

## Consommation et modes de vie

MUSÉES, EXPOSITIONS, MONUMENTS

# L'information aussi cruciale que la gratuité pour attirer de nouveaux publics

Jörg Müller |

En dépit d'un contexte économique difficile, un tiers des Français ont visité un musée, une exposition temporaire ou un monument national au cours des douze derniers mois, un taux en constante progression depuis la fin de la crise sanitaire. Toutefois, les freins à la visite restent importants, notamment le prix du billet. Plus d'un tiers des Français ont ainsi renoncé à une visite parce que c'était trop cher. La gratuité serait-elle la panacée pour inciter plus de monde à se rendre dans ces lieux culturels ?

Le Département des études et prévisions du ministère de la Culture a souhaité insérer une série de questions relatives à ce thème dans l'enquête barométrique Conditions de vie du CRÉDOC à la fin de l'année 2022. Les résultats montrent la complexité des enjeux liés à la gratuité des musées. En effet, même si la gratuité inciterait plus de deux tiers des Français à y aller ou à y aller plus souvent, elle ne serait pas suffisante pour attirer davantage les publics peu habitués aux visites muséales : elle profiterait surtout aux visiteurs assidus. Afin d'élargir la panoplie des visiteurs potentiels, d'autres leviers comme la mise à disposition de davantage d'informations sur les prix, les horaires ou encore les programmations s'avèreraient davantage opérants. C'est donc la combinaison de plusieurs incitations qui permettra un ciblage plus large.

## Une meilleure information inciterait presque autant que le prix du billet

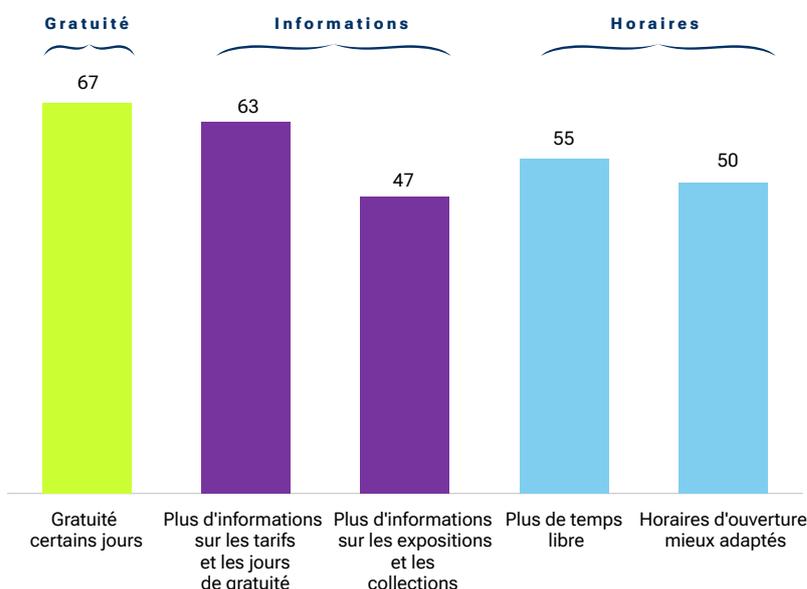
Divers facteurs peuvent inciter à visiter plus souvent un musée comme le prix, les informations disponibles sur les œuvres exposées, les horaires ou encore le temps libre dont on dispose pour ce type de sortie. Parmi ces paramètres, la gratuité semble se démarquer nettement : plus de deux tiers des Français (67 %) iraient plus souvent au musée si la visite était gratuite. Au-delà de la gratuité, le prix des billets joue aussi un rôle : en 2024, plus d'un tiers des Fran-

çais (36 %) ont renoncé à une visite patrimoniale parce que c'était trop cher. Un renoncement plus fréquent parmi les parents d'une famille monoparentale (44 %) et parmi les sexagénaires (42 %). Devoir supporter le coût de plusieurs billets pour des visites avec les enfants ou les petits-enfants explique probablement cette différence.

