retour d'information à fréquence équivalente de disposer des informations directement auprès du siège.

Cette position ne signifie pas pour autant exclure la Réunion des Musées Nationaux et le Centre des Monuments Nationaux du dispositif jusqu'à ce terme. Ils doivent être associés à sa définition mais aussi, en d'autres termes, à la collecte. En effet, il existe un certain nombre d'interlocuteurs dont la DRAC par exemple, utilisant les informations de fréquentation, voir en sollicitant ponctuellement, et ayant une relation privilégiée auprès des sites. Il s'agit soit d'un rapport de tutelle (CMN, RMN) soit de subventions ou encore de conseil. L'implication de ces acteurs dans la collecte est un facteur favorisant le taux de réponse. Ainsi en Franche Comté, l'interrogation auprès des sites culturels bénéficie de l'appui de la DRAC comme elle pourrait bénéficier de celui de la RMN, du CMN.



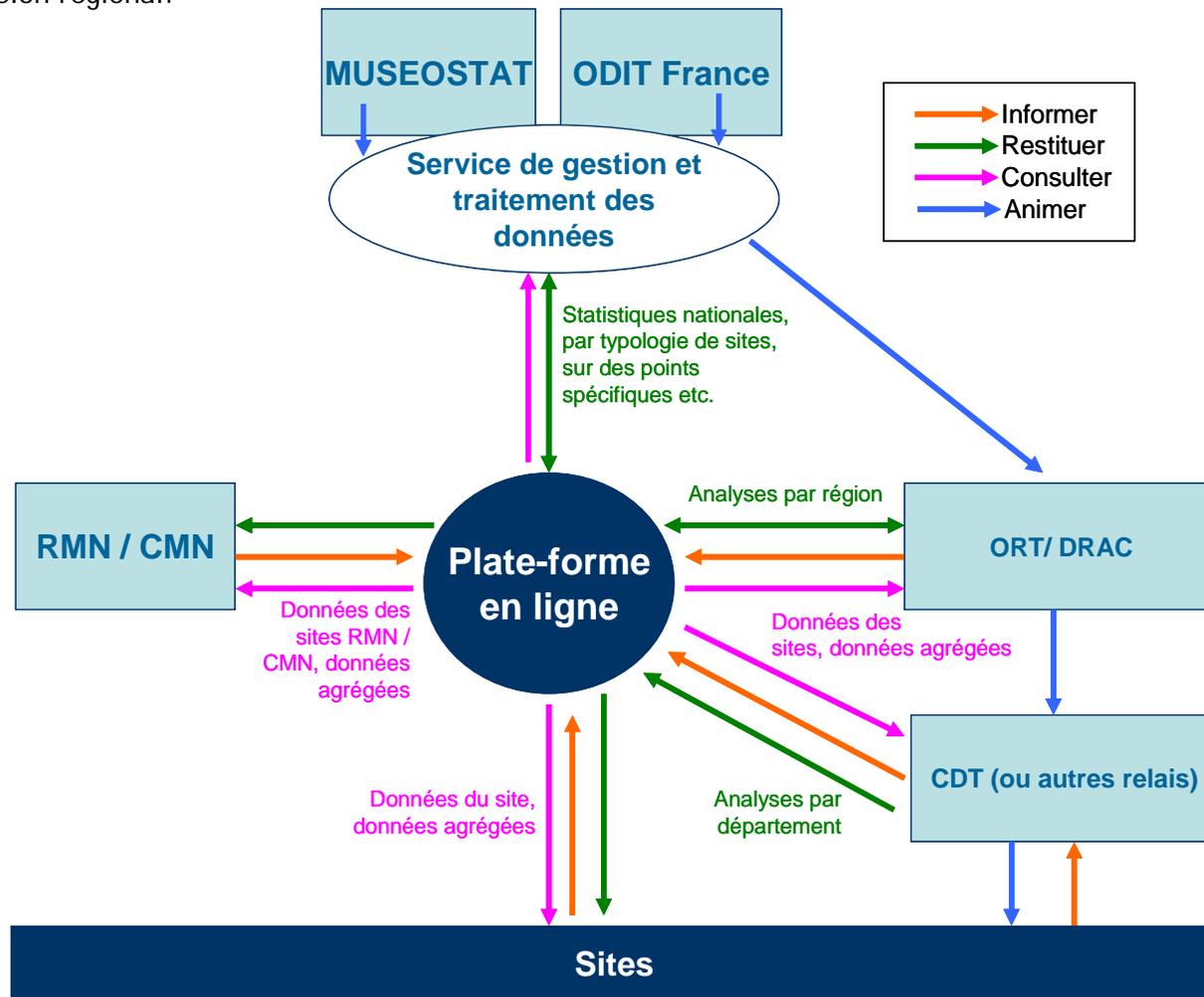
### Schéma non d'exhaustif d'organisation à terme

