

Il édite un livret de présentation de l'ensemble de ses équipements, une affiche de présentation pour chacun d'eux, les affiches des expositions temporaires et un dossier pédagogique. Toutes les informations concernant les équipements sont également disponibles sur son site internet.

Enfin, l'écomusée bénéficie également de toute la communication orchestrée par le Conseil général autour de son réseau « Passeport Finistère », notamment au travers du site internet du comité départemental du tourisme. En 2008, 17 musées et sites culturels sont inscrits dans ce réseau départemental (14).

Cette diversité des supports de communication, émis par trois structures différentes, nuit vraisemblablement à la lisibilité de l'image de l'écomusée.

(14) Annexe 10 : liste des 17 musées et sites culturels du « Passeport Finistère » 2008

Non disponible

Non disponible

4. LES DESTINATAIRES DE L'ÉCOMUSÉE

4.1 Que représente le musée pour l'extérieur ?

Aucune image claire et identifiant facilement la structure ne se dégage des actions de communication engagées par les différents partenaires. Une enquête sur l'audience et le rayonnement de l'écomusée, menée en 2005 par un groupe d'étudiants auprès de divers organismes (mairies, offices de tourisme, établissements de restauration et d'hébergement)⁽¹⁵⁾, a mis en évidence la mauvaise identification de la structure au sein du PNRA auquel elle est souvent associée. L'absence d'unité visuelle des différents supports de communication brouille encore davantage aux yeux du public la perception de l'écomusée, qui semble aujourd'hui porteur d'une double image : pour bon nombre de visiteurs, c'est un lieu chargé d'émotions dans lequel ils reconnaissent des souvenirs d'enfance. Ce caractère nostalgique, à la fois inévitable et fortement motivant pour ce type de visiteurs, donne en revanche une image passéiste de l'écomusée aux visiteurs plus jeunes ou étrangers. Celle-ci est renforcée par la forme désuète des présentations, et surtout par le manque de médiation permettant de relier cette expérience de visite à un discours actuel impliquant le visiteur dans un débat autour de questions liées à son présent et son avenir.

Parallèlement à cette image passéiste, l'écomusée développe, au travers des nombreuses animations qu'il propose, notamment autour de thèmes environnementaux, une image au contraire plutôt dynamique. Ce constat ressort en particulier de l'étude de rayonnement de 2005, où il apparaît que l'écomusée est considéré autant comme lieu de patrimoine que lieu de nature et de découverte de l'environnement.

Les thématiques actuelles développées par l'écomusée au cours de ses animations, telles la maîtrise des énergies, la préservation des ressources et de l'environnement ou encore l'écoconstruction, lui donnent l'image d'une structure ancrée dans le présent.

4.2 Quels publics et quelles attentes ?

4.2.1 Connaissance et recherche des publics

Vers une connaissance plus fine des publics

Sur les deux sites, le public individuel représente près de 80 % des visiteurs. Or, si les groupes, étant la plupart du temps accompagnés, sont bien connus tant au niveau de leurs attentes que de leur satisfaction, l'écomusée n'a qu'une connaissance très fragmentaire du public individuel, limitée jusqu'alors à un comptage et une interrogation sur l'origine géographique des visiteurs.

Afin de mieux connaître ce public et de cerner ses attentes, une étude qualitative des publics a été réalisée de mai à août 2008 par une étudiante en stage au PNRA, sur un échantillon de 413 questionnaires renseignés par des visiteurs individuels. Menée en deux temps, cette étude s'appuie sur 94 entretiens individuels semi-dirigés effectués en mai et juin avant et après la visite, puis pendant la haute saison au travers de 319 questionnaires libres. Ce bilan s'appuie sur les conclusions de cette enquête riche d'enseignements sur la composition de ce public, et surtout ses attentes et son degré de satisfaction ⁽¹⁶⁾.

⁽¹⁵⁾ Mission de diagnostic et d'orientation pour l'écomusée des Monts d'Arrée, Master 2 politiques patrimoniales et développement culturel, IUP métiers du patrimoine, UBS, Lorient, décembre 2006

⁽¹⁶⁾ Annexe 11: résultats de l'étude des publics individuels menée en 2008 à l'écomusée des Monts d'Arrée

Quelle stratégie actuelle de recherche et de fidélisation des publics ?

A défaut de cette meilleure connaissance des publics individuels, et au vu des moyens très limités que la structure peut consacrer à la communication, l'écomusée a jusqu'à présent adopté une stratégie de recherche des publics, fondée sur une connaissance des réalités de son territoire.

