

LE PAVILLON DE L'HORLOGE

Étude des publics
sur le parcours sensoriel

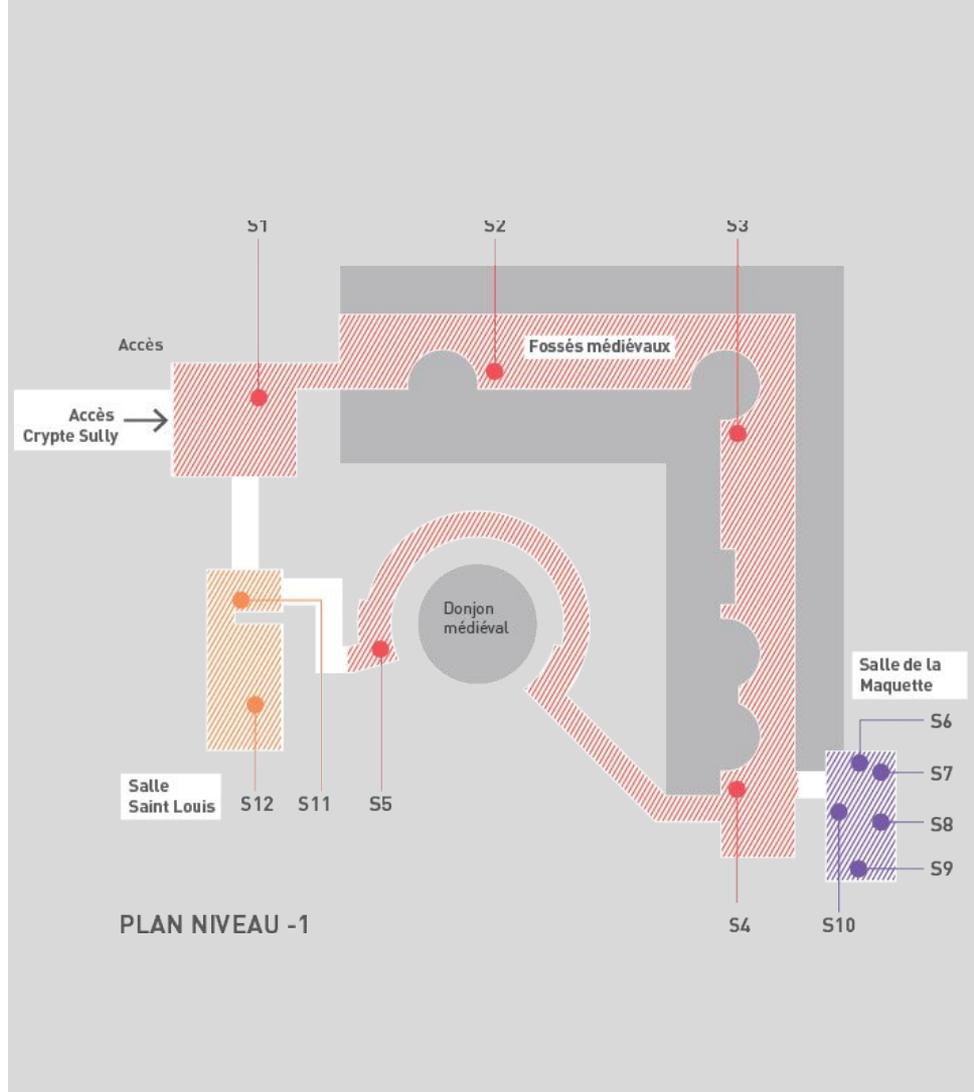


CONTEXTE

Ouvert en 2016, le Pavillon de l'Horloge aide les visiteurs du Louvre à **comprendre la transformation du palais royal en musée.**

Maquettes animées, films en 3D, vitrines et panneaux d'information expliquent **l'architecture du palais et les multiples fonctions** qu'il a abritées.

Le Louvre a commandé 12 stations inclusives à Tactile Studio afin de rendre le propos accessible à tous les publics. Elles sont installées dans les **Fossés médiévaux**, la **Salle de la Maquette** et la **Salle Saint-Louis**.



12 STATIONS TACTILES AU SEIN DU PAVILLON DE L'HORLOGE



S1



S2



S3



S4



S5



S6



S12



S11



S10



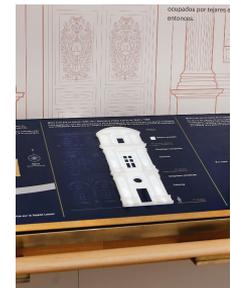
S9



S8



S7

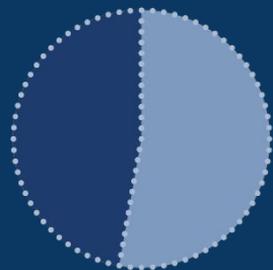
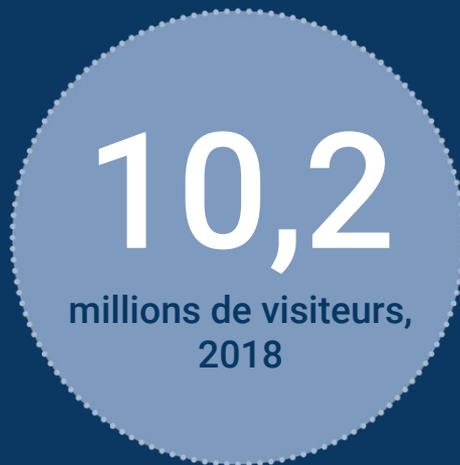


FRÉQUENTATION (données 2017-2018)

« Le Musée du Louvre est le musée le plus visité du monde »

7,1 millions de visiteurs, 2016

8,1 millions de visiteurs, 2017



53%

de moins de 30 ans



71%

de visiteurs internationaux

LA QUESTION

Si...

