

La recherche, point de convergence entre tourisme et patrimoine

David Rioux

Analyste principal à la recherche, Planification stratégique et Politiques, Tourisme et Parcs

Guy Tremblay

Gestionnaire, Services aux musées, Direction du patrimoine, Mieux-être, Culture et Sport

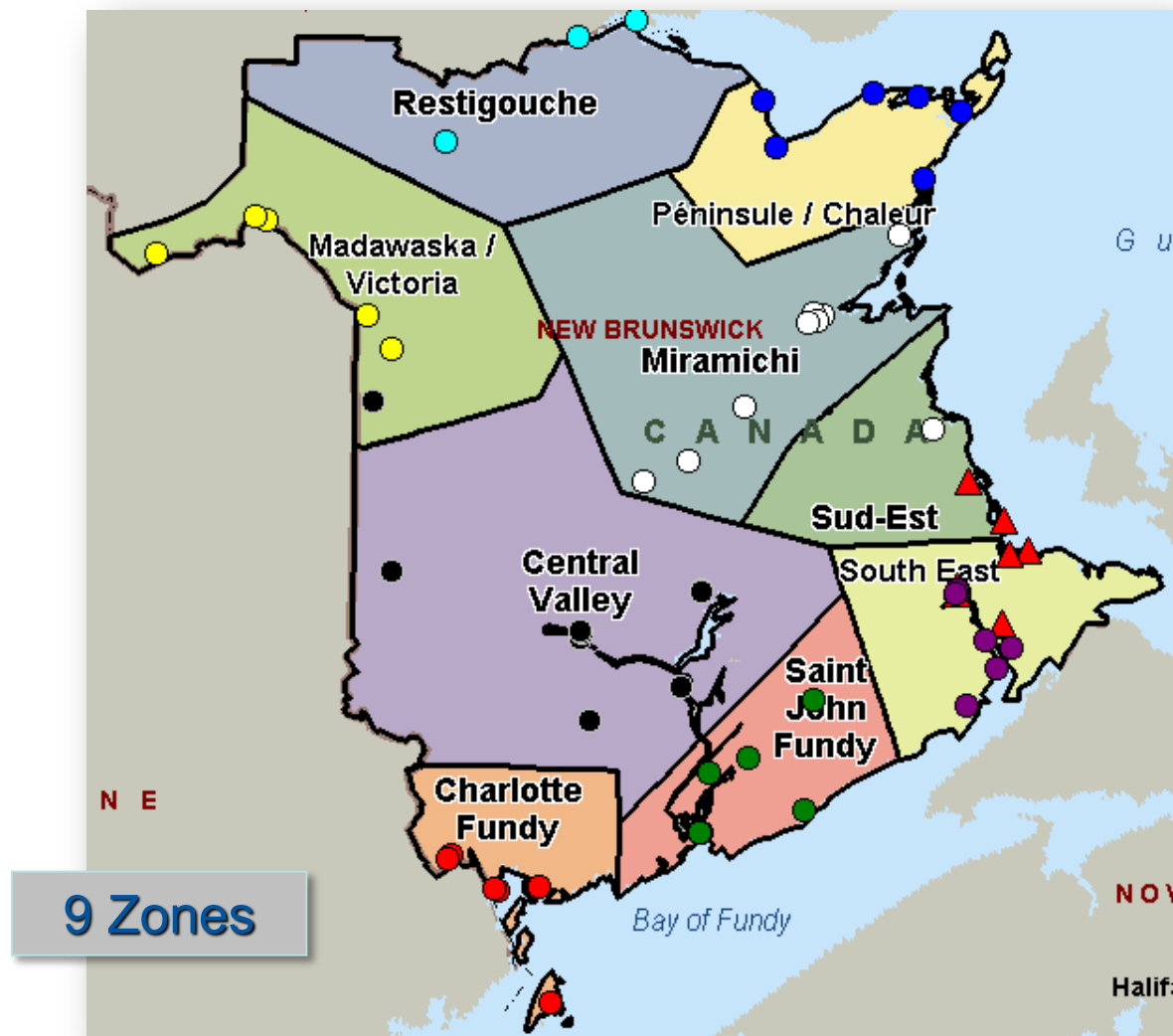
37^e Conférence annuelle de
l'Association des Musées du Nouveau-Brunswick

Moncton, le 14 octobre 2011

Objectifs de la présentation

- Identifier l'environnement dans lequel les organisations évoluent au quotidien
- Relations entre le patrimoine culturel et le tourisme
- Développer de nouvelles approches et un changement d'attitude chez les participants
- Comblir les lacunes du système de gestion de l'information et relever les défis
- Proposer une solution réaliste et réalisable

Le réseau des musées du Nouveau-Brunswick

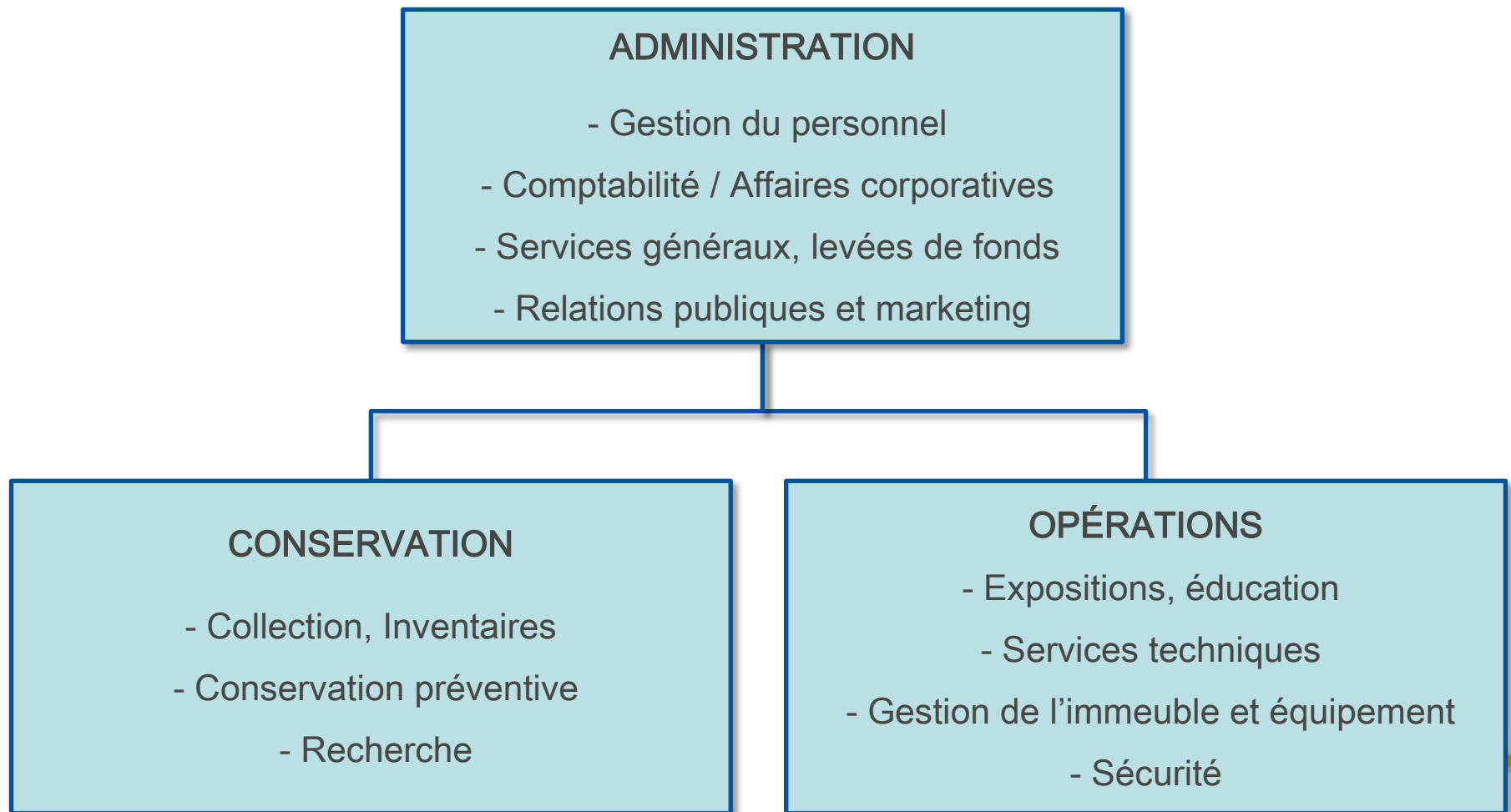


Les musées sont...



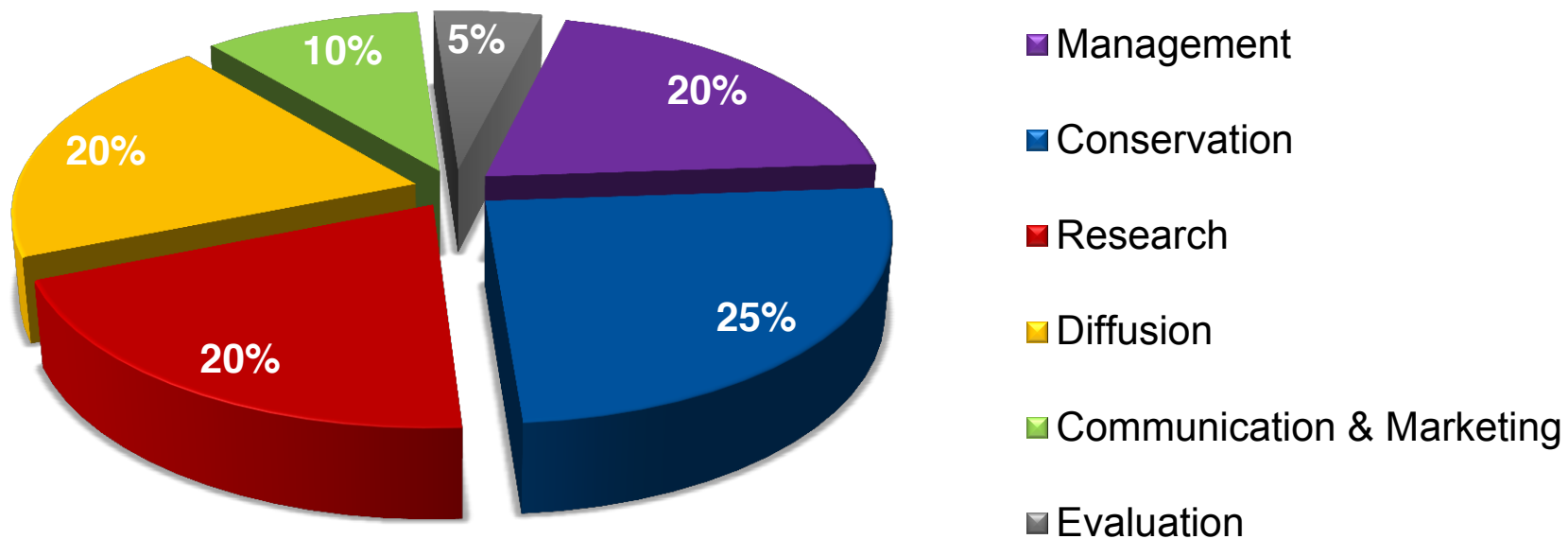
- ... des institutions d'intérêt public. Ils interpellent leurs visiteurs, favorisent une meilleure compréhension, permettent de tirer plaisir et de partager des patrimoines culturels et naturels authentiques.
- Les musées acquièrent des témoins matériels et immatériels de la société et de la nature, ils les préservent, font des recherches à leur sujet, les interprètent et les exposent. En tant qu'établissements éducatifs, ils offrent une tribune propice à la pensée critique et à la recherche.
- Les musées sont des institutions permanentes sans but lucratif, régulièrement ouvertes au public, qui proposent des expositions.
- Association des musées canadiens, www.museums.ca

Fonctions muséales



Gary Edson & David Dean, *The Handbook for Museums*, London, Routledge, 1994, p. 15-17.

Répartition des fonctions muséales %



Rapport annuel

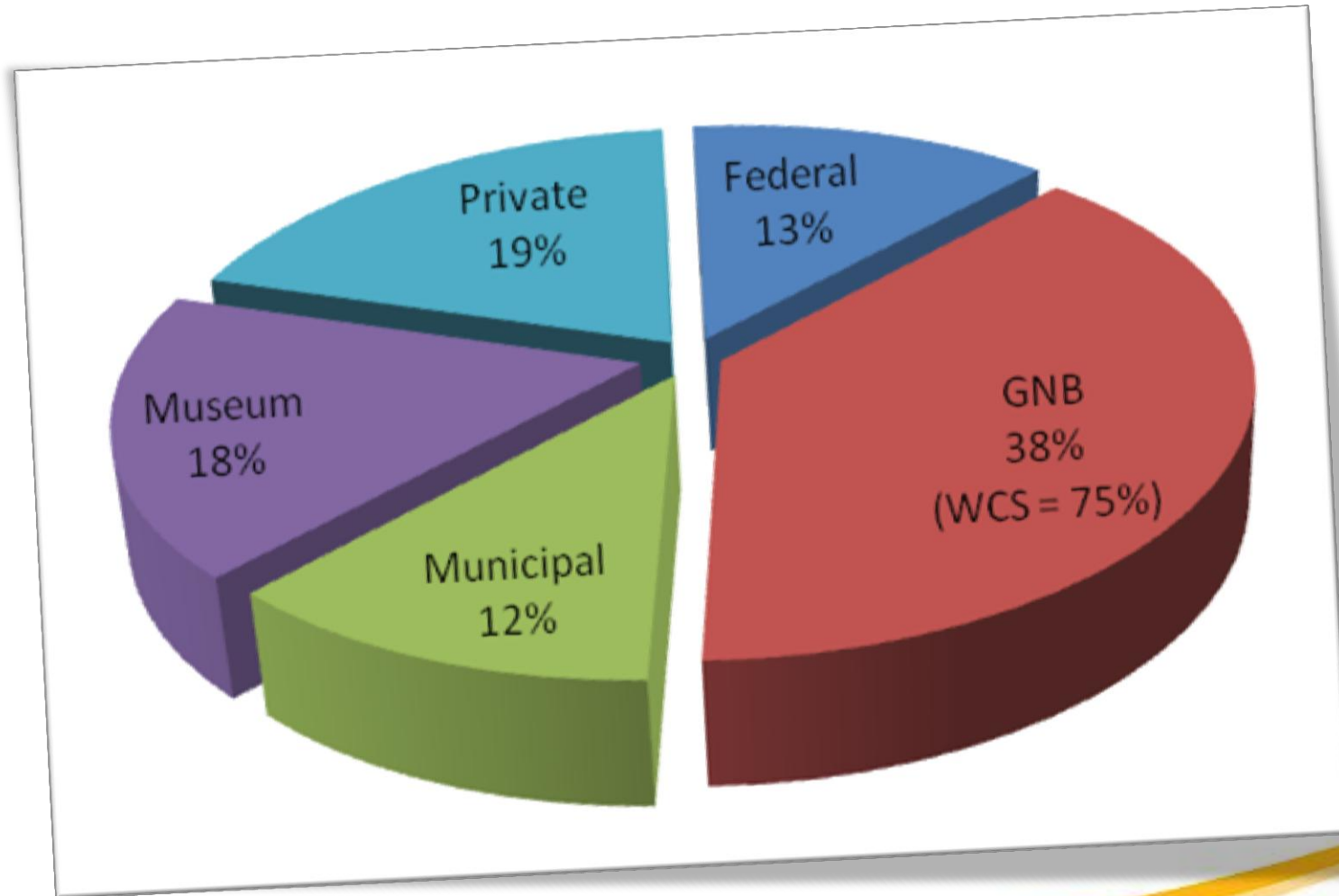
Information sur les opérations :

- Nombre de membres, bénévoles, heures de bénévolat au cours de la dernière année

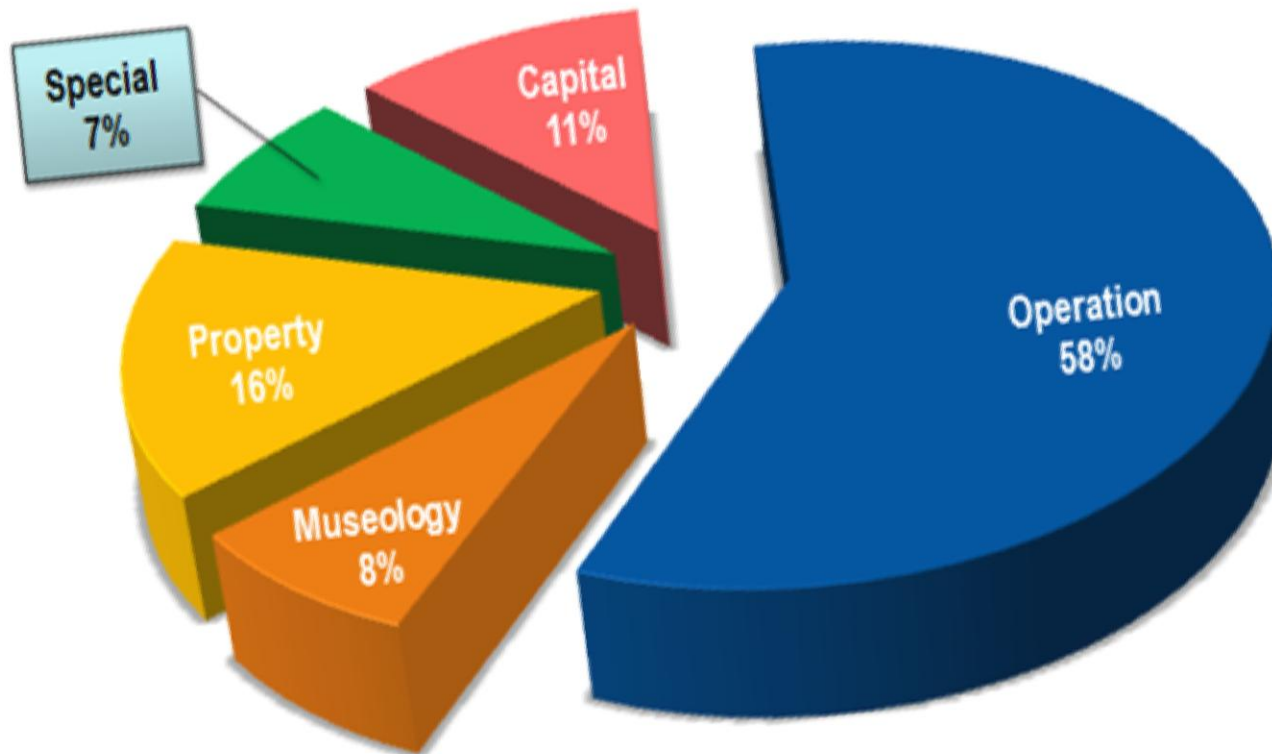
Information sur les programmes offerts :

- Activités pour l'année écoulée, rapport annuel
- Rapports du président et du trésorier
- Copie du plan stratégique
- Nombre de groupes scolaires
- Nombre d'objets dans votre collection
- Publications et conférences
- Développement professionnel
- Programmation actuelle et futures activités
- Information financière

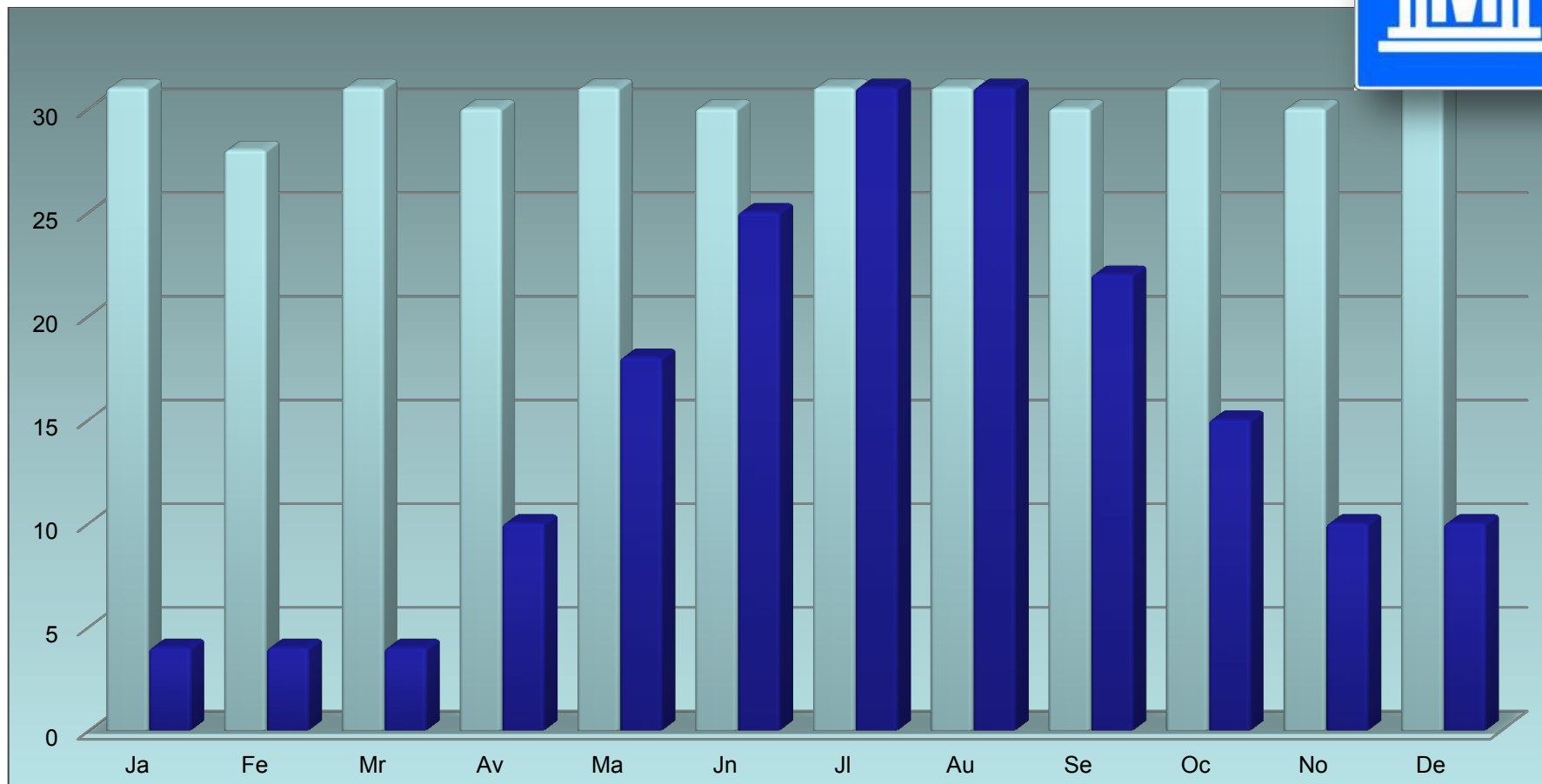
Provenance des fonds pour les musées communautaires, au cours des 4 dernières années



Répartition des dépenses, au cours des 4 dernières années

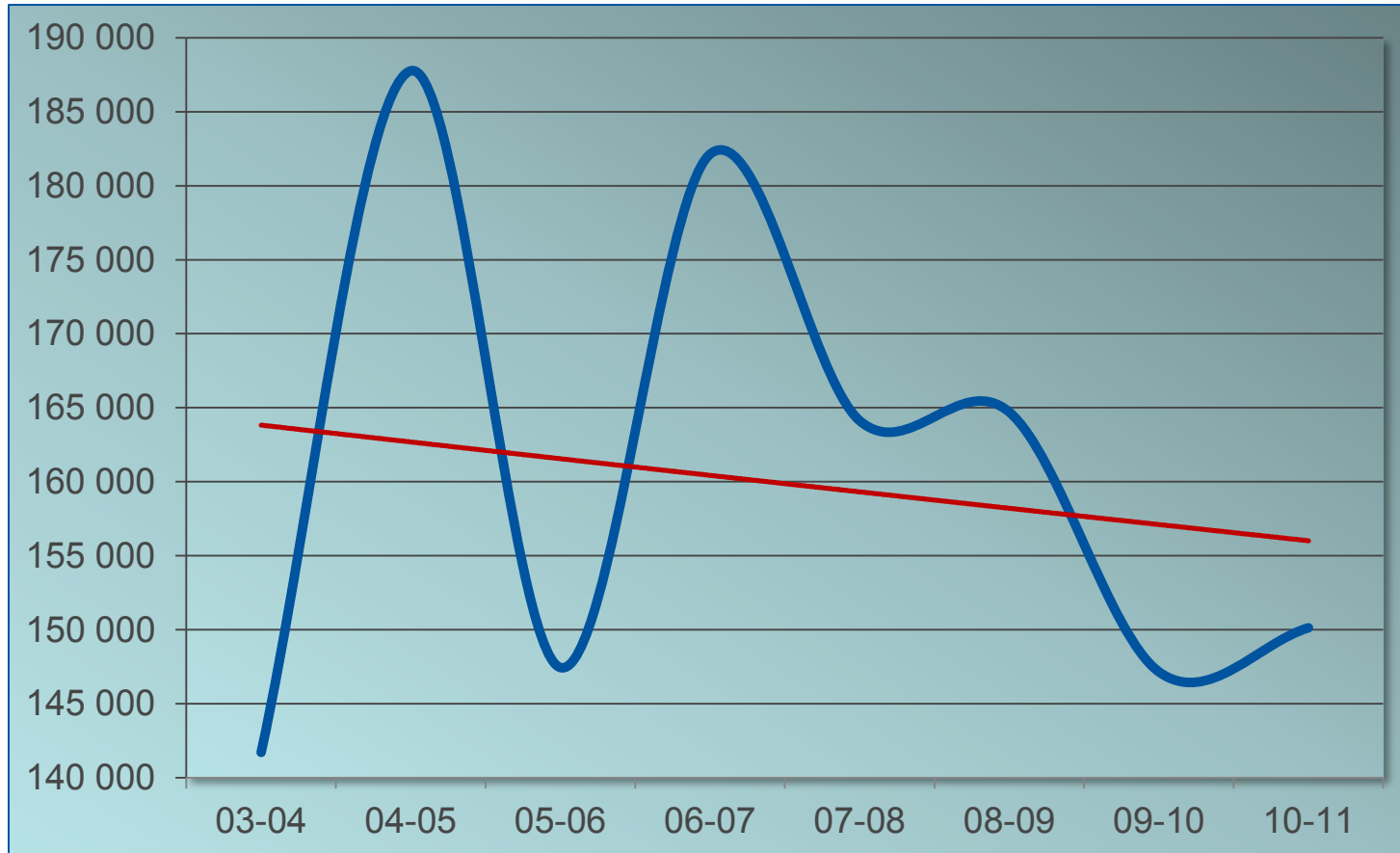


Profil saisonnier de l'accessibilité

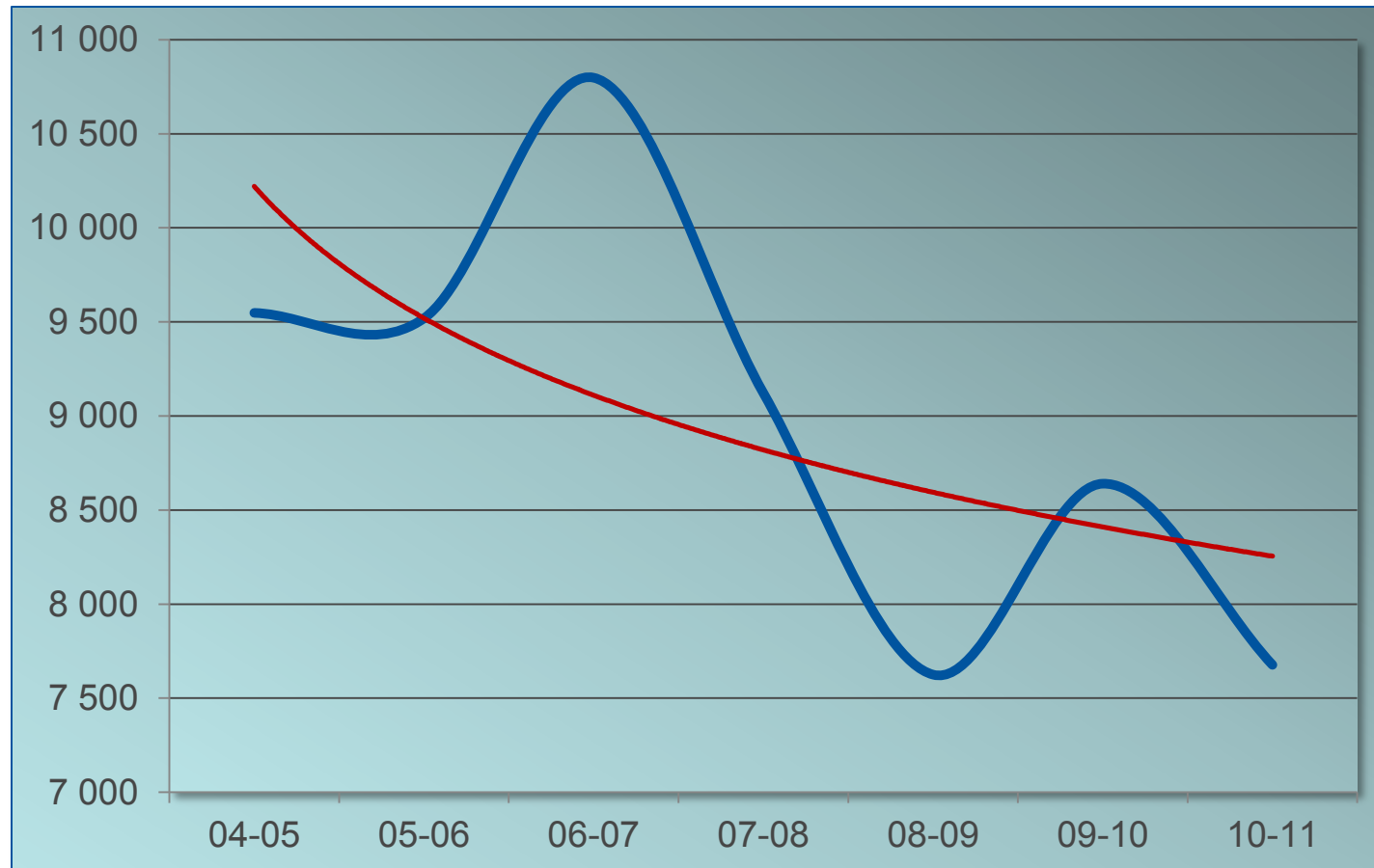


■ Days/Month ■ # Days Open/Month

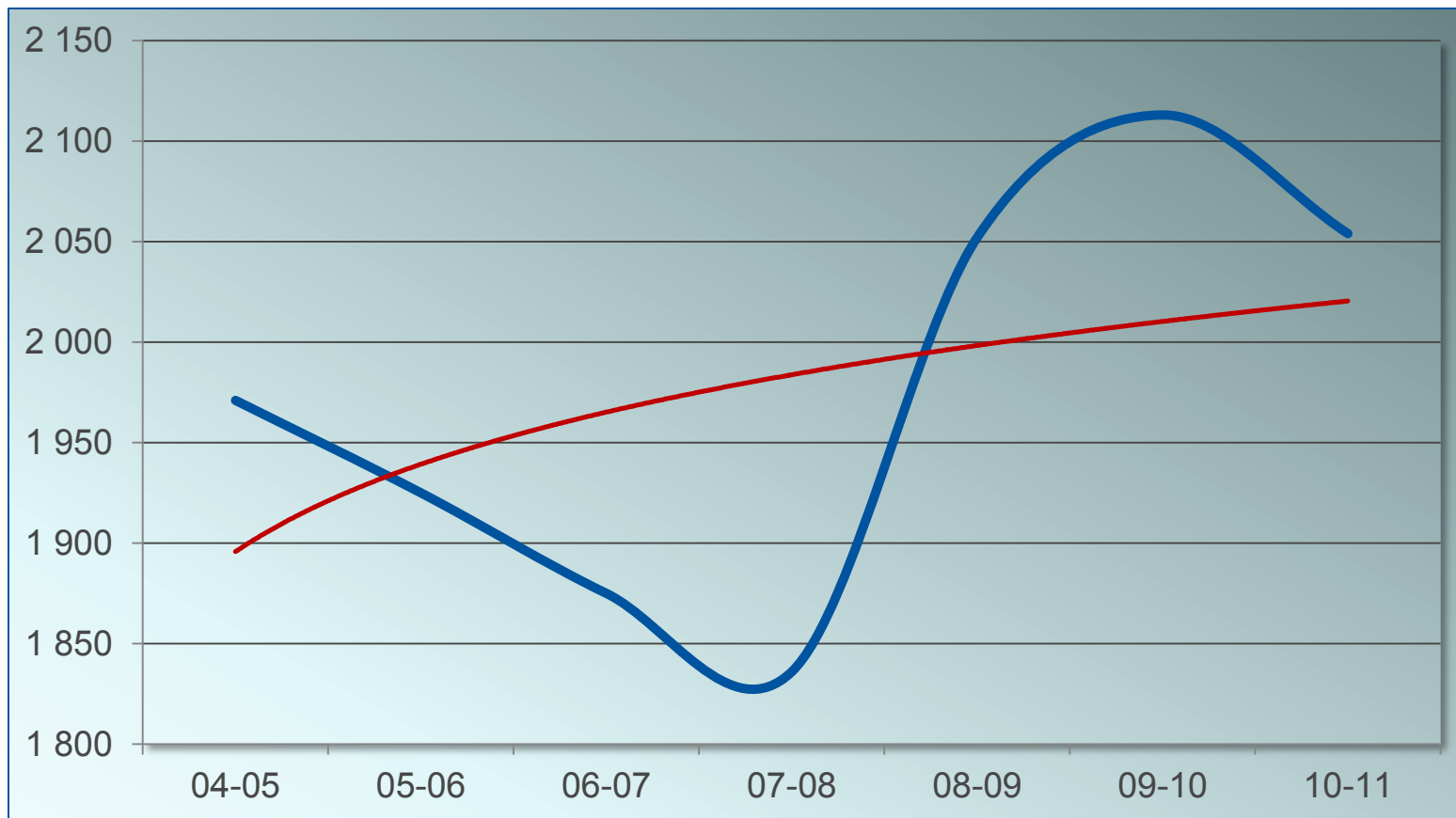
Fréquentation, musées communautaires



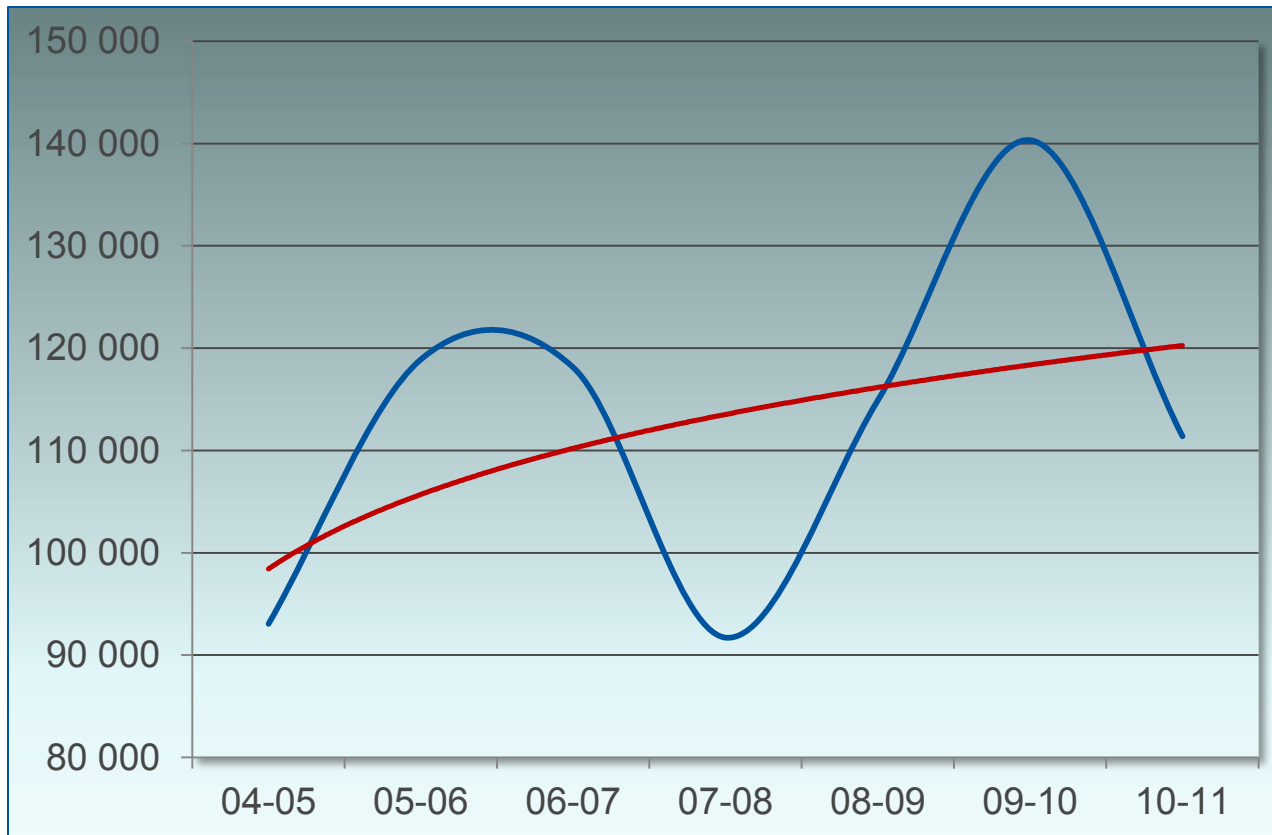
Membres



Nombre de bénévoles



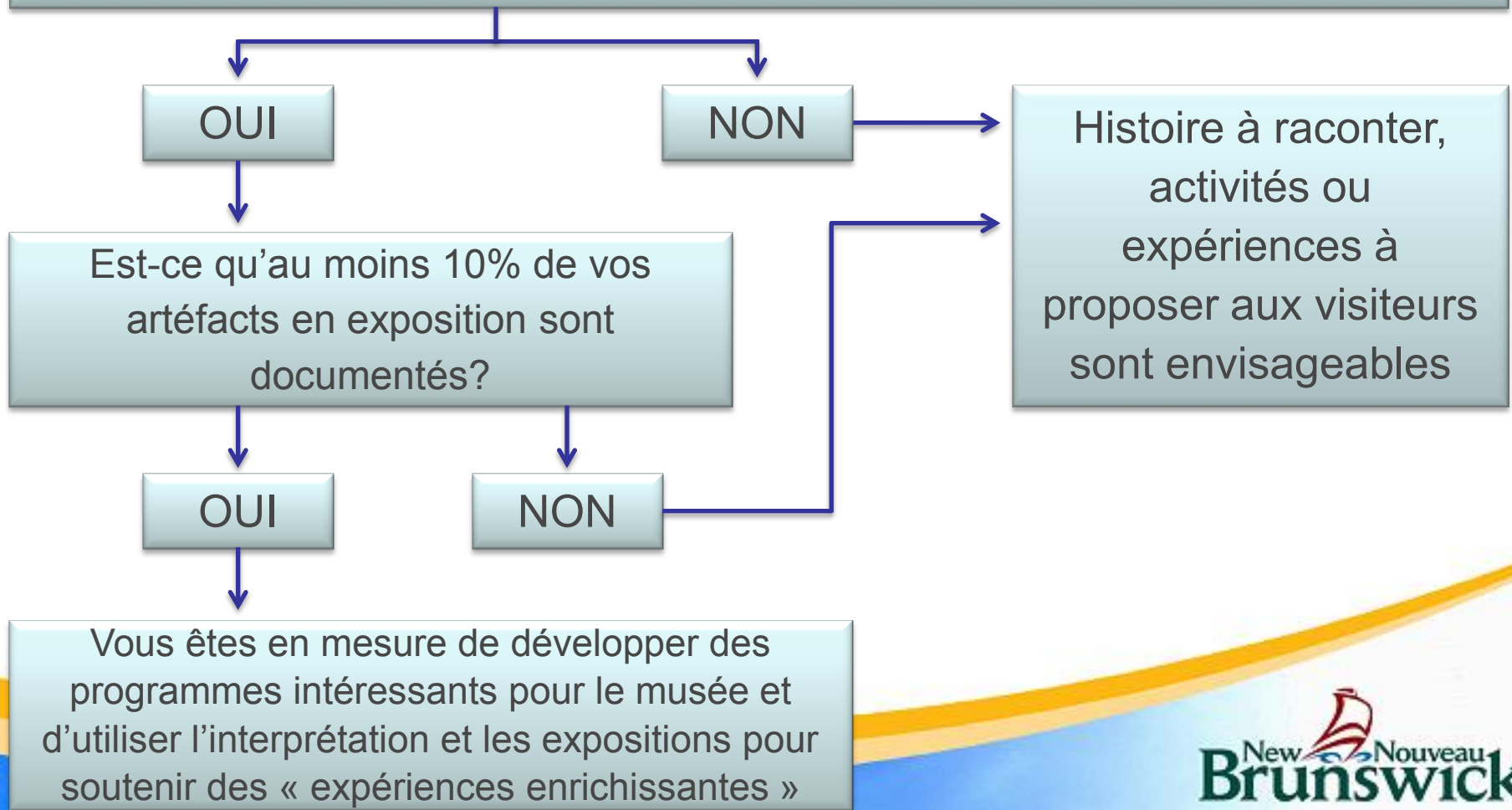
Heures de bénévolat



Year Année	Hr/volunteer H/bénévole
2004-2005	47,2
2005-2006	61,8
2006-2007	63.0
2007-2008	49,9
2008-2009	56,0
2009-2010	66,4
2010-2011	54,2

Modèle pour la prise de décision, aide à déterminer ce qui est le plus adéquat pour votre organisation

Êtes-vous en mesure d'effectuer de la recherche sur votre collection pour un minimum de 10 artefacts, en respectant les lignes directrices requises?





Ma référence muséale canadienne en technologies

[English](#) | [Accueil](#) | [Artefacts Canada](#) | [Financement](#) | [Conférences et formation](#) | [Emplois](#) | [Membres](#)[Connexion](#)

Utilisateur

Artefacts Canada

[Recherche](#) | [Recherche évoluée](#) | [Recherche à l'aide de listes de termes](#) | [Recherche dans le dictionnaire de données](#) | [Contributeurs de données](#) | [Contributeurs d'images](#)

Bienvenue !

La base de données des sciences humaines d'Artefacts Canada contient près de 4 millions d'enregistrements d'objets et 800 000 images provenant de centaines de musées de partout au pays. Venez explorer ces trésors dans des disciplines comme l'archéologie, les arts décoratifs, les beaux-arts, l'ethnologie et l'histoire.

Recherche

Effacer

☒ N'importe quel mot☐ Tous les mots☐ Enregistrements avec images seulement

Nouveau-Brunswick

Membre en vedette



Museum of Anthropology
Vancouver, Colombie-Britannique

Résultats de
rechercheEnregistrement(s): 1 - 10
de 54099

☒ Enregistrements avec images seulement,
11 177 documents

☒ Sous le Programme d'aide aux musées communautaires de
2011-2012, les institutions ont indiqué **107 293 objets** dans
leurs collections

20,7%

10,4%

50,4%

Musée acadien de Caraquet

Exposition : Congrès eucharistique de Caraquet



Artefacts Canada

[Search | Advanced Search](#) | [Search using terms](#) | [Search the data dictionary](#) | [Data contributors](#) | [Image contributors](#)

[First](#) [Previous](#) [Next](#) [Last](#) [Back to Search Results](#)

Document(s) 30 of 41



For © contact:
Musée acadien de
Caraquet
All rights reserved.

Name of Object:
Objets de communication

Sub-category:
Objet de cérémonie

Discipline:
Histoire de l'église
Religion

Material:
lin
soie
coton
fil

Technique:

Accession Number:
1972.011.2 a

Manufacturer:
attribué aux Ursulines de Québec

Manufacturer Province:
Québec ?

Manufacturer Country:
Canada

Origin-Country:
Canada

Use-Province:
Nouveau-Brunswick

Use-Country:
Canada

Period:
3e quart du XIXe siècle

Description:
Bannière en soie grise avec large bordure en tissu doré; une frange en fil doré a été cousue dans le bas de la bannière suivant la forme d'un "M". Au centre du médaillon, une pièce de tissu cousue sur la soie représente sainte Anne et l'enfant Marie (probablement une peinture à l'aiguille). Autour du médaillon, des motifs floraux entrelacés sont brodés avec du fil or, rouge, blanc et jaune. Sur l'envers de l'objet, un monogramme est cousu pour sainte Anne. La bannière est soutenue par une tige en bois naturel avec au centre une croix recouverte de plâtre doré. Cette croix est reliée à une tige filetée en métal au centre de la tige. Cette tige se termine à chaque extrémité par des boules en bois recouvertes elles- aussi de plâtre doré (N.B. elles peuvent être enlevées). L'intérieur de la bannière est doublé de lin sur les deux côtés. Une hampe qui sert à porter la bannière en procession s'insère à l'intérieur par une pochette.

Narrative:
Cette oeuvre de broderie sur soie provient de la chapelle de Sainte-Anne-du-Bocage, à Caraquet. On peut lire, sur le devant brodé avec du fil d'or: Ste ANNE DE CARAQUET/ PRIEZ POUR NOUS. La bannière est attribuée aux Ursulines de Québec. Elle a été restaurée par l'Institut canadien de conservation, à Ottawa.

History of Use:
Elle était utilisée pour les processions lors de la neuvaïne de Sainte-Anne-du-bocage

Height:
150,50 (bannière); 36,00 (tringle); 125,50 (hampe)

Length:
118,50 (tringle)

Width:
91,50 (bannière); 3,00(hampe)

Unit-Linear:
cm

Quantity:
1

Number of
3

Components:

Component Part

Names:

Marks/Labels:
Brodé autour du médaillon: "Ste ANNE DE CARAQUET PRIEZ POUR NOUS"
à l'endos: un monogramme S et A (superposé) pour Ste-Anne

Institution:
Musée acadien de Caraquet

Institution City:
Caraquet

Institution Province:
Nouveau-Brunswick

Copyright - Image:
Pour © contacter : Musée acadien - Caraquet

Publication Citation:
Lacroix, Isabelle, "Le retour attendu d'une bannière à Caraquet", L'Acadie Nouvelle, 30 juillet 2004, Caraquet, p. 35.
Fox, Alastair, Vuori Jan, "Plus fragile qu'il paraît ", Bulletin de l'ICC,no.34 décembre 2004,p.11.

[First](#) [Previous](#) [Next](#) [Last](#) [Back to Search Results](#)

Document(s) 30 of 41

Les musées d'aujourd'hui

Les musées sont pour l'éternité, mais ils font également partie du quotidien ...

- Une existence à perpétuité signifie prendre soin des collections (matérielle et immatérielle) pour le futur
- Vivre dans son temps signifie créer des expériences pour les visiteurs malgré l'adversité (situation économique mondiale + environnement touristique fragile = diminution du financement et de la fréquentation)

Jeu des comparaisons entre Culture et Tourisme

Patrimoine culturel

- Pas commercial
- Objectifs sociaux étendus
- Sans but lucratif
- Secteur public
- Conservation & protection
- Valorisation de la culture dans les communautés
- Provenance locale des utilisateurs

Tourisme

- Commercial
- Recherche du profit
- Secteur privé
- Consommation
- Divertissements
- Activité exigeante
- Difficile à contrôler
- Pour les touristes qui viennent « d'ailleurs »

Points de divergence

Patrimoine culturel

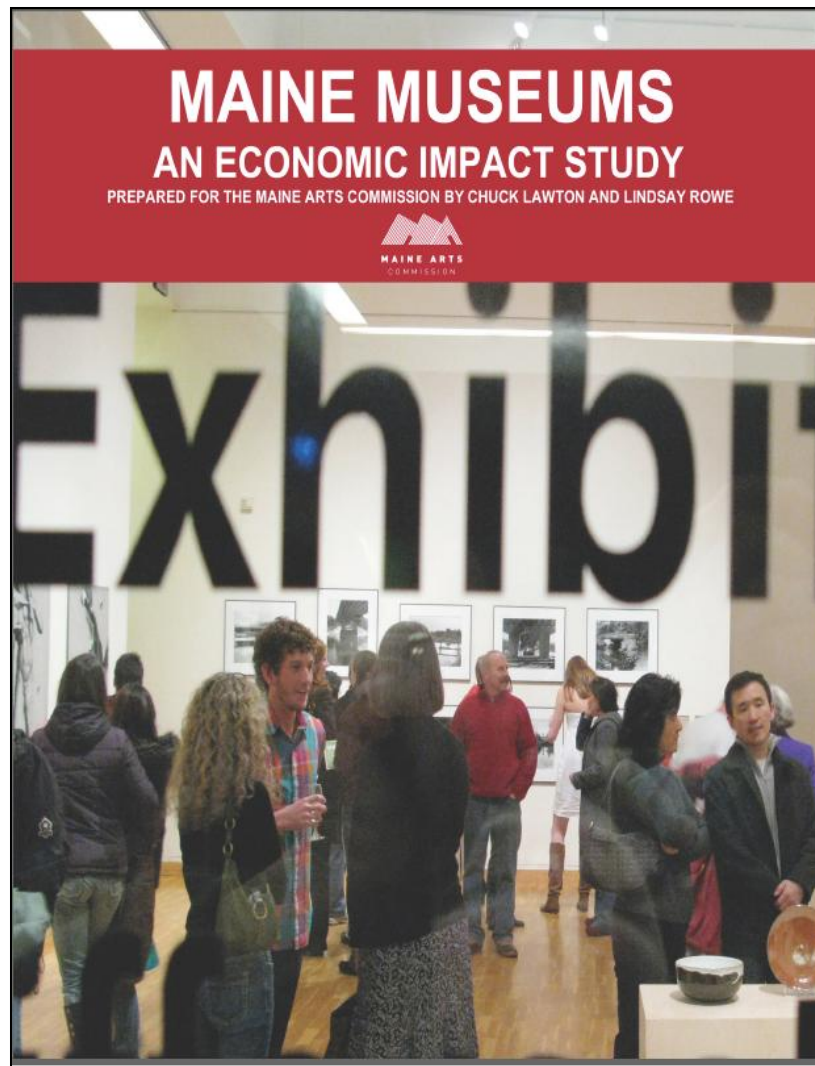
- Tourisme est un facteur important mais ce n'est pas le seul
- Tourisme a des impacts positif & négatif
- Besoins en tourisme & conservation peuvent être en conflit
- Réinvestissement des revenus en tourisme / important objectif de gestion
- Partenariats peuvent surmonter les obstacles

Tourisme

- Patrimoine & culture, une ressource
- Patrimoine, une entreprise commerciale
- Croissance dans le secteur du patrimoine culturel touristique
- Expériences patrimoniales, valeur ajoutée pour destinations
 - Compétitivité
 - Satisfaction du visiteur & valorisation du produit
 - Attrait & différenciation

TOURISME + CULTURE + PATRIMOINE = ÉCONOMIE SOUTENUE

- Les communautés ne peuvent pas toutes offrir un programme en patrimoine culturel touristique réussi



http://mainearts.maine.gov/arts_other/2010_MaineMuseumStudy.pdf

Pourquoi sonder les visiteurs?

- Évaluer l'impact économique des musées de l'État du Maine au cours de la saison estivale 2009.
- 14 musées furent retenus en fonction des critères suivants:
 - leur diversité en terme d'espace et de dimension,
 - le sujet des expositions présentées,
 - les collections, et
 - la localisation.

Résultats des données recueillies à partir du sondage

- En 2009, près de 442,000 personnes ont visité les 14 musées participants, y dépensant environ \$71 millions.
- En utilisant les modèles multiplicateurs courants, il est possible d'estimer l'impact des dépenses directes des visiteurs de ces musées sur les ventes à près de \$148 millions.
- Cette dépense génère des revenus de taxe pour l'État et les municipalités chiffrés à plus de \$7.5 millions.

Modèle pour la prise de décision, aide à déterminer ce qui est le plus adéquat pour votre organisation

Pouvez-vous obtenir un minimum de 200 questionnaires de manière aléatoire auprès des touristes fréquentant votre musée, en utilisant une méthodologie appropriée?

OUI

NON

Est-ce qu'au moins 10% des visiteurs à votre institution sont des *touristes* (pas des résidents locaux)?

OUI

NON

L'élaboration d'une étude des retombées économiques touristiques ne semble pas réalisable

Suivez les lignes directrices afin de développer et recueillir des informations servant à développer un ensemble utile d'indicateurs économiques pour votre musée

Lacunes dans la collecte d'information et les données sur les visiteurs

- Statistique Canada recueille des données de base pour le compte du Nouveau-Brunswick :
 - estimations de la fréquentation des musées et des galeries selon l'origine des visiteurs;
 - estimations des dépenses des visiteurs (qui ne sont pas forcément attribuables aux musées et aux galeries).

Taille du marché

Nombre de voyageurs qui ont séjourné au Nouveau-Brunswick et qui ont visité des musées, des lieux historiques ou des galeries pendant des déplacements hors région d'une nuitée ou plus au cours des deux dernières années.

Voyageurs canadiens	1,8M
Voyageurs américains	1,2M

Source : Enquête sur les activités et les préférences en matière de voyages (2006).

Estimation des visites dans les musées du Nouveau-Brunswick

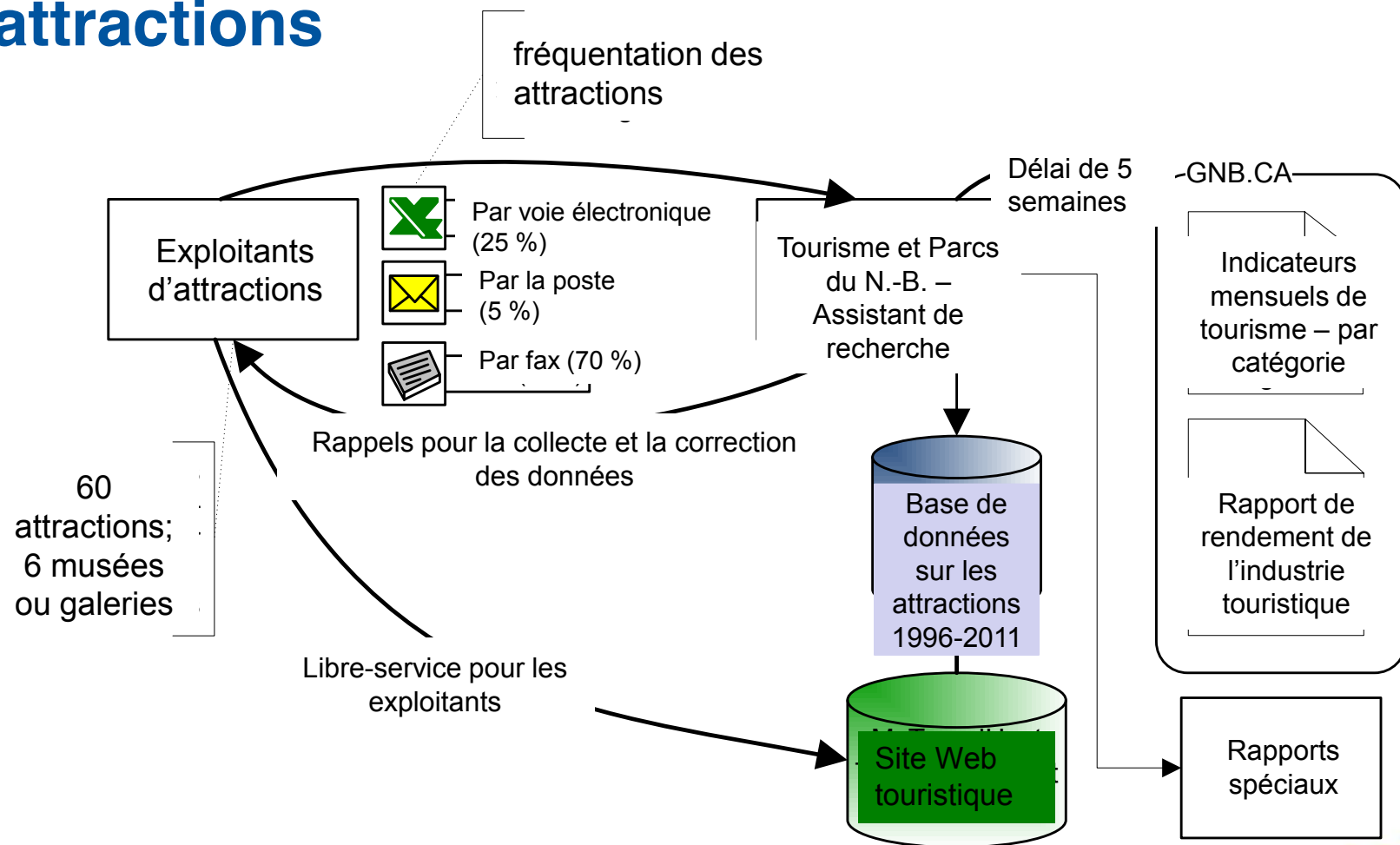
Séjours d'une nuit au N.-B., incluant la visite de musées et de galeries en 2008	Visites	Dépenses des visiteurs
Résidents du N.-B.	28 000	9 431 000 \$
Autres Canadiens	129 000	89 961 000 \$
Américains	90 000	26 937 000 \$
Total	247 000	126 329 000 \$

Source : Statistique Canada (2008). Enquête sur les voyages des résidents du Canada et Enquête sur les voyages internationaux

Détermination du taux de fréquentation des musées

- Tourisme et Parcs peut recueillir et gérer, de manière confidentielle, des données sur la fréquentation des attractions provinciales, ce qui comprend les musées et les galeries.
- Pour l'instant, six musées et galeries fournissent un décompte mensuel de base de leur fréquentation (20 le font sur une base annuelle).
- Il y a donc un écart considérable entre nos décomptes et les estimations de Statistique Canada.
- Nous ne disposons d'aucun renseignement sur :
 - les types d'expérience que recherchent les visiteurs;
 - les dépenses des visiteurs attribuables aux musées.

Collecte des données sur la fréquentation des attractions



Fréquentation des musées au N.-B.

Catégorie	2008	2009	2010	Variation en pourcentage, 2010 et 2009
Musées et galeries	81 217	78 113	77 985	Aucun changement
Lieux historiques	235 682	256 066	265 372	+4 %
Total	316 899	334 179	343 357	+3 %

Source : Ministère du Tourisme et des Parcs du Nouveau-Brunswick

- Les 81 217 visites enregistrées par six musées et galeries du N.-B. en 2008 représentent moins du tiers (données sans doute partielles) des estimations établies par Statistique Canada pour ce type de visites.

Création d'un ensemble utile d'indicateurs de la fréquentation des musées

- Dans le cas des musées qui accueillent 2 000 visiteurs ou plus durant la saison,
- pour chaque 10^e groupe de visiteurs ou pour un groupe de visiteurs par heure,
 - les inviter à répondre à un court questionnaire à propos de leur expérience et obtenir leur code postal
- ou
- leur demander, au moins, leur lieu d'origine ainsi que leur code postal.

Indications fournies par les codes postaux

- Les codes postaux ne donnent pas d'information sur l'expérience des visiteurs ou leurs dépenses, mais ils fournissent des indications intéressantes sur les éléments suivants :
 - Profil sociodémographique par quartier
 - Habitudes de consommation et préférences en matière de médias
 - Valeurs sociales et touristiques liées au QE

Carte de Saint John, N.-B.

Profil sociodémographique



L'outil du Quotient explorateur



- Améliorer les produits que nous offrons
- Cibler des clients à haut rendement
- Choisir nos canaux les plus appropriés
- Comprendre nos invités et comment leur servir d'hôte parfait

Les neuf types de QE



Ressources QE



www.gnb.ca/0397/promo/2011/index-f.asp



Possibilités

- Une étude des retombées économiques, fondée sur l'utilisation systématique des questionnaires, de quelques musées représentatifs

et

- un ou deux questionnaires portant sur l'expérience des visiteurs ou les codes postaux dans chaque secteur du réseau des musées

permettraient d'obtenir :

- des données plus complètes et détaillées sur le marketing et les visiteurs pour chaque secteur;
- un portrait des retombées économiques des musées au Nouveau-Brunswick, qui servirait de complément aux données sur leur impact social.

Pour plus d'information :

David Rioux, 506-444-4521

David.Rioux@gnb.ca

Guy Tremblay, 506-444-5892

Guy.Tremblay@gnb.ca