

Tenir compte du touriste dans l'accueil d'un musée : l'expérience du Musée de la civilisation à Québec

Marilyn Johnson

Volume 11, Number 2, July 1992

Quand les musées s'ouvrent au tourisme...

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1078089ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1078089ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (print)

1923-2705 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Johnson, M. (1992). Tenir compte du touriste dans l'accueil d'un musée : l'expérience du Musée de la civilisation à Québec. *Téoros*, 11(2), 31–33. <https://doi.org/10.7202/1078089ar>

Tenir compte du touriste dans l'accueil d'un musée : l'expérience du Musée de la civilisation à Québec

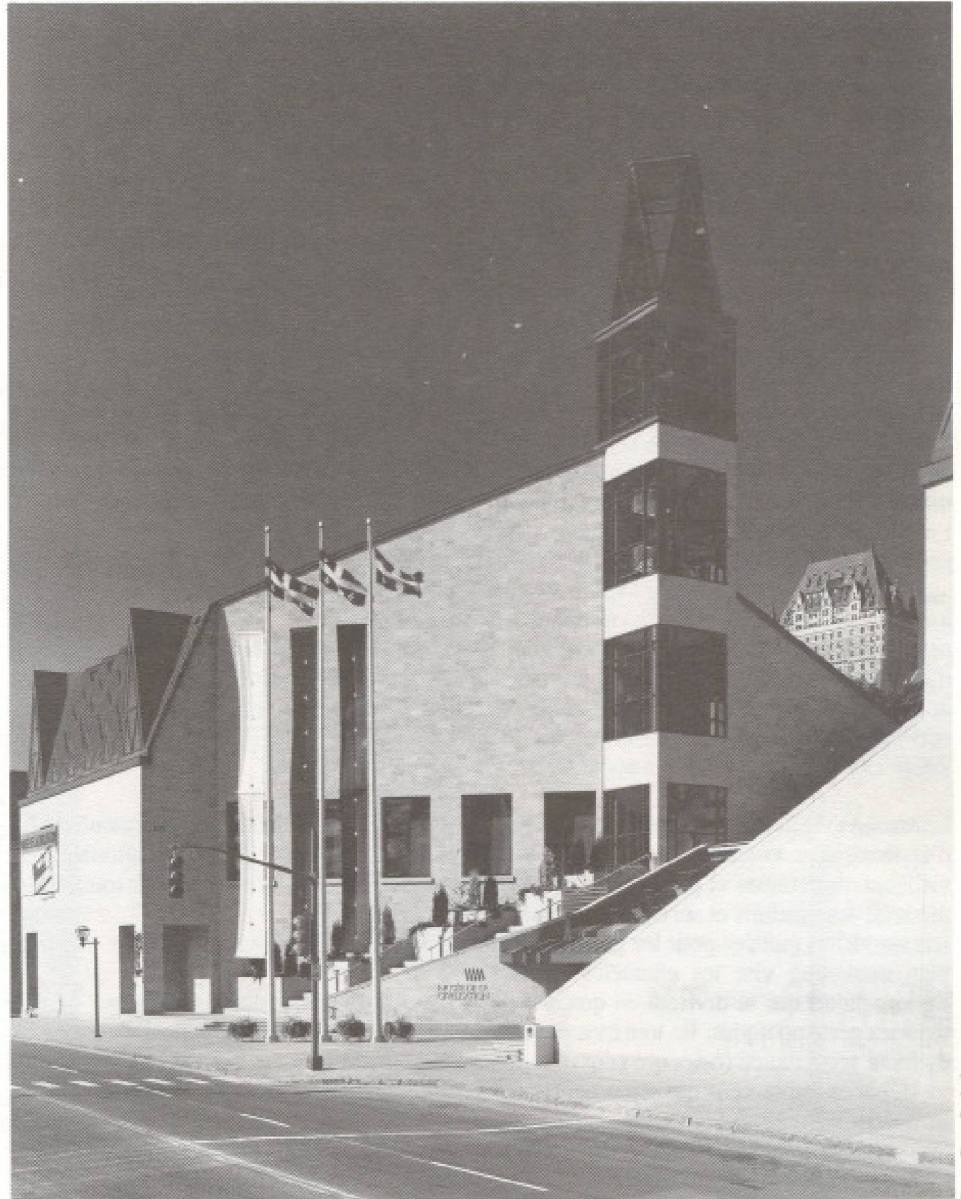
Marilyn Johnson*

Il y a lieu au préalable de souligner certains faits sur le Musée de la civilisation, sa création, son concept et sa mission, ainsi que sur ses orientations. Nous parlerons ensuite de ses publics (visiteurs-touristes) et de ses préoccupations quant aux différentes façons de répondre aux besoins et attentes spécifiques de tous ses visiteurs.