... ces supports tactiles ont été conçus pour les malvoyants, quel rapport le grand public entretient-il avec eux ?

Itération dans l'observation et l'analyse

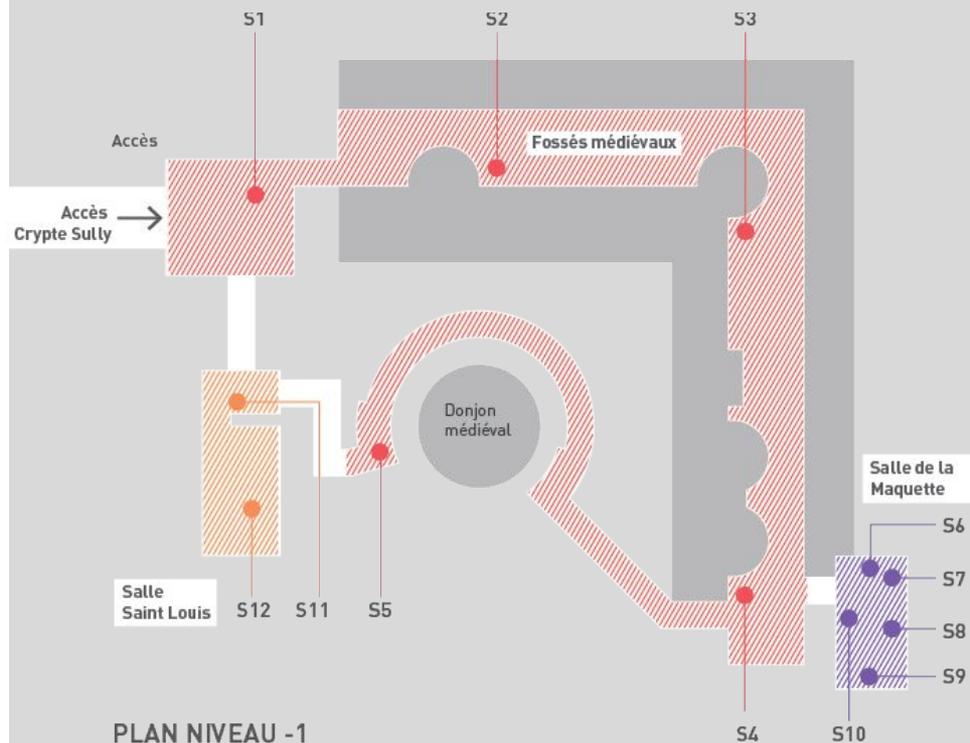
ZONE D'OBSERVATION

Nous avons choisi 3 zones du Pavillon de l'Horloge pour observer le public et ses interactions avec les stations tactiles :

Fossés médiévaux (niv. -1, 5 stations)

Salle de la Maquette (niv. -1, 5 stations)

Salle Saint-Louis (niv. -1, 2 stations)



Les niveaux 1 et 2 ont été exclus de l'analyse finale en raison du faible nombre de visiteurs lors des temps d'observation.



ÉCHANTILLON DE VISITEURS

6 jours d'observation des visiteurs, de leurs parcours et de leurs interactions avec les stations tactiles, **en période scolaire et hors période scolaire** :

- 11 et 31 juillet 2019,
- 15 et 19 août 2019,
- 7 et 19 septembre 2019.

743 visiteurs observés avec une proportion équivalente d'hommes et de femmes, 14% de jeune public. Et une majorité de groupes (familles pour l'essentiel).

Soit une zone d'observation pertinente par son volume et par sa typologie de visiteurs.

PLAN EN RELIEF DE SITUATION : FOSSÉS EST

T.O. = 15 min

in	i	OBSERVATIONS	ACTIONS					T.O.
			R	L	👉	📷	Autre	
2	1	♀ 07 (25+)	✓	✓				14
1	2	♀ 07 (25)	✓	✓				14
2	2	♀ 07 (45)	✓	✓				10
2	2	♀ 07 (miser)	✓	✓				16
1	1	♀ 07	✓	✓				5
2	2	♀ 07 (miser) + mediadr	✓	✓				8
2	2	♀ 07 (20 max)	✓	✓				9
1	1	♀ 07 (♀) s/for	✓	✓				12
4	4	♀ 07 (♀) mede et gar con	✓	✓				20
3	3	♀ 07 (♀)	✓	✓				25
3	3	♀ 07 (♀)	✓	✓				22
2	2	♀ 07 (♀)	✓	✓				13
1	1	♀ 07 (♀) (interaction avec le premier)	✓	✓				20
3	3	♀ 07 (♀) + mede	✓	✓				10
2	2	♀ 07 (25)	✓	✓				32
2	2	♀ 07 (25)	✓	✓				3

