



# NÉS QUELQUE PART PARIS

ENQUÊTE DE SATISFACTION GRAND PUBLIC

*Passation de questionnaires en face-à-face*

*Du 27 septembre au 24  
novembre 2019*

---

#MondeEnCommun  
AGENCE FRANÇAISE DE DÉVELOPPEMENT

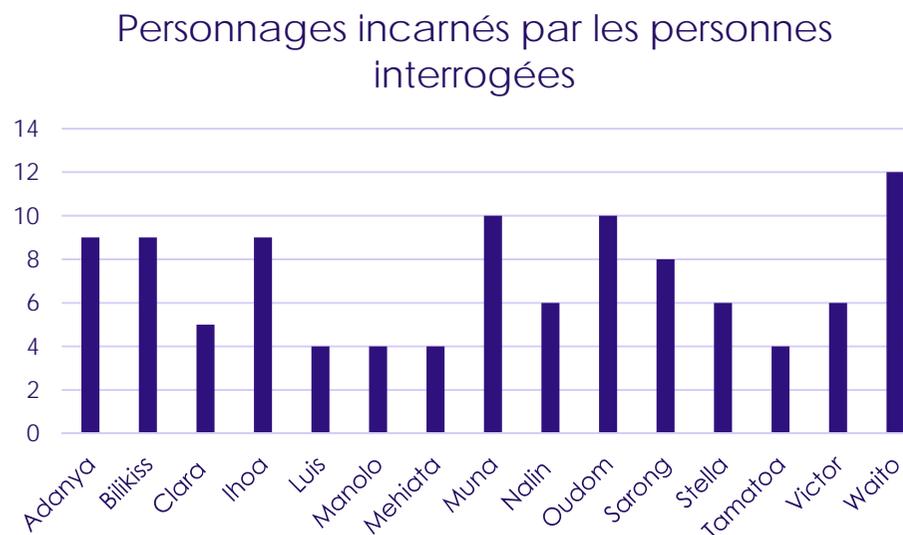
# DISPOSITIF D'ENQUÊTE

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

- o *Mardi 29 octobre*
- o *Dimanche 3 novembre*
- o *Samedi 9 novembre*
- o *Vendredi 15 novembre*
- o *Samedi 23 novembre*

Cette enquête de satisfaction s'appuie sur 106 personnes interrogées

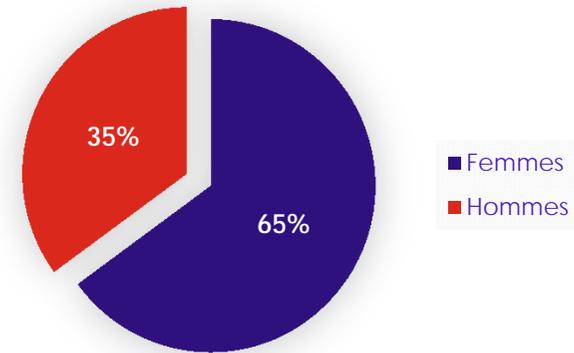
*NB : 5 790 personnes ont visité l'exposition à Paris.*



