

Aller au musée : un vrai plaisir, mais une attente de convivialité et de pédagogie

David Alibert, Régis Bigot et Georges Hatchuel

Une personne sur trois a visité un musée dans les douze derniers mois. Cette pratique, relativement stable depuis une quinzaine d'années, est moins répandue que la sortie au cinéma, mais plus courante que d'aller au théâtre et presque aussi fréquente que d'assister à un spectacle ou à un concert. À la demande de la Direction des Musées de France, le CRÉDOC a réalisé une étude qui montre que 29% de nos concitoyens avouent ne pas être intéressés par les musées. Le prix ou les horaires d'ouverture ne semblent pas être d'emblée les seuls freins à leur fréquentation. Si certains (67% de la population) évoquent le profond plaisir que leur procure une visite dans un musée – cette dimension est fondamentale –, d'autres, parfois les mêmes, estiment que les musées sont des endroits peu chaleureux, dans lesquels on est livré à soi-même, sans avoir vraiment d'explications (52%).

Beaucoup signalent également qu'ils iraient plus souvent au musée s'ils étaient mieux informés sur les collections permanentes et les expositions temporaires (cela concerne 56% de la population). Car, parmi les personnes qui n'ont pas l'habitude de se rendre dans ces lieux, nombreux sont ceux qui manifestent une certaine attirance : une meilleure information et plus de pédagogie pourraient sans doute les décider à franchir le cap.

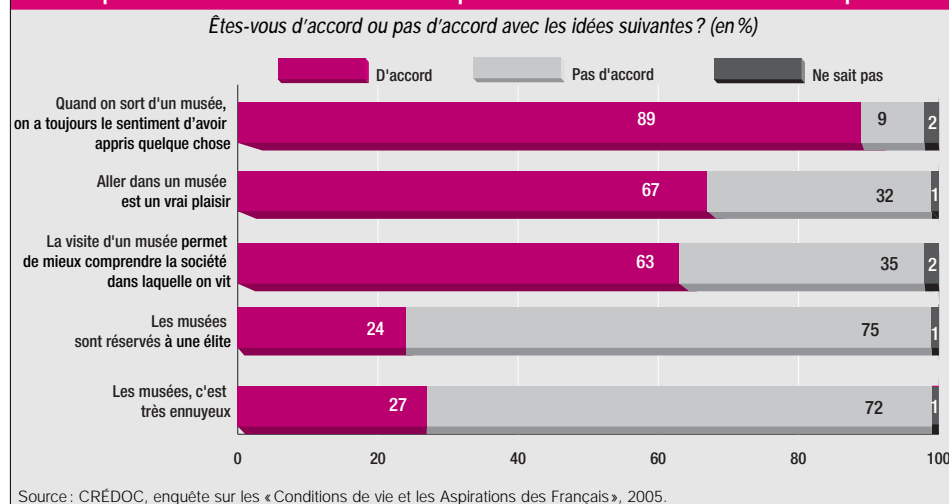
Des lieux jugés intéressants, mais peu chaleureux

L'image des musées est ambivalente. Pour 89% de la population, « lorsqu'on sort d'un musée, on a toujours le sentiment d'avoir appris quelque chose » ; 63% considèrent en outre que la visite des musées permet de mieux comprendre la société dans laquelle on vit, sentiment partagé par les visiteurs, mais également par ceux qui n'ont pas l'habitude d'aller au musée. Mieux : 67% des Français considèrent qu'aller dans un musée est un « vrai plaisir » ; 72% ne pensent d'ailleurs pas que les musées sont très ennuyeux et les trois quarts rejettent l'idée que ceux-ci seraient

