



HAL
open science

COMMENT CONCILIER JEUNES ET MUSEES ? HOW TO RECONCILE YOUNG AND MUSEUMS?

Nourredine Selmi

► **To cite this version:**

Nourredine Selmi. COMMENT CONCILIER JEUNES ET MUSEES? HOW TO RECONCILE YOUNG AND MUSEUMS?. COMMENT CONCILIER JEUNES ET MUSEES?, Jan 2010, Venise, Italie. pp.1-16. hal-00495916

HAL Id: hal-00495916

<https://hal.science/hal-00495916>

Submitted on 15 Jul 2010

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

COMMENT CONCILIER JEUNES ET MUSEES ?

HOW TO RECONCILE YOUNG AND MUSEUMS?

Noureddine Selmi*

Professeur Associé Sup de Co La Rochelle / CEREGE EA 1722 – France
Maitre assistant IHEC Sousse – Tunisie
Adresse : 2 allée E. Bouchardon, 17000, La Rochelle.
Tél:(+33) 05 46 51 77 00.
Tél Po :(+33) 06 74 84 82 18.
Email : selmin@esc-larochelle.fr

Ghada Ammari

Adresse : cité nouvelle, rue Okba Ibn Nafea, Hergla 4012. Tunisie
Tél Po:(+216) 93063963.
Email : ghadaammari@hotmail.com

Housseem Mansour

Adresse : Rue Mohamed Ali, 5031 Ksibet El Madiouni, Monastir. Tunisie
Tél Po:(+216) 23 72 16 60.
Email : housseemman@gmail.com

**Auteur de correspondance*

COMMENT CONCILIER JEUNES ET MUSEES ?

Résumé : L'objectif de ce travail est d'étudier les facteurs influençant la visite des jeunes des musées. Une étude quantitative est menée auprès d'un échantillon des jeunes tunisiens âgés de 18 à 25 ans. L'analyse des 281 réponses exploitables montre, qu'aux yeux des répondants, la visite des musées est intéressante et permet essentiellement de retracer les liens avec le passé. Ensuite, ce public préfère les visites libres à ceux organisées dans le cadre scolaire ou universitaire. Toutefois, parmi les obstacles qui limitent les visites des jeunes aux musées nous soulignons notamment la pauvreté des informations disponibles et le coût financier associé à la visite. Il est particulièrement recommandé de mener de larges campagnes d'informations ciblées et adaptées à ce public. Il paraît aussi fortement intéressant de revoir la politique d'entrée payante aux musées pour les jeunes.

Mots Clés : Musées, fréquentation, motivations, obstacles, Tunisie.

HOW TO RECONCILE YOUNG AND MUSEUMS?

Abstract : The aim of this research is to study the factors that influence young people visits to museums. A quantitative survey was conducted among a sample of Tunisian youth aged 18 to 25 years. The analysis of the 281 answers shows that for the people in question, visiting the museum is interesting and enables them essentially to know about the past of their nation. Besides, this category prefers free visits to those organized by school or university. However, among the most important obstacles that keep young people from visiting museums we must highlight the lack of information and the cost of the visit. Therefore, conducting large campaigns that provide enough information to that audience is highly recommended. It also seems very interesting to review the policy of the museum entrance fee for young people.

Keywords: Museums, visits, motivation, obstacles, Tunisia.

COMMENT CONCILIER JEUNES ET MUSEES ?

INTRODUCTION

Pintal et *al.*, (2000) estiment qu'au cours des prochaines années plusieurs phénomènes dans le secteur touristique sont à surveiller, entre autres : le voyage des baby boomers qui constituent une clientèle dépensière, la croissance constante du tourisme des familles et l'envie d'apprendre et de s'informer qui favorise la croissance du tourisme culturel. De même, plusieurs tendances se sont apparues et ont influencé les comportements touristiques. Comme le soulignent Pintal et *al.*, (2000), parmi les plus significatives: la croissance du tourisme individuel au détriment d'autres formes du tourisme, le maintien ou l'augmentation du budget accordé aux voyages et la hausse de la clientèle qui passe des séjours de courtes périodes au sein des lieux touristiques proches de leurs résidences.

La Tunisie est un pays touristique par excellence, il possède une grande richesse culturelle. Avec plus de 3 million d'individus, les jeunes et les adolescents représentent près du tiers de la population Tunisienne (ONU¹, 2007). Ces jeunes accordent une place primordiale aux loisirs, et c'est malgré l'insuffisance d'espaces et les contraintes du temps et d'argent qu'ils subissent (ONU, 2007). D'ailleurs, plusieurs études (Goaziou, 2005 ; Maresca, 2006) ont montré qu'une majorité des jeunes tunisiens passent leurs temps libre dans les cafés et à regarder la télévision. Les mêmes enquêtes montrent une faible attractivité des maisons des jeunes et des maisons de culture. Selon une étude de l'ONU (2007), le faible intérêt des adolescents et jeunes à la visite des musées est due essentiellement à l'insuffisance d'informations sur les musées et les sujets culturels et au manque de programmes de sorties.

