

NIJMAN Jade et GOBBATO Viviana,
« Désorientation et expérience muséographique. Le cas
de l'Arc de triomphe », *Les Cahiers de muséologie*, n° 5,
2026, p. 195-218.

Résumé

La désorientation dans les espaces muséaux représente un phénomène protéiforme encore peu étudié dans la littérature spécialisée. À travers l'étude de cas du parcours de visite de l'Arc de triomphe – le monument le plus fréquenté du Centre des monuments nationaux (CMN) –, cet article met en lumière la manière dont l'analyse de la désorientation, loin de relever d'un simple défaut d'orientation, affecte plusieurs dimensions de l'expérience. La méthodologie qualitative adoptée, menée auprès d'un panel de vingt visiteurs, publics et non-publics, repose sur des entretiens dits « en remémoration stimulée », une technique d'investigation invitant les participants à décrire et commenter leur expérience à partir du support visuel enregistré de leur perception (*eye-tracking*). Le diagnostic réalisé révèle un parcours perçu comme incohérent et insatisfaisant, tant sur le plan spatial que sur le plan narratif. Les visiteurs rencontrent des difficultés de navigation, une surcharge cognitive et des pertes de repères, provoquées à la fois par l'ergonomie contraignante des lieux et par un excès d'informations peu hiérarchisées, qui favorise finalement la fuite vers la terrasse panoramique. Cette étude, qui contribuera à la préfiguration d'une refonte du parcours de visite du monument, rappelle que l'attention portée à la muséographie demeure une condition essentielle au développement d'un parcours satisfaisant, et que la désorientation constitue à ce titre un indicateur précieux à la fois sémantique et spatial.

Mots-clés

Muséographie ; enquête sommative ; désorientation ; visiteurs ; expérience.

Abstract

Disorientation in museum spaces is a multifaceted phenomenon that remains little studied in the specialist literature. Through the case study of the visitor pathway at the Arc de Triomphe – the most visited monument of the Centre des Monuments Nationaux (CMN) – this article highlights how the analysis of disorientation, far from being a simple issue of getting lost, affects several dimensions of the visitor experience. The qualitative methodology adopted, conducted with a panel of twenty people, both visitors and non-visitors, is based on so-called "stimulated recall" interviews, an investigative technique that invites participants to describe and comment on their experience using visual material recorded from their own perception (*eye-tracking*). The resulting diagnosis reveals a pathway perceived as incoherent and unsatisfying, both spatially and narratively. Visitors encounter navigation difficulties, cognitive overload, and loss of bearings, caused both by the constraining ergonomics of the site and by an excess of poorly structured information – factors that ultimately encourage visitors to retreat to the panoramic terrace. This study, which will contribute to shaping the future redesign of the monument's visitor pathway, underscores that careful attention to

museography remains essential for developing a satisfying visitor experience, and that disorientation is therefore a valuable indicator in semantic and spatial terms.

Keywords

Museum design ; summative evaluation ; disorientation ; visitors ; experience.

À propos des autrices

Jade Nijman, diplômée d'un mresr en Arts, Littératures, Langages à l'EHESP, est docteure à l'EHESP en Cultures Visuelles. Affiliée à l'Institut Jean Nicod (EHESP-ENS-CNRS), elle explore la question de la désorientation dans les espaces d'exposition, et s'intéresse notamment au comportement du visiteur et à l'amélioration de l'expérience de visite. Elle développe également une pratique d'enquêtrice spécialisée en études comportementales (avec une expertise en oculométrie/*eye-tracking*). Par ailleurs, elle a auparavant été chargée de recherche au sein de l'Institut de recherche en design critique CIVIC CITY, du Musée National de la Marine (Paris) et plus récemment médiatrice scientifique pour l'Institut Jean Nicod.

Viviana Gobbato est docteure en muséologie de l'Université Sorbonne-Nouvelle, professeure attachée à l'Université Paris-Saclay et chercheuse associée au Centre d'histoire culturelle des sociétés contemporaines (CHCSC) de l'Université Paris-Saclay/UVSQ. En parallèle, elle exerce en tant que cheffe du service culturel et éducatif à l'Arc de triomphe – CMN. Ses recherches portent sur les stratégies spatiales et sociales de valorisation et de médiation du musée et du patrimoine. Elle est l'auteur de *Au-delà du regard* (L'Harmattan, 2024) et *Éclairer les musées* (MkF éditions, 2025).

Contacts

jade.nijman@gmail.com

viviana.gobbato@universite-paris-saclay.fr

Désorientation et expérience muséographique. Le cas de l'Arc de triomphe

Jade Nijman et Viviana Gobbato

Introduction : se désorienter, au musée

La désorientation est une notion protéiforme¹, qui trouve peu d'occurrences dans la littérature muséale. Marcella Schmidt di Friedberg montre qu'à partir du début du XX^e siècle, les productions artistiques semblent être majoritairement le résultat d'une désorientation sensorielle et sensible qui se traduit dans les formes². Artistes et publics participent de l'émergence de stimulations sensorielles nouvelles, souvent corrélées avec une volonté de déconstruction des modèles existants de représentations de l'espace. Plus récemment employée dans les tentatives de réflexion sur les phénomènes de crise environnementale et sociale expérimentées dans les arts et leur mise en exposition³, la notion de désorientation permet également une réflexion sur les outils avec lesquels nous appréhendons l'espace et le naviguons. Elle offre la possibilité de mise en lumière des situations dans lesquelles nos processus et nos capacités de circulation dans un espace nous font défaut⁴, ce qui peut alors entraîner un sentiment de vulnérabilité, de confusion et d'anxiété.

En contexte muséographique, la désorientation semble, dans un premier temps, mobilisée de manière indirecte dans les discours des concepteurs d'exposition, se rapportant plutôt à une perte de repères résultant des limites de l'orientation vécue par le visiteur⁵ – une expérience susceptible d'impacter la qualité de la

¹ SCHMIDT DI FRIEDBERG Marcella, *Geographies of Disorientation*, Londres et New York, Routledge, 2019, p. 1.

² *Ibid*, p. 215.

³ CITTON Yves, *Expériences de désorientations*, cycle de conférences, Paris, La Gaîté Lyrique, 10 octobre - 28 novembre 2019 ; LATOUR Bruno et WEIBEL Peter (éds.), *Critical zones: The science and politics of landing on earth*, Cambridge, MIT Press, 2020 ; ROUILLE André, « Différence et désorientation », dans *Paris Art* [en ligne], 2008.

⁴ FERNANDEZ VELASCO Pablo et CASATI Roberto, « Subjective disorientation as a metacognitive feeling », *Spatial Cognition and Computation*, n° 20 (4), 2020, p. 294.

⁵ EIDELMAN Jacqueline, ROUSTAN Mélanie et GOLDSTEIN Bernadette, *La place des publics : de l'usage des études et recherches par les musées [actes des journées d'études des 1^{er} et 2 juin 2006, Paris, École du Louvre]*, Paris, La Documentation française, 2008, p. 31 ; WOLF Robert, *The Missing Link: The Role of Orientation in Enriching the Museum Experience*, dans NICHOLS Susan K., *Patterns in Practice*, Londres et New York, Routledge, 2008, p.20.

visite et qu'il conviendrait dès lors de contrer. Cette perte de repères serait identifiée, en effet, comme la conséquence non désirée d'un mauvais parcours d'exposition⁶. De manière générale, ces problèmes paraissent surtout provenir d'un manque de communication concernant les articulations qui existent entre les différents éléments de l'exposition⁷. Des problèmes de désorientation sont identifiés lorsque les visiteurs ne savent pas vers quel point se diriger⁸, ce qui semble être accentué pour les primovisiteurs peu habitués à l'espace muséal⁹. L'échelle spatiale – la taille, l'organisation spatiale – entraînerait également des difficultés de navigation qui amplifient les expériences de confusion et de désorientation¹⁰. En plus du manque d'informations, un défaut dans la qualité de celles-ci pourrait alors contribuer à ces sentiments¹¹. L'amélioration de la navigation spatiale émerge, de ce fait, comme un élément pouvant pallier les problèmes d'orientation, à maximiser autant que possible¹².

Le cas d'étude du musée du Quai Branly questionne, par exemple, l'expérience de visite articulée autour d'une désorientation spatiale et sémantique dans une collection¹³. Dans ce cadre, la désorientation y est à la fois spatiale et sémantique, puisque le parcours de visite et le peu d'informations fournies sur les expôts viennent servir le récit d'un voyage à travers les continents. Par ailleurs, le surplus d'informations visuelles proposé dans ce contexte, qui s'accompagne en même temps d'un manque de savoirs concernant les expôts, sont des modalités récurrentes des situations de désorientation, qui sont alors à l'origine d'une surcharge cognitive¹⁴. Cet exemple fournit une première exploration théorique et empirique du vécu d'une expérience de désorientation au cours d'une visite muséale permanente. La désorientation au musée n'est donc pas uniquement liée à une bonne, ou à une mauvaise, conception du parcours de visite, mais résulte de facteurs liés à la capacité du visiteur à se déplacer, et à engager son corps et sa cognition dans les espaces d'exposition visités.

L'engagement peut, en conséquence, constituer une piste d'exploration possible dans la compréhension des expériences de désorientation en contexte muséal.

⁶ WOLF Robert, *op. cit.*, p. 20.

⁷ ITTELSON William, PROSHANSKI Harold, RIVLIN Leanne et WINKEL Gary, *An introduction to environmental psychology*, Oxford, Holt, Rinehart & Winston, 1974 ; WINKEL Gary et SASANOFF Robert, *An approach to an objective analysis of behavior in architectural space. Architecture/Development Series Seattle*, Washington, University of Washington, College of Architecture and Urban Planning, n° 5, 1966.

