



NÉS QUELQUE PART MARSEILLE

ENQUÊTE DE SATISFACTION GRAND PUBLIC

Passation de questionnaires en face-à-face

*Du 19 septembre au 13
novembre 2018*

#MondeEnCommun

AGENCE FRANÇAISE DE DÉVELOPPEMENT

DISPOSITIF D'ENQUÊTE

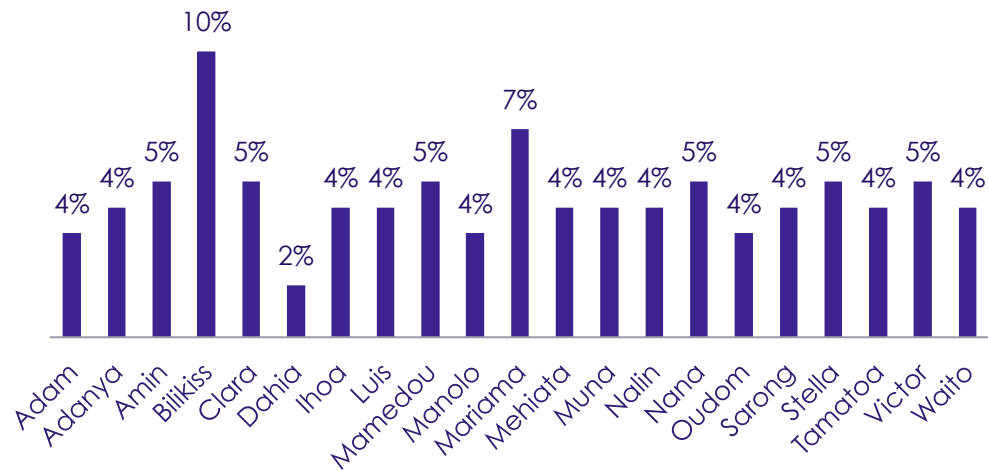
Formulaires d'enquête mis à disposition des visiteurs en sortie d'exposition sur les journées suivantes :

- Mardi 23 octobre
- Mercredi 24 octobre
- Jeudi 25 octobre
- Vendredi 26 octobre
- Samedi 27 octobre
- Dimanche 28 octobre

Cette enquête de satisfaction s'appuie sur 115 personnes interrogées

NB : 8 151 personnes ont visité l'exposition à Marseille.

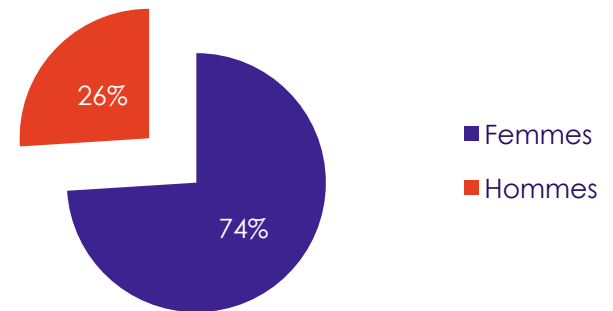
Personnages incarnés par les personnes interrogées



