

Comité d'écoute visiteurs —

Date : 13 juin 2024

Horaire : 17h-18h30

Lieu : Salon des boiseries

Thème : Le plan de visite

Mot de bienvenue et présentation de l'exercice par la responsable du service des publics

Cadre

- Comité organisé dans le cadre du programme Service public + programme d'amélioration continue centré sur l'expérience des visiteurs et porté par les équipes sur le terrain.
- Comité qui répond à la volonté de l'institution de placer le visiteur au cœur de ses préoccupations. Cette volonté se matérialise aussi par le projet de repenser le parcours du visiteur dans ses modalités d'accueil et de médiation. En attendant ce nouveau parcours et dans l'objectif d'aider les publics à mieux se retrouver dans les collections du musée, le plan du parcours de visite a été repensé. Il est disponible à l'accueil depuis avril 2024. Nous aimerions aujourd'hui avoir vos retours sur ce document pour l'améliorer, le rendre toujours plus lisible et compréhensible.

Objectif

Un service plus simple, plus efficace, plus proche.

Déroulé

- Durée d'1h30
- Présentation des participants : fonction et motivation
- Fil conducteur : le document plan de visite de la couverture au dos en passant par les pages intérieures présentant en détail le parcours par niveau
- Synthèse de la réunion
- Calendrier

Méthode

Échange, écoute, partage

12 représentants visiteurs du musée

- Adultes
- Familles
- Ami des Arts décoratifs
- Abonné Solo Duo
- Handicap auditif

Représentants du musée des Arts décoratifs

Service des publics

- Responsable du service du service des publics
- Responsable du développement et de la relation avec les publics
- Cheffe de projet en charge du parcours de médiation

Service accueil

- Agente d'accueil

Une même motivation exprimée par tous les participants : échanger, écouter la parole de l'autre, prendre en considération l'expérience des visiteurs, découvrir le fonctionnement du musée et comprendre ses contraintes.

Les sujets abordés, constats et pistes d'amélioration

Sont listés ci-dessous les Verbatims collectés lors de cette séance.

Remarques d'ordre général :

- Ergonomie : à l'ouverture, ouvrir directement sur la coupe du bâtiment.
Format adapté : léger et facile à déplier/replier.
- Esthétique générale du document : la typographie n'est pas très moderne et pas en adéquation avec l'image du musée et les exigences de certains publics.
- Mettre des visuels d'œuvres ou de salles les plus demandées.
- Vérifier que les contrastes colorés sont adaptés aux publics atteints de daltonisme.
- Globalement le plan permet de réaliser la richesse de tout ce qui est présenté dans le musée, plusieurs participants ont découvert l'existence de certaines collections, cela donne envie de visiter et de revenir.
- Pour le recyclage, il faudrait prévoir un bac où déposer le plan à la sortie, avant la boutique et placer l'incitation au recyclage à cet endroit-là plutôt que sur le plan lui-même.

Couverture

Constat

- La silhouette d'un objet (saucière) pose question. Sous cette forme l'objet n'est pas lisible.
- Très bien les 2 couleurs différentes pour l'anglais et le français, pas nécessaire d'utiliser les silhouettes d'œuvres différentes.
- « parcours de visite » peut être mal interprété et peut laisser entendre qu'il y aura des propositions de parcours thématiques ou qu'on y parle aussi des expositions temporaires

Proposition

- Garder les couleurs différentes pour les 2 langues mais ne pas changer les visuels
- Ne conserver que les visuels proposés sur le livret en langue anglaise.

Coupe

Visuel du bâtiment

- La coupe générale est rassurante et très utile pour comprendre le bâtiment, on la comprend bien.
- Situer le bâtiment dans son environnement pour le comprendre de manière immédiate : par exemple indiquer le jardin et la pyramide du Louvre derrière le bâtiment ainsi que la rue de Rivoli devant .
- On ne comprend pas le N -1 qui semble à l'extérieur ou dans la rue, il faudrait qu'il soit vraiment intégré au bâtiment, y ajouter un picto toilettes.
- Ascenseurs : indiquer leur nom sur la coupe directement ou avec flèche, le damier noir et blanc pour les ascenseurs n'est pas lisible ni sur la coupe ni sur la légende, mettre le picto ascenseur ?
- Couleurs : pas nécessaire de mettre une couleur au toit, les couleurs des chiffres ne sont pas exactement assorties aux étages.
- Entrée groupes : jardin des Tuileries ou jardin du Carrousel ?