Les politiques d'information auraient aussi un rôle important pour mobiliser

D'avantage d'informations pratiques et des horaires plus adaptés seraient presque aussi importants que la gratuité

Iriez-vous plus souvent dans les musées...? (en %)



Source : CRÉDOC, enquête Conditions de vie et aspirations, Baromètre des pratiques patrimoniales, 2022.

davantage nos concitoyens. 63 % des enquêtés déclarent que de meilleures informations sur les tarifs et les jours de gratuité augmenteraient leur propension à faire une visite et 47 % iraient plus souvent au musée s'ils avaient plus d'informations sur les expositions et les collections. Un accent particulier est également mis sur le désir de disposer de plus de temps libre (55 %) ou sur le souhait que les horaires d'ouverture soient mieux adaptés à leurs besoins (50 %). Cette demande est plus forte chez les actifs (60 %), pour qui le paramètre du temps importe davantage que pour les retraités ou les étudiants moins contraints dans l'organisation de leurs journées.

## La gratuité serait plus motivante pour les personnes déjà adeptes des visites

Certes, deux tiers des Français iraient plus souvent au musée si la visite était gratuite, mais force est de constater que cela concerne davantage les profils qui fréquentent le plus souvent les lieux patrimoniaux, tels que les diplômés du supérieur (76 % contre 67 % en moyenne), les actifs occupés (71 %), les cadres et les professions intellectuelles supérieures (74 %) ou encore les classes moyennes supérieures (71 %). L'argument de la gratuité n'est donc pas un levier de visite universel car il agirait davantage sur les populations qui ont déjà une pratique assidue et pour qui la gratuité serait un moyen d'intensifier une habitude déjà bien ancrée.

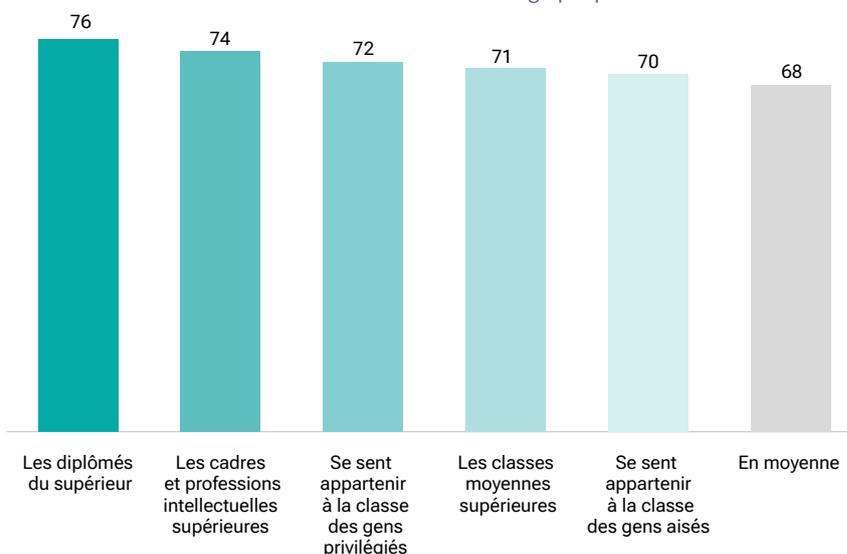
À l'inverse, la gratuité agirait de manière plus limitée sur les publics moins habitués des visites patrimoniales. Ainsi, 58 % seulement des anciens visiteurs (personnes ayant effectué une visite patrimoniale au cours des cinq dernières années mais pas au cours des douze derniers mois) retourneraient au musée si la visite était gratuite, contre 67 % en moyenne. Cet écart est encore plus marqué pour les personnes n'ayant jamais visité un musée (34 %).

Ce constat pose donc la question de l'équité de la gratuité dans la mesure où, destinée à tous, elle bénéficierait davantage aux visiteurs récurrents et appartenant plus souvent aux classes sociales aisées.