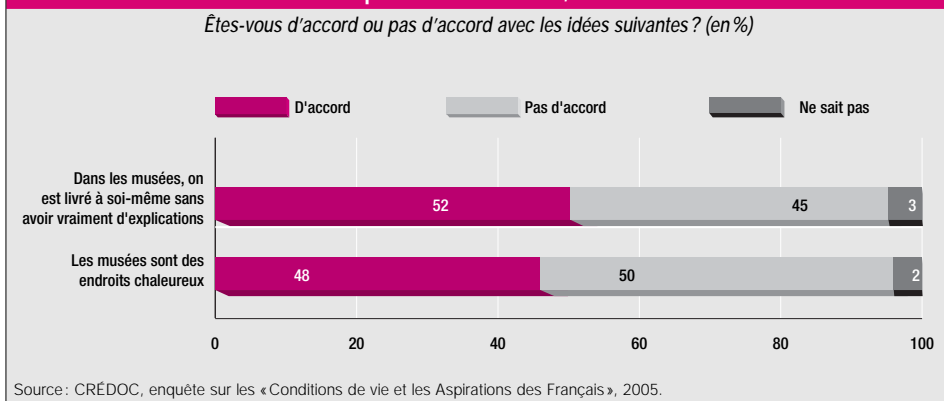
réservés à une élite. Les visiteurs sont, bien entendu, les plus enthousiastes, mais la plupart des non-visiteurs partagent le même point de vue.

L'autre facette de l'image des musées montre cependant que toutes les attentes ne sont pas satisfaites : 52% de la population estiment que dans les musées, « on est livré à soi-même sans avoir vraiment d'explications ». La déception est d'autant plus grande que la plupart des enquêtés savent que les musées renferment des trésors culturels. Autre constat : 50% des Français pensent que les musées ne sont pas des endroits chaleureux. Or, la population estime par ailleurs que les musées sont correctement aménagés pour le confort des visiteurs (fauteuils, cafété-

Deux personnes sur trois disent qu'aller au musée est un « vrai plaisir »



Les musées : des endroits peu chaleureux, où l'on est livré à soi-même

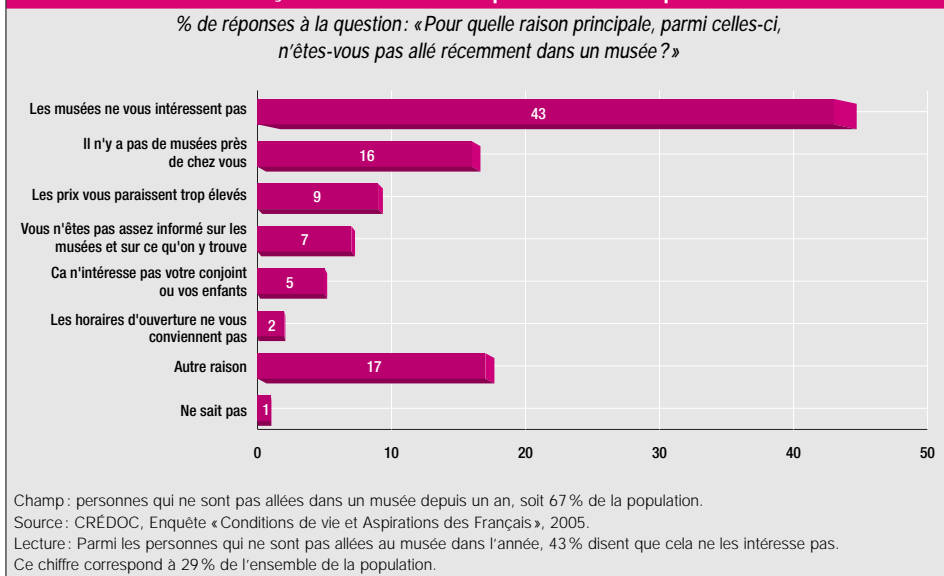


accompagnant la sortie des films de cinéma, il est vrai que la « publicité » sur le contenu des musées est en général plus discrète.

Les horaires, quant à eux, ne semblent pas poser de problème de fond : 64 % de la population déclarent qu'ils n'iraient pas plus souvent au musée si les horaires d'ouverture étaient mieux aménagés. Parmi ceux qui disent néanmoins que cela influencerait, 54 % souhaiteraient que les « nocturnes » soient plus fréquentes. Mais, à vrai dire, 72 % de l'ensemble des enquêtés estiment que les horaires d'ouverture dans les musées sont bien adaptés.