PLAN EN RELIEF DE SITUATION : VERS LE DONJON

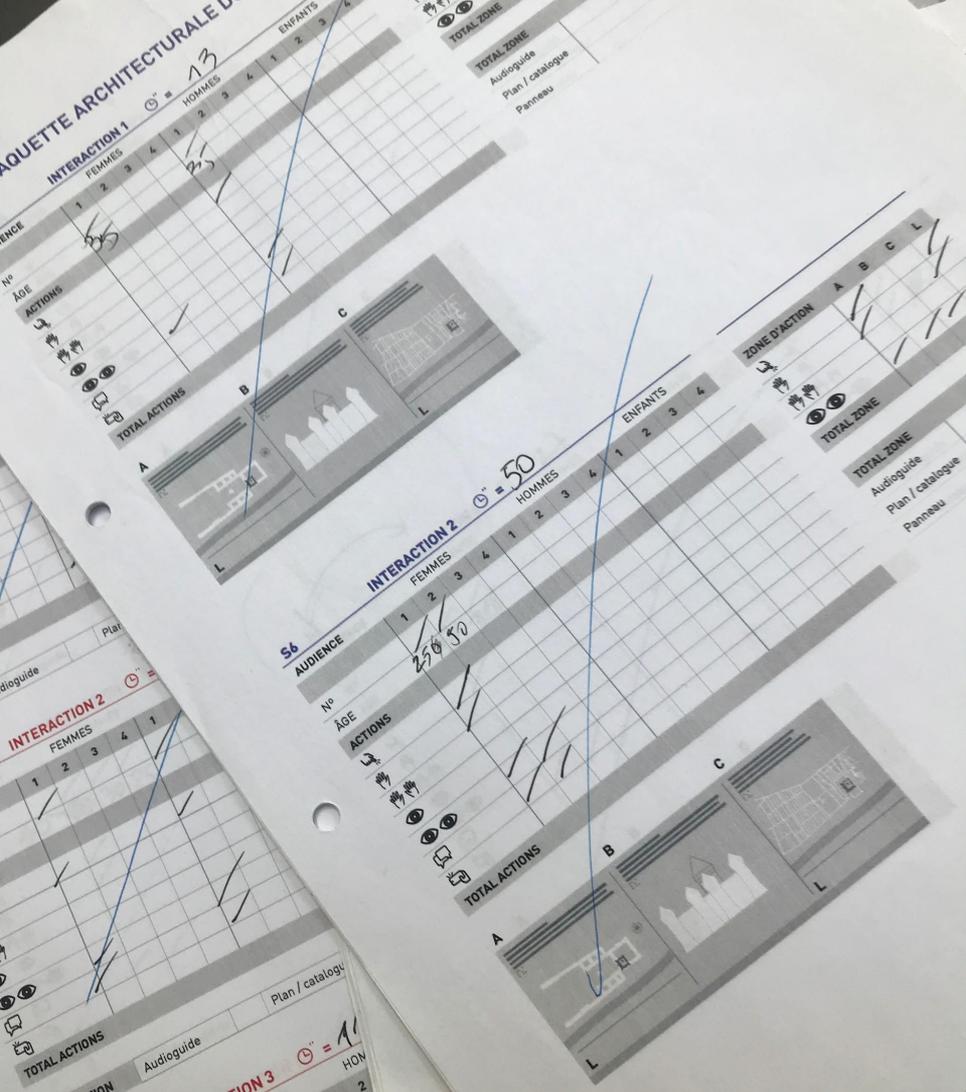
in	i	OBSERVATIONS	ACTIONS					T.O.
			R	L	👉	📷	Autre	
1	4	♀ 07 (♀) (papa con hafa)	✓	✓				
1	1	♀ (35+)	✓	✓				
2	2	♀ (28-35+)	✓	✓				
2	2	♀ 07 (miser)	✓	✓				
3	3	♂ 07 (♂) mede	✓	✓				
3	3	♂ 07 (♂) mede	✓	✓				
3	3	♂ 07 (20-25) asian	✓	✓				
3	3	♂ 07 (48)	✓	✓				

OBSERVATION DES INTERACTIONS

Nous avons utilisé une grille d'observation par station sur laquelle nous avons recueilli ces informations :

- **nombre de personnes et type de public** (femme, homme, enfants / adolescent)
- **type et quantité d'interactions :**
 - regarder / toucher / photographier, discuter
 - regard rapide / regard lent / discussion suscitée au sein d'un groupe / toucher / photographier
- **temps d'interaction.**

Temps d'observation par station : 15 minutes
(11, 31 juillet et 15 août 2019)



OBSERVATION FINE DE 4 STATIONS

Nous avons sélectionné les stations les plus visitées du Pavillon : deux dans les Fossés Médiévaux et deux de la Salle de la Maquette.

Une nouvelle grille a été créée pour :

- **qualifier plus finement les interactions** (ex : les différentes façons de toucher),
- **identifier les zones les plus observées** et/ou touchées des stations,
- **observer le niveau d'interaction avec d'autres supports de médiation** (audioguide, panneaux, panneaux vidéo, plan catalogue).