Ce schéma présente le **fonctionnement optimal** du dispositif. Les flèches « informer » mentionnent aussi bien le renseignement de données de fréquentation que l'alimentation de la base via des analyses (ORT, CDT, RMN, CMN...). Un certain nombre d'étapes précèdent le schéma suivant : notamment la collecte des informations via les CDT et relais.



### Schéma de fonctionnement intermédiaire

Il illustre un fonctionnement intermédiaire s'appuyant sur le renseignement de la base via les CDT et relais. Il présente aussi l'animation du dispositif à partir de l'échelon régional.



### 3. FREQUENCES D'INTERROGATION ET PERFORMANCES

#### Un panel représentatif d'interrogation mensuelle

Travailler sur un panel à fréquence d'interrogation rapprochée permet de répondre à un objectif de performance des dispositifs et de suivi de la conjoncture. C'est aussi une façon de développer la coopération entre les deux dispositifs nationaux et ainsi, une étape vers une collaboration plus élargie sur l'ensemble des sites interrogés.

Actuellement, ODIT France interroge un panel à fréquence trimestrielle qui comprend des sites interrogés par MUSEOSTAT. MUSEOSTAT interroge un panel à fréquence mensuelle. En région des panels existent selon des fréquences mensuelles et trimestrielles. Il est nécessaire de faire un choix quant à la fréquence d'interrogation de ce panel. Nous nous portons vers une **périodicité mensuelle** pour deux raisons :

- S'appuyer sur la fréquence existante la plus performante
- Développer une habitude de communication de données qui est d'autant plus fiable qu'elle est moins espacée.

#### La constitution et gestion du panel mensuel

Le panel a une vocation représentative. Sa constitution doit donc être sensible à l'équilibre entre les champs. S'il devra tirer parti de l'existant, comme par exemple les musées nationaux interrogés par MUSEOSTAT, il ne les comprendra pas nécessairement tous mais veillera à respecter les collectes existantes. En effet, la collecte effectuée par MUSEOSTAT devra être maintenue afin de ne pas nuire à son activité existante. Il sera constitué de

préférence à partir de l'existant, les correspondants permanents d'ODIT France mais aussi les panels régionaux. Sa vocation sera celle d'un panel national. Parallèlement, la création de panels régionaux peut être encouragée.

Ce panel devra **dans un premier temps** être **géré de façon partagée par ODIT France et MUSEOSTAT** au sein d'une base de données commune, ou à minima via des échanges réguliers. Ces dispositifs continueront dans un premier temps de solliciter directement l'information auprès des sites.

Néanmoins, il est préférable de développer une **relation de proximité avec les sites** à interroger ainsi qu'un interlocuteur unique, surtout dans la perspective de l'utilisation des panels régionaux mais aussi du développement de ce panel, sur la base de ceux existants, afin qu'il soit représentatif des différentes catégories. Il ne s'agit pas de perturber les dispositifs existants dont les habitudes sont prises mais d'arriver à terme à **répartir plus efficacement les rôles** de chacun pour permettre une **meilleure efficacité** à tous les niveaux.

Les sites du Centre des Monuments Nationaux et de la Réunion des Musées Nationaux participeront logiquement à ce panel. Le panel peut le cas échéant comporter des sites dont les informations seront fournies directement auprès du siège sur la base d'un retour d'information à fréquence équivalente.

Ainsi, le schéma d'organisation de l'outil envisagé fonctionne sur une évolution de la répartition des rôles de chacun au sein duquel le panel ne saurait être géré directement par les dispositifs nationaux. En effet, pour améliorer les performances des



dispositifs et donc d'un dispositif global d'observation, il est nécessaire de **concentrer les fonctions** (collecte, analyse, restitution) et notamment de dégager du temps auprès des dispositifs nationaux, réalisant actuellement une collecte lourde et donc disposant de moins de temps pour analyser et traiter les informations. Il revient donc aux observatoires régionaux ou au service de gestion de l'outil via les sites directement de gérer le dispositif à terme. La collecte se fera de préférence en ligne.

