



Démarche consultative et participative en vue de la réouverture du Musée Zoologique de Strasbourg

Phase 2, consultation par focus-groupe auprès de profils ciblés
d'habitant-es

Analyse transversale des résultats



Auteure : Cindy Lebat, Métis / INSEI

Février 2024

Table des matières

Introduction.....	4
a. Méthodologie : considérations générales.....	5
b. Présentation des cinq focus-groupes et des participants.....	9
Le focus-groupe « Familles ».....	9
Le focus-groupe « spécialistes ».....	12
Le focus-groupe « étudiants ».....	14
Le focus-groupe « voisins ».....	16
Le focus-groupe à L'Arche, avec des adultes présentant des troubles du développement intellectuel.....	18
ANALYSE TRANSVERSALE DES RÉSULTATS.....	21
1. L'image du Musée Zoologique.....	21
2. Les enjeux de la visite.....	25
a. Apprendre et comprendre.....	25
Apprendre et découvrir en s'émerveillant.....	25
Qualité du contenu scientifique transmis par le musée, l'exigence des visiteurs.....	26
Transmettre à ses enfants : le musée comme appui à la construction éducative des parents.....	28
b. Passer un bon moment : convivialité, partage et amusement.....	29
3. Les modalités pratiques de la visite.....	29
a. Accès à l'information.....	29
b. Venir jusqu'au musée : une problématique spécifique pour les publics en situation de handicap.....	31
c. Visiter en bonne compagnie : choix et place des compagnons de visite.....	31
Seuls ou accompagnés : question de contexte.....	32
Visiter avec des enfants.....	34
d. Horaires, durée et tarifs : quelles modalités pratiques pour la visite ?.....	37
Quand visiter ?.....	37
Le prix d'entrée.....	38
e. Prolonger la visite ? Le souvenir à ramener chez soi.....	40
4. Ce qu'on fait au musée : outils et activités.....	41
a. Les 1000 visages de la visite guidée.....	41
La condition du « petit groupe ».....	41
Des visites plus spécifiques : d'autres moyens d'apprendre.....	42
b. Apprendre et découvrir : d'autres outils, d'autres formats ?.....	44
Les conférences et documentaires.....	44
Découverte par l'immersion.....	44
Les sorties naturalistes autour du musée.....	45
Le FALC ou la lecture facilitée.....	46
c. S'amuser au musée !.....	46
Des visiteurs actifs et impliqués : jeux et ateliers.....	46
Expériences et propositions divertissantes et insolites.....	48
d. L'envers du décor : l'attrait pour les coulisses.....	49
e. Pour une rencontre entre les arts et les sciences.....	50
f. Garder le lien avec le lieu : accueil mitigé pour les propositions « déconnectées » du contenu.....	51
Yoga et méditation.....	51

Spectacles et concerts.....	52
Conclusion.....	53
Préconisations.....	54
1. Préconisations d'ordre général.....	54
2. Préconisations spécifiques « Voisins ».....	56
3. Préconisations spécifiques « Spécialistes ».....	56
4. Préconisations spécifiques « Familles ».....	56
5. Préconisations spécifiques « étudiants ».....	57
6. Préconisations spécifiques « Handicap ».....	57
Bibliographie.....	58

Introduction

L'enquête qualitative par focus-groupes s'inscrit dans une **démarche générale de consultation des habitants accompagnant le projet de rénovation du Musée Zoologique de Strasbourg**, dans le but de concevoir une programmation culturelle en accord avec les attentes des visiteurs¹.

Elle a donc été conçue donc **en complémentarité avec une enquête quantitative** (phase 1) dont les résultats ont été livrés au printemps 2023². Cette première enquête interrogeait les habitants de Strasbourg et des environs sur leurs représentations liées au Musée Zoologique, mais aussi leurs habitudes et attentes de visite. L'enquête qualitative par groupes de discussion, ou focus-groupes³ (phase 2), vient approfondir certains résultats, creuser davantage certains thèmes voire éclaircir des questions soulevées par cette première enquête.

Les focus-groupes présentent l'intérêt primordial de pouvoir sélectionner, et donc cibler les profils d'habitants que nous souhaitons interroger. Nous avons donc fait le choix de réaliser **cinq focus-groupes**, auprès d'individus identifiées comme des publics clés dans la fréquentation du Musée Zoologique, du fait de leurs spécificités – que nous présenterons ci-après. Ces groupes de discussions ont réuni successivement des familles, des étudiants, un public spécialisé, des personnes en situation de handicap mental, et un public de « voisins » du musée. Nous les présenterons plus en détail dans la suite de ce document.

Le présent rapport commence par une présentation de la méthodologie de ces cinq focus-groupes, en précisant le déroulé, le contenu, les modalités d'animation et les profils des participants. Nous présentons ici le déroulé et les trames d'animation des focus-groupes. Une analyse et une évaluation fines de la démarche et de la méthodologie a quant à elle été réalisée par Mailys Liautard, chargée de médiation et de projets culturels au Département éducatif et culturel des Musées de la Ville de Strasbourg, missions intermusées, hors-les-murs, évaluation et participation des publics⁴.

1 L'ensemble de la démarche est présentée en ligne : <https://participer.strasbourg.eu/detail-participation/-/entity/id/406076015>

2 LEBAT Cindy et DOYEN Audrey, Enquête en vue de la réouverture du Musée Zoologique de Strasbourg : analyse transversale des résultats. Phase 1, enquête quantitative consultative, Métis / Musées de la ville de Strasbourg / Jardin des Sciences. Mars 2023. Consultable en ligne : <https://metis-lab.com/2023/05/05/enquete-quantitative-consultative-en-vue-de-la-reouverture-du-musee-zoologique-de-strasbourg/>

3 Les focus-groupes sont un outil utilisé classiquement en sociologie dans le cadre d'enquêtes qualitatives. Si le terme est issu de son équivalent anglais *focus-group*, nous conservons son usage francisé pour être au plus près de son sens original.

4 LIAUTARD Mailys, Dossier d'évaluation et bilan des groupes de discussion (focus groups), de la mobilisation des participant·es au vécu de ces temps de consultation, phase 2 de la démarche participative "Le Musée Zoologique et

Pour rendre compte de ces discussions, ayant eu lieu entre l'été et l'automne 2023⁵, nous faisons le choix d'**une lecture transversale et thématique**. Ce choix nous permet des échos entre publics, ce qui est capital pour éviter l'écueil d'une lecture et d'une appréhension des publics trop catégorielle, et souvent réductrice.

Ce rapport d'analyse est complété d'une **liste de préconisations**, se trouvant à la fin du présent document. Ces préconisations sont la traduction opérationnelle des résultats de cette enquête par focus-groupes, car il s'agit de ne pas perdre de vue l'objectif d'accompagnement des équipes – et en particulier de la chargée de médiation et de projets culturels du Musée Zoologique – dans la construction de la future programmation culturelle.

a. Méthodologie : considérations générales

Comme dit précédemment, les focus-groupes s'entendent en complémentarité du volet quantitatif, et son intérêt réside dans la possibilité de sélectionner précisément les profils que nous souhaitons interroger. Nous avons alors établi des choix de profils d'habitants en fonction des résultats de la première phase, permettant d'approfondir certains thèmes (par exemple avec les étudiants, pour lesquels nous avons déjà des éléments de résultats dans l'enquête quantitative) ou justement de réunir des personnes peu voire pas représentées dans cette enquête par questionnaire. C'est le cas des personnes en situation de handicap, et notamment en situation de handicap mental, qui échappent le plus souvent au recueil de données via des enquêtes « classiques » par questionnaire, par manque d'accessibilité de ces derniers. Nous avons donc vu dans la poursuite de la démarche avec ces focus-groupes une opportunité de donner véritablement la parole à ces citoyens souvent invisibilisés par les processus classiques de recueil d'opinions.

Les focus-groupes permettent donc de focaliser notre attention sur **des typologies précises de publics**, dans le but de faire émerger leurs besoins spécifiques – et d'esquisser des pistes de réponses à ces besoins. Néanmoins, ils ne regroupent qu'un nombre restreint de participants (6 à 8 par focus-groupe), et ne doivent pas être à ce titre considérés comme apportant des réponses qui correspondraient à l'ensemble des personnes présentant le profil sélectionné. Ils

vous !", printemps-automne 2023, Département éducatif et culturel des Musées de la Ville de Strasbourg (rapport interne)

5 Focus-groupe familles : Samedi 1er juillet 2023 de 10h à 12h dans les salles d'ateliers du MAMCS
Focus-groupe spécialistes : Mercredi 5 juillet 2023 en visioconférence (de 18h-20h), suivi d'un temps convivial à l'Institut de géologie le 12 juillet 18h-20h.
Focus-groupe étudiants : Mardi 10 octobre 2023 de 18h à 20h30 à l'Institut de géologie.
Focus-groupe voisins : Mercredi 11 octobre 2023 de 10h à 12h dans un centre socio-culturel.
Focus-groupe L'Arche : Mercredi 11 octobre 2023 de 17h à 19h aux Pot'irons à L'Arche.

soulèvent des problématiques et dessinent des pistes de solution, et c'est dans cette vision que nous en rapportons les résultats ici.

Chaque focus-groupe a été soigneusement préparé, toujours en collaboration entre Mêtis (Cindy Lebat) et les équipes des Musées de la Ville de Strasbourg et du Jardin des Sciences de l'Université de Strasbourg (en particulier Maïlys Liautard et Joanne Hughes), et dans deux cas en collaboration avec des instances extérieures :

- le focus-groupe « voisins » a bénéficié d'un partenariat avec le centre socio-culturel de l'ARES "La Parenthèse", situé dans le quartier de Vauban-Cité Spach à proximité immédiate du Musée Zoologique, permettant de mener la discussion directement dans leurs locaux sur un temps de présence habituel des usagers ;
- le focus-groupe auprès d'adultes en situation de handicap mental a reposé sur un partenariat avec l'Arche à Strasbourg et le Groupe d'Entraide Mutuelle qui lui est lié. Nous avons donc pu mener la discussion au sein de leurs locaux, auprès d'un groupe de personnes informées et mobilisées par nos partenaires.

Les modalités de mobilisation des participants et de constitution des panels sont détaillées dans le rapport méthodologique interne réalisé par Maïlys Liautard, précédemment cité.

Les focus-groupes ont interrogé plusieurs thèmes⁶ telles que les représentations liées au Musée Zoologique, les attentes et habitudes de visite, les envies en termes de programmation culturelle et de modes de visites. Des thématiques précises telles que l'usage du numérique, la mobilisation des sens (toucher, sentir, goûter...), le rapport aux animaux naturalisés etc. ont également été abordées, ainsi que des questions très concrètes d'accès au lieu, à l'information, d'horaire et de prix de visite. Enfin, chaque focus-groupe a pu aborder des thèmes qui leur étaient propres, comme la question du partage intergénérationnel lors du focus-groupe familles, ou la question des outils spécifiques tel que les livrets en Falc lors du focus-groupe à l'Arche.

Chaque focus-groupe a fait l'objet d'un enregistrement, et a donc débuté par le recueil du consentement à l'enregistrement de chaque participants (avec une autorisation de la part des représentants légaux dans le cas des personnes mineures). Pour le focus-groupe à l'Arche, nous avons élaboré une version en FALC de ce formulaire⁷. Ces enregistrements ont ensuite été retranscrits, et l'analyse a été réalisée à partir de ces retranscriptions. Les propos sont rapportés de manière anonyme ; les participants ne sont jamais nommés dans le rapport, et nous utilisons un code pour rapporter leur propos. Les prénoms sont remplacés par une lettre

6 Un exemple de trame est présenté en annexes afin d'en avoir une vision précise.

7 Formulaires de recueil de consentement classiques et en FALC placés en annexes.

pour préciser le focus-groupe duquel est issu la personne⁸, et un numéro pour chaque participant (exemple : participant A-1).

Les propos et points de vue de chaque focus-groupe sont rapportés de la manière la plus exhaustive et juste possible. Nous avons veillé en outre à une juste répartition de la parole lors des temps d'échange, et cela se traduit dans le rapport par la retransmission des propos de tous les participants aux focus-groupes. Les paroles du focus-groupe de L'Arche sont celles qui trouvent le moins leur place dans ce rapport (24 citations), mais cela s'explique par les difficultés d'expression de certains participants. Nous avons compensé ce manque de parole par d'autres modes d'expression (jeu de positionnement dans l'espace, décrit ci-après), dont les résultats sont rapportés dans le rapport et présentés en annexe⁹. Pour les autres focus-groupe, la parole de leurs participants représente systématiquement entre 50 et 66 occurrences par groupe dans le rapport¹⁰.

Chaque focus-groupe a débuté par une présentation générale de la démarche, en précisant le cadre dans lequel s'inscrivent ces discussions : rappel d'usage sur le déroulement de la séance, l'anonymat des propos, l'écoute et la bienveillance mutuelle nécessaire à la discussion, mais aussi sur ce quoi porte la démarche, sur quoi elle ne porte pas, et sur la portée réelle des propositions émises.

La présence de Joanne Hughes, et à certains moments de Samuel Cordier, a été très utile pour parler du projet de rénovation et du futur Musée Zoologique. Leurs explications ont été illustrées de vues du musée, présentant la future scénographie notamment des salles totem, ainsi que un espace particulier : le laboratoire. Ces interventions ont permis de matérialiser la distinction entre la démarche d'enquête que nous menons et le projet de rénovation muséographique en cours. L'implication de l'équipe du Musée Zoologique (en premier lieu Joanne Hughes, Mailys Liautard, Marine Janel et Samuel Cordier), leur présence à des moments choisis et la justesse de leur positionnement, a été une aide précieuse au bon déroulement de cette démarche.

Les focus-groupes se sont tous achevés par un temps convivial, de chaleureux remerciements et la remise de contreparties prévues par les porteurs du projet (Musées de la Ville de

8 A = focus-groupe familles
B = focus-groupe spécialistes
C = focus-groupe étudiants
D = focus-groupe voisins
E = focus-groupe L'Arche

9 Annexes 10 et 11

10 Focus-groupe familles : 60 citations
Focus-groupe spécialistes : 52 citations
Focus-groupe étudiants : 66 citations
Focus-groupe voisins : 50 citations

Strasbourg et Jardin des Sciences). Toutes ont été particulièrement appréciées par les participants¹¹.



Figure 1: Les contreparties remises aux participants aux focus-groupes (photographie de Mailys Liautard)

11 Selon le questionnaire d'évaluation de la démarche élaboré et recueilli par Mailys Liautard.

b. Présentation des cinq focus-groupes et des participants

Le focus-groupe « Familles »

Nous entendons le terme « famille » comme **le groupe composé d'adultes et d'enfants au sein duquel l'adulte occupe la fonction éducative et affective première** (rôle parental).

Notre focus-groupe a donc réuni des parents et leurs enfants, mais il nous a très rapidement semblé irréaliste de chercher à recueillir conjointement la parole de parents et d'enfants de tous âges. Nous avons donc fait le choix de n'accueillir que les enfants de plus de 6 ans, et avons donc composé le groupe de la manière suivante :

- parents d'enfants de 0 à 6 ans seuls
- parents d'enfants à partir de 6 ans accompagnés de leurs enfants.

Pour l'animation du focus-groupe, **le groupe a été divisé en deux sous-groupes** (adultes / enfants), réunissant neuf adultes et huit enfants.

