

hes. so business.

Le rôle des innovations numériques
dans l'expérience client dans les
musées de Suisse romande

Septembre 2022

Valentina Musso & Roland Schegg



Haute Ecole de Gestion – Institut Tourisme, HES-SO Valais/Wallis
(Sierre, Switzerland)

> Résumé

Ce travail de Bachelor a pour but d'analyser le rôle que jouent les innovations numériques dans l'expérience client lorsque ce dernier visite un musée en Suisse romande. Au travers d'un benchmark, d'un sondage en ligne, d'interviews et d'observations de terrain, il a été possible non seulement d'identifier les innovations numériques utilisées dans les musées romands et de comprendre le point de vue de deux représentants muséaux au sujet de la digitalisation de ces lieux, mais également de relever quels étaient les motivations, besoins et attentes de nombreux visiteurs de musées ainsi que leur degré de satisfaction à la suite de l'utilisation de dispositifs numériques.

Les résultats de cette enquête ont montré que les innovations numériques améliorent l'expérience client au sein des musées puisqu'elles permettent au public de s'immerger dans le parcours muséal et d'acquérir un savoir au travers de dispositifs interactifs et ludiques. Par conséquent, les clients, se sentant totalement intégrés dans la visite, auront le sentiment d'avoir acquis de nombreuses connaissances, les motivant ainsi d'avantage à se rendre dans des musées.

Cependant, bien que les innovations numériques représentent un atout pour les institutions muséales, il est fondamental que celles-ci ne prennent pas le dessus sur les méthodes de médiation culturelle traditionnelles. Les outils numériques doivent donc servir de support permettant de prodiguer des informations supplémentaires aux consommateurs ou d'imager des concepts qui ne peuvent pas être exposés autrement.

> Table des matières

- Contexte de l'étude
- Méthodologie
- Question et objectifs de recherche
- L'offre muséale suisse romande
- Résultats de l'enquête quantitative
- Résultats de l'enquête qualitative
 - Entretiens semi-directifs auprès de deux représentants muséaux
 - Entretiens semi-directifs auprès de 13 visiteurs muséaux
 - Observations de terrain de trois musées
- Recommandations pour l'industrie muséale
- Contacts
- Annexe : Sondage en ligne

> Contexte de l'étude (I)

- Depuis la fin de la 2^{ème} Guerre Mondiale, la pratique du tourisme culturel a pris son envol. L'instauration des congés payés, l'augmentation du temps de loisirs ainsi que le budget alloué à cette activité ont permis aux pratiques culturelles de se développer. D'après l'UNESCO, de 1975 à aujourd'hui, le nombre de musées à l'échelle internationale est passé de 22'000 à presque 100'000.
- De par les nombreuses thématiques que peuvent traiter ces institutions culturelles, l'univers muséal est varié, que ce soit pour faire connaître une culture, exposer des objets ou des arts, présenter des œuvres scientifiques, et bien d'autres encore.
- Les musées jouent un rôle important dans la société, à savoir celui d'éduquer, de sensibiliser et de former leur public. Les institutions muséales jouent également un rôle économique essentiel puisqu'elles permettent à une région de se développer économiquement en attirant les touristes locaux et étrangers.



➤ Question et objectifs de recherche

> Question et objectifs de recherche

Question de recherche

Quel rôle les innovations numériques jouent-elles dans l'expérience client d'une visite de musée ?

Objectifs de recherche

1. Identifier les innovations numériques utilisées dans les musées romands
2. Identifier les raisons de l'implémentation des innovations numériques dans les institutions muséales
3. Évaluer le degré de satisfaction des visiteurs suite à l'utilisation des innovations numériques dans les musées romands



➤ Méthodologie

> Méthodologie (I)

Benchmark

- 53 musées romands étudiés
- 10 critères d'analyse
- 3 critères de notation
- Diversité dans la taille, la typologie et l'emplacement du musée

Sondage en ligne

- 133 réponses
- 47 questions ouvertes et fermées

Musées étudiés

- Musée International de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge, Genève
 - Degré de digitalisation moyen (selon résultats du benchmark)
- Alimentarium, Vevey
 - Degré de digitalisation fort (selon résultats du benchmark)
- Musée Olympique, Lausanne
 - Degré de digitalisation fort (selon résultats du benchmark)