Texte de présentation

- Prend beaucoup de place, il n'est pas nécessaire pour certains participants.
- Le texte est clair mais serait peut-être plus percutant en démarrant par le paragraphe « Mobilier, art de la table... » qui est une très bonne synthèse. On pourrait ensuite évoquer le parcours avec les paragraphes situés à droite « Déployé sur sept étages... » puis reprendre le paragraphe historique « conçu au XIX^e siècle... » avant de terminer par « Du fait de leur fragilité... ».
- Pour les paragraphes relatifs au parcours, indiquer les étages (Moyen Âge, Art nouveau, design des XX^e et XXI^e siècles, et en particulier la galerie des bijoux au N2 car on passe souvent à côté).
- La mention de la durée de visite globale estimée est plus intéressante à indiquer sur le site pour préparer sa visite. Dans le plan on souhaiterait davantage connaître la durée de visite de certains parcours (collections historiques, modernes et contemporaines, galerie des bijoux).
- QR code Bloomberg et adresse du musée (utilité à confirmer puisqu'on est déjà dans le musée) à déplacer en 4^e de couverture pour gagner en lisibilité ici.

Dos de couverture

Visuels

→ **Constat** : la taille des photographies rend les photos peu lisibles, notamment pour la Galerie de bijoux, la disposition des visuels n'est pas très attractive, visuels trop sombres, mise en page avec carrés strictes pas très attractive. Certains participants préféreraient que les visuels soient placés à côté des salles, indiquer où on peut les trouver. Les visuels rendent compte de la diversité de ce que l'on peut voir au musée.

→ **Proposition** : pourrait-on indiquer les endroits où se situent ces espaces en légende (nom et n° de salle) ? Mettre une photo de Nissim de Camondo. Faire une campagne photographique pour une meilleure uniformité de l'éclairage et de l'esthétique, avoir des vues qui fonctionnent mieux en petites vignettes. L'idéal serait d'avoir une page entière dédiée aux visuels. Certains participants souhaiteraient voir des vues de l'architecture du musée.

Textes de promotion

→ Le texte « Soutenez les Arts Décoratifs » ne donne pas envie.

→ Le texte du Pass Solo Duo : ajouter le terme « accès illimité » qui est LE bénéfice de ce pass, par exemple : « Bénéficiez d'un accès illimité à nos collections et expositions grâce à la carte... ».

→ L'URL du site n'est pas assez apparente ou mal positionnée, plusieurs participants ne l'avaient pas repérée. Suggestion de le passer en dessous du reste des textes ou de la passer sous forme de QR code.

Intérieur

Remarques générales

→ Pourquoi les plans sont-ils penchés ? Cela rend le plan moins compréhensible, on penche le plan ou la tête pour le consulter, cela n'incite pas à lire les titres de salles qui sont orientés différemment.

→ Difficulté à comprendre les liens entre les différents étages, mais les lignes discontinues des ascenseurs sont d'une grande aide.

→ Une reprise de la coupe en plus petit de ce côté du document pourrait faciliter la compréhension.

→ Difficulté à comprendre les étages partiellement représentés : -1, 0, 1, 2. Les autres sont très bien.

→ Les escaliers et ascenseurs ne sont pas bien identifiables, utiliser des pictos compréhensibles.

→ Les pictos pour les toilettes ne sont pas compréhensibles.

→ Ajouter les expositions (aucune légende pour les espaces en rouge de ce côté du document), nommer les espaces pour que l'on sache comment rejoindre le parcours permanent en en sortant.

→ Les couleurs bleu et turquoise ne sont pas assez différentes surtout pour le N3.

→ Le jaune-vert n'est pas cohérent avec la coupe (N2 et N3 – RDC).

Parcours de visite

→ Les numéros permettent de bien identifier les espaces mais on ne comprend pas qu'il s'agit d'un parcours proposé à suivre.

→ L'indication des titres de salles est très utile, certains noms suscitent la curiosité.