Il a donc été nécessaire de prévoir **deux espaces d'accueil**. Deux personnes de l'équipe du musée, Mailys Liautard et Marine Janel, ont été mobilisées pour s'occuper d'un sous-groupe (enfants), réunissant 8 enfants. Le groupe a pu s'installer dans une salle à proximité directe de la salle des adultes, avec une configuration confortable (coussins, petites tables) permettant une bonne disponibilité des enfants pour les discussions et activités proposées. L'enregistrement des échanges a permis à l'enquêtrice principale d'avoir accès à la discussion du groupe « enfants ». L'animation de la discussion du groupe des enfants a été conçue pour être suffisamment **rythmée et ludique**, afin de maintenir l'intérêt et l'attention des plus jeunes. Un jeu de cartes a été fabriqué spécialement pour l'occasion, et proposé comme activité aux enfants pour nous livrer leur vision d'une visite idéale dans le Musée Zoologique¹².

Pour les adultes, la discussion a pris plus de place, mais nous avons également proposé une **activité plus ludique et participative, celle du « tri de cartes »**, elle aussi conçue spécialement pour cette démarche, avec l'équipe du Département éducatif et culturel des Musées.

Présentation des participants : un panel plutôt homogène

Le focus-groupe a réuni neuf adultes et huit enfants. Une seule personne, Participant A-9, est venue sans enfant. Les autres sont tous accompagnés d'au moins un enfant, mais dans deux cas (Participant A-1 et Participant A-3) d'autres membres de la fratrie sont absents. Le tableau ci-après récapitule les personnes présentes et les configurations familiales.

12 Cartes et photos en annexes.

Parents	Enfants présents	Autres membres de la fratrie (absents)
Participant A-1	Filleul, 10 ans, CM2	Deux enfants, 13 et 16 ans
Participant A-2	6 ans, GS	
Participant A-3	9 ans, CE2	Un enfant de 16 ans
Participant A-4	6 ans, GS	
Participant A-5	Deux enfants, 7 ans, CP	
Participant A-6		
Participant A-7	11 ans, CM2	
Participant A-8	7 ans, CE1	
Participant A-9	/	Quatre enfants de 3, 7, 9 et 10 ans

Les participants à ce groupe de discussion présente tous une **forte familiarité culturelle**. Deux membres du panel (Participants A-1 et A-7) ont même une pratique professionnelle en lien avec les musées.

La quasi-totalité des participants a déjà visité le Musée Zoologique (8 sur 9), et dans la majorité des cas il s'agissait de visite avec leurs enfants. Participant A-7 nous dit même au sujet de son fils de 11 ans : « il adore le Musée Zoologique, on y est allé plusieurs fois quand il était petit et quand il a fermé c'était un drame pas possible, et maintenant il me tanne "maman c'est quand qu'il ouvre !" ».

De manière générale, les membres de ce groupe sont très familiers des musées et visitent très régulièrement les musées de Strasbourg :

Participant A-4 : « on a l'habitude de faire beaucoup les musées de Strasbourg » et « on est très friands de toutes les activités qui peuvent être proposées pour les enfants pendant les vacances scolaires ».

Participant A-3 : « j'ai beaucoup l'habitude d'aller dans les différents musées de la ville de Strasbourg »

Participant A-8 « on va souvent au musée faire des activités »

Ils ont, en plus, une forte pratique sur les lieux de vacances ou de voyages :

Participant A-7 : « on fait pas mal de musées quand on visite des villes, en vacances. » ;

Participant A-9 : « quand on bouge, quand on est en vacances, on va faire les musées sur place »

Participant A-4 : « quand on est en déplacement on essaye de visiter les musées des villes que nous visitons »

Participant A-3 : « assez similaire avec l'ensemble des personnes ici : quand on est en vacances on profite de là où on est pour aller visiter un monument, ou une exposition... »

Le fait de profiter des vacances pour visiter des musées et lieux culturels est un trait caractérisant les publics familiers des musées, et en particulier de ceux qui lui attribuent une **forte valeur symbolique**, comme le rappelle Samuel Coavoux :

« Pour les visiteurs que nous avons interrogés, la visite au musée est une pratique fréquente, à laquelle ils sont attachés et à laquelle ils attribuent une forte valeur. Elle est même une activité obligatoire dans certains contextes, en particulier les voyages. Visiter une ville, c'est avant tout visiter son principal musée. [...]. Les destinations de voyage, parfois choisies en fonction des opportunités de loisirs culturels, sont toujours des occasions de visites dont il serait coupable de ne pas profiter. » (Coavoux, 2015, p. 12)

La familiarité est aussi liée au mode de recrutement de ces participants, en partie effectué lors d'événements dans des musées : la Nuit des Musées sur le campus et lors d'une activité famille au Musée Tomi Ungerer.

Notre focus-groupe familles répond donc à l'objectif de constituer un panel cohérent. Les participants présentent des caractéristiques communes : leur statut de parents et le rôle qu'ils lui donne dans l'expérience muséale pourra donc être exploré à la lumière de ces caractéristiques.

Le focus-groupe « spécialistes »

Le focus-groupe « spécialistes » a regroupé 6 personnes ayant **des intérêts marqués pour les disciplines du vivant**, en lien avec le Musée Zoologique. Il pouvait s'agir de chercheurs (Participant B-3 et Participant B-4) d'étudiants en biologie ou sciences de la vie (Participant B-2 et Participant B-5), de membres de l'association des amis du Musée Zoologique (Participant B-1) ou d'employés spécialisés dans l'environnement (Participant B-6). Plusieurs sont, en plus, membres de sociétés savantes ou d'associations naturalistes (Participant B-2, Participant B-4, Participant B-5, Participant B-6).

Un entretien complémentaire a été mené avec Participant B-7, vétérinaire, qui n'a pas pu être présente lors du focus-groupe mais a tout de même souhaité s'exprimer.

Initialement, le focus-groupe devait avoir lieu à l'institut de géologie le 30 juin 2023. Toutefois, en raison de l'actualité ce jour-là, ayant rendu difficile la circulation dans la ville (arrêt des transports en commun), l'équipe des Musées de la Ville de Strasbourg a fait le choix de reporter ce focus-groupe au 5 juillet. Pour des raisons logistiques (impossibilité de présence de l'enquêtrice), le focus-groupe a été transformé en **discussion en visioconférence** (via l'outil Teams), suivi ultérieurement d'un temps convivial en présentiel. Cette modalité n'avait pas été initialement envisagée et nous a amené à retravailler le contenu et le déroulé pour l'adapter à un format en *distanciel*.

Le focus-groupe a donc eu lieu en visioconférence en soirée (de 18h à 20h), et a alterné des temps d'échanges collectif (discussion menée par l'enquêtrice principale) et un temps d'activité d'idéation collective, permettant aux participants de discuter entre eux, sans la présence de l'enquêtrice, autour des activités et/ou événements qu'ils aimeraient voir inscrits dans la future programmation du Musée Zoologique. Un **outil de post-its virtuels** a permis de faire la synthèse de ces échanges, et a servi de base pour la reprise de la discussion avec l'enquêtrice.



Figure 2: Mur de post-its du focus-groupe "spécialistes", avec l'outil de post-its en ligne Colibri (<https://postit.colibris-outilslibres.org>)

L'implication et les connaissances des participants liées aux sciences du vivant a justifié de les réunir autour de ce statut de « spécialistes », bien qu'ils n'adhèrent pas forcément au terme, auquel ils préfèrent celui « d'enthousiastes ». Pour Participant B-7, cette implication particulière fait surtout d'eux des « super-motivés ».

Le partage d'un intérêt commun, et donc l'appartenance à une catégorie particulière de visiteurs, a été largement confirmé par **l'enthousiasme des participants à se retrouver autour de sujets partagés**. Il s'est bien agi d'une discussion « entre pairs », montrant que la constitution du panel correspondait au public ciblé.

Le focus-groupe « étudiants »

Le focus-groupe « étudiants » a réuni huit participants, de niveaux et disciplines d'études différents (de la L1 au M2).

Tous étudiants à Strasbourg et dans les environs, une partie sont inscrits à l'Unistra, mais d'autres sont issus d'écoles d'ingénieur ou d'architecture. Notons la présence de deux étudiantes étrangères, ce qui a permis d'aborder d'autres cadres culturels de références, notamment en ce qui concerne les représentations et usages liés aux musées.

Participant C-1	École d'ingénieur, 3ème année
Participant C-2	1ère année de licence de chimie
Participant C-3	2ème année de licence de sciences de la vie
Participant C-4	3ème année de licence arts et design
Participant C-5	3ème année de licence d'art plastique
Participant C-6	1ère année d'école d'architecture
Participant C-7	2ème année de master FLE
Participant C-8	3ème année de faculté de médecine

La diversité des filières et des origines géographiques assure **une hétérogénéité intéressante** dans les profils, tout en s'inscrivant tous dans la catégorie des étudiants. De plus, tous sont dans la tranche d'âge classique des étudiants (18-24 ans).

Cela nous permet donc de saisir les enjeux propres au statut d'étudiant, et non à un profil de spécialiste, que ce soit des disciplines en lien avec le Musée Zoologique ou en lien avec les études muséales.

Parmi les étudiants réunis, la moitié s'est déjà rendue au Musée Zoologique (Participants C-1, C-5, C-7 et C-3), l'autre moitié non (Participants C-4, C-2, C-6 et C-8).

Le focus-groupe a eu lieu à l'Institut de géologie. L'accueil et le premier temps de la discussion ont eu lieu dans la cuisine (salle de pause et de convivialité des personnels), donnant à l'évènement un côté suffisamment informel pour assurer **une ambiance détendue, et une parole libérée**. Ce premier espace a été l'occasion d'un mot d'accueil de la part de Samuel Cordier, puis d'un temps de présentation de l'équipe et de la démarche par Mailys Liautard, et enfin d'un « tour de table » pour que chacun puisse se présenter en quelques mots. Un support de facilitation a été mis en place pour ce tour de table, prenant la forme d'une présentation de soi via une vignette-animal représentant « le visiteur que vous êtes ». Cette activité a permis une implication plus active des participants.

Après ce temps d'accueil et de présentation, nous nous sommes déplacés pour lancer véritablement la discussion dans une salle de réunion, à l'organisation spatiale beaucoup plus formelle (installation autour d'une grande table de réunion).

L'alternance des lieux a permis de **dynamiser et structurer le temps**. Si la configuration de la salle a pu être impressionnante et intimidante, il semble que le temps d'échange préalable a véritablement agi comme un « brise glace » efficace, et la salle n'a semble-t-il pas eu d'effet négatif sur les échanges et les participants, qui se sont sentis globalement plutôt très à l'aise. Les discussions se sont déroulées dans un climat de confiance. L'animation du focus-groupe a été facilitée par une **bonne dynamique de groupe**, des discussions et échanges riches et bienveillants, et une bonne écoute entre les participants.

L'activité « tri de cartes » a également été utilisée pour ce focus-groupe. Nous avons pour cela divisé le groupe en deux sous-groupes, ce qui a permis à chacun de donner son avis plus librement dans une configuration plus conviviale.

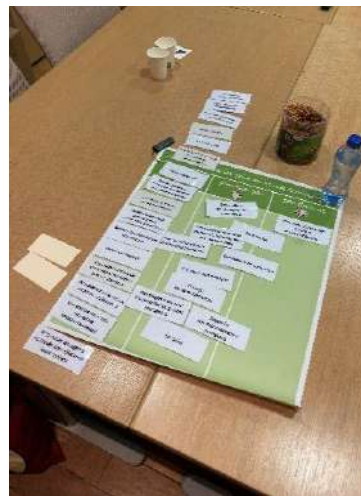


Figure 3: L'activité "tri de cartes" pendant le focus-groupe étudiants (photographie de Mailys Liautard)

Le focus-groupe « voisins »

Nous avons mené un focus-groupe auprès des publics « voisins » du Musée Zoologique, mais présentant **un profil socio-démographique et une familiarité culturelle différentes des personnes rencontrées dans le focus-groupe « familles »**. Pour ce faire, nous avons établi un partenariat avec un centre socio-culturel du quartier de Vauban-Cité Spach, un des quartiers prioritaires de la politique de la ville (QPV), mais aussi un quartier voisin du Musée Zoologique.

L'enjeu de ce focus-groupe était non seulement d'interroger des voisins potentiellement moins familiers des musées que les habitants du centre ville, mais aussi de recueillir les attentes et discours de familles, permettant **d'équilibrer les données recueillies dans le focus-groupe familles** précédemment décrit, qui a réuni des personnes très familières, dotées d'un haut capital social et culturel, et présentant une fort sentiment de légitimité et de familiarité exprimé pendant le focus-groupe.

Ce focus-groupe « voisins » a réuni sept personnes (nommées dans le rapport participants D 1 à 7)

Pour le constituer, le **partenariat avec un centre socio-culturel** a été primordial, nous permettant « d'aller vers » les habitants¹³.

L'animation de ce focus-groupe a été très particulière puisqu'il s'est déroulé dans un contexte « mouvant » au sein du centre socio-culturel, où les personnes viennent pour déposer leur enfant à une activité extra-scolaire. Certaines personnes ont l'habitude de rester pendant en attendant leur enfant, et c'est donc ce temps que nous avons utilisé pour discuter avec elles.

Nous avons donc eu le passage de 7 personnes au total, mais sur plusieurs temporalités. Pour autant, plusieurs « groupes » se sont spontanément mis en place, et les discussions ont tout de même, pour la plupart, été collectives. Nous avons eu des échanges entre participants et participantes, quelques débats, des discussions.

Les échanges ont été répartis comme suit :

- au début, discussion en trio avec Participants D-1 et D-2 (couple) et Participant D-3
- longue discussion partagée avec les Participants D-4, D-6 et D-5
- discussion individuelle avec Participant D-7.

Une **prise de notes en direct et une retranscription très vite après la tenue du focus-groupe** a permis le recueil de données suffisantes, sur plus de 5h d'enregistrement, qui ont ensuite été intégralement réécoutées et partiellement retranscrites par l'enquêtrice.

13 Expression reprise du rapport interne produit par Mailys Liautard, précédemment cité.

Les **outils et supports** (tris de cartes, spécimen d'animal naturalisé (faisan), document de présentation des Musées de la Ville de Strasbourg, vues de l'ancien et du futur musée) ont permis de maintenir **une discussion vive et structurée**, et de recueillir beaucoup de données pertinentes et comparables pour une analyse de ce focus-groupe de la même qualité que les autres temps de discussion.

Notons que tous les participants se sont déjà rendus dans des musées, dans des contextes et des lieux différents, et plusieurs ont déjà été au Musée Zoologique, quasiment toujours avec leurs enfants et souvent dans le cadre de sorties scolaires. Néanmoins, la familiarité est moins affirmée que dans le focus-groupe familles, et la valeur associée au musée est moins forte. Le focus-groupe « voisins » a donc permis un équilibrage dans le recueil de la parole des familles.

Le focus-groupe à L'Arche, avec des adultes présentant des troubles du développement intellectuel

Le choix du public pour ce focus-groupe a été établi en **concertation avec les équipes du musée**, et en particulier Isabelle Bulle (chargée de médiation référente publics en situation de handicap / Musées) et Camille Duret (chargée de la coordination du projet de rénovation du Musée Zoologique au Jardin des Sciences). Initialement, il nous semblait évident de nous intéresser aux publics présentant des besoins spécifiques, en particulier lié à un handicap, sans que nous ne sachions sur quels types de besoins et/ou de handicap nous allions nous focaliser.

