

LA CULTURE POUR TOUS



LA CULTURE POUR TOUS

JEAN-MICHEL TOBELEM

Fondation Jean Jaurès

FOUNDATION FOR EUROPEAN
PROGRESSIVE STUDIES
FONDATION EUROPÉENNE
D'ÉTUDES PROGRESSISTES



Fondation
Jean Jaurès

**LA CULTURE
POUR TOUS**
DES SOLUTIONS POUR
LA DÉMOCRATISATION ?

JEAN-MICHEL TOBELEM

Jean-Michel Tobelem, docteur en sciences de gestion habilité à diriger des recherches, est professeur associé à l'université Paris I-Panthéon-Sorbonne et enseignant à l'École du Louvre ainsi que dans plusieurs universités et écoles de commerce, en France et à l'étranger. Il dirige l'institut d'études et de recherche Option Culture (www.option-culture.com). Fondateur du groupe de recherche sur les musées et le patrimoine (GRMP), directeur d'une collection d'ouvrages portant sur la gestion de la culture, membre du Conseil international des musées (ICOM) et du comité éditorial de la revue *Museum Management and Curatorship*, il est notamment l'auteur de :

- *Les Conservateurs de musées. Atouts et faiblesses d'une profession* (dir., avec Frédéric Poulard), Paris, La Documentation française, 2015,
- *Les Bulles de Bilbao. Les musées après Frank Gehry* (avec les contributions de Luis Miguel Lus Arana et Joan Ockman), éditions B2, 2014,
- *Art et gestion de l'art. Leadership et institutions culturelles* (dir., avec Sylvie Cameron), Liber, 2013,
- *Culture, Tourisme et Développement. Les voies d'un rapprochement* (dir., avec Claude Origet du Cluzeau), L'Harmattan, 2009.

SOMMAIRE

Avant-propos de Karine Gloanec Maurin	7
Introduction	11
Les enjeux de la démocratisation culturelle	15
Les attitudes à l'égard de l'objectif de démocratisation	15
Pourquoi se poser la question de la démocratisation culturelle ?	17
Qu'appelle-t-on la démocratisation culturelle ?	23
Cela risque-t-il de coûter cher ?	25
La timidité des pouvoirs publics	30
Le manque d'engagement des grandes institutions culturelles	32
Les inégalités face à la culture	43
Les textes de référence	43
Que disent les enquêtes sur les pratiques culturelles des Français ?	44
Que disent les enquêtes internationales ?	52
Les classes sociales ont-elles disparu ?	61
Sous-déclaration ou surdéclaration ?	65
Les limites des nouvelles orientations	66
Propositions et recommandations	73
Approche par établissement	73
Approche territoriale	90
Approche nationale	94
Par où commencer ?	101
Conclusion	107
<i>Bibliographie</i>	109
<i>Liste des personnes interrogées</i>	115

AVANT-PROPOS

Karine Gloanec Maurin

La Fondation Jean-Jaurès, en créant un Observatoire de la culture, a souhaité en faire un atelier ouvert au débat, aux initiatives et à l'esprit critique et qu'y soient engagées des réflexions liées à l'actualité – sur les droits d'auteurs par exemple¹ – ou des analyses de l'action publique en faveur de la culture. C'est le cas de la contribution proposée par Jean-Michel Tobelem qui porte sur la démocratisation de l'accès aux institutions culturelles et l'analyse comme un enjeu de citoyenneté. Le sujet a souvent fait l'objet d'analyses critiques, de commentaires et de débats. Et à raison. Car l'accès aux œuvres, dans toute leur diversité, comme aux pratiques culturelles de toute nature constitue l'enjeu majeur de la politique culturelle.

Karine Gloanec Maurin dirige l'Observatoire de la culture de la Fondation Jean-Jaurès. Elle a été vice-présidente déléguée aux relations internationales, à l'Europe, aux politiques européennes et à l'interrégionalité de la Région Centre de 2010 à 2015.

1. Une table-ronde intitulée « Les droits d'auteurs de demain : une réponse européenne. Création, production et diffusion à l'ère numérique » s'est tenue le 30 juin 2015 au Théâtre du Rond-Point, en partenariat avec la Sacem.

S'interroger sur la pertinence et l'efficacité des politiques conduites depuis plusieurs dizaines d'années reste légitime : si tous les citoyens contribuent directement ou indirectement au financement des institutions culturelles, ils restent, au vu des chiffres et des analyses sociologiques des publics concernés par l'offre culturelle, peu nombreux à s'autoriser à les fréquenter, en tout cas dans les milieux les moins favorisés. Et tout n'a pas été tenté pour y remédier.

Jean-Michel Tobelem a souhaité apporter son point de vue à ce questionnement en considérant, avec justesse, l'accès à la culture comme outil de citoyenneté et d'émancipation. Et il le fait sans ménager personne : ni l'action publique telle qu'elle s'organise en général, ni les acteurs culturels.