Nous avons observé 34 interactions par station.
(7 et 19 septembre 2019)

Analyse & hypothèses



TYPOLOGIE DES PUBLICS

▶ BEAUCOUP DE COUPLES

Sur les 36 groupes observés, soit 97 personnes :

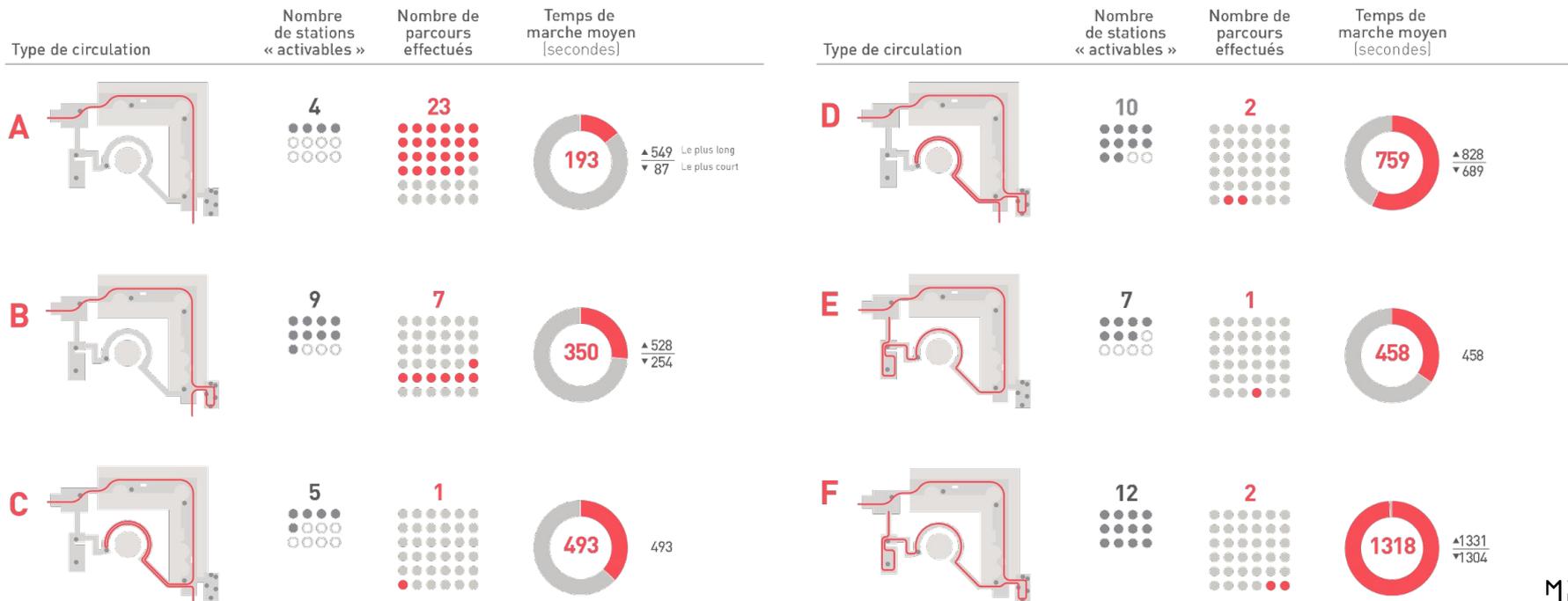
- 3 personnes en moyenne par groupe
- 40% en couple (dont 35% d'entre eux avec enfants)
- 1 personne seule

Analyse des parcours visiteurs

NOMBRE DE VISITEURS ET TEMPS PASSÉ PAR TYPE DE PARCOURS

2 jours / 36 parcours de groupe observés

Parmi les 36 parcours observés nous avons distingué 6 types de parcours, et le plus fréquent est le type **A**.



ANALYSE DES PARCOURS

Sur 100 personnes...

▶ EFFET COULOIR

2 visiteurs sur 3 se contentent de traverser l'espace pour se rendre au pavillon des Antiquités égyptiennes (parcours en 3 min).