⁸ DAVALLON Jean, GOTTESDIENER Hana et VILATTE Jean-Christophe, *op. cit.*

⁹ GOMBRICH Ernst, « Should a museum be active? », *Museum International*, n° 21 (1), 1968, p. 85.

¹⁰ ARCHER Louise, DAWSON Emily, SEAKINS Amy et WONG Billy, « Disorientating, fun or meaningful? Disadvantaged families' experiences of a science museum visit », *Cultural Studies of Science Education*, n° 11, 2016, p. 929.

¹¹ COHEN Marilyn, WINKEL Gary, OLSEN Richard et WHEELER Frederick, « Orientation in a Museum—An Experimental Visitor Study », *Curator: The Museum Journal*, n° 20, 2010, p. 85 ; GOULDING Christina, « The museum environment and the visitor experience », *European Journal of Marketing*, n° 34 (3/4), 2000, p. 274.

¹² MEDAKOVIC Jelena, ATANACKOVIC JELICIC Jelena, ECET Dejan, NEDUCIN Dejana et KRKLJES Milena, « The Interplay between Spatial Layout and Visitor Paths in Modern Museum Architecture », *Buildings*, n° 14 (7), 2024, p. 21-47.

¹³ DEBARY Octave et ROUSTAN Mélanie, *Voyage au musée du Quai Branly : anthropologie de la visite du Plateau des collections*, Paris, La Documentation française, 2012, p. 31.

¹⁴ FIRAT Mehmet et KUZU Abdullah, « Semantic Web for E-Learning Bottlenecks. Disorientation and Cognitive Overload », *International Journal*, n° 2 (4), 2011, p. 56-57.

Des paramètres liés à la disposition spatiale, tel que l'agencement d'un objet en deux dimensions dans un espace en trois dimensions – ce qui crée une nouvelle configuration spatiale pour le visiteur – peut rendre cet engagement difficile¹⁵. Un changement dans la mobilisation corporelle et sensorielle au musée viendrait ainsi participer à cette désorientation¹⁶ : un visiteur habitué à regarder les expôts, par exemple, pourrait être potentiellement désorienté s'il lui est demandé de les toucher. L'engagement, contribuant de la construction du sens¹⁷, est donc une partie déterminante du cours de la visite. En conséquence, si cet engagement est mis à mal ou confronté à des formes inhabituelles, cette expérience viendrait à être impactée, pouvant mener à un effet de désorientation.

Ce contexte nous amène à interroger la désorientation en tant que paramètre pouvant, dans certains contextes, constituer une dimension utile aux gestionnaires de sites muséaux et patrimoniaux. C'est notamment le cas dans les études d'évaluation sommative menées en vue d'une refonte d'un parcours permanent. Comment la désorientation affecte-t-elle la construction de sens et l'expérience des visiteurs et, par conséquent, peut-elle devenir une alliée pour fonder une nouvelle conceptualisation muséographique ? Pour étudier cette question, nous nous sommes notamment attachés au cas de l'Arc de triomphe, monument géré par le Centre des monuments nationaux (CMN), qui administre environ 110 autres sites en France métropolitaine¹⁸. À la demande de l'institution, nous y avons mené une enquête qualitative d'évaluation du parcours de visite afin de comprendre l'expérience réellement vécue par les publics. Les résultats de cette enquête devaient servir à assoir la réflexion en vue d'une nouvelle conceptualisation muséographique du site, à ce jour fixée à l'horizon 2028.

Monument voulu par Napoléon I^{er} en 1806 en l'honneur de la Grande Armée, et achevé sous Louis-Philippe en 1836 avec une dédicace nouvelle conciliant la Révolution et l'Empire, rappelons que l'Arc de triomphe est envisagé dès les années 1830 comme un « monument-musée », ouvert au public, bien qu'il faille attendre près d'un siècle pour qu'un premier parcours permanent y soit installé¹⁹. De nos jours, la muséographie se compose de trois espaces (figure 1) : l'entresol (figure 2), la salle de l'attique (figure 3) et la terrasse. L'aménagement contemporain a subi des modifications successives, notamment à la suite des dégradations survenues lors d'une intrusion illicite en 2018, dans le contexte d'occupation du parvis du monument par le mouvement des « Gilets jaunes ». Il présente aujourd'hui des dispositifs issus de la muséographie de 2008 (fragments sculpturaux originaux et écrans tactiles et audiovisuels), agrémentés de quelques ajouts scénographiques réalisés en 2021 (cimaises textuelles), détaillés ci-dessous.

¹⁵ PETRELLI Daniela, NOT Elena et ZANCANARO Massimo, « Getting engaged and getting tired : What is in a museum experience », dans le cadre du workshop *Attitude, Personality, and Emotions in User-Adapted Interaction*, Banff, UserModelling, 1999.

¹⁶ MORGAN Jennie, « The multisensory museum », *Glasnik Etnografskog instituta*, n° 60, 2012, p. 72-73.

¹⁷ SCHMITT Daniel, « Apports et perspectives du "Cours d'expérience" des visiteurs dans les musées », *ICOFOM Study Series*, n° 43b, 2015, p. 251.

¹⁸ L'enquête a fait l'objet d'une commande de la part de l'institution afin d'évaluer l'expérience des visiteurs et de formuler des préconisations en vue d'une refonte du parcours permanent à l'horizon 2028.

¹⁹ ROUGE DUCOS Isabelle, *L'Arc de triomphe de l'Étoile : panthéon de la France guerrière*, Dijon, Éditions Faton, 2008.

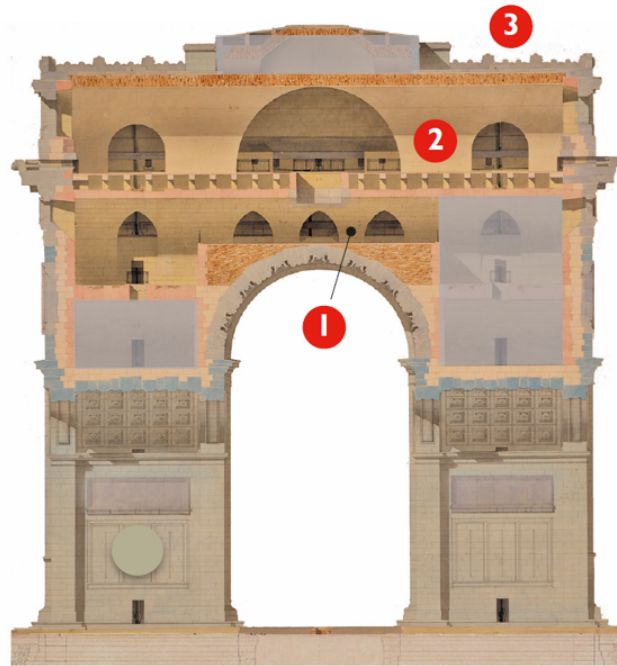


Figure 1. Plan de l'Arc de triomphe d'après le dépliant de visite disponible *in situ* et sur le site internet du monument. Il identifie les trois espaces de visite du parcours permanent : l'entresol (1), la salle de l'attique (2) et la terrasse (3) © Centre des monuments nationaux.



Figure 2. Vue générale de l'entresol avec son dispositif tactile dédié aux arcs du monde (en arrière-plan) et son écran vidéo montrant le parvis et la tombe du Soldat inconnu (en premier plan). Photographie © Centre des monuments nationaux/Léandre Guenard, 2025.



Figure 3. Vue générale de la salle de l'attique avec son dispositif vidéo dédié à l'histoire de l'Arc de triomphe (à gauche), ses cimaises, sa maquette et son tableau *L'Apothéose de Victor Hugo* à droite. Photographie © Centre des monuments nationaux/Léandre Guenard, 2025.

L'entresol, au premier étage de la visite, présente globalement la muséographie de 2008 : un moulage du Génie de la Patrie réalisé par Charles-Edouard Pouzadoux (1898), des fragments issus des restaurations de 2010, tels qu'une tête de lion et un pied du groupe sculpté de *La Paix* d'Antoine Étex (vers 1833), ainsi que deux dispositifs numériques et audiovisuels – la table tactile « les Arcs du monde » et la « vidéo live » donnant une vue sur le parvis et la tombe du Soldat inconnu (2008). La salle de l'attique, au deuxième étage de la visite, comprend quant à elle une partie de la muséographie de 2008, ainsi que la rénovation de 2019 : un buste de Napoléon (auteur inconnu, première moitié du XIX^e), un buste de Louis-Philippe par Jean-Jacques Pradier (1834), un moulage d'une sculpture *Le Poilu* de Jean Boucher (1921), un bouclier commémorant la Deuxième Guerre mondiale, près de deux cents palmes en bronze (1920-1930), une maquette architecturale de l'Arc de triomphe par Georges Chedanne et Henri Bouchard (1938-1940), une peinture *L'apothéose de Victor Hugo* de Guillaume Dubufe (1888)²⁰, ainsi qu'une vidéo sur l'« Histoire de l'Arc de triomphe » (2008). En terrasse, au troisième et dernier étage de la visite, des tables d'orientation côté Wagram et Kléber permettent d'identifier une dizaine de monuments dans Paris (2018). Deux niveaux de panneaux sont présents dans l'espace : la signalétique de médiation (cartels, cartels développés, textes de cimaise) et la signalétique directionnelle (plans, totems directionnels avec pictogrammes et mots situant le sens de visite).

