



ACCUEIL  
DES PUBLICS  
DANS LES LIEUX  
LITTÉRAIRES

21-23 X<sup>E</sup> RENCONTRES DE  
NOVEMBRE 2008 BOURGES

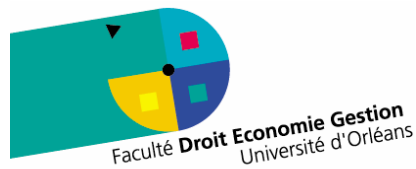


**ÉTUDE RÉALISÉE DE MARS A SEPTEMBRE 2008**

**PAR LA FÉDÉRATION  
DES MAISONS D'ÉCRIVAIN & DES  
PATRIMOINES LITTÉRAIRES**



**EN PARTENARIAT AVEC  
L'UNIVERSITÉ D'ORLÉANS**



\* \* \*

**Avec le soutien de :**



# AVANT-PROPOS

Le thème de ***l'Accueil des publics dans les lieux littéraires***, traite une problématique commune aux maisons d'écrivain et lieux littéraires, mais aussi à l'ensemble des sites culturels : **la connaissance des publics**.

## Les questions posées :

- le public effectif : pourquoi vient-il ... et revient-il ?
- le public potentiel : comment l'attirer ?

et, par déduction, le non-public : quels sont les freins à la fréquentation ? (ce point pourra être approfondi dans un second temps).

Répondre à ces questions permet de mieux cerner les attentes des visiteurs pour améliorer l'offre, en particulier **l'accueil** et **la médiation** (définition des besoins en formation des personnels).

Ce désir de connaissance répond aussi à un **objectif stratégique** : "Connaitre la fréquentation est nécessaire à la gestion budgétaire. La structure du public fournit des éléments de légitimation politique associée à la survie financière via les crédits publics", comme le dit Jacqueline Eidelman dans *La place des publics, de l'usage des études et recherches par les musées*, La documentation française, Paris, 2007.

Plus précisément, les objectifs des maisons d'écrivain et des lieux littéraires sont aujourd'hui le **renouvellement**, le **rajeunissement** et **l'élargissement** de leurs publics.

La réalisation de ces objectifs passe à la fois par le développement de **l'offre patrimoniale** proprement dite (liée à l'écrivain et à son œuvre, par l'intermédiaire de la maison), mais aussi de **l'offre culturelle** en rapport avec l'actualité contemporaine, et par les **services périphériques** que constituent la facilité d'accès, la signalétique, les espaces de détente ou de lecture, etc. Il ne faut pas oublier que le visiteur se positionne aujourd'hui comme un "consommateur de culture", qui attend un service, un "retour sur investissement" en quelque sorte pour le temps et éventuellement l'argent (si l'entrée est payante) qu'il a consacrés à sa visite...

## Quelques problèmes récurrents dans les maisons d'écrivain :

- outils insuffisants pour étudier les publics dans de nombreux sites,
- réelles difficultés pour attirer les visiteurs dans les lieux excentrés et tendance à externaliser les manifestations,
- espace d'accueil souvent insuffisant,
- difficultés d'adaptation du personnel, problèmes de flexibilité,
- peu d'utilisation des NTIC (audio guides, informatique), ...

### Comment les maisons d'écrivain s'inscrivent-elles dans les tendances actuelles ?

En attendant les réponses qui pourront être données à cette question lors des Xe Rencontres de Bourges, les experts d'**Odit-France** ont pu constater 3 grandes tendances dans la fréquentation des sites culturels :

- Les **sites-phares** augmentent leur fréquentation mais les équipements et manifestations de moindre envergure semblent avoir du mal à trouver un nouveau souffle de croissance,
- Les pratiques culturelles des français, mais aussi celles des touristes étrangers se diversifient et **la demande de services ou de qualité de l'offre est de plus en plus forte**, que ce soit pour le tourisme culturel en France ou en Europe, ou même dans le reste du monde,
- Partout où le **tourisme** est réellement pris au sérieux, où des professionnels du secteur associent leurs compétences avec ceux de la **culture** de façon pérenne, la fréquentation est au rendez-vous !

### Odit-France ajoute les observations suivantes :

- Ces dix dernières années, ce sont des politiques et actions culturelles destinées au **public de proximité** qui ont été mises en place,
- Les catégories les plus fréquentées sont de loin les châteaux et architectures remarquables (24,3% de l'ensemble) et les parcs à thèmes (17,9%), mais les **lieux de mémoire** comme les maisons d'écrivain arrivent loin derrière avec une fréquentation à hauteur de 7,4% pour 2006,
- La fréquentation des sites culturels, **non parisiens**, baisse depuis 2005,
- Pour les sites à vocation culturelle, seuls les **musées et sites militaires** enregistrent une progression sur les années 1996 à 2006.

Pour mieux connaître la situation spécifique de ce domaine particulier que sont les lieux de mémoire "littéraire", **la Fédération des maisons d'écrivain & des patrimoines littéraires** avait donc, depuis plusieurs années déjà, le projet de lancer une vaste étude sur les publics des lieux qu'elle rassemble. Il lui fallait trouver les moyens, non seulement financiers, mais aussi la marche à suivre pour réussir une enquête de cette ampleur.

En 2005 déjà, elle avait interrogé ses membres pour connaître ceux qui seraient prêts à s'engager dans ce projet, qui avait suscité un réel intérêt.

En 2006, le colloque organisé par la Direction des Musées de France sur le thème *Utiliser les études de publics dans une politique d'établissement : méthodes, résultats et préconisations*, lui permit de prendre des contacts et de mieux appréhender comment aborder son enquête. Elle avait d'abord le projet de lancer une étude-test en région Ile-de-France avant de passer au niveau national, mais cette idée n'aboutit malheureusement pas.

En 2007, la Fédération décida de commencer par réaliser des **statistiques de fréquentation des lieux littéraires adhérents**, pour pouvoir lancer l'année suivante une enquête de publics auprès d'un échantillon de ses membres. Les Ministères de la Culture (DLL, DMF, DRAC Centre) et du Tourisme ainsi que la Région Centre l'assurèrent alors de leur soutien. Des contacts furent pris avec l'Université d'Orléans, qui propose un master d'administration publique et territoriale – gestion du patrimoine culturel, pour recruter un étudiant stagiaire et engager une collaboration avec un (ou des) enseignant(s) qui garantirait le sérieux de l'étude.

En 2008, le **questionnaire** (voir en annexe 1) préparé par la commission *Publics* de la Fédération fut testé en janvier et février, puis l'enquête se déroula du 1<sup>er</sup> mars au 30

septembre, auprès d'un échantillon de **12 maisons d'écrivain volontaires**<sup>1</sup>, choisies selon deux critères principaux : la **répartition géographique** sur l'ensemble du territoire et le **taux de fréquentation**. La Fédération se dota également d'un logiciel dédié (*Modalisa*) pour traiter les données. Adeline Mercier, étudiante en Master II de l'Université d'Orléans vint assister la salariée de la Fédération pendant trois mois. Les différentes étapes de l'étude (élaboration du questionnaire, choix de l'échantillon, traitement des données) furent contrôlées par Florence Abrioux, Maître de conférences en sociologie à la faculté de Droit, Economie, Gestion de l'Université d'Orléans.