### Les catégories aisées profiteraient plus que les autres de la gratuité

Proportion de personnes qui iraient plus souvent voir un musée si la visite était gratuite certains jours (en %)

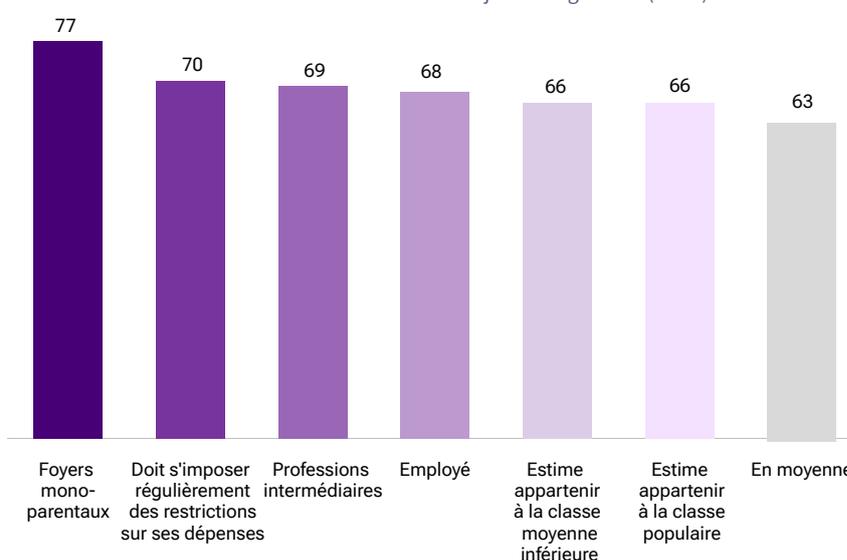
Selon des variables sociodémographiques



Source : CRÉDOC, enquête Conditions de vie et aspirations, Baromètre des pratiques patrimoniales, 2022.

### L'information sur les tarifs et la gratuité aurait plus d'impact sur les catégories modestes

Proportion de personnes qui iraient plus souvent voir un musée si elles avaient plus d'informations sur les tarifs et les jours de gratuité (en %)



Source : CRÉDOC, enquête Conditions de vie et aspirations, Baromètre des pratiques patrimoniales, 2022.

## Les catégories modestes sont davantage demandeuses d'information

Si la gratuité attire davantage des publics experts ou économiquement aisés, c'est probablement parce qu'ils sont

mieux informés sur les dispositifs de gratuité existants et davantage familiers des pratiques patrimoniales : recherche tarifaire, information sur les horaires d'ouverture, programmation... L'enquête du Crédoc montre que la mise à disposition d'informations détaillées sur les tarifs et les jours de gratuité constitue, en revanche, un levier supplémentaire pour des publics moins experts ou très distants des pratiques patrimoniales. 55 % des anciens visiteurs et 27 % des non-vi-

siteurs aimeraient avoir davantage d'informations sur les tarifs et les jours de gratuité. C'est également le cas des professions intermédiaires (69 %), des employés (68 %) et, de façon plus marquée, des personnes qui ont du mal à boucler leurs fins de mois (70 %) et des foyers monoparentaux (77 %). Pour attirer ces publics, la gratuité doit ainsi être corrélée à d'autres variables de l'offre comme une meilleure politique d'information.

## La gratuité du premier dimanche du mois est peu connue des publics distants des pratiques patrimoniales

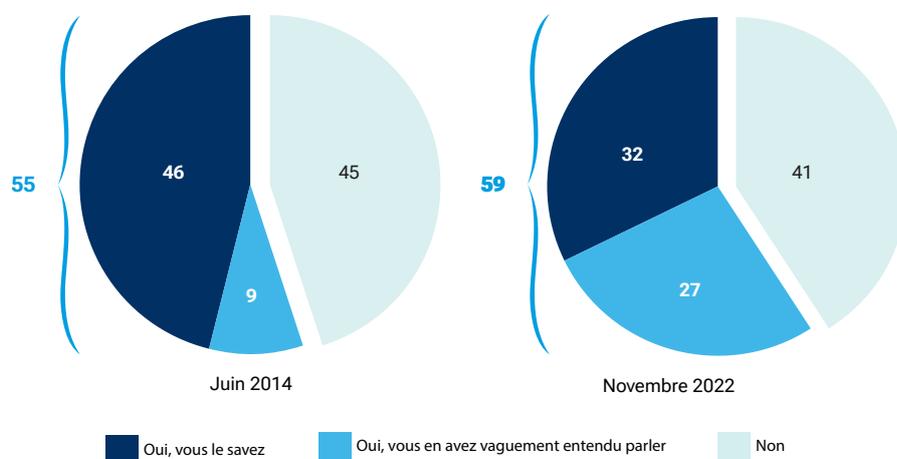
Depuis 2000, l'accès aux musées nationaux est gratuit le premier dimanche du mois. Bien qu'elle ait légèrement progressé en huit ans, cette offre reste méconnue. À peine plus de la moitié des personnes interrogées déclarent en avoir déjà entendu parler et seulement un tiers, notamment des visiteurs réguliers, savent avec précision de quoi il s'agit. À l'opposé, une large majorité (67 %) des non-visiteurs n'est pas du tout au courant de cette offre. De manière générale, les personnes ignorant même vaguement l'existence de cette gratuité se caractérisent souvent par un faible niveau de diplômes, de faibles ressources économiques et une résidence en milieu rural.