On pourra penser que les analyses développées ici ne tiennent pas suffisamment compte de nombreux projets culturels, particulièrement dans le champ du spectacle vivant, qui dépassent largement la notion de recherche du public au profit d'une attention à susciter le désir ou même la participation des habitants d'un territoire. Je fais ici référence aux projets tels que Pronomade(s) en Midi-Pyrénées, aux arts de la rue, aux projets de territoire et de culture populaire que je n'oppose absolument pas à la culture savante et académique – car la démarche existe également au sein d'institutions ou de scènes publiques avec des

services de médiation culturelle très inventifs. C'est le cas, par exemple, de grands festivals comme celui d'Aix-en-Provence, de la Philharmonie de Paris, du Musée des Arts décoratifs ou de nombreuses scènes nationales et conventionnées qui innovent dans l'accès aux œuvres. C'est le cas aussi de la politique des publics mise en œuvre au sein même du ministère de la Culture et de la Communication, notamment par la Direction du patrimoine, et qui n'est pas assez valorisée.

L'analyse et les propositions de Jean-Michel Tobelem méritent d'être mises en débat et complétées. Je souhaite donc que cet essai constitue la première d'une série de contributions qui réinterrogeraient les objectifs et les moyens des politiques de démocratisation culturelle tout en s'ouvrant à l'analyse des nouvelles pratiques – et qui pourraient débattre de la notion de « démocratie culturelle ».

Tous les domaines artistiques, tous les secteurs culturels, tous les territoires, toutes les populations peuvent faire l'objet d'un travail partagé au sein de l'Observatoire. C'est ce que je souhaite, en remerciant Jean-Michel Tobelem pour sa volonté qui ouvre un chemin.

INTRODUCTION

La question de la démocratisation de l'accès aux institutions culturelles soulève nombre d'interrogations. Bien des observateurs considèrent que tout ou presque a été mis en œuvre dans ce sens. Ils estiment que les efforts que l'on continue à consentir ne réussiront pas à élargir le spectre sociologique de ceux qui fréquentent habituellement ou occasionnellement les manifestations ou les équipements culturels publics.

C'est le point de départ du présent essai, publié dans le cadre de la notion d'égalité célébrée cette année par la Fondation Jean-Jaurès, qui reprend le nom de cet inlassable défenseur des droits des citoyens. Il met à l'épreuve l'opinion répandue, y compris parmi les principaux acteurs et responsables du monde culturel, que la démocratisation de la culture est impossible à réaliser.

Afin de circonscrire l'objet de cette réflexion, précisons au préalable que nous considérons comme acquis le fait que tout individu possède une forme de culture

(acquise *via* le milieu familial, l'école ou le réseau amical, ou encore par la découverte personnelle). L'approche proposée ci-après ne présuppose pas nécessairement une hiérarchie entre les différentes formes de culture, qu'elles soient « populaires » ou « savantes ».

Nous nous interrogeons uniquement ici sur la capacité des institutions culturelles publiques (bibliothèques, théâtres, centres culturels, centres d'art, musées, auditoriums, lieux d'exposition, maisons d'opéra, centres de culture scientifique et technique, monuments...) à accueillir un public présentant un profil plus diversifié sur le plan sociologique qu'à l'heure actuelle. Nous voulons parler d'un autre public que les habitués de la culture, ceux qui forment les rangs des abonnés dans les théâtres et les maisons d'opéra, qui assistent aux concerts symphoniques, qui fréquentent les musées et les expositions.

Précisons également – nous y reviendrons plus loin – que la difficulté à élargir les publics des équipements culturels ne constitue pas un phénomène propre à la France. D'autres pays sont confrontés à la question ardue de la démocratisation de la culture.

Nos analyses et nos propositions reposent sur quatre points d'appui étroitement articulés : une étude de la littérature consacrée à ce sujet ; une expérience de vingt-cinq

années d'étude des publics de la culture sur le terrain ; le recueil de données relatives aux publics d'institutions culturelles locales et nationales ; et enfin la rencontre avec une vingtaine d'experts familiers du sujet, dont les réponses émaillent cet essai (on trouvera la liste de ces spécialistes en annexe).

Afin de susciter des réponses aussi diverses que possible, les questions posées à ces experts étaient les suivantes : est-il possible d'élargir sociologiquement les publics de la culture ? Les moyens aujourd'hui mis en œuvre sont-ils suffisants ? Dans le cas contraire, à quels autres moyens devrait-on recourir ? Enfin, quelles actions pourraient aboutir à une démocratisation de l'accès à la culture plus efficace ?

D'une manière générale, nous avons remarqué une certaine réticence des spécialistes à formuler des propositions concrètes et à proposer des pistes de travail précises. Les universitaires n'aiment guère passer du constat aux recommandations. Les responsables d'institutions estiment avoir mis en place les mesures nécessaires. Quant aux responsables des publics ou de la médiation, qui devraient être en première ligne pour formuler des axes de travail, ils donnent le sentiment de ne pas jouir d'une légitimité suffisante, faute de reconnaissance et d'un pouvoir effectif dans les institutions ; faute également d'accepter de discuter sur le fond des présupposés et des orientations stratégiques

des responsables à la tête des institutions culturelles publiques.