### Les données de collecte du panel mensuel

Les données collectées auprès de ce panel doivent de préférence être simples mais elles dépendent aussi des sites en faisant partie et de leur demande en terme de données comparatives et de restitution. Pour intéresser directement les établissements, la confidentialité des données ne doit pas être un élément systématique. La restitution des données en direction des sites doit être établie et travaillée avec ceux-ci.

Au niveau des données collectées, un niveau supérieur à ce qui est actuellement sollicité (gratuits payants) peut être travaillé. Cependant, ce niveau doit rester simple afin de ne pas être une contrainte trop forte.

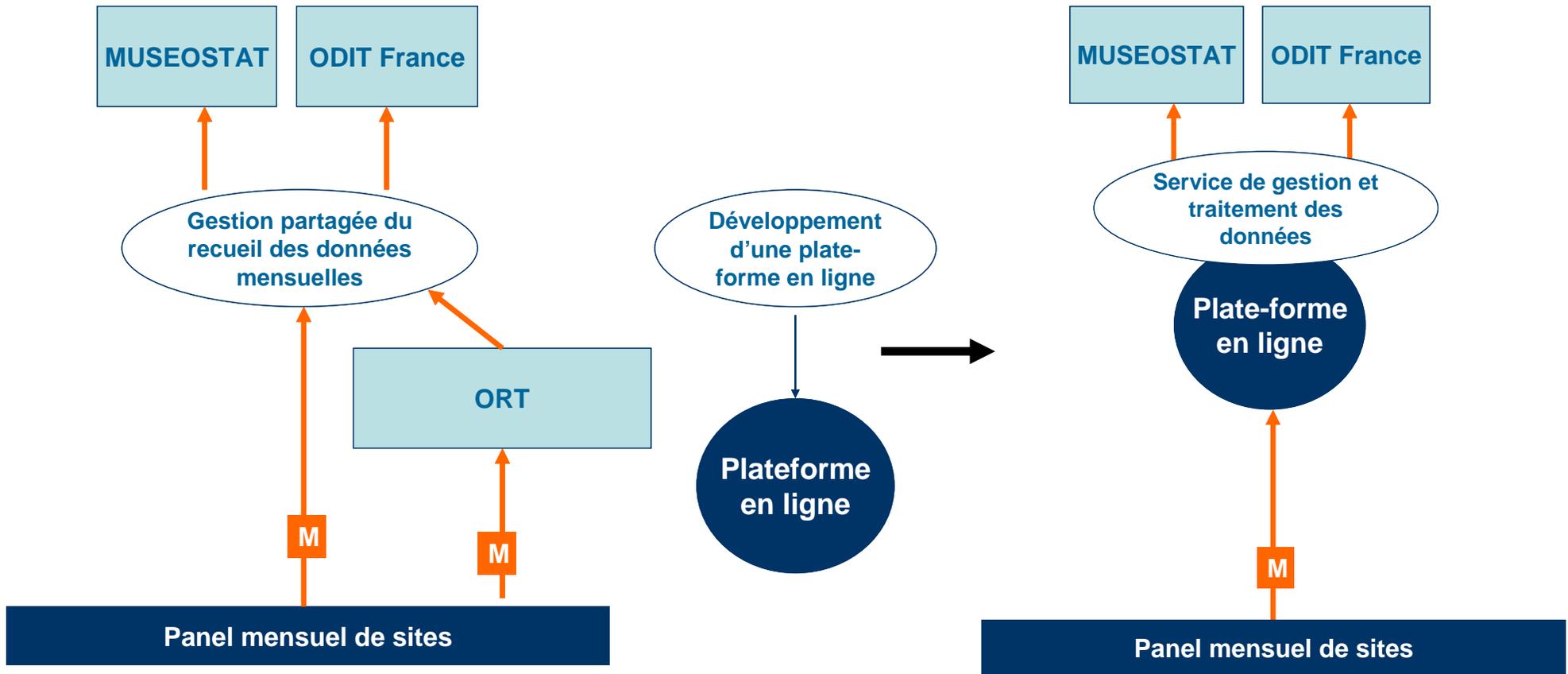
### L'interrogation annuelle

Cette fréquence d'interrogation nécessite la coordination des fréquences d'interrogation en vue de l'alimentation de la plateforme. L'objectif est de réduire les démarches doubles mais aussi d'évoluer vers une collecte informatisée. MUSEOSTAT collecte au format papier directement auprès des sites. Les CDT et acteurs du tourisme effectuent cette collecte de leur côté vers les musées de France mais aussi les monuments historiques au sens large qu'ils sont les seuls à observer. Nous recommandons une répartition nouvelle de l'interrogation respectant les demandes de chaque dispositif mais tirant parti de la relation de proximité des CDT avec les sites. Il s'agit d'une interrogation unique mais associant DRAC et acteurs touristiques de proximité.