Les Français sont partagés sur l'attitude qu'ils adopteraient s'ils disposaient de davantage de temps libre : 49 % déclarent qu'ils iraient plus souvent au musée, contre 50 % qui ne changeraient pas leurs habitudes. Les étudiants, les cadres supérieurs, les diplômés du supérieur, les Franciliens, les visiteurs occasionnels et réguliers seraient prêts à s'y rendre plus souvent s'ils avaient plus de temps, mais les seniors, les non-diplômés et les bas revenus ne changeraient rien.

Près d'un Français sur trois n'a pas d'intérêt pour les musées



rias, rampes d'accès, etc.). Le manque de convivialité n'est donc probablement pas lié à une carence des équipements. Peut-être nos concitoyens regrettent-ils l'insuffisance de présence humaine ? En tout état de cause, ils souhaiteraient probablement être mieux guidés ou mieux accompagnés dans leurs visites, afin de ne pas se sentir livrés à eux-mêmes, sans les explications auxquelles ils semblent profondément aspirer.

Pas assez d'informations sur le contenu des expositions et des collections

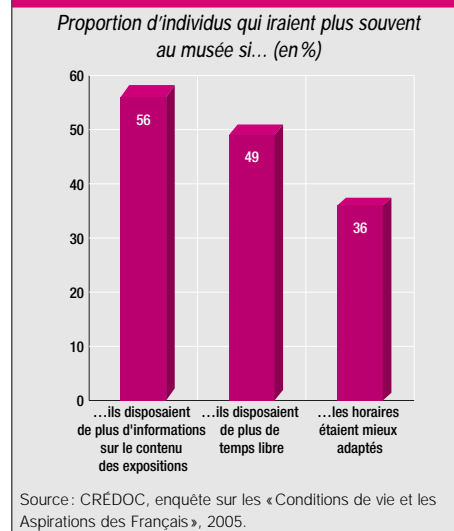
En fait, les deux tiers (67 %) de la population ne se sont pas rendus au musée au cours des douze derniers mois. Le CRÉDOC leur a demandé pourquoi. On pouvait s'attendre à un discours convenu du type : « c'est trop cher », « je n'ai pas le temps », « les horaires d'ou-

verture ne me conviennent pas », etc. La réponse est bien plus simple et plus « sincère » : 43 % des enquêtés concernés, soit 29 % de la population, reconnaissent que, s'ils ne sont pas allés dans un musée, c'est parce que cela ne les intéresse pas vraiment ! La seconde réponse la plus citée, « il n'y a pas de musées à proximité », ne recueille que 16 % des suffrages. Ces résultats sont étonnants car, généralement, ce type de questionnement suscite bien plus de réponses permettant de « se défausser ». L'enquête du CRÉDOC fournit un élément d'explication à ce désintérêt déclaré : 56 % de nos concitoyens disent qu'ils iraient plus souvent dans les musées s'ils disposaient de plus d'informations sur les expositions et les collections présentées. Il semblerait donc que la communication sur le contenu des expositions est parfois insuffisante, voire quelquefois inefficace pour attirer les visiteurs. Comparativement au « bruit médiatique »

Le prix est important, mais il n'explique pas tout

Un peu moins des deux tiers (62 %) des personnes interrogées (visiteurs ou non-visiteurs) déclarent qu'elles iraient plus souvent au musée s'ils étaient gratuits certains jours. Le chiffre est élevé, mais ces intentions doivent être nuancées.

56 % de la population iraient plus souvent au musée s'ils étaient mieux informés



Rappelons en effet que sont organisées, depuis plusieurs années, de grandes opérations, telles que le « Printemps des musées », initié en 1999 (remplacé aujourd'hui par « la Nuit des musées »), ou encore la gratuité des visites des musées nationaux le premier dimanche de chaque mois. Il reste que les plus intéressés par la gratuité des musées certains jours se recrutent principalement parmi les visiteurs habituels (74 % des visiteurs déclarent qu'ils iraient plus souvent au musée dans ce cas). Une telle mesure aurait donc plutôt tendance à fidéliser les habitués, sans forcément attirer un nouveau public. Il demeure que 62 % de la population considèrent que les prix d'entrée dans les musées sont trop élevés, signe que la démocratisation de la fréquentation passe probablement par une réflexion sur les tarifs.