Nous sommes issu des sciences de gestion (mais aussi de la science politique et du droit), une discipline qui est tournée vers l'amélioration des pratiques et la recherche de solutions concrètes faisant la preuve de leur opérationnalité. Il est à nos yeux logique de chercher à proposer des remèdes aux dysfonctionnements constatés au regard des objectifs affichés par les organisations culturelles publiques. C'est pourquoi nous prenons le risque d'avancer à découvert, en cohérence avec notre conviction qu'il existe bel et bien des marges de manœuvre permettant d'élargir les publics des institutions culturelles. C'est également pourquoi nous émettons un certain nombre de réflexions, à l'adresse de tous ceux qui voudront bien relever ce défi permanent lancé aux politiques culturelles publiques.

Précisons enfin que nous ne procédons pas ici à une évaluation des moyens mis en œuvre par les institutions culturelles. Il suffit de constater que les résultats ne sont pas à la hauteur des enjeux. Cela suggère que d'autres pistes doivent être recherchées ; en complément, bien sûr, de celles déjà mises en œuvre, probablement utiles, mais qui trouvent manifestement leurs limites.

LES ENJEUX DE LA DÉMOCRATISATION CULTURELLE

LES ATTITUDES À L'ÉGARD DE L'OBJECTIF DE DÉMOCRATISATION

S'agissant de l'élargissement des publics de la culture, l'attitude de certains responsables d'institutions culturelles n'incite guère à l'action. Leur attitude peut être :

- l'ignorance : les questions relatives à la démocratisation ne sont pas analysées car le concept, au-delà de la rhétorique, reste flou et sans portée concrète ;
- l'indifférence : les responsables n'accordent guère d'importance à une question secondaire à leurs yeux au regard des impératifs artistiques ou des exigences économiques ;
- la lassitude : trop de projets ont donné des résultats limités et sont venus à bout de l'énergie des équipes ;
- le découragement : le sentiment s'impose que tout est toujours à recommencer sans pouvoir réellement faire la différence ;
- le cynisme : il s'agit de toujours parler de démocratisation sans jamais chercher à l'atteindre ;

– le fatalisme : l'opinion est que, quoi que l'on fasse, on ne parviendra jamais à réduire les écarts de pratiques entre les différentes catégories de la population.

Faut-il cesser le combat avant d'avoir réellement livré la bataille, c'est-à-dire sans avoir défini une stratégie, réuni des moyens et mis en œuvre un plan d'action à caractère opérationnel dont il sera alors possible – et alors seulement – d'évaluer les résultats ? Nous ne le pensons pas. Et nous espérons que, une fois parvenu à la fin de ce texte, le lecteur sera également convaincu du contraire.

« Le mouvement de démocratisation de la culture n'a pas épuisé ses stratégies afin d'atteindre de nouveaux publics. »

Yves Bergeron, professeur de muséologie et patrimoine,
université du Québec²

Mais, avant d'aller plus loin, précisons que nous sommes parfaitement conscient de l'ampleur des actions mises en œuvre par des acteurs motivés, dévoués et enthousiastes, qui déploient des efforts importants pour partir à la conquête de nouveaux publics. Notre propos est précisément de suggérer que cette expérience et cet engagement sont loin d'être valorisés comme ils devraient l'être. Les raisons de cette situation pourraient être les

2. Les dates des différentes auditions sont précisées en annexe.

suivantes : la mise à disposition de moyens humains et financiers modestes ; la place secondaire des responsables des publics dans la chaîne hiérarchique et un pouvoir réduit dans la prise de décision ; la reconnaissance limitée de leur action de la part des responsables d'institutions et des tutelles ; l'intervention dans la définition de l'offre culturelle exclusivement *ex post* et non en amont ; et, enfin, l'absence de capitalisation des bonnes pratiques.

POURQUOI SE POSER LA QUESTION DE LA DÉMOCRATISATION CULTURELLE ?

Revenons au point de départ de cette réflexion. En démocratie, il peut sembler naturel de s'assurer que tous les citoyens bénéficient de l'accès aux institutions culturelles, considéré par les responsables publics à la fois comme un objectif et une manifestation du progrès des civilisations. Après tout, pourquoi accroître la richesse des nations si ce n'est, au premier chef, pour permettre aux individus de jouir des bienfaits de l'éducation, des loisirs, des arts et de la culture, une fois atteints un confort de vie satisfaisant et un certain seuil de prospérité ?