Dans le cadre de ce travail, une étude est menée auprès d'un échantillon de 281 jeunes tunisien. Notre principal objectif est de ressortir les variables déterminantes de la fréquentation des jeunes des musées. La littérature existante souligne particulièrement l'effet

1 Organisation Nations Unies en Tunisie

possible de la connaissance, de la perception, de l'intérêt et des préférences muséales des jeunes. Mais aussi le coût d'entrée, la proximité, les horaires d'ouverture des musées, les programmes consacrés aux jeunes...

LES JEUNES ET LES MUSEES

Le tourisme culturel est une activité liée à la culture et à la visite des sites culturels. Gagnon (1999) précise que lorsque les voyageurs choisissent une destination plutôt qu'une autre en regard d'un attrait culturel, on peut parler de tourisme culturel. Les touristes intéressés par la culture se trouvent attirés par les attractions culturelles comme les festivals, les musées, les galeries d'art et les sites patrimoniaux. Durant ces dernières années, le développement du tourisme culturel constitue un facteur de développement économique, il prend la forme d'un produit à commercialiser dont le marketing joue un rôle important pour le valoriser (Jansen-Verbeke et Rekom, 1996). Selon Müller (2005) dans Vuillaume, (2009), les musées font partie intégrante du tourisme culturel et constituent l'une des formes du tourisme muséal:

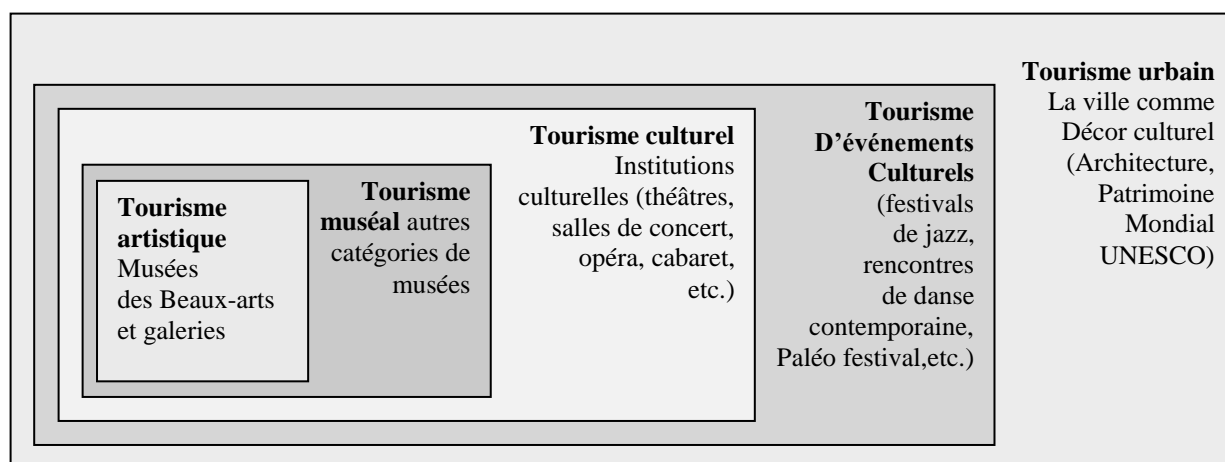


Fig 1 : Tourisme culturel et tourisme muséal (Müller, (2005) dans Vuillaume, (2009))

Les visiteurs des musées préfèrent des visites brèves et ont comme objectif principal d'apprendre et de vivre de nouvelles expériences. Les musées parlent des Hommes et sont faits par eux et pour eux. Selon l'ICOM²(2007) « *Le musée est défini comme une institution permanente sans but lucratif, au service de la société et de son développement, ouverte au*

² L'ICOM [The international Council of Museums] est l'organisation internationale des musées et des professionnels de musée qui s'engage à préserver, à assurer la continuité, et à communiquer à la société la valeur du patrimoine culturel et naturel mondial, actuel et futur, tangible et intangible. (Statuts de l'ICOM, adoptés par la 22^{ème} Assemblée générale de l'ICOM (Vienne, Autriche, 24 août 2007)

public, qui acquiert, conserve, étudie, expose et transmet le patrimoine matériel et immatériel de l'humanité et de son environnement à des fins d'études, d'éducation et de délectation ». Le musée est une institution qui a donc pour principaux objectifs : l'étude, l'éducation et le loisir (Sande, 1992).