Dans ce contexte, deux hypothèses de recherche ont été formulées en vue de notre enquête. Premièrement, il a été supposé que l'espace d'exposition, au vu d'un manque de muséographie unifiée, n'est aujourd'hui pas perçu comme un

²⁰ Entre 2021 et 2024, une installation d'écrans couvrant la cimaise nord de la salle du musée a comporté le décrochage de l'œuvre de Dubufe à la faveur d'un *timelapse* de l'installation du duo d'artistes Christo et Jeanne-Claude.

parcours traduisant un discours scientifique capable de retranscrire la complexité historique du site (hypothèse 1, ou H1). En conséquence, un besoin verbalisé de lisibilité de l'écriture expographique, des contenus et des dispositifs de médiation a été présumé, au-delà de l'expérience offerte par la terrasse. Deuxièmement, il a été présumé que ces éléments qui concourent à la scénographie du parcours – en particulier l'ergonomie (adaptation à l'usage), la signalétique (directionnelle et de médiation), ainsi que l'environnement sensoriel (acoustique et lumière) – contribuent à la désorientation du visiteur (hypothèse 2, ou H2). Trois dimensions ont été identifiées, à cette étape, comme pouvant participer particulièrement à cela : spatiale (liée au parcours de visite et au déplacement du visiteur dans l'espace muséal), sémantique (liée à la lecture de la narration de l'exposition) et sensorielle (liée à la corporéité et au ressenti de l'expérience).

Pour étudier ces éléments, un terrain a été réalisé au monument en mai 2025, auprès de 20 visiteurs – 10 recrutés sur place et 10 prérecrutés via les réseaux de l'institution – par une approche qualitative mobilisant le programme REMIND, qui sera détaillée successivement. L'enquête auprès des visiteurs a été réalisée sur un échantillon de 20 profils variés (tableau 1). Pour rappel, le choix de l'approche qualitative visait une posture compréhensive, qui n'est pas soumise à un déterminisme sociodémographique identifiable par des récurrences statistiques. Cependant, l'échantillon de l'enquête a été partiellement raisonné afin de recueillir des observations aux plus proches de la réalité du terrain. Aussi, à la lumière des résultats de l'étude des publics de l'Arc de triomphe datant de 2022²¹, l'échantillon que nous avons constitué apparaît globalement cohérent avec les tendances sociodémographiques générales observées en matière d'âge, de catégories socio-professionnelles, de niveau d'instruction, de provenance géographique et d'habitudes de consommation culturelle.

Visiteur	Âge	Sexe	Niveau d'éduc.	Profession	Provenance	Sorties culturelles	Visite monument	Public/non-public
V01	18-25 ans	homme	BAC+5	élève ou étudiant	France (75)	+5 visites	1ère visite	prérecruté
V02	25-34 ans	homme	BAC+3	élève ou étudiant	Italie	+5 visites	1ère visite	recruté sur place
V03	25-34 ans	homme	BAC+3	élève ou étudiant	France (75)	+5 visites	1ère visite	prérecruté
V04	25-34 ans	homme	BAC+5	cadre/prof supérieure	USA (Grèce)	2-5 visites	1ère visite	recruté sur place
V05	45-54 ans	femme	non indiqué	cadre/prof supérieure	USA	1-2 visites	1ère visite	recruté sur place
V06	25-34 ans	homme	BAC+1	prof. arts et culture	USA	2-5 visites	1ère visite	recruté sur place
V07	25-34 ans	femme	BAC+3	prof. arts et culture	France (92)	2-5 visites	2e visite	prérecruté
V08	25-34 ans	femme	BAC+2	chefe entreprise	USA	1-2 visites	1ère visite	recruté sur place
V09	18-25 ans	femme	BAC+5	cadre/prof supérieure	France (75)	1-2 visites	1ère visite	prérecruté
V10	35-44 ans	homme	BAC+8	enseignant	France (75) (Pakistan)	2-5 visites	1ère visite	prérecruté
V11	64 ans et plus	femme	BAC+2	employé	Australie	1-2 visites	2e visite	recruté sur place
V12	45-54 ans	homme	BAC+5	cadre/prof supérieure	France (95)	2-5 visites	1ère visite	prérecruté
V13	55-64 ans	homme	BAC+3	retraité	Canada	2-5 visites	1ère visite	recruté sur place
V14	45-54 ans	femme	BAC+5	prof. arts et culture	France (95)	+5 visites	1ère visite	prérecruté
V15	55-64 ans	femme	BAC+3	cadre/prof supérieure	France (78)	1-2 visites	1ère visite	prérecruté
V16	18-25 ans	femme	BAC	élève ou étudiant	Italie	2-5 visites	1ère visite	recruté sur place
V17	-18 ans	femme	Collège	élève ou étudiant	USA	1-2 visites	1ère visite	recruté sur place
V18	18-25 ans	femme	BAC+3	élève ou étudiant	France (24)	+5 visites	2e visite	recruté sur place
V19	35-44 ans	femme	BAC+8	prof. arts et culture	République Tchèque	+5 visites	1ère visite	prérecruté
V20	-18 ans	femme	Collège	élève ou étudiant	France (75)	+5 visites	1ère visite	prérecruté

Tableau 1. Synthèse illustrant les profils sociodémographiques des visiteurs enquêtés.

²¹ Étude réalisée par Gece et l'Observatoire des publics du CMN pour l'année 2022. Ces données d'archives nous ont été transmises avant l'enquête par l'institution.

Méthode et outils de recherche

Afin d'évaluer ces axes de réflexion, nous avons adopté l'approche qualitative de la recherche permise par le programme REMIND (*Reviviscence, Experience, Emotions, Sense Making micro Dynamics*)²². Ce dernier repose sur des entretiens dits « en remémoration stimulée », une technique d'investigation qui consiste à faire revenir les participants sur leur expérience de visite dite « naturelle », à l'aide de supports visuels²³. Cette approche vise la compréhension des interactions entre les visiteurs et les dispositifs muséographiques dans une approche incarnée de l'expérience, l'*embodiment*²⁴. L'analyse met alors en lumière les aspects cognitifs, sensoriels, émotionnels et sociaux de l'expérience réellement vécue, en autonomie, sans la présence des chercheurs. Cette méthodologie cherche à identifier les séquences élémentaires de l'activité signifiante du point de vue des acteurs afin de reconstruire la dynamique cognitive et corporelle située. Pour ce faire, nous nous sommes appuyés sur l'enregistrement de la trace subjective de l'activité de l'enquêté – le visiteur – à l'aide de lunettes de type *eye-tracker*. Cet outil permet de capter la perspective visuelle de l'expérience, afin de faciliter ultérieurement la remémoration et la stimulation verbale grâce à un effet de remémoration. Cette méthode a déjà été utilisée dans le cadre d'évaluations sommatives, notamment en vue d'une refonte expographique²⁵.

Dans la pratique, le visiteur a été équipé d'un *eye-tracker* après la montée des marches au niveau de l'entresol, identifié comme le début du parcours de visite. Il pouvait s'agir d'un visiteur seul, ou accompagné. Le visiteur ne connaissait pas l'objet de notre recherche, nous l'informions d'un projet général sur la perception visuelle, et ce afin de ne pas l'orienter dans sa visite dite « naturelle » de la découverte du parcours. Nous insistions notamment sur le fait d'inviter chaque participant à effectuer sa visite à son rythme habituel, selon ses propres modalités appréciatives et temporelles. Chaque visiteur a ensuite entamé son parcours libre au sein du monument. Son champ de vision était enregistré par les lunettes. L'expérience se termine lorsque le visiteur a parcouru les trois espaces – entresol, salle de l'attique, terrasse –, et descend de la terrasse vers la sortie, au niveau de la boutique. Le visiteur a été alors déséquipé et accompagné dans une pièce au calme pour procéder à l'entretien.

Après la visite a donc suivi un entretien dit « en remémoration stimulée ». Cet entretien était enregistré en même temps que la vidéo de la visite (servant de support à l'entretien) par un logiciel de capture d'écran vidéo intégré au PC

²² SCHMITT Daniel et AUBERT Olivier, « REMIND, une méthode pour comprendre la micro-dynamique de l'expérience des visiteurs de musées », *RIHM, Revue des Interactions Humaines Médiatisées*, n° 17 (2), 2016, p. 66 ; SCHMITT Daniel, « Décrire et comprendre l'expérience des visiteurs », *ICOFOM Study Series*, n° 42, 2013, p. 209-210.

²³ BLONDEAU Virginie, CHEMENSKA Muriel et SCHMITT Daniel, « Le design de l'expérience au musée : nouvelles perspectives de recherche », *Culture & Musées*, n° 35, 2020, p. 115.

²⁴ GOBBATO Viviana, « Vers une théorie de l'embodiment au musée. Le cas de l'éclairage et ses fonctions », *Éclats*, n° 4, 2024.

²⁵ GOBBATO Viviana, THÉBAULT Marine et SCHMITT Daniel, « L'éclairage au musée, un dispositif de médiation "sensorielle" », *RIHM, Revue des Interactions Humaines Médiatisées*, n° 22 (1), 2021, p. 83-84 ; THÉBAULT Marine, DUTHEILLET DE LAMOTHE Sophie et SCHMITT Daniel : « Médiation du religieux et expérience visitoirielle », *ICOFOM Study Series*, n° 50 (2), 2023, p. 118.

utilisé. Le visiteur était invité à s'asseoir devant l'ordinateur qui retransmettait l'enregistrement de sa visite. Grâce au point de focalisation du regard qui apparaît dans la vidéo comme un cercle rouge, nous pouvions suivre l'attention du visiteur tout en l'exhortant à raconter, décrire et commenter son expérience. Les enquêtés, stimulés par leur vidéo subjective, décrivaient ainsi librement leur expérience. Nos relances reprenaient uniquement les fins de phrase, demandaient des éclaircissements et des compléments en s'appuyant sur le point de focalisation du regard. Ces entretiens permettaient d'avoir une verbalisation précise de l'expérience de visite avec la focalisation du regard, à chaque instant t de la visite.