La discussion avec Isabelle Bulle et Camille Duret a fait apparaître que les publics présentant un trouble du développement intellectuel (TDI) – communément appelés personnes déficientes intellectuelles ou personnes en situation de handicap mental – étaient pris en compte dans les Musées de la Ville de Strasbourg par le biais de livrets en FALC¹⁴, mais sans que leurs besoins et attentes ne soient véritablement recueillis et étudiés. Ces publics sont connus des équipes de médiation du Département éducatif et culturel des Musées, qui mènent auprès d'eux une action de proximité et qui en a donc une connaissance et une compréhension tout à fait fine et conséquente. Il manquait néanmoins à leur sujet des données plus solides et objectives, et notamment les concernant en tant que publics individuels, et pas uniquement dans le cadre de visites de groupes préconstitués. Ce manque se retrouve d'ailleurs dans la littérature scientifique, dans laquelle nous trouvons peu d'études relatives aux personnes présentant un TDI dans les musées. Ce double constat nous a donc orientés vers le choix de ce public pour notre focus-groupe.

Ce focus-groupe a donc réuni six adultes présentant des troubles du développement intellectuel. Ils sont nommés dans le rapport Participant E-1 à E-6. Aborder cette catégorie de public en situation de handicap doit permettre l'élaboration d'une **offre culturelle prenant en considération leurs besoins et attentes spécifiques**. Les personnes de ce focus-groupe sont peu habitués des musées, à l'exception de Participant E-2 qui déclare s'être rendu souvent dans des musées. Notons que parmi les participants une personne, Participant E-4, est aveugle.



Pour organiser ce focus-groupe, nous avons fait le choix de nous appuyer sur **un partenariat solide avec L'Arche à Strasbourg**, structure d'accueil et lieu de vie inclusif. Ce partenariat a permis de réunir facilement un

14 Livrets de visite FALC, conçus par Isabelle Bulle en partenariat avec l'atelier de transcription en FALC de l'ESAT aux Trois Relais de Saverne., téléchargeables en ligne : <https://www.musees.strasbourg.eu/visites-handicap-mental-et-psychique>

groupe de personnes en situation de handicap mental se connaissant préalablement (*via* leur habitat inclusif et le Groupe d'Entraide Mutuelle (GEM) de l'Arche).

L'Arche est située dans l'éco-quartier Danube (à une quinzaine de minutes à pied et quelques minutes en tram du Musée Zoologique), où nous avons donc mené ce focus-groupe dans un lieu confortable, accueillant et surtout dont les participants étaient parfaitement familiers. L'implication des équipes de l'Arche a été précieuse et a favorisé l'adhésion des participants à la démarche.

Le fait que le groupe se connaissait avant notre rencontre a engendré **une bonne dynamique dans les échanges**, qui se sont déroulés dans **une ambiance plutôt joviale**.



En concertation avec l'équipe de l'Arche et du Département éducatif et culturel des Musées, nous avons élaboré **une animation de focus-groupe dynamique et ludique**. Les temps de discussion étaient ponctués d'activités permettant aux personnes de se positionner dans l'espace ou d'utiliser des cartes avec des pictogrammes pour imaginer leur visite.

Ces outils ont été une aide précieuse pour amener chacun à s'exprimer.

- Le focus-groupe a débuté dans l'espace de convivialité (voir photo) par une présentation de la démarche, un tour de table et le recueil des consentements à l'enregistrement. Ce recueil aurait pu être anticipé et réalisé en amont car il a été très fastidieux et fatiguant pour les participants de prendre connaissance de ce document puis de le signer pendant cette réunion. La signature de ces formulaires a pris un temps et une énergie considérable, qui aurait pu être mis à profit des discussions.
- Le groupe s'est ensuite déplacé vers un autre espace, où avaient été disposés des panneaux d'activité individuels, permettant à chacun d'imaginer comment il organiserait et configurerait sa visite au Musée Zoologique (avec qui / avec quoi / comment j'irai). La présence d'un nombre suffisant d'accompagnateurs¹⁵ a été très

¹⁵ Trois chargées de médiation du Département éducatif et culturel, trois personnes de l'équipe de l'Arche.

utile ici pour guider les participants dans leur compréhension de l'exercice (pour tous, et en particulier pour Participant E-4, non-voyante).

- Puis, l'activité suivante a été aussi très dynamique, puisque nous demandions aux participants de se positionner dans l'espace, de part et d'autre d'une ligne au sol (à gauche : absolument / à droite : pas du tout), selon les propositions d'activités que nous leur soumettions. Ce temps très dynamique a instauré une ambiance joviale et a demandé un effort de concentration qui nous semblait adapté.
- Enfin, lorsque l'activité a pris fin nous avons demandé aux participants de s'installer de nouveau dans les canapés pour reprendre la discussion. A ce moment du focus-groupe, nous avons toutefois constaté que les participants étaient fatigués et, les efforts de concentration demandés étant trop importants, nous avons rapidement clôturé les échanges pour nous réunir autour d'un pot de convivialité fort apprécié de tous et toutes.

ANALYSE TRANSVERSALE DES RÉSULTATS

1. L'image du Musée Zoologique

Les représentations liées au Musée Zoologique récoltées dans le cadre de ces cinq focus-groupes concordent avec les éléments déjà mis à jour dans le cadre de l'enquête quantitative ayant constitué la première phase de ce travail de consultation mené par les Musées de la Ville de Strasbourg¹⁶. La grande majorité des personnes rencontrées dans le cadre de ces deux temps d'enquête, qu'elles aient ou non déjà visité le Musée Zoologique, partagent l'image d'un lieu d'échange intergénérationnel, que l'on se représente comme **un peu vieillissant** voire « poussiéreux », mais dans le même temps particulièrement **attachant**.

Quant au contenu de ce musée, que cela soit fondé sur des représentations ou sur des souvenirs, il ne fait aucun doute pour tous les participants des focus-groupes – quel que soit le groupe de discussion - que le Musée Zoologique renferme **des collections d'animaux**, et plus précisément des **animaux naturalisés**. Ils sont en outre nombreux à utiliser le terme « animaux empaillés », et le procédé en lui-même interroge, nous y reviendrons.

Focus-groupe l'Arche - *Est-ce que vous connaissez le Musée Zoologique ?*

Participant E-3 « ça veut dire qu'on va parler des animaux »

Participant E-2 « il y a des animaux empaillés »

Le contenu du Musée Zoologique est relativement bien identifié, et certains spécimens sont d'ailleurs particulièrement attractifs. **Certains animaux sont emblématiques**, tant dans les souvenirs que dans les attentes. L'enquête quantitative avait déjà montré l'importance de certains animaux comme la girafe, le lion ou le coelacanthé dans l'imaginaire construit autour du Musée Zoologique, et certains participants des focus-groupes, ayant déjà visité ce musée avant sa fermeture, ont été marqués par ces mêmes spécimens :

Participant E-2 (focus-groupe l'Arche) : « Je me souviens bien des couloirs, avec les animaux empaillés, la grosse girafe dans l'entrée. Ça je m'en souviens. »

Les personnes n'ayant jamais visité le musée expriment tout de même des attentes relatives à des spécimens en particulier, montrant **l'importance de la valorisation particulière de certains animaux**. Par exemple, une personne du focus-groupe de L'Arche (participante E-4) est particulièrement intéressée pour voir un renard, et deux participants du focus-groupe La

16 Enquête précédemment citée, LEBAT et DOYEN, 2023.

Parenthèse (participants D-1 et D-2), nous questionnent sur la présence d'un fennec dans les collections :

Participant D-1 : « il y a un animal très connu en Algérie, il s'appelle le fennec, il y en aura un ? »

De la même manière, la perception du loup comme animal emblématique se confirme lors du focus-groupe L'Arche, où les participants expriment une forte réaction d'amusement et d'enthousiasme en découvrant l'image de la future salle totem du loup.



Figure 4: Vue de la future salle totem du "loup" au Musée Zoologique de Strasbourg, copyright : Oneblock.city pour Ducks Sceno / Freaks

La présence d'animaux naturalisés est donc bien perçue par tous, mais elle ne suscite pas pour autant les mêmes réactions chez chacun. Souvent, elle ne laisse pas les participants indifférents, confirmant ce que nous l'avions pré-senti lors du recueil de questionnaires (phase 1), où la peur et le dégoût face aux collections présentant des animaux empaillés avaient été évoqués à plusieurs reprises (rapport phase 1, p. 22).

Les postures de rejet face aux collections d'animaux naturalisés sont toutefois rares, à l'exception peut-être d'une participante du focus-groupe étudiants (C-4), qui exprime son dégoût face à la présence d'animaux naturalisés. Un participant du focus-groupe Familles (A-3) se déclare également gêné par cette présence.

Participant C-4 : « moi j'ai jamais été dans ce musée avec des animaux naturalisés, mais au moment où on me dit que c'est des animaux naturalisés honnêtement, j'ai pas trop envie d'y aller. Ça continue à être des vrais animaux, c'est pas des statues... c'est des animaux... morts... »

Participant A-3 : « je suis un peu gêné face aux animaux naturalisés, mais je me dis que ça a une dimension archéologique, c'était il y a pas mal d'années donc ça va. Mais je serai gêné aujourd'hui qu'on fasse la même chose. J'espère qu'on a arrêté de faire ça ! ».

Certains sont, de par leur formation, plus habitués à la présence des corps, humains ou animaux. Il s'agit notamment de Participant B-4 (focus-groupe spécialistes), chercheuse en biologie et habituée des dissections, Participant C-8 (focus-groupe étudiants), habituée des cours d'anatomie par ses études en médecine, et Participant A-2 (focus-groupe familles), professeure de biologie :

Participant A-2 « c'est un sujet qui devient un sujet de société, il y a quelques années on n'y pensait pas. Mais bon c'est vrai que moi par mes études, j'ai l'habitude des animaux morts, j'en ai eu beaucoup entre les mains ! Donc bon, dans un objectif de connaissance c'est pas quelque chose qui me choque. Mais c'est bien qu'on en parle, que ça soit expliqué, et encadré. »

Certains autres jugent naturel le rapport à la mort (Participant D-2 et Participant D-1), et une personne affirme même être fascinée par le travail de naturalisation :

Participant D-2 (focus-groupe voisins) : « c'est pas un problème, c'est normal dans la vie, ils [les enfants] voient des pigeons par terre »

Participant D-1 : « Dans notre pays, ils voient les cadavres d'animaux dans la rue, c'est normal ».

Participant B-2 (focus-groupe spécialistes) : « c'est un travail monstre qu'ils font et c'est pas assez montré parce qu'en vrai c'est un boulot de dingue mais qui peut être tellement bien fait. Et à la fin les gens arrivent à voir des animaux qu'on peut pas voir... Moi je vois ça, pas avec admiration, mais je trouve ça beau en fait à quel point, on réussit à redonner à l'animal toute sa... Presque à le rendre vivant sans qu'il soit vivant. »

La peur face aux spécimens, concernant les enfants et déjà apparues dans l'enquête quantitative (rapport phase 1, p. 23), est parfois évoquée, par les parents ou par de jeunes adultes se remémorant des souvenirs d'enfance :

Participant A-9 (focus-groupe familles): « un des miens petit, peut-être trop petit, était un peu effrayé. Surtout avec les yeux... en plus sur des anciennes taxidermies. Et puis c'est un côté peut-être trop figé... »

Participant C-7 (focus-groupe étudiants), se rappelant ses visites étant enfant : « tout ce qui est animaux empaillés ça m'a peut-être un peu effrayée. La peur de voir l'animal la gueule ouverte... »

Mais de manière générale, les participants expriment surtout des questionnements, et **le besoin d'explication se fait sentir, tant au sujet du processus de naturalisation que de l'origine des collections**. Ce besoin d'explication est, pour les participants, nécessaire tant pour les adultes que pour les enfants.

Participant B-4 (focus-groupe spécialistes) : « Il faut peut-être expliquer l'origine des animaux en fait. Parce que c'est vrai que les gens pensent que les animaux étaient tués pour être naturalisés. »

Participant C-8 et Participant C-1, focus-groupe étudiants :

Participant C-8 : « c'est utile et intéressant d'avoir ce genre d'informations, un peu historiques aussi, où on explique pourquoi ces modèles sont là, comment... l'histoire, la chasse, tout ça ! »

Participant C-1 : « je pense que ça pourrait rassurer les gens, en plus actuellement il y a de plus en plus de gens qui sont pour la protection animale, donc ça serait dommage que des gens se plaignent et aient de fausses idées là dessus [...] Rassurer les gens, pour pas qu'ils pensent qu'on est des barbares ! Quand on pense à la taxidermie on a des clichés, et ça peut vite dégoûter »

Participant A-1 (focus-groupe familles) : « il y a un questionnaire sur ce mort qu'on a retravaillé... je pense que les enfants se posent la question, comment on les a vidés, etc. Des choses qui sont violentes dans l'imaginaire. Et dans le musée, l'ancienne version, il y avait des scènes qui étaient un peu lugubres ! Cette question de la momification, de traitement du corps, finalement ça aborde la question de la mort, de la persistance des corps. Il faut trouver une méthode pour en parler... c'est pas rien finalement, c'est bien de relever le truc, parce que c'était pas forcément conscient dans les visites que j'ai faites ».

Participant A-4 (focus-groupe familles) : « Le fait de savoir que c'était des animaux qui étaient vieux, qui sont morts, moi franchement je suis beaucoup plus à l'aise avec ça. Et puis je suis pas non plus spécialement à l'aise avec les zoos, tous ces animaux vivants qui sont enfermés... »

Ce **besoin d'explication** apparaît dans tous les focus-groupes, et fait l'objet d'un consensus chez les participants, à l'exception du focus-groupe à l'Arche, où les participants posent des questions mais ne soulignent pas comme les autres un besoin d'explication que le musée devrait fournir à tous les visiteurs.

Pendant les discussions, Joanne Hughes, chargée de médiation et de projets culturels pour le Musée Zoologique, a pu expliquer le processus de naturalisation et de constitution des collections, notamment grâce à des images¹⁷, mais aussi à des explications sur l'origine des spécimens et les modes actuels d'enrichissement des collections. Ces explications ont été fortement appréciées, elles apaisent véritablement les sentiments initiaux de gêne ou de malaise face à la naturalisation.

2. Les enjeux de la visite

a. Apprendre et comprendre

Apprendre et découvrir en s'émerveillant

Pour tous les participants, un des principales attentes est **la découverte et l'apprentissage** de nouvelles connaissances. Et **en s'émerveillant** si possible ! Le musée revêt ce rôle de transmetteur d'informations ; les musées exposent, mais aussi renseignent sur les collections, fournissent des explications permettant à chacun de mieux appréhender scientifiquement les collections et leur contenu.

Participant A-2 (focus-groupe familles) : « l'objectif du Musée Zoologique reste d'abord pédagogique et éducatif, d'avoir des connaissances sur les animaux [...] »

Participant B-3 (focus-groupe spécialistes) : « l'apprentissage, ça reste pour moi la première mission d'un musée et c'est ce qui en fait quelque chose de différent d'un cabinet de curiosité simple, où on aurait juste des rangées et des rangées de spécimens. Je pense que là, l'information et la communication, c'est la première mission. »

Plusieurs propositions d'activités – que nous détaillerons après – vont dans ce sens. Les choix sont orientés en partie par cet objectif de découverte et d'apprentissage.