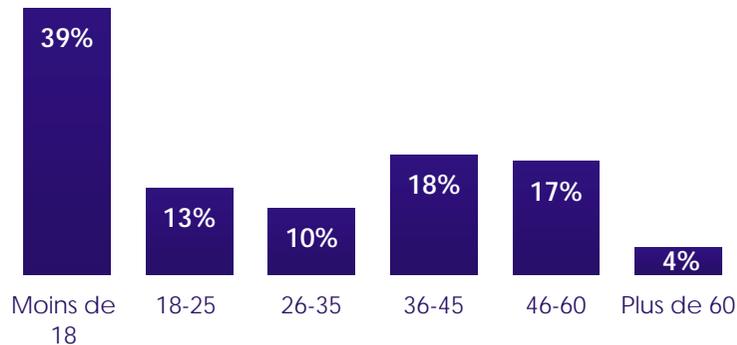
# PROFIL DES PERSONNES INTERROGÉES

Une forte surreprésentation féminine

- 65 % de femmes
- 35 % d'hommes



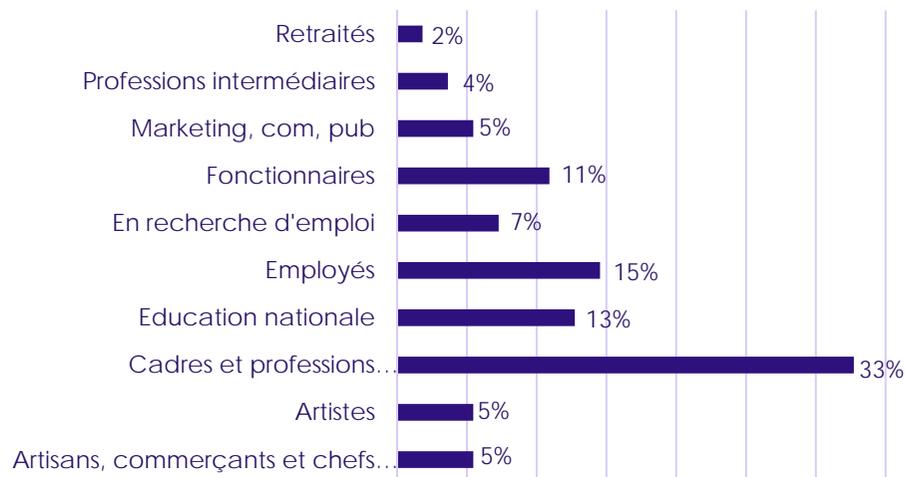
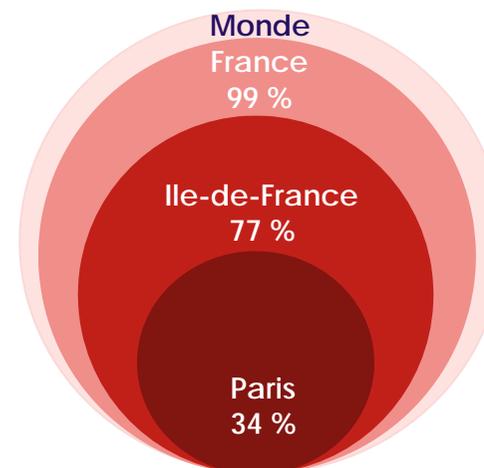
Tranche d'âge des personnes interrogées



Des tranches d'âge diversifiées avec une forte prépondérance des publics familles

# PROFIL DES PERSONNES INTERROGÉES

Un public venant de toute la France, avec une majorité de Franciliens (77 %).



Une fréquentation accrue des **cadres et professions intellectuelles supérieures, des fonctionnaires de l'Éducation nationale 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

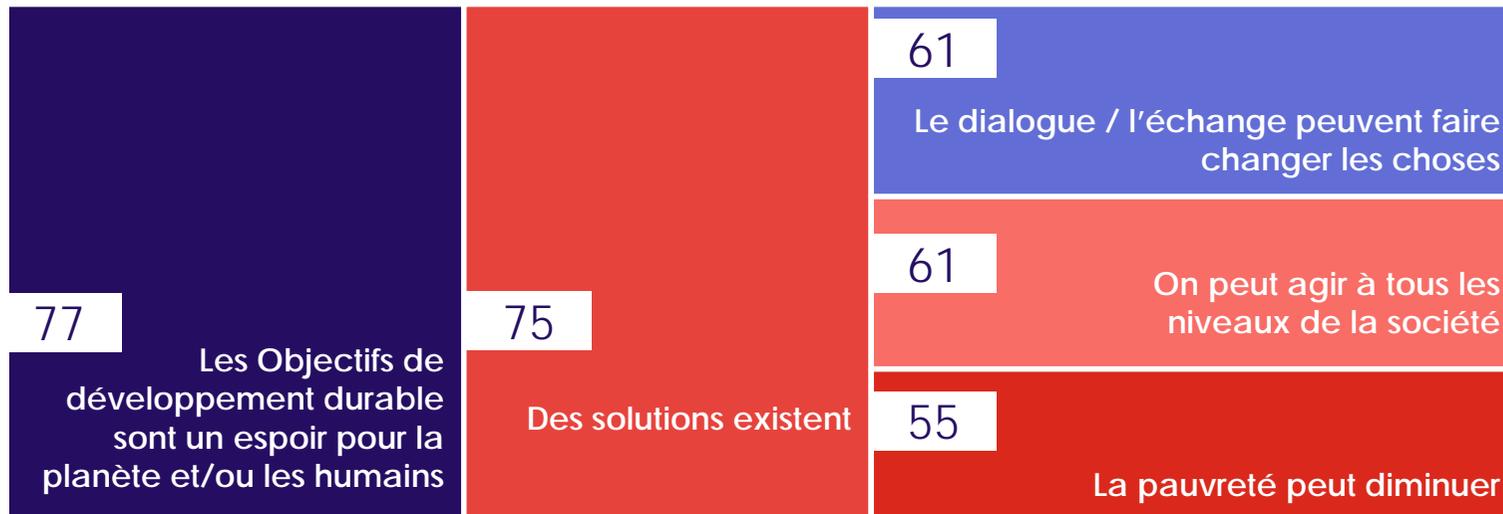
- 100 % des personnes interrogées ont apprécié le concept de l'exposition : être actif et incarner un personnage.
- 85 % des personnes interrogées souhaiteraient renouveler l'expérience.