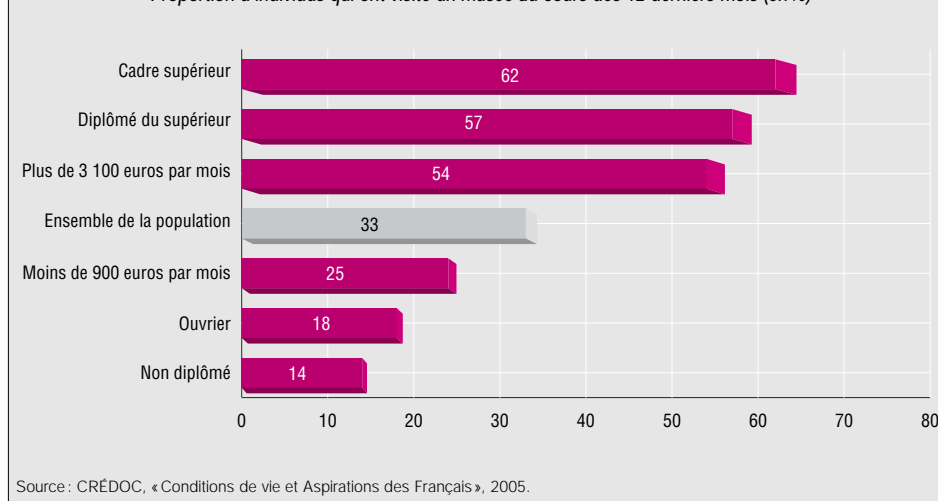
Un public ciblé

Une chose est sûre : le public des musées se caractérise par une sur-représentation des catégories aisées et diplômées. Ainsi, en moyenne, lors de l'enquête de 2005, une personne sur trois a déclaré être allée dans un musée dans l'année. Or les diplômés du supérieur, les hauts revenus et les cadres supérieurs sont bien plus nombreux qu'en moyenne à s'y être rendus : par exemple, 62 % des cadres supérieurs se sont déplacés, contre seulement 18 % des ouvriers ; le taux de visite a été de 54 % pour les titulaires de revenus supérieurs à 3 100 euros mensuels, contre 25 % chez les personnes percevant moins de 900 euros. Comparativement, l'âge est nettement moins discriminant : 34 % des 18-25 ans se rendent au musée, de même que 37 % des 40-60 ans et 41 % des sexagénaires.

Précisons que, parmi les personnes qui se sont rendues dans un musée au cours de l'année, 66 % ont effectué plusieurs visites. En moyenne, elles se sont déplacées trois fois. Seulement 2 % de la population se sont rendus plus de dix fois dans un musée au cours de l'année : la sortie au musée reste une pratique peu courante. Dans près d'un cas sur deux, le dernier musée que l'on a visité ne se situe pas dans sa propre région. Dans 12 % des cas, la visite a même eu lieu à l'étranger. Paris, quant à elle, concentre 31 % des visites natio-

Le public des musées se recrute principalement dans les catégories à fort capital économique et culturel

Proportion d'individus qui ont visité un musée au cours des 12 derniers mois (en %)



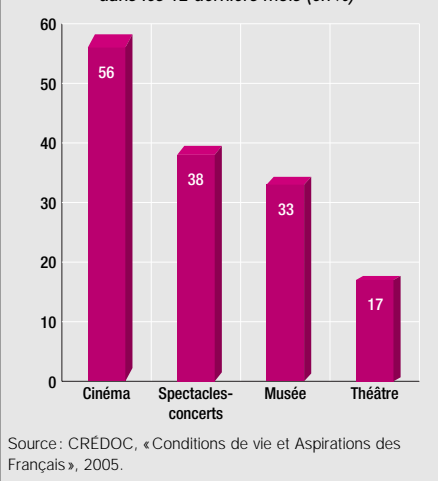
nales, alors que la ville, avec ses 2 millions d'habitants, ne rassemble que 3 % de nos concitoyens. C'est dire l'attraction exercée par le patrimoine conservé dans la capitale.

Enfin, on se rend rarement seul dans un musée : dans 86 % des cas, on est accompagné par son conjoint, ses enfants, des amis ou de la famille. Notons aussi que, dans 44 % des cas, c'est pour une exposition temporaire que les visiteurs se sont déplacés. Ce chiffre est révélateur de l'attrait qu'exercent les manifestations à caractère événementiel par rapport aux collections permanentes.