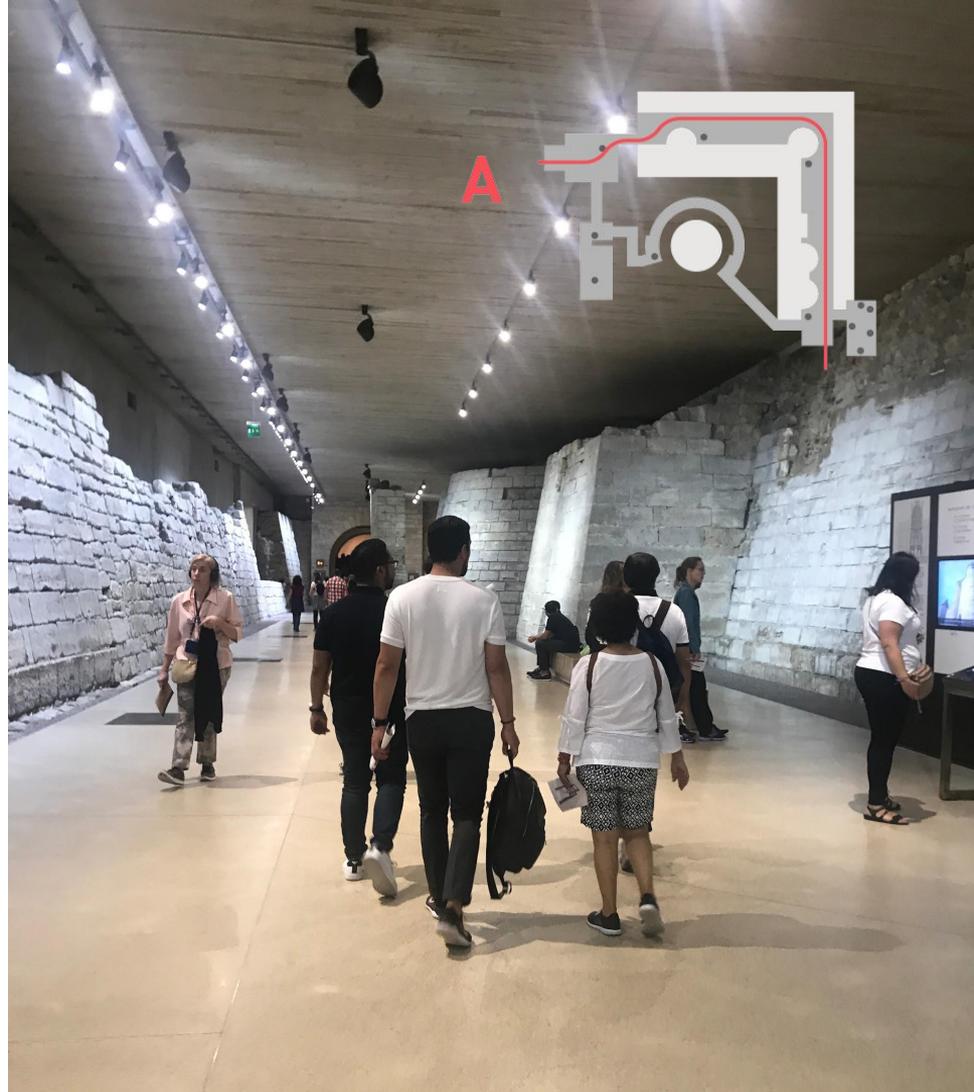
Plutôt d'un pas rapide (4 km/h).

Le lieu reste un espace de transit.

▶ POWER USERS

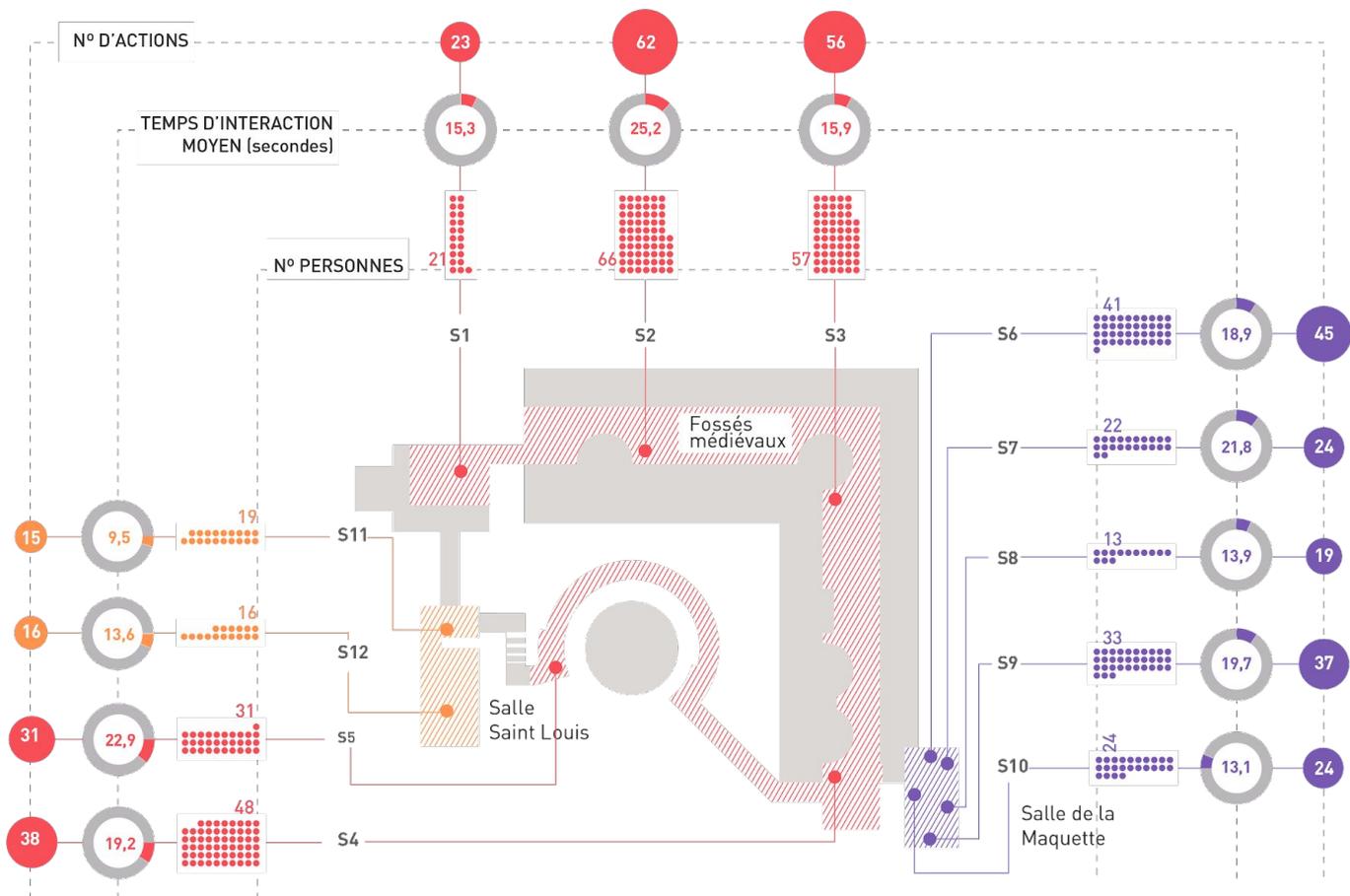
Parcours complet pour 5% des visiteurs.