> Méthodologie (II)

Entretiens semi-directifs auprès de représentants muséaux

- Identifier l'utilité des innovations numériques au sein des musées, selon un point de vue interne
- Identifier les raisons de l'implémentation des innovations numériques dans un musée ainsi que leurs potentiels challenges
- 2 représentants muséaux interviewés

Entretiens semi-directifs auprès de visiteurs de musées et observations de terrain

- **Observations**
 - Prendre conscience de la manière dont les visiteurs utilisent les innovations numériques présentes dans les musées
 - 30 observations réalisées sur la base d'une grille d'observation tenant en compte de 7 facteurs
- **Entretiens semi-directifs**
 - Identifier les besoins des consommateurs lors d'une visite au sein d'un musée
 - Comprendre si leur expérience de visite est améliorée (ou pas) grâce à la présence de ces innovations numériques.
 - 13 entretiens réalisés



➤ Résultats de l'étude

> Résultats du sondage en ligne – I Consultation des plateformes digitales avant la visite

- 86 personnes consultent *parfois* ou *toujours* une plateforme digitale
 - 98% d'entre elles se rendent sur le **site internet** du musée
 - Importance d'un site web ergonomique pour que les informations recherchées soient facilement accessibles
 - **Instagram, Facebook et TripAdvisor** également consultés
 - Potentiel intéressant de ces canaux

> Résultats du sondage en ligne – II

Importance des nouvelles technologies dans un musée


4/7

Note moyenne donnée par les 133 répondants

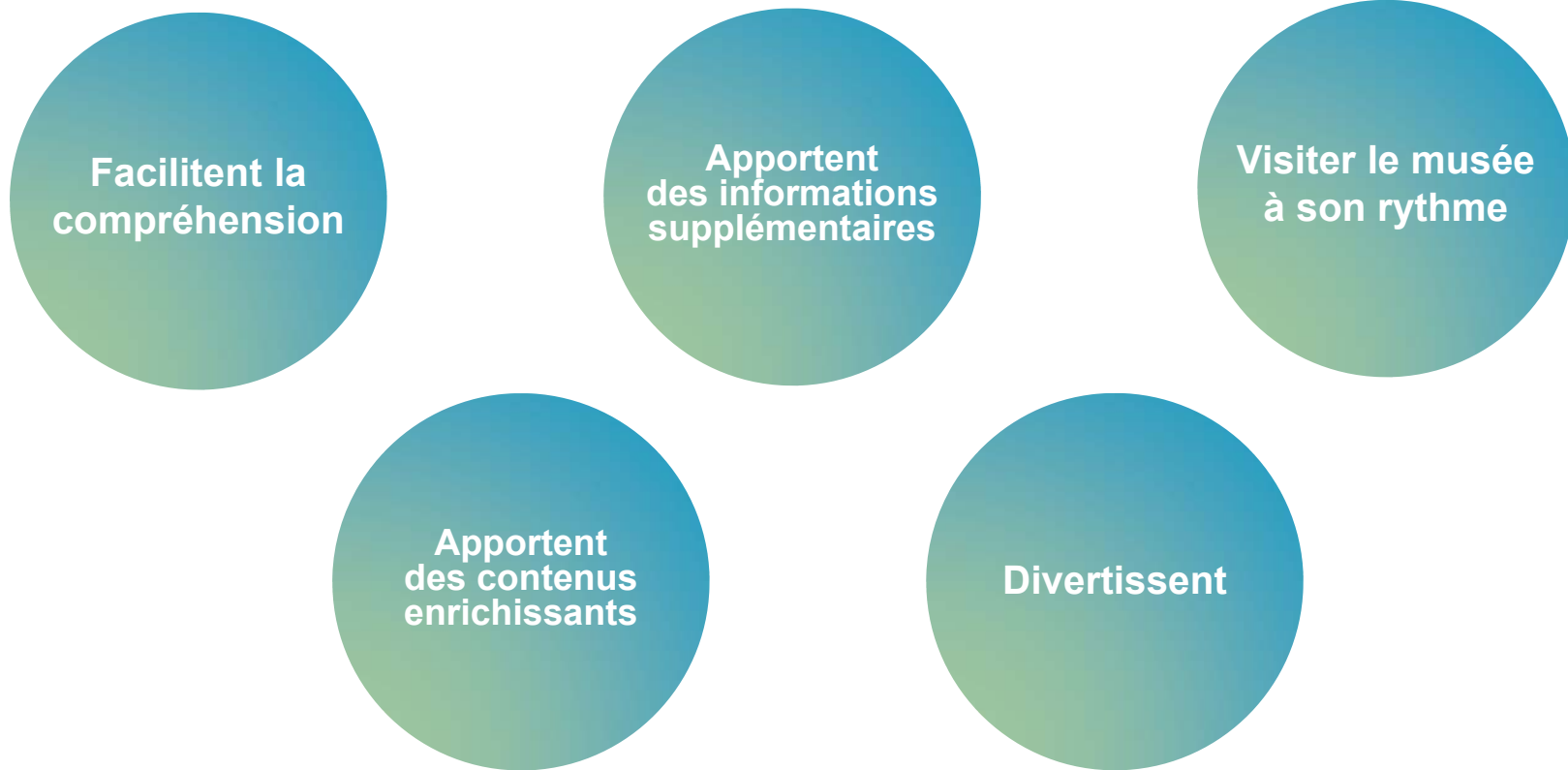
Qu'est-ce qui est le plus important lorsque vous visitez un musée?

