

<i>Deliverable n°</i>	D15 - Résumé
Titre du <i>deliverable</i>	Outil pour l'évaluation de l'impact socio-culturel des projets d'accessibilité
Tâche n°	1.3.
Leader de la tâche	UAM
Partenaires de la tâche	CUGS, IN SITU, ICUB, RAVA, ENGLISH HERITAGE, UAM
Auteurs	Mikel Asensio, Jorge Ruiz
Date	Décembre 2005

Ce *deliverable* est produit dans le cadre du projet APPEAR financé par :
Commission européenne, DG Recherche
5° Programme-Cadre, Énergie, Environnement et Développement durable,
Action-clé 4 : ville de demain et patrimoine culturel,
4.2.3. : pour une meilleure intégration du patrimoine culturel dans la ville
Contrat : EVK4-CT-2002-00091

1. Introduction

Le *deliverable* D15 présente l'outil composé des techniques qui permettront aux utilisateurs de mesurer l'impact culturel de leur projet de muséification. Ce prototype a été développé sur la base de l'étude approfondie de huit sites européens, très différents les uns des autres : la « Route de Caesaraugusta » (Saragosse, Espagne) le Musée gallo-romain Vesunna (Périgueux, France), le Rose Théâtre (Londres, Royaume Uni), la Casa de Hyppolitus (Alcalá de Henares, Espagne), la « Crypta Balbi » (Rome, Italie), Saint-Lorenzo (Aoste, Italie), Le « Coudenberg » (Bruxelles, Belgique) et le Cubiculum de Saint-Pierre et Paul (Pècs, Hongrie). Les résultats de cette étude sont présentés dans le *deliverable* D19.

Les recherches ainsi menées, ont servi à :

- Montrer les principaux blocs de contenus à évaluer,
- Proposer des exemples de techniques de récolte de données,
- Illustrer les procédures d'analyse,
- Vérifier la capacité de l'ensemble des techniques à donner une image globale de l'impact culturel.

L'application des différentes techniques sur le terrain a permis de confirmer certaines hypothèses et de valider l'efficacité de l'outil ainsi produit.

2. Objectifs généraux

L'objectif général de la tâche est de remédier aux lacunes méthodologiques dans le domaine de l'impact culturel des projets de muséification des sites archéologiques en proposant un outil de mesure et suivi de cet impact qui puisse être applicable à n'importe quel projet en phase d'exploitation. Le présent rapport complète le *deliverable* D9 qui proposait le prototype d'un outil pour monitorer l'impact culturel. C'est maintenant l'outil en soi qui est proposé ; il vise à :

- Diviser et catégoriser l'impact culturel en 8 paramètres d'étude (mesurables par chaque technique proposée),
- Proposer des techniques originales désignées spécifiquement pour mesurer l'impact culturel des sites archéologiques urbains sur la ville et ses usagers. Ces techniques ont été adaptées aux spécificités de chaque site étudié (choisis sur la base de leur diversité formelle, géographique, temporelle, de gestion), prenant cette diversité comme le meilleur atout pour une adaptation ultérieure de ces techniques à tout site quelles que soient ses caractéristiques,
- Proposer une procédure méthodologique et un schéma d'évaluation (déjà testé dans l'étude pilote, voir le *deliverable* D9) appliqué dans le cadre de chaque étude de cas.

3. Objectifs opérationnels

Pour atteindre ce but général, l'outil devra pouvoir mesurer auprès du public six paramètres principaux :

- Le degré de **lisibilité** du site dans le tissu urbain, c'est-à-dire l'image que le public a de la position du site au sein du réseau urbanistique, de son intégration en tant qu'élément urbanistique. Ce paramètre est nuancé en trois volets :