En Tunisie, l'Agence de Mise en Valeur du Patrimoine et de Promotion Culturelle a répertorié soixante et un (61) musées et trente cinq (35) sites archéologiques. Toutefois, les visites de ces musées et sites restent limitées, le schéma suivant représente l'évolution des entrées jusqu'à l'année 2006 (Chapoutot, 2008).

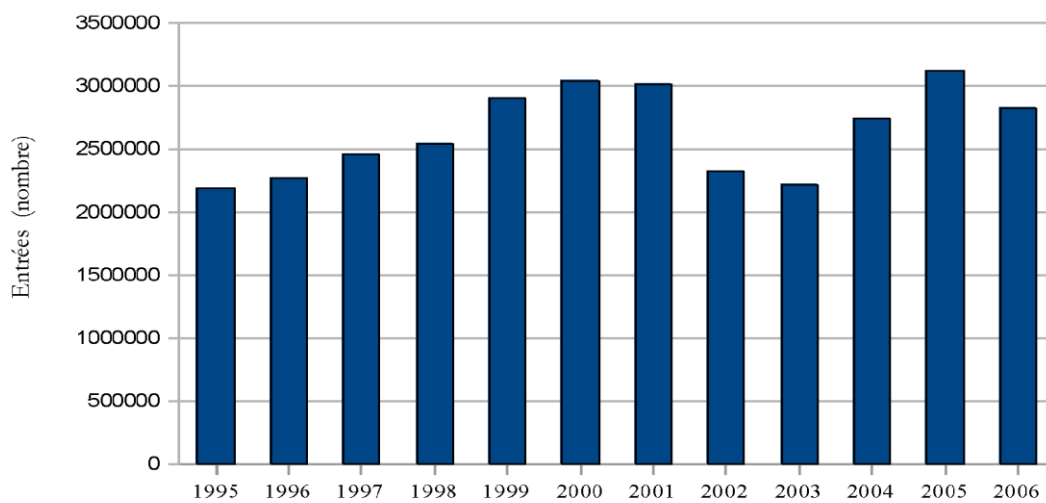


Fig 2. Evolution des entrées dans les sites et musées en Tunisie (Chapoutot, 2008)

La visite au musée peut être effectuée sous plusieurs formes. Elle peut être effectuée sans discrimination d'âge ni de sexe : en groupe organisé et accompagné, en couple, individuellement ou même par visite virtuelle sur Internet. En ce qui concerne les jeunes, (intervalle d'âge de 18 à 25 ans selon Lespinasse (2008)), leurs visites aux musées peuvent être effectuées soit : dans le cadre des études (sorties scolaires ou universitaires), dans un cadre familial (sortie guidée par les parents), dans un cadre individuel ou dans le cadre d'un voyage. Toutefois, les jeunes d'aujourd'hui ne sont pas suffisamment touchés par la communication des musées. C'est pour cette raison, une loi est signée en France pour la gratuité de l'accès aux musées pour le moins de 25 ans et pour les professeurs. En effet, cette

législation avait menée une expérimentation³ de gratuité totale (pour les collections permanentes) dont l'objectif est d'élargir la fréquentation à de nouveaux publics.

La connaissance et la perception des jeunes des musées

Conformément aux avancées théoriques de nombreuses publications telles que Miles en 1986 et Prince en 1990, l'enquête menée par Lemerise (2000) au Québec confirme que la majorité des jeunes pensent que les gens vont au musée principalement pour apprendre et pour se divertir. Mais également les visites aux musées présentent des occasions pour participer à des activités ou des projets. Toutefois, ces visites peuvent aussi par fois être obligatoires (avec les parents, dans le cadre scolaire, etc.). Les résultats de cette même enquête montrent aussi que ce sont les touristes de passage dans une ville qui fréquentent le plus souvent les musées et que les adolescents les fréquentent beaucoup moins.

Les pratiques de visite aux musées

Conformément aux conclusions de Fontaine (2008), en Tunisie l'école n'instaure pas une régularité appréciable pour que les jeunes puissent visiter les musées afin qu'ils trouvent leurs identités et mieux familiariser les connaissances requises lors de leurs visites.

De plus, les jeunes perçoivent la visite scolaire des musées comme un cours d'apprentissage qui ne leurs assure pas le partage de goûts, de plaisirs et d'émotions (Lemerise, 2000). Dans le contexte français, une enquête menée par Timbart et Girault (2006) a montrée que 62% des adolescents déclarent préférer la visite avec des amis puis en famille.

Intérêts des jeunes et leurs préférences

Le manque d'intérêt aux musées par les jeunes peut être expliqué par l'absence des projets ciblés conçus pour cette population ce qui rend ces derniers moins motivés (Lemerise, 1995). Une enquête menée par Andrew et Asia (1979) montre que les désirs exprimés par plus de 500 adolescents new-yorkais face aux musées d'art sont de se sentir respectés par le personnel du musée, de pouvoir être actifs et de se voir offrir plus souvent des projets dans lesquels ils peuvent s'impliquer. Ces mêmes jeunes déclarent qu'ils détestent lors de leurs visites les adultes condescendants, les gardiens méprisants, les discours ennuyants, la fatigue trop vite installée, la difficulté à décoder les messages écrits et l'absence de choix. Par ailleurs, ils

³ Cette expérimentation de gratuité totale avait lieu au premier semestre 2008 dans quatorze établissements nationaux parisiens, musées ou monuments.

préfèrent aller au musée avec des amis tout en s'intéressant aux expositions liées à leur goût. Ces résultats sont confirmés par les résultats trouvés par Jeong et Lee (2006) portant sur l'impact de l'environnement sur la satisfaction des visiteurs d'un musée.

Une enquête menée par Lemerise et Soucy (1994) a montré que les jeunes croient que les musées sont plutôt pour les adultes et les enfants. Lemerise (2000) signale que la réussite d'avoir une relation musées-adolescents nécessite une meilleure connaissance des attentes, des intérêts et des préférences des jeunes tant sur le plan de l'élaboration et de l'implantation des projets que sur celui de la diffusion de l'information au sujet des nouveaux projets mis en place.

Faire face aux obstacles et faciliter l'accès aux musées

Les obstacles de visites aux musées sont principalement le prix, les horaires d'ouverture des musées, leurs proximités et les programmes consacrés à la visite de musée. Toutefois, si le visiteur est habitué, le prix ne lui représente pas une vraie contrainte. Mais Fontaine (2008) juge que même si l'entrée au musée est gratuite pour les jeunes, le transport jusqu'à ce lieu culturel présente un coût et cela peut engendrer une baisse de la fréquentation.

La gratuité de l'entrée des jeunes aux musées en France avait un effet immédiat par une croissance marquante des visites. A titre d'exemples selon Crédoc (2008)⁴ la fréquentation du Musée d'Orsay a été multipliée par quatre, celle du centre Pompidou par cinq et celui du Quai Branly par dix. Selon Maresca (2008) la gratuité autorise la curiosité, la démarche « pour voir », une approche qui relève plus de la promenade mais sans gêner la perception du musée comme un lieu culturel. En effet, cette gratuité a rendu le musée plus accessible. L'étude de Crédoc (2008) a également montré que la visite aux musées parisiens a tendance à être plus courte, la moyenne étant légèrement inférieure à 1 heure 30 minutes. La disponibilité des musées évolue et la gratuité permet aux gens de fréquenter plus souvent les musées.

Les enquêtes réalisées par le Crédoc et Sciences Po Paris à la demande du Louvre, pour évaluer l'expérimentation de la gratuité des collections permanentes des musées parisiens, montrent que le manque d'intérêt des jeunes qui vont rarement aux musées est un obstacle plus difficile à surmonter que le prix (Maresca, 2008).

⁴ Une étude quantitative auprès de 1 581 bénéficiaires dans trois musées, Louvre, Orsay, Pompidou (réalisée par le CRÉDOC), une enquête qualitative par entretiens auprès de 60 bénéficiaires dans les quatre musées concernés par la mesure (réalisée par des étudiants de Sciences Po Paris), une approche qualitative auprès de deux groupes, 12 bénéficiaires et 10 non bénéficiaires (réalisée par le CRÉDOC).

De fortes diminutions tarifaires, accompagnées d'une communication adéquate, peuvent avoir indéniablement des effets positifs sur la fréquentation des musées. La gratuité est la mesure tarifaire la plus radicale et elle est souvent considérée comme l'arme décisive pour l'élargissement des publics.

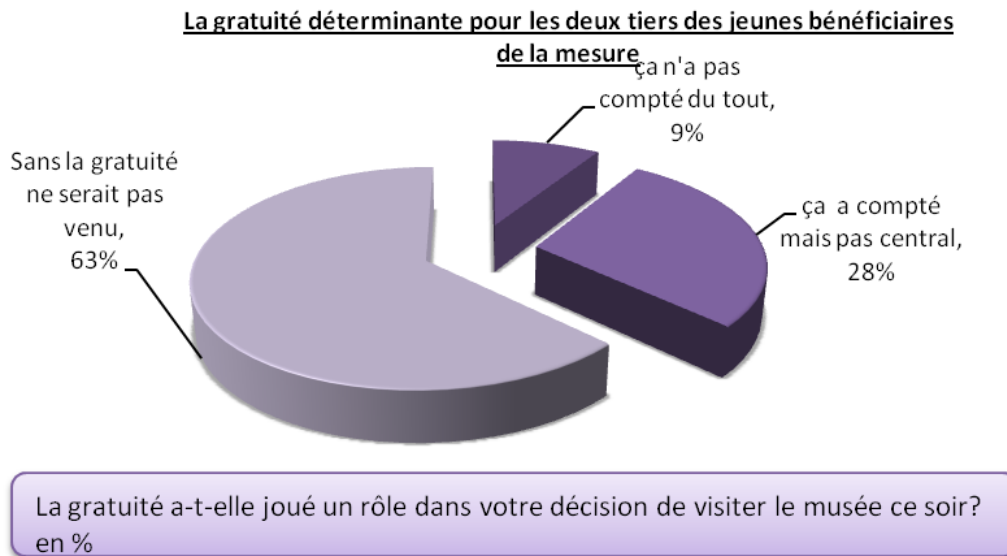


Fig 3. Les jeunes de 18- 25 ans ayant bénéficié de la mesure de gratuité (CREDOC 2008)

Comme l'indique le schéma si dessus, la mesure de gratuité ciblée a un effet appréciable sur l'élargissement de la fréquentation des jeunes.

Comment donc accroître sensiblement la fréquentation des jeunes tunisiens des musées?

METHODOLOGIE

Notre étude vise donc à contribuer à une meilleure connaissance des facteurs influençant la fréquentation des jeunes tunisiens des musées. Suite au développement théorique ci-dessus, une étude terrain est menée ; un questionnaire est élaboré sur la base de l'enquête menée par Lemerise et *al.*, (1999), elle est enrichit par l'intérêt accordé aux obstacles à la visite. Il s'agit donc de recueillir auprès de jeunes des informations relatives à quatre thématiques :

- 1) Leurs perceptions et leur connaissance face aux musées ;
- 2) Leurs pratiques de visite;
- 3) Leur intérêt aux musées ;

4) Les obstacles (le prix, les horaires d'ouverture, la proximité et les programmes consacrés à la visite).

L'enquête est menée auprès d'un échantillon de jeunes tunisiens âgés de 18 à 25 ans, 281 réponses exploitables ont été recueillies durant les mois de mars et avril 2009. Le choix de cette tranche d'âge, s'appuie sur des études effectuées au niveau de la littérature, et justifié par le fait que cette tranche d'âge correspond à la phase de la première jeunesse, au cours de laquelle les intérêts intellectuels et culturels se manifestent clairement. C'est entre 18 et 25 ans que le jeune affirme sa personnalité dans un groupe. L'analyse de données est effectuée par le logiciel SPSS 16.

Le tableau ci-dessous nous montre les principales caractéristiques des répondants : Notre échantillon est formé de 37 % d'hommes et 63 % des femmes, avec une majorité des étudiants (79%). Pour presque 70% des interviewés, les dépenses mensuelles sont en moyenne de 200 DT⁵ et pour la grande majorité ne dépassant pas les 400 DT par mois.

Tab 1 : Principales caractéristiques des répondants

Caractéristiques des répondants (n=281)		Pourcentage
Sexe		
	Homme	37,4%
	Femme	62,6%
Niveau d'éducation		
	Primaire	1,8%
	Secondaire	18,9%
	Universitaire	79,4%
Statut professionnel		
	Etudiant	79,0%
	Salarié	15,7%
	Profession libérale	2,5%
	Ne travaille pas	2,8%
Age		
	18	8,2%
	19	11,0%
	20	13,2%
	21	17,4%
	22	14,6%
	23	12,8%
	24	6,0%
	25	16,7%
Dépenses mensuelles		

⁵ 1 DT (Dinar Tunisien) ≈ 0.52 € (taux de change de 14-09-2009)

	Moins de 200 DT	69,8%
	Entre 200 et 400 DT	19,9%
	Entre 400 et 600 DT	5,7%
	Plus de 600 DT	4,6%

RESULTATS ET DISCUSSION

Perception et connaissance

Les résultats nous ont permis de conclure que les jeunes interrogés sont favorable à la visite des musées. En effet, ils perçoivent le musée comme un lieu qui permet de retracer des liens avec le passé. Pour la majorité des répondants, les musées sont perçus comme des institutions qui permettent à la fois de se divertir, d'apprendre sur différents sujets et de participer à des activités et des projets. L'obligation d'aller aux musées par les parents ou les établissements scolaires est jugé une motivation principale par peu des répondants à notre enquête (27%).

Malgré la large connaissance des jeunes faisant partie de notre échantillon des musées nationaux, les résultats de notre étude révèlent que les jeunes pensent que la visite aux musées est intéressante mais pas nécessaire, ce qui peut expliquer en partie leurs faibles fréquentations. Le musée de Bardo reste de loin le plus connu et le plus fréquenté, mais d'autres musées sont également souvent cités par les répondants : le musée archéologie de Sousse, le musée d'El Jem....

Pratiques de visite

Etonnamment, les pratiques de visites des jeunes aux musées avant l'âge de 18 ans se démarquent de celles après cet âge par un plus hauts taux de fréquentation. En effet, 82% des jeunes interrogés se disent avoir fréquenté les musées avant l'âge de 18 ans, contre seulement la moitié de ce taux (soit 41%) qui l'ont fait après cet âge. Une des explications possibles est que les visites avant l'âge de 18 ans étaient probablement en grande partie dans le cadre de sorties scolaires.

Malgré le taux relativement faible des visites libres aux musées, les jeunes attestent que ce type de visites leurs assure le partage du plaisir et d'émotions. La majorité des répondants fréquente plus souvent les musées d'histoire, d'archéologie, les lieux historiques et les musées de civilisation. Contrairement à ceux-ci, les musées d'art, de sciences et de technologie et les musées militaires restent très faiblement visités.

Intérêts et préférences

La majorité des jeunes interrogés jugent intéressantes les visites aux musées, et c'est aussi bien dans le cadre des sorties libres que scolaire et universitaire. Néanmoins, ils trouvent plus de plaisir lors des visites organisées librement avec un groupe d'amis ou avec des membres de la famille. Sur le plan des préférences, les musées d'histoire occupent la première position, de même un intérêt manifeste aux musées d'art et de science. Désormais, paradoxalement les résultats montrent que ces deux derniers types de musées sont les moins fréquentés par les jeunes interrogés, cela peut être expliqué par le nombre faible des musées d'art et de science en Tunisie.

La visite des musées est une activité sociale par excellence. Plus de trois répondants sur quatre jugent non intéressante une visite non accompagné par d'autres personnes. Pour personnes faisant partie de notre échantillon, les accompagnateurs préférés sont en premier les amis. Le trois quart des jeunes interrogés les classe dans le 1^{er} ou le 2^{ème} rang des préférences. En ce qui concerne la visite avec les membres de la famille, les opinions des jeunes interrogés sont partagées: 32% des répondants la classent en 1^{er} ou en 2^{ème} rang et 38% d'eux la place en 4^{ème} ou en 5^{ème} rang. Les visites dans le cadre scolaire sont beaucoup moins appréciées, 52% des répondants les placent en 4^{ème} ou en 5^{ème} rang des leurs préférences, alors qu'ils ont plus souvent fréquenté les musées dans ce cadre de sorties.

Nombreux sont les jeunes qui préfèrent les sorties de 2 à 3 jours pour visiter plusieurs musées à l'extérieur de la ville. Ce résultat inattendu dévoile le désir et le plaisir des jeunes vis-à-vis de cette consommation culturelle. Pour les jeunes âgés entre 18 et 25 ans, l'offre des visites aux musées peut prendre une autre forme différente à ce qu'on propose à deux élèves ou étudiants. Il serait peut être plus adapté à cette cible de proposer des tournées de découverte de plusieurs musées. Cette offre peut être inclut dans un programme culturel enrichit par d'autres activités.

Les obstacles

Les jeunes qui ont déclaré n'ayant jamais allés aux musées représentent 14% de notre échantillon. Parmi les individus qui ont visité au moins une fois un musée dans leur vie, 66% déclarent que cela n'été pas une démarche volontaire de leur part. Pour 81% des répondant les visites effectuées étaient toutes dans le cadre de sorties scolaires et universitaires. Donc, malgré leur intérêt manifeste, les jeunes n'ont pas une réelle motivation pour aller visiter des

musées. La visite spontanée suite à une initiative personnelle, entre amis ou dans le cadre familial ne se fait que rarement. Il apparaît donc que pour les jeunes Tunisiens, la visite aux musées reste dans la plus part des cas une « obligation » scolaire. Dans les paragraphes suivants, sur la base des développements théoriques avancés dans notre revue de la littérature, nous essayons de comprendre les raisons de cette réticence face aux visites muséales et de dégager les freins qui peuvent expliquer les chiffres cités ci-dessus :

Le prix : Presque le quart des jeunes interrogés (précisément 23% des répondants) affirment qu'ils ne pouvaient pas payer les coûts que nécessite une sortie au musée et 21% pensent que le coût des visites est trop élevé. Ces chiffres montrent que le prix est une variable qui pèse dans la décision des jeunes avant d'aller aux musées. Ainsi, nombreux ceux qui avouent leurs préférence d'utiliser leur argent de poche pour des activités et de loisirs autres que les visites aux musées.

En terme de budget, plus que la moitié (soit 52%) des jeunes interrogés déclarent qu'ils ne sont pas disposés à payer plus de 10DT pour une visite d'un musée. Toutefois, en réalité la plupart des musées pratiquent des tarifs significativement inférieurs à ce prix. Cela dit, les jeunes sont plutôt très mal informés sur les musées. Nous pouvons déduire donc que même si le prix peut présenter un frein pour certains jeunes tunisiens dont les dépenses mensuelles sont en moyenne de 200 DT, il ne constitue pas un réel handicap empêchant la visite aux musées.

Proximité et horaires d'ouverture : en ce qui concerne la proximité, 55% des jeunes interrogés se disent indifférents de l'emplacement géographique du musée et que le déplacement qui nécessite une visite au musée ne les dérange pas. Pour les horaires d'ouverture, seul 15% des répondants affirment que les horaires d'ouverture des musées ne les conviennent pas. Pour 47% des répondants les horaires sont bien adaptés. Donc, ni la proximité ni les horaires d'ouverture ne peuvent expliquer la résistance des jeunes tunisiens à ce produit culturel.

Les programmes consacrés à la visite : Les jeunes qui ont déclaré n'être jamais allés au musée retiennent trois raisons principales pour expliquer leur non-fréquentation : En premier, 43% des jeunes non visiteurs rapportent que cela est dû au fait, qu'à leur connaissance, leur établissement n'a jamais offert ce type de sortie et qu'il en a privilégié d'autres (notamment dans le cadre des cours de sciences de la vie et de la terre). Ensuite, 42% d'eux mentionnent

qu'ils n'y vont pas parce que leurs amis ne font pas ce genre d'activité. La troisième raison avancée par le quart des répondants non visiteurs est que leurs parents encouragent peu ce genre d'activité.

Un simple regard sur ces trois principales raisons montre que la visite d'un musée n'est généralement pas le résultat d'une démarche personnelle. Cela peut expliquer aussi les déclarations des jeunes qui attestent qu'ils connaissent peu les musées de leur région et qu'ils sont mal informés sur ce type d'activités.

Des chiffres encourageants et très positifs ressort également de notre enquête ; 70% des jeunes interrogés déclarent qu'ils visiteraient plus souvent les musées si les visites étaient gratuites. Ils ont aussi montré une réelle volonté de s'adapter si la gratuité est pratiquée pour certains jours. De plus, 68% des jeunes interrogés déclarent qu'ils iraient plus souvent aux musées s'ils disposaient de plus amples informations sur les expositions et les collections. Sur le plan d'aménagement des horaires, 67% des jeunes interrogés déclarent qu'ils se rendraient plus souvent au musée s'ils disposaient de plus de temps libre.

IMPLICATIONS ET CONCLUSION

Selon Alibert et *al.*, (2005), parmi les variables sociodémographiques, le niveau d'études a un effet supérieur à celui du revenu ou de la profession dans la fréquentation des musées. Lemerise et *al.*, (2000) attestent également que ces variables sociodémographiques ont un impact significatif sur la fréquentation des adolescents des musées. Les résultats de cette dernière étude montrent que les jeunes canadiens visitent les musées afin de connaître le passé, le présent et s'introduire au monde de demain. Les résultats de notre présente étude, ne confirment en totalité cette vision. Nous avons constaté que 93% des répondants pensent que les musées servent essentiellement à nous faire connaître le passé. Les musées pour les jeunes tunisiens sont fortement liés à l'histoire.

Conformément aux résultats de nombreuses autres études (*i.e* Lemerise et *al.*, 2000) la notre montre un intérêt non négligeable des jeunes pour les visites des musées. Les jeunes interviewés dans le cadre de cette recherche attestent que les musées leur permettent de se divertir, d'apprendre sur différents sujets et de participer à des activités et des projets. Les résultats de cette étude montrent que la visite libre est nettement préférée à ceux organisées dans le cadre scolaire ou universitaire. La majorité des répondants trouvent que la visite aux musées est intéressante et permet essentiellement de retracer les liens avec l'histoire du pays

et de la nation. Dans leurs témoignages, les jeunes interrogés préfèrent consacrer une journée entière pour visiter plusieurs musées dans le cadre d'une seule sortie.

Apparemment, les habitudes des jeunes changent avec l'âge. En effet les connaissances et les perceptions évoluent par le passage de l'adolescence à la jeunesse. Mais, le cadre scolaire et universitaire garde toujours une forte influence sur les comportements des jeunes. Pour cette raison, nous insistons sur l'importance primordiale des programmes de visite aux musées conçus pour les écoliers, lycéens ou étudiants. Des tels programmes peuvent améliorer significativement les connaissances et les perceptions des jeunes. Ils peuvent également les inciter à visiter les espaces culturelles notamment si leurs préférences sont prises en compte lors de constitution de l'offre.

Aussi, notre étude montre un effet assez important de certains obstacles sur la fréquentation des jeunes aux musées. Le problème de la disponibilité des informations figure en premier. Ainsi, parmi les obstacles qui limitent les visites des jeunes aux musées nous soulignons aussi le coût d'une visite. La gratuité peut favoriser un comportement plus ouverts des jeunes face aux musées, mais les composantes coût de déplacement, temps et effort doivent aussi être intégré lors la conception d'une offre adaptée à cette cible.

Afin d'augmenter la fréquentation des jeunes tunisiens aux musées, il est particulièrement recommandé d'organiser des sorties permettant aux jeunes de visiter plus d'un musée. Les résultats de notre étude ont aussi montré que la visite d'un musée est une activité culturelle à forte dimension sociale. Les jeunes n'ont aucune intention de visiter seules les musées, cela se fait en préférence avec des amis. Il est donc judicieux de proposer des sorties organisées pour des groupes autres que celles proposées dans le cadre scolaire. Nous recommandons de faire des propositions par exemple à des clubs et associations, c'est dans ce cadre que la visite se fait en groupe et sera beaucoup plus agréable.

Mener de larges campagnes d'informations et de sensibilisation est l'une des principales actions à mener. Ces campagnes doivent être ciblées et adaptées à ce public qui reste particulier en termes d'habitudes, de motivations et de préférences. Il paraît aussi fortement intéressant de revoir la politique d'entrée payante. Serait-il intéressant de rendre gratuite, tel qu'en France, l'entrée aux musées ? Ne serait ce que pour quelques jours de l'année. Serait-il aussi intéressant de proposer des navettes gratuites au public souhaitant visiter les musées

relativement loin des villes ? Serait-il intéressant de faire des partenariats entre les institutions scolaires (collègues et lycées) et universitaires (instituts, écoles, facultés...) et les musées ?

RÉFÉRENCES

Andrew, K. et Asia, C. (1979). Teenagers' attitudes about art museums. *Curator : The Museum Journal*, 22, 224–232.

Chapoutot Jean Mehdi, (2008), Tunisie Plan Bleu, Promouvoir un tourisme durable en Tunisie Etude nationale de Tunisie.

Fontaine Karine (2008), Le Musée Léon – Dierx et l'école : Point de vue d'une médiatrice culturelle; *Réunion* pp : 11-20.

Gagnon Pascale (1999), Tourisme et culture : culture et tourisme.

Goaziou Véronique (2005), Pratiques électorales et rapport à la lecture des jeunes en voie de marginalisation, *Agence de sociologie pour l'action*.

ICOM, adoptés par la 22e Assemblée générale de l'ICOM (Vienne, Autriche, 24 août 2007)

Jansen-Verbeke Myriam et Rekom Johan van (1996), Scanning museum visitors, urbain tourism marketing, *Annals of Tourism Research*, vol. 23, No, 2, pp. 364-375.

Jeong Jae-Hoon et Kyung-Hoon Lee (2006), The physical environment in museums and its effects on visitors' satisfaction, *Building and Environment* 41, pp 963–969.

Lemerise Tamara et Soucy Brenda (1999), Le point de vue d'adolescents montréalais sur les musées ; *Revue Canadienne de l'éducation* 24, 4, pp 355–368.

Lemerise Tamara, Lussier-Desrochers Dany et Soucy Brenda (2000), Projet d'enquête sur la relation musées-adolescents : A travers l'oeil des adolescents, *Université du Québec à Montréal*.

Lemerise, T. (1995), The role and place of adolescents in museums: Yesterday and today. *Museum Management and Curatorship*, 15, 393–408.

- Lemerise, T. et Soucy, B. (1994). Le point de vue des adolescents sur les musées : synthèse d'entrevues faites auprès de dix adolescents. *Production Université du Québec à Montréal*.
- Lespinasse Taraba Corinne (2008) Communiqué de Presse ; Projet d'expérimentation pour la gratuité des musées, France, mardi 23 octobre 2007, Les jeunes de 18 à 25 ans, 29 mai 2008.
- Maresca Bruno (2006), la place de l'Internet dans les sorties culturelles et de loisirs.
- Miles Rogers S. (1986), Museum Audiences, *The International Journal of Museum Management and Curatorship*, 5, 73-80
- Pintal Diane et al ; Stratégie de marketing touristique 2000 – 2005 : Grandes tendances de la demande touristique, *Tourisme Québec*.
- Prince David R. (1990), Factors Influencing Museum Visits, An Empirical Evaluation of Audience Selection, *The International Journal of Museum Management and Curatorship*, 9, pp 149-168.
- Sande Theodore Anton (1992), *Museum Management and Curatorship*, 189, 11, pp 185-192.
- Timbart Noëlle et Girault Yves (2006), Représentations sociales et pratiques déclarées d'adolescents franciliens sur les musées, *Colloque «Adolescence : entre défiance et confiance »* avril, Roubaix.
- Vuillaume David (2009), Musée et tourisme : impulsions pour les musées, *journée nationale des musées*, pp : 10-11.