	Pourcentage de répondants ayant donné une note supérieure ou égale à 5
Le plaisir / L'expérience lors de la visite	89%
La qualité de l'exposition	88%
Le gain de connaissances au travers la visite	79%
La qualité des décors	75%
Un prix d'entrée raisonnable	75%
La qualité des explications	74%
La facilité d'accès	55%
L'utilisation des nouvelles technologies	48%
La réputation des artistes / L'importance des œuvres	42%
L'accessibilité aux personnes à mobilité réduite	31%

> Les nouvelles technologies ne sont pas un critère prépondérant dans le choix de visiteurs

> Résultats du sondage en ligne – III

Caractéristiques des outils numériques



> Résultats du sondage en ligne – IV

Quelques avis

Avis positifs

« Trouver de **nouvelles méthodes d'apprentissage**, mais celles-ci doivent être faciles à comprendre. Cela doit apporter une **valeur ajoutée** à l'exposition actuelle. »

Très utile lorsqu'on **visite avec des enfants**. Par exemple les audio guides permettent **d'abrégé des parties un peu ennuyeuses pour eux**. »

Avis partagés

Les technologies digitales apportent **une autre facette à l'expérience** de la visite, mais elles **ne font pas tout**. C'est la qualité du contenu proposé qui est primordiale. »

Ça dépend comment ils sont utilisés ! Si c'est pour **amener une information qui n'est pas montrable autrement, c'est 7** ! Si c'est juste du **show off c'est 1**.

Avis négatifs

La techno est **omniprésente** dans mon quotidien, **je m'en passe durant les vacances** »

« Je trouve que **la technologie n'a pas sa place dans un musée**, qui à mon sens est plutôt une opportunité de se couper du monde technologique et s'enrichir. [...] **les tablettes et les audioguides ne sont à mon sens pas très utiles** »

> Résultats des entretiens semi-directifs auprès de deux représentants muséaux – I

Avantages des innovations numériques

Pertinentes lorsqu'elles transmettent une information

Proposent de la nouveauté au sein des musées

Font vivre des expériences au travers de leur utilisation

Multiplient le contenu et améliorent sa qualité

➤ Résultats des entretiens semi-directifs auprès de deux représentants muséaux – II

Défis liés à la technologie

Trouver un bon équilibre

Soutenir un contenu

- **Trouver un bon équilibre**
 - Bon équilibre entre les technologies et le *offline* durant la visite
 - La technologie doit être une valeur ajoutée
- **Soutenir un contenu**
 - Le contenu d'une exposition prime sur une technologie (d'abord définir le contenu puis le moyen technologique approprié)
 - Garder une approche éducative
 - Éviter de transformer la technologie en un gadget

> Résultats des entretiens semi-directifs auprès de deux représentants muséaux – III

Influence de la technologie sur l'expérience des visiteurs

Comprendre et répondre aux besoins des visiteurs

Rester à jour

Les technologies vont continuer à perdurer dans le futur

Les technologies ont leur place dans les musées et vont continuer à perdurer et à évoluer avec le temps. Le danger pourrait être de ne pas savoir les gérer ou de les prioriser au détriment du contenu d'une exposition.

