

Organisation d'exposition > Bilan et évaluation > Bilan et évaluation

Bilan et évaluation

L'exposition est ouverte au public ou déjà terminée et les organisateurs veulent connaître l'avis du public, savoir si l'exposition a rencontré du succès, ou faire le compte des erreurs et apporter des améliorations. Trop souvent la gestion des retombées d'une exposition est négligée alors qu'elle peut entrer en ligne de compte pour son évaluation. L'évaluation de l'exposition est une opération complexe avec ses techniques propres qui a pour but d'analyser son efficacité, sa réception et son impact sur les visiteurs.



/// **Légende et crédit** : Exposition de Jan Kopp, *Ungebautes*, Frac Alsace, 2008, photographie © Jean-Baptiste Dorner

Organisation d'exposition > Bilan et évaluation > L'évaluation

L'évaluation

Tout organisateur est tenté d'appuyer son bilan sur une évaluation quantitative des publics : le volume des entrées - qui lui semble être la clé du succès -, la composition et la diversité des visiteurs, au détriment du facteur qualitatif de l'exposition. Non seulement il est important de tenir compte des réactions des visiteurs, de leurs satisfactions, de leurs motivations et attentes, mais le concepteur doit garder en mémoire les buts et objectifs de l'exposition, la pertinence du thème et sa conjonction à un lieu donné. Une fréquentation du public plus ou moins importante sera la conséquence du choix de la programmation, de la réputation de la structure et de la compétence de ses organisateurs comme de la qualité de ses équipements et du bâtiment.

Une bonne évaluation doit être menée en trois temps :



L'évaluation au préalable : elle va s'attacher au thème et au concept de l'exposition.

L'évaluation pendant la réalisation : elle permettra des réajustements, des réglages, l'amélioration de certains éléments, le recadrage des objectifs ou du fonctionnement de l'exposition.

L'évaluation pendant l'ouverture au public : on observera les réactions et les comportements des visiteurs, par

le biais d'entretiens ou de questions-tests afin de rassembler le plus possible d'informations.

L'évaluation permet aussi d'envisager les améliorations nécessaires à tous les stades du développement, les contenus comme la présentation, pour les prochaines expositions : elles les rendront certainement plus accessibles et plus agréables au public. Il faut savoir qu'une étude d'impact, réalisée par des spécialistes, demande du temps, de l'organisation et coûte de l'argent. Aussi il est possible de mettre en place avec sa propre équipe et à petite échelle les techniques les plus simples de l'évaluation : l'interview et l'observation des visiteurs.

/// Légende et crédit : Exposition de Miquel Mont, *Sept flickers*, Frac Alsace, 2009, photographie © Jean-Baptiste Dorner

Organisation d'exposition > Bilan et évaluation > Les moyens pour un bon bilan

Quels moyens pour un bon bilan?

Des fiches de fréquentation du public, tenues par le personnel d'accueil, pour compter le nombre d'entrées par jour (gratuites ou payantes) ; elles seront le « baromètre » de l'exposition et mettront en évidence les pics et les baisses de fréquentation selon les jours de la semaine.

Un questionnaire destiné aux visiteurs avec une aide éventuelle pour le remplir ou l'engagement d'un dialogue avec le public.

Une enquête effectuée par des observateurs situés à des points stratégiques dans l'exposition pour noter les réactions des visiteurs.

Un livre d'or, disponible à l'accueil, invitera les visiteurs à mettre par écrit leurs impressions immédiates.

Une lecture attentive des articles de presse qu'ils soient positifs ou négatifs.

La réalisation d'une revue de presse sera un bon indicateur de l'efficacité de la communication et de la perception par les médias et le public.

Un bilan financier, en rapport au budget prévisionnel, permettra d'analyser les dépenses et recettes réelles, de comprendre les dépassements de budget, de motiver les insuffisances de financement ou de plaider les réajustements nécessaires à l'avenir.

La réalisation d'un reportage photographique ou vidéo tout au long du montage de l'exposition, car il est important de garder une trace visuelle du travail qui a été réalisé : elle constituera la mémoire et les archives de l'exposition. Toutes les phases, de la conception à la réalisation, peuvent être prises en compte : la rencontre avec le ou les artistes, l'[accrochage](#) des œuvres, la complexité de mise en place d'une œuvre remarquable et les moyens techniques exceptionnels requis, le temps du [vernissage](#) et éventuellement des animations avec le public, enfin les espaces finalisés et les œuvres en présentation.

Ces documents photos ou séquences vidéo serviront plus tard à illustrer les supports de communication de la structure et notamment à enrichir son bilan annuel d'activités.

Un état des difficultés rencontrées sur le fonctionnement et la durée de l'exposition : la maintenance, les imprévus, les incidents, les problèmes de personnel, etc...



Cela requiert des échanges permanents d'information au sein de l'équipe, techniciens et animateurs compris, une implication forte du personnel dans le projet jusqu'à son aboutissement et une réelle maîtrise de l'organisateur sur l'ensemble de l'exposition. Un vrai travail d'équipe et une motivation de chacun des acteurs, du concept à la réalisation de l'exposition, sera la véritable clé du succès. Ainsi chacun

souhaitera renouveler l'aventure à la plus grande satisfaction des publics.

La revue de presse :

Il est important de recenser et de classer toutes les informations parues dans la presse concernant la manifestation organisée. On réalisera une revue de presse constituée de photocopies de tous les articles de presse ainsi que les transcriptions écrites des interventions audiovisuelles. Ce sera déjà un bon indice sur la perception sinon du public du moins des médias. Cela s'avèrera également très utile envers les partenaires financiers présents et futurs, qui auront vu leur nom cité à propos de la manifestation et qui seront susceptibles de renouveler leur partenariat avec une structure qui a montré du sérieux et entretient de bonnes relations avec la presse. Les relations presse pourront être menées par une agence spécialisée ou par un(e) attaché(e) de presse indépendant(e), il conviendra alors d'ajouter ses honoraires aux dépenses engagées.

/// Légende et crédit : Exposition d'Étienne Bossut, *Un peu d'incertitude*, Frac Alsace, 2003, photo : Klaus Stöber