- La perception esthétique du site, de son entourage et de sa couverture,
 - La localisation spatiale au sein de la ville et du quartier,
 - Les aspects formels.
- Le degré d'**identité** du public à l'égard du site, c'est-à-dire le sentiment d'appartenance au site et ce qu'il représente dans l'acquis culturel et personnel du citoyen. Il est aussi nuancé en deux volets :
 - La relation du site avec les autres éléments patrimoniaux de la ville,
 - La relation avec d'autres périodes historiques ; les opinions et attentes du citoyen.
 - Le degré d'**impact** du site sur l'image de la ville, divisé en trois niveaux :
 - La sensibilisation à l'égard de la préservation du patrimoine,
 - L'identification et l'opinion sur quelques aspects de la préservation,
 - La perception des changements au niveau économique.
 - Le degré de **satisfaction** de la visite. Cet aspect d'impact direct sur le public a deux grandes dimensions : la satisfaction absolue et la satisfaction relative. La première est l'opinion, en termes absolus, sur les différentes caractéristiques du site, son fonctionnement et ses services ; la seconde est l'opinion relative comparant la visite du site avec celle d'autres sites ou lieux patrimoniaux similaires.
 - Le degré d'**attentes**. Il s'agit d'évaluer les attentes produites chez les visiteurs avant la visite du site par le biais de la communication externe.
 - Le degré de **valorisation**. Il s'agit d'évaluer l'impact affectif et attitudinal de façon à déterminer la valeur qui est accordée au site.
 - Le degré d'**impact cognitif** produit par la compréhension ou incompréhension du message et l'acquisition de connaissances.
 - Le degré d'**usage** du site mesuré en termes de parcours et de comportement adopté par les visiteurs, ceci mesuré grâce à l'observation de leur comportement pendant la visite.

Ces objectifs ont été regroupés tout au long du travail en deux grands volets : la perception des impacts en dehors du site (la ville), soit la tâche 1.3., et dans le site, soit la tâche 2.4.

Adapté aux objectifs mentionnés, un ensemble de techniques a été dessiné de façon à pouvoir mesurer ces objectifs de manière fiable.

L'ensemble compose l'outil pour monitorer l'impact culturel d'un projet de mise en valeur.

4. La mesure de l'impact culturel et la gestion des audiences

Toute intervention sur un site archéologique urbain produit un impact scientifique, culturel, social et/ou politique qui peut compromettre la faisabilité d'un projet de mise en valeur. Pour garantir cette faisabilité, il est fondamental d'évaluer et planifier cet impact en obtenant des données qui, dans le cadre de la planification globale d'un projet, devront servir en tant qu'éléments de référence pour le processus de décision en matière de muséalisation en

général, de programmes publics et de communication en particulier, pour la détermination et la planification des ressources humaines, matérielles, etc. nécessaires.

Les décisions relatives aux sites urbains sont particulièrement compliquées car elles ont pour cadre un contexte au sein duquel existent des intérêts divergents, elles produisent des altérations urbaines positives et négatives et affectent la collectivité. Qui plus est, la mise en valeur d'un site archéologique nécessite des interventions généralement coûteuses susceptibles de n'avoir que peu d'impact sur le public non expert.

Dans ce cadre, un aspect fondamental est le modèle de muséalisation utilisé. Le modèle traditionnel, de type « séquentiel », se caractérise par un manque de coordination entre les différentes phases de réalisation et les équipes professionnelles qui y participent, ainsi que par l'absence d'évaluation d'impacts. À l'opposé de ce modèle est le type « coordonné », qui reconnaît la nécessité de planification, d'interdisciplinarité, de prise de décisions négociée et qui se préoccupe de l'incidence sur le développement urbain. Malheureusement, il n'existe pas aujourd'hui un modèle clair et ces réflexions nouvelles ne s'appliquent que partiellement

Un aspect clé pour l'étude de l'impact culturel est l'évaluation de l'impact sur les audiences. Les institutions patrimoniales sont confrontées à des problèmes tels ceux de la fréquentation et des retombées ; elles souhaitent avoir plus des visiteurs ou des visiteurs d'un autre type, régler le parcours de ces visiteurs, provoquer des sentiments identitaires, etc. Répondre adéquatement à ces problèmes implique de développer une action de gestion des audiences.

