

Près de deux personnes sur trois ont visité un musée, une exposition, un monument ou un lieu historique en 2011

Régis Bigot, Emilie Daudey, Sandra Hoibian, Jorg Müller
 Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie,
 Département conditions de vie et aspirations
 Jacqueline Eidelman, Anne Jonchery
 Direction générale des Patrimoines, Département de la politique des publics

Les nombreuses études réalisées depuis une dizaine d'années à propos des lieux patrimoniaux (musées, monuments, villes et pays d'art et d'histoire, sites archéologiques et archives) ont produit des visions contradictoires du public : pour les unes, le public est monobloc et se reproduit à l'identique ; pour les autres, il est morcelé et en perpétuelle évolution. Or pour peu que l'on tente une analyse en miroir des flux de fréquentation, du taux des pratiquants à l'échelle nationale, des profils des visiteurs dans les expositions ou de leur niveau de satisfaction vis-à-vis de la médiation, et c'est une cohabitation complexe entre différentes grandes catégories de publics qui se dessine.

Les résultats de l'étude réalisée en 2012 par le CREDOC à la demande du département de la politique des publics de la Direction générale des patrimoines déchiffrent cette complexité : le goût de la visite dans les musées, expositions et monuments est désormais partagé par une très large majorité de nos concitoyens, mais pas avec la même intensité ni les mêmes polarités. L'étude identifie également deux leviers au renforcement de ce goût et à sa diversification : la politique tarifaire et les usages du numérique.

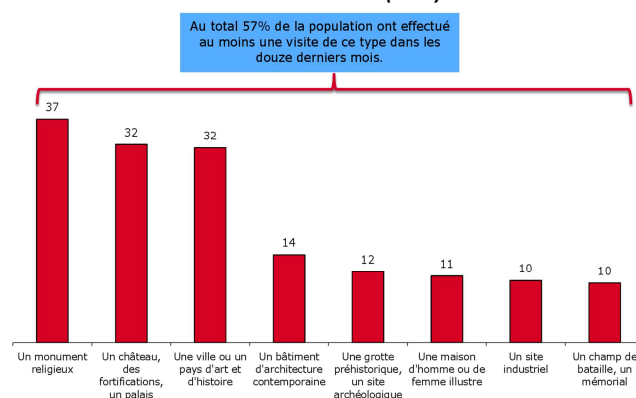
61% de visiteurs du patrimoine

Les possibilités de rencontre du public avec les patrimoines sont nombreuses et aussi diverses que les lieux ou les manifestations qui sont programmées sur l'ensemble du territoire.

Au cours de l'année 2011, 37% de la population ont ainsi visité un monument religieux, 32% un château, un palais ou des fortifications, 32% une ville ou un pays d'art et d'histoire, 14% un bâtiment d'architecture contemporaine, 12% une grotte préhistorique ou un site archéologique, 11% une maison d'homme ou de femme illustre, 10% un site industriel, 10% un champ de bataille ou un mémorial. Par ailleurs, les visites de musées ou d'exposition de beaux-

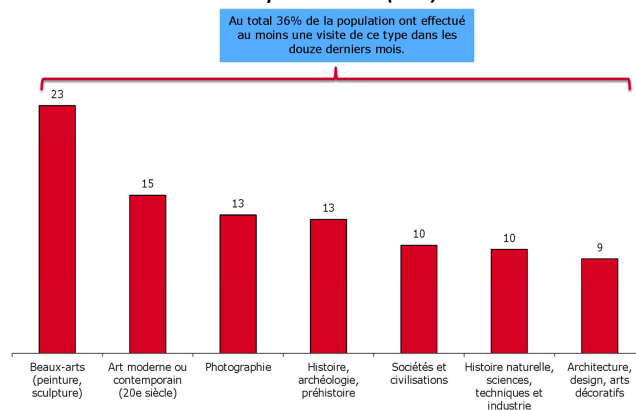
arts concernent 23% de la population, celles d'art contemporain 15%, celles de photographie 13%, celles d'histoire et d'archéologie 13%, celles de sociétés et de civilisation 10%, celles d'histoire naturelle, de sciences techniques et industrie 10%, celles d'architecture, de design ou d'arts décoratifs 9%. Au total, 61% de nos concitoyens ont, au cours des douze derniers mois, visité un musée, une exposition, un monument ou un site historique. L'importance de cette proportion change le regard habituellement porté par les sociologues sur les pratiques culturelles, souvent perçues comme réservées à une élite, disposant d'un capital culturel et économique important. Le patrimoine, sous toutes ses formes, attire une population bien plus large qu'on ne pourrait le penser.