Le Musée de la civilisation: un monde en continuité et en devenir

Le troisième musée d'État créé en 1984 par le gouvernement du Québec est ouvert au public depuis octobre 1988. Comme le stipule le document *Mission, concepts et orientations* du Musée de la civilisation, «le Musée se veut d'abord un apport et un soutien à ceux et à celles qui s'intéressent aux phénomènes de civilisation. Lieu de plaisir, de détente, de réflexion, de connaissance, d'étonnement, le Musée de la civilisation veut permettre aux visiteurs d'établir un rapport critique avec l'histoire et la culture du Québec. Il veut également lui donner une connaissance du passé qui lui fournira des éléments de lecture et d'analyse des problèmes présents et peut-être même des solutions pour l'avenir. Pour ce faire, le Musée rend accessible et fait connaître un précieux héritage qu'il éclaire par la science et la mise en valeur»⁽¹⁾.

Par ailleurs, il fut précisé récemment que «le Musée de la civilisation existe d'abord et avant tout pour sa clientèle qui est multiple et dont les attentes sont variées»⁽²⁾. Si le Musée de la civilisation «est d'abord et avant tout au service des Québécois»⁽³⁾ il est devenu, depuis son ouverture au public, une institution d'envergure internationale. Sa notoriété s'est répandue jusqu'aux États-Unis et même en Europe et en Asie comme en témoignent plusieurs articles parus dans de nombreux journaux et revues internationaux ainsi que l'accueil de visiteurs-touristes et de journalistes de partout dans le monde.



Prise de vue extérieure du Musée. Musée de la civilisation. Juillet 1991.

Les besoins et attentes des visiteurs du Musée

Les besoins et attentes des visiteurs étrangers sont à la fois les mêmes et à la fois différents de ceux des visiteurs-touristes régionaux. Le visiteur-touriste de l'étranger et même celui de l'extérieur de la région ou de la province vient visiter le Musée par intérêt et souvent par curiosité. Dans la mesure où il s'agit d'un

visiteur de passage, son besoin de comprendre est à certains égards plus grand que le visiteur régional. Le visiteur-touriste s'attend à ce que son hôte l'impressionne et attire rapidement sa curiosité. Comme il en est souvent à sa première visite et possiblement à la seule qu'il a l'intention de faire, ses exigences de satisfaction sont particulièrement élevées.

* Madame Marilyn Johnson est responsable du marketing et de la promotion touristique, Service des relations publiques et des communications au Musée de la civilisation, Québec.

Le visiteur régional, quant à lui, sait qu'il peut toujours revenir visiter le Musée, qu'il lui est possible de répéter l'expérience. Les explications en détail du concept et de la façon de faire du Musée sont moins utiles. Par ailleurs, l'affichage dans le Musée est dans sa langue. Il est chez lui. Toutefois, en tenant compte de ces différences, le Musée tient à ce que la qualité de l'accueil soit la même pour tous ses visiteurs. D'ailleurs, «Le Musée devra faire des choix difficiles pour demeurer fidèle à ses orientations. Il les fera en pensant aux visiteurs d'ici et d'ailleurs qu'il doit desservir»⁽⁶⁾.

Le Musée de la civilisation : un attrait à la fois culturel et touristique

Le Musée de la civilisation est à la fois un lieu de culture et un attrait touristique. Il se positionne avantageusement comme attrait touristique dans la région de Québec. Il oeuvre à développer des produits et services et à améliorer des services existants ainsi que la mise en marché des produits en fonction de l'évolution des goûts, des besoins, des préférences et des comportements des visiteurs-touristes. À cette fin, le Musée a créé un poste de marketing et de promotion touristique qui a comme raison d'être principale d'augmenter le nombre de visiteurs-touristes au Musée et de promouvoir les produits et services du Musée auprès des clientèles de l'extérieur de la région immédiate de Québec.