Pourtant, bien que semblant relever de l'évidence, cette affirmation est parfois contestée. Pour certains

observateurs, cette position exprimerait une forme de condescendance, voire de supériorité paternaliste conduisant à stigmatiser les formes de culture que tout groupe humain produit, dès lors qu'elles ne feraient pas référence aux grands écrivains, musiciens, poètes, peintres ou dramaturges ; ou du moins à ceux considérés comme tels.

Or, s'il est exact que la sacralisation de la haute culture – disons, pour simplifier, des humanités – peut s'opérer au détriment de formes de culture moins reconnues (jazz, chanson, bandes dessinées, danses et musiques populaires, arts de la rue...) ou qui sont intégrées progressivement au socle des formes de cultures légitimées par les institutions culturelles, ce n'est pas une nécessité. On peut mettre Monteverdi, Bach ou Schönberg au panthéon de la musique et juger dans le même temps admirable l'œuvre de musiciens ou d'écrivains « populaires ». Mais la question principale n'est pas là. Elle réside dans le fait qu'une élite socioculturelle vénère de grands artistes au motif légitime qu'ils expriment le meilleur de la production humaine, tout en s'accommodant du constat qu'une partie notable de la population n'y a pas accès.

Une telle vision paraît difficilement concevable dans un régime démocratique, car elle pourrait être assimilée à une forme de privilège. En effet, dans le même temps, cette même élite accède sans complexe à toutes les autres formes

de culture, qu'il s'agisse du rock, des arts de la rue, du polar ou encore de la science-fiction. C'est ce que l'on nomme la culture omnivore. Or, cette prérogative n'est possible que parce que l'ensemble des citoyens contribuent par leurs impôts au financement des institutions culturelles dont cette fraction de la population profite au premier chef (mais pas elle seule, bien évidemment).

« Les professionnels des institutions culturelles ont rompu depuis bien longtemps le lien avec la culture populaire, qui est trop souvent disqualifiée dans notre pays. C'est dommage. Il faut donc maintenant réapprendre à se connaître, à se reconnaître, à se respecter. L'institution culturelle doit être un forum où l'on vient parler, échanger et débattre de questions contemporaines avec des experts. Mais les équipements culturels doivent aussi sortir de leurs murs, aller au-devant des gens et leur proposer leurs services. Les gens en ont besoin ; c'est une ressource essentielle pour le développement de la cité. Beaucoup d'expériences de médiation culturelle ont été menées et beaucoup de travail est fait au quotidien. Mais les médiateurs culturels ne savent pas suffisamment présenter, valoriser et évaluer ce qu'ils font. Et pourtant, plus que jamais, il faut continuer le travail engagé et l'inscrire dans la durée avec les institutions scolaires, les universités, les zones rurales, les hôpitaux, les structures d'éducation populaire... »

Cécilia de Varine, chargée du développement culturel au Centre hospitalier Saint-Jean-de-Dieu (Lyon)

Comment accepter que tous les individus contribuent directement – *via* les subventions publiques – aux institutions culturelles – ou indirectement – par le truchement notamment des aides fiscales accordées au mécénat – au financement des théâtres, des festivals, des lieux d'exposition ou encore des salles de concert, sans les fréquenter ? Rappelons à cet égard que certains impôts – telle la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) – sont acquittés par l'intégralité des Français, qu'ils soient ou non assujettis à l'impôt sur le revenu, qu'ils bénéficient ou non des revenus d'un travail régulier.

Reconnaissons toutefois que, pour la première fois dans l'histoire de l'humanité, les techniques de l'information et de la communication d'aujourd'hui permettent à la plupart des individus vivant dans les pays développés d'accéder légalement à un réservoir inépuisable de contenus culturels *via* leur ordinateur, leur tablette ou leur téléphone portable. Mais l'idée selon laquelle les nouvelles technologies permettraient de pallier l'absence d'accès « physique » aux institutions culturelles n'est guère convaincante. Il est probablement possible d'y souscrire pour le cinéma ou les concerts de musique classique. On peut en effet être un amateur cultivé et connaisseur sans fréquenter les salles de concert. C'est beaucoup moins le cas pour les autres formes du spectacle vivant ou pour les arts plastiques. Du reste, la dernière enquête sur les pratiques culturelles des Français

montre que le monde de l'Internet produit les mêmes inégalités sociales que celles existant par ailleurs³. De plus, une partie notable de la population française reste éloignée de l'usage de l'Internet.

Reste l'argument selon lequel chercher à faire accéder le plus grand nombre de citoyens aux théâtres, aux musées ou aux maisons d'opéra négligerait l'expression des goûts propres à chacun. Après tout, certains individus apprécient le sport et d'autres non. Il en serait de même pour les arts et la culture soutenus par les pouvoirs publics. Un tel argument serait recevable si, d'une part, chaque citoyen était placé dans les mêmes conditions s'agissant de l'expression de ses préférences. Or, nous savons que l'inégalité des conditions sociales ne le permet pas (cf. partie 2) ; et si, d'autre part, la proportion de ceux qui fréquentent les institutions culturelles était analogue pour chaque catégorie socioprofessionnelle, ce qui est très loin d'être le cas, comme on le verra plus loin. C'est donc bien la preuve que, au-delà des goûts spécifiques des individus, qui sont une réalité, des déterminations sociales pèsent sur la manifestation de leurs choix.