- **Comprendre et répondre aux besoins des visiteurs**
 - Besoin d'être à la fois instruit mais aussi divertifié (*edutainment*)
 - Besoin de ressentir des émotions
 - Besoin de participer, de se sentir acteur
 - Besoin d'inclusion et d'accessibilité
- **Rester à jour**
 - Être compétitif
 - Rester innovant
 - Être agile, proactif
 - Être capable de se renouveler suffisamment

> Résultats des observations

- Aucune difficulté d'utilisation n'a été remarquée
- Les visiteurs sont rapidement lassés lorsqu'ils regardent du contenu vidéo
- Les enfants
 - sont facilement captés par les contenus multimédias et utilisent avec aisance les différents supports
 - apprécient les contenus ludiques
- Les adultes guident les plus petits mais les laissent utiliser les dispositifs de manière relativement autonome

> Résultats des entretiens semi-directifs auprès de 13 visiteurs muséaux – I Avantages des innovations numériques

Rendent la visite
plus vivante

Permettent de
mieux retenir les
thèmes abordés

Apportent des
éléments
intéressants

Permettent
d'adapter le
rythme de visite

> Résultats des entretiens semi-directifs auprès de 13 visiteurs muséaux – II

Importance d'un équilibre entre traditionnel et moderne

- Le digital ne doit pas prendre le dessus sur les méthodes de médiation culturelle traditionnelles
- Les innovations digitales doivent servir à imaginer ou apporter des informations supplémentaires sur certains sujets
- Chacun doit pouvoir s'instruire de la manière qui lui convient le mieux, que ce soit par des outils numériques que des outils plus traditionnels



hes.
SO
business.

> Recommandations pour l'industrie muséale

> Recommandations

1. Utiliser à bon escient les différents plateformes digitales des musées (site internet, réseaux sociaux, plateformes d'avis)
2. Réfléchir à l'utilité des innovations numériques avant de les implanter ainsi qu'à la manière de les utiliser
3. Trouver un équilibre entre outils de médiation traditionnels et novateurs
4. Penser à l'obsolescence des technologies et assurer la maintenance des dispositifs
5. Former les collaborateurs (pour qu'ils puissent réagir en cas de mauvais fonctionnement des supports numériques)



Valentina Musso

Étudiante en Tourisme à la HES-SO
Valais-Wallis de 2019 à 2022

Auteure du rapport d'études :

**« Le rôle des innovations numériques dans
l'expérience client : analyse de la situation
muséale en Suisse romande »**

Contact :

Mail : vale.musso@hotmail.com

LinkedIn : [Valentina Musso](#)

Ÿ É Ĵ İ Ğ Ğ F Î Ĵ Ğ Ğ Ğ Ğ Ĩ Ĩ Ħ Î Í



**Prof.
Roland
Schegg**

School of Management
 Tourism degree program
 Institute of Tourism

+41 58 606 90 83

+41 76 439 46 50

roland.schegg@hevs.ch

Techno-Pôle 3

3960 Sierre

www.hevs.ch

LinkedIn: [Roland Schegg](#)

Twitter: [@RolandSchegg](#)

> Annexe : Sondage en ligne (I)

Vous êtes :

une femme

un homme

non-binaire / je préfère ne pas répondre

Quel âge avez-vous ?

Moins de 20 ans

Entre 20 et 29 ans

Entre 30 et 39 ans

Entre 40 et 49 ans

Entre 50 et 59 ans

Entre 60 et 69 ans

Plus de 69 ans

Vous êtes :

indépendant

Cadre dirigeant / haut fonctionnaire

Employé / fonctionnaire

Ouvrier qualifié

Autre type d'ouvrier

Retraité

Homme au foyer / Femme au foyer

Etudiant / élève

Service militaire

Actuellement au chômage

Autre

Autre

Dans quel canton êtes-vous domicilié ?

Autre

Possédez-vous des équipements ou services suivants ? Plusieurs choix possibles.