L'action de recherche des publics individuels se situe plus particulièrement au niveau local. Un affichage de proximité, dans un rayon de 50 km, lui permet de « capter les gens quand ils sont là ». Il vise aussi les publics finistériens à travers la presse régionale quotidienne.

Il faut également citer la participation au « Passeport Finistère » qui met en réseau les différents sites touristiques et culturels du département pour inciter les visiteurs à fréquenter plusieurs sites. Ainsi, sur 2007, 13% des visiteurs ont eu connaissance de l'écomusée grâce à ce réseau, et 7% d'entre eux ont bénéficié de la réduction accordée sur présentation du passeport.

Au niveau régional, la structure bénéficie de la communication diffusée par le PNRA, grâce en particulier à la diffusion du « document d'appel » qui présente les équipements du Parc.

Enfin, l'écomusée s'efforce d'être référencé dans les guides qui sont des prescripteurs importants selon lui.

Par ailleurs, la structure mène une politique active de recherche et de fidélisation des groupes. Celle-ci passe avant tout par une recherche de partenariats avec des relais de publics tels les tour opérateurs, voyagistes ou encore les directeurs d'établissements scolaires. Un démarchage est également engagé auprès de la CCI de Morlaix, du CDT et du CRT.

Une relation continue est ensuite maintenue avec ces prescripteurs, de façon à pérenniser les liens déjà établis.

4.2.2 Autres pôles d'attraction du public

L'écomusée des Monts d'Arrée, situé à plus de 30 mn du littoral, subit une concurrence indirecte de la part de sites naturels aussi prestigieux que la pointe du Raz (95 281 visiteurs en 2007) ou tout simplement du littoral, mais aussi de la part de gros équipements comme Océanopolis à Brest, qui, avec 442 234 visiteurs en 2007, attire à lui seul près du quart du public des équipements culturels finistériens.

Parmi les 16 écomusées et musées de société recensés par le CDT du Finistère, le site de Commana se situe en 6ème position, tandis que celui de Saint-Rivoal est en 12ème position. La somme des deux chiffres de fréquentation en 2007 place cependant l'écomusée des Monts d'Arrée en 4ème position, derrière la Maison des vieux métiers vivants, autre équipement du réseau PNRA (27 951 visiteurs en 2007), mais loin devant la maison du Niou sur l'île d'Ouessant (11 565 visiteurs en 2007), autre écomusée géré par le PNRA.

Au sein de ce réseau du PNRA (17), il faut également noter la proximité du domaine de Menez-Meur qui, avec ses 27 520 visiteurs en 2007 et malgré des thématiques assez éloignées (parc animalier et expositions temporaires), attire vraisemblablement une partie du public potentiel de l'écomusée. Enfin, sur Brasparts, le Centre de Tourisme et de Découverte de l'Environnement, structure d'hébergement du PNRA gérée par l'EPAL, organise des animations qui entrent parfois en concurrence directe avec celles que propose l'écomusée. Paradoxalement, aucune action de partenariat n'est engagée entre ces deux structures complémentaires du réseau Parc.

(17) Annexe 14 : carte des équipements du PNRA

4.2.3 Fréquentation

En 2007, les deux sites de l'écomusée des Monts d'Arrée ont attiré 20 302 visiteurs, soit 13 200 aux moulins de Kerouat et 7 102 à la maison Cornec. Ce chiffre est en baisse constante depuis les quatre dernières années, la fréquentation globale de l'écomusée des Monts d'Arrée ayant diminué de près d'un tiers entre 2004 et 2007 (18).

Cette désaffection du public est très préoccupante, même si la baisse de 13,6 % constatée entre 2006 et 2007 s'explique en partie par la fermeture du site des moulins de Kerouat pendant les quatre mois d'hiver à cause de travaux de restauration des circuits hydrauliques. De plus, le Comité Départemental du tourisme fait état d'une année plutôt morose, due certainement en partie à une météo particulièrement défavorable.

Malgré ce tassement de la fréquentation touristique sur le département en 2007, le Finistère reste un des départements les plus fréquentés de France avec 30,9 millions de nuitées par an. Cependant, la fréquentation y est concentrée sur les mois d'été (58 % des nuitées annuelles), et cette forte saisonnalité apparaît également dans la fréquentation de l'écomusée des Monts d'Arrée (19).

4.2.4 Les groupes

Ce type de visite représente 20% de la fréquentation sur les deux sites, et se concentre principalement sur la visite des moulins de Kerouat. Ainsi, en 2007, 138 groupes ont visité ce site, contre 27 à la maison Cornec.