Il est à noter que les **biais** les plus flagrants ont été **corrigés**, en particulier en effectuant un **redressement** de la représentativité respective de chaque maison dans l'enquête, en fonction de son taux réel de fréquentation (chiffre 2007), par rapport au nombre de questionnaires traités pour chacun par la Fédération. Ainsi la maison de Pierre Loti à Rochefort (plus de 30 000 visiteurs par an) "pèse" évidemment plus lourd que la Maison de Pierre Benoît à St Paul-les-Dax (200 visiteurs par an). En résumé, après redressement :

- la catégorie A (seulement deux maisons participantes, la troisième nous ayant fait faux bond) représente dans cette enquête **2,5 % des réponses**. Par rapport à l'ensemble des 12 maisons de l'échantillon, elle représente en fait 1,5 % en termes de fréquentation et 1,9 % en termes d'envoi de questionnaires (on peut saluer ici la performance de ces maisons qui ont participé à l'enquête malgré un manque réel de place et de personnel d'accueil).  
Nous avons souhaité donner un peu plus de poids à cette catégorie dans notre enquête, car elle représente un bon nombre des maisons adhérentes à la Fédération. Nous avons voulu tenir compte de leur représentativité aussi sur le plan du nombre de maisons présentes au sein de la Fédération, et pas seulement sur le plan de leur taux de fréquentation).
- la catégorie B représente **30 % des réponses**. Par rapport à l'ensemble des 12 maisons, elle représente en fait seulement 23 % en termes de fréquentation et 26,3 % en termes d'envoi de questionnaires. Cependant, cette catégorie est majoritaire au sein de la Fédération : nous avons donc augmenté légèrement son importance dans l'étude.
- la catégorie C représente **67,5 % des réponses** (par rapport à l'ensemble des 12 maisons, elle représente en fait 75,5 % en termes de fréquentation et 71,7 % en termes d'envoi de questionnaires). Nous avons donc un peu minoré son importance, tout en gardant l'équilibre avec les autres catégories, pour que les réponses de ces dernières ne soient pas sous-estimées dans les résultats globaux.

Ces conclusions générales et par catégories ont également été traitées en regard des résultats des 12 maisons individuelles (chaque maison a reçu ses propres résultats, traités sur Modalisa, de manière confidentielle).

**Sophie Vannieuwenhuyze**  
pour la Fédération

---

<sup>1</sup> Au départ 15 maisons avaient répondu positivement. L'une d'entre elles s'est désistée juste avant le lancement de l'enquête. Deux lieux n'ont rien transmis à la Fédération pendant le déroulement de l'enquête, sans donner d'explications.

## **REMERCIEMENTS :**

- à nos partenaires financiers, sans qui il aurait été impossible de réaliser cette étude,
- à la commission *Publics* de la Fédération et son responsable, Hervé Jouveaux,
- à Michelle Planel de la DMF, pour son aide au sein du comité de pilotage des Rencontres de Bourges,
- à Florence Abrioux, pour ses précieux conseils,
- à Adeline Mercier, pour son travail de qualité,
- aux 12 maisons d'écrivain qui ont consacré du temps à la distribution et à l'envoi des questionnaires,
- et à Jean-Claude Ragot, président de la Fédération des maisons d'écrivain & des patrimoines littéraires.

# MÉTHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE

## Principes de base :

L'enquête devait comporter des questions sur :

- les antécédents de la visite (la préparation : "avant"),
- les conditions de la visite (le ressenti : "pendant"),
- le niveau de satisfaction et les dispositions à revenir (la suite : "après"),
- le profil sociodémographique des visiteurs (qui est le public ?).

## Méthode :

### 1. LE FORMULAIRE :

La Fédération fournissait à chaque participant de l'échantillon le questionnaire de base (en format Word), à personnaliser avec, en en-tête :

- le **logotype** (utilisation de la charte graphique) du lieu où le questionnaire était distribué,
- l'**intitulé complet** du lieu,
- et, si possible, une **illustration** (photo ou dessin).

Le formulaire devait en effet **s'identifier** avec le lieu visité. Il devait également être **numéroté** et **daté** pour faciliter le comptage.

Chaque lieu pouvait éventuellement le compléter par une ou deux questions spécifiques, pour usage interne, mais le questionnaire ne devait **en aucun cas dépasser quatre pages** : le visiteur ne devait pas avoir besoin de plus de 10 minutes pour le remplir.

### 2. LA MÉTHODE :

Les maisons de l'échantillon ont été classées en **trois catégories**, en fonction de leur **fréquentation** (à partir de l'enquête statistique de 2007) :

- **A = moins de 1 000 visiteurs :**

Distribution d'un questionnaire tous les cinq visiteurs.

- **B = entre 1 000 et 10 000 visiteurs :**

Distribution d'un questionnaire tous les dix visiteurs.

- **C = plus de 10 000 visiteurs/an :**

Distribution d'un questionnaire tous les vingt visiteurs.

Dans le cas de visiteurs **individuels**, la maison ne distribuait qu'un seul questionnaire par famille (au cas où le comptage obligeait normalement à donner deux questionnaires), et dans le cas de **groupes**, un seul questionnaire par groupe de visite.

### 3. LA PROCÉDURE :

Le questionnaire était remis au visiteur **à l'entrée**, au moment où il achetait son billet (ou à l'accueil si gratuité).

La personne qui accueillait le visiteur lui expliquait succinctement le but de cette enquête, en lui précisant que la réponse était anonyme, et lui demandait de remplir le questionnaire à la fin de sa visite, en lui indiquant qu'il recevrait un petit cadeau en remerciement.

Cela impliquait donc de la part de chaque lieu un petit **aménagement** (table, chaises...) à la sortie, pour que le visiteur puisse s'installer confortablement pour répondre, et un **suivi** de la part du personnel d'accueil pour que le visiteur n'oublie pas de rendre sa réponse.

Le choix du cadeau était laissé à l'appréciation de chacun (carte postale, marque-page, ...).

### 4. LA PÉRIODE :

L'enquête a été menée **du 1<sup>er</sup> mars au 30 septembre 2008**. Les questionnaires remplis (après traitement en interne si souhaité) étaient en principe retournés à la Fédération tous les quinze jours pour permettre une saisie des réponses au fur et à mesure.

Les résultats ont été dépouillés et traités pour une présentation lors des **Xe Rencontres des maisons d'écrivain** à Bourges en novembre 2008.



# **MAISONS INTERROGÉES**

*(Echantillon réel)*

## **Catégorie A = moins de 1 000 visiteurs/an**

- Maison des Ecrivains de la Mer à St Gilles-Croix-de-Vie (85)
- Maison de Pierre Benoît à Saint Paul les Dax (40)

## **Catégorie B = entre 1 000 et 10 000 visiteurs/an**

- Centre Jean Giono à Manosque (04)
- Musée départemental Stéphane Mallarmé à Vulaines-sur-Seine(77)
- Musée J.J. Rousseau à Montmorency (95)
- Musée Pierre Corneille à Petit-Couronne (76)
- Maison Jules-Roy à Vézelay (89)

## **Catégorie C = plus de 10 000 visiteurs/an**

- Centre François Mauriac de Malagar (33)
- Maison Elsa Triolet-Aragon à St Arnoult (78)
- Musée Victor Hugo à Villequier (76)
- Maison de Pierre Loti à Rochefort (17)
- Musée J.J. Rousseau – Les Charmettes à Chambéry (73)

**AVANT :**  
**LA PRÉPARATION DE LA VISITE...**

## 1. Comment avez-vous eu connaissance de l'EXISTENCE de ce lieu à visiter ?






	Effectifs	%
carte touristique	48	3,7%
guide, brochure	327	25,0%
office de tourisme	139	10,6%
presse	158	12,1%
internet	72	5,5%
affichage dans la région	73	5,6%
par des amis	393	30,0%
en passant devant	189	14,4%
autre (voir commentaire)	273	20,9%
Total répondants	1308	









Interrogés : 1319 / Répondants : 1308 / Réponses : 1672 (réponses multiples)  
 Pourcentages calculés sur la base des répondants










- C'est "par des amis" qui arrive en tête avec 30 % de réponses. Indication intéressante car cela veut dire que le public fidèle amène des **primo-visiteurs**, mais pas forcément en les emmenant sur place : c'est le **bouche-à-oreille** qui fonctionne bien.
- En deuxième position on remarque que les visiteurs ont découvert le lieu grâce à la **communication "papier"** (25 % des réponses). En effet, les maisons d'écrivain font le nécessaire pour être présentes dans les supports touristiques (cf. résultats de la première enquête statistique de la Fédération en 2006, dans laquelle la question avait été posée : 96,7 % des lieux avaient répondu figurer dans des guides et brochures et 64,5 % disaient faire partie d'un circuit ou d'une route touristique).
- En troisième position la réponse "**autre**" correspond le plus souvent à : "nous avons une résidence (principale ou secondaire) à côté".
- "**En passant devant**" représente tout de même 14,4 % des réponses dans les résultats globaux, mais avec des disparités flagrantes : ce taux monte à 37,5 % pour la catégorie A, en première position, ce qui s'explique par le fait que ces maisons sont souvent très mal signalées, et à 32,3 % pour la catégorie B, ce qui est surtout vrai pour la Maison Jules-Roy en l'occurrence : les visiteurs qui viennent visiter la basilique de Vézelay découvrent cette maison d'écrivain par hasard ... et souvent aussi l'auteur !
- **On ne parle pas assez des maisons d'écrivain dans la presse**, que ce soit la radio, la télévision ou les magazines (c'est particulièrement vrai pour la catégorie A). Mais il existe **un impact réel des médias** dans ce domaine : nous avons constaté une augmentation visible des réponses "nous avons connu cette maison par la presse" dans les questionnaires de la Maison Elsa Triolet-Aragon, après le passage d'un reportage de quelques minutes sur la maison, en juillet 2008, dans l'émission Télématin (France 2) !