Il est nécessaire de rendre possible une exploitation des données collectées au niveau départemental et régional par un rapprochement des dispositifs. Cette étape correspond donc à une démarche plus longue de travail qui est préalable à la faisabilité d'une plateforme coopérative en ligne.



### Les deux étapes de la mise en place du panel mensuel d'observation



## 4. LES DONNEES A COLLECTER

A l'heure actuelle sur l'ensemble du champ étudié seule la donnée fréquentation totale est exploitée en raison d'une disparité trop grande entre les dispositifs.

Les données sollicitées par les différents dispositifs relèvent de **deux catégories** :

- **données spécifiques** relevant des contraintes et des intérêts propres de chaque dispositif
- **données communes** aux différents dispositifs

La base commune constitue le **socle du partage et de l'échange** d'information. L'outil envisagé doit se donner les moyens de recueillir, traiter les données spécifiques nécessaires aux dispositifs. Cette flexibilité est condition et la réussite du projet.

A cela, il est nécessaire d'ajouter les **éléments relatifs au périmètre d'observation** qui permettent de comparer, d'apprécier les évolutions du champ d'observation sur une base fiable. Il s'agit :

- du nombre de jours d'ouverture du site et des jours de fermeture exceptionnels susceptible de faire évoluer les données d'une année sur l'autre.
- de la présence ou non d'évènementiel ce qui a un impact sur la fréquentation : manifestations, expositions temporaires...

Cette démarche n'est pas séparable d'une **base de connaissance référente** sur le fonctionnement du site, c'est-à-dire la distinction entre les pratiques dites habituelles et exceptionnelles. Il s'agit d'une démarche de collecte première de ces informations permettant d'apprécier le périmètre de l'observation qui repose

pour la majeure partie sur une utilisation des données existantes au sein de bases de données éparses. Si cette démarche peut paraître secondaire d'un point de vue national, il convient de rappeler que la collecte concerne et s'adresse (exploitation) à des niveaux territoriaux (et donc de détail des données) divers auxquels l'outil envisagé doit pouvoir répondre.

### Les niveaux de détail

Les informations qu'il est possible de collecter via les données billetterie.

#### Premier niveau de détail :

- Entrées totales
  - Entrées payantes
  - Entrées gratuites

#### Second niveau :

- Entrées individuelles
- Entrées groupes :
  - Groupes scolaires
  - Groupes non scolaires
- Autres entrées

#### Troisième niveau :

- Entrées individuelles
  - Adultes (+ de 18 ans)
  - Enfants (- de 18 ans)



Nous préconisons :

- le **passage systématique à des données mensuelles**<sup>1</sup>.  
Beaucoup de dispositifs sollicitent des données annuelles. Cette évolution en elle-même permet de diversifier considérablement les données et les possibilités d'analyses ;
- un **premier niveau d'ambition** pour cet outil qui se situe au **second niveau de détail mentionné** ci-dessus, étant donné l'objectif de diversification des données ;

Périmètre de l'observation	Données collectées	
	Niveau 1	Niveau 2
- Nombre de jours de fermeture <i>Dont jours de fermeture exceptionnel</i>	- Individuels	- Individuels
- Période des évènements	- Groupes	- Adultes (+ de 18ans) /enfants (- 18 ans)
- Observations/ remarques (commentaire sur l'évolution de la fréquentation, les facteurs influant sur celle-ci etc..)	<i>Scolaires/non scolaires</i>	- Entrées relatives à un pass
	- Autres entrées	- Entrées évènements (spectacles, manifestations expositions temporaires...)
	- Payants	- Entrées public étranger
	- Gratuits	- Entrées public hors département
	- Total entrées	- Pays de résidence des clientèles étrangères principaux et importance dans la fréquentation
	- Origine des clientèles : estimation / comptage	- Département de résidence principaux et importance dans la fréquentation
	<i>% clientèle étrangère</i>	
	- Citez les 3 pays de résidence / départements principaux de vos visiteurs et leur part dans la fréquentation	