3. Olivier Donnat, *Les Pratiques culturelles des Français à l'ère numérique. Enquête 2008*, La Découverte, 2009.

« Qu'est-ce aujourd'hui que la culture ? Le mot semble avoir conservé sa noblesse et sa richesse apparentes, mais son contenu et sa signification ont imploré sous les pressions de ceux qui l'invoquent et l'instrumentalisent à loisir. »

Lucien Mironer, sociologue de la culture, ARCMC

Les Français sont conscients des inégalités d'accès à la culture. Ainsi, « l'opinion selon laquelle l'accès à la culture est et demeure inégalitaire dans notre société est partagée par une majorité de Français : 53 % d'entre eux considèrent que les inégalités dans ce domaine sont aujourd'hui très ou assez fortes, et ils sont presque aussi nombreux à juger qu'elles ont plutôt augmenté au cours des trente dernières années (14 % pensent qu'elles ont fortement augmenté et 34 % un peu) »⁴.

Par ailleurs, « près de neuf Français sur dix considèrent que les pouvoirs publics doivent favoriser l'accès à l'art et à la culture, et une majorité d'entre eux se prononcent même pour une politique plus ambitieuse dans ce domaine : 55 % pensent en effet que les pouvoirs publics ne favorisent pas suffisamment l'accès à l'art et à la culture [...]. Le fait que la moitié des Français se déclarent en faveur de la gratuité pour tous témoigne de la permanence, dans notre société, de l'idéal de gratuité qui animait à l'origine les militants de la démocratisation

de la culture »⁵. Enfin, « à bien des égards, perdue l'idéal d'égalité qui prévalait pendant les Trente Glorieuses et sur lequel repose le projet de démocratisation de la culture. De nombreux Français continuent à apprécier la réalité d'aujourd'hui à l'aune de cet idéal, ce qui les conduit à porter une appréciation sévère sur le présent et à se montrer pessimistes sur l'avenir ; ils sont comme orphelins de cet idéal dont ils ne parviennent pas à faire le deuil »⁶.

QU'APPELLE-T-ON LA DÉMOCRATISATION CULTURELLE ?

Selon le ministère de la Culture, la démocratisation culturelle se caractérise par une réduction des écarts de fréquentation des équipements culturels entre les différentes catégories socioprofessionnelles.

Au plan social, il est d'usage de qualifier de cultivées ou légitimes les activités dont le taux de pratique est plus élevé dans les milieux favorisés ou, si on raisonne à partir des niveaux de diplôme et de revenu, augmente avec le volume des ressources. On parle, à propos de ces activités, d'élitisation

5. *Ibid.*, p. 12-13.

6. Olivier Donnat, *Les inégalités culturelles. Qu'en pensent les Français ?*, ministère de la Culture, DEPS, 2015, synthèse, p. 2.

4. Olivier Donnat, *Les inégalités culturelles. Qu'en pensent les Français ?*, ministère de la Culture, DEPS, 2015, rapport, p. 2.

quand les résultats font apparaître un renforcement des écarts entre les milieux favorisés (ou diplômés) et les autres, et de démocratisation dans le cas inverse. Plus encore que pour les critères du sexe et de l'âge, la précision s'impose dans ce domaine, compte tenu de l'importance de la thématique de la démocratisation dans les débats de politique culturelle. C'est la raison pour laquelle il apparaît essentiel de tenter de réduire la polysémie du terme de démocratisation : d'une part, en le réservant aux situations où s'observe une réduction des écarts, une fois contrôlés les effets de structure liés aux progrès de la scolarisation et à l'augmentation corrélative des effectifs des milieux sociaux les plus « spontanément » portés vers la culture (cadres supérieurs et professions intellectuelles, étudiants et fractions diplômées des professions intermédiaires) ; d'autre part, en distinguant plusieurs situations selon que la réduction des écarts entre milieux sociaux résulte d'une désaffection des milieux favorisés et/ou d'un rattrapage des milieux initialement en retrait : la démocratisation prend un sens différent selon qu'elle s'est effectuée « par le haut » ou « par le bas »⁷.

La démocratisation est incontestablement l'une des principales missions des établissements culturels. C'est d'ailleurs stipulé dans l'article L. 441-2 du code du patrimoine relatif aux musées de France : « Rendre leurs collections accessibles au public le plus large ; concevoir et mettre en

7. Olivier Donnat, *Pratiques culturelles, 1973-2008. Questions de mesure et d'interprétation des résultats*, Paris, ministère de la Culture, DEPS, coll. « Culture études », 2011-2, décembre 2011, p. 9.