- De même, la pratique **d'Internet** ne semble pas très développée dans la préparation de la visite...
- Un effort est à faire dans les **relations avec les offices de tourisme** (communication plus efficace pour les petites maisons que pour les grandes ...)
- La Fédération espère que les 4 % de la réponse "par une carte touristique" fait référence à la carte de France des maisons d'écrivain et que ce pourcentage augmentera encore prochainement !
- Enfin, "l'affichage dans la région" n'est pas très efficace et nous retrouverons ce problème de signalisation à plusieurs reprises dans les résultats de cette étude.



### Comparaison des résultats des trois catégories :

<b>A</b>	Effectifs	%
guide, brochure	 9	28,1%
office de tourisme	 7	21,9%
affichage dans la région	 3	9,4%
par des amis	 6	18,8%
<b>en passant devant</b>	 <b>12</b>	<b>37,5%</b>

<b>B</b>	Effectifs	%
carte touristique	 14	3,6%
guide, brochure	 94	23,9%
office de tourisme	 35	8,9%
presse	 47	12,0%
internet	 24	6,1%
affichage dans la région	 24	6,1%
par des amis	 71	18,1%
<b>en passant devant</b>	 <b>127</b>	<b>32,3%</b>

<b>C</b>	Effectifs	%
carte touristique	 35	4,0%
guide, brochure	 225	25,5%
office de tourisme	 96	10,9%
presse	 111	12,6%
internet	 47	5,3%
affichage dans la région	 47	5,3%
<b>par des amis</b>	 <b>315</b>	<b>35,7%</b>
en passant devant	 50	5,7%
autre	 222	25,1%



## 2. Etiez-vous DEJA VENU(e) visiter ce lieu auparavant ?

	Effectifs	%
oui	 326	24,8%
<b>non</b>	 <b>988</b>	<b>75,2%</b>
Total	1313 réponses	100,1%

Les visiteurs interrogés sont en majorité des **primo-visiteurs**, à proportions égales dans les trois catégories.

- **Pour les 25 % qui étaient déjà venus :**

**combien de fois y compris aujourd'hui ?**

	Effectifs	%
<b>deux fois</b>	 <b>203</b>	<b>67,4%</b>
plus de trois fois	 98	32,6%
Total	301 réponses	100,0%

**PENDANT :**

**LE COMPORTEMENT DU VISITEUR  
ET  
LA RÉCEPTION DE LA VISITE...**

### 3. Combien de TEMPS avez-vous passé dans ce lieu aujourd'hui ?

	Effectifs	%
moins d'une demi-heure	95	7,7%
une demi-heure à une heure	324	26,2%
<b>une heure à une heure et demie</b>	<b>534</b>	<b>43,2%</b>
plus d'une heure et demie	281	22,8%
Total	1235 réponses	99,9%

66 % des visiteurs passent **plus d'une heure** dans le lieu, surtout en catégorie C : près de 80 % (maisons plus vastes, avec jardins).

#### Comparaison des résultats des trois catégories :

A	Effectifs	%
moins d'une demi-heure	3	9,4%
<b>une demi-heure à une heure</b>	<b>13</b>	<b>40,6%</b>
une heure à une heure et demie	9	28,1%
plus d'une heure et demie	7	21,9%

B	Effectifs	%
moins d'une demi-heure	77	19,8%
<b>une demi-heure à une heure</b>	<b>160</b>	<b>41,1%</b>
une heure à une heure et demie	108	27,8%
plus d'une heure et demie	44	11,3%

	Effectifs	%
moins d'une demi-heure	15	1,8%
une demi-heure à une heure	151	18,6%
<b>une heure à une heure et demie</b>	<b>418</b>	<b>51,4%</b>
plus d'une heure et demie	231	28,4%

## 4. POURQUOI êtes-vous venu(e) aujourd'hui ?

	Effectifs	%
<b>pour découvrir la maison (le musée)</b>	<b>929</b>	<b>70,8%</b>
pour approfondir votre connaissance de la vie et de l'œuvre	500	38,1%
pour revoir ce qui vous avait intéressé lors d'une visite précédente	121	9,2%
pour faire connaître ce lieu à des parents, des amis	334	25,5%
pour suivre une conférence, une lecture, un spectacle	35	2,7%
pour visiter une exposition temporaire	134	10,2%
à l'occasion d'une manifestation nationale gratuite	25	1,9%
à l'occasion d'une autre visite dans le secteur	194	14,8%
<u>*autre</u>	60	4,6%
Total répondants	1312	

Interrogés : 1319 / Répondants : 1312 / Réponses : 2333  
 Pourcentages calculés sur la base des répondants

### \* Autres raisons :

- Pour une animation arts plastiques,
- Pour un atelier poétique,
- Pour faire une sortie culturelle,
- Parce que je suis en vacances dans la région,
- A l'occasion d'une sortie scolaire,
- Pour découvrir le jardin,
- Lors d'un voyage organisé,
- Pour accompagner une amie...

- La première raison pour être venu visiter le lieu est "pour **découvrir la maison**", réponse classique et logique.
- En deuxième position tout de même - c'est à souligner - nous avons "pour **approfondir votre connaissance de la vie et de l'œuvre**". Donc le lieu est bien vu comme "porteur de littérature".
- "Faire connaître ce lieu à des parents, des amis" arrive en troisième position et représente un pourcentage important, qui correspond au "par des amis" de la question 1.

En revanche, pour la catégorie B, c'est la **visite d'une exposition temporaire** qui arrive en troisième position (5<sup>ème</sup> seulement dans les résultats globaux). Pour les catégories A et B confondues, les expositions et manifestations diverses représentent d'ailleurs 25 % des réponses contre seulement 13 % en globalité.



On peut noter ici que les réponses à la question "**à l'occasion d'une manifestation gratuite**" sont **biaisées** par le fait que le questionnaire n'a souvent pas pu être distribué dans la plupart des lieux à ces occasions précises, à cause d'une trop grande affluence de public. Normalement, le taux de réponses sur cette proposition devrait être bien supérieur.

- "A l'occasion d'une autre visite dans le secteur" correspond au "en passant devant" de la question 1.

### **Quelques citations des visiteurs**

- Pour entendre les commentaires d'un autre guide...
- Ce sont les écrivains préférés de mes parents...
- Pour m'imprégner de l'ambiance...
- J'avais rencontré l'écrivain quand j'étais à l'armée et il m'avait dédié son livre ...
- Souvenir de lecture d'adolescent ...

## 5. Etes-vous venu(e) ... ?

	Effectifs	%
seul(e)	133	10,1%
en couple	457	34,8%
en famille	353	26,9%
avec des amis	312	23,8%
en groupe organisé*	57	4,3%
Total	1312 réponses	100,0%

\* en groupe organisé : résultat biaisé car les questionnaires n'ont pas toujours été distribués aux groupes. En fait, dans l'enquête statistique de fréquentation des lieux, le chiffre des visites de groupes est de **12 %** (contre 76 % de visiteurs individuels et 12 % de scolaires).