<sup>1</sup> indépendamment des fréquences de collecte



- Conserver une grande flexibilité au sein de la plateforme pour intégrer des données spécifiques aux différents dispositifs et pouvoir les exploiter à grande échelle. Une étape indispensable de concertation en amont des différents acteurs. En effet, certaines données ne concernant pas une exploitation au niveau national présentent un intérêt au niveau régional ou du point de vue des gestionnaires de sites. Que **chaque acteur trouve son intérêt dans le dispositif** mais aussi qu'il puisse y trouver une marge de manœuvre pour faire de ce dispositif son outil principal de collecte et donc de partage d'informations. Ce paramètre fait parti des conditions de réussite de l'outil. De fait, les éléments suivants seront à prendre en considération : Entrées relatives à un pass ; Fréquentation des expositions temporaires ; Donnée pays ou département de résidence ; Données économiques ; Entrées liées à l'action culturelle (ateliers etc). Ces informations présentent un intérêt fort du point de vue de l'échange d'information et d'analyses ciblées. Elles seront collectées via la plateforme sous une forme permettant une exploitation à grande échelle et de préférence lors d'une interrogation groupée
- Le **développement et la collecte de la donnée « provenance »** (département et pays de résidence) sont désignées comme des objectifs. Elles doivent être sollicitées de façon annuelle car elle nécessite souvent un retraitement par les sites pour être communiquée de façon synthétique.
- la donnée « 18/25 ans » n'est pas accessible en tant que telle dans beaucoup de sites. Cependant le Centre des Monuments Nationaux possède pour ses sites un tarif spécifique 18/ 25 ans. Ce segment de publics peut susciter un intérêt particulier pour de nombreux sites ayant accès à la donnée. Il est nécessaire de recueillir ces informations au même titre que les autres même si une exploitation au niveau national semble difficilement envisageable.
- C'est la **capacité à être un cadre d'échange, de discussion** et non un outil contraignant au service de visées nationales opaques qui permettra d'en faire un outil pérenne.
- Derrière la question des données collectées se trouve un ensemble de données, dont le périmètre de l'observation évoqué plus haut, qui sont indissociables de l'exploitation des données en tant que telle. C'est aussi la géolocalisation du site pour un traitement géographique, la divulgation souhaitée ou non des données...Ce projet est l'occasion d'une mutualisation des informations sur les sites collectées via des enquêtes préalables (musées et monuments par le Ministère de la culture, observatoires régionaux du tourisme...).



## 5. LA QUESTION DES EVENEMENTS

Nous avons souligné lors de la phase 2 la **spécificité des événements culturels du point de vue de l'observation**. En effet, il n'existe pas d'instance fédératrice nationale rassemblant et représentant la diversité des événements culturels. Actuellement, certains acteurs touristiques (CDT, OTSI...) collectent les données de fréquentation des festivals et événements au sens large mais ce n'est **pas une pratique homogène**. ODI France collecte celles-ci via les CDT et la DMDTS a construit un panel de festivals collecté via les DRAC. Le Centre National de la chanson, des Variétés et du jazz reçoit des données de fréquentation en continu tout au long de l'année pour le champ qui l'occupe.

Les données de fréquentation des festivals présentent une spécificité forte et ne sont pas fiables. Il n'existe pas un modèle unique de festivals permettant de construire un modèle commun d'appréhension. La donnée entrée payantes ne permet pas de rendre compte de la fréquentation d'un festival comprenant des manifestations gratuites, off... La fréquentation communiquée est alors estimée pour les gratuits ce qui nuit à la fiabilité. Pourtant cet élément est une part plus qu'importante dans la majeure partie des cas et les évolutions sont par conséquent opaques selon les principaux collecteurs de l'information. Nous émettons des **réserves sur les données collectées, leur fiabilité et par conséquent l'exploitation** qui peut en être faite. La mesure de l'activité des festivals elle-même nous paraît devoir être mesurée par des moyens plus fiables. C'est essentiellement le

développement de ces réflexions qui ont été constatées auprès des acteurs (mesure via les hébergements, étude des publics etc.).

Néanmoins, la fréquentation reste une indication, parfois un moyen de mesure unique, dont la collecte souhaite être effectuée par les différents partenaires de cette étude. Que ce soit France Festivals, le CNV, les DRAC via la DMDTS, des collectes ponctuelles existent qui ne couvrent pas l'ensemble du champ culturel. Si l'exhaustivité sur ce champ n'est pas envisageable à ce stade, un **travail de recueil généralisé des données doit être mené**. Pour cela, nous recommandons via **les groupes de travail associant DRAC et acteurs régionaux du tourisme** de sélectionner les événements observés dans chaque région. La collecte doit se faire dans la mesure du possible via les mêmes interlocuteurs que pour la collecte des données de fréquentation des sites. Cette collecte sera annuelle. Les événements et festivals interrogés viseront un **certain équilibre des champs** permettant notamment l'analyse sur les champs de disciplines particulières.