Ces groupes sont constitués pour moitié de scolaires, dont la fréquentation est en nette diminution par rapport à 2006 (- 31 % à Kerouat). Ce constat, propre à de nombreuses structures et qui est sans doute à mettre en parallèle avec le coût des transports, n'en reste pas moins préoccupant pour la fonction pédagogique de l'écomusée.

L'aide financière apportée en ce domaine par le PNRA, qui rembourse le prix d'entrée aux groupes de scolaires provenant d'une commune du Parc, ne suffit pas à enrayer cette tendance.

La moitié des groupes provient du Finistère, principalement de la zone Parc et des 3 grandes villes (Brest, Quimper et Morlaix). L'autre moitié est issue de toute la France, en particulier des départements limitrophes.

4.2.5 Les visiteurs individuels

Ils représentent 80 % du public de l'écomusée et viennent principalement pendant les mois d'été. En 2007, 67 % d'entre eux ont visité les moulins de Kerouat et 49 % la maison Cornec.

• Qui sont-ils ? (20)

Le profil du visiteur type est très variable, selon qu'il vient en basse ou haute saison : le premier est retraité, vient en couple, tandis que le second est un actif qui vient en couple ou en famille.

80 % des visiteurs individuels viennent pour la première fois à l'écomusée. D'une manière générale, la majorité ne provient pas du Finistère, et on ne dénombre que 5,6 % d'étrangers, dont une majorité de britanniques.

(18) Annexe 12: évolution de la fréquentation de l'écomusée des Monts d'Arrée

(19) Annexe 13: répartition mensuelle de la fréquentation

(20) Annexe 11 a : résultats de l'étude des publics individuels menée en 2008 à l'écomusée des Monts d'Arrée

Le public local est particulièrement représenté à la maison Cornec, insérée dans le bourg et la vie locale. Les manifestations qui y sont organisées, comme les marchés à entrée gratuite ou la fête de la pomme, autour du verger conservatoire, attirent la moitié des visiteurs annuels du site et favorisent les échanges avec la population locale.

• **Pourquoi viennent-ils et quelles sont leurs attentes ? (21)**

Les principaux facteurs de notoriété de l'EMA sont, à égalité, le bouche à oreille, les dépliants (souvent trouvés dans les hébergements), les guides touristiques, les Offices de Tourisme et le Passeport Finistère. Néanmoins, 56 % des visiteurs interrogés ignorent l'existence de la maison Cornec. Leur venue est principalement motivée par le caractère patrimonial et culturel du lieu (30 %), mais aussi la promenade dans un cadre naturel (20 %) et les conditions météorologiques (19 %).

Les visiteurs attendent de voir abordé le thème de la vie quotidienne, mais aussi ceux des moulins et de l'environnement.

• **Quelles améliorations souhaitent-ils ? (22)**

En moyenne la visite dure environ 1h30. Si les visiteurs sont globalement satisfaits à l'issue de leur visite, certains points ne remportent pas l'unanimité.

Les prestations d'accueil sont appréciées par l'unanimité des personnes interrogées, ainsi que le prix d'entrée jugé raisonnable par rapport à la richesse du site. La grande majorité d'entre eux juge l'entretien satisfaisant, notamment des espaces verts, même si quelques-uns regrettent un peu de poussière et quelques toiles d'araignée dans les vitrines.

Les horaires d'ouverture hors saison sont considérés comme satisfaisants, bien que quelques visiteurs auraient apprécié une ouverture le dimanche matin, ainsi que plus tard dans la soirée.

Qu'ils soient de haute ou basse saison, et malgré leurs profils très différents, les visiteurs s'accordent sur les principales améliorations qu'ils souhaitent voir apporter à l'écomusée. Ainsi, ils sont nombreux à souffrir d'un manque d'orientation, le fléchage étant jugé insuffisant et aucun plan n'étant distribué à l'entrée. Beaucoup s'estiment en manque d'explications, tant sur le site qu'à l'intérieur des bâtiments. Enfin, la muséographie ne remporte pas un grand consensus, et une majorité de visiteurs trouve l'éclairage insuffisant.

Les visiteurs d'été, souvent accompagnés d'enfants, regrettent le manque d'animation du site, en particulier autour de la présence des chevaux (traction animale, balades en charrette, actionnement du manège à chevaux).

Les visiteurs hors saison insistent davantage sur le manque de confort de la visite, en particulier le nombre de bancs et leur manque d'entretien.

Si la plupart des personnes interrogées ne sont pas favorables à l'installation d'une cafétéria ou même d'un distributeur de boisson, jugé dénaturant pour le site, 64% d'entre elles souhaitent la création d'une aire de pique-nique sur le site, malgré une crainte de dégradation de la propreté des lieux.

(21) Annexe 11 b : résultats de l'étude des publics individuels menée en 2008 à l'écomusée des Monts d'Arrée

(22) Annexes 11 c, d et e : résultats de l'étude des publics individuels menée en 2008 à l'écomusée des Monts d'Arrée

S'ils sont divisés quant à l'envie de suivre des démonstrations lors de leur visite, les visiteurs sont majoritairement intéressés par une visite guidée (66%), ou plus encore par un audio-guide (69%).

Enfin, ils se sentent largement concernés par le thème de l'exposition temporaire qu'il jugent d'actualité. Cependant, 50% d'entre eux en jugent la présentation peu claire, voire confuse pour 20%. Seulement 19% des visiteurs la trouvent originale.

4.3 Quelles sont les attentes des partenaires ?

4.3.1 Qu'attendent les tutelles de l'écomusée ?

a) Les attentes du PNRA :

Au delà de la vitrine que représentent pour lui les équipements culturels de son réseau, le Parc naturel régional d'Armorique est conscient du rôle important que ceux-ci ont à jouer dans l'accomplissement de ses missions. Parmi eux, les écomusées tiennent là une place centrale, en vertu de leur lien historique avec le Parc et de l'adéquation des missions des deux structures, répondant à trois objectifs centraux :

- préserver et mettre en valeur le patrimoine naturel et culturel.

Le Parc souhaite à cette fin accompagner les équipements, notamment dans le renforcement de la qualité des présentations et les actions d'inventaire et de conservation des collections dont il a la charge.

- assurer l'accueil, l'éducation et l'information du public.

La nouvelle charte 2009-2021 du PNRA prévoit à ce sujet la création d'une mission « Médiation des patrimoines », afin de travailler avec les équipements à la mise en place de partenariats dans le secteur de l'éducation et du tourisme, la formation d'un réseau d'animateurs et la création d'outils d'animation, la connaissance et l'élargissement des publics et la création de supports d'information.

- renforcer l'animation locale et la notion de territoire.

Dans sa nouvelle charte, le PNRA entend, au travers des écomusées, mettre particulièrement l'accent sur la participation de la population qui représente un moyen privilégié de réflexion collective sur le développement.

Par ailleurs, le Parc souhaite inscrire clairement les équipements dans son réseau en veillant à leur complémentarité et en favorisant les actions en commun et une mutualisation des moyens. Tout en continuant à inscrire la promotion et la signalisation des équipements dans le cadre de sa communication, le PNRA veillera à ce que, en contrepartie, chacun d'entre eux donne au public une information sur le territoire et un renvoi sur les autres équipements.

b) Les attentes du Conseil général :

L'écomusée des Monts d'Arrée fait partie du réseau départemental de musées et sites culturels « Passeport Finistère ». A ce titre, il s'est engagé dans une démarche contractuelle avec le Conseil général en vue d'atteindre des objectifs déterminés par une charte de qualité, inspirée par la loi sur les « Musées de France » et validée en avril 2004.

Cette charte pose notamment des exigences en matière de :

- Collections : intérêt, statut, conservation, inventaire, présentation
- Publics : médiation, accueil, ouverture, sécurité, entretien
- Mise en réseau : information et promotion, formation, compétences, actions culturelles

4.3.2 Qu'en attend la communauté scientifique et professionnelle ?

Ces attentes sont très diverses, à l'image de la multiplicité des thèmes abordés par l'écomusée. Ainsi, celui-ci enregistre régulièrement des demandes d'information ou de collaborations provenant :

- du secteur de la recherche, et en particulier les départements d'ethnologie de l'UBO (notamment des demandes de stages de terrain en ethnologie rurale),
- d'ébénistes professionnels, intéressés par l'étude de la collection de mobilier,
- du secteur de l'enseignement, en attente d'un contenu pédagogique permettant aux enseignants de bâtir autour de l'écomusée un projet en lien avec les programmes scolaires,
- d'artisans, de cultivateurs ou de toutes personnes intéressées par les savoir-faire développés à l'écomusée, tels la mouture du grain et la cuisson du pain, la conduite écologique du verger de conservation, la traction animale, la taille et la pose d'ardoises rustiques, la fabrication de barrières de champs, etc.

Il semble aujourd'hui essentiel que l'écomusée puisse satisfaire ces demandes afin de conforter et renforcer ces liens qui lui permettent d'ancrer sa réflexion et ses actions dans le monde contemporain.

4.3.3 Qu'attendent les partenaires institutionnels et économiques locaux ?

Situé au coeur d'une zone rurale, sur deux communes de 988 et 164 habitants, l'écomusée joue un rôle non négligeable dans la vie économique locale. Outre les emplois qu'il génère (huit emplois fixes dont un mi-temps et un temps partiel, deux emplois saisonniers, trois vacataires pour les journées « pain »), il exerce, en particulier lors des manifestations qu'il organise, une attractivité touristique suscitant une activité économique favorable notamment aux propriétaires de gîtes et aux commerçants.

L'intérêt des communes pour cet équipement jusqu'alors considéré comme simple « équipement du Parc » semble connaître aujourd'hui un certain regain, perceptible notamment par l'adhésion récente des élus de Commana et Saint Rivoal au conseil d'administration de l'association.

4.3.4 Qu'en attendent les habitants ?

L'écomusée des Monts d'Arrée contribue à l'animation locale tout en renforçant le sentiment d'identité des habitants du territoire avec lesquels il a su garder au fil des ans un lien assez fort, tels en témoignent les fréquentes participations bénévoles aux animations ou chantiers qu'il organise.

Au bourg de Saint Rivoal, ce lien est encore plus marqué grâce à la situation en plein bourg de la maison Cornec. La population s'est appropriée ce site sur lequel elle se rend librement et spontanément lors des diverses manifestations qui y sont organisées, en particulier autour du verger conservatoire.

Dans l'éventualité d'un réaménagement du site et de ses accès, ce lien avec les habitants doit être pris en compte.

Non disponible

Non disponible

CONCLUSION

La vocation première de l'écomusée reste la même qu'à sa création : il s'agit de fournir des clés pour comprendre les évolutions passées et actuelles d'un territoire. Dans ce but, l'écomusée entend interpréter les lieux présentés en mettant l'accent sur les évolutions des modes de vie et de production, confrontées avec celles que nous vivons aujourd'hui.

Cependant, cet objectif ne pourra être atteint que si la structure se tourne résolument vers tous ses publics, composés de locaux mais aussi en grande partie de touristes, renforce son attractivité et assume pleinement cette fonction d'accueil.

La baisse constante de la fréquentation depuis 2005 est en effet une préoccupation majeure, le musée ne pouvant exister, au delà même de ses difficultés financières, qu'à travers son public. Cette désaffection du public est aggravée par la baisse du nombre de groupes scolaires, liée entre autres au manque de locaux d'accueil et de travail, mais aussi à un défaut de partenariat avec l'Education Nationale et les structures relais.

Afin d'affirmer sa vocation éducative, l'écomusée doit par ailleurs conforter et intensifier sa politique d'animations.

Enfin, la structure doit moderniser son image et ses présentations muséographiques, tout en s'attachant à combler le déficit d'informations ressenti par les visiteurs, de façon à mettre en lumière les correspondances entre les sites présentés et les questions d'actualité.

C'est en établissant le lien entre ses présentations permanentes et les problématiques contemporaines, mais aussi en renforçant son attractivité tout en préservant son authenticité, que l'écomusée des Monts d'Arrée pourra attirer un public plus large et remplir ainsi pleinement sa vocation d'éducation à la citoyenneté..

LISTE DES ANNEXES

ANNEXE 1 : Plan des moulins de Kerouat

ANNEXE 2 : Parcours de visite actuel sur le site de Kerouat

ANNEXE 3 : Plan du site de la maison Cornec

ANNEXE 4 : Liste des études déjà réalisées sur l'écomusée et son développement

ANNEXE 5 : Etat de conservation des collections en 2002

ANNEXE 6 : Etat d'avancement de l'inventaire, septembre 2008

ANNEXE 7 : Plan de récolement décennal approuvé en janvier 2008

ANNEXE 8 : Budget 2007 de l'association des amis de l'écomusée des Monts d'Arrée

ANNEXE 9 : Document de présentation des animations 2008

ANNEXE 10 : Liste des sites du réseau « Passeport Finistère »

ANNEXE 11 : Résultats de l'enquête des publics menée de mai à septembre 2008

a) le visiteur individuel : qui est-il ?

b) le visiteur individuel : d'où vient-il ?

c) la visite en basse saison : degré de satisfaction

d) la visite en basse saison : améliorations souhaitées

e) la visite en haute saison : principales améliorations souhaitées

ANNEXE 12 : Evolution de la fréquentation

ANNEXES 13 : Répartition mensuelle de la fréquentation

ANNEXES 14 : Carte des équipements inscrits dans le réseau du PNRA