5% du public suit le parcours complet et interagit avec toutes les stations (parcours de 20 min en moyenne).



Analyse des interactions

OBSERVATION DU NOMBRE D' ACTIONS, DU TEMPS D' INTERACTION ET DE LA FRÉQUENTATION PAR STATION



ANALYSE SPÉCIFIQUE AUX TEMPS D'INTERACTION

► UN PASSAGE, UNE ACTION

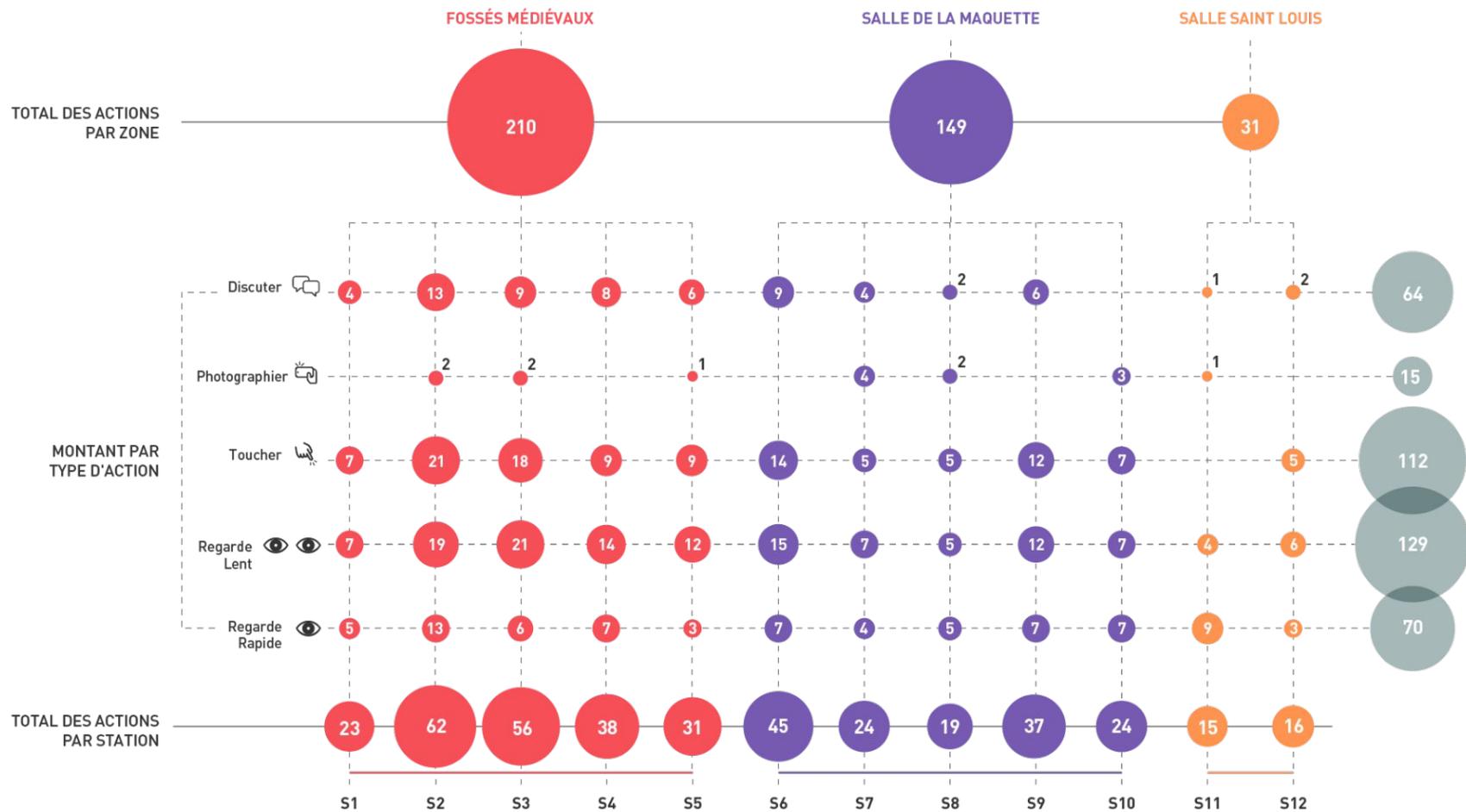
Un visiteur interagit systématiquement avec une station (légèrement moins systématique pour S2, S3, S11, S4).