En phase d'analyse, l'entretien est retranscrit et les verbalisations sont étudiées à partir des composantes de l'activité-signé du visiteur²⁶. Nous visions à identifier pour chaque activité-signé : (i) le représentamen, ce que le visiteur prenait en compte dans le monde tel qu'il le percevait, c'est-à-dire le parcours de visite ; (ii) l'engagement du visiteur à l'égard du représentamen en question ; (iii) les savoirs mobilisés en lien à celui-ci ; (iv) ses attentes en lien à celui-ci ; (v) l'interprétant, c'est-à-dire la connaissance construite en cours d'expérience en lien à celui-ci ; enfin (vi) la valence émotionnelle sur une échelle de plaisir/déplaisir graduée de -3 à +3 en passant par 0 (inspirée de l'échelle médicale), ou bien au choix la charte des émotions appelée XEmotion²⁷. Une approche par matrice thématique des activités-signés a été mobilisée pour analyser les données, ainsi qu'une visualisation des cartographies des données *eye-tracker*. Les échelles de valence émotionnelle ont été mobilisées comme des outils complémentaires afin d'identifier des indicateurs permettant d'approfondir et de qualifier les verbatims des visiteurs, en lien avec les éléments évoqués de leur expérience. Il s'agit donc d'outils d'aide à l'explicitation, pendant l'entretien, qui nous ont permis ensuite, en phase d'analyse, d'affiner la compréhension de certains éléments de l'expérience telle qu'elle a été vécue, décrite et commentée.

Cartographies de la visite

Ces données qualitatives, présentées en quatrième partie de cet article, ont été mises en perspective avec les informations numériques de visite des publics. Cela a permis d'établir un cadre de compréhension du terrain. Pour ce faire, un codage des vidéos *eye-tracker* a été réalisé en appliquant deux scénarios d'analyse distincts : des cartes de chaleur et des cartes de spatialisation du regard. Cette démarche s'appuie sur l'utilisation d'un logiciel fabriquant du dispositif *eye-tracker* mobilisé, appelé Tobii Pro Lab, qui permet un examen des enregistrements vidéo. Le codage réalisé permet notamment d'obtenir la durée du temps passé par les visiteurs en moyenne par salles (tableau 2). Cela montre que les visiteurs passent en moyenne 3 min dans la Salle 1 (entresol), 6 min dans la Salle 2 (salle de l'attique) et 17 min sur la terrasse. Ces données suggèrent que la terrasse constitue l'espace le plus investi par les visiteurs, représentant à elle seule plus de 65 % du temps de parcours.

²⁶ THEUREAU Jacques, *Le cours d'action : méthode réfléchie*, Toulouse, Octarès, 2009.

²⁷ THÉBAULT Marine, BLONDEAU Virginie, AUBERT Olivier et SCHMITT Daniel, « XEmotion : saisir l'expérience sensible », *Revue des Interactions Humaines Médialisées (RIHM) = Journal of Human Mediated Interactions*, n° 21 (2), 2020, p. 69-70.

Moyenne du temps total passé par salle en minutes	
Salle	Temps
Salle 1 — entresol	3 min
Salle 2 — salle de l'attique	6 min
Terrasse	17 min
Total parcours	26 min
Total enregistrement	30 min

Tableau 2. Synthèse illustrant les profils sociodémographiques des visiteurs enquêtés.

Les cartes de chaleur

Le premier scénario repose sur une méthode d'analyse traditionnelle du comportement visuel, mise en œuvre par un codage manuel effectué sur un plan schématique. Cette approche méthodologique est également déployée pour l'analyse des déplacements des visiteurs. Plutôt que de suivre les mouvements physiques des participants dans les vidéos, nous nous concentrons sur le codage de leur attention réelle projetée sur une représentation bidimensionnelle de l'espace d'exposition et des œuvres qu'il contient (figures 4 et 5).

Notre analyse privilégie ce que nous qualifions de réactions visuelles²⁸, que l'on désignera ici de « réactions d'orientation », c'est-à-dire les modifications dans la direction de l'attention visuelle. Plus précisément, nous nous intéressons aux différents objets et points vers lesquels se portent ces directions attentionnelles. L'analyse se concentre donc principalement sur les zones d'attention des visiteurs, les points de fixation, matérialisés par des cercles rouges lors du décodage et l'observation et le recensement systématique de ces éléments.

Les visualisations présentées ci-après, par exemple, s'appuient sur le codage d'un échantillon de 7 vidéos sélectionnées aléatoirement (figure 4). En effet, l'objet de notre étude s'attachait davantage à l'identification des grandes zones de captation de l'attention du parcours d'exposition, de la fluidité de ce même parcours et des déplacements des visiteurs (selon ses points d'intérêts, la compréhension du parcours et du propos d'exposition). Cette analyse permet d'identifier les œuvres les plus observées et, au sein de ces œuvres, les zones ayant généré le plus d'attention (saillance visuelle). Ces données offrent ainsi une cartographie précise des comportements visuels et des préférences attentionnelles des visiteurs dans l'espace d'exposition.

²⁸ BERTIN Eric, « Du regard physiologique au regard sémiotique : premières recherches autour de l'eyetracking », *Nouveaux Actes Sémiotiques*, [en ligne], n° 112, 2009.



Figure 4. Carte de chaleur, réalisée à partir des données de 7 visiteurs, positionnés devant la carte interactive : la zone rouge est la plus regardée.

Un autre type de visualisation a été codée, illustrant le chemin de balayage du regard (*scan path*). Pour la même zone d'attention, deux types d'observations distinctes peuvent être réalisées. La carte de chaleur montre que le cartel est davantage regardé (car lu) que l'œuvre en elle-même – ce qui ne suggère pas un désintérêt pour l'œuvre, mais une mémoire visuelle active, comme nous le soulignerons successivement. Par exemple, il semble que les visiteurs effectuent des allers-retours visuels entre l'œuvre et le texte explicatif – un phénomène récemment approfondi dans les études sur l'expérience de visite, montrant la richesse de ces moments, pourtant courts, de balayage du regard²⁹ – le texte explicatif les amenant à comprendre les éléments qu'ils observent dans le tableau (figure 5). Les deux approches sont complémentaires et instaurent un contexte général de l'expérience de visite, qui a été ensuite étudié en relation aux verbatims.

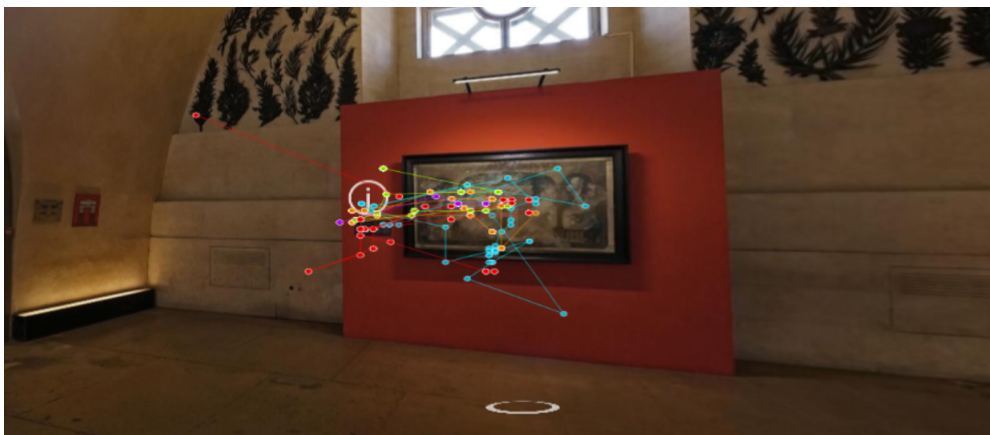


Figure 5. Chemin de balayage (*scan path*), réalisé à partir des données de 7 visiteurs, positionnés devant l'Apothéose de Victor Hugo.

²⁹ THÉBAULT Marine, DUBUIS Mathieu, RAYMOND Florence, GIRVEAU Bruno et SCHMITT Daniel, « Short but Meaningful: Visitors' Experiences Underlying Time Spent Looking at Artworks and Labels », *Museum Management and Curatorship*, n° 1 (32), 2024..

La spatialisation du regard

Un second scénario met l'accent sur l'analyse spatiale du comportement des visiteurs grâce à l'*eye-tracking*. Ce procédé, appelé cartographie schématique (*schematic mapping*), s'apparente à une représentation des déplacements similaire à celle d'un GPS³⁰. Cette notion fait référence à des cartes conçues pour transmettre des informations ciblées, à l'image des plans schématiques des réseaux de transport en commun, qui visent davantage à faire saisir la structure générale du réseau qu'à localiser précisément chaque élément³¹.

Le parcours du visiteur est reconstitué à l'aide du même logiciel fabriquant des *eye-tracker*, qui permet d'effectuer une cartographie oculaire : les points (selon l'usage, points de fixations ou de déplacement) sont cette fois placés sur une image 2D représentant l'espace d'exposition et non plus une œuvre en particulier. La position du visiteur dans l'espace a donc été estimée d'après ses points d'attention, qui permettent de déterminer les éléments qui se trouvent autour de lui et la distance approximative à laquelle il se trouve. En superposant plusieurs parcours, il est ainsi possible d'observer les zones dans lesquelles les visiteurs sont restés le plus longtemps, et de déduire ce qui induit cette attention prolongée.