## Savoir que les visites du premier dimanche du mois sont gratuites ne signifie pas toujours d'en profiter

Plus d'un connaisseur sur deux (56 %) de la gratuité du premier dimanche du mois n'en a pas encore profité. Au cours de la dernière année, les 15-24 ans (18 %) sont plus nombreux à avoir saisi l'occasion, contrairement aux personnes âgées de 60-69 ans (4 %) et de 70 ans et plus (9 %). Il est possible que les jeunes confondent dans leurs réponses le dispositif de gratuité du premier dimanche du

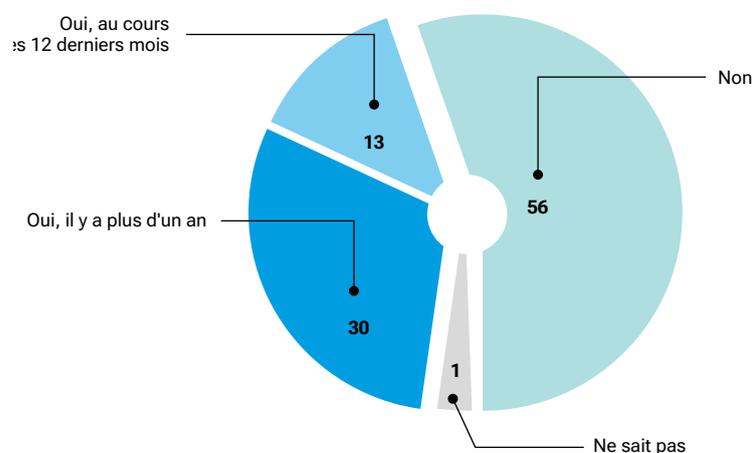
### Gratuité du premier dimanche du mois : une notoriété fragile

Savez-vous que les musées et les monuments nationaux sont gratuits le premier dimanche du mois, en général pour les collections permanentes ?



### Ceux qui connaissent la gratuité du premier dimanche du mois n'en profitent pas toujours

Avez-vous déjà profité de cette gratuité du premier dimanche du mois ?



mois avec une autre forme de gratuité à laquelle ils sont éligibles : de fait, un tiers des 15-24 ans ont bénéficié d'une gratuité liée à leur âge.

Plus généralement, l'usage réel de la gratuité semble contre-intuitif lorsqu'on tient compte des attentes vis-à-vis d'un tel dispositif. 30 % des Français estiment que la gratuité favorise la démocratisation de l'accès à la culture et 23 % considèrent que cela permettrait des sorties en famille ou entre familles. Or, parmi celles qui connaissent la gratuité du premier dimanche du mois, ni les catégories

modestes, ni les familles et ni les publics distants ne figurent parmi les principaux utilisateurs de cette mesure. Pour les catégories modestes, c'est probablement parce que le prix du billet ne représente qu'une partie du coût d'une sortie patrimoniale. D'autres dépenses pèsent sur la décision comme celle du déplacement (essence ou transport en commun, stationnement, etc.) et d'autres coûts associés à la visite comme la restauration, le prix de l'exposition temporaire, les achats dans la boutique du musée etc. Par ailleurs, l'enquête montre que ces catégories manquent souvent d'informa-

tions sur la programmation, les contenus proposés, les offres et services connexes (ateliers pour enfants, cafés, parkings, horaires d'accès etc.) qui s'avèrent pourtant aussi importantes que la seule question du tarif d'accès.