Les données collectées devront se faire selon un **niveau de détail simple : entrées totales/ gratuites/ payantes**.

Des réunions de travail sont à prévoir avec le Centre National des Variétés et du Jazz ainsi que France festivals notamment dans le but de les associer à l'outil d'observation et d'éviter les démarches doubles. Le partage des données avec ces différents acteurs contribuera significativement à faire progresser le champ d'observation.



### 3. LES ETAPES DE MISE EN PLACE D'UN OUTIL

Nous proposons 3 étapes correspondant à la mise en place d'un outil de connaissance de la fréquentation des sites culturels. Elles correspondent à **trois niveaux d'ambition différents** mais aussi à une **montée progressive des investissements**.

#### Étape 1

- Poser les **bases d'un dispositif national performant**
- Développer un **panel mensuel partagé**

- ✓ Développer un **panel à fréquence mensuelle**
- ✓ **Harmoniser** les dispositifs existants:
  - nature des données
  - Fréquence d'interrogation
- ✓ **Consulter** les partenaires du futur dispositif :
- ✓ **Définir** les modalités de restitution des données
- ✓ **Arrêter** l'organisation définitive du dispositif

#### Étape 2

- Mettre en place la **plateforme en ligne**
  - Développer les **performances de l'interrogation annuelle**

- ✓ Définir le **cahier des charges** de la plateforme
- ✓ Organiser le **fonctionnement** de la plateforme en région
- ✓ Développer une **base de données opérationnelle** à partir des ressources existantes
- ✓ **Mettre en place des formations** à destination des utilisateurs
- ✓ Expérimenter en région
- ✓ Lancer la plateforme

#### Étape 3

- Développer le **niveau optimal** de la plateforme

- ✓ Développer la **restitution systématisée** aux partenaires du dispositif
- ✓ Mettre en place le **centre de ressources en ligne**
- ✓ Développer le **traitement des informations** pour l'ensemble des partenaires par le gain de temps réalisé
- ✓ **Assister méthodologiquement** le traitement des informations



## ETAPE 1 : LES BASES D'UN DISPOSITIF NATIONAL PERFORMANT

Durée prévisionnelle :  
2 ans

### Objectifs

- Développer la **performance des dispositifs** dans leur ensemble afin d'exploiter des données diversifiées au niveau national
- Mettre en place un **panel représentatif** à fréquence d'interrogation **mensuelle** associant ODIT France et MUSEOSTAT tout en s'appuyant sur les panels existant en région.
- Associer les partenaires et acteurs futurs de l'outil à sa définition.
- Définir les **modalités de participation** de chacun à l'outil
- **Préciser les attentes** en terme de restitution pour chacun des niveaux d'intervention
- **Elaborer un charte** engageant chacun des partenaires à alimenter le futur outil
- **Harmoniser les dispositifs régionaux et départementaux** en s'appuyant sur les commissions observation FNCDT et la FNCRT.
- Elaboration d'un **typologie commune** et ou spécifique en vue de l'exploitation.
- **Validation des catégories** de fréquentation.

### Méthodologie

#### Concierter et impliquer les acteurs dans le futur dispositif

Lors de cette étude plus de 50 entretiens ont été menés ce qui a permis de poser les bases d'une réflexion sur la mise en place d'un outil. Il est nécessaire de poursuivre cette concertation afin de développer un outil dans lequel chacun des acteurs pourra trouver un intérêt fort et donc une disposition proportionnelle à coopérer.

Cette étape aboutira sur l'**élaboration d'une charte fixant l'engagement et le rôle de chacun dans ce futur outil.**

#### Harmoniser les dispositifs régionaux et départementaux

Afin de pouvoir exploiter à une échelle nationale mais aussi de comparer aux échelles régionales les données, il est nécessaire de :

- coordonner les dispositifs quand à leur fréquence d'enquête
- définir des données communes collectées
- fournir un cadre méthodologique commun
- développer les relations entre acteurs culturels et touristiques au niveau régional

Cette étape s'organisera à partir de l'échelon national qui assurera la cohérence des démarches et l'exploitation nationale des données.