### - Quelle proportion de visiteurs hommes et femmes ?

Nous avons constaté que ce sont **les femmes** qui remplissent le questionnaire la plupart du temps, d'où la nécessité de croiser cette question 5 avec la 19 : "*Etes-vous un homme ou une femme ?*" pour avoir une idée du nombre de femmes visiteuses : il semble qu'elles soient plus nombreuses en cas de visite solitaire ...

	seul(e)	en couple	en famille	avec des amis	en groupe organisé	Total
une femme	6,9	18,6	19,0	16,5	3,3	64,3
un homme	3,2	16,2	7,9	7,2	1	35,7
Total	10,1	34,8	26,9	23,8	4,3	100,0

Tableau en %  
proportion de femmes et d'hommes ayant répondu au questionnaire  
dans les différents cas de visite (visiteurs seuls ou accompagnés)



## 6. Quel MODE DE TRANSPORT avez-vous utilisé ?

	Effectifs	%
à pied	156	11,9%
à vélo	16	1,2%
<b>en voiture</b>	<b>1057</b>	<b>80,4%</b>
par les transports en commun	44	3,3%
<u>autre(s)</u> *	41	3,1%
Total	1315 réponses	99,9%

\* Autres : souvent camping-car, ou car pour les groupes, quelques motards aussi ...



- On constate que les maisons d'écrivain sont souvent isolées et peu accessibles par les transports en commun (réseau de bus ou SNCF).
- Majorité de réponses pour la **voiture**, dans toutes les catégories de maisons. Il serait donc judicieux de prendre contact avec les fabricants de GPS pour améliorer la facilité d'accès aux lieux !

## 7. Quel est votre DEGRE DE SATISFACTION à la fin de votre visite ?



	Effectifs	%
<b>très satisfait</b>	 <b>912</b>	<b>74,3%</b>
<b>satisfait</b>	 <b>302</b>	<b>24,6%</b>
peu satisfait	10	0,8%
pas du tout satisfait	3	0,2%
Total	1227 réponses	100,0%



On compte ici 99 % de satisfaits, et même 100 % en catégorie A et B :

### Comparaison des résultats des trois catégories :

A	Effectifs	%
<b>très satisfait</b>	 <b>27</b>	<b>84,4%</b>
<b>satisfait</b>	 <b>5</b>	<b>15,6%</b>
Total	32	100,0%

Satisfaction due à la "personnalisation" de la visite (importance de la personne qui accueille, qui s'investit énormément dans le lieu ...)



B	Effectifs	%
<b>très satisfait</b>	 <b>295</b>	<b>76,2%</b>
<b>satisfait</b>	 <b>93</b>	<b>24,0%</b>
Total	387	100,3%

C	Effectifs	%
<b>très satisfait</b>	 <b>591</b>	<b>73,1%</b>
<b>satisfait</b>	 <b>204</b>	<b>25,2%</b>
peu satisfait	10	1,2%
pas du tout satisfait	3	0,4%
Total	808	100,0%



Effet "tourisme de masse" ?...

## 8. Plus particulièrement, comment avez-vous apprécié les ASPECTS SUIVANTS ?



### - Signalisation du site (affichage, panneaux de signalisation...) :

	Effectifs	%
bien	 799	65,8%
insuffisant	 416	34,2%
Total	1215 réponses	100,0%

- Un tiers des visiteurs indiquent que les lieux sont mal signalés ... et c'est encore plus vrai pour les maisons de la catégorie A :



A	Effectifs	%
bien	 13	46,4%
insuffisant	 15	53,6%
Total	28 réponses	100,0%

### - Accessibilité du lieu (parking...) :

	Effectifs	%
bien	 947	83,7%
insuffisant	 185	16,3%
Total	1132 réponses	100,0%

- La proportion d'insatisfaits est supérieure pour la catégorie A également : **24 %**.

### - Présentation générale des œuvres, objets et documents :

	Effectifs	%
bien	 1144	96,1%
insuffisant	 47	3,9%
Total	1191 réponses	100,0%

- 100 % de satisfaits pour A, 98 % pour B, 95 % pour C : **Plus le lieu est "important", plus les visiteurs sont exigeants.**

**- Visibilité et lisibilité des textes d'information :**

	Effectifs	%
bien	959	90,2%
insuffisant	104	9,8%
Total	1063 réponses	100,0%

- Toujours plus **d'exigence en C** (88,9 % de satisfaits).

**- Compréhension des œuvres (textes, audio-guidage...) :**

	Effectifs	%
bien	819	91,5%
insuffisant	76	8,5%
Total	895 réponses	100,0%

- Pour la catégorie A : **100 % de satisfaits** (groupes plus réduits, guide plus disponible...)

**- Parcours dans les lieux (fléchage, repères...) :**

	Effectifs	%
bien	853	92,8%
insuffisant	66	7,2%
Total	919 réponses	100,0%

- Plutôt bien partout...

**Confort offert aux visiteurs (vestiaire, toilettes, sièges...) :**

	Effectifs	%
bien	865	93,1%
insuffisant	64	6,9%
Total	929 réponses	100,0%

- Moins de confort en catégorie A (31,6 % d'insatisfaits) car **les lieux sont souvent exigus** (pas de toilettes, pas de sièges ...).

- Les visiteurs apprécieraient des "commodités" plus propres ... remarque récurrente pour plusieurs sites dans les catégories B et C)...

#### - Visite guidée (*quand elle existe*) :

	Effectifs	%
bien	851	98,7%
insuffisant	11	1,3%
Total	862 réponses	100,0%

#### Résumé des commentaires :

- **Plébiscitée** par les visiteurs qui ont fait ce choix (quand il est proposé, ce qui est fréquent en catégorie B mais rare en catégorie C où la visite encadrée est obligatoire). Nous avons rapproché cette question de la n° 9 (voir ci-après) : on note bien **l'importance de la visite guidée dans les lieux littéraires**.
- Premier constat : les visiteurs apprécient la **qualité de l'accueil**, souvent décrit comme "très agréable, parfait, excellent, chaleureux, amical" ...
- **Les guides** sont aussi complimentés, ils sont "intéressants, passionnants, captivants" même, et aussi "qualifiés, cultivés, disponibles et ouverts". Ce qui plaît beaucoup, ce sont les **lectures de passages d'œuvres** par des guides qui savent **communiquer** leur passion pour l'écrivain aux visiteurs...
- Les **visites commentées** sont qualifiées de "bien organisées, bien expliquées, instructives, vivantes, riches, passionnantes, documentées".
- A côté de l'intérêt pour la connaissance de l'écrivain et de l'œuvre, on constate que maison et jardin ou parc plaisent aussi beaucoup sur le plan **esthétique**, tout simplement.
- Quelques bémols à ces remarques positives : nombreux sont ceux qui déplorent le **manque de temps** pour voir la maison, les meubles et les objets, ils jugent les visites guidées trop rapides. Ce qui ressort beaucoup dans les commentaires, c'est un **besoin de calme**, de sérénité pour pouvoir **entrer dans l'intimité** du lieu et de l'écrivain. On retrouve souvent les mots calme, sérénité, silence, ou encore paisible dans le vocabulaire employé.
- Plusieurs critiques nettes aussi : à propos de la **signalisation insuffisante** en particulier, et ce toutes catégories confondues. Ensuite sur **les installations vidéo** dans certaines maisons, qui sont **mal adaptées** ou peu accessibles semble t-il. A cela il faut ajouter que les visiteurs se plaignent souvent des **sites internet** des maisons (pour celles qui en ont un) qu'ils ne trouvent **pas assez complets**. Enfin, **l'hygiène** semble aussi à revoir (toilettes...).

## Quelques citations des visiteurs :

- Beaucoup d'acariens...
- Les jardins m'ont tout d'abord attiré, puis la maison, puis le personnage...
- Le guide nous a fait revivre la vie de l'écrivain...
- Modernisation trop poussée de la maison...
- C'est inadmissible de passer plus de temps à chercher la maison qu'à la visiter ...
- J'aime voir l'environnement qui a pu influencer l'œuvre...
- Pas assez de documents en anglais...
- Je reviendrai m'inspirer des lieux...
- Plus d'informations à la gare SNCF serait appréciable...
- Un espace de détente serait apprécié...
- Manque de repères chronologiques...