Par exemple, dans l'entresol (figure 6), le codage a été réalisé sur les données visuelles des 20 participants à l'étude. Cette visualisation matérialise une cartographie des déplacements. Très rapidement, les visiteurs semblent se diriger vers l'escalier de montée. Dès la 1^e minute, 4 visiteurs sont déjà sortis de l'entresol. Une cartographie complète des déplacements dans cet espace permet de comprendre que la plupart des visiteurs tourne autour de la vidéo live et du dispositif dédié aux arcs, en conséquence, le temps de visite moyen s'il est de 5 min, est en réalité plus court, car dès la deuxième minute, 7 visiteurs sur 20 ont déjà quitté la salle.

³⁰ CASAKIN Hernan, BARKOWSKY Thomas, KLIPPEL Alexander et FRESKA Christian, « Schematic Maps as Wayfinding Aids », dans FRESKA Christian, HABEL Christopher, BRAUER Wilfried et WENDER Karl F. (éd.), *Spatial Cognition II*, Berlin, Heidelberg, Springer Berlin Heidelberg, 2000, p. 54-71 ; MEILINGER Tobias, HÖLSHER Christoph, BÜCHNER Simon et BRÖSAMLE Martin, « How Much Information Do You Need? Schematic Maps in Wayfinding and Self Localisation », *Spatial Cognition Reasoning, Action, Interaction*, n° 4387, 2006, p. 381.

³¹ AVELAR Sylvania, *Schematic maps on demand. Design, modeling and visualization*, thèse de doctorat, Zürich, Technische Wissenschaften ETH Zürich, 2002 ; AVELAR Sylvania et HURNI Lorenz, « On the design of schematic transport maps. Cartographica », *The International Journal for Geographic Information and Geovisualization*, n° 41 (3), 2006, p. 217.

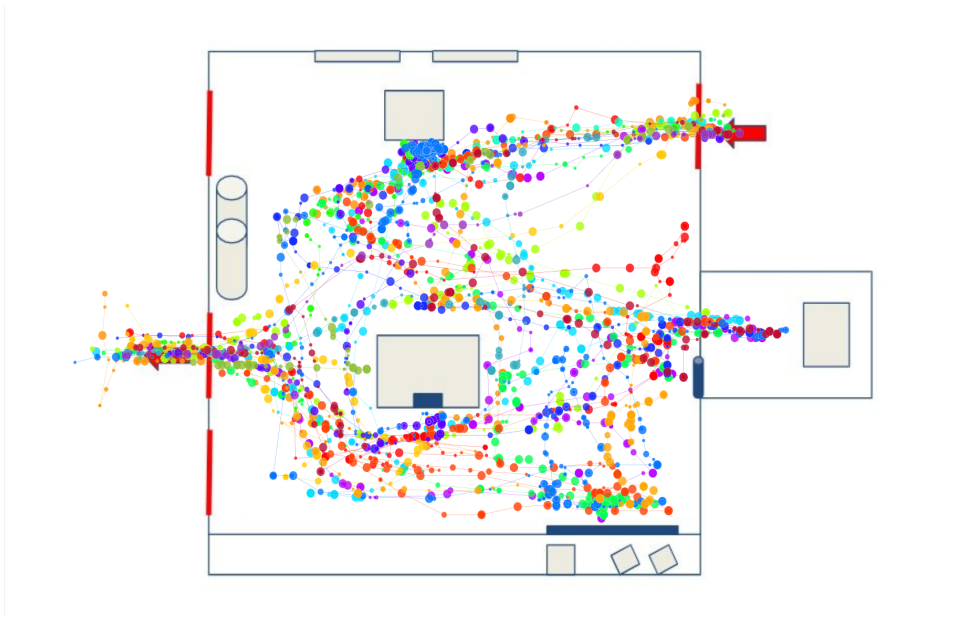


Figure 6. Codage réalisé sur les données visuelles des 20 min – Cartographie des déplacements. Entresol, temps complet © Tobii Pro Lab.

Dans la salle de l'attique (figure 7), la visualisation matérialise une deuxième cartographie des déplacements. De manière générale, il semble que les textes soient les éléments les plus regardés au sein de l'exposition ; la vidéo, elle, n'est pas vue immédiatement. Après 5 min de visite, 4 visiteurs sont déjà sortis de l'attique pour se diriger vers la terrasse. À cet effet, l'hypothèse évoquée par l'institution, et en partie confirmée par notre enquête, est que la majorité des visiteurs viennent à l'Arc dans l'objectif de visiter la terrasse. Nous l'observons notamment dans la mesure où beaucoup découvrent l'existence du musée sur place, ce qui renforce cette hypothèse. Les intentions initiales de visite ne sont donc pas orientées vers l'exposition, ce qui explique le peu de temps que certains visiteurs passent dans le parcours muséal. Il ne s'agit toutefois pas de la seule raison de la « fuite » vers la terrasse : nous verrons dans la prochaine partie de cet article, consacrée à la discussion, que les résultats nuancent cette perspective, en montrant que l'ascension est accélérée par une déception progressive liée à la visite des deux premiers niveaux, conduisant les visiteurs à trouver une forme de réconfort dans la vue panoramique.

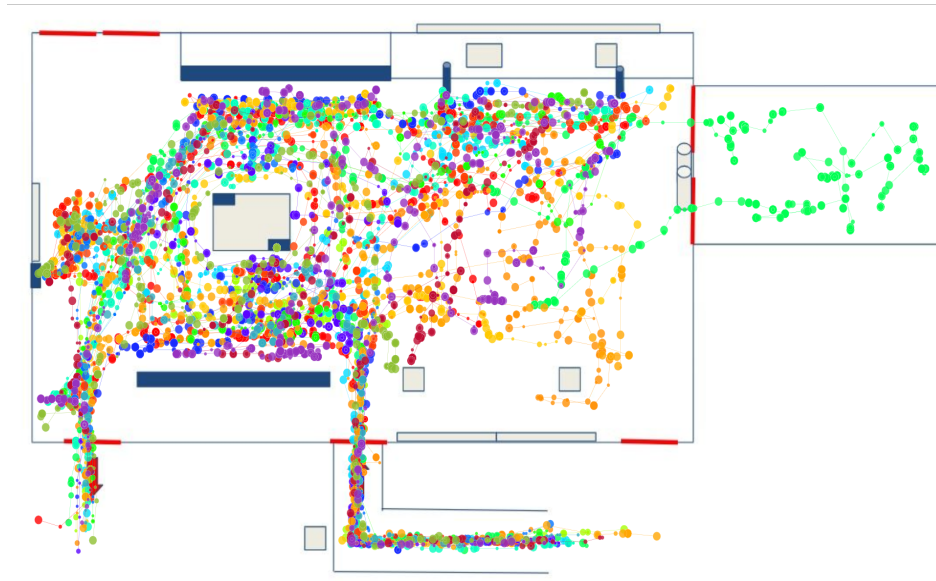


Figure 7. Codage réalisé sur les données visuelles des 20 min - Cartographie des déplacements. Salle de l'attique, temps complet de codage © Tobii Pro Lab.

La narration de visite

Puisque l'analyse du regard ne peut se limiter à la simple étude des points de fixation sur une image en deux dimensions, il s'agissait pour nous de comprendre le réel engagement des publics, entendu comme le degré d'implication et d'attention que les visiteurs développent à l'égard des contenus de visite à l'instant *t*. Ainsi, à partir de ces données contextuelles, nous avons établi une analyse de l'activité-signé des verbatims, en relation aux représentations identifiées dans l'espace (les contenus de l'exposition permanente, tels que détaillés en introduction). Cela a conduit vers une évaluation systématique, thématique et transversale de l'expérience de visite, d'abord visiteur par visiteur, puis par matrice d'analyse globale.

Cette analyse a abouti à la structuration de trois grands axes muséographiques complémentaires, c'est-à-dire trois registres qui participent d'un sentiment de désorientation : un sentiment de désorganisation spatiale face à la construction du parcours ; un dépaysement sémantique par l'absence de récit ; et une déstabilisation sensorielle en lien à l'ergonomie de l'espace. Chaque axe contribue, en ce sens, à dessiner la manière dont la désorientation muséographique générale affecte la construction de sens et l'expérience des visiteurs, tant d'un point de vue cognitif (H1), que scénographique (H2). Les verbatims des visiteurs sont indiqués ci-dessous comme l'ensemble des expressions, phrases et termes présentés entre guillemets. En présentant ces verbatims, nous avons fait le choix de ne pas qualifier le profil des visiteurs, s'agissant d'une étude qualitative portant sur un échantillon relativement limité³².

³² Les annexes de cette recherche comportant l'ensemble des verbatims analysés par thématique seront transmises aux lecteurs qui souhaiteront y accéder, sur simple demande auprès des autrices.

Désorganisation spatiale

Le premier axe concerne les modalités par lesquelles les visiteurs se repèrent, circulent et évoluent dans l'espace du parcours permanent. Il inclut l'aménagement et la façon dont il est perçu dans sa disposition générale tout au long de l'architecture du monument, la circulation, la logique du parcours et la signalétique (panneaux et écriteaux directionnels).