57% de français ont, au cours des douze derniers mois, visité un monument (en %)



Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et aspirations », début 2012.
 Lecture : 37% des enquêtés ont visité un monument religieux au cours des douze derniers mois.

36% de français ont, au cours des douze derniers mois visité un musée ou une exposition de... (en%)



Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et aspirations », début 2012.
 Lecture : 23% des enquêtés ont visité un musée de beaux-arts au cours des douze derniers mois.

Des pratiques culturelles qui ne sont pas réservées à une minorité

Beaucoup d'études ont, jusqu'ici, insisté sur la forte segmentation des pratiques culturelles, dont on a parfois pu dire qu'elles étaient réservées à une minorité. Une enquête antérieure du CRÉDOC, réalisée en 2005, indiquait à ce sujet que la population ne le percevait pas ainsi : 75% de nos concitoyens réfutent l'idée selon laquelle « les musées

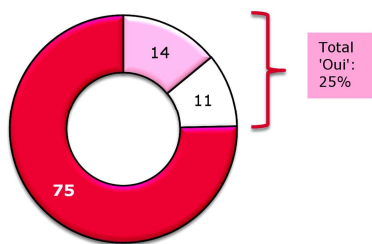
seraient réservés à une élite ». Si la visite des musées des beaux-arts est, effectivement, assez « clivante » (seuls 12% des personnes non titulaires du Bac ont visité une exposition de ce type en 2011, contre 54% des personnes disposant d'un diplôme équivalent ou supérieur à une licence), la fréquentation de certains édifices patrimoniaux l'est beaucoup moins. 28% des employés ont visité une ville d'art et d'histoire en 2011, 35% ont visité un monument religieux ; le pourcentage est plus élevé chez les cadres et les professions intellectuelles supérieures (respectivement 58% et 52%), mais les écarts ne sont pas démesurés. Lorsqu'on additionne tous les types de visites patrimoniales (musées, expositions, monuments, etc.), 57% des employés, 44% des ouvriers, 44% des bas revenus (moins de 1200€ par mois et par personne) et 42% des non-diplômés se classent dans la catégorie des visiteurs.

Une personne sur quatre renonce à visiter en raison du prix

Si le capital culturel semble jouer davantage que le capital économique sur les pratiques culturelles, force est de constater que la question de la tarification n'est pas neutre: 25% de nos concitoyens déclarent que, au cours des douze derniers mois, ils ont renoncé à visiter une exposition, un musée ou un monument à cause du prix. 14% disent même que cela leur est arrivé plusieurs fois au cours de l'année. Les femmes, les employés, les classes moyennes inférieures et les bas revenus sont plus souvent freinés par les prix.

Au cours des douze derniers mois, vous est-il arrivé de renoncer à visiter une exposition, un musée ou un monument parce que c'était trop cher ? (en %)

□ Oui, plusieurs fois □ Oui, une fois ■ Non

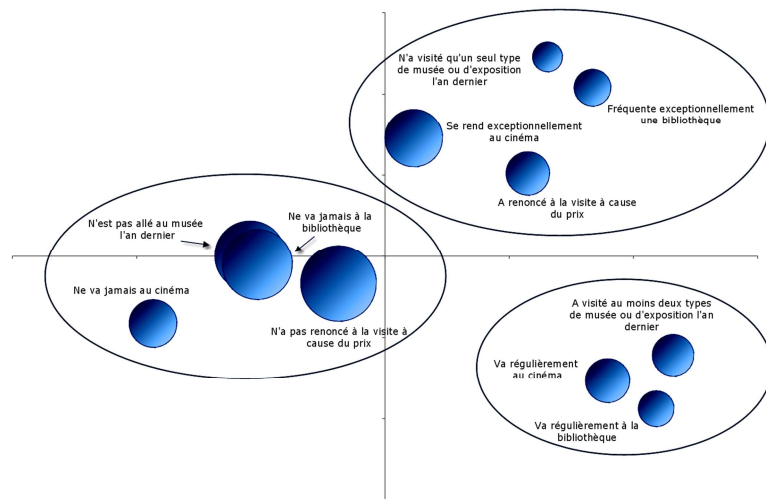


Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et aspirations », début 2012.
Lecture : 14% des personnes disent avoir renoncé plusieurs fois à une visite culturelle parce que le prix d'entrée était trop élevé.