### Définir une typologie d'exploitation commune

Actuellement, la typologie utilisée est celle d'ODIT France pour les acteurs du tourisme. Quand à MUSEOSTAT, il se réfère au label Musées de France. L'exploitation des données à tous les niveaux nécessite une typologie partagée des données. En effet, il doit être possible de restituer une information agrégée afin de respecter la confidentialité des données. Cela peut se faire par traitement géographique mais il est nécessaire de pouvoir faire un rapprochement par sites comparables. Par conséquent une typologie commune doit être établie. Pour autant, il est possible de maintenir différents systèmes de classification au sein d'une base de donnée commune.

Il sera nécessaire de fixer les catégories de fréquentation sollicitée auprès du panel et des futures catégories demandées à fréquence annuelle tout en distinguant les éléments communes et les données spécifiques. La future base de donnée devra pouvoir recueillir l'ensemble des informations pour les besoins des différents acteurs.

Ce scénario correspond à une première étape qui peut aussi être un choix en tant que tel. Les résultats obtenus permettent :

- de disposer d'un panel élargi et représentatif
- de développer la compatibilité des dispositifs et donc les données recueillies par ces dispositifs existants au niveau national

Il est alors nécessaire d'organiser un partage des informations voir une base de données communes qui soit efficace et durable. Celle-ci est aussi une première étape avant la mise en ligne ultérieure de la base et les interfaces de collecte ce qui conduisent à l'outil considéré dans les scénarios suivants.

### Mettre en place le panel d'interrogation mensuelle

Conception d'un panel représentatif des champs visés en s'appuyant sur :

- Les panels existants en région comme au niveau national
- Les sites de l'Union des Musées nationaux et du Centre des Monuments Nationaux
- Définition des attentes des sites présents dans ce dernier.
- Mise en place d'une restitution adaptée et automatisée de données



## ETAPE 2 : LE DEVELOPPEMENT DES PERFORMANCES DE L'INTERROGATION ANNUELLE

Durée prévisionnelle :  
2 ans

### Objectifs

- Développer le travail sur l'interrogation annuelle
- Développer une **base de données mutualisée** à partir des informations existantes
- Définir **l'organisation et le fonctionnement** de la plateforme dans chaque région
- Définir les **fonctionnalités attendues** de l'outil
- Définir le **cahier des charges** de la plateforme
- Expérimenter la plateforme en région
- Lancer la plateforme

### Méthodologie

#### Interroger annuellement

En phase 1 a été réalisé un travail de rapprochement des dispositifs régionaux et départementaux. Pour cela, il est nécessaire de **s'appuyer sur l'échelon régional afin de coordonner les dispositifs départementaux**. Sur la base d'informations diversifiées suivant la typologie de données communes précédemment mentionnée, les dispositifs comportent des données comparables.

Afin de rationaliser la collecte, c'est à dire effectuer une interrogation unique et diversifiée, le partage des données est primordial. C'est pourquoi cette étape consiste essentiellement en la définition d'une base de donnée en ligne qui permette de partager ces données aussi bien avec le niveau national que entre les acteurs régionaux.

Après cette étape, il s'agit de définir dans chaque région les acteurs qui renseigneront la base et donc l'organisation. Celle-ci peut différer suivant les spécificités régionales auxquelles elle doit s'adapter.

Parallèlement, il s'agit de synthétiser les attentes des différents partenaires de cet outil afin de définir le cahier des charges de la base. La mise en place de cette base pourra être éclairée notamment de l'expérience similaire des Pays de la Loire (projet



CYVEL) déjà en place depuis quelques années et en cours d'évolution.

Il est primordial d'accès la définition de la plateforme non seulement sur la collecte mais sur la restitution et le traitement des données.

### Concertier et expérimenter la plateforme

A partir des restitutions de données souhaitées et de la concertation élargie des acteurs de cette plateforme, un cahier des charges sera élaboré pour un développement adapté de la plateforme.

Sur un nombre restreint de régions, les dispositifs seront travaillés de façon à être coordonné et exploitable sur des données partagées. Une formation spécifique des acteurs sera organisée pour permettre une utilisation et une appropriation de la base de données qui doit devenir la base référente auprès de chacun de ces acteurs.

Sur la base de ces expérimentations, le dispositif aura fait ses preuves et pourra donc être élargi aux autres régions sur cette base.



## ETAPE 3 : LE NIVEAU OPTIMAL DE LA PLATEFORME

Durée prévisionnelle :  
1 ans

### Objectifs

- ➔ Elargir le dispositif à l'ensemble des régions
- ➔ Former les acteurs relais
- ➔ Développer les fonctions centre de ressource de la base de données
- ➔ Développer la restitution systématique
- ➔ Développer le traitement en ligne des informations

### Méthodologie

La base de données rencontrera nécessairement une phase de rodage et d'organisation qui consistera principalement en la coordination des acteurs. Cette phase se fera nécessairement au détriment de la restitution des données.