œuvre des actions d'éducation et de diffusion visant à assurer l'égal accès de tous à la culture et contribuer aux progrès de la connaissance et de la recherche ainsi qu'à leur diffusion ».

CELA RISQUE-T-IL DE COÛTER CHER ?

La question du coût des mesures visant à favoriser un accès plus égalitaire aux institutions culturelles n'est pas illégitime, mais elle peut être considérée comme secondaire. D'une part, elle relève précisément des missions confiées aux institutions culturelles publiques. Par conséquent, soit on abandonne cet objectif d'un élargissement de l'accès aux institutions culturelles – mais cela paraît peu envisageable dans un régime démocratique ; soit on prend des dispositions pour s'efforcer d'atteindre ce but. D'autre part, le coût de telles dispositions ne doit pas être surestimé. L'essentiel de la charge que représente le financement des institutions culturelles relève en effet des éléments suivants :

- les dépenses indispensables pour jouir d'un équipement en état de fonctionnement (bâtiment, sécurité, chauffage, électricité, maintenance...);
- les dépenses de personnel ;
- les dépenses artistiques ou de préservation du patrimoine, selon les cas.

L'intérêt public et l'usage optimal des ressources de la collectivité commandent donc de diviser le coût de l'équipement par le plus grand nombre possible d'usagers, dès lors que cela reste compatible avec les conditions d'accueil du site. Le recours à la gratuité peut d'ailleurs parfaitement intervenir dans ce cadre, comme le rappelle l'économiste Xavier Greffe :

Même s'il existe une tendance historique à la mise en place de prix, on ne peut passer sous silence que l'analyse économique peut très bien justifier la gratuité. Il est donc facile de voir que tout financement par les prix conduit à réduire le bien-être global net par rapport à la gratuité, et que seule cette dernière assure la maximisation du bien-être collectif net des agents. En tout état de cause, cela signifie que la gratuité est loin d'être un cas de figure irrationnel du point de vue économique comme certains le prétendent, à tort, trop facilement. Les prix [...] empêchent en tout cas aujourd'hui de considérer qu'ils ne constituent pas un problème [...]; à coup sûr ils en constituent un pour les usagers pour lesquels c'est devenu un loisir cher, à durée donnée, ce qui pose des problèmes d'arbitrage et de concurrence⁸.

Ainsi, dans le cas des bibliothèques, le coût du service rendu aux usagers ne justifie en aucune façon que l'on instaure une barrière tarifaire à l'entrée. Ce serait contraire à l'objectif

8. Xavier Greffe, *La Gestion du patrimoine culturel*, Paris, Economica, 1999, pp. 150-153.

recherché, à savoir la familiarisation de la population avec l'écrit et une élévation de son niveau d'éducation. La constitution de ce socle de toute politique culturelle représente ainsi un investissement judicieux de la part de la collectivité publique.

En tout état de cause, le seul fait de créer un équipement culturel occasionne un coût significatif et incompressible pour la collectivité publique. Cela rend indispensable le versement de subventions, les ressources propres (billetterie, restaurant, librairie-boutique, location d'espace...) et le mécénat ne suffisant jamais à couvrir les dépenses de fonctionnement. À titre d'illustration, avec plus de 9 millions de visiteurs annuels, nombre de restaurants et de boutiques et un niveau inégalé de mécénat, le musée du Louvre ne couvre que la moitié environ de ses dépenses par les recettes⁹. Il en est de même pour les théâtres, les conservatoires et les centres d'art ; sans oublier les bibliothèques, dont les revenus excèdent rarement 3 % des dépenses de fonctionnement¹⁰. La justification des actions de démocratisation est par conséquent d'abord politique et citoyenne. La question de leur coût peut légitimement être posée, mais en aucun cas servir de prétexte à l'inaction.

9. Source : établissement public du musée du Louvre.

10. « En 1999, l'ensemble des droits d'inscription en bibliothèques représentait moins de 3 % des budgets de fonctionnement » (Olivier Ploux, *L'impact de la gratuité sur l'activité et la fréquentation des bibliothèques municipales*, mémoire d'étude pour le diplôme de conservateur de bibliothèque, école nationale supérieure des sciences de l'information et des bibliothèques – ENSSIB, décembre 2009, p. 32).

Reste un dernier argument concernant l'impératif d'élargissement des publics. Il peut paraître paradoxal d'affirmer que les économies développées contemporaines sont devenues des sociétés de l'information et de la connaissance – où la différence entre les pays, dans un marché mondialisé et particulièrement concurrentiel, se joue dans le domaine de l'éducation, de l'innovation et de la recherche – sans faire de l'accès aux arts et à la culture une priorité pour former des citoyens éduqués, informés, curieux, créatifs, ouverts et sensibles à la complexité du monde. On sait aussi que la maîtrise du design, la puissance des marques et la croissance des industries culturelles reposent sur le développement des capacités créatives des individus, dans une arène économique où la seule production de biens et de services ne suffit plus pour se distinguer dans une concurrence aujourd'hui mondiale.