## Des promesses de gratuité souvent à double tranchant

L'analyse de l'impact de la gratuité sur les représentations que les publics ont des visites patrimoniales révèle une perception complexe et ambiguë des avantages et des inconvénients de la gratuité : 23 % des répondants apprécient la facilité accrue de visiter les musées en famille ou entre amis, mais ils soulignent que cet avantage est contrebalancé par une affluence plus élevée, rendant les visites moins agréables (32 %). Les personnes vivant dans des zones touristiques, comme les habitants de l'agglomération parisienne (41 %) et plus généralement d'Île-de-France (41 %) sont significativement plus sensibles à l'affluence générée par la gratuité.

Bien que favorisant l'accessibilité culturelle pour tous (30 % des enquêtés citent la démocratisation), la gratuité est en même temps vue comme un manque à gagner financier pour les musées par 11 % des enquêtés, une proportion qui a doublé en huit ans. Paradoxalement, les moins aisés, notamment les diplômés de niveau bac, les chômeurs et les employés s'inquiètent davantage des coûts budgétaires de la gratuité pour les musées et les lieux de patrimoine. Moins adeptes des visites de musées qu'en moyenne, ces catégories se sentent probablement moins concernées par la gratuité et estiment peut-être davantage qu'il s'agit d'un dispositif coûteux dont elles ne bénéficient pas directement. Elles estiment sans doute que d'autres politiques subventionnées sont prioritaires comme les aides familiales ou encore des aides pour des personnes socialement vulnérables.

Par ailleurs, près d'un enquêté sur dix (9 %) oppose à l'argument de démocratisation l'idée selon laquelle cette gratui-



Champ : Ensemble de la population.

N.B. : L'enquête de juin 2014 a été menée en face à face.

Source : CRÉDOC, enquêtes Conditions de vie et aspirations, Baromètre des pratiques patrimoniales.

té profiterait surtout aux habitués, une opinion plus souvent exprimée par les 25-39 ans (13 %) et les diplômés du supérieur (12 %). Ce sont d'ailleurs eux qui iraient plus souvent au musée si l'entrée était gratuite. Autrement dit : ils ont bien conscience qu'ils seraient les premiers bénéficiaires de cette mesure.

Autre avantage à double tranchant : l'encouragement des touristes étrangers à

découvrir notre patrimoine (8 %) couplé à l'inconvénient que ce sont surtout les touristes étrangers qui profitent de cette gratuité (11 %), une opinion en forte croissance et plus souvent formulée par les catégories modestes.

Enfin, autre signe que la gratuité serait loin d'être la panacée, la part de personnes estimant que la gratuité n'a aucun inconvénient a chuté de 45 % à 24 %.

## Méthodologie

L'enquête Conditions de vie et aspirations du CRÉDOC est un baromètre existant depuis 1978 interrogeant l'ensemble de la population française sur des thèmes variés. Le ministère de la Culture (DEPS) y insère régulièrement des questions sur les pratiques culturelles et patrimoniales des Français depuis 2012. Aux questions barométriques se rajoutent des modules traitant de questions ponctuelles (tarification, gratuité, gratuité le dimanche, comportements des jeunes visiteurs, usage des nouvelles technologies etc.).

L'édition de novembre 2022 comporte un module de questions sur la gratuité du premier dimanche du mois des musées et monuments nationaux. La vague de novembre 2022 a été réalisée auprès d'un panel en ligne de 3000 (2997) internautes âgés de 15 ans et plus résidant en France entière. L'enquête a été administrée selon la méthode des quotas (ZEAT, taille d'agglomération, âge, sexe, catégorie socioprofessionnelle et type d'habitat). Un redressement, notamment sur la variable croisée âge x diplôme, a été effectué ex-post.

Directeur de la publication : Christian Tardivon

Rédacteur en chef : Yvon Rendu

Relations publiques et presse : Jörg Müller | 0140778532 | E-mail : muller@credoc.fr

CRÉDOC, 142, rue du Chevaleret, 75013 Paris | Commission paritaire n° 2193 | AD/PC/DC | www.credoc.fr

Design graphique : Marlène Dorgny | Mise en page : kit-de-com.fr