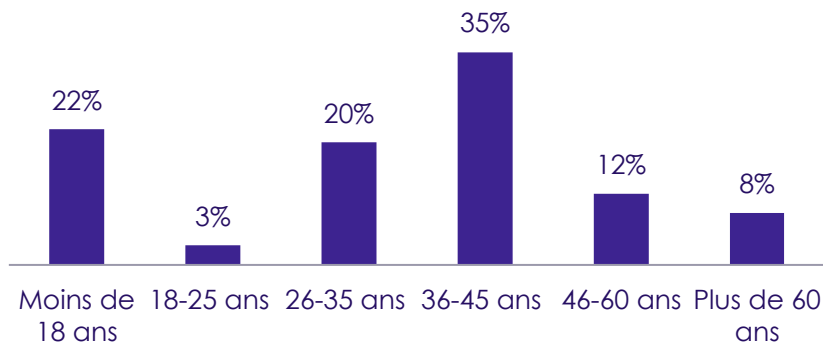
PROFIL DES PERSONNES INTERROGÉES

Une forte surreprésentation féminine

- 74 % de femmes
- 26 % d'hommes



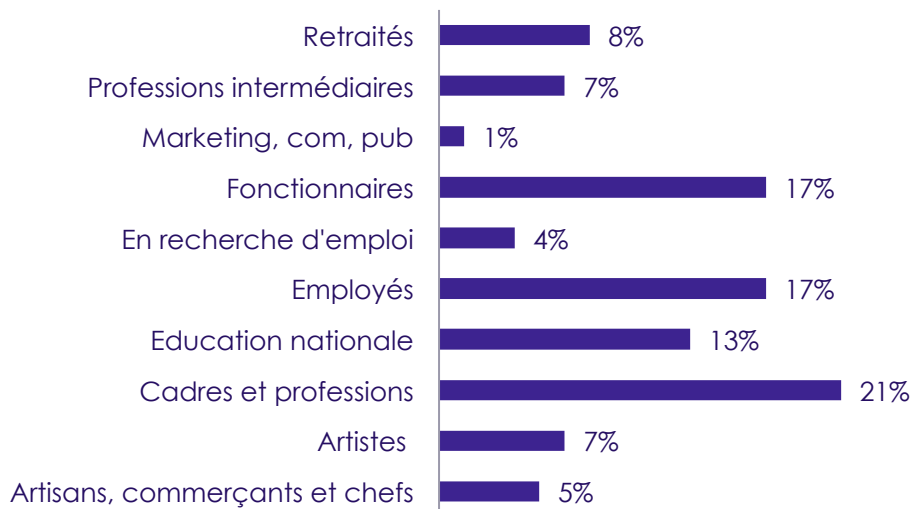
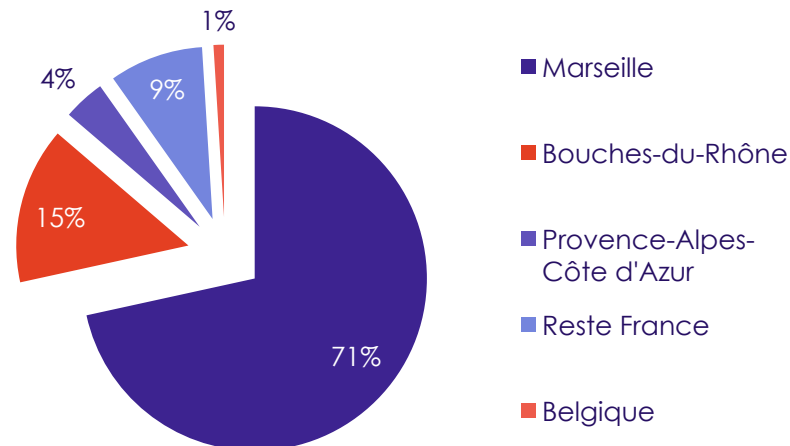
Tranche d'âge des personnes interrogées



Des tranches d'âge diversifiées avec une forte prépondérance des 36-45 ans

PROFIL DES PERSONNES INTERROGÉES

Une très large majorité d'habitants des **Bouches du Rhône (86 %)** avec une participation élevée des habitants de **Marseille (71 % des personnes interrogées)**.



Une fréquentation accrue des **cadres et professions intellectuelles supérieures, des fonctionnaires et des employés.**

A noter que cette enquête ne comprend pas les scolaires, public majoritaire de l'exposition