Les valences positives identifiées en phase d'entretien permettent de décrire les phénomènes suivants : l'espace intérieur (entresol et salle de l'attique) suscite un plaisir esthétique ou sensoriel lié à la surprise de son architecture, de ses « arcades » et hauteurs sous plafond. La qualité patrimoniale du lieu et sa promenade architecturale, tant à l'intérieur qu'ensuite en terrasse, sont mentionnées. La « liberté » du parcours, entendu comme la succession d'espaces ouverts offrant des « attractions » et « points de rendez-vous », provoque un plaisir dans sa découverte. Les publics vivent ce parcours comme un « aller » vers la terrasse, une ascension patrimoniale, ponctuée d'éléments de visite. Cela inclut donc la possibilité de revenir à ces mêmes éléments après la visite de la terrasse, que les visiteurs sont « pressés » de découvrir, et ce pour approfondir les contenus, y compris sur le parvis lors d'une visite extérieure. En conséquence, ce circuit en boucle est apprécié.

Néanmoins, cette expérience spatiale devient rapidement un frein lorsqu'elle est comprise comme étant isolée d'un « fil conducteur » clair et d'une « organisation » globale, ainsi qu'en lien avec la perception d'une « absence de scénographie ». Les publics prérecrutés expriment particulièrement une forme de déception face à cette exposition perçue comme fragmentée, sans lien narratif évident. Le vocabulaire employé – « morcelé », « gâché », « il manque une histoire » ou « un univers » – renvoie à une attente de cohérence. La visite donne alors le sentiment d'une juxtaposition d'éléments sans logique explicite.

Ce sentiment est plus fort dans l'entresol, perçu comme un « hall » ou une « salle de passage », à parcourir rapidement. Le symbole patrimonial de l'Arc de triomphe ainsi que l'expérience culturelle concurrentielle parisienne accentuent cette déception pour le public local. La présence de la boutique en milieu de parcours en salle de l'attique est source de confusion avec l'espace d'exposition, voire d'irritation. Elle « prend toute la place de l'architecture », se situant au centre, attirant le regard par son éclairage. En effet, pour de nombreux visiteurs, elle sert de repère mental de « fin de visite » muséale, ce qui crée un biais de navigation. Certains perçoivent cette boutique comme une intrusion commerciale dans l'expérience culturelle, décrite par un visiteur comme « typiquement touristique ». Il est suggéré de l'habiller d'une autre signalétique, voire de la couvrir, ou de la placer ailleurs. En terrasse, l'expérience émotionnelle atteint les plus hautes valences positives. Cet espace contemplatif est source de découverte de la ville, d'observation architecturale, de curiosité avec la vie locale par un « jeu d'échelle » (circulation, passage des masses, terrasses voisines).

En détail, l'un des points de friction majeurs exprimés concerne la signalétique directionnelle. Plusieurs visiteurs rapportent des situations de désorientation. Puisque le monument présente une architecture intérieure complexe, la confusion entre les différents espaces (exposition, toilettes, boutique, escaliers) perturbe la lecture du parcours, causant une fatigue et un sens d'alerte tout au

long de la découverte. En conséquence, les publics engagent des stratégies individuelles, à la recherche des repères pour construire une carte mentale de navigation. Ils essaient de « comprendre » la suite afin de construire une vision cohérente et globale. Certains se sentent néanmoins « perdus », et un sens d'errance s'installe. On cherche constamment ce qui « reste à faire » ou « à voir », alternant le sens de surprise à la découverte d'un nouvel espace, avec un sens de confusion cognitive et sémantique en relation au manque d'indications et d'explications répété.

La signalétique directionnelle n'interpelle pas pour différentes raisons. La forte affluence dissimule la visibilité des panneaux, qualifiés de « discrets » et peu « percutants ». Le format de la signalétique directionnelle est parfois confondu avec les écriteaux de médiation. Les totems directionnels présentent des termes en langue française et anglaise, ce qui peut créer une barrière linguistique, et cela d'autant plus avec un format vertical détournant l'approche intuitive de la lecture des mots. La suggestion d'une signalétique par pictogrammes ou lumineuse au sol est soulevée. En conséquence, cette circulation « à l'aveugle » encourage à suivre le flux des visiteurs pour engager la navigation du parcours. Le circuit étant en boucle, certains publics sont désorientés par le flux de montée et de descente des visiteurs.

Dans cette quête de repères, beaucoup se retrouvent à chercher des éléments contextuels de base, comme les dates clés, les noms des concepteurs et les informations concernant la genèse du monument, sans les trouver si la brochure ou la vidéo ne sont pas lues. Ce déficit d'informations directionnelles et historiques accélère l'ascension vers la terrasse et la sensation de frustration.

Un dépaysement sémantique

Le deuxième axe de l'analyse explore la manière dont les éléments patrimoniaux, historiques et les dispositifs sont valorisés. Dans une perspective globale, les contenus proposés dans le parcours de visite de l'Arc de triomphe révèlent un paradoxe : bien que le monument soit riche d'une histoire nationale, les thématiques présentées et les éléments exposés peinent à faire émerger un récit clair, notamment connecté à la mémoire collective. Pourtant, les visiteurs, qu'ils soient internationaux ou locaux, expriment un désir de compréhension, d'émotion et d'ancrage.

Une première expectative concerne l'absence de thématique générale, telle qu'une introduction au début de la visite dans l'entresol. Le public international, qui ne connaît pas l'histoire de France, semble particulièrement désorienté à ce sujet, tandis que le public français, qui la connaît, se montre exigeant face à l'absence de rappels historiques. Le manque de grands repères temporels et de narration historique nuit à la compréhension globale – y compris sa dimension mémorielle. Aussi, les visiteurs expriment une attente d'ancrage historique avec les origines de la construction et la figure de Napoléon. Des attentes de contextualisation de base sont présentes : les origines du monument, l'évolution de sa fonction tout au long de l'histoire de France, la signification de sa symbolique nationale et mémorielle. Plus largement, il est demandé de définir ce qu'est un arc de triomphe et d'expliquer pourquoi il en existe de différentes

formes. En conséquence, l'effort détourne l'attention des visiteurs et participe d'une frustration globale au sein du musée. Un sens de « déception », de désorientation d'ordre cognitive, de « perte d'attention » est alors ressenti, contribuant à une frustration pendant la visite.

À l'image des éléments évoqués supra, l'organisation spatiale des œuvres et des objets patrimoniaux – les « vraies choses » au sens muséologique – est jugée morcelée, dans une scénographie absente, qui ne crée pas de liens thématiques généraux et n'accompagne pas le public. Plusieurs visiteurs regrettent une esthétique peu valorisante de ces contenus. Dans la salle de l'attique, par exemple, concernant la réception de la maquette, deux comportements sont observés. D'une part, les visiteurs sont attirés par le jeu d'échelle et la représentation des détails. La maquette leur permet de découvrir de nouveaux éléments sculpturaux sur le monument. Les inscriptions des noms des victoires militaires sur les boucliers, à hauteur du regard, intriguent particulièrement. Ces « cartouches », ainsi appelées par certains, sont questionnées. D'autres visiteurs, ne trouvant pas d'explications à ce sujet sur le cartel développé, se dirigent vers les deux cimaises en pensant y voir les réponses. D'autre part, d'autres visiteurs se détournent de cet objet muséologique. Leur intérêt n'est pas stimulé, car la présence d'« un arc dans un arc », tel qu'évoqué par un visiteur, n'est pas comprise, l'ayant déjà vu ou pouvant le voir de l'extérieur : l'existence de la maquette n'intéresse pas une partie des publics, à l'égard du manque d'autres éléments jugés davantage essentiels, comme des explications sur l'histoire du monument. Cela ne répond pas à leur besoin de contenu primaire, c'est-à-dire les grands axes clés du monument.

À l'inverse, la vue panoramique de la terrasse apporte un engagement contemplatif, émergeant comme un élément stabilisant de la visite et à valence positive. La contemplation de l'urbanisme de la ville et ses axes, de ses monuments, de la vie et des demeures des habitants suscite des états émotionnels maximaux (+3), lorsqu'en phase d'entretien, les visiteurs sont questionnés à ce sujet et doivent se positionner sur les échelles de valence émotionnelle. La vue amplifie la dimension patrimoniale du monument, car on « glisse dans l'histoire » de Paris. La proximité avec la ville consent aussi un « jeu d'échelle impressionnant », apprécié par sa « prise de hauteur » et la visibilité de l'« horizon ». Bien qu'un manque de contenu supplémentaire sur la ville et ses monuments soit évoqué, cette partie compense globalement la stimulation et les attentes des visiteurs, répondant à l'expérience touristique associée au monument.

Déstabilisation sensorielle

Le troisième axe traite de l'ergonomie de l'espace dans sa globalité. La question du confort est examinée, en lien avec les contraintes physiques de l'espace, la fatigue générée par l'épreuve de la visite, notamment en lien au mobilier et à l'architecture du lieu, en particulier la présence de 284 marches. L'analyse révèle une série de tensions entre l'architecture spectaculaire, la dimension patrimoniale du lieu et les besoins concrets des visiteurs. La verticalité du monument, l'exposition irrégulière à la lumière, le bruit et la haute fréquentation génèrent des contraintes spécifiques qui ne sont pas ressenties comme étant suffisamment

compensées aujourd'hui. Les témoignages montrent que le corps du visiteur, dans ses besoins comme dans ses usages ordinaires (s'orienter, se sentir en sécurité), est mis à l'épreuve par la muséographie actuelle.