17 Image placée en annexe.

Complémentaire à cet enjeu d'apprentissage, la **dimension exceptionnelle et merveilleuse** du musée est soulignée à plusieurs reprises :

Participant B-4 (focus-groupe spécialistes) : « Moi, j'y vais pour la découverte, voir des choses que je connais pas. Et des choses rares aussi. Je pense à la minéralogie, moi j'aime beaucoup les minéraux et donc j'aime aller voir les météorites. Des choses vraiment exceptionnelles qu'on trouve pas dans tous les musées. »

Participant B-2 (focus-groupe spécialistes) : « Pour relier un peu le fait d'apprendre et de s'émerveiller, je dirais que j'aime bien apprendre en m'émerveillant ! Genre quand on rentre dans un musée et que tout est amené en fait pour que à la fois on trouve ça beau et que toutes les informations en fait sont là pour qu'on puisse en apprendre plus. »

Dans le focus-groupe étudiants, Participant C-5 insiste sur la **dimension esthétique du musée**, et Participant C-8 souligne l'intérêt pour le fait d'apprendre tout en se faisant plaisir :

Participant C-5 : « Le Musée Zoologique il joue dans un premier temps sur l'esthétique, donc pour moi c'est d'abord l'esthétique, la scénographie... [...] Je dirais [que c'est un] musée social et un peu artistique, parce que l'esthétique est super travaillée ».

Participant C-8 : « Il faut aussi que ça m'attire l'œil, que ça soit joli, mais je le vois quand même comme un musée scientifique ».

Même les spécialistes, pourtant très connaisseurs des disciplines du Musée Zoologique, affirment avoir toujours à apprendre, et place cette découverte de choses nouvelles comme la première motivation, davantage d'ailleurs dans un musée de sciences que dans un autre type de musée :

Participant B-5 (focus-groupe spécialistes) : « Pour un musée zoologique je dirais que j'irais spécialement dans l'idée d'apprendre, même si aussi pour m'émerveiller mais je dirais que ça c'est un peu secondaire et ça serait quand même lié au fait d'apprendre les choses en fait. »

Qualité du contenu scientifique transmis par le musée, l'exigence des visiteurs

S'ils partagent un horizon d'attente commun avec l'ensemble des visiteurs, les spécialistes nourrissent tout de même des attentes plus précises relatives à certains spécimens ou champs d'expertise. Leurs exigences portent aussi sur le contenu des propositions d'animations culturelles, par exemple les ateliers de construction d'abris pour les animaux. La rigueur et le sérieux du contenu sont primordiaux pour cette catégorie de visiteurs.

Participant B-2 (focus-groupe spécialistes) : « J'ai hâte de voir ce qu'on pourra retrouver pour 2025 et en particulier du coup tout ce qui est arthropode pour voir un petit peu comment ça sera aménagé, etc. Surtout que la présentation parfois pour certains spécimens n'est pas facile. »

Participant B-2, plus loin : « Je pense que tout le monde ne peut pas conseiller pour des abris ou quoi. Je prends l'exemple du hérisson et parce que je l'ai en tête, tout le monde ne peut pas conseiller un abri spécifique pour un hérisson parce que c'est très particulier, faut pas se tromper. Donc oui, mais il faut faire attention à comment c'est fait. »

Dans ce **souhait de voir le Musée Zoologique délivrer un contenu scientifique exigeant et de qualité**, permettant aux visiteurs de découvrir et apprendre des choses nouvelles, nous notons chez une grande partie des participants une **forte focalisation sur l'enjeu de sensibilisation au changement climatique et aux questions environnementales**. C'est le cas particulièrement dans les focus-groupe spécialistes et familles. **L'ancrage local** de ces questions est également particulièrement important aux yeux des visiteurs rencontrés.

Dans le focus-groupe spécialistes, on observe un consensus autour de l'idée que la sensibilisation aux enjeux environnementaux et au changement climatique est une des « missions fondamentales » du Musée Zoologique. Participant B-4 imagine pour cela les atouts de l'usage de la réalité virtuelle :

« Il y a plein d'options en réalité virtuelle, on peut mimer le changement climatique par exemple, avec le visiteur immergé dans un habitat qui change, dont la température augmente de 5° au cours des décennies et on pourrait voir les espèces qui disparaissent, d'autres qui apparaissent. Ou d'autres changements environnementaux, en lien avec l'exploitation des ressources... »

Pour les parents du focus-groupe familles, le Musée Zoologique peut apporter une réponse concrète et pratique aux questions relatives à l'environnement et à la protection de la nature :

Participant A-2 : « je trouve ça intéressant parce que ça permet d'apporter une réponse active à des questions de préservation, une façon dont les enfants aimeraient pouvoir agir, parce que ces questions de responsabilité de l'espèce humaine vis-à-vis du vivant ils vont forcément se les poser. En fait ça me paraît être une possibilité de réponse, pour interagir avec le vivant. »

Pour les personnes rencontrées, le Musée Zoologique doit transmettre la recherche : c'est un mouvement de **vulgarisation**, de passage de « spécialistes » vers le « grand public ». Participant B-3, chercheur, explique son intérêt pour le musée comme lien entre la recherche et le « grand public » :

Participant B-3 (focus-groupe spécialistes) : « J'ai toujours été très très intéressé par la muséologie. Je trouve que dans la recherche, c'est un peu notre lien avec le public. Je trouve ça très très important d'avoir des événements et la scénographie. Une bonne scénographie pour la présentation des collections. »

Pour Participant B-7 (focus-groupe spécialistes), le rôle du Musée Zoologique est avant tout éducatif, et elle estime qu'il faut « exploiter ce Musée Zoologique au maximum de ses possibilités » (éducatives). Pour ce faire, elle insiste particulièrement sur son lien avec l'Éducation Nationale, son intégration dans les parcours scolaires. Pour elle, l'idéal serait que « que tous les établissements scolaires de Strasbourg aillent au Musée Zoologique »

Transmettre à ses enfants : le musée comme appui à la construction éducative des parents

Les parents développent une vision du musée comme s'inscrivant en **complémentarité avec l'école**. Il est un outil dont ils se saisissent pour consolider des apprentissages du cadre scolaire, mais aussi pour élargir le champ de la culture générale de leurs enfants.

Participant A-5 (focus-groupe familles) : « nous par exemple cette année les filles ont fait un travail sur Tomi Ungerer à l'école donc forcément, on est allés voir le musée, pour compléter. C'est vrai que la ligne de conduite de l'école nous inspire un peu. Mais se dire comme ça un week-end "allez, on va au musée", non, on le fait pas. C'est vraiment s'il y a un lien avec l'école, ou une exposition temporaire qui nous intéresse, ou un grand événement, c'est vraiment ça qui nous fait aller au musée, en tout cas ici à Strasbourg. »

Participant B-4 (focus-groupe spécialistes) : « on essaie de diversifier aussi pour montrer aux enfants un maximum de choses, donc pas seulement la biologie, parce qu'en plus on est tous biologistes dans la famille, donc c'est déjà un petit peu biaisé donc on essaie de les ouvrir aussi à autre chose. Musée d'art également, donc, pas seulement la zoologie. »

La particularité du Musée Zoologique pour les parents est son rôle dans **la transmission d'une culture et une méthode scientifiques**.

Participant A-2 (focus-groupe familles) : « Sur le Musée Zoologique ça serait intéressant de comprendre les techniques de taxidermie, qui ont évolué aussi dans le temps... ça peut être un aspect un peu annexe mais l'animal il est là aussi parce que il a été naturalisé... »

Participant A-8 (focus-groupe familles) : « La dimension méthodologique c'est important, les musées permettent aux enfants d'approcher les méthodes scientifiques, la façon dont on apprend les choses »

Par la compréhension des méthodes scientifiques, c'est le lien entre sciences et société qui est souligné, et qui représente pour plusieurs participants, et notamment des parents, un enjeu fort du Musée Zoologique.

Participant A-3 : « Je reviens sur le côté 'enjeux actuels des chercheurs'... ce qu'ils cherchent aujourd'hui, et pourquoi, je pense que ça peut intéresser les enfants. »

Cet investissement du musée comme un appui à la transmission des savoirs scolaires et/ou scientifiques est davantage l'apanage des familles présentant une forte familiarité culturelle, et surtout attribuant à cette institution une haute valeur symbolique.

b. Passer un bon moment : convivialité, partage et amusement

Déjà perçu dans le souhait exprimé de « s'émerveiller » lors de leur visite au musée, l'enjeu de divertissement vient en complémentarité à l'enjeu d'apprentissage. Le plaisir fait partie de la visite, et il peut être lié à l'esthétique du lieu (comme exposé plus haut), mais aussi à la **sociabilité et au partage vécu pendant la visite**. Cet enjeu est transversal mais se déploie selon des modalités différentes selon les personnes et/ou les moments, nous y reviendrons *infra* en évoquant la place des compagnons de visite.

Cet enjeu avait par ailleurs déjà été perçu et souligné dans la première phase d'enquête (rapport phase 1, p. 36-38).

Comme celui de l'apprentissage et de la transmission de connaissances, il importe surtout de comprendre **comment il peut s'incarner dans le musée dans des actions concrètes d'accueil et de médiation**. Voyons donc à présent comment ces différents enjeux, d'apprentissage, de découverte, d'émerveillement, de transmission, s'incarnent dans les modalités de visite et les choix d'activités plébiscitées par les participants.

3. Les modalités pratiques de la visite

a. Accès à l'information

L'accès à l'information est évidemment un préalable indispensable pour organiser une visite culturelle. C'est même la première étape de sa réalisation. La concernant, les attentes et besoins peuvent varier d'un groupe à un autre. Par exemple, certains parents soulignent l'intérêt de relayer l'information par le biais des écoles :

Participant D-5 (focus-groupe voisins) : « aussi via les écoles. Il faut absolument entrer en contact avec les directrices d'écoles ! »

Mais hormis cette recommandation, ils sont globalement partagés, entre des supports papier type flyers, des informations par mail ou par sms, etc. Il ne ressort pas de consensus sur un type de canal d'information. Les réseaux socio-numériques ne sont en revanche jamais cités par les parents.

A l'inverse, les étudiants plébiscitent de manière unanime le canal numérique d'information que constitue Instagram (via les story en particulier). Ces données sont en accord avec les données nationales d'utilisation des RSN et avec celles récoltées dans la phase quantitative de la démarche (rapport phase 1, p. 41-42). Mais le recours quasi automatique à Instagram n'empêche pas les étudiants d'accéder à l'information culturelle via d'autres formes de média, qui sont finalement assez plurielles :

Participant C-2 « la première chose que j'ai fait c'est sur *google*, mais maintenant sur *insta* je suis la page de l'université, et par mail on reçoit des invitations, etc. Et dans les resto et les bars il y a toujours des flyers, je regarde toujours. Et puis aussi par des amis ».

Participant C-4 : « dans notre fac il y a toujours une table au CROUS ou à la cafet', avec des flyers. »

Participant C-6 : « par les affiches, dans la rue, je regarde toujours un peu autour de moi... et comme j'ai un peu peur de m'ennuyer parfois, j'essaye d'avoir toujours une activité de prévue, pour sortir la tête des études et profiter de la ville. Et à l'université ils nous incitent beaucoup à découvrir des choses »

Participant C-7 : « pareil, les affiches... et les réseaux sociaux aussi, surtout insta ».

Ils privilégient donc Instagram, mais expliquent avoir un accès très facile et multicanal à l'information. La multiplication des canaux d'informations ne facilite pas nécessairement l'accès, comme nous l'explique Participant C-5 : « on est incendiés, on reçoit tout de partout, on reçoit beaucoup beaucoup de mails, et les trucs intéressants sont noyés dedans ». Plus encore, ils se disent sursollicités, voire saturés d'informations culturelles, jusqu'à dire : « personnellement les mails culturels et autres, je ne les lis pas » (Participant C-8).

La question de la communication est, on le voit, très variable d'un public à un autre. Son format même peut s'avérer très différent d'un support à un autre, d'un canal à un autre. De plus, les résultats présentés ici ne concernent que le Musée Zoologique qui, on l'a vu, cristallise des enjeux très spécifiques (notamment lié à l'enfance) ; les constats dressés ne sont pas nécessairement duplicables aux autres Musées de la Ville de Strasbourg. L'enquête par questionnaire avait même fait émerger d'autres pistes (comme le recours aux médias locaux), montrant l'importance d'aller plus loin dans cette réflexion, si possible en collaboration réelle

avec les personnes destinataires. Dans cette perspective, **des phases « test » et des études d'impact relatives aux outils de communication** (qu'il s'agisse d'affiches, des stratégies de communication sur Instagram, des campagnes d'e-mailings, etc.) sont intéressantes à envisager.

b. Venir jusqu'au musée : une problématique spécifique pour les publics en situation de handicap

Une fois l'envie culturelle née, le plus souvent en conséquence de l'accès à l'information sur le musée, le projet de sortie se concrétise par **l'étape du trajet pour venir sur le site**. Cette étape du trajet n'a jamais été spontanément évoquée dans les discussions des quatre premiers focus-groupes, et cela **ne semble pas constituer une difficulté**. Notons que la plupart des participants résident à Strasbourg, où les transports en commun autant que la marche ou le vélo permettent un accès facile au Musée Zoologique.

En revanche, la question des déplacements revêt une dimension particulière lorsque nous l'abordons dans le dernier focus-groupe, celui mené à l'Arche **auprès d'adultes présentant un TDI**. Alors, Participant E-6 déclare préférer se rendre au musée en voiture, expliquant qu'il y a souvent trop de monde dans le tram. Participant E-1 et Participant E-4 confirment et ajoutent :

Participant E-4 : « en plus tout les gens poussent, c'est pas simple »

Participant E-1 : « moi ce matin je prends le tram, et les autres ils poussent à moi, et moi boum... »

Pour ces visiteurs au moins, **le trajet peut être un moment problématique pour une expérience menée en autonomie**. Le déplacement est une étape cruciale de la chaîne de l'accessibilité culturelle, qui constitue une contrainte pour de nombreuses personnes en situation de handicap (Blaho-Ponce, 2016).

c. Visiter en bonne compagnie : choix et place des compagnons de visite

Comme pour de nombreux visiteurs, les participants des focus-groupes n'adoptent pas un comportement unique et figé dans leurs visites culturelles. Ils font varier leurs choix selon le lieu visité, le moment, leur intérêt personnel, etc. Cela s'observe dans les choix des compagnons de visite.

Seuls ou accompagnés : question de contexte

Plusieurs participants nous ont confié visiter régulièrement seuls des musées ou expositions. Cependant, les **visites solitaires** sont avant tout **associées à un objectif d'acquisition de nouvelles connaissances** (pour les adultes évidemment), à l'exception de Participant E-2 (focus-groupe l'Arche), qui déclare pouvoir y aller seul mais ne mentionne pas l'envie d'apprendre de nouvelles choses. Dans cette modalité de visite, les participants déclarent souhaiter aller **à leur rythme** pour découvrir ce qui les intéresse le plus, sans suivre un mouvement pré-défini par un groupe ou une guide.

Participant C-3 (focus-groupe étudiants) : « J'aime bien aller au musée seule, parce que j'ai un peu mon rythme, j'aime bien faire la visite à mon rythme ».

Participant C-6 (focus-groupe étudiants) : « Depuis que je suis à Strasbourg j'essaie de visiter un peu plus, et maintenant j'ose beaucoup plus aller de moi même dans les musées [...] Je préfère être seule, j'aime pas être ralentie, par exemple quand on va en sortie scolaire, je vais souvent dans ma propre direction au lieu de suivre le groupe ».