Le Musée s'est doté d'un plan marketing afin d'abord de «cerner les besoins et attentes des visiteurs touristiques et par la suite de promouvoir les produits et services appropriés tels les visites guidées pour les groupes. Ce plan marketing vise les clientèles touristiques adultes qui se divisent en quatre catégories géographiques: les touristes captifs de toute provenance (ceux qui sont déjà en ville, par exemple, ceux qui séjournent dans les hôtels de la région), les touristes canadiens (hors Québec), les touristes américains et les touristes d'outre-mer.

Ces clientèles sont rejointes par des moyens de communication tels:

- La diffusion d'informations et de dépliants du Musée dans les bureaux de renseignements touristiques.
- Le placement de publicités dans les guides et revues touristiques.
- Le développement de forfaits avec des hôtels de la région.

- Le placement de publi-reportages dans des revues spécialisées.
- La participation aux bourses et salons touristiques qui sont organisés par les différents intervenants touristiques, soit: les ministères du Tourisme du Québec et du Canada, l'Office du tourisme et des congrès de la Communauté urbaine de Québec, l'Association des propriétaires d'autobus du Québec, le National Tour Association, ainsi que le American Bus Association.
- La participation aux tournées de familiarisation qui sont organisées à l'intention des transporteurs en autocars, des voyageurs, ainsi que des multiplicateurs de groupes québécois, canadiens, américains et européens»⁽⁵⁾.

Dans toutes les promotions et publications du Musée, que ce soit au Québec ou à l'extérieur, nous tenons compte de ce qu'écrivait José Seydoux dans son oeuvre intitulé *Accueil d'aujourd'hui et de demain*, «L'offre doit être décrite de façon honnête et précise afin que le client potentiel ne se fasse pas de fausses idées...»⁽⁶⁾.

Le Musée et ses clientèles

Le Musée de la civilisation accueille en moyenne 2300 visiteurs par jour; soit plus de 750 000 visiteurs par année. Ainsi, depuis son ouverture, plus de 2 700 000 visiteurs ont franchi ses portes.

Trois types de clientèles fréquentent le Musée: une clientèle locale et régionale, une clientèle scolaire et une clientèle touristique.

La clientèle locale et régionale

Cette catégorie de visiteurs au Musée «constitue la base de fréquentation du Musée... et pour s'assurer de la participation régulière de ses usagers, le Musée offre un choix d'expositions et d'activités à caractère temporaire car ces usagers visitent le Musée en moyenne deux fois par année»⁽⁷⁾.

La clientèle scolaire

Le Musée rejoint toutes les écoles primaires et secondaires de la province et offre à leurs élèves des activités éducatives et culturelles telles des ateliers et des parcours spécialement élaborés pour eux. Cette clientèle est également composée de milliers d'étudiants en provenance de l'extérieur de la province et des États-Unis.

La clientèle touristique

Principalement de langue française mais de plus en plus de langue anglaise et d'autres langues telles le japonais, l'espagnol et l'allemand, cette catégorie de visiteurs occasionnels et souvent saisonniers exige un accueil un peu différent des autres catégories de visiteurs compte tenu des différences de culture et de langue. Toutefois, comme nous l'avons dit, la qualité de l'accueil demeure aussi élevé que pour les autres groupes de visiteurs. Le Musée doit donc en tenir compte dans sa structure d'accueil ainsi que dans les produits et services qui sont offerts.

La structure d'accueil du Musée

L'accueil au Musée de la civilisation se fait par des personnes. Il existe cinq points possibles pour l'accueil au Musée. Soit:

- Les guide-animateurs à la porte d'entrée;
- Les préposés aux renseignements au comptoir d'accueil;
- Les préposés à la billetterie;
- Les guides-animateurs dans les salles d'expositions;
- Les gardiens de sécurité.