Les publics intègrent généralement la notion de « dynamique » dans l'expérience de visite à l'Arc de triomphe. L'envie de s'asseoir est évoquée à divers moments pour se reposer, notamment en montant les nombreuses marches. Les opportunités pour s'asseoir, lorsqu'elles existent, sont donc appréciées. Leur nombre ne semble pas soulever un besoin supplémentaire, sauf en terrasse pour profiter davantage de la vue. Si pour certains, l'effort physique fait partie intégrante de l'expérience, soulignant s'attendre à « beaucoup plus de marches », pour d'autres il serait appréciable d'être accompagnés dans l'effort par des informations sur le nombre des marches et la durée d'ascension, avant et pendant l'effort, rejoignant le souhait d'avoir des informations de médiation sur l'architecture du monument et de son expérience patrimoniale, en plus que sur son histoire, comme évoqué précédemment. Nous notons que cela n'est pas influencé par l'âge des visiteurs, contrairement à ce qui aurait pu être imaginé.

Les perceptions liées à l'éclairage, naturel et artificiel, sont aussi divisées. Dans les salles intérieures, notamment à l'entresol, une sensation d'obscurité est mise en évidence. Cela contraste avec l'éblouissement en terrasse, causé par la lumière du jour, ainsi que l'éclat de l'incidence de la lumière sur la pierre blanche. Des écarts rapides de lumière, naturelle et artificielle, sont soulignés, nuisant à la lisibilité de l'espace et contribuant à une fatigue physiologique. Enfin, le bruit et la densité de visiteurs sont régulièrement évoqués comme des facteurs de fatigue, de désengagement et d'évitement. Certains cherchent à s'isoler dans un coin tranquille, se détournent de certains espaces ou points de vue pour éviter la surcharge spatiale, ce qui témoigne d'un désir d'appropriation de l'espace muséal et architectural, gêné par l'affluence actuelle. Cet environnement crée un univers perturbant, qui compense, finalement, négativement le manque d'un univers patrimonial scénographique et de médiation. Les espaces intérieurs sont donc généralement traversés très rapidement, voire fuis, comme la chronologie des flux des données numériques d'*eye-tracking* a permis également de l'observer.

Conclusion : à l'épreuve du musée, enjeux et perspectives

L'étude menée en diagnostic du parcours de l'Arc de triomphe confirme les deux hypothèses formulées en introduction. Actuellement, le parcours est perçu comme désarticulé, d'un point de vue spatial et narratif, souffrant d'un déficit d'intelligibilité scientifique et patrimoniale. Cela appelle à une clarification conceptuelle, narrative et spatiale, ainsi qu'à un renforcement de sa médiation, en vue d'une expérience plus lisible, cohérente et engageante.

La désorientation muséographique générale affecte la construction de sens et l'expérience des visiteurs, tant d'un point de vue cognitif (H1), que scénographique (H2). Le parcours muséographique de l'Arc de triomphe entraîne des difficultés de navigation, qui nous l'avions vu initialement, accentuée

les expériences de confusion et de désorientation³³. Ici, c'est donc bien une limite de l'orientation proposée par les concepteurs du parcours qui émerge ; le sens « spatial » n'est pas toujours identifiable par le visiteur³⁴, qui confond parfois entrée et sortie de parcours. Cette idée semble être accentuée pour les primovisiteurs qui ne sont pas habitués à l'espace³⁵, cette typologie de visiteur étant très majoritairement présente à l'Arc de triomphe (75 %) ³⁶. L'ergonomie de l'espace vient également produire une forme de désorientation, car les contraintes physiques du lieu, la haute fréquentation, produisent une déstabilisation sensorielle qui ne permet pas au visiteur de s'orienter correctement. L'accompagnement spatial proposé (signalétique, mobilier, dispositifs d'orientation) ne suffit pas à compenser les contraintes physiques que subit le visiteur. L'absence de récit entraîne ce que nous qualifions dans cet article de « dépaysement sémantique », car la perte de sens est également liée à la tentative de compréhension de la narration pensée par les concepteurs du parcours. Cette tentative échoue à l'Arc de triomphe car le visiteur manque d'informations spécifiques ou d'un fil conducteur clairement défini. En effet, si de nombreuses informations sont présentes dans le parcours, c'est bien leur qualité et leur correspondance aux attentes des visiteurs³⁷, qui fait défaut dans le cas présent. La désorientation s'exprime donc bel et bien comme une expérience protéiforme, qui impacte la construction du sens spatial et sémantique du visiteur dans le parcours muséographique de l'Arc de triomphe.

Le contexte observé dans ce monument semble illustrer une expérience touristique typique de ce qui pourrait être imaginé pour un site à forte fréquentation et à renommée internationale. Rappelons que, comme l'a discuté Daniel Jacobi³⁸, le tourisme transforme l'expérience en reconfigurant l'espace des sites, en structurant le temps de la visite et en modifiant la relation au patrimoine. Les pratiques observées pendant notre enquête s'inscrivent dans cette tendance à une standardisation de l'expérience, marquée par des flux denses et un temps de visite réduit, caractéristiques d'un phénomène de surfréquentation touristique³⁹, voire d'hyper fréquentation⁴⁰, dans un monument comme l'Arc de triomphe, à forte attractivité internationale. Si, de manière générale, ce contexte interroge les politiques de gestion mises en œuvre par l'institution pour réguler ces phénomènes, une tension apparaît entre trois impératifs⁴¹ : la protection patrimoniale, le développement de l'attractivité

³³ ARCHER Louise, DAWSON Emily, SEAKINS Amy et WONG Billy, *op. cit.*

³⁴ DAVALLON Jean, GOTTESDIENER Hana et VILATTE Jean-Christophe, *op. cit.*

³⁵ GOMBRICH Ernst, *op. cit.*

³⁶ Donnée issue de l'enquête quantitative évoquée en introduction, réalisée par Gece pour le CMN à l'Arc de triomphe en 2022.

³⁷ COHEN Marilyn, WINKEL Gary, OLSEN Richard et WHEELER Frederick, *op. cit.* ; GOULDING Christina, *op. cit.*

³⁸ JACOBI Daniel, « La délectation culturelle à l'ère du tourisme de masse », *Communication & langages*, n° 1 (191), 2017, p. 17-18.

³⁹ HATT Emeline et CLARIMONT Sylvie, « La gestion des fréquentations dans les territoires touristiques : un enjeu des politiques publiques pour préserver et valoriser le patrimoine naturel, en France », dans le cadre du 11^e colloque de l'AsTRES *L'agilité touristique en période de crises : répliques, accélérations, réinventions.. ?*, Nice, Université Côte d'Azur, 8-10 novembre 2022.

⁴⁰ PETR Christine, KREBS Anne et SURBLED Cyril, « La gestion de l'hyper fréquentation du patrimoine : d'une problématique grandissante à ses réponses indifférenciées et segmentées », *9th International Conference on Arts and Culture Management*, Valence, 2007.

⁴¹ GRAVARI-BARBAS Maria, « Politiques publiques en matière de patrimoine et de tourisme : un mariage de raison ? », *L'Observatoire*, n° 2 (61), 2023, p. 19-29.

culturelle et les intérêts économiques du tourisme. Le cas étudié, à partir de l'observation de l'expérience de visite, suggère la reproduction de ce modèle, tel qu'il est ressenti et verbalisé par les visiteurs. Notre étude ne portait pas directement sur cette question, qui mériterait une recherche spécifique sur la gouvernance du monument. Il est toutefois intéressant de souligner que les externalités négatives d'une gestion perçue comme excessivement orientée vers le tourisme affectent la matérialisation du parcours permanent, l'expérience de visite, ainsi que l'attractivité auprès des non-publics, en particulier les publics de proximité, qui tendent à éviter le site.

De manière plus générale, si l'on pousse un peu plus loin l'étude des expériences de désorientation dans un parcours muséographique et la manière dont celles-ci peuvent impacter la visite, il convient alors de souligner que la désorientation est certes une expérience qui a trait aux capacités de navigation humaine, mais qui apporte également une perspective d'analyse plus globale sur la cognition humaine. La désorientation peut être appréhendée comme un sentiment métacognitif⁴², qui apporte un regard précis sur les processus cognitifs permettant à un individu de s'orienter, mais également sur les moments clés où ces capacités d'orientation sont mises à mal. Les différents paramètres muséographiques identifiés ici (compréhension et expérience du parcours et de sa signalétique, des contenus, des écrans de médiation, de l'ergonomie de l'espace), constituent ces points de rupture entre orientation et désorientation. Ces derniers ne dépendent donc pas uniquement de la conception efficiente d'un parcours muséographique, mais également des capacités de réception du visiteur, et d'un traitement cognitif global des informations.

Cette étude du parcours muséographique de l'Arc de triomphe, permet donc d'apporter une perspective nouvelle et plus fine des paramètres de la construction du sens chez le visiteur. Elle met en lumière les modalités qui viennent bouleverser ou compromettre cette construction de sens au cours de la visite. Le concept de désorientation est ici introduit comme incarnant une forme de rupture sémantique et spatiale perçue par le public, qui est la résultante de plusieurs paramètres du parcours de visite. Il serait donc intéressant de répliquer cette étude dans d'autres espaces patrimoniaux – notamment en phase d'étude sommative en vue d'une refonte de parcours –, qui incarnent par exemple une complexité historique. Cela permettrait d'essayer de déterminer si la rupture, qui provient d'une difficulté à traduire cette complexité, survient dans d'autres cas de figure. Cette exploration pourrait également amener à l'établissement d'un cadre causal stabilisé sur les modalités muséographiques d'apparition de la désorientation en contexte muséal. Pour cela, les méthodologies en remémoration stimulée constituent un point d'entrée particulièrement éclairant, car elles mettent au jour les dynamiques qui guident le regard et l'attention du visiteur (indices sur l'orientation spatiale), mais également les aspects cognitifs, sensoriels, émotionnels et sociaux de l'expérience réellement vécue (indices sur l'orientation sémantique). Elles apportent ainsi une perspective nouvelle et plus fine sur les paramètres de la construction du sens et sur les modalités susceptibles de bouleverser ou de compromettre cet équilibre expérientiel.