► 16 SECONDES POUR INTERAGIR

- 16 secondes, c'est le temps moyen d'une interaction (25' maximum dans les Fossés - 9' en salle St Louis).
- Pour certaines stations, on constate un temps d'interaction plus long : S2, S7 et S5.



OBSERVATION DES TYPOLOGIES ET QUANTITÉS D'ACTIONS PAR STATION ET PAR ZONE



ANALYSE DES TYPOLOGIES D'INTERACTION

DANS L'ORDRE DÉCROISSANT

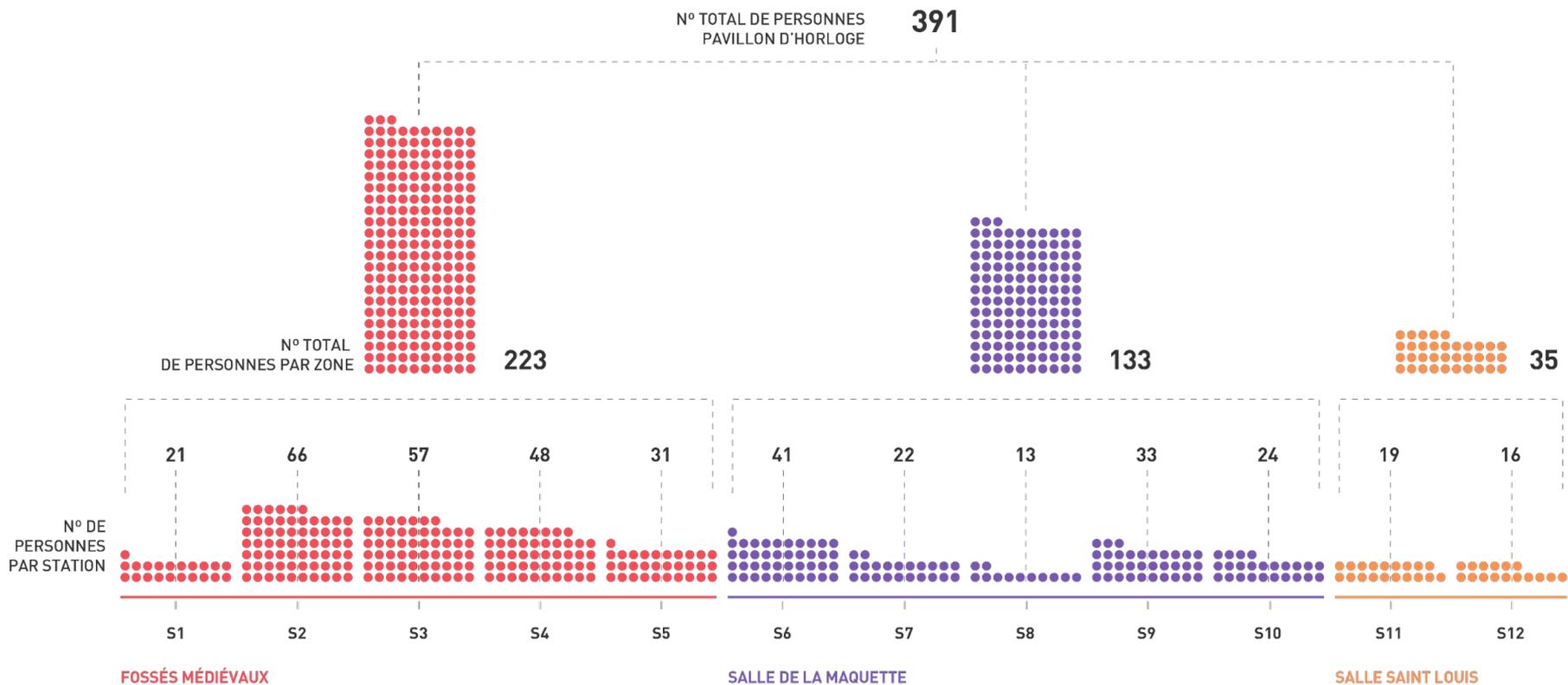
1. Regarder plus de 3 secondes
2. Toucher
3. Regarder moins de 3 secondes
4. Discuter au sein du groupe
5. Photographier

Les résultats sont homogènes entre les ensembles fossés / maquette : entre 25% et 35% de toucher.

Mais la salle Saint-Louis est à part : peu d'attention et, peu voire pas de toucher.