Note moyenne accordée à l'événement : 9/10

## Des messages convaincants

- 91 % des personnes interrogées ont jugé les messages convaincants

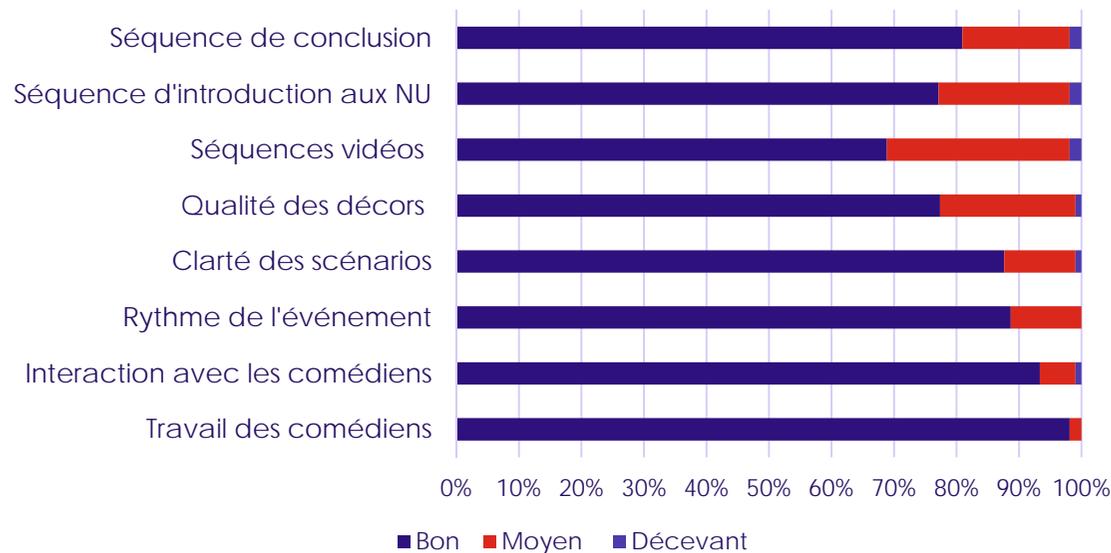
## Les principaux messages que les participants citent suite à leur visite (491 réponses)



# LE DÉROULÉ DE L'EXPOSITION

## L'interaction plébiscitée par les personnes interrogées

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



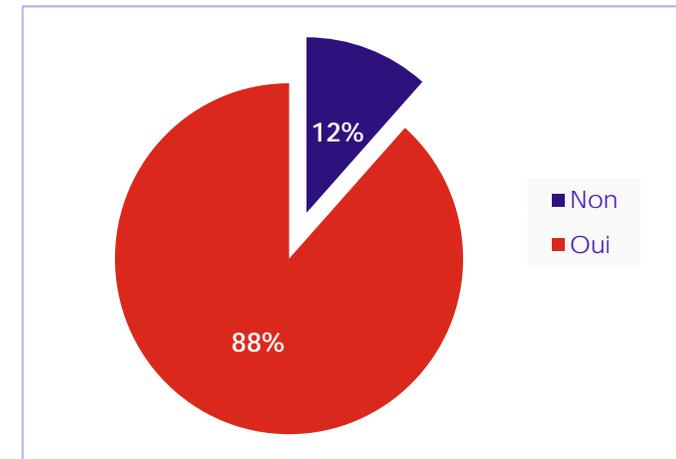
# LES IMPACTS SUR LES PARTICIPANTS

## Une exposition instructive qui suscite la curiosité

- 98 % des personnes interrogées considèrent l'exposition instructive
- 90 % 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 **88 %** des participants interrogées se disent plus enclins à s'investir dans des actions de développement durable suite à la visite de l'exposition, soit **10 points de plus** que lors de l'édition de Strasbourg.