Une analyse factorielle montre que les personnes qui ont renoncé à la visite à cause du prix présentent un profil assez spécifique. Ce sont rarement des personnes très « éloignées » des patrimoines : les personnes qui ne vont pas au musée, qui ne fréquentent pas d'exposition — et qui, par ailleurs, ne se rendent jamais dans une bibliothèque ou au cinéma — ne déclarent pas que le prix a été un obstacle. Ce ne sont pas davantage, les individus très familiers des musées, aux pratiques culturelles intenses, disposant d'un niveau de vie assez élevé et titulaires de

diplômes de l'enseignement supérieur, qui eux non plus ne signalent pas particulièrement plus souvent que les autres avoir renoncé à la visite à cause du prix. Ce sont en fait les personnes qui se trouvent en position intermédiaire qui parlent le plus de l'obstacle tarifaire : les personnes qui n'ont visité qu'un seul type de musée ou d'exposition dans l'année, celles qui se rendent de temps en temps à la bibliothèque, de temps en temps au cinéma et qui, de surcroît, disposent de revenus modestes ou intermédiaires. Il s'agit donc du public « occasionnel », c'est-à-dire des « peu visiteurs », qui semble le plus sensible au prix. Diminuer les prix d'entrée des établissements patrimoniaux ne permettrait vraisemblablement pas de faire venir les publics les plus éloignés, cela inclinerait sans doute les habitués à venir plus souvent, mais cela permettrait surtout d'élargir le cercle des visiteurs à un public plus hésitant.

Analyse factorielle divisant la population en trois catégories qui se distinguent selon leurs pratiques culturelles et tarifaires



Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et aspirations », début 2012.

16 millions de personnes utilisent Internet en lien avec les visites du patrimoine

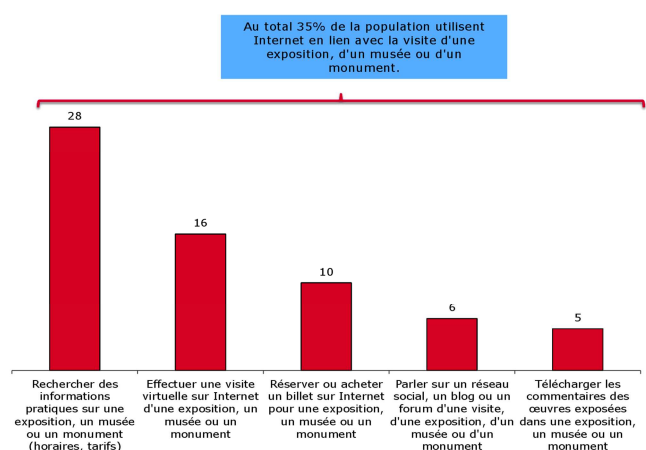
Un autre volet de l'étude s'attache à décrire les interactions entre les pratiques muséales — et plus généralement patrimoniales — et les nouvelles technologies. Aujourd'hui, les trois quarts de la population disposent d'une connexion à Internet à domicile, un possesseur de téléphone mobile sur quatre s'en sert pour naviguer sur Internet, rester connecté à son réseau social, envoyer des courriels, etc. Les pratiques numériques modifient en profondeur la manière de consommer des produits culturels, que ce soit à travers le téléchargement des œuvres ou leur consultation en flux continu.

L'enquête réalisée pour la Direction générale des patrimoines montre qu'Internet joue un rôle important dans les visites culturelles : 28% de la population y ont, au cours des douze derniers mois, recherché des informations

pratiques (horaires, tarifs, accès, etc.), 10% ont réservé ou acheté un billet en ligne, 16% ont effectué une visite virtuelle sur Internet d'une exposition, d'un musée ou d'un monument, 5% ont téléchargé les commentaires des œuvres exposées et 6% ont parlé, sur un réseau social, un blog ou un forum de discussion d'une exposition ou d'un établissement patrimonial.

Si l'on rapporte ces pourcentages à l'ensemble de la population, on peut donc estimer que 16 millions de personnes — soit 35% des adultes — ont utilisé Internet en lien avec une visite du patrimoine.

Au cours des 12 derniers mois, avez-vous pratiqué les activités suivantes sur Internet... (en %)



Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et aspirations », début 2012.
Lecture : 28% de la population ont recherché des informations pratiques sur une exposition, un musée ou un monument (horaires, tarifs) sur Internet au cours des douze derniers mois.

Visiter les patrimoines contribuerait-il au bonheur ?