Par conséquent, aussi bien d'un point de vue humaniste que dans une vision utilitariste, il paraît judicieux que la société s'efforce de procurer à l'ensemble des citoyens les moyens d'entrer en contact avec les formes de culture les plus élaborées, qu'elles soient artistiques, historiques ou encore relatives aux sciences « dures » et techniques. À cet égard, passer de l'impératif de « la culture pour tous », qui correspond à l'esprit des Lumières, au simple constat d'évidence de « la culture pour chacun », qui renvoie les individus à ce qu'ils connaissent déjà ou à ce à quoi ils ont

accès à travers les industries culturelles, constitue une impasse démocratique.

En effet, si l'on considère que certaines formes de culture représentent les manifestations les plus précieuses et les plus éclatantes de l'esprit humain (ce qui justifie d'ailleurs un lourd investissement de la collectivité publique pour leur préservation et leur diffusion), il convient de chercher à les faire partager par le plus grand nombre. Et cela n'empêche pas que chacun se forge par surcroît la forme de culture qui lui correspond le plus.

Du point de vue de la politique publique, il importe dès lors de placer chacun dans la position de pouvoir apprécier ce que la collectivité considère comme les formes les plus élevées de la création dans le domaine artistique, musical, littéraire ou scientifique. La suite dépendra bien sûr des goûts et des préférences de chacun. S'il n'est pas question d'obliger tous les individus à apprécier à la fois Poussin, Debussy et Claude Simon, il importe de donner à chacun l'occasion de se familiariser avec les différentes expressions de la culture pour lui permettre de développer une appétence propre correspondant à sa sensibilité personnelle. Comment y parvenir ? Ce sera l'objet des derniers développements de cet essai¹¹.

11. Voir partie 3 : « Propositions et recommandations ».

LA TIMIDITÉ DES POUVOIRS PUBLICS

Bien qu'évoquée rituellement par les ministres de la Culture successifs – qui, en effet, pourrait s'opposer à un objectif aussi noble ? –, la politique de démocratisation fait l'objet de lignes budgétaires particulièrement modestes (soit 1 % du budget du ministère de la Culture¹²). Or, dans le même temps, aucun objectif chiffré n'est fixé aux opérateurs du ministère de la Culture, en dehors de deux segments de la population : les « jeunes » et les « publics du champ social », ce qui est loin de répondre aux exigences plus générales de la démocratisation, comme nous allons le montrer.

« La mission *Vivre ensemble* a été créée en 2004 pour regrouper l'action des représentants d'une trentaine d'institutions culturelles franciliennes en direction des publics qui ne les fréquentent pas. Mais il faudrait aller plus loin, étendre le réseau, le développer, avoir des retours sur les bonnes pratiques, faire des évaluations qualitatives et intelligentes, et pas seulement quantitatives comme c'est la grande mode partout. Il faudrait intégrer les acquis de l'éducation populaire dans le travail quotidien qui est mené avec le secteur associatif, pour donner plus de confiance en eux aux publics que nous accueillons dans nos établissements. Même si on se sent parfois marginale et un peu à

contre-courant, il me semble que de “bonnes pratiques” d'accueil progressent dans nos établissements. Mais aujourd'hui la question principale qui demeure est l'invisibilité de nos actions : la presse s'intéresse à ce qui va mal dans les quartiers défavorisés, rarement aux expériences novatrices menées avec les publics ; j'aurais beaucoup à dire là-dessus... »

Sylvie Dreyfus-Alphandéry, chargée de mission pour la diversification des publics, Bibliothèque nationale de France

Les publications du ministère de la Culture elles-mêmes restent incomplètes sur cette question. L'ouvrage consacré aux chiffres clés de la culture, qui présente sur quelque deux cents pages des dizaines d'éléments de synthèse et de tableaux chiffrés, ne comporte aucune donnée concernant le profil sociologique des usagers des équipements culturels¹³. Autre illustration : le service des publics de la Direction générale des patrimoines du ministère de la Culture s'oppose à la diffusion de l'ensemble des données concernant les publics des établissements publics sous tutelle du ministère de la Culture ; un refus qui a même été opposé à la Cour des comptes¹⁴.

13. *Chiffres clés. Statistiques de la culture et de la communication 2015*, ministère de la Culture, DEPS, 2015.

14. Cour des comptes, *Les Musées nationaux après une décennie de transformations (2000-2010)*. Rapport public thématique, avril 2011.