Participant C-7 (focus-groupe étudiants) : « J'aime aussi visiter seule, pour prendre mon temps... Pour le plaisir, mais aussi pour apprendre et me cultiver. »

Parallèlement, nous avons déjà noté que **la sociabilité** est un enjeu important pour tous les participants, et **à ce titre les compagnons sont souvent plébiscités**. Ces deux modalités de visite – seuls et accompagnés – peuvent être choisies par une même personne selon le contexte de sa visite et l'enjeu qu'il lui attribue. En effet, le choix de **visiter seul ou avec des compagnons n'est pas un choix exclusif chez un visiteur, mais varie selon l'objectif de visite de la personne**. Ainsi Participant B-5, « spécialiste », explique-t-il préférer se rendre seul dans un musée zoologique (ou autre musée d'histoire naturelle), parce qu'il y recherche une acquisition de connaissances précises. Toutefois, il préfère aller accompagné dans d'autres catégories de musées, où les enjeux seront davantage, pour lui, ceux de la sociabilité et du partage :

Participant B-5 : « Moi [j'irai seul] plutôt parce que c'est le Musée Zoologique. Je me suis même jamais informé sur quel autre musée il y a Strasbourg. Parce que ça m'intéresse pas spécialement d'y aller pour le musée lui-même. Enfin, c'est plus pour passer un bon moment entre personnes quoi. »

De la même manière Participant B-3, lui aussi spécialiste, visite volontiers seul des musées de sciences naturelles, mais précise : « **les musées d'art, c'est à plusieurs** ».

Les enjeux de sociabilité et de partage, fortement liés à la convivialité, sont toutefois chez certains visiteurs nettement et exclusivement prioritaires, comme c'est le cas pour les participants du focus-groupe de l'Arche, qui déclarent que être « entre copains et copines » « ça nous plaît » (Participant E-4 et Participant E-3). Dans ce focus-groupe, seul un participant (Participant E-2) déclare pouvoir envisager de se rendre seul au musée, tous les autres disent préférer s'y rendre avec des proches, majoritairement des amis, et particulièrement d'autres membres du GEM ou de la maison de l'Arche¹⁸.

Les enfants aussi, lorsqu'on les interroge, plébiscitent largement la visite entre pairs, avec des « copains et copines », ou avec leur fratrie.



Dans le focus-groupe étudiants également, Participant C-8 souligne cet enjeu lié à la convivialité : « moi [je n'irai] pas forcément seule, parce que ce que j'aime bien c'est de pouvoir discuter... », et Participant C-1 confirme : lui non plus n'irait jamais seul, mais toujours à plusieurs « pour discuter ».

Cette recherche de sociabilité est d'autant plus forte chez les étudiants dans le cadre d'événements spécifiques : ils plébiscitent de manière unanime les activités – telles que les nocturnes – destinées spécifiquement aux étudiants.

Participant C-1 : « quand il y a des fossés entre les âges c'est plus délicat »

Participant C-5 : « on partage quelque chose, on peut se dire "ah tu fais quelle étude ?" »

18 Le tableau récapitulant les réponses des participants au focus-groupe de l'Arche à nos questions sur les modes de visite se trouve en annexe.

Participant C-3 juge ces événements entre étudiants ludiques et amusants et sont pour elle une manière de se détendre :

« relâcher la pression de la journée... autrement qu'en se mettant une cuite [rire] ! »

Visiter avec des enfants

Lorsque les compagnons de visite sont les enfants, la visite prend un autre sens, et les adultes adoptent une autre posture que celle de simple visiteur individuel.

Tout d'abord, voyons comment **les enfants s'imposent comme des compagnons de visite indispensables, étant même la raison d'être de la visite**. Puis voyons les conséquence sur la posture de l'adulte visiteur.

- **Les enfants : la raison d'être de la visite.**

Assez régulièrement, les parents n'envisagent pas du tout, voire rejettent, l'idée d'une visite du Musée Zoologique seuls, sans leurs enfants. La **centralité du partage intergénérationnel** dans ce musée (rapport phase 1) se fait palpable dans leur prise de position.

Lorsqu'on lui propose une visite sans ses enfants, Participant D-2 (focus-groupe voisins) est catégorique :

« Non. Nous on est dans la collectivité, on est avec les enfants, donc nous [ça nous dit] pas du tout ».

Participant D-7, Participant D-4 et Participant D-3 (focus-groupe voisins) partagent cet avis. Participant D-3 explique : « moi je préfère aussi avec les enfants ».

De la même manière, Participant D-4 explique : « mais moi comme j'ai des enfants, j'irai jamais au musée sans mes enfants ». Elle précise toutefois que cela est surtout vrai pour le Musée Zoologique, qui est perçu comme un musée pour les enfants. Elle poursuit en effet : « par exemple le Musée Historique oui, je préfère y aller seule, parce que sinon c'est pas possible de lire des textes, mais le Musée Zoologique oui, c'est avec les enfants. »

- **Enfant prescripteur, parent médiateur**

La centralité de l'enfant dans la formulation d'un projet de sortie au musée puis dans le déroulement de la visite fait de lui **le prescripteur de visite**. La visite se fait pour lui, et **le parent prend le rôle de médiateur** pour l'accompagner dans son expérience.

Participant A-4 (focus-groupe familles) : « on s'adapte vraiment plutôt à Lucas pour que ça lui plaise. [...] on se focalise plus sur les choses qui peuvent lui plaire, et on en profite pour regarder aussi. »

Seule une personne, Participant A-3 (focus-groupe familles), émet un avis inverse :

Participant A-3 : « moi j'y vais pour moi plus que pour les enfants. C'est moi qui me dit « je veux voir cette exposition », et j'emmène les enfants. L'idée c'est de les faire participer pour qu'ils y trouvent un intérêt, c'est pas que pour moi non plus, mais c'est moi le moteur. »

Dans la majorité des cas, **la visite est élaborée autour de l'enfant**, et le parent revêt le rôle de médiateur :

Participant A-9 (focus-groupe familles) : « parfois quand je suis en train de lire un panneau avec les plus grands par exemple, je vais donner un petit "cherche et trouve" aux petits, par exemple "comptez le nombre de fois où vous allez voir... je sais pas quoi !". J'ai pas forcément la réponse d'ailleurs ! »

- **Parent, médiateur et visiteur : concilier les postures.**

Mais si le parent prend le rôle de médiateur, et que son intérêt s'efface régulièrement au profit de celui de l'enfant, **il n'en reste pas moins qu'il est toujours un individu qui visite**. Il est donc important de penser à sa satisfaction, relative à ses intérêts propres.

Des propositions allant dans ce sens amènent même certains parents à nuancer leur initial refus catégorique d'envisager une visite sans leurs enfants. Il est évident pour eux que la visite est d'abord pour l'enfant, mais ils se laissent séduire par des propositions attractives à leur égard, à l'instar de Participant D-1 et Participant D-2 (focus-groupe voisins) qui, après avoir rejeté catégoriquement l'idée d'une visite sans leurs enfants, disent au sujet d'une proposition de visite pendant que leurs enfants sont accueillis pour une activité : « ah oui pourquoi pas, ça peut être sympa ».

En somme, il est pertinent de penser une **offre complémentaire parents/enfants**, prenant en considération les attentes et besoins de chacun.

Participant A-7 (focus-groupe familles) : « ce qui m'intéresserait c'est que en même temps que je puisse laisser mon fils dans un atelier, moi je puisse profiter de quelque chose pour adulte dans le musée ».

Participant A-4 au sujet d'une exposition au musée Tomi Ungerer (focus-groupe familles) : « ça j'ai trouvé ça vraiment très sympa parce que lui [son fils] il a pu apprendre cette méthode là, et parce que les dessins de Catherine Meurice c'est pas que des choses pour les enfants, il y a des choses plus graves, et nous en tant que parents on a pu

profiter, j'ai pu regarder un petit peu toute son œuvre, et Lucas il s'est focalisé sur le dessin, on est super friands de ces choses là. »

En revanche, **aucun parent n'envisage de laisser les enfants au musée afin de se dégager du temps pour soi hors du musée, sans lien avec celui-ci.**

De plus, les propositions à destination uniquement des parents sans les enfants sont acceptées également lorsqu'elles permettent aussi **d'outiller les parents pour une future visite avec leurs enfants**. Encore une fois, la posture du parent « médiateur » prend le dessus. Mais cela se fait avec la conscience et le besoin exprimé d'un outillage fourni par le musée pour endosser ce rôle du mieux possible. Participant A-7 se souvient de l'ancien Musée Zoologique et regrette le peu d'accompagnement à la compréhension et à la transmission, et estime « **on était finalement livrés à nous mêmes face aux spécimens** ».

Participant D-2 (focus-groupe voisins) explique quant à lui qu'une visite sans enfants prendrait tout son sens si elle était envisagée comme une pré-visite pour pouvoir ensuite mieux accompagner les enfants dans l'appréhension du lieu : « **faire une visite sans les enfants pour préparer et pouvoir ensuite les amener pour bien leur expliquer. Comme ça on peut suivre les enfants et être à l'écoute.** » L'enjeu est donc **d'être en capacité de devenir médiateur pour ses propres enfants**.

Le musée doit alors, pour les personnes rencontrées, être en capacité d'**« empowerer » les parents**, de les outiller. Participant A-1 (focus-groupe familles) explique :

« moi j'ai jamais fait ça, je suis nulle en pédagogie, mais je trouve que c'est bien que les musées qui puissent *empowerer* les parents qui n'ont pas spontanément l'idée de le faire ; un petit truc à l'entrée, un carnet par exemple, adapté à deux ou trois tranches d'âge, ça aide les parents – en fait je parle pour moi – à traverser l'espace en donnant à l'enfant la sensation qu'il est là aussi pour lui... »

Plus loin, elle parle également de **la médiation en salle**, qu'elle perçoit comme un « relai pour les parents » :

« au sujet de la médiation en salle, ça je trouve ça super intéressant pour être un relai pour les parents. Par exemple à Pompidou Metz il y avait des médiateurs qui "traînaient" dans les salles, et c'était vraiment très bien fait, et très bienvenu. C'est très bienvenu. »

Les parents expriment le **besoin d'être accompagnés par le musée dans ce rôle de transmission** qu'ils endossent lors de visites en famille. Le sujet est aussi apparu pour une thématique très spécifique et déjà abordée *supra*, celle de la présence d'animaux naturalisés, sujet pour lesquels les parents aimeraient être outillés pour l'aborder avec leurs enfants.

Participant A-1 (focus-groupe familles) : « il y a un questionnement sur ce mort qu'on a retravaillé... je pense que les enfants se posent la question, comment on les a vidé, etc. [...] Cette question de la momification, de traitement du corps, finalement ça aborde la question de la mort, de la persistance des corps, faut trouver une méthode pour en parler... c'est pas rien finalement, c'est bien de relever le truc, parce que c'était pas forcément conscient dans les visites que j'ai faites ».

Après avoir abordé cette question relativement complexe des postures de chacun dans la visite, en particulier dans le cas d'une visite avec enfants, nous continuons notre exploration des préférences en termes de modalités de visite en nous focalisant sur les questions de temporalité (horaires et durée) et de tarification des visites.

d. Horaires, durée et tarifs : quelles modalités pratiques pour la visite ?

Quand visiter ?

Les participants de plusieurs focus-groupes ont abordé la question des horaires et jours de visite, mais aussi du prix d'entrée au musée ou d'accès à certaines activités. Les positions varient selon les types de visiteurs, et nous les présentons donc ainsi.

- Les parents expriment une position très claire et unanime quant à la durée des propositions pour enfants. Dans le focus-groupe familles, les participants s'accordent pour dire que **la durée maximale d'une visite avec enfants est d'une heure**.
- Lorsque la proposition de visite pendant la **pause déjeuner** est évoquée avec les étudiants, elle ne récolte pas grand succès, et est même assez **rapidement écartée**. Les participants ne perçoivent aucunement la plus-value de cet horaire pour se rendre dans un musée, et à plus forte raison dans ce type de musée.

Participant C-8 (focus-groupe étudiants) : « perso j'ai pas envie de voir des animaux morts pendant que je mange ! »

- Les spécialistes quant à eux, déclarent préférer **visiter en semaine** pour éviter l'affluence du week-end, à l'instar de Participant B-3 qui explique : « Moi, j'évite les week-ends, si possible. C'est pour éviter qu'il y ait trop de monde, ça donne un peu plus de temps pour apprécier les expositions je trouve. »

Le prix d'entrée

La question du prix d'entrée du musée est évidemment une question épineuse ; **sa perception varie nécessairement selon le capital économique de la personne concernée**. Dans les Musées de la Ville de Strasbourg, la gratuité d'entrée dans les musées est accordée à certaines catégories de visiteurs, dont certaines que nous retrouvons dans nos focus-groupes : les enfants et les jeunes (moins de 26 ans), les étudiants et les personnes en situation de handicap¹⁹. **Les personnes rencontrées appartenant à ces catégories identifient globalement bien cette gratuité** : les étudiants rencontrés ont tous connaissance de cette mesure (une personne l'a découvert lors de son recrutement pour le focus-groupe, par Mailys Liautard, sur un stand des Musées à la faculté de médecine). Les personnes en situation de handicap rencontrées à l'Arche sont moins unanimes ; Participant E-4 explique spontanément qu'elle doit commencer sa visite en payant l'entrée, avant d'être contredite par Participant E-1 qui explique : « non non ! Pas nous [...] parce que on a la carte évacion ».

En tout état de cause, étudiants et personnes en situation de handicap sont unanimes sur le fait que **la gratuité facilite leur venue au musée**, et certains étudiants expliquent même avoir déjà renoncé à une sortie culturelle (visite) en raison du prix. Participant C-5 par exemple, nous a expliqué avoir envie d'aller au Musée Vodou mais être dissuadée par le prix qu'elle considère trop élevé :

« je m'en suis pas donnée l'occasion, mais si c'était gratuit oui j'y serai allée. Je sais que je vais le faire un jour, mais si c'était un musée gratuit j'y serai très certainement allé plus rapidement ».

Ce musée propose un prix d'entrée en tarif plein à 14€, et 11€ pour les moins de 25 ans – catégorie à laquelle appartient Participant C-5. Cela confirme donc **l'affirmation portée unanimement par les étudiants d'un tarif acceptable compris entre 5 et 7€**. Un tarif à 10€ leur semble déjà trop élevé en raison de leurs faibles revenus :

Participant C-8 « généralement si c'est au dessus de dix... non »

Participant C-5 « déjà 10€ pour des étudiants c'est cher ».

Le groupe adhère unanimement à ces propos. Ils nuancent tout de même car cela « dépend du musée », notamment de sa taille et de son caractère exceptionnel :

Participant C-1 « ça dépend du temps qu'on y passe, si on sait qu'on va y passer 1/2 journée, je serai prêt à mettre 10€, voire peut-être même 15 à la limite si vraiment... 10€ mais si vraiment le musée est grand, s'il y a beaucoup de choses à voir »

Participant C-8 : « C'est exceptionnel, par exemple si on va à Paris on va se donner le budget pour faire des trucs, mais on sait bien qu'en temps normal on le ferait pas »

19 Fiche récapitulative de la politique tarifaire des Musées de la Ville de Strasbourg en annexe.

Le sujet de la tarification est également abordé dans le focus-groupe mené dans un centre socio-culturel, où les participants n'étaient a priori pas nécessairement bénéficiaires de la gratuité. Le prix d'entrée au Musée Zoologique a donc pu être questionné et débattu. Le tarif acceptable semble légèrement plus élevé que pour les étudiants, mais reste **inférieur à 10€** :

Participant D-5 (focus-groupe voisins) : « pas plus de 10 € »

Participant D-4 (focus-groupe voisins) : « voilà, 7 ou 8€ ça va... »

Les participants au focus-groupe voisins n'entrent pas dans des catégories de gratuité ou de réduction pré-définies par les Musées de la Ville de Strasbourg, mais ils peuvent tout de même être concernés par des situations économiques contraintes, à l'instar de Participant D-7 qui explique ne travailler que quelques heures par semaine. Alors, un tarif d'entrée à 7,5€ tel qu'il existe actuellement paraît trop élevé, et elle ajoute : « **alors peut-être, c'est pas toujours toujours...** »

Participant D-2 et Participant D-1 vont dans le même sens, et proposent avec une pointe de rire et d'humour **un tarif « voisins »**. La proposition pourrait pourtant être envisagée de manière tout à fait sérieuse.