## Préférez-vous ... (question 9)

	Effectifs	%
une visite libre	315	25,0%
<b>une visite guidée</b>	<b>877</b>	<b>69,5%</b>
une visite audio-guidée	70	5,5%
Total	1262 réponses	100,0%

- Quand le choix de visite libre ou commentée est laissé au visiteur (souvent en catégorie B), la visite commentée ressort beaucoup moins :



<b>B</b>	Effectifs	%
<b>une visite libre</b>	<b>172</b>	<b>46,0%</b>
<b>une visite guidée</b>	<b>179</b>	<b>47,9%</b>
une visite audio-guidée	22	5,9%
Total	374 réponses	99,7%

En effet, de nombreuses personnes apprécient de visiter librement, de se faire leur propre opinion, de pouvoir s'arrêter plus longuement à certains endroits, de rêver aussi... On parle tout de même ici de "lieux d'inspiration"... Mais ce sont les visiteurs qui connaissent déjà bien l'écrivain et l'œuvre et qui ressentent moins le besoin d'avoir des explications !



- Enfin, le visiteur remplissait le questionnaire à la fin de sa visite et il était bien entendu **influencé** par une bonne visite guidée (c'est visible dans les résultats maison par maison), ce qui orientait un peu son jugement...
- **Peu de maisons d'écrivain proposent une visite audio-guidée** (20% des adhérents de la Fédération) d'où le faible taux de réponse sur ce point.







**- Articles en vente à la boutique :**

	Effectifs	%
<b>bien</b>	 <b>711</b>	<b>90,6%</b>
insuffisant	 74	9,4%
Total	785 réponses	100,0%

**Résultats très disparates selon les catégories de maisons :**

<b>A</b>	Effectifs	%
bien	 8	50,0%
<b>insuffisant</b>	 <b>9</b>	<b>56,3%</b>
Total	16 réponses	106,3%



<b>B</b>	Effectifs	%
bien	 136	86,1%
insuffisant	 22	13,9%
Total	158 réponses	100,0%

<b>C</b>	Effectifs	%
bien	 567	92,8%
insuffisant	 43	7,0%
Total	611 réponses	99,8%

- Plus le lieu est important, plus la boutique est bien achalandée ...
- Mais les visiteurs achètent volontiers dans tous les cas.

**Nous avons rapproché ces résultats des réponses à la question 10 :**

## 10. Avez-vous effectué des ACHATS à la boutique ?

	Effectifs	%
<b>oui</b>	 <b>354</b>	<b>60,5%</b>
non	 231	39,5%
Total	585 réponses	100,0%

### Résumé des commentaires :

- Les achats principaux sont d'abord des **livres** de l'auteur, sur l'auteur ou sur sa maison : **plus de 50 %** des ventes.
- Ensuite ce sont les **cartes postales** qui remportent le plus grand succès, avec **40%** des ventes.
- les **CD** et **DVD** se placent en troisième position, ainsi que les **affiches** de la maison ou de l'écrivain.
- Quatrième achat : **brochures** et **guides** sur la **maison** ou sur la **région**.
- Ensuite arrivent les marques pages, magnets et stylos...



N.B : le **vin** fait aussi recette dans certains lieux...

### Auriez-vous souhaité y trouver autre chose ?

Les visiteurs déplorent quelques manques :



- en tête, **des livres** : il semble que les visiteurs n'aient **pas assez de choix**. Selon les maisons, les visiteurs demandent :
  - des **rééditions** d'ouvrages qu'ils ne trouvent pas,
  - des livres sur la **maison**,
  - des **ouvrages universitaires** sur l'œuvre,
  - des **biographies**.
- En second point, il n'y a généralement pas assez de choix de **cartes postales**.
- De plus, beaucoup de visiteurs sont déçus de ne pas trouver de **DVD** à propos de la maison ou de l'écrivain.
- Nombreux sont ceux qui souhaiteraient aussi des **reproductions de tableaux** des maisons ou de **portraits** des écrivains, ou des reproductions d'**objets de la maison**.

## 11. Avez-vous lu l'OEUVRE de l'auteur (ou une partie) ?

	Effectifs	%
<b>oui</b>	 <b>845</b>	<b>66,7%</b>
non	 421	33,3%
Total	1266 réponses	100,0%

- Entre 60 et 70 % des visiteurs **connaissent l'œuvre** (c'est vrai toutes catégories confondues). On peut se poser la question de l'honnêteté de cette réponse, mais quand on voit ensuite les résultats de la question 16 sur la visite d'autres maisons d'écrivain, on est convaincu !

### - Votre visite vous a-t-elle donné l'envie de LIRE ou de RELIRE cet auteur ?

	Effectifs	%
<b>oui</b>	 <b>1090</b>	<b>94,2%</b>
non	 67	5,8%
Total	1157 réponses	100,0%

- Les maisons d'écrivain tiennent bien leur rôle de passeur de littérature : **Objectif atteint !!!**

### Résumé des commentaires de lecture :

- Les visiteurs souhaitent relire les œuvres de l'écrivain, parce qu'après avoir vu la maison, ils se sentent plus proches de ses écrits et souhaitent s'y replonger.
- Ceux qui ne connaissaient pas les œuvres souhaitent pour la plupart les lire après la visite, parce que les **commentaires du guide** les y ont incités.
- Beaucoup ont envie de lire une **biographie** de l'auteur en sortant de la maison.
- On trouve tout de même quelques réfractaires, qui n'ont pas aimé le style de l'écrivain ou qui n'ont pas été touchés par la visite, mais ils sont peu nombreux.

### Quelques citations des visiteurs :

- C'est une très bonne idée d'avoir mis à disposition des livres de l'auteur...
- Il y a toujours des réminiscences de l'œuvre qui réapparaissent au cours de la visite...
- Je dois avouer que je n'avais jamais entendu parler de cet écrivain...
- Je souhaite retrouver la description de ce lieu dans ses écrits...
- Le lien avec la maison est si présent dans l'œuvre...
- On comprend mieux l'inspiration qui découle de la paix et de la beauté...
- Une envie de lire entre les lignes ou de faire une lecture au second degré...

## 12. Avez-vous appris quelque chose QUE VOUS NE SAVIEZ PAS sur l'auteur, son œuvre, sa vie au cours de cette visite ?

	Effectifs	%
<b>oui</b>	1181	<b>93,7%</b>
non	79	6,3%
Total	1260 réponses	100,0%

- Le lieu remplit bien son rôle ...

### Résumé des commentaires :

- Les visiteurs ont **tout** ou **beaucoup** appris et l'avouent.
- Ensuite, même s'ils avaient déjà quelques connaissances sur l'auteur, ils ont découvert sa **personnalité**, sa **vie de famille**, sa **vie quotidienne**, son **enfance**, et enfin ses **goûts** et **habitudes**, ses **amitiés** et sa **religion**.

### Quelques citations des visiteurs :

- Je ne savais pas que Rousseau avait composé de la musique...
- On apprend les manies d'Aragon comme le facteur, le déclenchement de la roue, la lecture aux invités...
- J'ai appris les origines pied noir de Jules Roy...
- La nature et la maison sont essentielles : cette dimension manquait totalement à mon appréciation de l'œuvre...
- En fait je me suis rendu compte que je connaissais bien peu de choses sur lui...
- Il était difficile d'imaginer par la lecture la majesté de ces lieux...

### 13. Votre visite correspond-elle à vos ATTENTES ?

	Effectifs	%
<b>oui</b>	1228	<b>98,2%</b>
non	22	1,8%
Total	1251 réponses	99,9%

#### Résumé des commentaires :

- De nombreux visiteurs n'avaient **pas d'attentes** spécifiques.
- Ceux qui en avaient, ont été déçus par le **manque de temps** pour visiter la maison.
- Déception aussi car les **bibliothèques** ne sont pas toujours ouvertes au public.
- Les visiteurs se plaignent du **manque d'œuvres** (manuscrits) des écrivains dans leurs maisons.