Tous les guides-animateurs du Musée sont bilingues et certains sont polyglottes. Il en va de même pour les préposés aux renseignements au poste d'accueil, pour le personnel de la billetterie, ainsi que pour tout le personnel qui est en contact direct avec le public. «Le guide à l'accueil reçoit le visiteur dans le Musée, aide le visiteur à s'orienter dans le Musée et dans les salles d'expositions, informe le visiteur brièvement du contenu des expositions et des activités pédagogiques et culturelles qui sont disponibles, répond à toute question - dans la mesure du possible - concernant le Musée et ses activités, saisit les attentes des clientèles et leur propose un programme de visite qui répond à leurs intérêts»⁽⁸⁾.

«Le guide souhaite la bienvenue aux visiteurs et cherche à créer un climat favorable au bon déroulement de leur visite. Un accueil de qualité est déterminant pour la réussite de la visite au Musée. Le visiteur mieux situé dans l'espace pourra bénéficier davantage de sa visite. Par une information pertinente, le visiteur aura une plus juste vision de l'institution. Des documents d'information présentant et expliquant brièvement les expositions et les activités culturelles et éducatives sont remis par les guides à chacun des

visiteurs. Les fonctions d'accueil et d'information marquent toutes les autres fonctions des guides. Ceux-ci doivent être conscients que souvent le visiteur identifie le Musée à l'accueil qui lui est réservé et à la qualité de l'information qu'il reçoit. Le guide à l'accueil doit donc être conscient des exigences qui entourent son travail auprès du public⁽⁸⁾.

L'accueil au Musée se traduit aussi dans la signalisation par des pictogrammes qui indiquent les différents services disponibles: les ascenseurs, les toilettes et le vestiaire, l'accès pour les personnes en chaise roulante, la boutique, etc.

Comment tenir compte des touristes dans l'accueil au Musée?

Pour assurer la même qualité d'accueil à tous, il y a lieu toutefois de tenir compte des besoins, par exemple, des visiteurs-touristes anglophones et allophones qui sont de plus en plus nombreux. Le Musée, comme institution d'État a cependant des contraintes légales quant à l'affichage. Les lois du gouvernement du Québec portant sur la langue française nous obligent à afficher à l'extérieur et à l'intérieur du Musée en français uniquement. Après avoir constaté certaines difficultés vécues par la clientèle touristique anglophone et allophone, le Musée a notamment installé des panneaux d'information multilingues à l'entrée du Musée. Ces panneaux présentent les expositions en cours, annoncent les principales activités éducatives et culturelles offertes ainsi que les services disponibles.

De plus, puisque tous les panneaux et vignettes dans les salles d'expositions sont unilingues français, le Musée met à la disposition de ses visiteurs anglophones plusieurs exemplaires d'un *English guide-book*. Ces documents reprennent intégralement ou en partie le contenu des panneaux et vignettes des expositions. Il sont placés à l'entrée de chaque salle d'exposition. Par ailleurs, un guide-animateur bilingue est sur place dans la plupart des salles d'exposition pour répondre aux questions de tous les visiteurs.

Comment visiter le Musée de la civilisation?

Les visiteurs ont le choix quant aux différentes façons de visiter les expositions du Musée soit: visites libres ou visites commentées en groupe, ex.. les *Visites Horloges*, ou les visites générales du Musée, ex. *Une heure au Musée*.

• **Visites Libres** - les visiteurs de langue française ne désirant pas de visite guidée peuvent visiter les expositions librement sans difficulté. Leurs homologues de langue anglaise peuvent également visiter les expositions librement suivant les *English guide-books*.

• **Visites Horloges** - il s'agit là de visites commentées des expositions en français et en anglais offertes selon un horaire varié. Les visiteurs-touristes peuvent se joindre aux groupes qui se forment à l'entrée des salles d'expositions. L'horaire de ces visites est affiché près du poste d'accueil et de la billetterie du Musée.

• **Une Heure au Musée** - Cette visite spéciale du Musée a été conçue particulièrement pour les visiteurs-touristes. Il s'agit d'une courte présentation générale du Musée, de son concept et de son architecture, suivi d'une brève visite d'une ou de plusieurs expositions. Cette formule permet aux visiteurs d'avoir un aperçu de ce qu'est le Musée et de choisir des expositions qu'ils désirent visiter ou revisiter plus en détail à la fin de l'activité. Sauf pendant la saison estivale, où l'achalandage ne permet pas de faire des visites guidées de groupes dans les salles d'expositions, les groupes peuvent réserver une visite guidée à l'avance afin de se garantir la disponibilité d'un guide-animateur.