Cette gestion doit nécessairement partir d'études empiriques préalables ainsi que d'analyses d'expériences similaires et se développer à travers trois aspects : l'adéquation de l'exposition et du plan muséologique, le développement de programmes pour le public et le plan de communication.

Pour analyser la portée des impacts, il est essentiel d'établir une spécification des audiences. On définit ces audiences comme des segments de population avec des particularités qui nécessitent des actions différenciées.

La spécification de ces audiences part de la définition de trois populations de référence : le public réel, celui qui visite l'institution ou des institutions semblables, le public potentiel, celui que l'institution peut attirer avec sa politique de communication et le non public, celui que l'institution renonce à attirer.

Au sein de cette division, d'autres sont opérées, toujours en fonction des particularités du site et de son contexte. Souvent ces divisions se font *à priori* : on parle de public touriste, groups d'étudiants, personnes âgées, etc. Les divisions « prototypiques » peuvent être utiles, mais il est nécessaire de les contraster avec des études de public et de créer de nouvelles divisions au sein des premières. L'objectif est d'obtenir des catégories aussi spécifiques que possible destinées à permettre l'amélioration de la planification.

5. Méthodologie de l'investigation par rapport à la gestion d'impacts

Approche

Trois clés méthodologiques peuvent être soulignées :

- Utiliser complémentaires les analyses quantitatives et qualitatives (ces dernières étant essentielles pour établir des analogies entre sites),
- Éviter l'outil unique (le questionnaire et l'entretien en tant qu'outil presque unique d'analyse ont montré leurs limites),
- Utiliser des analyses complexes (qu'il s'agisse de tâches simples ou complexes).

D'autres critères fondamentaux ont été retenus tels que l'adaptabilité des outils à des situations et sites particuliers, leurs performances au regard de contraintes économiques, de personnel et de connaissances.

Par rapport aux types de tâches réalisées, on peut distinguer les tâches d'observation, d'auto-rapport, d'interaction personnelle et les tâches quasi-expérimentales.

Quant aux cas étudiés, ils ont été choisis sur la base de leur représentativité, de leur capacité à refléter les problématiques habituellement en présence dans les sites urbains, des différences significatives entre eux et de leur localisation dans des zones géographiques éloignées.

Échantillons

L'échantillon complet se rapporte idéalement à des segments de public très différents : public local, touriste, écoliers, groupes organisés d'adultes, pensionnés, représentativité régionale.

Toutes les techniques proposées (sauf la tâche d'observation) ont été appliquées à quatre sites, étudiés collectivement par plusieurs partenaires, à savoir les sites de Saragosse, Alcalá, Périgueux et Londres. Qui plus est, quelques-unes des techniques proposées ont été appliquées aux sites d'Aoste, de Rome, de Pécs et de Bruxelles.

Traitement statistique des données

Chaque technique a fait l'objet d'une analyse particulière. Une fois l'ensemble des questionnaires remplis et récoltés, un dépouillement des informations a été réalisé. Pour chaque question, il s'agissait de noter les différentes réponses obtenues afin de pouvoir, par la suite, parvenir à une catégorisation qui regrouperait l'ensemble des réponses en 2, 3 ou 4 catégories. Pour les questions fermées, la catégorisation n'a pas été nécessaire. Cette procédure a été réalisée à l'aide d'un logiciel statistique appelé SPSS qui, une fois les variables introduites (profil de la personne, réponses aux questions), établit automatiquement les pourcentages. Pour le différentiel sémantique, une analyse factorielle différente a été utilisée.

L'analyse

L'analyse suit un mode séquentiel. On commence par l'analyse de chaque technique séparément. Dans la mesure du possible, les analyses sont à effectuer selon des profils de visiteurs. Ensuite, il s'agit d'aborder les interactions entre variables et entre techniques, pour finalement parvenir à une synthèse finale.