7,50€, est-ce que c'est trop élevé ?

Participant D-1 « oui un peu... 14€ pour nous... »

Participant D-2 « oui 14€ ça me paraît un peu trop... »

et si c'était 3,50€ ?

Participant D-2 « ah là oui. Faites un prix pour les gens du quartier ! Pour les habitants 3,50€. Comme ça même si quelqu'un il a pas la curiosité d'aller voir, il se dit pour 3,50€, je tente... je vais découvrir. Et puis si on y va avec les enfants, ils vont avoir une curiosité, et puis ils vont vouloir revenir, par exemple un enfant de 5 ans il va pas tout capter, alors il faut retourner avec lui... donc à chaque fois on retourne et on paye 7,50... »

Une **réflexion approfondie sur les tarifications proposées dans les musées serait à mener** pour améliorer véritablement l'accès à certaines catégories de publics.

Dans le focus-groupe familles, réunissant des personnes économiquement favorisées, la question n'est soulevée que pour l'accès à la bibliothèque :

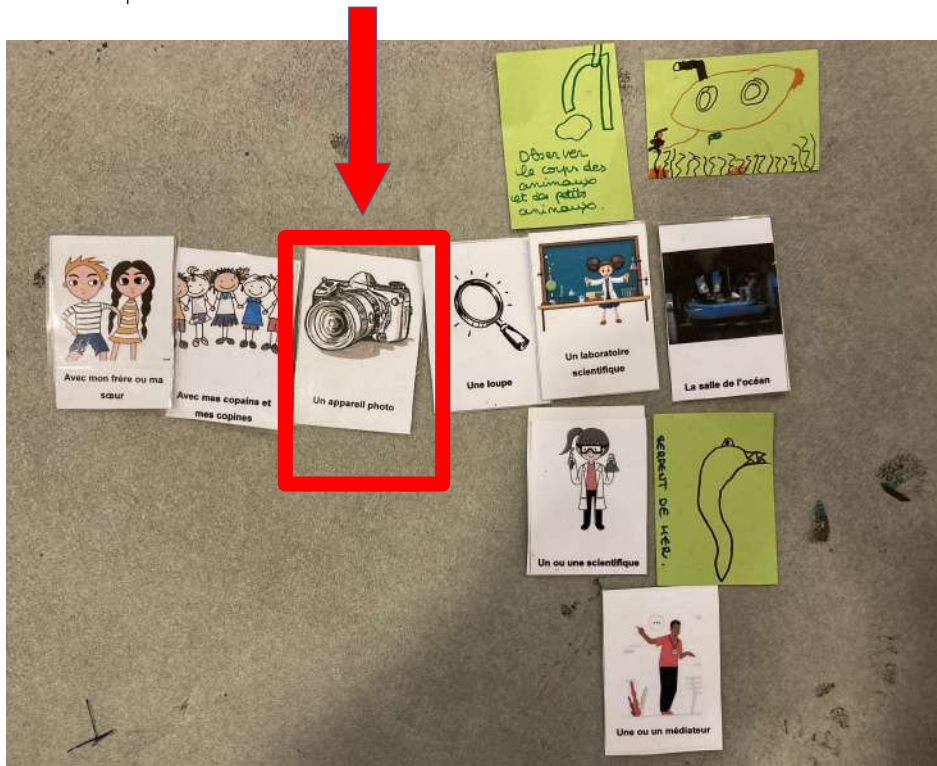
Participant A-4 : « en tant que voisins du musée, je ne sais pas comment elle sera accessible la bibliothèque, s'il faut payer une entrée au musée... c'est la question, est-ce qu'on pourrait revenir à un autre moment, en plus de la visite... ça ferait comme une annexe à la médiathèque de Strasbourg ! Ou alors avec un droit d'entrée qui est modique, parce que c'est vrai que payer l'entrée juste pour aller à la bibliothèque, je pense pas que ça va attirer grand monde ! »

e. Prolonger la visite ? Le souvenir à ramener chez soi

Une fois la visite achevée, le retour au domicile peut interroger les possibilités d'un prolongement de la visite. Pour certains parents, le fait de ramener **un souvenir matériel** permet à l'enfant de prolonger la visite, et de consolider le souvenir de son passage.

Participant A-g (focus-groupe familles) : « moi mes enfants ils aiment bien garder leur souvenir de visite, ils ont un classeur... »

Les enfants s'expriment aussi sur ce sujet : ils déclarent, lors de leur activité de construction d'histoire pendant le focus-groupe familles, qu'ils aimeraient pouvoir **ramener des photos prises dans le musée**, et pour cela ils imaginent visiter avec un appareil photo, voire un polaroïde, « pour avoir des souvenirs du musée ». Ils disent « les photos c'est bien, ça fait un souvenir ». Ils souhaitent prendre en photo à la fois ce qu'il y a dans le musée, mais aussi les copains et copines.



4. Ce qu'on fait au musée : outils et activités

De manière générale, on constate un fort attrait, et même un enthousiasme non dissimulé, pour les activités – quelles qu'elles soient – proposées au musée. Personne, au cours des focus-groupes, n'a déclaré qu'il n'aimerait pas prendre part à des activités ou préférerait visiter exclusivement seul.

Participant D-6 (focus-groupe voisins), au sujet des activités dont nous parlons : « c'est des choses qui vont vraiment se faire ou c'est des idées ? Parce que on aime tout là ! »

Les propositions culturelles sont appréciées car elles permettent, pour les visiteurs et notamment les plus familiers, de **renouveler l'expérience** pour permettre de visiter plusieurs fois le même musée en évitant l'aspect rébarbatif. L'idée de revoir le même musée plusieurs fois n'est pas d'emblée très enthousiasmante, comme nous le dit Participant A-9, du focus-groupe familles : « à Strasbourg, une fois qu'on les connaît, on n'y retourne pas forcément ». Les événements et activités apportent alors **un éclairage nouveau**, proposent une expérience renouvelée, et permettent d'approfondir certains thèmes ou d'en découvrir d'autres, et **une programmation dynamique contribue à ce titre à l'attractivité du musée**.

Participant B-3 (focus-groupe spécialistes), au sujet de l'idée de visite-concert : « pour les visiteurs ça permet de faire une visite, mais avec de la musique. C'est sympa aussi, ça donne une autre vision du musée, une seconde vie ou une X^{ème} vie, ça dépend du nombre de visites que la personne a déjà fait. »

Participant B-2 (focus-groupe spécialistes) : « il y a des trucs éphémère, ça permet d'avoir envie de redécouvrir un petit peu la chose différemment. Et en fait, c'est un cercle, ça revient. »

Les propositions culturelles, si elles sont globalement reçues positivement, ne conviennent pas toutes de manière équivalente à tous les publics. Le profil des visiteurs détermine leurs attentes et besoins ; nous allons tâcher de les expliciter à présent.

a. Les 1000 visages de la visite guidée

La visite guidée fait partie des classiques et est **une proposition de référence** dans les musées. Elle rencontre d'ailleurs toujours le même succès auprès des visiteurs. Ils la plébiscitent, mais soumettent dans le même temps sa réussite à certaines conditions.

La condition du « petit groupe »

Les adultes visitant pour eux-mêmes (en opposition à ceux qui adoptent le rôle de médiateur pour les enfants) sont unanimement intéressés par la proposition de visite guidée, tant elle leur paraît une évidence. Toutefois, que ce soit dans le focus-groupe étudiants ou dans le

focus-groupe spécialistes, ils sont plusieurs à avoir énoncé la condition d'un nombre restreint de participants, pour assurer une meilleure qualité de visite et d'écoute. Participant C-3 (focus-groupe étudiants) précise : « oui c'est bien, mais dans un petit groupe... pas en mode *free tour* à la cathédrale ». Les autres acquiescent. Dans le focus-groupe des spécialistes également, la visite commentée est jugée intéressante à condition qu'elle ne soit pas trop surchargée. Participant B-3 souhaiterait qu'elle soit réservée à « un nombre limité de visiteurs ».

La **qualité d'écoute et d'expérience** est un critère important pour les visiteurs qui, on le sait, souhaitent que leur visite du Musée Zoologique leur permette d'apprendre et de comprendre des choses.

Les participants de l'Arche n'ont pas exprimé ce souhait directement en ce qui concerne les visites, mais leur positionnement face à l'affluence dans les transports et leur volonté de visiter « entre copains et copines » laisse penser que **la taille du groupe aura aussi une incidence sur la qualité de leur expérience.**

Des visites plus spécifiques : d'autres moyens d'apprendre

Certains types de visites un peu spécifiques remportent aussi un certain succès auprès des visiteurs ou potentiels visiteurs, tout en conservant toujours l'objectif central de l'apprentissage et de l'acquisition de connaissances.

La proposition des **visites en langue étrangère** par exemple est plébiscitée pour la possibilité qu'elle offre d'**accompagner l'apprentissage d'une langue**, d'acquérir du vocabulaire nouveau, de consolider sa maîtrise d'une langue.

Participant C-6 (focus-groupe étudiants) « si le musée est en lien avec notre filière c'est encore plus intéressant, ça permet d'acquérir du vocabulaire spécifique, et après ça ouvre des perspectives pour s'internationaliser.. découvrir des nouveaux mots tout simplement »

Pour certains parents rencontrés, c'est l'occasion de compléter l'apprentissage d'une langue dans le cadre scolaire pour leurs enfants :

Participant D-6 (focus-groupe voisins) : « en allemand, parce que il [son fils] est dans une classe bilingue »

Participant D-7 (focus-groupe voisins) : « Ah oui, pour apprendre l'anglais c'est très bien ! »

Pour les personnes maîtrisant mal le français, les avis ne sont pas unanimes :

- Participant D-7 par exemple nous a expliqué ne pas forcément rechercher des visites dans sa langue maternelle, mais voit au contraire dans les visites en français l'occasion de perfectionner sa maîtrise de la langue. Elle suit des cours de FLE, et s'est d'ailleurs rendue dans des musées dans le cadre de son apprentissage. C'est un temps sans enfants dédié à l'apprentissage de la langue française.
- Pour certains parents dont le français n'est pas la langue maternelle, c'est l'occasion d'apprendre de nouveaux mots comme les noms des oiseaux, dans une optique de partage et de transmission vis-à-vis de leurs enfants :

Participant D-4 (focus-groupe voisins) : « mon fils il me demande les noms des oiseaux, je les connais pas. Je lui dis, c'est limité à dix ! [...] en français en plus... En turc oui, j'en connais plus ».

- En revanche, Participant C-4 (focus-groupe étudiants) dont le français n'est pas la langue maternelle, trouverait « confortable » des propositions dans sa langue, afin de profiter pleinement de l'expérience.

Participant C-4 « comme c'est pas notre langue maternelle, parfois quand j'allais au musée, les informations dans ma tête étaient saturées, parce qu'on faisait un extra effort pour comprendre, alors une visite dans ma langue ça peut être plus confortable »

Son statut d'étudiante la différencie peut-être de Participant D-7, puisqu'elle a déjà l'occasion dans le cadre de ses cours à l'université de pratiquer énormément le français.

Le positionnement face à cette question de la langue dépend donc probablement, encore une fois, de l'enjeu que revêt la visite pour la personne, en fonction de son statut et de son cadre de vie.

Les **visites nocturnes** constituent une autre forme de visites différentes, voire insolites, que nous avons soumis à la discussion lors de nos temps d'échange. Si elles semblent globalement appréciées (avec une réserve dans le cas des jeunes enfants, où la question du rythme du sommeil préoccupe les parents, ainsi que la crainte de la peur de la nuit), elles sont rapidement reliées à un enjeu pédagogique. Cette précision est apportée par des participants des focus-groupe spécialistes et familles : Participant B-4 et Participant B-3 (focus-groupe spécialistes) estiment qu'un « focus sur les espèces nocturnes » serait pertinent. De la même manière, Participant A-7 (focus-groupe familles), imagine une visite « avec une musique d'ambiance, forêt en nocturne, entendre les chouettes etc. » et conclue « ça peut être sympa ». Le choix de visiter la nuit se justifie surtout par la **thématisation de cette temporalité**, et de son sens dans la vie animale.

b. Apprendre et découvrir : d'autres outils, d'autres formats ?

L'objectif d'apprentissage, dont nous avons déjà largement souligné la centralité, amène les participants à plébisciter les visites guidées, mais aussi à se positionner en faveur d'outils et de propositions de médiation favorisant la découverte de nouvelles choses, savoirs ou pratiques.

Les conférences et documentaires

Les conférences, par exemple, sont l'exemple même d'une proposition centrée sur la transmission de savoirs. Classiques dans leur forme, elles engagent moins le visiteur dans le musée comme le font les visites guidées, mais leur présence au sein de l'institution est connue et reconnue.

Leur réception est plutôt positive dans un musée dont la dimension pédagogique est capitale, mais varie tout de même selon les types de publics. En effet, si **les spécialistes sont en demande de ce type de propositions, les parents sont nettement plus réticents face à une offre de ce type pour les enfants**. C'est une opposition unanime pour eux, considérant qu'il serait difficile pour des enfants de se concentrer sur un discours pendant un temps long. Cela va dans le sens de l'importance de la manipulation, dont nous parlerons plus loin. En revanche, les conférences peuvent commencer à être envisagées pour les publics adolescents, à condition bien sûr qu'ils soient intéressés par le sujet (focus-groupe voisins). De la même manière, les parents ne sont **pas favorables au visionnage de documentaires animaliers** dans le Musée Zoologique, considérant que « on peut le faire à la maison ». Même pour les adultes, la réception de cette proposition est mitigée, et Participant C-8 (focus-groupe étudiants) lâche même : « moi ça me fait un peu chier ».

Découverte par l'immersion

En complément, **des propositions plus immersives** sont également sollicitées pour apprendre et découvrir des choses, par exemple avec **l'écoute de sons, comme des chants d'oiseaux**, pour apprendre à les reconnaître et prendre conscience de la diversité des espèces. Les dispositifs doivent, notamment pour les spécialistes, permettre une observation précise :

Participant B-1 (focus-groupe spécialistes) : « On a beaucoup de mal à les observer dans la nature et on pourrait imaginer des espèces de cellules où on entend à la fois les chants des oiseaux, où on les voit sous différents angles pour mieux les observer. Dans la nature c'est souvent très difficile si on n'a pas la lunette qu'il faut et l'agrandisseur ou les jumelles. Se retrouver dans une situation d'observer parce que les oiseaux, c'est pas si facile à observer. Voilà pour apprendre à en connaître quelques-uns en fait ».