L'été au Musée

Fidèle à son concept et à ses orientations, «le Musée a choisi de traiter des thèmes de façon multicomcommunicationnelle et d'avoir une approche souple, variée et de qualité en matière de communication avec le public⁽⁹⁾. À cette fin, le Musée organise une panoplie d'activités telles les ateliers et parcours spéciaux pour les jeunes et les familles, des films ainsi que des conférences selon les thèmes des expositions. Ces activités sont presque toutes offertes gratuitement aux visiteurs du Musée.

Par ailleurs, chaque été, le Musée développe autour d'une même thématique des activités culturelles et d'animation à l'intention de tous les visiteurs. Pour l'été 1992, par exemple, cette thématique explore *Les voies du fleuve*. Ces activités (concerts, pièces de théâtre, spectacles, danse, etc.) se déroulent dans la cour intérieure du Musée et à la place Royale puisque le Musée de la civilisation est également responsable de l'animation et de

l'interprétation de la place Royale, berceau de l'Amérique française en Amérique du Nord. Les guides-animateurs affectés aux différents sites à la place Royale et à la Maison Chevalier accueillent plus de 300 000 visiteurs et touristes par année. Ils offrent gratuitement des visites commentées et de l'animation durant toute la saison estivale.

Conclusion : la qualité de l'accueil au Musée

Au Musée de la civilisation, la qualité du service à la clientèle n'est pas une politique, mais une *obsession* organisationnelle qui revient un peu partout dans nos textes et dans tous nos plans; une orientation permanente qui s'est intégrée à la gestion ordinaire du Musée. Notre taux de fidélisation s'accroît. En juillet 1991, 21% de nos habitués en étaient à leur troisième visite dans l'année, et 13% en étaient à leur quatrième, cinquième et sixième visite durant la même période. Nos sondages confirment des taux exceptionnels de satisfaction de la clientèle (de l'ordre de 80% - 90% et plus) et ce, sur tous les éléments que nous prenons soin de vérifier: que ce soit l'accueil, notre service de visites guidées, le contenu de nos expositions, nos activités d'animation pour les jeunes et les familles. Que ce soit pour le vestiaire, le Café du Musée ou la Boutique, tous les résultats nous indiquent que nos visiteurs sont heureux de ce qui leur arrive au Musée. Mais surtout, tout ce qui *arrive* aux visiteurs du Musée de la civilisation commence par l'accueil chaleureux de nos guides-animateurs.

Finalement, la qualité de l'accueil au Musée de la civilisation est aussi importante que la qualité des expositions et des activités éducatives et culturelles. Tout le personnel, des guide-animateurs à l'entrée du Musée et dans les salles d'expositions, des gardiens de sécurité, jusqu'à la direction du Musée, en est conscient et oeuvre continuellement à ce que l'accueil évolue selon les besoins et les attentes de tous nos visiteurs. ✦

NOTES ET RÉFÉRENCES

- (1) Roland Arpin, *Mission, concepts et orientations*, Musée de la civilisation, août 1987, p. 9.
- (2) Roland Arpin, *Plan directeur 1992-1995*, Musée de la civilisation, février 1992, p. 14.
- (3) Roland Arpin, *Mission, concepts et orientations*, p. 17.
- (4) Roland Arpin, *Mission, concepts et orientations*, p. 7.
- (5) Marilyn Johnson, *Plan marketing 1991-1992*, Musée de la civilisation, février 1991.
- (6) José Seydoux, *Accueil d'aujourd'hui et de demain*, Denges, 1984, Editions Delta & Spes SA, Ch. 1026 Denges.
- (7) Roland Arpin, *Plan directeur 1992-1995*.
- (8) Pauline Beaudin, *Aide Mémoire (guide-animateur à l'accueil)*, Musée de la civilisation, juin 1992.
- (9) Roland Arpin, *Mission, concept et orientations*, p. 9.