6. L'outil/les outils

Questionnaire d'intégration : il s'agit d'une technique d'auto-rapport (questionnaire rempli par le visiteur) centrée sur des aspects déterminés de connaissance et d'opinion sur la ville. Les questions ont été élaborées dans le but de couvrir la plupart des paramètres. Elles concernent la couverture du site, l'intégration dans son environnement, l'aménagement de l'espace urbain, le site en tant que point de repère dans la ville, la signalisation du site, l'intégration du site dans l'offre patrimoniale de la ville, l'identification par rapport aux contenus, les critères sur la conservation des vestiges archéologiques et l'opinion relatives aux retombées du site sur les habitants.

Échelle de préférence patrimoniale : il s'agit d'une technique objective d'estimation de préférence à échelonner qui permet d'analyser l'opinion des différents types de personnes sur les monuments et équipements culturels urbains. Cette technique permet de mesurer la relation du site avec les autres éléments patrimoniaux de la ville dans l'univers du visiteur. Le questionnaire propose 9 ou 10 images de monuments connus de la ville, parmi lesquels le/les sites objet de l'étude.

Registre d'identité culturelle : il s'agit d'une technique typique d'auto-rapport à laquelle on applique les normes de corrections typiques des questionnaires. Ce questionnaire mesure l'importance du site dans la ville et ses répercussions sur l'identité des citoyens vis-à-vis du site concerné et des périodes de l'histoire de la ville. Les questions ont une portée ample et abordent : le degré d'importance que le visiteur donne à des périodes et unités culturelles de la ville différentes ; la connaissance et la visite du site ; l'apport du site à l'offre culturelle de la ville ; les tendances de l'individu à donner sa préférence à d'autres types d'interventions urbaines, à d'autres types de visite et l'importance du site pour l'histoire de la ville.

Dilemme : il s'agit d'un type de technique peu utilisé mais qui présente un intérêt tant du point de vue théorique – cette technique permet une confrontation avec des situations réelles au moyen d'une approche globale et significative –, que du point de vue méthodologique – elle permet de mesurer et de comparer les opinions des personnes de manière complexe. Le dilemme de contenu patrimonial est un indice qualitatif qui encourage l'individu à se prononcer sur une problématique concrète. Un problème assez réel de préservation de vestiges archéologiques allant à l'encontre de la construction de services pour la ville est proposé et les personnes interrogées doivent se positionner en fournissant des arguments et en donnant une solution. La technique mesure le degré d'implication et de sensibilisation à l'égard du patrimoine archéologique.

Échelle d'attitudes de contenu patrimonial : cette technique a été utilisée antérieurement par notre propre équipe de recherche, de manière spécifique, pour mesurer des attitudes relatives au patrimoine. L'échelle d'attitudes est un indice qualitatif qui encourage l'individu à se prononcer sur une problématique concrète exprimant son degré d'accord ou de désaccord. Vingt questions relatives aux moyens de financement des restaurations, à leur style, à leur intégration dans l'ensemble de la ville et aux équipements culturels de la ville sont proposées. La personne interrogée doit se positionner sur une échelle numérique accord-désaccord allant de 1 à 6.

Questionnaire de perception de l'impact économique : il s'agit également d'une technique d'auto-rapport. Cette technique a pour but de mesurer l'impact de l'ouverture du site sur les niveaux économiques du quartier en particulier et de la ville en général. Un questionnaire à soumettre aux commerçants des alentours du site a été élaboré. Le questionnaire commence

par des questions sur la connaissance et la visite du site. Elles sont suivies par deux questions : l'une porte sur l'impact du site sur l'offre culturelle de la ville et l'autre sur la comparaison du site par rapport à d'autres besoins de la ville. Finalement, deux autres questions, une sur les critères d'estimation de l'impact économique du site sur son secteur et une autre sur les paramètres d'incidence du site sur son négoce viennent compléter ce questionnaire.