#### Quelques citations des visiteurs :

- Pas assez d'informations en langues étrangères...
- Nous n'attendions rien donc la surprise fut totale...
- Pas assez d'objets ayant appartenu à l'écrivain...
- Dommage que la bibliothèque ne soit pas accessible...
- Au lieu de faire des expositions temporaires, présentez davantage l'auteur...

## 14. Remarques, suggestions et commentaires ou critiques :

Les maisons plaisent beaucoup dans l'ensemble, mais les visiteurs ont donné leur avis pour améliorer les lieux et nous avons constaté que ce sont pratiquement les mêmes conseils pour toutes les maisons :




- Tout d'abord, la principale critique est le manque de pièces visitables, les visiteurs **voudraient voir la maison dans son intégralité**.
- il y a **trop peu d'animations** dans les maisons, les ateliers, notamment pour les enfants, sont plébiscités, ainsi que les spectacles, concerts et conférences.
- Une autre remarque récurrente, comme nous l'avons déjà noté, est le **manque de temps** pour visiter la maison. Les visiteurs souhaiteraient que l'on limite les groupes de visite. Il faut y ajouter la demande d'un **coin détente**, très présente aussi.
- L'**entretien** des maisons est critiqué, que soit au niveau de l'hygiène (toilettes) ou de l'entretien général du lieu (poussière, odeurs désagréables...).
- Point positif : de nombreux visiteurs souhaiteraient qu'il y ait **plus de publicité** autour des lieux littéraires, qu'ils trouvent trop beaux pour ne pas être mis en valeur. Ils voudraient voir plus de maisons d'écrivain à la **télévision** en particulier.
- Le manque de présentations **vidéo et audio** est signalé, notamment en ce qui concerne les publics en situation de handicap.
- Est revenu ici également le **manque de signalisation** des sites...

### Quelques citations des visiteurs :



- Il faudrait aborder un peu plus l'œuvre littéraire...
- Il faudrait mettre une vitre antireflet sur les tableaux et photos...
- Certaines pièces manquent de lumière...
- Ce serait bien de proposer à la boutique des enregistrements de textes...
- Il faudrait faire référence à ses œuvres les moins connues, ce serait plus intéressant...
- Le guide pourrait être déguisé...
- Il serait bien d'avoir un coin café...
- Espérons que ce cadre enchanteur reste toujours en l'état...
- Continuez, la culture rend les gens heureux !




**APRÈS :**  
**LES INTENTIONS DU VISITEUR...**




## 15. Auriez-vous le désir de REVENIR prochainement ?

	Effectifs	%
<b>oui</b>	 <b>691</b>	<b>52,8%</b>
peut-être	 576	44,0%
non	 42	3,2%
Total	1309 réponses	100,0%

- 97 % ont envie de revenir, éventuellement, mais avec des **disparités** :

<b>A</b>	Effectifs	%
oui	 24	72,7%
peut-être	 9	27,3%
Total	33 réponses	100,0%

<b>B</b>	Effectifs	%
oui	 223	56,7%
peut-être	 160	40,7%
non	 9	2,3%
Total	393 réponses	99,7%

<b>C</b>	Effectifs	%
oui	 443	50,2%
peut-être	 407	46,1%
non	 33	3,7%
Total	883 réponses	100,0%

### Si NON, pourquoi ?

- Le plus souvent, les visiteurs qui répondent non disent que c'est une question d'**éloignement géographique**.
- Ensuite, d'autres disent que la visite était très claire et qu'ils n'ont pas besoin de plus : a priori, ceux-ci ont donc trouvé ce qu'ils cherchaient dans la maison...
- Enfin, quelques-uns veulent garder du temps pour visiter les **autres nombreuses richesses** de notre patrimoine !



## Si OUI, à quelles occasions pensez-vous revenir ?



	Effectifs	%
pour approfondir votre connaissance du lieu ou de l'auteur	274	24,0%
pour revoir ce qui vous a intéressé aujourd'hui	317	27,8%
<b>pour faire connaître ce lieu à des parents, des amis</b>	<b>818</b>	<b>71,7%</b>
pour suivre une conférence, une lecture, un spectacle	284	24,9%
pour visiter une exposition temporaire	301	26,4%
<u>autre*</u>	74	6,5%
Total répondants	1141	

Interrogés : 1319 / Répondants : 1141 / Réponses : 2068  
 Pourcentages calculés sur la base des répondants

### \* AUTRES raisons de revenir :




























- pour revoir le **jardin**, mais aussi par amour du lieu et de l'ambiance qui y règne,
  - de nombreux enseignants veulent revenir **avec leurs classes**, notamment pour organiser des ateliers littéraires,
  - Beaucoup souhaitent aussi revenir **après avoir lu l'œuvre** de l'auteur,
  - Enfin, pour voir les **pièces** qui ne sont **pas encore ouvertes** au public.
- "Faire connaître le lieu à la famille et aux amis" arrive en tête : c'est à rapprocher des résultats des questions 1 et 4. C'est important car **ces personnes amènent de nouveaux visiteurs.**
- Les expositions temporaires sont plébiscitées par les visiteurs. Les conférences etc. aussi pour les maisons de la catégorie C, qui peuvent en organiser plus facilement que les deux autres catégories, car elles ont les moyens financiers et l'espace nécessaire... **L'évènementiel permet de fidéliser le public de proximité.**

## 16. Avez-vous déjà visité D'AUTRES maisons d'écrivain ?

	Effectifs	%
<b>oui</b>	 <b>710</b>	<b>73,8%</b>
non	 252	26,2%
Total	962	100,0%

- Nos visiteurs de maisons d'écrivain sont généralement des **amateurs** de ce type de lieux de mémoire...

### Les maisons les plus visitées (plus de 10 réponses) :

Hugo	 267	37,0%
Balzac	 157	22,6%
Sand	 123	17,9%
Chateaubriand	 100	14,1%
Zola	 65	9,5%
Dumas	 58	8,3%
Rostand	 54	7,6%
Loti	 38	5,2%
Montesquieu	 35	5,1%
Colette	 32	4,7%
Montaigne	 32	4,7%
Flaubert	 26	3,8%
Mauriac	 24	3,2%
Rabelais	 23	3,4%
Proust	 21	3,1%
Mallarmé	 19	2,8%
Rousseau	 19	2,5%
Aragon	 18	2,5%
Corneille	 18	2,6%
Michelet	 17	2,5%
Daudet	 17	2,3%
Tourgueniev	 17	1,2%
Ronsard	 13	1,9%
Maupassant	 12	1,7%
Voltaire	 12	1,7%
Leblanc	 12	1,7%
Sévigné	 11	1,6%

Hormis ce tableau récapitulatif, où figurent les maisons d'écrivains les plus citées. **154 autres maisons d'écrivains** ont été nommées, parmi lesquelles **49 maisons étrangères**.

N.B : les visiteurs ont souvent fait l'amalgame entre maisons d'écrivains et maisons d'artistes (peintres, etc.)...

## 17. Etes-vous **MEMBRE** d'une (ou plusieurs) associations d'amis d'auteurs ?

	Effectifs	%
oui	58	4,8%
<b>non</b>	<b>1163</b>	<b>95,2%</b>
Total	1221	100,0%

- La question n'a **pas toujours été comprise** : les visiteurs ont mentionné toutes sortes d'associations sans rapport avec le sujet ...
- Voici les noms cités (une fois) : Les Amis de ... ou Société littéraire ...

Henri Bosco, Théophile Briant, Jean Cocteau, Colette, Alphonse Daudet, Flaubert et Maupassant, Jean Giono, Goethe et Schiller, Victor Hugo, Max Jacob, Søren Kierkegaard, Pierre Loti, Robert Margerit, François Mauriac, Jean Paulhan, Louis Pergaud, Fernand Pouillon, Charles Ferdinand Ramuz, Jules Renard, George Sand, Marguerite Yourcenar.

N.B. : les Amis du Louvre ont été cités deux fois et ... les Amis de l'Humanité une fois.

