



2^{ème} Enquête de satisfaction des publics de l'exposition « 1940 : les Parisiens dans l'exode »

19/09 – 20/09/20

Enquête qualitative, menée par Dan Baker pour la passation du questionnaire et Lucile Chastre pour l'analyse.

77 questionnaires administrés par entretien directif, à l'issue de l'exposition temporaire, *1940 : les Parisiens dans l'exode* au musée Libération-Moulin-Leclerc, samedi 19 et dimanche 20 septembre 2020, Journées européennes du Patrimoine.

Cette enquête fait suite à une première étude, réalisée dans cette exposition selon la même méthode, les samedi 29 février et dimanche 1^{er} mars.

1/ le succès de l'exposition se confirme

- **86 % des personnes interviewées ont trouvé l'exposition intéressante.**

Seules 9 personnes disent n'avoir rien appris.

- **53% des interviewés expriment spontanément leur enthousiasme.**

À la question « Est-ce que vous avez des remarques supplémentaires ? », seuls des gens satisfaits ont répondu.

Arrivent toujours en tête des sources de satisfaction les contenus sur les enfants, pour 41% des interviewés.

Contrairement à l'enquête de février, aucune personne ne mentionne explicitement ni les données chiffrées et ni les témoignages comme étant marquants, à l'exception de la lettre de Jean Moulin, nommée 13 fois. *Jeux interdits* (12 fois) et les masques à gaz (7 fois) sont nommés plus souvent qu'en février.

Sans qu'il y ait de question précise sur le sujet, on peut néanmoins identifier, à partir des questions 7 et 8, les expôts qui plaisent le plus : par ordre de préférence, les dessins d'enfants, les journaux, les vidéos, les photos.

- **40% des personnes interviewées trouvent l'exposition complète.**

Comme lors de la précédente étude, les réponses à la question « Qu'auriez-vous aimé voir de plus ? » sont diverses. Elles concernent des points d'histoire (ainsi 4 personnes auraient aimé connaître le sort des enfants perdus et 3 personnes avoir un éclairage sur la situation des étrangers) ou des types d'expôts et d'outils de médiation (9 personnes auraient voulu voir plus de supports audio et visuels, 5 personnes plus d'objets).

2/ Profil des visiteurs

Le public est surtout francilien : 86% de Franciliens, contre 55% lors de la précédente étude. Sur la fréquentation totale, on compte 56 % de Parisiens et 30% de banlieusards.

Le faible nombre de visiteurs provinciaux (7/77) et d'étrangers (3/77) s'explique par le contexte sanitaire qui limite les voyages et par le fait que ce week-end est en dehors des vacances scolaires.

55 % sont des néo-visiteurs (contre 88% lors du week-end de février), ce qui confirme à la fois la fidélisation d'un bon pourcentage de public (45%) et l'effet levier de l'exposition sur la fréquentation générale du musée.

Un mélange de connaisseurs et de non-connaisseurs : 43% des personnes interviewées disent n'avoir aucune connaissance sur l'exode. 34 % connaissent très bien le sujet et 22 % le connaissent moyennement. La présence importante de non connaisseurs est peut-être symptomatique du public des JEP, qui va vers ce qu'il ne connaît pas.

25 % des personnes interrogées ont entendu des récits de cet exode dans leur famille. C'est moins qu'en février : 41% des visiteurs interviewés en avaient entendu parler.

3/ Utilité sociale de l'exposition

Il est moins facile d'évaluer l'utilité sociale de l'exposition.

Si l'intérêt de l'exposition est souligné par une majorité de visiteurs, les expressions au sujet de son didactisme sont moins nombreuses et moins riches. Par ailleurs, seules 3 personnes sur les 77 interviewées reconnaissent à l'exposition un rôle notoire dans le devoir de mémoire.

Pour 16% des interviewés (contre 41% dans l'étude de février), elle est un outil de connaissance de son histoire familiale. On peut supposer que les personnes ayant un intérêt personnel pour l'exode ont visité l'exposition dès son ouverture.

Enfin, cette fois-ci, aucune interview sauf une ne permet d'appréhender le rôle de l'exposition comme vecteur de lien intergénérationnel.

4/Le nombre de personnes souhaitant recevoir les actualités du musée est en légère hausse

11 personnes sur 77 souhaitent être tenues au courant des activités du musée, soit 14% des interviewés (contre 11% en février).