Questionnaire autoadministrable : il permet de mesurer le degré de satisfaction et l'opinion du visiteur quant aux différents aspects de l'exposition (l'exposition en soi, le montage, les audiovisuels, les textes, les horaires, le prix, etc.) au moyen d'options fermées et de mettre en évidence les préférences de celui-ci sur l'ensemble (questions ouvertes et fermées sur les préférences inhérentes à l'exposition, aux manques détectés, au déboussolement, aux sources d'information, au mode de visite et au profil du visiteur).

Échelle d'évaluation de sites archéologiques : elle permet au visiteur d'exprimer ses références archéologiques et le degré de satisfaction suite à la visite en comparaison avec ces références. Il s'agit de positionner des sites archéologiques que le visiteur connaît sur une échelle de préférence allant de 1 à 10 en expliquant les raisons des scores accordés. Le site en question sera positionné sur cette échelle de façon à être comparé aux connaissances du visiteur.

Questionnaire d'attentes : ce questionnaire est composé de quatre questions ouvertes. Il donne une idée de ce que le visiteur sait et espère de la visite du site.

Différentiel sémantique : il permet de mesurer les émotions soulevées par la visite. La tâche propose 32 paires d'adjectifs (antonymes) réparties suivant une échelle de façon à ce que le visiteur définisse quels adjectifs correspondent le mieux au site en fonction de l'image qu'il s'est faite de celui-ci pendant sa visite. L'échelle proposée va du « très », à « assez », « un peu », « ni l'un, ni l'autre ». Les paires d'adjectifs ont été regroupées en trois facteurs : « agréabilité », « confortabilité » et « attractivité ».

Questionnaire d'acquisition de connaissances : ce questionnaire permet d'évaluer le degré de compréhension du message scientifique, ainsi que le degré d'apprentissage déclaré après la visite. Il est constitué de questions fermées (quatre options à choisir, une ou exceptionnellement deux) sur les contenus des sites archéologiques, les périodes historiques et les civilisations en générale, ainsi que la méthodologie de fouille archéologique en particulier.

Tâche d'observation du visiteur : elle permet d'observer le fonctionnement des éléments d'exposition, le parcours et l'usage que le public en fait.

7. Conclusions

En guide de synthèse des résultats obtenus, une série d'appréciations communes pour toutes les études de cas a été extraite ; elle illustre les problèmes et les réussites à propos desquels le visiteur s'est prononcé :

- Connaissance limitée à propos de l'archéologie et des sites archéologiques,
- Cet argument contraste avec le grand intérêt accordé aux vestiges archéologiques et la conscience de leur importance exprimée par une attitude « conservationniste » presque « militante »,
- Sentiment identitaire marqué,

- Les sites sont positifs pour le tourisme mais pas suffisants en tant que moteur économique ; il y a d'autres priorités mais le patrimoine archéologique ne doit pas être oublié,
- Les vestiges restent difficiles à comprendre en l'absence d'une interprétation appropriée,
- La mise en réseau des sites est positive pour l'ensemble de l'offre culturelle (spécialement pour les sites archéologiques de moindre importance),
- Enrichissement de l'univers culturel du visiteur.

Quant aux résultats théoriques, il est à signaler que l'approche classique était insuffisante ; dans le cadre même de la recherche, des outils conceptuels et des relations entre les concepts des modèles qui vont au-delà de l'approche classique ont donc été élaborés. Ils sont à l'origine de la création d'un nouveau modèle.

Ce nouveau modèle a montré son efficacité pour l'étude des aspects tant qualitatifs que quantitatifs dans les études de cas réalisées. Il prend en considération pour l'analyse de la gestion d'audiences trois aspects fondamentaux :

- Les études de public,
- Le développement de programmes publics et éducatifs,
- Le plan de communication.

D'un point de vue strictement méthodologique, il a été démontré que la proposition d'analyse élaborée permet d'examiner des problèmes en présence sur des sites de types très divers.