→ Écrire en plus gros et peut-être en rouge les indications qui concernent le parcours.

→ Rendre plus visible l'endroit où débute le parcours.

→ Ce serait intéressant de proposer un parcours de visite en 1h30 mettant en évidence les salles à visiter pour ce parcours

→ Period room : ajouter des photos des period room, indiquer où se situe l'appartement Jeanne Lanvin par exemple grâce à une photo, indiquer les period room sur les titres de salles, par exemple avec l'indication « – PR » après le titre ?

Niveaux RDC : 1, 0, -1

→ Mettre plus en évidence l'accueil.

→ Ajouter RESTAURANT devant Le Loulou.

→ Écrire Salle d'accueil des groupes plutôt que Groupes.

→ Mettre le petit paragraphe avec les Services à côté du N-1.

→ Le Picto Audioguides doit être déplacé au N3.

→ Le picto « tickets » n'est pas très clair, ajouter « billetterie » ?

→ Les consignes de visites peut-être à mettre sur la page avec la coupe du bâtiment ?

Niveaux 2, 3

→ Expliquer l'accès à l'exposition du niveau 2 côté Lefuel.

Partie haute : niveaux 9, 8, 7, 6, 5

→ Indiquer les points d'intérêts à chaque étage avec des photos qui donnent envie, ou par exemple, aux étages supérieurs, un picto appareil photo pourrait indiquer les « belles vues » à prendre en photo souvenir.

→ Rendre plus visible le chemin pour la sortie, au lieu de « Rejoindre le niveau 3 » écrire « Sortie par le niveau 3 ».

→ Supprimer la zone verte au 6 ou ajouter le picto WC.

Réponses apportées

Nous remercions les participants pour leur retour d'expérience concernant ce plan. Les remarques partagées feront l'objet d'une analyse par le musée et les graphistes en charge du document pour une version actualisée en janvier 2026.

Les actions d'amélioration à mettre en œuvre

- L'enquête auprès des visiteurs continue, collecte des avis et retour d'expérience jusqu'à novembre 2024.
- Élaboration d'un plan mis à jour pour un impression début 2025.

Et à plus long terme :

- Confort, signalétique : vestiaires, ascenseur, hall, accueil. Transmission des retours d'expériences et des pistes d'amélioration à l'équipe en charge du nouveau parcours de visite.

Le calendrier des prochaines étapes

- Tout au long de l'année : mise en place des actions identifiées comme applicables dès à présent + information régulière du comité.
- Jeudi 10 octobre 2024 : session réunissant les responsables de groupe.
- Jeudi 20 mars 2025 : session réunissant les représentants de visiteurs individuels.
- Jeudi 26 juin 2025 : session rassemblant les participants aux deux comités.

La synthèse des questionnaires de satisfaction sur ce comité

- Appréciation de l'exercice par tous les participants tant usagers que personnels des Arts Décoratifs.
- Format de la réunion (durée, nombre de participants) adapté, fréquence préférée : 2 à 3 fois par an.

Points positifs

- Pour le personnel du musée : intérêt pour les échanges et le retour d'expérience des visiteurs.
- Pour les « usagers » visiteurs : participer à la vie du musée, au futur du musée, les échanges avec différents profils de visiteurs écoute et échanges constructifs avec les différents services du musée, intérêt pour le sujet du plan de visite, prise de parole des visiteurs.

Améliorations

- Essayer de diversifier le profil des participants,
- Acoustique de la salle.

Sujets à aborder

- Présence en ligne (réseaux sociaux, site internet, billetterie...).
- Accessibilité (PMR, malvoyants...)
- Idées d'expo, d'activités.
- Affiner l'intérêt des publics étrangers en fonction de leur culture d'origine.
- Proposition de rotation d'une œuvre mise en valeur, un peu comme « le tableau du mois » au Louvre.
- Un livret enfant et pour des œuvres, un cartel enfant (que les adultes lisent aussi).
- Information, identité visuelle & supports de communication proposés, évolution architecturale et rénovations, initiatives démarche et projets annexes aux expositions temporaires ou en lien avec les collections, évolution et positionnement du musée par rapport aux autres musées parisiens...
- Comment répondez-vous aux attentes différents types de visiteurs (locaux, internationaux...)