OBSERVATION DES PUBLICS : NOMBRE DE PERSONNES PAR STATION ET PAR ZONE



ANALYSE DES PUBLICS

VISIBILITÉ

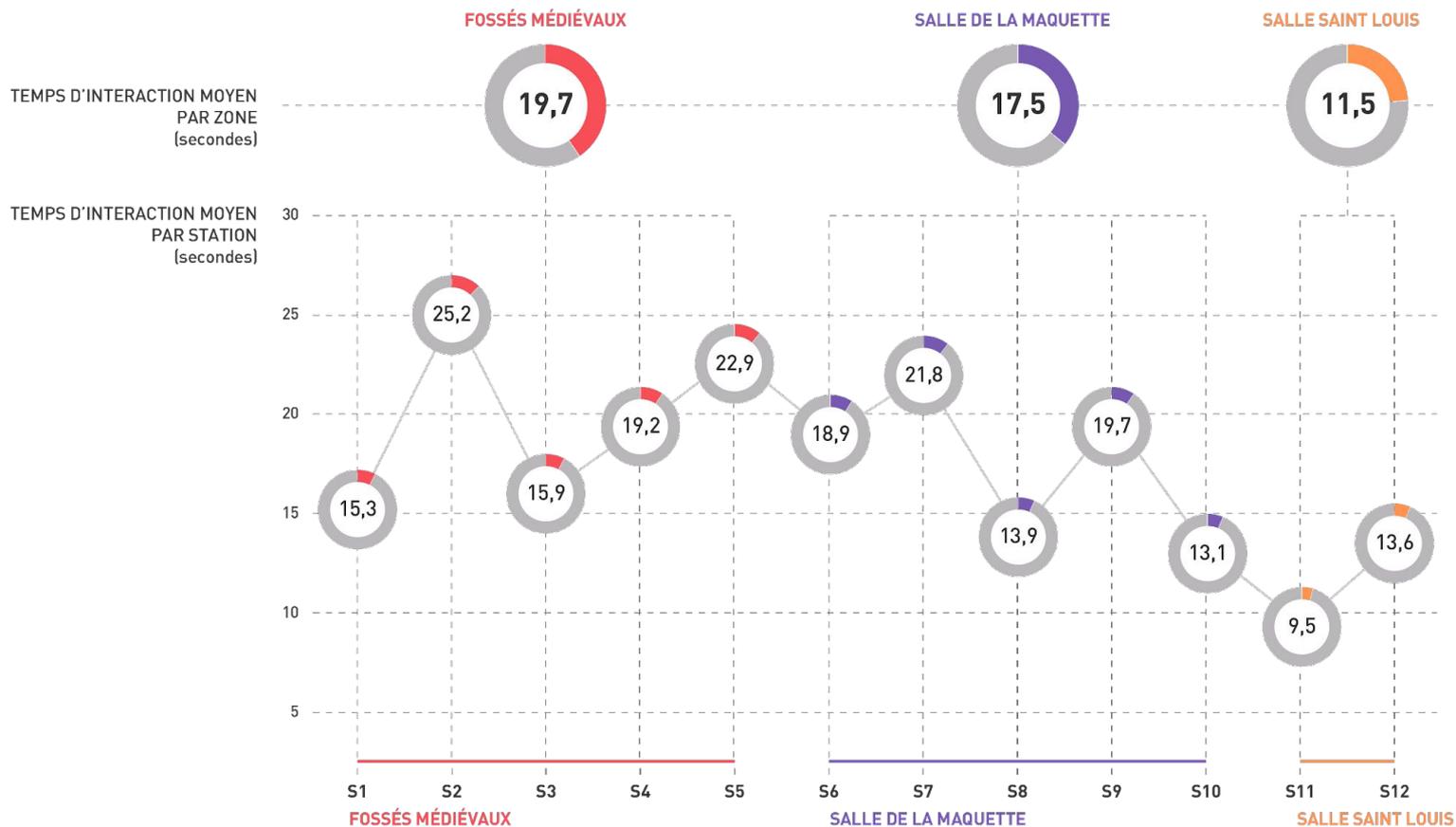
Sans surprise : les stations “cachées” ne sont pas trouvées, comme les stations S1 et 12, qui ont 3 fois moins de succès, et qui occupent des recoins.

CHUTE D'ATTENTION

L'effet de surprise, en entrée de salle ou de couloir, est réel. L'attention est captée sur une première station, puis décline tout au long du parcours. L'exception S9 dans la Salle de la Maquette est surtout liée à une aberration de parcours : le public quitte la salle, puis la regagne (la sortie est en fait une impasse).



OBSERVATION DU TEMPS MOYEN D'INTERACTION PAR STATION ET PAR ZONE



ANALYSE DES TEMPS MOYENS D'INTERACTION

Les courbes d'attention (le temps passé) ne sont pas les mêmes que les courbes d'audience. Ces dernières chutent en sifflet, quand l'attention est en dent de scie.

Une fois “accrochés”, les visiteurs peuvent donc, parfois, en fonction des sujets, tenter de comprendre plus finement.



ENSEIGNEMENTS PRINCIPAUX

▶ SOIGNER LES INTRODUCTIONS

Le niveau d'attention est clairement au maximum en entrant dans l'espace d'exposition : la première station génère plus d'interactions, plus longtemps, et de manière plus variée.

Il serait pertinent de donner dès l'entrée le coeur du message pédagogique. Il aurait peut-être été plus pertinent de faire comprendre, à la première station de la Salle de la Maquette, toute l'évolution du Louvre plutôt que de la distiller sur les stations.

▶ PRIVILÉGIER DES MESSAGES CONCIS

16 secondes d'attention en moyenne, c'est peu. Cela nécessite des messages clairs et concis.

▶ ORIENTER D'AVANTAGE

Dans des espaces aussi ouverts, le public semble attiré par les informations d'orientation.



www.muxxe.art

hello@muxxe.fr