Participant B-4, dans le même focus-groupe, poursuit en prenant l'exemple de **la réalité virtuelle** qui permettrait, selon elle, de **simuler l'immersion dans un écosystème** :

« [avec la VR on peut] immerger le visiteur dans un écosystème avec tous les compartiments de l'écosystème. Pour qu'il voit les différentes espèces, les prédateurs, etc. Les changements de l'habitat aujourd'hui. »

Elle va plus loin dans sa proposition :

« il y a plein d'options en réalité virtuelle, on peut mimer le changement climatique, par exemple avec le visiteur immergé dans un habitat qui change, dont la température augmente de 5° au cours des décennies et les espèces qui disparaissent, d'autres qui apparaissent. Ou d'autres changements environnementaux, en lien avec l'exploitation des ressources... »

Les possibilités de médiation immersive, que ce soit via un outil numérique comme la VR ou non, apparaissent d'un intérêt certain pour ces visiteurs – les spécialistes – qui accordent une importance très forte à la transmission de connaissance et à la sensibilisation aux enjeux climatiques. Dans les autres focus-groupes, ce type d'outils n'a pas été mentionné, bien que l'enjeu de transmission et d'acquisition de connaissances soit également apparu comme central.

Les sorties naturalistes autour du musée

La proposition de sorties naturalistes autour du musée est globalement appréciée, parce qu'elle permet d'apprendre à observer, et d'ancrer les connaissances dans son environnement local. Que ce soit dans le focus-groupe étudiants, spécialistes ou familles, l'importance de l'ancrage local des questions – et des propositions - relatives à la biodiversité et à la défense de la nature, est largement soulignée. Cet échange entre parents lors du focus-groupe familles nous éclaire :

Participant A-2 « oui ça rend vivant les spécimens, et les voir vraiment autour de nous plutôt que dans une vitrine »

Participant A-4 « faire le lien avec le quotidien »

Participant A-7 « ouvrir nos yeux sur ce qu'on a autour de nous et qu'on ne voyait pas . Un peu comme la Hulotte, ce magazine qui parle de la nature, mais vraiment de la nature autour de nous... »

L'ancrage local, le lien avec la vie quotidienne et l'environnement qui est le nôtre, est capital pour les visiteurs. Ils estiment pouvoir ainsi mieux s'approprier les savoirs et mieux comprendre les enjeux dont parle le Musée Zoologique. Cette bonne appropriation des

contenus passe aussi, pour une majorité des personnes interrogées, par une implication active dans la découverte du musée.

Pour Participant B-7 (spécialiste), le Musée Zoologique doit permettre la « connaissance des animaux qui vivent dans la ville de Strasbourg ». Là encore, elle insiste sur la faune locale pour « donner conscience de la diversité de la faune aux enfants, leur permettre de les reconnaître, et aussi parce que quand on les connaît on les protège. »

Le FALC ou la lecture facilitée

Si l'étude menée porte essentiellement sur les activités culturelles, nous avons tout de même ponctuellement interrogé l'intérêt pour certains dispositifs physiques de médiation culturelle, lorsque cela s'avérait incontournable.

Nous avons notamment interrogé l'usage de l'écriture FALC (Facile à Lire et à Comprendre)²⁰ auprès des personnes présentant des troubles du développement intellectuel au sein de l'Arche, et la présence de livrets d'accompagnement de la visite rédigé en FALC a été unanimement plébiscitée par les personnes présentes. Pour cela, n'oublions pas que l'implication active des personnes destinataires de ces outils, en premier lieu les personnes présentant un trouble du développement intellectuel, est un prérequis nécessaire à la conception de ces livrets, comme le précise l'Unapei : "La participation des personnes concernées dans la conception des documents est un des points clé de la méthode facile à lire et à comprendre."²¹

c. S'amuser au musée !

Des visiteurs actifs et impliqués : jeux et ateliers

L'implication active est largement plébiscitée dans les focus-groupes, sous divers formats : jeux, ateliers, énigmes, etc. C'est d'autant plus vrai pour les parents, qui estiment que l'engagement actif de l'enfant pendant la visite est primordial. Ils sont unanimes sur ce point, que ce soit dans le focus-groupe familles ou le focus-groupe voisins. Les adultes sont aussi intéressés par ce type de propositions, et notamment les jeunes adultes (étudiants), qui plébiscitent également les activités ludiques et actives, que nous évoquerons plus loin.

20 L'information pour tous, Règles européennes pour une information facile à lire et à comprendre - 2009 : <https://www.unapei.org/wp-content/uploads/2018/11/L%e2%80%99information-pour-tous-Re%cc%80gles-europe%cc%81ennes-pour-une-information-facile-a%cc%80-lire-et-a%cc%80-comprendre.pdf>

21 Site internet de l'Unapei, <https://www.unapei.org/article/de-nouvelles-fiches-en-facile-a-lire-et-a-comprendre-falc-realisees-par-la-cnsa/>, consulté le 07/09/2023

Les jeux d'énigmes et les jeux type « cartes aux trésors » sont appréciés par les parents, s'ils restent **au service de la découverte des collections**. En l'absence de propositions du musée lui-même, certains parents imaginent eux-mêmes des jeux pour impliquer les enfants dans leur découverte du lieu. C'est le cas de Participant A-9 par exemple, qui explique dans le focus-groupe familles : « soit le musée propose des fiches, des enquêtes, sinon j'ai pris l'habitude de leur donner des missions, des petites choses à trouver... je m'adapte un peu. Parce que sinon l'aspect un peu vitrine... » Les parents estiment donc qu'il est indispensable que les enfants soient actifs pendant leur visite, mais certains précisent tout de même qu'il faut que l'activité soit bien cadrée pour pas que les enfants s'agitent et se dissipent : Participant D-3 (focus-groupe voisins) : « Non mais chasse aux trésors je l'ai déjà fait, mais ils courent dans tous les sens ! »

Ces propositions de parcours type « chasse aux trésors » dans le musée sont aussi attrayantes pour les adultes, comme nous le montrent ces échanges entre Participant B-2 et Participant B-3 (focus-groupe spécialistes) :

Participant B-3 : « C'est vrai qu'on aurait pu ajouter, j'y pense maintenant, des jeux d'énigmes. Des jeux d'énigmes qui portent sur les différents spécimens, qui font visiter le musée et se poser des questions sur différents spécimens. Un parcours d'énigmes au sein des collections.

Participant B-2 : « Oui, avec une petite carte où on a les choses à retrouver dans le musée. »

Participant B-3 : « Ouais, par exemple "allez à cet endroit là", "qu'est-ce que vous voyez sur ce truc là", ça t'amène à un autre endroit, une histoire, une histoire guidée ou faut se poser des questions sur les différents spécimens qu'on observe. »

Tout comme les jeux et énigmes, **les ateliers et les dispositifs permettant la manipulation sont perçus comme particulièrement adaptés – voire nécessaires – pour les enfants**. Ils permettent de les canaliser et de capter leur attention. Participant D-4 dit ainsi au sujet de l'idée d'anniversaire au musée : « non, pour mes enfants non, ils vont vouloir courir... anniversaire sans courir, non. Ou alors il faut faire fabriquer quelque chose ».

La fabrication, la manipulation, permet donc de saisir l'attention des enfants.

Participant D-4 : « plus on est petits, plus on a besoin de faire des choses manuelles ».

Alors, les parents jugent que les textes longs à lire sont à éviter, et il est important pour eux **que les enfants soient actifs dans leur visite mais aussi dans leur rapport au vivant**. C'est la raison pour laquelle ils trouvent intéressante la proposition d'ateliers de construction d'abris pour les animaux. Participant A-7 et Participant A-9 (focus-groupe familles) aiment l'idée de s'approprier la visite par le biais de propositions d'activités :

Participant A-7 : « [le musée pourrait] donner des idées de possibilités d'agir après la visite, par exemple construire un nichoir chez soi, aider les crapauds à traverser, etc.»

Participant A-9 : « oui, pour après dans le quotidien... C'est vrai que c'est super les ours polaires, le Pôle Nord tout ça, mais on n'est pas dans cet environnement là... »

Participant D-2 et Participant D-3, dans le focus-groupe voisins, vont dans le même sens au sujet d'ateliers de construction d'abris pour les animaux :

Participant D-3 : « ah oui ça ma fille elle adore.. elle veut des phasmes, des trucs ! »

Participant D-2 : « oui c'est intéressant, tu peux mettre dans *absolument*²² »

Certains adultes apprécient également l'idée d'ateliers et de manipulations dans le musée, en particulier Participant C-8, étudiante en médecine, qui déclare avoir un « gros coup de cœur pour les expériences scientifiques ».

Expériences et propositions divertissantes et insolites

Dans la même lignée, d'autres activités ludiques et insolites retiennent également l'attention d'une grande partie des participants à nos focus-groupes. Une fois encore, c'est le fait d'être actif qui semble convaincre, mais l'enjeu reste toujours celui de la découverte du discours et des collections du musée. Cet objectif d'importance est une constante dans les discussions.

Les murder party et escape games suscitent un enthousiasme fort et unanime chez les étudiants, qui se disent même prêts à payer pour cette activité alors même qu'ils accèdent gratuitement aux Musées de la Ville de Strasbourg.

Les familles également apprécient l'idée d'*escape games* dans le musée. Ils estiment que cette activité peut rendre les enfants « actifs dans leur recherche d'informations » (Participant A-6, focus-groupe familles) et qu'ainsi ils « retiennent beaucoup de choses » (Participant A-9, focus-groupe familles).

L'*escape game* revêt pour les parents un enjeu qui dépasse l'expérience ludique : il permet d'apprendre à apprendre. Pour les adolescents particulièrement, des propositions attractives semblent presque indispensables :

Participant B-4 : « Moi, j'ai deux adolescents, du coup je me dis il faut inclure ce public là et du coup faut inclure les nouvelles technologies, il faut qu'il y ait un côté ludique. C'est pour ça que j'ai choisi aussi la Murder Party ou Escape Game ou ce genre de choses là. »

22 Cette phrase fait référence à l'activité « tri de cartes », dans laquelle les participant.e.s devaient positionner les propositions d'activités dans trois colonnes : « absolument » / « pourquoi pas » / « pas du tout ».

Pour les participants au **focus-groupe à l'Arche**, le côté ludique est également attractif, et ils **plébiscitent unanimement l'idée d'une visite drôle, avec des blagues**. La proposition de visite-jeux rencontre aussi un certain succès dans ce groupe de discussion. En revanche, les étudiants se montrent plutôt sceptiques face à la proposition de visite « drôle », exprimant la crainte d'un humour ne correspondant pas à leurs attentes.

Pour beaucoup, ces propositions légèrement décalées amènent un souffle nouveau, et permettent de **dépoussiérer l'image du musée** que l'on sait largement associé à son « côté vieillot » (rapport d'étude phase 1). Cette idée est particulièrement exprimée dans le focus-groupe spécialistes, pour qui l'enjeu d'ouverture et de transmission au plus grand nombre est porté de manière forte :

Participant B-4 « la soirée théâtralisée, parce que ça, c'est assez novateur et ça dépoussière un peu l'image que les gens ont du musée, où ils vont voir des spécimens dans des armoires, quoi. »

Participant B-2 à propos des visites drôles / décalées : « Oui je pense qu'il y a encore peut être trop de monde qui a l'image du musée où on va, on visite juste et puis après on ressort et en fait ça serait bien de casser un peu cette image du simple musée, j'ai envie de dire, un peu ancien, etc. »

En somme, **les propositions ludiques, décalées voire insolites rencontrent un vif succès car elles permettent de s'impliquer et de s'approprier le discours du musée**. Cet attrait pour les propositions ludiques se voit confirmé dans l'attrait exprimé pour les activités permettant d'entrevoir « l'envers du décor », ou les coulisses du musée.

d. L'envers du décor : l'attrait pour les coulisses

En s'intéressant à l'envers du décor, les visiteurs recherchent **une expérience fascinante et insolite par son aspect « secret »**. Les visites des réserves par exemple sont l'illustration de cet attrait :

Participant B-2 (focus-groupe spécialistes) : « je trouve que de faire visiter les collections en réserve, ça peut vraiment jouer sur la fascination des gens et la passion. »

Les étudiants le confirment, en y ajoutant l'idée d'un accès privilégié, qui pourrait être scénarisé :

Participant C-8 : « visiter les réserves ! Ça a l'air trop bien ! »

Participant C-5 « le côté secret on va voir des choses que tout le monde voit pas »
Participant C-1 « on pourrait même faire en sorte qu'on sache pas trop où c'est, que ça soit exprès mal indiqué ! »

Cet intérêt pour l'envers du décor peut aussi prendre la forme de **rencontres avec les professionnels** du musée, ceux qui agissent « dans l'ombre », ou du moins de manière peu visible. La rencontre avec des professionnels permet de découvrir leurs métiers.

Participant D-3 (focus-groupe voisins) : « [rencontrer les professionnels] oui pourquoi pas, ça peut susciter des vocations pour les enfants on sait pas ! »

Très vite, les adultes confient aussi leur intérêt pour les métiers du musée. L'attrait pour des rencontres avec des professionnels et autour des métiers du musée n'est pas l'apanage des enfants :

Participant D-1 (focus-groupe voisins) : « pour les enfants mais nous aussi, moi j'aimerais bien savoir ! »

D'ailleurs, les participants au focus-groupes voisins, que nous savons moins habitués et moins connaisseurs des musées, nous ont posé de nombreuses questions sur notre métier, notre place dans le musée, notre formation initiale, etc. Une personne nous demande même si le musée accueille des stagiaires de 3^{ème} ; le musée est **un environnement professionnel méconnu** (un autre participant, Participant D-2, à cette demande, réagit : « mais il va faire quoi avec vous le stagiaire, vu que c'est fermé... ») et qui intéresse beaucoup les visiteurs.

e. Pour une rencontre entre les arts et les sciences

Si le Musée Zoologique présente et conserve des collections d'histoire naturelle, il est aussi perçu dans sa **dimension esthétique et artistique** par un certain nombre de visiteurs, à l'instar de Participant C-5 (focus-groupe étudiants), qui considère le Musée Zoologique comme un musée « social, et un peu artistique, parce que l'esthétique est super travaillée ».

Les visiteurs nourrissent des attentes particulière vis-à-vis de cet aspect, particulièrement dans le focus-groupe réunissant des spécialistes, où les participants ont manifesté **un fort intérêt pour la présence visible des artistes naturalistes au sein du Musée Zoologique**. Pour eux, le dialogue entre les collections et leurs représentations artistiques permettrait de donner « une autre vision de la nature » (Participant B-3).

Les spécialistes sont particulièrement attachés à la dimension scientifique et pédagogique du Musée Zoologique, mais ils envisagent totalement le dessin naturaliste comme une approche complémentaire :

Participant B-3 (focus-groupe spécialistes) : « Représenter les espèces, que ce soit animales où végétales, c'est regarder des choses qui nous paraissent évidentes,

auxquelles on ne s'intéresse pas plus que ça, et on en apprend plus, beaucoup plus sur l'anatomie en cherchant à représenter nous-même ».