# COMMENTAIRES LIBRES DES PARTICIPANTS

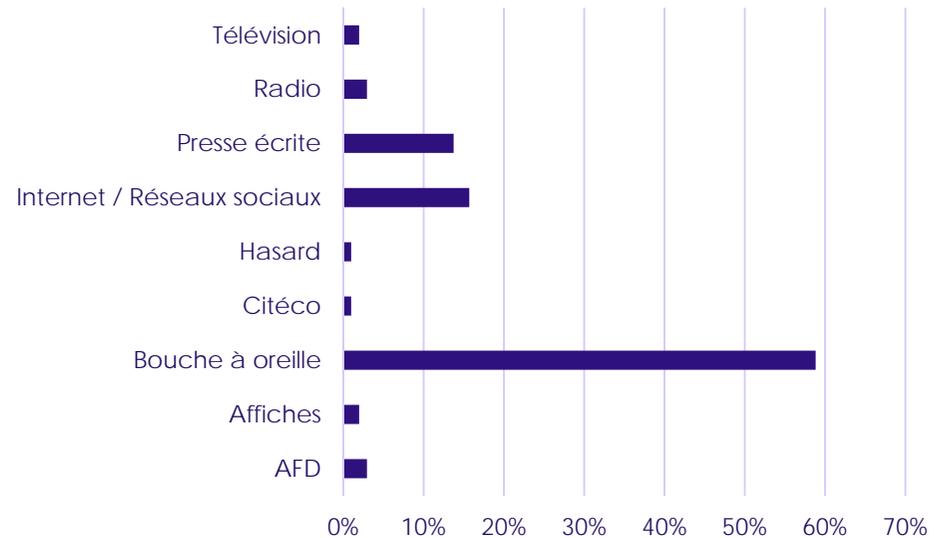
- 74 personnes ont répondu à la question « qu'avez-vous le plus apprécié »
- 41 personnes ont répondu à la question « qu'avez-vous le moins apprécié »

Qu'avez-vous le plus apprécié		Qu'avez-vous le moins apprécié	
Être acteur / Immersion / Mouvement	23	Trop court	6
Le jeu des acteurs	18	Qualité des vidéos/des décors/des sons	6
Interaction / Jouer avec les acteurs	12	Rien	3
Tout	11	Temps d'échanges trop courts	2
L'histoire, les messages	10	Attente	2
Le fait d'apprendre / Les informations transmises	9	Bruits des autres groupes	2
Les négociations, les échanges à l'école	6	L'entrée difficile dans le jeu de rôle	2
Graines à partager	4	Être séparé de son entourage pour la visite	1
Les décors	4	Pas assez de complexité	1
Le fait de sensibiliser	2	Ne faire qu'un seul univers	1
L'humain au centre de l'exposition	1	Parler en public	1

# MOBILISATION DU PUBLIC

Comment le public parisien 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 Paris.
- La **communication sur les réseaux sociaux et dans la presse** a contribué de manière significative à mobiliser le public.

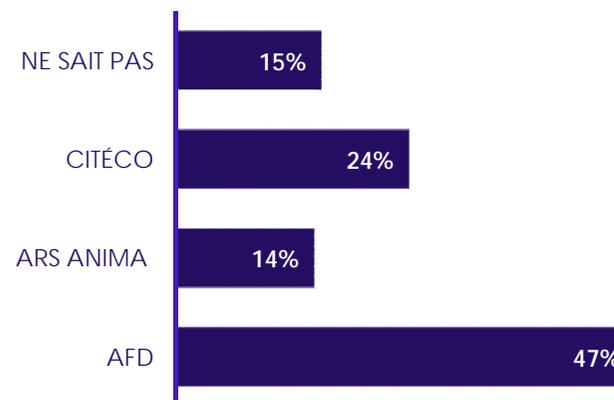


## Le site internet

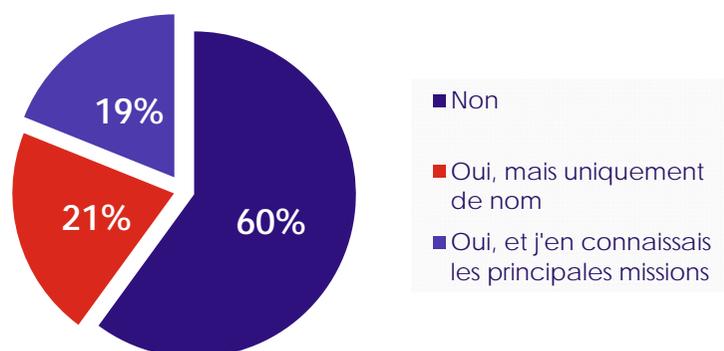
- Avant de se rendre à l'exposition, **25 % des participants interrogés avaient consulté le site web de Nés quelque part.**
- Seuls 6,5 % des personnes ayant consulté le site internet ont consulté le jeu en ligne avant de participer à l'exposition.

## À PROPOS DE L'AFD

Si les missions de l'Agence française de développement ne sont connues que par une minorité des personnes interrogées (19,4 %), l'AFD est identifiée par près de 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 :

- 19,4 % des participants connaissent les contours de ses missions, une part supérieure aux éditions précédentes.
- 20,4 % des participants connaissent l'institution de nom.