Il s'agit donc dans cette phase de régler les contretemps d'organisation pour développer les fonctions de restitution, et celle d'un centre de ressources.

La restitution des données et les traitements statistiques possibles sont la clef de voûte du système et de son fonctionnement. Ces fonctions n'ont rien d'accessoires et constitue de notre point de vue l'étape la plus importante du dispositif. Elle prévoira dans la mesure du possible des tris prédéfinis et aisément accessibles comme la production de newsletter ciblées, ou d'analyses périodiques.

La saisie en ligne par les sites pourra être développée via cet outil. Les relais du système auront alors pour principale tâche de relancer les sites et de s'assurer de la qualité des informations. Il s'agit donc d'une évolution dans les missions des acteurs.

L'outil implique aussi des recommandations en terme d'exploitation des données pour chacun des principaux niveaux de collecte d'information, une assistance méthodologique plus globale.



Il a vocation à proposer des forums et des espaces « groupe de travail » pour des sites ou acteurs touristiques et culturels souhaitant échanger sur des thématiques particulières, partager des données etc. Cette fonctionnalité doit prévoir la mise en ligne d'études ressources pour un territoire, de connaissance des publics.

Ces données pourront être accessibles suivant divers niveaux. L'ensemble des acteurs disposera de données comparatives aux différentes échelles territoriales comme au niveau des sites.

L'ensemble du système est un outil permettant d'améliorer les performances des dispositifs d'observation mais surtout les informations nécessaires à la gestion de sites comme à celle de la définition de politiques culturelles et touristiques.



## Conclusion

---

Cette étude a vocation à proposer un premier état des lieux et orientations pour la réalisation d'un outil commun d'observation. Les acteurs publics culturels et touristiques souffrent d'un manque de partage et d'échange d'informations pourtant disponibles. En région de nombreuses initiatives ont permis d'améliorer les données comme les performances de dispositifs d'observation au bénéfice des sites comme aux acteurs publics les sollicitant.

La définition de cet outil s'est trouvée à une intersection : construire un simple **outil d'échange** d'information ou **un outil de partage**. Face aux expériences éphémères d'échange d'information, aux disparités des périodes et fréquences de collecte, cette orientation se dirige à notre sens nécessairement vers une impasse. Remédier à l'abondance des démarches doubles, répondre aux besoins rapides de données des acteurs rassemblés, rationaliser la dépense publique tout en rapprochant acteurs touristiques et culturels sont les composantes nécessairement d'une réflexion sur la création d'un outil d'observation des sites culturels. Ce sont plus globalement aussi les missions des différents acteurs qui s'en trouvent sensiblement modifiées. En effet, en collectant, traitant les informations sans organisation claire répartissant les tâches, c'est la performance liée à la spécialisation comme le temps affecté à l'analyse qui sont réduits d'autant.

Afin de répondre à l'ensemble des constats effectués au cours de cette étude, et plus particulièrement l'élimination des doublons, seul un outil de partage rapide des données nous semble adapté. Le point clef de ce dispositif réside dans la capacité à harmoniser l'existant et à imposer cet outil comme instrument principal de l'observation en région. C'est plus globalement la possibilité pour chacun des acteurs y compris les sites, de bénéficier des données et du dispositif dans son ensemble qui conditionne sa réussite. Pour cela, nous avons souhaité développer un **outil ambitieux et élargi : un centre de ressource sur l'observation des sites culturels axé sur la production de données et d'analyses à destination de l'ensemble des acteurs**. A l'heure où les moyens de l'observation progressent vers l'utilisation d'Internet, il est nécessaire d'intervenir en amont afin d'organiser un système coordonné, compatible avec une exploitation au niveau national. L'investissement qu'il nécessite est moindre comparé au gain de temps et d'efficacité pour l'ensemble des acteurs impliqués.

Cet outil est aussi et peut être avant tout, le moyen de **répondre aux nombreuses demandes de données comparatives exprimées** lors des entretiens que ce soit au niveau régional ou des établissements publics. Nous dressons ici les orientations stratégiques liées à la création de cet outil tout en soulignant qu'il sera nécessairement le **fruit d'une large concertation et d'une implication des différents partenaires**. Le travail réalisé ici doit essentiellement être compris comme une **base pour la concertation**.

Cet outil s'il est défini dans le champ des sites culturels implique l'observation des sites non culturels qui font partie intégrante du projet.