SATISFACTION GLOBALE

Une expérience immersive qui a du succès

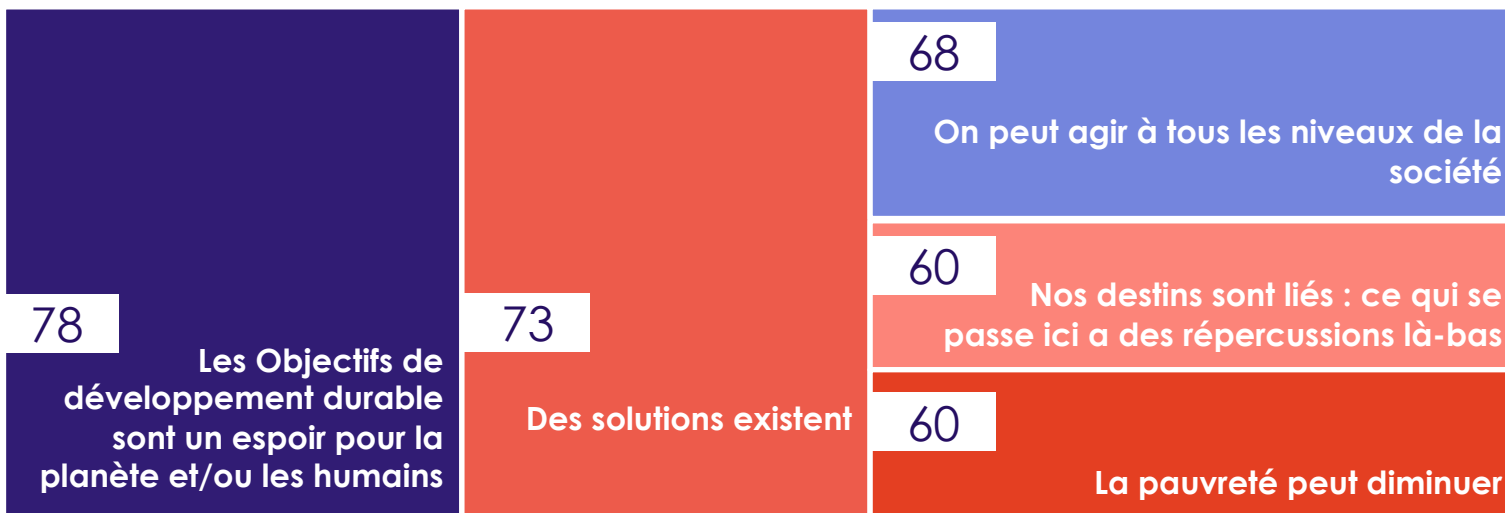
- 99 % des personnes interrogées ont apprécié le concept de l'exposition : être actif et incarner un personnage.
- 94 % des personnes interrogées souhaiteraient renouveler l'expérience.

Note moyenne accordée à l'événement : 9,2/10

Des messages convaincants

- 81 % des personnes interrogées ont jugé les messages convaincants

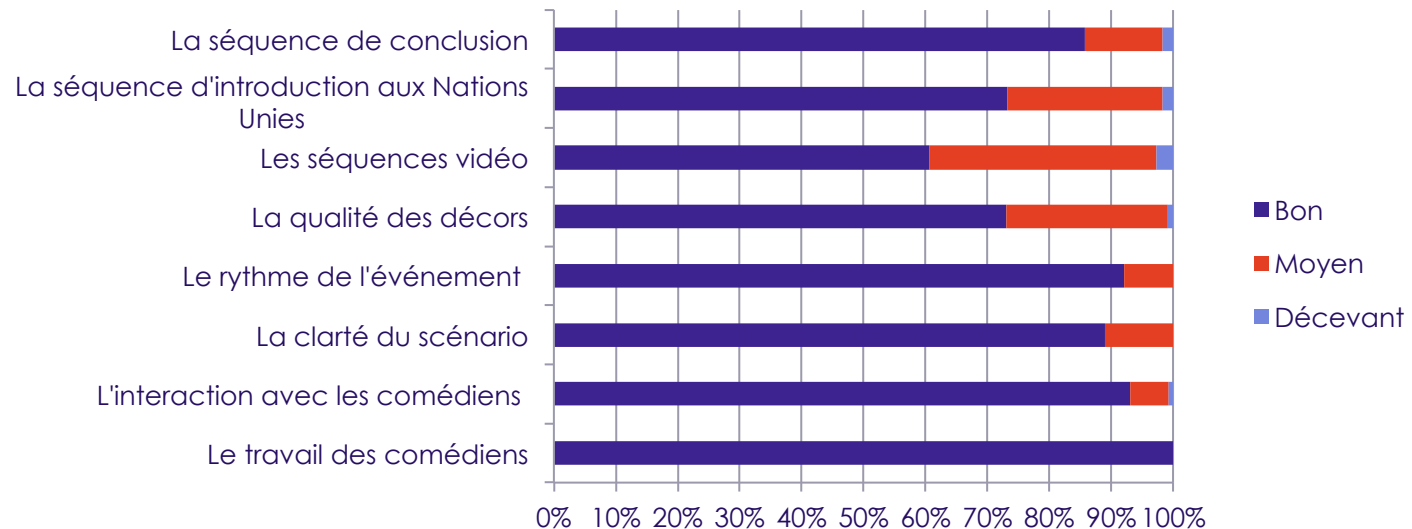
Les principaux messages que les participants citent suite à leur visite (491 réponses)



LE DÉROULÉ DE L'EXPOSITION

L'interaction plébiscitée par les personnes interrogées

- La dimension humaine de l'exposition, avec le travail des comédiens, est très largement appréciée par les participants interrogés.
- Le rythme et la clarté des scénarios ont été très bien accueillis par le public marseillais
- Globalement les séquences vidéo sont moins appréciées, notamment les courtes séquences vidéos au fil du parcours.
- Les participants interrogés ont été moins sensibles aux décors que sur les éditions précédentes.



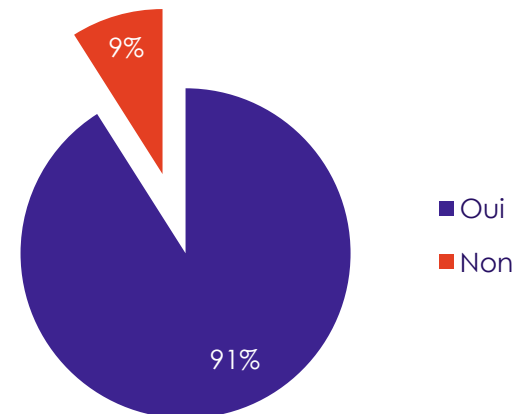
LES IMPACTS SUR LES PARTICIPANTS

Une exposition instructive qui suscite la curiosité

- 98 % des personnes interrogées considèrent l'exposition instructive
- 89 % des participants interrogés déclarent vouloir approfondir leurs connaissances sur les enjeux de développement durable suite à la visite de l'exposition, rapidement ou plus tard.

Une exposition qui suscite l'envie d'agir

Plus de **90 %** des participants interrogés se disent plus enclins à s'investir dans des actions de développement durable suite à la visite de l'exposition, soit **12 points de plus** que lors de l'édition de Strasbourg.



COMMENTAIRES LIBRES DES PARTICIPANTS

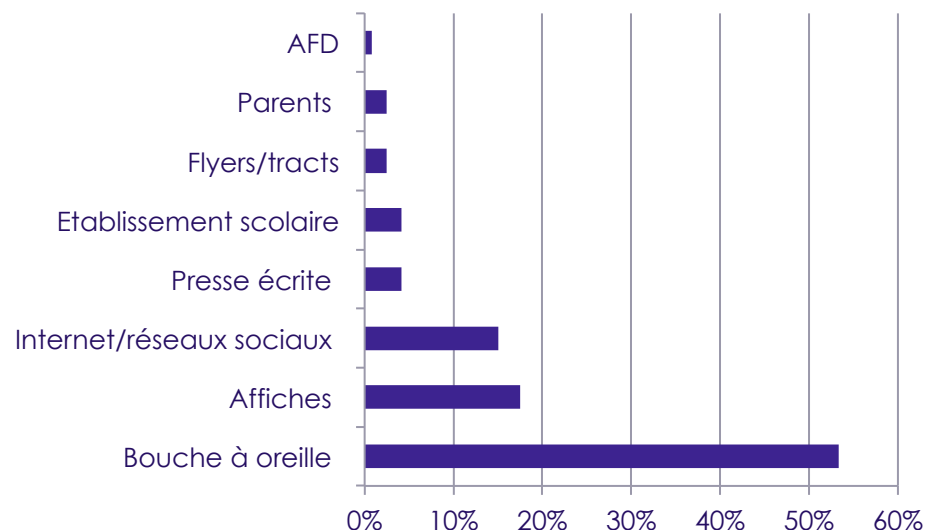
- 72 personnes ont répondu à la question « qu'avez-vous le plus apprécié »
- 37 personnes ont répondu à la question « qu'avez-vous le moins apprécié »

Qu'avez-vous le plus apprécié		Qu'avez-vous le moins apprécié	
Le jeu des acteurs	27	Ne faire qu'un seul pays	6
Interaction / Jouer avec les acteurs	14	Trop court	6
Le partage / L'échange	11	Rien	6
Tout	10	Qualité des vidéos/des décors/des sons	4
Être acteur / Immersion	9	Introduction	4
L'histoire / Les scénarios	9	Le décor	3
Le fait d'apprendre / Les informations transmises	6	Faibles interactions avec les autres participants	2
Graines à partager	6	Être séparé de son entourage pour la visite	2
Le réalisme des situations	3	Le côté trop positif des scénarios	2
Les décors	2	Sentiment d'impuissance personnelle face aux réalités décrites	2
La diversité / La diversité	2	L'attente	1
L'originalité	2	Le bruit des autres pays	1
Découvrir la vie des autres	1	Messages trop simples	1

MOBILISATION DU PUBLIC

Comment le public marseillais a-t-il entendu parler de Nés quelque part ?

- A l'image des autres éditions, la **communication informelle** (*bouche à oreille ..*) a été le principal vecteur de mobilisation du public à Marseille.
- La **campagne d'affichage** en début d'exposition, complétée d'un rappel début octobre, a significativement contribué à la mobilisation du public.

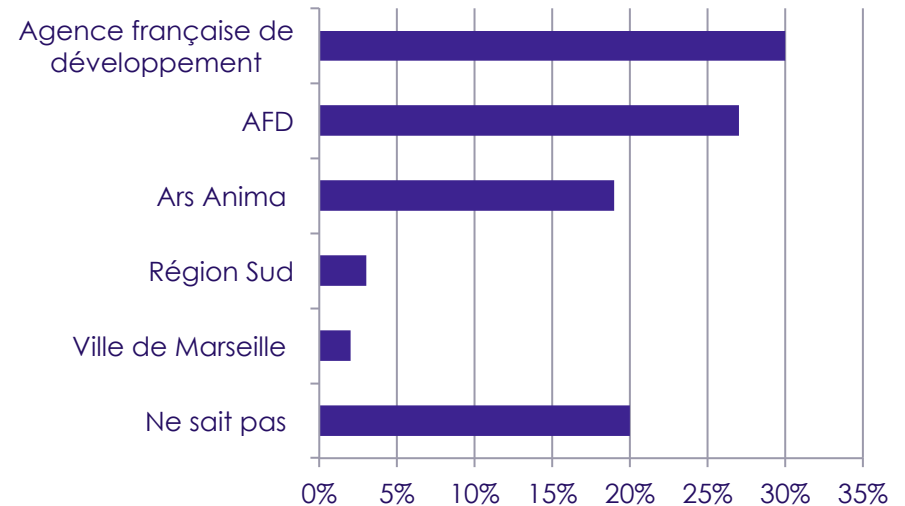


Le site internet

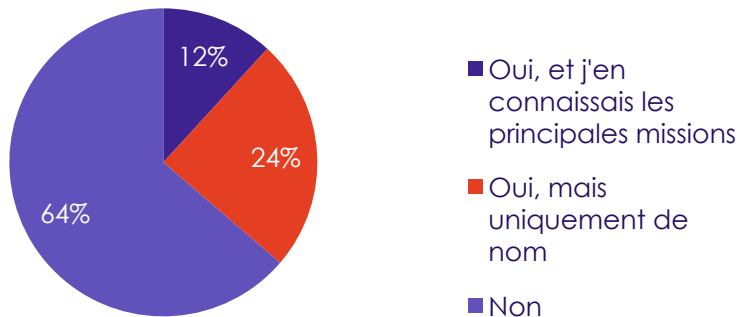
- Avant de se rendre à l'exposition, **42 % des participants interrogés avaient consulté le site web de Nés quelque part.**
- Seuls 3 % des personnes ayant consulté le site internet ont consulté le jeu en ligne avant de participer à l'exposition.

A PROPOS DE L'AFD

Si les missions de l'Agence française de développement ne sont connues que par une petite minorité des personnes interrogées (11,8 %), **l'AFD est identifiée par plus de la moitié des personnes interrogées comme l'organisateur de l'événement.**



Connaissiez-vous l'AFD avant la visite de l'exposition ?



Après notification du rôle d'organisateur de l'Agence française de développement :

- **11,8 % des participants connaissent les contours de ses missions.**
- **24,5 % des participants connaissent l'institution de nom.**