Ordinateur portable / ordinateur fixe

Smartphone

Tablette informatique

Montre connectée

Imprimante

Appareil GPS (autre que le smartphone)

Abonnements de type streaming (Netflix, Spotify, Apple Music, etc.)

Équipement pour jeux vidéo

Abonnement de téléphone portable incluant un volume de données (limité ou non)

Connexion internet

Autre

Autre

Fréquentez-vous les musées ?

Non, pas du tout

Oui, mais seulement quand je suis en vacances

Oui, pour mes loisirs et mes vacances

À quelle fréquence visitez-vous les musées ?

Très souvent (plus de 5 fois par année)

Souvent (3-5 fois par année)

Parfois (1-2 fois par année)

Très rarement

Pas du tout

Avant de vous rendre dans un musée, visitez-vous ses plateformes digitales ?

Toujours

Parfois

Jamais

Si oui, quelles plateformes digitales des musées consultez-vous ? Plusieurs choix possibles.

Site internet

Instagram

Facebook

TripAdvisor

YouTube

Application du musée

Autre

Autre

Pourquoi les consultez-vous ? Plusieurs choix possibles.

Consulter les informations pratiques (horaires d'ouverture, adresse, accessibilité, etc.)

Consulter les informations relatives aux expositions en cours ou passées

Se renseigner sur l'histoire du musée

Avoir une idée plus précise de ce qui m'attend au musée

Avoir des avis sur le musée

Autre

Autre

> Annexe : Sondage en ligne (II)

Qu'est-ce qui est le plus importants lorsque vous visitez un musée ? Classez ces critères sur une échelle de 1 (pas du tout important) à 5 (très important).

	1	2	3	4	5	6	7	sans avis
La qualité des décors (décorations, luminosité, espace, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La qualité des explications (écrans, panneaux explicatifs, audioguides, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La qualité de l'exposition	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'innovation (utilisation des nouvelles technologies)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La facilité d'accès (parking à disposition, emplacement géographique, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'accessibilité aux personnes à mobilité réduite	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La réputation des artistes / l'importance des oeuvres	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Un prix d'entrée raisonnable	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le plaisir / l'expérience lors de la visite	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le gain de connaissances à travers la visite	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Est-ce que vous avez déjà utilisé des technologies digitales lors d'une visite d'un musée ? Si oui, ont-elles amélioré l'expérience de votre visite ? Classez ces technologies sur une échelle de 1 (pas du tout) à 7 (beaucoup).

	1	2	3	4	5	6	7	sans avis / pas utilisé
Audioguide	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Écran interactif / Borne interactive	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tablette	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Réalité augmentée	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Réalité virtuelle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Réalité augmentée : La réalité augmentée ajoute du contenu numérique au monde réel, comme des objets ou des informations (en 2D ou 3D), souvent grâce à un simple écran et d'une application spécifique. L'utilisateur n'est pas coupé du monde réel, mais ne peut pas interagir réellement avec les objets numériques.

Réalité virtuelle : Souvent à l'aide d'un casque de réalité virtuelle, la réalité virtuelle plonge l'utilisateur dans un monde virtuel modélisé en 3D dans lequel il est possible de se déplacer et d'interagir. Les utilisateurs sont complètement coupés du monde réel.

Précisez en quoi ces outils technologiques vous ont aidé ou non lors du parcours de visite. Plusieurs choix possibles.

- Ils facilitent la compréhension
- Ils apportent des informations supplémentaires
- Ils apportent des contenus enrichissants
- Ils me divertissent
- Ils ne m'aident pas
- Ils m'ennuient
- Ils sont encombrants
- Ils sont difficiles à utiliser
- Ils sont inutiles
- Autres

Autres:

Quel est votre avis général sur l'utilité de ces technologies digitales dans les musées ? (1 = totalement inutile à 7 = indispensable)

1 7

Si vous le souhaitez, développez votre avis.

Tapez votre texte ici:

Pourquoi allez-vous au musée ? Plusieurs choix possibles.

- Pour me divertir
- Pour élargir mes connaissances
- Pour me cultiver
- Pour passer du temps en solitaire
- Pour passer du temps en couple
- Pour passer du temps avec ma famille
- Pour passer du temps avec mes amis
- Pour mes études / mon travail
- Autre

Autre:

Décrivez en quelques mots votre musée idéal.

Tapez votre texte ici: