Mucem

**Département du développement culturel et des publics**

**CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIERES (CCTP)**

**OBJET :**

**Prestations d’études de publics**

**Lot 1 : Observatoire permanent des publics et études quantitatives**

**Lot 2 : Comités de visiteurs et études qualitatives**

Date de dernière mise à jour avant notification :

19/08/2025

**SOMMAIRE**

[Article 1 Objet du Marché 3](#_Toc206585161)

[Article 2 Présentation du Mucem 3](#_Toc206585162)

[2.1 Projet 3](#_Toc206585163)

[2.2 Bâtiments d’implantation 3](#_Toc206585164)

[2.3 Description des œuvres et objets exposés au Mucem 4](#_Toc206585165)

[Article 3 Description des prestations 4](#_Toc206585166)

[3.1 Eléments de la politique des publics du Mucem 4](#_Toc206585167)

[3.1.1 Connaissance des publics potentiels du Mucem 4](#_Toc206585168)

[3.1.2 Historique de fréquentation 6](#_Toc206585169)

[3.1.3 Tarification du Mucem 7](#_Toc206585170)

[3.2 Prestations du Lot 1 : Observatoire permanent des publics et études quantitatives 7](#_Toc206585171)

[3.2.1 Observatoire des publics 7](#_Toc206585172)

[3.2.2 Etudes quantitatives 12](#_Toc206585173)

[3.3 Lot 2 : Comités de visiteurs et études qualitatives 12](#_Toc206585174)

[3.3.1 Comités de visiteurs 12](#_Toc206585175)

[3.3.2 études qualitatives 15](#_Toc206585176)

**ANNEXES**

Annexes n°1a, 1b et 1c : rapports d’activité 2024 / dossier de presse programmation 2025-2026 / dossier de presse prendre soin de nos publics 2025

Annexes n°2a et 2b : rapport de synthèse et synthèse infographiée de l’observatoire des publics 2024

Annexes n°3 : synthèse de fréquentation 2019-2024 et fréquentation des expositions temporaires

Annexe n°4 : grille tarifaire du Mucem au 4 janvier 2020

Annexe n°5 : version 2025 du questionnaire de l’observatoire permanent des publics du Mucem.

Annexe n°6 : plan du Mucem

# Objet du Marché

L’exécution de chaque marché est soumise aux conditions techniques décrites dans le présent Cahier des Clauses Techniques Particulières (CCTP), définissant d’un point de vue technique et fonctionnel l’ensemble des Prestations à réaliser.

Les contrats concernent des **Prestations relatives aux études de publics**. Ces prestations sont divisées en deux lots :

* **Lot 1 : observatoire des publics et études quantitatives**
* **Lot 2 : comités de visiteurs et études qualitatives**

# Présentation du Mucem

## Projet

Premier musée national à s’implanter intégralement en région, le Mucem a ouvert ses portes début juin 2013, dans un environnement exceptionnel de 30 000 m2, à la charnière du Vieux Port et du nouveau front de mer dessiné par Euroméditerranée.

Le Mucem propose à ses visiteurs une véritable promenade dans les cultures méditerranéennes, à travers le Fort Saint-Jean, emblème de la ville de Marseille depuis le XIIe siècle, et dans le bâtiment contemporain imaginé par Rudy Ricciotti sur le môle J4.

Cité culturelle s’appuyant sur toutes les disciplines des sciences humaines, mobilisant les expressions artistiques des deux rives de la Méditerranée, le Mucem constitue une manière nouvelle de considérer la Méditerranée comme un espace d’ouverture et de partage, d’envisager une histoire commune, percevoir le dialogue des civilisations, expliquer les enjeux, donner leur profondeur de champ aux phénomènes contemporains, et façonner un nouvel espace public.

Ce véritable lieu de vie propose, outre les expositions et activités culturelles ponctuelles ou régulières, un auditorium, un café, une librairie-boutique, deux restaurants, un jardin promenade offrant des panoramas exceptionnels sur la ville et la mer, un espace dédié aux enfants…

## Bâtiments d’implantation

La zone d’implantation du Mucem s’étend sur trois sites indépendants répartis sur deux zones géographiques distantes de 3 km environ, à savoir :

* Le J4 et le Fort Saint Jean, situé Esplanade du J4 au 7 Promenade Robert Laffont, Marseille 2ème

Depuis son inauguration en juin 2013, le J4, bâtiment conçu par Rudy Ricciotti (associé à Roland Carta) est l’un des symboles du nouveau visage de Marseille. Ce cube minéral—carré parfait de 72 mètres de côté—est enserré par une fine résille de bétonl. Entouré de darses, posé face à la mer, le J4 offre des panoramas à 360 degrés sur le fort Saint-Jean et la Méditerranée, visibles depuis les salles d’exposition vitrées, le toit-terrasse, ou les rampes extérieures qui encerclent le bâtiment. Il est relié au fort Saint-Jean par une passerelle aérienne de 135 mètres. Le J4 constitue le véritable «cœur» du Mucem, accueillant les grandes expositions permanentes et temporaires; ainsi que les cycles réguliers et temps forts de la programmation artistique et culturelle.

Si le fort Saint-Jean trouve ses origines au XIIe siècle, cet ancien fort militaire, totalement inaccessible au public, avait jusqu’ici des allures de forteresse imprenable. En 2013, son ouverture fut donc une première historique : entièrement restauré, le fort s’ouvre, depuis, gratuitement aux Marseillais, qui se sont immédiatement réapproprié le site, à la manière d’un nouvel espace public. Si certains bâtiments accueillent des expositions, le fort Saint-Jean est avant tout un nouveau lieu de vie au cœur de la cité phocéenne, offrant une large palette d’activités, entre parcours historique, promenade botanique au fil du Jardin des Migrations, et découverte de panoramas spectaculaires, invisibles jusqu’alors sont également ouverts au public, Le Mucem propose chaque été une riche programmation en plein air, sur la place d’Armes du fort Saint-Jean.

* Le Centre de Conservation et de Ressources (CCR), situé au 1 rue Clovis Hugues dans le quartier de la Belle de Mai, Marseille 3ème

Ce grand monolithe teinté d’ocre conçu par l’architecte Corinne Vezzoni (associée à André Jollivet) renferme le trésor des collections du Mucem, soit plus d’un million d’objets. Il assure des fonctions de conservation, d’étude et de restauration des collections, mais aussi, de manière plus originale, de valorisation. Cette double responsabilité est le fondement de l’activité du Centre de Conservation et de Ressources. Professionnels des musées, chercheurs, étudiants, ou simples curieux et amateurs peuvent ainsi avoir accès à l’intégralité des collections, consultables sur place. Un « appartement témoin » (des réserves spécialement conçues pour l’accueil de visiteurs) et une salle d’exposition constituent autant d’occasions pour le grand public de faire l’expérience du Mucem, côté « coulisses ».

***Voir Annexes n°1a, 1b et 1c : rapports d’activité 2024 / dossier de presse programmation 2025-2026,*** ***prendre soin de nos publics 2025***

## Description des œuvres et objets exposés au Mucem

Les objets présentés dans les expositions du Mucem sont de deux provenances.

* Les objets issus des collections propres au Mucem, qui conserve à ce jour environ 250 000 objets, 110 000 documents (affiches, estampes, dessins, chromolithographies), 95 000 ouvrages, 450 000 photographies et un très important fonds d'archives papiers, sonores et audio-visuelles. Aux collections acquises par le musée des arts et traditions populaires s'ajoutent les collections européennes du musée de l'homme, déposées au Mucem depuis 2005, et les acquisitions ouvertes à l'Europe et la Méditerranée menées depuis le tout début des années 2000. Musée de civilisation, le Mucem compte parmi ses collections une grande variété d'objets, du très petit (épingle) au plus gros (char de parade de cirque). Le musée gère ainsi une collection plurielle, originale dans le monde des musées : tableaux, estampes ou sculptures côtoient mobiliers, outils, véhicules, bijoux, décors de boutique..., et objets dont les matériaux constitutifs sont plus insolites, comme des pains figuratifs, des œufs peints, des décors en sucre ou en saindoux. Les collections sélectionnées pour les expositions d'inauguration du Mucem reflètent cette diversité : seront présentés aussi bien des objets en 3 dimensions (objets de la vie quotidienne, sculptures, objets d'art, pièces textiles...) que des tableaux (sur toile, sur bois, encadrées ou non...) ou des documents.
* Les expositions présentent également des objets ou œuvres issus des collections d'autres institutions publiques ou privées ou appartenant à des particuliers, sous la forme de prêts ou de dépôts et qui viennent dialoguer avec les collections du Mucem.

# Description des prestations

## Eléments de la politique des publics du Mucem

### Connaissance des publics potentiels du Mucem

La politique des publics du Mucem a pour objectif principal de créer et maintenir le lien entre les visiteurs potentiels ou réels du musée, en recherchant la meilleure diversification en termes d’âges, de milieux sociaux ou d’origine géographique. Musée national, le Mucem a en effet vocation à s’adresser au plus grand nombre afin de diffuser au mieux le patrimoine qu’il conserve.

#### Enjeux / Stratégie générale

La politique des publics d’un tel musée, qui plus est « place publique » par son site traversé sans contrainte et son implantation au cœur de Marseille, cherche à garantir le bien-être et la réflexion des visiteurs les plus divers possibles, dans le respect de leurs pratiques.

Le fil rouge de la politique des publics du Mucem suit donc les parcours des visiteurs, dans leur diversité, et prête attention à l’ensemble de la chaîne : préparation de la visite (création de désir par des offres adaptées aux pratiques, diffusion d’informations ciblées…) ; accompagnement de la visite (accueil et information sur place, vente-conseil, orientation, médiation humaine, écrite et numérique) ; après-visite (enquêtes satisfaction, connaissance des publics, fidélisation…).

Les typologies de profils et de pratiques des visiteurs permettent de définir des plans d’action annuels, notamment auprès des publics suivants :

* **Publics enfants / familles :**

La pratique du musée comme sortie de loisir culturel en famille s’est développée ces dernières années et constitue un bon levier pour diversifier socialement et fidéliser les publics.

Les plans d’actions consistent dans le développement d’espaces dédiés visibles, proposant des dispositifs de médiation adaptés (ex : espace jeune public le fableux terrier*,* parcours famille, supports), ainsi que dans la programmation et la production d’événements spécifiques durant les vacances scolaires (incluant spectacles, ateliers, …). Ils s’accompagnent d’un référencement pointu, notamment sur le web, et de la déclinaison d’une identité visuelle sur différents supports de communication.

* **Publics scolaires :**

Ils constituent l’un des principaux leviers de la diversification sociale des publics, puisque les relais à prospecter sont les enseignants et que les publics cibles sont captifs. Cependant, pour capter durablement les élèves, il convient d’inventer de nouveaux modes de médiation, plus éloignés de l’école.

En partenariat avec le Rectorat d’Aix-Marseille, les plans d’actions intègrent des actions d’information et de formation des enseignants (dossiers pédagogiques, visites dédiées…), des activités spécifiques destinées aux élèves par classes d’âges, en liaison avec les programmes scolaires, sur site et hors les murs, des projets au long cours pour éviter la dimension superficielle d’une visite unique (une dizaine par an. Depuis 2019, le dispositif « Bienvenue au Mucem » offre 2 visites gratuites à chaque classe d’écoles ou collèges REP et REP+ de Marseille.

* **Publics du champ social :**

Souvent les plus éloignés de la pratique muséale, ces publics doivent être accompagnés de manière particulièrement attentive en amont de la visite, pendant la visite et après.

Les plans d’actions comprennent beaucoup d’actions hors les murs, au plus près des publics recherchés (4 personnes en service civique permettent de déployer cette dimension), afin d’échanger et d’informer. La mission « Vivre ensemble » initiée par le Mucem en PACA permet de rassembler l’information culturelle pour les relais du champ social, lesquels sont également accueillis pour des visites spécifiques. Enfin, plusieurs projets de long terme sont conduits, dont chaque année un projet phare structurant en relation avec l’une des expositions temporaires du Mucem, incluant des actions hors les murs et la présentation de l’opération au cœur de l’exposition du musée (projet en lien avec l’exposition Bonnes mères en 2026). Le dispositif Destination Mucem a par ailleurs été lancé en 2021 : Trois itinéraires de bus (Nord, , Est et Sud) circulent en alternance chaque dimanche offrant la possibilité à des personnes éloignés géographiquement de se rendre au musée.

* **Publics en situation de handicap :**

L’accessibilité de l’ensemble des publics est souvent améliorée par les dispositifs prévus pour les visiteurs en situation de handicap. Les plans d’actions comprennent à la fois des outils structurants (traductions LSF, parcours tactiles, prise en compte du handicap moteur dans la scénographie des expositions temporaires…) et des partenariats avec les associations représentatives pour accompagner les visiteurs (activités spécifiques, projets). Le Mucem a obtenu en 2014 les 4 labels Tourisme et Handicap.

* **Publics touristiques :**

Musée national à vocation internationale, le Mucem cherche à accroître son audience auprès des publics de toutes provenances, tout en dynamisant la destination marseillaise et en la qualifiant culturellement. La prospection et l’accompagnement des publics touristiques s’avèrent donc cruciaux. Les plans d’actions s’appuient sur les acteurs territoriaux de l’économie touristique (Provence tourisme, Office du tourisme des loisirs et des congrès de Marseille, hôteliers, restaurateurs…), qu’ils mobilisent pour diffuser plus largement la programmation du musée. Ils intègrent aussi la conception et la réalisation d’outils importants pour l’accessibilité du musée notamment aux touristes étrangers (dépliants, visites multilingues, audioguides…).

* **Publics loisirs :**

La sortie au musée constitue pour une population de plus en plus importante, une occasion de se divertir, de s’enrichir, de se cultiver et de réfléchir de manière agréable et participative. Le visiteur-acteur est en demande d’activités festives qui changent l’image du musée et en font un lieu accueillant pour tous. Le plan d’actions s’articule sur une programmation d’événements, dont une partie en plein air (espaces du fort Saint-Jean) et participatifs, susceptibles de s’adresser à un public « non culturel », souvent jeune. De nombreuses manifestations contribuent à renouveler l’image du musée : festival d’été, Mucem (Re)mix, fête des plantes, ateliers plein air, etc.

* **Publics de la programmation culturelle :**

Le musée propose toute l’année des rencontres, séances de cinéma, spectacles, concerts, qu’il présente en son nom (Procès du siècle, Pulsations, ciné-dimanche, …) ou dans le cadre de festivals avec lesquels il s’associe (Oh les beaux jours !, Festival de Marseille, Aflam, Actoral, etc.). Les publics qui les fréquentent sont tout aussi divers que les thématiques et les disciplines qui sont présentées.

#### Composition des publics

Si nous excluons les années 2020 et 2021, marquées par la crise sanitaire et la fermeture pendant plusieurs mois des établissements culturels, les résultats enregistrés au cours des dernières années sont relativement stables que ce soit en termes de compositions (âge, sexe, CSP, provenances), de pratique ou de satisfaction.

***Voir Annexes n°2a et 2b : rapport de synthèse et synthèse infographiée de l’observatoire des publics 2024***

### Historique de fréquentation

Au 30 mai 2025, le Mucem a accueilli plus de 16millions de visiteurs sur son site et près de 5,4 millions dans ses expositions depuis son ouverture au public le 6 juin 2013.

La moyenne annuelle se situe autour de 400 000 visiteurs d’expositions et 1,25 million de visiteurs sur le site.

Depuis son ouverture, la fréquentation du Mucem est dictée par le calendrier (vacances scolaires, jours fériés et ponts). Ses périodes de très haute fréquentation sont le mois d’août, les vacances de la Toussaint de Noël (entre Noël et le jour de l’an) et les ponts du printemps. Ses périodes très creuses se situent en novembre-décembre et en janvier-février.

Les années 2013 (à compter du 6 juin) et 2014 sont qualifiées de période d’ouverture.

Le Mucem a alors enregistré un haut niveau de fréquentation. L’intention de visite des publics était la découverte du site dans son ensemble, sans attention particulière sur le programme d’expositions temporaires proposé.

L’effet d’ouverture a été intensifié par la forte médiatisation de la ville et du musée dans le cadre de Marseille Provence, capitale européenne de la culture.

2015 est la première année « normale » avec un effet d’ouverture atténué. L’exposition « Raymond Depardon. Un moment si doux » est la première exposition temporaire qui a eu un impact notable sur la fréquentation, sur les week-ends d’une période creuse (janvier-mars).

2016 est marquée par la présentation de l’exposition « Un génie sans piédestal. Picasso & les arts et traditions populaires ». En dehors de cette période (mai-août) où les fréquentations mensuelles ont dépassé celles de 2014, le niveau de fréquentation générale est en dessous de celui de 2015.

Les années 2017 à 2019 sont relativement similaires, seule exception faite pour l’été 2018 particulièrement fréquenté (exposition Ai Weiwei et importante fréquentation touristique à Marseille).

Les années 2020 et 2021 ont été marquées par la crise sanitaire. En 2020, le musée n’a été ouvert que de janvier à mars et de fin juin à fin octobre pour finalement rouvrir dans des conditions quasi normales à partir de fin mai 2021. A noter sur cette période une belle fréquentation l’été grâce au tourisme national, favorisée par la limitation des voyages à l’étranger.

En 2022, la présentation de l’exposition Pharaons superstars conjuguée à l’ouverture de Cosquer Méditerranée face au Mucem a permis à l’établissement d’enregistrer l’un de ses meilleurs étés depuis longtemps.

En 2023 et 2024, la fréquentation du site s’est maintenue à un niveau toujours important autour d’1,2 million de personnes. Le Mucem a enregistré une baisse de son nombre de visiteurs dans les expositions avec une programme plus singulier qui a tout de même rencontré de beaux succès en termes de retombées médiatiques mais également en termes de satisfaction visiteurs (Barvalo, Une autre histoire du monde, Paradis naturistes). Sur cette même période, les expositions permanentes ont été renouvelées pour être davantage consacrées à la valorisation des collections du Mucem (Populaire ? depuis décembre 2023 et Méditerranées depuis juin 2024).

L’année 2025 a très bien démarré avec le succès auprès d’un public large, sur une période habituellement peu fréquentée de l’exposition En Piste ! Clowns, pitres et saltimbanques.

***Voir Annexe n°3 : synthèse de fréquentation 2019-2024 et fréquentation des expositions temporaires***

### Tarification du Mucem

Les espaces extérieurs du Mucem sont en accès libre. Seuls les espaces d’expositions sont soumis à tarification. Le principe de billet unique donnant accès à l’ensemble des expositions s’applique toute l’année. La grille tarifaire détaille les différents tarifs et offres de visites et précise les conditions d’obtention d’un tarif réduit ou d’une exonération dont les principales mesures applicables dans les musées nationaux : gratuité totale pour les moins de 18 ans et les demandeurs d’emploi, gratuité aux expositions permanentes pour les 18-25 ans, etc.

Voir Annexe n°4 : grille tarifaire du Mucem au 4 janvier 2020

## Prestations du Lot 1 : Observatoire permanent des publics et études quantitatives

### Observatoire des publics

#### Protocole général

Le Mucem dispose depuis son ouverture en juin 2013 d’un observatoire permanent des publics, qui enquête en continu auprès de ses visiteurs.

L’objectif du dispositif est multiple pour le musée :

* Connaître ses publics
* L’accompagner dans ses orientations stratégiques
* Collecter des données pour les différents dispositifs auxquels le musée doit fournir des éléments

Le prestataire devra à la fois intervenir dans la continuité du travail entrepris depuis la mise en place du dispositif et être force de proposition en vue de l’améliorer à tous points de vue (méthodologique, collecte de données, analyse et restitution des résultats, etc.).

#### Périmètre

L’enquête doit pouvoir interroger les visiteurs individuels après leur visite en sortie du site du Mucem (J4/Fort Saint Jean).

Elle exclut les visiteurs en groupe, les visiteurs du CCR et les spectateurs de la programmation, pendant et en dehors des horaires d’ouverture du site.

Les personnes interrogées pourront être de simples promeneurs, des visiteurs d’expositions, des visiteurs/promeneurs, des participants à une activité ou un évènement en lien avec le site ou les expositions, des clients des restaurants ou des librairies-boutiques etc. pendant les horaires d’ouverture du site.

Les horaires d’ouverture sont les suivants :

* Mai-Juin et Septembre-Octobre : 10h-19h
* Novembre-Avril : 10h-18h
* Juillet-Août : 10h-20h

Le Mucem est ouvert tous les jours sauf le mardi, le 1er mai et le 25 décembre,

L’enquête doit couvrir systématiquement une année civile complète (1er janvier au 31 décembre).

#### Méthodologie

La méthodologie préconisée est une enquête quantitative en continu sur l’année avec l’administration de questionnaires in situ en face à face ou auto-administré assisté sur tablette.

L’échantillon devra être représentatif de la fréquentation du site.

#### Questionnaire

Le questionnaire devra être établi dans la continuité du questionnaire actuel.

Ce dernier est construit autour de 3 thématiques :

* Qui sont les publics du Mucem ?
* Qu’ont-ils fait pendant leur visite ?
* Comment évaluent-ils leur visite et les différents services qu’ils ont pu utiliser ?

La taille du questionnaire et son temps d’administration devront respecter les usages habituels pour ce type d’enquête, afin d’optimiser les périodes d’administration en obtenant un maximum de répondants et un minimum de refus.

Le questionnaire sera sensiblement le même d’une année sur l’autre. Il fera l’objet d’une mise à jour chaque fin d’année pour l’année qui suit (reformulations, suppression de questions dont les résultats ne sont pas probants, ajout de questions complémentaires sur un sujet déjà abordé, etc.).

A la conception du premier questionnaire, le titulaire et le Mucem s’entendront sur une structure de questionnaire, un nombre maximum de questions et un temps d’administration également maximum, qui constitueront une base pour les mises à jour annuelles.

Par ailleurs, lors de chaque période de mise à jour, une part variable pourra être activée au besoin selon un planning préalablement établi et qui viendra s’ajouter au questionnaire.

Cette part variable consistera en l’ajout de questions destinées à un public en particulier (ex : touristes résidant en France et fréquentant les expositions, les familles marseillaises, les promeneurs du week-end, etc.) ou à un sujet à approfondir (les conditions de visites, l’apport culturel, le rapport aux collections, questions supplémentaires sur une exposition, etc.). Ce principe de focus nécessitera vraisemblablement un sur-échantillonnage qu’il faudra prendre en compte.

***Voir Annexe n°5 : version 2025 du questionnaire de l’observatoire permanent des publics du Mucem.***

#### Préparation de l’enquête

A compter de l’entrée en vigueur du contrat, **le Titulaire a 30 jours francs** pour préparer le terrain d’enquête et lancer l’étude, en étroite collaboration avec le pôle gestion des publics du DDCP. Il organisera une réunion de lancement qui servira avant tout à définir le processus de travail entre le Titulaire et le Mucem. Concrètement, il devra remettre au Mucem ou établir :

* le protocole de l’enquête (questionnaire, vacations, etc.)
* le planning des sujets abordés pour l’année
* le rythme et le format des restitutions

Pendant ces 30 jours, concrètement, le Titulaire devra avec le Mucem :

* valider le protocole de l’enquête (échantillonnage, administration, planning de vacation)
* concevoir et faire traduire le questionnaire
* programmer informatiquement l’enquête
* recruter et former les enquêteurs et préparer le matériel qui leur sera destiné
* tester le questionnaire in situ
* établir un plan de prévention avec les équipes concernées au Mucem (plan renouvelable chaque année, nécessitant une présence sur site du titulaire pour sa mise en place initiale)

**Tout devra être prêt pour que l’administration des questionnaires puisse démarrer dans les 2 premières semaines de janvier 2026.**

#### Validation et traductions du questionnaire

Le questionnaire sera d’abord conçu en français par le Titulaire, puis soumis pour validation au pôle gestion des publics du département du développement culturel et des publics du Mucem (DDCP).

Un pré-test auprès du public sera organisé par le Titulaire. Celui-ci en communiquera les résultats dans les plus brefs délais au pôle gestion des publics du DDCP et lui soumettra pour validation des modifications, qui peuvent porter tant sur la formulation des questions que sur le protocole d’administration du questionnaire. Tout changement devra au préalable avoir été validé par le Mucem avant d’être mis en œuvre sur le terrain.

Le questionnaire sera ensuite traduit a minima en anglais, espagnol, italien et allemand par le Titulaire puis soumis au Mucem pour validation.

A chaque mise à jour annuel du questionnaire, ce processus devra être reproduit.

***Voir Annexe n°5 : version 2025 du questionnaire de l’observatoire permanent des publics du Mucem.***

#### Collecte des données

***Lieu et mode d’administration des questionnaires :***

La configuration des lieux d’enquête s’avère complexe : deux bâtiments (J4 et fort-Saint-Jean), chacun comportant plusieurs points d’entrée et de sortie.

Trois zones d’enquête sont d’ores et déjà identifiées et sont situées à proximité des trois entrées/sorties du site : pour le J4, dans le hall du bâtiment, et pour le fort Saint-Jean, dans la cour de la commande à proximité de la Tour du Roi René et place d’Armes à proximité de l’accès à la passerelle Saint Laurent.

La sélection des répondants devra être aussi aléatoire que possible.

Le protocole d’interrogation proposé par le candidat devra induire un échantillonnage aussi représentatif que possible de la population enquêtée. Cette exigence requiert un mode d’échantillonnage des répondants adapté, mais aussi un échantillonnage des lieux et des moments d’enquête. Les vacations d’enquête seront réparties de manière homogène tout au long de l’année, représentant bien les différents mois, week-ends et jours de semaine, matinées et après-midis. Le protocole d’enquête devra reposer sur une répartition optimale des jours, des horaires, des périodes (comme les vacances scolaires, les pics de fréquentation ou les périodes basses par exemple). Les premiers dimanches du mois, gratuits pour tous, sont bien entendu compris dans le périmètre d’enquête. Le Titulaire s’engage à réduire autant que possible les biais susceptibles d’affecter la qualité du terrain d’enquête (échantillonnage des lieux, des moments et des visiteurs notamment).

Le questionnaire de l’enquête sera programmé sur tablette tactile sur un logiciel d’enquête qui sera présenté par le titulaire dans son mémoire technique.

Il n’est pas du tout garanti que le J4 et le Fort Saint-Jean soient intégralement couverts par le wi-fi ou 4G/5G. Le candidat devra proposer une solution technique capable si besoin de stocker les données en local.

Le questionnaire de l’enquête en continu sera administré en face-à-face ou en auto-administré assisté afin d’assurer une qualité optimale des réponses. Une fois validé lors de la réunion de lancement, le Titulaire s’en tiendra au mode de passation choisi.

***Formation des enquêteurs :***

Les enquêteurs seront rigoureusement formés, en amont du lancement du terrain d’enquête, par le Titulaire. Une partie de la formation devra avoir lieu sur le site du Mucem, en situation réelle. La formation devra assurer une connaissance parfaite du protocole d’interrogation, du questionnaire, du logiciel d’enquête ainsi que des différents espaces et offres du Mucem.

Le pôle gestion des publics du DDCP pourra participer à la formation des enquêteurs avant le lancement de l’enquête éventuellement à la formation de nouveaux enquêteurs ensuite.

***Calendrier des vacations :***

Lors de la réunion de lancement, le Titulaire et le Mucem décideront si le planning de vacations sera défini sur des périodes de 3, 6 ou 12 mois. **Le titulaire devra alors l’envoyer au Mucem au moins 15 jours francs avant le début de chaque nouvelle période d’enquête.**

Une réunion téléphonique aura lieu entre le Titulaire et le Mucem un mois après le début de l’administration des questionnaires, de manière à faire le point sur le déroulement du terrain.

Tout au long de l’année et des vagues d’enquête, le Titulaire fera remonter au pôle gestion des publics du DDCP toute information ou tout événement survenu pendant la collecte et susceptible d’interférer avec les résultats.

Le Mucem procédera également de son côté à des contrôles du terrain d’enquête. Il se réserve le droit de demander le remplacement d’un enquêteur en cas de constatation d’une défaillance ou du non-respect du protocole convenu.

Tout changement de planning ou d’enquêteur devra être immédiatement signalé au DDCP.

**Voir Annexe n°6 : plan du Mucem**

#### Traitement des données collectées

Le Titulaire procédera à la consolidation des données collectées et au contrôle rigoureux de cette consolidation.

Il procédera au redressement des données collectées, selon le protocole proposé dans sa réponse et validé par le Mucem lors de la réunion de lancement. Les données exogènes à l’enquête disponibles sont :

* L’historique des données de billetterie du musée, distinguant les visiteurs individuels des visiteurs en groupe ;
* Les données du système automatisé de comptage installé sur les sites du J4 et du Fort-Saint-Jean (comptage continu des entrées et sorties à tous les accès de ces deux sites) ;
* L’historique des données de l’observatoire des publics de 2013 à 2025

Il effectuera les traitements statistiques nécessaires pour la bonne exploitation des données collectées principalement des tris à plat et tris croisés mais également tout autre traitement qui lui paraitra pertinent de proposer. Il indiquera, comme convenu avec le pôle gestion des publics du DDCP lors de la réunion de lancement de l’étude, tous les calculs et indicateurs statistiques nécessaires à la bonne évaluation de la fiabilité des données

Le Titulaire sauvegardera toutes les données d’enquête (base brute, tris à plat avec effectifs bruts et redressés, tris croisés, voire autres résultats) et les transmettra intégralement au Mucem au plus tard à la fin du présent marché (***cf. article 3.2.1.9 - Restitution des résultats***).

Le Titulaire s’engage à contrôler le bon déroulement des opérations de redressement et de traitements statistiques des données collectées. Il avertira le pôle gestion des publics du DDCP de tout événement et source d’erreur à même d’affecter les résultats.

#### Restitution des résultats

Une réunion entre le Titulaire et le pôle gestion des publics du DDCP permettra de définir l’organisation de la restitution des résultats et leur contenu.

D’ores et déjà, le Titulaire devra prévoir :

* **Une restitution annuelle des résultats composée** :
  + Un rapport complet de l’ensemble de résultats et analyses détaillés, de comparaisons avec les années précédentes, de focus, etc., rapport qui tiendra compte des éléments de contexte fournis par le Mucem comme les objectifs de la stratégie de publics et les résultats de fréquentation
  + Un rapport de synthèse (30 pages) rassemblant les principaux résultats et analyses qui constituera la base de la présentation orale,
  + Une synthèse infographiée des résultats (10 pages)
  + Une présentation orale des résultats en présentiel ou en distanciel
* **Une restitution intermédiaire en cours d’année sur une période définie** :
  + Un rapport de synthèse (30 pages) rassemblant les principaux résultats et analyses qui constituera la base de la présentation orale,
  + Une présentation orale des résultats en présentiel ou en distanciel

La période étudiée sera définie de la réunion de lancement pour la première année, puis pour les années qui suivront à la réunion de préparation de l’année d’après. La période étudiée est généralement l’été (juillet-août).

* **Un accès aux résultats redressés de l’année en cours et des comparaisons aux années précédentes sur la base de 3 redressements dans l’année** (à fin mai, à fin août à fin décembre), (idéalement sur le principe d’un rapport dynamique avec graphiques, comme, par exemple, celui actuellement à disposition via l’outil dataviv de Sphinx online)

Le Mucem pourra solliciter le titulaire, dans des proportions raisonnables, pour transmettre des données (tris croisés principalement) non disponibles dans les différents supports fournis ou sur l’enquête en cours, ou également pour des besoins d’éclaircissement de certains résultats, etc.

Concernant l’ensemble des rendus, une attention particulière sera accordée aussi bien au fond (qualité d’analyse et de synthèse, remise en contexte des résultats, etc.) qu’à la forme (illustrations graphiques des résultats). Le titulaire devra tenir compte dans ses analyses des lignes directrices de la politique de l’établissement du Mucem.

Le Titulaire s’engage à signaler au Mucem tout problème relatif à l’enquête ou à l’une de ses étapes, de proposer des solutions et de mettre en œuvre l’une d’entre elles après validation du Mucem.

Il s’engage également à intégrer tout ajustement demandé par le Mucem si le besoin s’en faisait sentir.

À tout moment, le Titulaire pourra proposer au Mucem des améliorations dans les différences étapes de l’enquête : protocole, collecte des données, analyse, accès et présentations des résultats.

#### Transition avec le précédent marché

Il est entendu que le Mucem fournira au Titulaire l’ensemble des données issu du précédent marché sous un format standard compatible avec son logiciel de traitement.

Le Titulaire devra alors tout mettre en œuvre pour assurer une continuité dans la nature des résultats transmis au Mucem.

### Etudes quantitatives

#### Objectifs et enjeux

En complément de l’observatoire permanent des publics, le Mucem pourra commander ponctuellement des **études de publics quantitatives pouvant porter sur des sujets très variés** : étude de réception d’une exposition, d’un espace du musée ou d’une programmation, étude d’un segment de public (ex : jeunes adultes, touristes étrangers, enseignants, etc) ou d’une offre en particulier (ex : audioguide, visite guidée, etc.), étude d’image, enquête-mystère qualité, étude prospective, etc.

Ces études pourront ainsi concerner aussi bien le site, le musée et ses expositions, le Centre de Conservation et de Ressources, la programmation hors exposition (conférence, cinéma, spectacle, concert, etc.) ou encore les opérations hors les murs (projets participatifs, installation ou exposition hors les murs).

#### Lieux d’exécution

Les prestations seront principalement exécutées au Mucem. Le titulaire pourra néanmoins être amené à réaliser des enquêtes plus largement à Marseille ou dans les Bouches-du-Rhône.

Les horaires pourront varier en fonction du sujet traité et ne seront pas nécessairement liés aux horaires d’ouverture du Mucem.

#### Méthodologie

En fonction des sujets d’études, les titulaires devront être en mesure de proposer une méthode ou une combinaison de ces méthodes jugée pertinente parmi les méthodes classiques d’enquête d’opinion et de satisfaction quantitatives :

* Administration de questionnaires en face à face, en auto-administré assisté
* Enquête téléphonique
* Enquête en ligne
* …

#### Détails des prestations

Les études quantitatives suivent également le processus de réalisation suivant :

* Préparation et conception
* Collecte des données
* Traitement et analyse des données collectées
* Restitution des résultats

Le protocole précis de chaque enquête sera défini dans le bon de commande correspondant conçu par le Mucem et transmis le cas échéant au titulaire.

## Lot 2 : Comités de visiteurs et études qualitatives

### Comités de visiteurs

#### Historique

En janvier 2011, 2 ans et demi avant son ouverture au public, le Mucem a mis en place un comité de visiteurs (ou d’usagers), de type consultatif, afin de mieux comprendre et appréhender son public potentiel. Conçu, piloté et animé en interne, il s’est attaché à questionner des problématiques d’un musée qui n’existait pas encore sur un territoire qui ne disposait pas d’un équipement culturel de cette envergure.

Les thématiques des expositions inaugurales (citoyenneté, monothéisme, genre, …) et la compréhension des espaces (architecture contemporaine et monument historique, plan signalétique, etc.) ont constitué les principaux sujets des 9 séances de cette première version du comité de visiteurs.

En mars 2017, l’établissement décide de relancer ce dispositif, en confiant cette fois-ci sa gestion à l’association Pavages, alors titulaire du lot 3 « études qualitatives » du marché d’études de publics du Mucem.

Toujours de type consultatif, l’intention initiale de cette nouvelle version du dispositif était d’intégrer dans le processus de conception et de production d’une exposition, un groupe de personnes non spécialistes, afin de pouvoir les questionner sur une problématique donnée, sa mise en exposition/scénographie et la médiation associée. L’expérience a été réalisée avec l’exposition Le Temps de l’île.

Les résultats ont été intéressants mais ont montré rapidement les limites du dispositif dans ce contexte.

Suite à cela, il a donc été décidé d’élargir les sujets d’intervention du comité de visiteurs, tout en conservant son rôle d’organe consultatif de personnes non-initiées mais intéressées à donner leur avis sur les questionnements d’un musée jeune comme le Mucem.

Au cours des 8 dernières années, ont été abordés :

* Les représentations du musée : la notion de collection/exposition permanente, l’accueil et le musée lieu de vie, la programmation hors expositions
* Les pratiques des publics : la médiation écrite, la fidélisation, l’usage du numérique, la manière de communiquer auprès des publics
* Des focus sur des expositions en particulier, en utilisant le comité, comme dispositif de réception qualitatif

Le comité de visiteurs se veut être un dispositif participatif, expérimental et souple complémentaire des 2 autres principaux dispositifs d’études des publics du Mucem que sont l’observatoire permanent des publics et les livres d’or.

#### Méthodologie

Le comité de visiteurs consiste à réunir 2 à 3 fois par an au Mucem, sous la forme de focus group un même groupe de personnes en le questionnant sur des problématiques du Mucem.

Chaque focus group sera réalisé à l’aide des différentes techniques d’animation de groupe.

L’efficacité d’un tel dispositif repose à la fois sur la capacité à l’animation et à obtenir des participants des contributions pertinentes, mais également sur la capacité à créer une dynamique sur la durée (enchaînement des différents « focus group »).

Les séances se déroulent généralement en fin de journée, en semaine et durent entre 2h et 3h.

Sauf protocole particulier, le Mucem ne participe pas aux séances du comité afin ses membres puissent s’exprimer sans contrainte.

#### Détails des prestations – délais de réalisation

Au démarrage du marché, le titulaire et le Mucem se réunissent afin de définir le nombre de séances, les dates et les thématiques à aborder pour l’année à venir. A chaque fin d’année civile, les 2 parties procéderont ainsi.

Pour chaque séance du comité, le processus sera le suivant :

*(Les échéances sont données à titre indicatif et pourront faire l’objet de discussions / ajustements entre le titulaire et le Mucem au démarrage du marché)*

* **45 jours minimum avant la date de la séance du comité : convocation du comité**

Le titulaire convoquera les membres du comité et s’assurera d’un nombre suffisant de participants. La convocation pourra être suivie de relances (voir ci-après « gestion des membres du comité »).

* **30 jours minimum avant la date de la séance du comité : réunion de cadrage**

Une réunion préalable de cadrage en présentiel ou à distance avec le pôle gestion des publics et possiblement avec d’autres intervenants suivant la thématique abordée sera organisée pour définir les grands axes d’études de la séance à venir.

* **Dans les 15 jours suivant la réunion de cadrage : guide d’animation**

Le titulaire devra remettre au Mucem un guide d’animation établi à partir de ce qui a été décidé à la réunion de cadrage, en précisant les thèmes abordés, les durées consacrés à chacun des thèmes, les méthodologies/mécaniques utilisées, les résultats attendus.

La validation pourra nécessiter plusieurs aller-retours préalables entre les 2 parties.

* **Le jour J : tenue de la séance du comité**

Le titulaire devra arriver minimum 2 heures avant le début de la séance. Il devra préparer la salle et prévoir le matériel et matériaux nécessaires aux exercices de groupe, ainsi que des boissons et une petite restauration pour les participants.

Il accueillera les participants à leur arrivée au Mucem et les raccompagnera à leur départ.

Il animera la séance.

A noter que le titulaire ne sera pas tenu de remettre une retranscription de l’enregistrement de la séance. Il pourra aussi préciser dans son mémoire technique s’il décidera ou non d’enregistrer ou de capter la séance.

* **Dans les 15 jours suivant la séance du comité : rendu du rapport d’analyse**

Le titulaire devra remettre un rapport d’analyse de la séance comprenant :

* + le rappel des objectifs, de la méthodologie et des grands axes du guide d’entretien
  + les membres du comité présents et leur profil
  + un rapide compte rendu de la manière dont s’est tenue la séance
  + une courte synthèse de l’analyse
  + l’analyse détaillée des échanges

Le rapport devra être illustré de verbatim et de photos de la séance.

* **Dans les 30 jours suivant la séance du comité : Présentation orale des résultats**

En présentiel ou à distance, le titulaire devra réaliser une restitution orale de son rapport d’analyse au Mucem.

Cette restitution devra durer 1h et pourra être suivie d’un temps d’échange. Le titulaire jugera s’il est pertinent de réaliser un rapport de présentation complémentaire du rapport d’analyse.

#### Gestion des membres du comité et transition avec le précédent titulaire

Le titulaire devra maintenir le lien avec les membres du comité tout au long de la durée du marché.

Il les convoquera aux séances, gèrera les inscriptions, annulations ou retards.

Il communiquera par l’intermédiaire d’une adresse mail spécifique fournie par le Mucem : [comitevisiteurs@mucem.org](mailto:comitevisiteurs@mucem.org).

Il veillera à disposer d’un nombre suffisant de participants potentiels/ disponibles afin qu’un nombre suffisant de participants postulent à une séance. Dans le cas contraire, il devra alerter le Mucem qui procédera au recrutement de nouveaux membres. Ces nouveaux membres seront ensuite sélectionnés conjointement par le Mucem et le titulaire.

A noter que les membres du comité sont recrutés sur volontariat et bénévolat. Ils ne sont pas rémunérés. Ils peuvent bénéficier de petits cadeaux de remerciement pour le temps consacré : billets d’entrée, catalogues d’exposition, produits dérivés, etc.

Ils sont choisis en fonction de leur profil (sexe, âge, profession, rapport au musée) et sur la base de réponses à un court questionnaire ce qui les caractérisent. Le comité de visiteurs n’est pas un panel mais un équilibre est nécessaire afin d’éviter que certains profils soient sur ou sous représentés.

Le comité de visiteurs est d’ores et déjà constitué. Le titulaire devra prendre contact avec chacun de ses membres. Le pôle gestion des publics accompagnera cette transition afin de maintenir une forte dynamique de groupe, clé de réussite des séances de comité.

### études qualitatives

#### Objectifs et enjeux du marché

En complément du comité de visiteurs, le Mucem pourra commander ponctuellement des études de publics qualitatives pouvant porter sur des sujets très variés : étude de réception d’une exposition, d’un espace du musée ou d’une programmation, étude d’un segment de public (ex : jeunes adultes, touristes étrangers, enseignants, etc.) ou d’une offre en particulier (ex : audioguide, visite guidée, etc.), étude d’image, enquête-mystère qualité, étude prospective, etc.

Ces études pourront ainsi concerner aussi bien le site, le musée et ses expositions, le centre de conservation et de ressources, la programmation hors exposition (conférence, cinéma, spectacle, concert, etc.) ou encore les opérations hors les murs (projets participatifs, installation ou exposition hors les murs).

#### Lieux d’exécution

Les prestations seront principalement exécutées au Mucem. Le titulaire pourra néanmoins être amené à réaliser des enquêtes plus largement sur Marseille ou dans les Bouches-du-Rhône.

Les horaires pourront varier en fonction du sujet traité et ne seront pas nécessairement liés aux horaires d’ouverture du Mucem.

#### Contrainte de méthodologie

En fonction des sujets d’études, les titulaires devront être en mesure de proposer une méthode ou une combinaison de ces méthodes jugée pertinente parmi les méthodes classiques d’enquête d’opinion et de satisfaction qualitatives :

* Entretiens semi-directifs
* Focus group
* Observations
* …

#### Détails des prestations

Les études qualitatives suivent également le processus de réalisation suivant :

* Préparation et conception
* Collecte des données
* Traitement et analyse des données collectées
* Restitution des résultats

Le protocole précis de chaque enquête sera défini dans le bon de commande correspondant conçu par le Mucem et transmis le cas échéant au titulaire.