Il reste que, comparativement à d'autres sorties culturelles, la fréquentation des musées se situe à un niveau intermédiaire : on y va moins souvent qu'au cinéma (56 % des enquêtés s'y sont ren-

Un tiers de la population se rend au musée chaque année

Individus s'étant rendus au théâtre, au spectacle ou au concert, au cinéma ou au musée dans les 12 derniers mois (en %)



Les musées les plus attractifs

Trois types de musées attirent les Français : les musées des Beaux-Arts, les musées d'histoire, de préhistoire ou d'archéologie et les musées d'histoire naturelle. Ces trois genres recueillent chacun 18 % à 19 % des préférences et sont assez nettement en tête. Viennent ensuite les musées des sciences et techniques (10 %), les musées sur un thème précis (l'automobile, la mode, etc. 10 %) et les musées d'arts et traditions populaires ou d'artisanat local (8 %). En dernier, figurent les musées d'Art moderne ou contemporain (5 %) ou les musées spécialisés sur un personnage célèbre (2 %).

Les « habitués » des musées font un classement différent : ils préfèrent de beaucoup les musées des Beaux-Arts.

Types de musées	Ensemble de la population (en %)	Dont : s'est rendu au musée plus de 4 fois dans l'année (en %)
Beaux-Arts	19	44
Histoire ou préhistoire, archéologie	19	22
Histoire naturelle	18	6
Sciences et des techniques	10	3
Un thème précis (automobile, jouet, mode...)	10	5
Arts et de traditions populaires	8	6
Art moderne	5	10
Spécialisé sur un personnage célèbre	2	2
Autre genre de musée	1	1
Aucun	7	1
Ne sait pas	1	0
Total	100	100

Source : CRÉDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », 2005.

du dans l'année), un peu moins souvent qu'à un spectacle ou à un concert (38%), mais deux fois plus qu'au théâtre (17%).

Une typologie des représentations

Le CRÉDOC a réalisé une typologie des principales représentations associées aux musées afin de déterminer la possibilité d'élargissement du public actuel. La première dimension explicative des attitudes des enquêtés est la notion de plaisir. L'autre élément fondamental est le manque ressenti d'information ou de pédagogie.

- Les « passionnés », qui représentent 34% de la population, témoignent d'une forte attirance pour les musées et ont du plaisir à s'y rendre. Les diplômés du supérieur et les titulaires de revenus élevés y sont surreprésentés. Ils sont dithyrambiques à l'égard des musées : ce sont des endroits chaleureux, qui ne sont pas réservés à une élite, on y apprend toujours quelque chose, etc. Ceux-là sont convaincus de l'intérêt de se rendre au musée.

- 20% de nos concitoyens peuvent être qualifiés « d'amateurs en attente de pédagogie ». Ils disent qu'aller au musée est un vrai plaisir, car cela permet de

mieux comprendre notre société ; que ce n'est pas une sortie réservée à une élite ; mais ils jugent également qu'on y est livré à soi-même, sans avoir véritablement d'explications. Ce groupe serait par ailleurs sensible à une baisse des tarifs et déclare qu'il irait plus souvent au musée s'il était mieux informé sur les collections et les expositions qu'on y trouve. Ces personnes, souvent diplômées, qui se trouvent être des visiteurs occasionnels, sont probablement parmi les plus faciles à séduire davantage.

- Deux groupes seront peut-être plus difficiles à convaincre que le précédent : nous les avons appelés les « distants » et les « critiques ». Ils représentent, ensemble, 33% de la population. Ils ont tendance à penser que les musées sont ennuyeux, que ce ne sont pas des endroits chaleureux. Les « distants » estiment même que les musées sont réservés à une élite. Néanmoins, « une meilleure information sur les collections et les expositions » pourrait intéresser au moins la moitié d'entre eux. C'est dire les potentialités qui existent ici en terme de démocratisation des musées. Cette incitation par l'information recueillie, dans ces groupes, une adhésion pratiquement aussi forte, sinon plus, que celle en faveur de la gratuité certains jours. Les employés et les non-diplômés sont ici surreprésentés.