Renforcées par la commission Stiglitz-Sen-Fitoussi, les études socio-économiques portant sur le bien-être et le bonheur se sont multipliées ces dernières années. Une récente publication de l'INSEE indique ainsi que, parmi les moments agréables de la vie quotidienne, la pratique de la musique ou de la danse, mais également les spectacles, le cinéma et les musées arrivent en tête des activités qui sont les plus appréciées dans la catégorie des loisirs. La télévision et Internet, qui mobilisent une plus grande partie du temps libre de chacun, se révèlent finalement moins satisfaisantes, de l'aveu même des personnes interrogées.

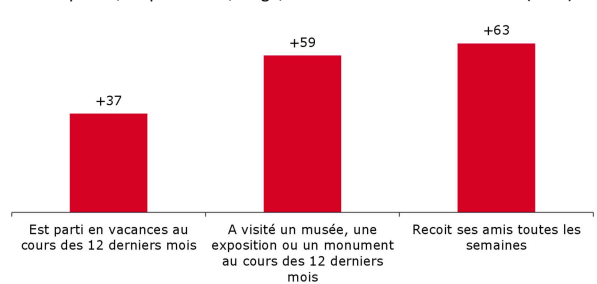
Nos analyses statistiques confirment que les personnes qui visitent les expositions, les musées ou les monuments ont une probabilité supérieure de 59% aux autres de se déclarer « très souvent heureux », et cela toutes choses égales par ailleurs — notamment en raisonnant à niveau de revenu, profession et âge égal.

La visite patrimoniale s'inscrit en effet dans un temps de détente, souvent associé aux « vacances » (57% de ces visites ont eu lieu en dehors de la région d'habitation) et à

un moment de convivialité partagé avec des amis, ou de la famille (88% des cas). L'importance grandissante accordée par la société française à l'amitié et aux loisirs laisse d'ailleurs entrevoir une nouvelle façon d'attirer des publics plus larges sur les lieux culturels : visiter un château, une ville ou un pays d'histoire, admirer des tableaux ou comprendre des phénomènes scientifiques de façon ludique peuvent constituer une alternative intéressante pour répondre au souhait de nos concitoyens de vivre des expériences et moments entre amis.

Impact de différentes variables sur la probabilité de se déclarer « très souvent » heureux

Odds Ratios résultant d'une régression logistique neutralisant les effets de revenu, de diplôme, de profession, d'âge, de sexe et de lieu de résidence (en %)



Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et aspirations », début 2012.
Lecture : toutes choses égales par ailleurs, une personne partie en vacances au cours des douze derniers mois a 37% de chances plus de chances de se dire « très souvent » heureux qu'un non-partant.

Pour en savoir plus :

Cette note de synthèse reprend les principaux résultats d'un rapport d'analyse plus détaillé : Régis Bigot, Emilie Daudey, Sandra Hoibian et Jörg Müller, *La visite des musées, des expositions et des monuments*, Collection des rapports, CREDOC, n° 281, juin 2012. <http://www.credoc.fr/pdf/Rapp/R281.pdf>

L'enquête a été réalisée en « face à face », entre décembre 2011 et janvier 2012, auprès d'un échantillon représentatif de 2 003 personnes, âgées de 18 ans et plus, sélectionnées selon la méthode des quotas. Ces quotas (région, taille d'agglomération, âge - sexe, PCS) ont été calculés d'après les résultats du dernier recensement général de la population mis à jour grâce à l'enquête emploi et au bilan démographique de l'INSEE. Un redressement final a été effectué pour assurer la représentativité par rapport à la population des 18 ans et plus.

Voir aussi :

Direction générale des patrimoines, département de la politique des publics, *Patrimostat 2010*, Ministère de la culture et de la communication, 2011.

<http://www.culturecommunication.gouv.fr/Etudes-et-documentation/Publications/Patrimostat>

J. Eidelman et A. Jonchery, Sociologie de la démocratisation des musées, *Hermès*, n°61, 2011 ;

J. Eidelman, « Du non public des musées aux publics de la gratuité », *Loisirs et société*, 32-1, 2010 ;

A. Jonchery, « Enfants et musées : l'influence du contexte familial dans la construction des rapports aux musées pendant l'enfance », in S. Octobre (dir.), *Enfance et culture, Transmission, appropriation et représentation*, La Documentation française, 2010.

D. Alibert, R. Bigot, G. Hatchuel, *Fréquentation et image des musées au début 2005*, Coll. des rapports N°240, CREDOC, 2005, <http://www.credoc.fr/pdf/Rapp/R240.pdf>