## **LE PROFIL DU VISITEUR...**

## 18. ORIGINE géographique des visiteurs : par région

<u>Régions</u>	<u>Effectif</u>	<u>%</u>
Alsace	16	1,3%
Aquitaine	114	8,6%
Auvergne	8	0,6%
Basse-Normandie	12	0,9%
Bourgogne	46	3,5%
Bretagne	74	5,6%
Centre	49	3,7%
Champagne-Ardenne	12	1%
Haute-Normandie	33	2,5%
<b>Ile-de-France</b>	<b>425</b>	<b>42,5%</b>
Limousin	14	1,1%
Lorraine	10	0,8%
Midi-Pyrénées	14	1,1%
Nord-Pas de Calais	19	1,4%
PACA	33	2,5%
Pays de Loire	55	4,2%
Picardie	21	1,6%
Poitou-Charentes	115	8,8%
Rhône-Alpes	109	8,3%

**A NOTER** : L'Ile-de-France reste la première région touristique de notre pays et la première également en nombre de maisons d'écrivain ouvertes au public ... d'où l'importance de la proximité et des relations avec les autres lieux touristiques et culturels !

Le chiffre ci-dessus est évidemment un peu excessif (trois maisons de l'échantillon étaient situées en Ile-de-France). Mais il doit tout de même être proche de **30 %** dans la réalité, si l'on considère les résultats individuels de chaque maison. En effet, on retrouve des Franciliens (et donc des Parisiens) partout en France parmi les visiteurs. Comme l'a très bien dit Jean Viard, quand on habite une très grande ville, on ressent plus le besoin d'en sortir et d'aller respirer ailleurs ...

## 18 ORIGINE géographique des visiteurs : par pays

	Effectifs	%
Allemagne	9	0,7%
Australie	3	0,2%
Autriche	3	0,2%
Belgique	23	1,8%
Bésil	4	0,3%
Canada	5	0,4%
Espagne	1	0,1%
<b>France</b>	<b>1 203</b>	<b>92,8%</b>
Luxembourg	1	0,1%
Grande-Bretagne	9	0,7%
Italie	5	0,4%
Japon	2	0,2%
Mexique	3	0,2%
Pays-Bas	4	0,3%
Pologne	3	0,2%
République Tchèque	1	0,1%
Russie	1	0,1%
Suisse	9	0,7%
Taiïwan	1	0,1%
USA	7	0,5%
Total	1297	100%

- France : 1 203 visiteurs,
- Europe (dont Suisse) : 68 visiteurs,
- Hors Europe : 26 visiteurs.

Les maisons de la catégorie A accueillent 97 % de visiteurs français. Pour les deux autres catégories, les chiffres correspondent aux résultats ci-dessus.

## 20. Classes d'âge :

	Effectifs	%
moins de 20	36	3,0%
de 20 à 40	205	16,8%
<b>de 40 à 60</b>	<b>519</b>	<b>42,6%</b>
<b>Plus de 60</b>	<b>449</b>	<b>36,9%</b>
Total	1218	99,9%

- 79,5 % des visiteurs ont **plus de 40 ans** ... mais avec des **disparités** :






A	Effectifs	%
de 20 à 40	4	14,3%
de 40 à 60	5	17,9%
<b>Plus de 60</b>	<b>19</b>	<b>67,9%</b>
Total	28	100,0%

Plus de retraités en A et B.....

B	Effectifs	%
moins de 20	5	1,4%
de 20 à 40	45	12,3%
de 40 à 60	145	39,6%
<b>Plus de 60</b>	<b>170</b>	<b>46,4%</b>
Total	366	100,0%

C	Effectifs	%
moins de 20	31	3,8%
de 20 à 40	156	19,0%
<b>de 40 à 60</b>	<b>369</b>	<b>44,8%</b>
Plus de 60	260	31,6%
Total	823	99,9%











## 21. Etes-vous ...

	Effectifs	%
<b>actif</b>	 <b>720</b>	<b>55,3%</b>
retraité	 448	34,4%
étudiant	 88	6,8%
sans profession	 30	2,3%
autre (femme au foyer, chômeur ...)	 17	1,3%
Total	1303	100,0%

- C'est une majorité **d'actifs** (de plus de 40 ans ...) qui visite les lieux littéraires, mais aussi beaucoup de retraités. La littérature passerait-elle moins bien auprès des plus jeunes ? Il est vrai qu'elle a perdu beaucoup de terrain dans l'enseignement secondaire et supérieur ces dernières années ... et donc on constate qu'il y a **peu d'étudiants** qui visitent !
- Le pourcentage de "sans activité professionnelle" correspond aux données de l'INSEE sur la répartition de la population française par **Classes Socio-Professionnelles** (voir ci-après).

## 22. Pour les actifs, pouvez-vous préciser votre profession ?

### Résultats de l'enquête de la Fédération (2008) :

	Effectifs	%
employé	 173	18,7%
ouvrier	 16	1,7%
commerçant ou artisan	 23	2,5%
chef d'entreprise	 29	3,1%
<b>enseignant</b>	 <b>255</b>	<b>27,5%</b>
cadre supérieur	 120	12,9%
cadre moyen	 152	16,4%
profession libérale	 100	10,8%
artiste	 46	5%
autre	 12	1,3%
Total	926	100%

Que nous allons comparer avec la répartition de la population française (les catégories ne sont pas exactement les mêmes) :



**Résultats de l'enquête de l'INSEE sur la répartition de la population française par CSP (recensement de la population au 1<sup>er</sup> janvier 2005)**

<b>Population active par CSP</b>	<b>%</b>
agriculteurs	2%
artisans, commerçants, chefs d'entreprises	5,6%
cadres et professions intellectuelles supérieures	14%
professions intermédiaires	23,6%
employés	29,3%
ouvriers	24,4%
sans activité professionnelle	1,1%
Total	100%

Les proportions sont **cohérentes** pour deux catégories de CSP :

- Les *artisans, commerçants et chefs d'entreprise*, regroupés par l'INSEE en une seule catégorie alors que la Fédération les a distingués en deux classes, dont la somme des pourcentages est égale à ...5,6 %.
- les *sans activité professionnelle*. La rubrique *autre* du tableau Fédération est plus large car elle comprend aussi les professions du monde rural (agriculteur, viticulteur ...) qui se sont inscrits dans cette case. Nous aurions peut-être dû les distinguer, mais un agriculteur peut être un chef d'entreprise quand il possède une exploitation, ou un ouvrier agricole ...

En revanche, les visiteurs de maisons d'écrivain sont **surreprésentés** dans deux catégories (personnes ayant un certain niveau d'études supérieures) :

- les *professions intermédiaires* (où l'INSEE intègre les **enseignants** et les professions libérales) : Evidemment les enseignants font pencher la balance pour les maisons d'écrivain...
- les *cadres et professions intellectuelles supérieures* (où l'INSEE compte les artistes).

Et ils sont largement **sous-représentés** chez les *ouvriers* et aussi chez les *employés* dans une moindre mesure.

- les ouvriers : sur 24,4 % de la population active, les lieux littéraires attirent seulement 1,7% d'entre eux,
- les employés : 18,7% de visiteurs sur 29,3 % de la population...

L'examen de ces tableaux montre que la visite n'est pas une question d'entrée gratuite ou payante, mais vraiment une question d'intérêt pour le lieu (si c'est un château par ex.) ou pour la littérature ...

# PERSPECTIVES

Cette **étude des publics** dans les lieux littéraires est à rapprocher de l'**étude de l'offre culturelle** des lieux en question, également réalisée par la Fédération en 2008. Plusieurs pistes de travail apparaissent très nettement à la lecture croisée des résultats de ces deux enquêtes. La présentation de ces études lors des Xe Rencontres de Bourges en novembre 2008 permettra de préconiser un certain nombre d'actions à mettre en œuvre dans les lieux littéraires, et également la construction de nouveaux projets à mener par la Fédération pour l'amélioration de l'accueil des publics (particulièrement dans le domaine de la formation).

- Points positifs ressortant de l'enquête :
  - taux de satisfaction élevé des visiteurs,
  - importance de la durée consacrée à la visite,
  - souhait de revenir et de faire découvrir le lieu à d'autres personnes,
  - les visiteurs repartent presque tous avec le sentiment d'avoir appris quelque chose, de s'être enrichis par cette visite.
  