L'approche artistique peut donc, pour eux, être au service de l'enjeu didactique et scientifique. Ils imaginent volontiers des expositions ou accrochages temporaires d'artistes naturalistes au sein du Musée Zoologique, en dialogue avec les collections :

Participant B-3 (focus-groupe spécialistes) : « Je trouve que c'est une catégorie d'artistes qui a pas beaucoup d'opportunités d'exposer dans les musées. Et je pense que s'il y a un espace qui doit leur permettre de faire ça, c'est vraiment les musées d'histoire naturelle. En fait, c'est une autre vision de la nature. »

Participant B-2 explique même qu'il trouve naturelle la présence de dessins naturalistes dans les muséums d'histoire naturelle, et même qu'il espère en trouver lors de ses visites.

f. Garder le lien avec le lieu : accueil mitigé pour les propositions « déconnectées » du contenu

Nous l'avons vu, de nombreuses propositions d'activités suscitent l'engouement chez les visiteurs et visiteurs potentiels. Peu de propositions sont rejetées, mais une catégorie reçoit tout de même un accueil mitigé, et ce de manière presque systématique. **Les événements et activités sans lien évident et direct avec le contenu du musée sont en général peu plébiscités.**

Yoga et méditation

Les proposition de yoga ou de méditation étonnent les personnes auxquelles nous les soumettons. Les étudiants par exemple ne sont pas particulièrement attirés :

Participant C-8 (focus-groupe étudiants) : « moi je me vois vraiment pas faire du yoga là dedans »

Participant C-3 (focus-groupe étudiants) : « je vois pas vraiment l'intérêt de faire du yoga dans un musée ».

Ils sont plutôt surpris, et une des participante soumet son adhésion à la condition d'être dans une **ambiance favorable** comme celle imaginée des salles totem (d'après les vues montrées – salle du loup, salle de l'océan²³), mais en aucun cas dans une configuration « ancienne », c'est-à-dire entourée d'animaux naturalisés :

Participant C-4 (focus-groupe étudiants) : « ça peut être agréable avec les nouvelles salles. La décoration des salles totem, ça fait une ambiance un peu tranquille... mais sinon si c'est pour être avec des animaux naturalisés pour faire du yoga non ».

23 Vues des salles montrées aux participants placées en annexes.

En somme, cette proposition suscite assez peu d'enthousiasme.

De la même manière, les parents rencontrés dans le cadre du focus-groupe familles ne sont pas particulièrement convaincus par la proposition, puisqu'ils « ne voient pas le lien ». Participant A-8 précise même : « si on va au musée, c'est pas pour ça ». Participant A-4 poursuit : « ils ont déjà leur activité sport en dehors de la visite du musée... Je sais pas comment on peut lier les deux. je pense qu'on s'éloigne de l'objectif initial du Musée Zoologique ». Pour eux, **le musée n'est pas le cadre approprié pour ce type d'activités.**

Spectacles et concerts

Le musée ne semble pas non plus être un cadre propice pour voir des spectacles ou des concerts. **La proposition surprend, et n'enthousiasme pas spontanément.** Les échanges entre participants permettent d'affiner la posture, et il en ressort que **le lien avec le lieu et le thème du musée est essentiel.** Le musée peut créer une **ambiance** particulière ; c'est d'ailleurs particulièrement le cas au Musée Zoologique, où l'ambiance est jugée si particulière par les visiteurs (rapport phase 1). C'est justement cette ambiance qui pourrait rendre intéressante la proposition d'accueil de spectacles. Les participants le suggèrent dans cet échange lors du focus-groupe étudiants :

Participant C-7 « pour moi je dirai le concert et spectacle, parce que c'est un lieu atypique, alors ça peut créer une ambiance justement... »

Participant C-5 « oui mais une ambiance qui va avec le thème, si c'est un jeu de thème c'est intéressant... que ça soit pas là pour être là, par exemple si c'est un concert sur le thème de la mer, avec des basses, ça peut être intéressant avec le thème de la mer... »

Participant C-8 « oui faut pas que ça soit juste on met ça là pour mettre ça là »

Le spectacle ou le concert peuvent devenir intéressants s'ils sont **en résonance avec les collections.**

Participant C-1 (focus-groupe étudiants) : « il faut qu'il y ait un rapport avec le lieu »

Participant B-1 (focus-groupe spécialistes) : « Ça peut pas être juste un décor en fait. C'est une ambiance. Ça peut sûrement inspirer des musiciens... ».

Conclusion

Ce rapport s'inscrit dans la continuité de la phase 1 de l'étude, mettant en lumière des résultats cohérents et en résonance avec les données quantitatives précédemment recueillies. Les représentations partagées par les habitants à l'égard du Musée Zoologique semblent converger vers un consensus : c'est un lieu attachant, dans lequel les visiteurs s'attendent à découvrir des animaux naturalisés, mais surtout à en apprendre davantage sur les sciences de la vie. Les deux phases de l'étude ont mis en lumière un enthousiasme généralisé des habitants pour des propositions d'activités novatrices et attrayantes, afin de revitaliser et de renouveler l'expérience offerte par le lieu.

L'utilisation de la méthodologie des focus-groupes s'est révélée être une approche particulièrement efficace, permettant de donner la parole à des groupes souvent rendus invisibles dans les études, tels que les adultes présentant des troubles du développement intellectuel, et de cibler de manière spécifique des profils de visiteurs ou de visiteurs potentiels. Cette démarche collaborative n'aurait pas été possible sans l'engagement actif de partenaires sur le terrain tels que l'Arche et l'ARES ; l'adhésion et l'implication des équipes des Musées de la Ville de Strasbourg et Jardin des Sciences ont également été des atouts majeurs à la mise en place du projet.

Il ressort clairement de cette étude que les visiteurs expriment le désir d'une offre dynamique et diversifiée, tout en maintenant une exigence élevée en termes de qualité et de contenu scientifique. Le musée est perçu comme un lieu sérieux, mais non figé, et pour cette raison les habitants consultés expriment une volonté de propositions renouvelées qui stimulent à la fois l'action et la réflexion. Enfin, les spécificités propres à chaque profil, largement documentées dans ce rapport, offrent des pistes précieuses pour l'élaboration de stratégies sur mesure visant à répondre aux besoins et aux attentes variés des habitants. Ces pistes sont présentées ci-après, comme autant de suggestions opérationnelles dont les équipes du Musée Zoologique se saisiront en fonction de leur pertinence au moment et à l'endroit qui les concernent, en les replaçant dans le contexte de leurs propres ambitions, enjeux et contraintes.

Préconisations

Les recommandations ci-dessous fournissent une interprétation pratique des conclusions exposées dans le rapport, tirées des cinq groupes de discussion. Elles visent à guider les praticiens sur le terrain dans l'appropriation des résultats et des données en suggérant des actions concrètes. Cependant, ces suggestions nécessitent d'être enrichies et précisées à la lumière de données supplémentaires concernant d'autres profils d'habitants et leurs besoins spécifiques. Les informations provenant de nos cinq groupes de discussion dévoilent des besoins et des attentes que l'expérience de terrain continuera d'éprouver. Aucune des recommandations présentées ici ne doit être considérée comme une règle rigide ou absolue, et encore moins comme une vérité indiscutable. La vitalité et la pertinence des actions se maintiennent dans un dialogue constant entre l'action et la remise en question.

Les premières préconisations sont transversales et d'ordre général. Elles concernent tous les types de publics rencontrés dans nos focus-groupes. Cela ne signifie pas nécessairement qu'elles font l'objet d'un consensus et d'une demande unanime des participants, mais qu'elles s'inscrivent dans une forme de transversalité, qu'elles s'adressent à tous les habitants. Nous présentons ensuite des préconisations par typologies de publics, telles qu'elles sont apparues au fil des discussions des focus-groupes.

1. Préconisations d'ordre général

Valoriser les animaux « stars »

Certains spécimens sont particulièrement attendus. Les salles totem présentent déjà une réponse à cette attente, mais cela pourrait être accentué et développé en mettant ces spécimens emblématiques au centre de l'attention.

- Prévoir des activités thématiques autour des spécimens les plus emblématiques.

Informations sur les collections : origines et procédés

- Les visiteurs ont besoin d'informations quant à l'origine et la constitution des collections. Des actions doivent être mises en place pour expliciter certains points :
 - comment les collections ont-elles été constituées ? comment les animaux sont-ils arrivés dans le musée ? Cela s'entend en particulier pour les espèces exotiques et anciennes : comment sont-ils morts ? Ont-ils été tués spécifiquement pour être présentés dans le musée ?
 - Y a-t-il encore aujourd'hui des entrées de spécimens dans les collections ? Par quels biais et sur quels critères se font-elles ?

- Les visiteurs ont besoin d'informations quant aux procédés de naturalisation, qui fascine et dérange. Des actions doivent être mises en place pour expliciter certains points :
 - comment se fait la naturalisation ? Que conserve-t-on de l'animal ?
 - Doit-on considérer que c'est « un vrai » ?
- Les visiteurs veulent **savoir, mais sans trop en voir** (éviter les ateliers de naturalisation, ou les images trop crues)
- Ces informations sont jugées **utiles pour tous**, et en particulier pour les enfants (qui peuvent potentiellement plus que les adultes intégrer et conserver des peurs et des représentations faussées).
- Ces informations doivent aussi permettre **d'outiller les parents** pour se faire le relais auprès des enfants (voir plus loin, section « familles »).

Apprendre en s'amusant, mais pas s'amuser sans apprendre

Les visiteurs accordent une grande importance à la dimension scientifique et pédagogique du Musée Zoologique. Il est donc nécessaire de veiller à faire des propositions en accord :

- Assurer un **contenu scientifique valide, fiable, exigeant et de qualité**.
- Insister sur les propositions évoquant (a minima) les **questions environnementales contemporaines et locales**.
- éviter des propositions ludiques ou récréatives sans avoir clairement établi un **lien solide et pertinent avec les collections** du musée et sans apport didactique (y compris yoga et méditation).

Cultiver l'émerveillement et la beauté

En plus de la dimension pédagogique, les visiteurs cherchent l'émerveillement et la découverte artistique. Faire découvrir les **artistes naturalistes** est une voie d'accès privilégiée à la connaissance et la compréhension du vivant.

- Faire intervenir des artistes naturalistes, pour des rencontres, des ateliers de dessin voire des expositions
- Le croisement entre les arts et la connaissance du vivant peut aussi prendre corps à travers des **propositions musicales ou théâtrales** (mais toujours en lien avec le contenu et le propos du musée).

S'informer sur l'action culturelle

- **Diversifier les canaux** de communication pour faire connaître la programmation culturelle : affiches, flyers, brochures, RSN, mailing...

2. Préconisations spécifiques « Voisins »

Ces préconisations relatives au tarif sont formulées ici relativement au focus-groupe voisins, car c'est là qu'elles sont apparues dans notre enquête, mais le propos peut être élargi à tous les visiteurs dotés d'un capital économique modeste.

- Réfléchir à la mise en place d'un **tarif « famille »**. Un prix d'entrée inférieur à 10€ est acceptable pour une visite individuelle, mais pas pour une sortie famille (deux adultes : 20€ → c'est trop). Un tarif préférentiel pour les familles ou un abonnement annuel serait à envisager.
- Améliorer la **lisibilité de la grille tarifaire**, notamment la catégorie « bénéficiaires des minima sociaux », dans laquelle certains ne se retrouvent pas malgré des revenus modestes.

3. Préconisations spécifiques « Spécialistes »

- Fournir un contenu scientifique valide, fiable, exigeant et de qualité, délivré par **des outils variés** :
 - les conférences
 - les rencontres avec des scientifiques ;
 - les ateliers
- Assurer une **bonne qualité d'écoute et de visite**, permettant la concentration (éviter l'affluence, réserver des temps privilégiés)
- Donner une possibilité de **s'impliquer en direction des publics** : devenir médiateur (envie de transmettre sa passion)
 - (co)animation d'ateliers, par exemple construction d'abris pour les animaux ;
 - (co)animation de visites naturalistes en ville.
- Donner une possibilité de **s'impliquer scientifiquement aux côtés du musée**, et de partager leurs connaissances avec les équipes du musée, par exemple par des démarches de science participative.

4. Préconisations spécifiques « Familles »

Les préconisations concernant les familles sont issues de tous les propos recueillis auprès de parents, qu'ils l'aient été dans le cadre du « focus-groupe famille » ou du « focus-groupe voisins », et même du « focus-groupe spécialistes ».

- **Expliciter les liens avec les programmes de l'Éducation Nationale** tout en évitant la dimension trop « scolaire » des propositions.
- Les médiations doivent porter sur le contenu des collections, mais aussi sur les **méthodes scientifiques** (comment on construit les savoirs).
- Des **propositions complémentaires parents / enfants**, avec une activité prévue pour les parents autour de la découverte et la convivialité.
- Un **souvenir de visite** (production d'un objet/dessin, livrets-jeux, etc.) est un plus.
- Ne pas dépasser **1h de visite ou d'activité** pour les enfants. La durée peut être allongée si les enfants sont réellement actifs.

- Éviter le « tout-numérique », mais savoir l'utiliser lorsque nécessaire comme outil d'attractivité, notamment pour les adolescents (« produit d'appel », selon les parents)
- Des visites en langues étrangères – en particulier anglais et allemand – comme **support à l'apprentissage des langues** dans le cadre scolaire.
- **Outils pour les parents** pour qu'ils deviennent médiateurs :
 - par des outils type livrets-jeux
 - par des visites préparatoires (gratuites)
 - par des informations dans les espaces d'exposition
 - par de la médiation en salle.

5. Préconisations spécifiques « étudiants »

- Privilégier une **communication multimodale**, diversifier les canaux de diffusion de l'information, mais soigner particulièrement la communication via Instagram et ses *stories*.
- Proposer des événements et temps conviviaux **dédiés aux étudiants**, notamment en soirée.
- Proposer des offres **ludiques ou insolites** de type escape game ou murder party.
- Mettre en place des **tarifs attractifs** pour les activités et événements : entre 5 et 7€ (10€ étant un prix plafond).

6. Préconisations spécifiques « Handicap »

- Les **transports et trajets** : source de difficulté pour certaines personnes en situation de handicap.
 - mettre en place une *social story* accompagnant l'arrivée au musée (à mettre à disposition sur le site internet et/ou à transmettre aux partenaires)
 - proposer une description verbale du trajet du tram au musée, disponible en version écrite + version orale sur le site internet.
- Proposer des sorties à destination des **groupes préconstitués** (foyers de vie, GEM, etc.) car l'enjeu de sociabilité est important.
- Les propositions peuvent être **explicitement ludiques et amusantes** (des visites « drôles » par exemple)
- L'**usage du FALC** pour les textes du musée (notamment livrets) reste incontournable.

Bibliographie

COAVOUX, Samuel. « Familles au musée : l'inégale transmission culturelle ». *Informations sociales* 190, n° 4 (2015): 8-17. <https://doi.org/10.3917/inso.190.0008>.

JONCHERY, Anne, et Sophie BIRAUD. « Musées en famille, familles au musée. De l'expérience de visite des familles à des politiques muséales spécifiques ». *Informations sociales* 181, n° 1 (2014): 86-95. <https://doi.org/10.3917/inso.181.0086>.

LEBAT Cindy et DOYEN Audrey, Enquête en vue de la réouverture du Musée Zoologique de Strasbourg : analyse transversale des résultats. Phase 1, enquête quantitative consultative, Mêtis / Musées de la ville de Strasbourg / Jardin des Sciences. Mars 2023. Consultable en ligne : <https://metis-lab.com/2023/05/05/enquete-quantitative-consultative-en-vue-de-la-reouverture-du-musee-zoologique-de-strasbourg/>

LIAUTARD Mailys, Dossier d'évaluation et bilan des groupes de discussion (focus groups), de la mobilisation des participant·es au vécu de ces temps de consultation, phase 2 de la démarche participative "Le Musée Zoologique et vous !", printemps-automne 2023, Département éducatif et culturel des Musées de la Ville de Strasbourg (rapport interne)