⁴² FERNANDEZ VELASCO Pablo et CASATI Roberto, « Subjective disorientation as a metacognitive feeling », *Spatial Cognition and Computation*, n° 20 (4), 2020, p. 292.

Bibliographie

ARCHER Louise, DAWSON Emily, SEAKINS Amy et WONG Billy, « Disorientating, fun or meaningful? Disadvantaged families' experiences of a science museum visit », *Cultural Studies of Science Education*, n° 11, 2016, p. 917-939.

AVELAR Sylvania, *Schematic maps on demand. Design, modeling and visualization*, thèse de doctorat, Zürich, Technische Wissenschaften ETH Zürich, 2002.

AVELAR Sylvania et HURNI Lorenz, « On the design of schematic transport maps. Cartographica », *The International Journal for Geographic Information and Geovisualization*, n° 41 (3), 2006, p. 217-228.

BERTIN Eric, « Du regard physiologique au regard sémiotique : premières recherches autour de l'eyetracking », *Nouveaux Actes Sémiotiques*, [en ligne], n° 112, 2009. Disponible sur : <http://revues.unilim.fr/nas/> (consulté le 22 avril 2026).

BLONDEAU Virginie, CHEMENSKA Muriel et SCHMITT Daniel, « Le design de l'expérience au musée : nouvelles perspectives de recherche », *Culture & Musées*, n° 35, 2020, p. 107-131.

CASAKIN Hernan, BARKOWSKY Thomas, KLIPPEL Alexander et FRESKA Christian, « Schematic Maps as Wayfinding Aids », dans FRESKA Christian, HABEL Christopher, BRAUER Wilfried et WENDER Karl F. (éd.), *Spatial Cognition II*, Berlin, Heidelberg, Springer Berlin Heidelberg, 2000, p. 54-71.

CITTON Yves, *Expériences de désorientations*, cycle de conférences, Paris, La Gaîté Lyrique, 10 octobre - 28 novembre 2019. Disponible sur : <https://www.gaite-lyrique.net/cycle/experiences-de-desorientations> (consulté le 6 mai 2025).

COHEN Marilyn, WINKEL Gary, OLSEN Richard et WHEELER Frederick, « Orientation in a Museum—An Experimental Visitor Study », *Curator : The Museum Journal*, n° 20, 2010, p. 85-97.

DAVALLON Jean, GOTTESDIENER Hana et VILATTE Jean-Christophe, « A quoi peuvent donc servir les recherches sur les visiteurs », *Culture & Musées*, n° 8 (1), 2006, p. 161-172.

DEBARY Octave et ROUSTAN Mélanie, *Voyage au musée du Quai Branly : anthropologie de la visite du Plateau des collections*, Paris, La Documentation française, 2012.

EIDELMAN Jacqueline, ROUSTAN Mélanie et GOLDSTEIN Bernadette, *La place des publics : de l'usage des études et recherches par les musées [actes des journées d'études des 1^{er} et 2 juin 2006, Paris, École du Louvre, Paris, La Documentation française. Musées-mondes, 2008.*

FERNANDEZ VELASCO Pablo et CASATI Roberto, « Subjective disorientation as a metacognitive feeling », *Spatial Cognition and Computation*, n° 20 (4), 2020, p. 281-305.

FIRAT Mehmet et KUZU Abdullah, « Semantic Web for E-Learning Bottlenecks. Disorientation and Cognitive Overload », *International Journal*, n° 2 (4), 2011, p. 55-66.

GOBBATO Viviana, « Vers une théorie de l'embodiment au musée. Le cas de l'éclairage et ses fonctions », *Éclats*, n° 4, 2024. Disponible sur : <https://doi.org/10.58335/eclats.575> (consulté le 2 juin 2025).

GOBBATO Viviana, THEBAULT Marine et SCHMITT Daniel, « L'éclairage au musée, un dispositif de médiation "sensorielle" », *RIHM, Revue des Interactions Humaines Médiatisées*, n° 22 (1), 2021, p. 61-89.

GOMBRICH Ernst, « Should a museum be active? », *Museum International*, n° 21 (1), 1968, p. 79-86.

GOULDING Christina, « The museum environment and the visitor experience », *European Journal of Marketing*, n° 34 (3/4), 2000, p. 261-278.

GRAVARI-BARBAS Maria, « Politiques publiques en matière de patrimoine et de tourisme : un mariage de raison ? », *L'Observatoire*, n° 63 (2), 2023, p. 19-29.

HATT Emeline et CLARIMONT Sylvie, « La gestion des fréquentations dans les territoires touristiques : un enjeu des politiques publiques pour préserver et valoriser le patrimoine naturel, en France », dans le cadre du 11^e colloque de l'AsTRES *L'agilité touristique en période de crises : réplifications, accélérations, réinventions.. ?*, Nice, Université Côte d'Azur, 8-10 novembre 2022. Disponible sur : <https://hal.science/hal-04090440v1> (mis en ligne le 23 juillet 2023, consulté le 13 avril 2026).

ITTELSON William, PROSHANSKI Harold, RIVLIN Leanne et WINKEL Gary, *An introduction to environmental psychology*, Oxford, Holt, Rinehart & Winston, 1974.

JACOBI Daniel, « La délectation culturelle à l'ère du tourisme de masse », *Communication & langages*, n° 191 (1), 2017, p. 15-27.

LATOUR Bruno et WEIBEL Peter (éds.), *Critical zones: The science and politics of landing on earth*, Cambridge, MIT Press, 2020.

MEDAKOVIC Jelena, ATANACKOVIC JELICIC Jelena, ECET Dejan, NEDUCIN Dejana et KRKLJES Milena, « The Interplay between Spatial Layout and Visitor Paths in Modern Museum Architecture », *Buildings*, n° 14 (7), 2024, p. 21-47.

MEILINGER Tobias, HÖLSHER Christoph, BÜCHNER Simon et BRÖSAMLE Martin, « How Much Information Do You Need? Schematic Maps in Wayfinding and Self Localisation », *Spatial Cognition Reasoning, Action, Interaction*, n° 4387, 2006, p. 381-400.

MORGAN Jennie, « The multisensory museum », *Glasnik Etnografskog instituta*, n° 60, 2012, p. 65-77.

ROUGE DUCOS Isabelle, *L'Arc de triomphe de l'Étoile : panthéon de la France guerrière*, Dijon, Éditions Faton, 2008.

PETR Christine, KREBS Anne et SURBLED Cyril, « La gestion de l'hyper fréquentation du patrimoine : d'une problématique grandissante à ses réponses indifférenciées et segmentées », *9th International Conference on Arts and Culture Management*, Valence, 2007.

PETRELLI Daniela, NOT Elena et ZANCANARO Massimo, « Getting engaged and getting tired : What is in a museum experience », dans le cadre du workshop *Attitude, Personality, and Emotions in User-Adapted Interaction*, Trento, UserModelling, 1999.

ROUILLE André, « Différence et désorientation », *Paris Art* [en ligne], 2008.

Disponible sur :

<https://www.paris.art.com/difference-et-desorientation/> (consulté le 17 avril 2025).

SCHMIDT DI FRIEDBERG Marcella, *Geographies of Disorientation*, Londres et New York, Routledge, 2019.

SCHMITT Daniel et AUBERT Olivier, « REMIND, une méthode pour comprendre la micro-dynamique de l'expérience des visiteurs de musées », *RIHM, Revue des Interactions Humaines Médiatisées*, n° 17 (2), 2016, p. 43-70.

SCHMITT Daniel, *Apports et perspectives du « Cours d'expérience » des visiteurs dans les musées, ICOFOM Study Series*, n° 43b, 2015, p. 249-261.

SCHMITT Daniel, « Décrire et comprendre l'expérience des visiteurs », *ICOFOM Study Series*, n° 42, 2013, p. 205-216.

THÉBAULT Marine, DUBUIS Mathieu, RAYMOND Florence, GIRVEAU Bruno et SCHMITT Daniel, « Short but Meaningful: Visitors' Experiences Underlying Time Spent Looking at Artworks and Labels », *Museum Management and Curatorship*, n° 32 (1), 2024. Disponible sur : <https://doi.org/10.1080/09647775.2024.2393149> (consulté le 23 février 2026).

THEBAULT Marine, DUTHEILLET DE LAMOTHE Sophie et SCHMITT Daniel : « Médiation du religieux et expérience visitoirielle », *ICOFOM Study Series*, n° 50 (2), 2023. Disponible sur : <https://doi.org/10.4000/iss.4775> (consulté le 2 juin 2025).

THEBAULT Marine, BLONDEAU Virginie, AUBERT Olivier et SCHMITT Daniel, « XEmotion : saisir l'expérience sensible », *Revue des Interactions Humaines Médiatisées (RIHM) = Journal of Human Mediated Interactions*, n° 21 (2), 2020, p. 59-82.

THEUREAU Jacques, *Le cours d'action : méthode réfléchie*, Toulouse, Octarès, 2009.

WINKEL Gary et SASANOFF Robert, *An approach to an objective analysis of behavior in architectural space. Architecture/Development Series Seattle*, Washington, University of Washington, College of Architecture and Urban Planning, n° 5, 1966.

WOLF Robert, *The Missing Link: The Role of Orientation in Enriching the Museum Experience*, dans NICHOLS Susan K, *Patterns in Practice*, Londres et New York, Routledge, 2008.