- Points négatifs ressortant de l'enquête :
  - Diversité insuffisante des catégories d'âge et des catégories socioprofessionnelles,
  - Difficulté à toucher les publics non francophones.

Les maisons d'écrivain paraissent constituer une "niche" culturelle spécifique pour un public de passionnés, ou du moins de personnes sensibilisées à la littérature et ayant une pratique de lecteurs. Ce n'est pas vraiment une surprise ... La fidélisation de ce public, comme dans les autres lieux culturels, passe par l'organisation d'événements ou du moins d'activités récurrentes et variées qui renouvellent l'intérêt des visiteurs et permettent de communiquer sur le lieu.

Une approche plus qualitative (par entretien et/ou observation) serait maintenant nécessaire pour mieux cerner le comportement et la réception du public sur les actions entreprises par chaque lieu :

- Par entretien (non directif, semi-directif ou directif) pour comprendre une situation en profondeur, pour aller plus loin dans les commentaires succincts de l'enquête précédente, pour mettre en rapport des événements intervenus dans la vie des personnes interrogées avec leur comportement culturel...
  
- Par observation : sur le parcours du visiteur, son rapport physique aux œuvres...

Il semble aussi intéressant de renouveler ces études (**publics** et **offre culturelle**) à moyen terme (dans cinq ans par exemple), pour voir si les actions mises en œuvre pour répondre aux attentes des publics ont été suivies d'effet ...

**LE QUESTIONNAIRE** (existait aussi en version anglaise)**1. Comment avez-vous eu connaissance de l'EXISTENCE de ce lieu à visiter ?** (*plusieurs choix possibles*)

- Carte touristique.....  1
- Guide, brochure ... ..  2
- Office de tourisme.....  3
- Presse (magazine, radio, télévision ...).....  4
- Internet .....  5
- Affichage, signalisation dans la région.....  6
- Par des amis .....  7
- En passant devant ... ..  8
- Autre .....  9

**2. Etiez-vous DÉJÀ VENU(e) visiter ce lieu auparavant ?**

oui 1                      non 2

**Si oui**, combien de fois y compris aujourd'hui ?    Deux fois    1    Plus de trois fois    2

**3. Combien de TEMPS avez-vous passé dans ce lieu aujourd'hui ?**

Moins d'une demi-heure            1                      Une demi-heure à une heure            2

Une heure à une heure et demie            3                      plus d'une heure et demie            4

**4. POURQUOI êtes-vous venu(e) aujourd'hui ?** (*plusieurs choix possibles*)

- pour découvrir la maison (le musée) .....  1
- pour approfondir votre connaissance de la vie et de l'œuvre de l'auteur.....  2
- pour revoir ce qui vous avait intéressé(e) lors d'une précédente visite.....  3
- pour faire connaître ce lieu à des parents, des amis .....  4
- pour suivre une conférence, une lecture, un spectacle .....  5
- pour visiter une exposition temporaire .....  6
- à l'occasion d'une manifestation nationale gratuite.....  7
- à l'occasion d'une autre visite dans le secteur .....  8
- autre (préciser) .....  9

5. **Etes-vous venu(e) ... ?**      seul(e) 1      en couple 2      en famille 3  
avec des amis 4      en groupe organisé 5

6. **Quel MODE DE TRANSPORT avez-vous utilisé ?**

Je suis venu(e) ...      à pied 1      à vélo 2      en voiture 3  
par les transports en commun 4      autres (préciser) ? 5

7. **Quel est votre DEGRÉ DE SATISFACTION à la fin de votre visite ?**

Très satisfait 1      Satisfait 2      Peu satisfait 3      Pas du tout satisfait 4

8. **Plus particulièrement, comment avez-vous apprécié les ASPECTS SUIVANTS :**

- |   |                                 |  |
|---|---------------------------------|--|
| - Pour venir, signalisation du site (panneaux,...)                | bien <input type="checkbox"/> 1 | insuffisant <input type="checkbox"/> 2 |
| - Accessibilité du lieu (parking,...)                             | bien <input type="checkbox"/> 1 | insuffisant <input type="checkbox"/> 2 |
| - Présentation générale des œuvres, objets et documents           | bien <input type="checkbox"/> 1 | insuffisant <input type="checkbox"/> 2 |
| - Visibilité et lisibilité des textes d'information               | bien <input type="checkbox"/> 1 | insuffisant <input type="checkbox"/> 2 |
| - Compréhension des œuvres (textes, audio-guidage ...)            | bien <input type="checkbox"/> 1 | insuffisant <input type="checkbox"/> 2 |
| - Parcours dans les lieux (fléchage, repères ...)                 | bien <input type="checkbox"/> 1 | insuffisant <input type="checkbox"/> 2 |
| - Visite guidée ( <i>si elle existe</i> )                         | bien <input type="checkbox"/> 1 | insuffisant <input type="checkbox"/> 2 |
| - Confort offert aux visiteurs (vestiaire, toilettes, sièges ...) | bien <input type="checkbox"/> 1 | insuffisant <input type="checkbox"/> 2 |
| - Articles en vente à la boutique                                 | bien <input type="checkbox"/> 1 | insuffisant <input type="checkbox"/> 2 |

 **Commentaires :** .....

.....

9. **PRÉFÉREZ-VOUS ...**

Une visite libre ? 1      Une visite guidée ? 2      Une visite audio-guidée ? 3

10. **Avez-vous effectué des ACHATS à la boutique ? Si oui, lesquels ?**

.....

.....

Auriez-vous aimé y trouver autre chose ?.....

11. **Avez-vous lu L'ŒUVRE de l'auteur (ou une partie) ?**

oui 1      non 2

Votre visite vous a-t-elle donné envie de **LIRE** ou de **RELIRE** cet auteur ?

oui 1      non 2

Commentaires : .....

12. Avez-vous appris quelque chose **QUE VOUS NE SAVIEZ PAS** sur l'auteur, sa vie, son œuvre au cours de cette visite ?

oui 1 non 2

Commentaires : .....

13. Votre visite correspond-elle à vos **ATTENTES** ?

oui 1 non 2

**Si non,**

pourquoi ?.....

14. Avez-vous d'autres **REMARQUES, SUGGESTIONS, COMMENTAIRES** ou critiques constructives à exprimer au sujet de votre visite d'aujourd'hui ?

.....  
.....  
.....

15. Auriez-vous le désir de **REVENIR** prochainement ?

oui 1 peut-être 2 non 3

**Si non,** pourquoi ? .....

**Si oui,** à quelles **OCCASIONS** pensez-vous revenir ? (*plusieurs choix possibles*)

- pour approfondir votre connaissance du lieu ou de l'auteur..... 1
- pour revoir ce qui vous a intéressé(e) aujourd'hui ..... 2
- pour faire connaître ce lieu à des parents, des amis..... 3
- pour suivre une conférence, une lecture, un spectacle..... 4
- pour visiter une exposition temporaire..... 5
- autre (préciser) ..... 6

16. Avez-vous déjà visité D'AUTRES maisons d'écrivain ? .....

Si oui, lesquelles ? .....

.....

.....

17. Êtes-vous MEMBRE d'une (ou plusieurs) association(s) d'amis d'auteurs ?

oui 1 non 2

Si oui,

la(les)quelle(s) ? .....

.....

18. Quelle est votre origine GÉOGRAPHIQUE ?

Ville : .....

Ou département (*donner le code postal*) : .....

Ou région : .....

Ou pays : .....

19. Etes-vous ... ? une femme 1 un homme 2

20. Votre année de NAISSANCE : .....

21. Etes-vous ... ? : actif 1 retraité 2 étudiant 3 sans profession 4 autre 5

22. Pouvez-vous préciser votre PROFESSION ?

employé 1 ouvrier 2 commerçant ou artisan 3 chef d'entreprise 4

enseignant 5 cadre supérieur 6 cadre moyen 7 profession libérale 8

artiste 9 autre 10

**DATE de votre visite :**