- Enfin, 13% de nos concitoyens peuvent être considérés comme « réfractaires » : pour eux, les musées sont réservés à une élite, et sont ennuyeux ; ces enquêtés ne sont pas convaincus que l'on y apprenne toujours quelque chose ou qu'ils permettent de mieux comprendre notre société. Pourtant, 36% d'entre eux souhaitent davantage d'informations sur ce qu'on trouve dans les musées. On décèle dans ce groupe plus de jeunes, de non-diplômés et d'ouvriers que dans l'ensemble de la population. Une chose est sûre : beaucoup d'efforts devront être déployés pour les attirer dans un musée. ■

Pour en savoir plus

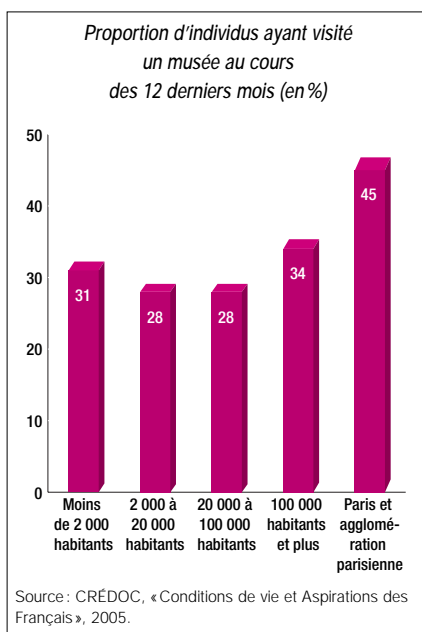
- L'étude a été réalisée en janvier 2005 dans le cadre de l'enquête « Conditions de Vie et Aspirations des Français ». Pour cela, 2000 personnes représentatives de la population française de plus de 18 ans (méthode des quotas) ont été interrogées en face à face à leur domicile.

- Les résultats de l'étude sont disponibles au CRÉDOC, soit dans une version électronique sur le site www.credoc.fr, soit dans une version papier : David Alibert, Régis Bigot et Georges Hatchuel, « Fréquentation et image des musées au début 2005 », Collection des rapports, n° 240, juin 2005 (la version papier est vendue au prix de 30 euros).

- Bruno Maresca, « Quel prix pour le Louvre ? La stratégie tarifaire au service de l'élargissement du public », *Consommation et modes de vie*, n° 179, novembre 2004.

Urbains et ruraux : peu d'écart de fréquentation (hors région parisienne)

L'enquête du CRÉDOC révèle que les ruraux se rendent presque aussi souvent au musée que les habitants des grandes agglomérations : le taux de fréquentation du musée est de 31% dans les communes de moins de 2000 habitants et de 34% dans les agglomérations de plus de 100 000 habitants (hors Ile-de-France). Certes, 45% des Franciliens se sont rendus dans un musée au cours de l'année : ce chiffre est plus important qu'en moyenne. Mais nos analyses montrent que cela est principalement dû au fait que, dans Paris et son agglomération, les cadres, les diplômés du supérieur et les titulaires de revenus élevés sont plus nombreux qu'ailleurs ; le taux de fréquentation plus élevé en région parisienne s'explique donc essentiellement par la structure de la population, et non par un effet propre du territoire. Bien entendu, le constat diffère si l'on se concentre sur les habitants de Paris intra-muros : 71% d'entre eux ont visité un musée dans l'année ; dans leur cas, il y a bien un effet propre du lieu de résidence, indépendamment de leur niveau de diplôme, de leur classe sociale ou de leur revenu.



CRÉDOC Consommation et Modes de Vie

Publication du Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie

Directeur de la publication :
Robert Rochefort

Rédacteur en chef : Yvon Rendu

Relations publiques : Brigitte Ezvan
Tél. : 01 40 77 85 01
relat-presse@credoc.fr

Diffusion par abonnement uniquement
30,49 euros par an
Environ 10 numéros

142, rue du Chevaleret, 75013 Paris

Commission paritaire n° 2193
AD/PC/DC

www.credoc.fr