12. Source : Projet de loi de finances 2015, ministère de la Culture, octobre 2014.

« Il faudrait renouveler les formes de collaboration avec le ministère de la Jeunesse et des Sports, ainsi qu'avec les mouvements d'éducation populaire. »

Fabrice Thuriot, ingénieur d'études à l'université de Reims Champagne-Ardenne

LE MANQUE D'ENGAGEMENT DES GRANDES INSTITUTIONS CULTURELLES

Les grands équipements publics culturels ne s'abstiennent jamais de rappeler leur engagement en faveur de la démocratisation de la culture. Mais ils n'apportent guère de précision à ce sujet en dehors – à nouveau – des deux types de publics que sont les « jeunes » (provenant de quel milieu social ?) et ceux « du champ social » (qui représentent des effectifs très limités ; soit moins d'un millième de la fréquentation totale dans le cas du musée du Louvre)¹⁵. Autrement dit, les grandes institutions culturelles visent principalement deux types de publics, en dehors bien entendu des touristes étrangers, qui apportent de précieuses ressources. Il s'agit des publics « habitués » d'une part ; et,

15. Ont été concernés en 2014 : 414 relais du champ social, dont 284 sensibilisés et 130 formés (source : Etablissement public du musée du Louvre, Contrat de performance 2015-2019).

d'autre part (comme pour justifier un manque d'engagement concret pour élargir leurs publics habituels), des publics très éloignés des pratiques culturelles « légitimes » : groupes vivant dans des quartiers en difficultés, détenus, personnes hospitalisées, individus souffrant de handicap, etc.

« La priorité des musées consiste essentiellement à équilibrer leur budget. La recherche de revenus autonomes les pousse à se concentrer plutôt sur les publics acquis qui sont prêts à payer pour fréquenter les musées, délaissant ainsi certaines catégories sociales. »

Yves Bergeron, professeur de muséologie et patrimoine, université du Québec

Comprenons-nous bien. Les efforts déployés en direction de ces publics sont les bienvenus. Toutefois, ils tendent à masquer l'élitisation que connaissent les grandes institutions culturelles du fait notamment d'une progression constante des tarifs – mais il existe une série d'autres raisons que nous évoquerons plus loin. En effet, le pourcentage de Français de 15 ans et plus ayant visité un musée au cours des douze derniers mois est passé ces dernières années de 31 % à 22 % pour les employés et de 23 % à 15 % pour les ouvriers¹⁶. Ce phénomène d'élitisation devrait être pris en considération.

16. Ministère de la Culture, Olivier Donnat, « Les pratiques culturelles des Français » ; cité dans le rapport de la Cour des comptes, *ibid.*, p. 150.

Surtout, les efforts déployés en direction des publics du champ social ne sauraient exonérer les grandes institutions culturelles, qui bénéficient de moyens considérables émanant de la collectivité publique, d'une politique résolue pour diversifier le profil sociologique des publics qu'elles accueillent.

« Il y a un manque de transparence dans les musées sur les moyens engagés en matière de démocratisation ; il est donc difficile d'évaluer réellement les efforts fournis. Des initiatives sont menées partout, et de beaux projets, mais l'approche est souvent segmentante et ne semble pas rechercher l'intégration des publics éloignés, mais conduit plutôt à les séparer du public général, en créant des modules spécifiques, voire des journées réservées. »

Bernard Hasquenoph, fondateur de Louvre pour tous

D'une manière générale, selon la Cour des comptes, « les services dédiés à l'accueil des publics s'emploient à développer des actions de partenariat susceptibles de faire venir des publics ordinairement étrangers au monde de la culture. Mais ces actions ne sont jamais considérées comme suffisamment prioritaires ou d'une ambition telle que les musées s'aventurent à en faire un indicateur chiffré de leur performance. Ce faisant, l'objectif politique de démocratisation en reste au stade des injonctions de principe, d'une part, et d'actions méritoires, mais très ciblées, d'autre part ». Dès lors, « nul ne peut se hasarder à dire que la démocratisation de l'accès au musée a bénéficié des investissements des années

2000-2010. Aucun interlocuteur de la Cour, issu des musées nationaux ou du monde académique, ne s'y est risqué chiffres à l'appui »¹⁷.

*La Cité des sciences et de l'industrie de La Villette (Universcience)*¹⁸

La Synthèse des études 1986-2004 de la Cité des sciences et de l'industrie indique que « 64 % des visiteurs ont fait des études supérieures ou sont en cours d'études » ; plus précisément, 27 % des visiteurs d'Explora¹⁹ ont un DEA, un doctorat ou un diplôme d'ingénieur. On compte ainsi 21 % d'enseignants, 15 % d'ingénieurs et 26 % de cadres. Autrement dit, non seulement la fréquentation de la Cité des sciences n'est pas le reflet de la population française – comme dans le cas de la plupart des musées –, mais de surcroît, contrairement à l'intuition, la Cité des sciences n'obtient pas des résultats plus satisfaisants à cet égard que les musées d'art, réputés particulièrement sélectifs. Autre indication, 76 % ont visité plusieurs musées dans l'année, soit plus du double de la moyenne française (30 %). L'étude « Les visiteurs des expositions d'Explora, résultats de l'observatoire des publics

17. Cour des comptes, *op. cit.*, p. 147.

18. Selon le nom de l'établissement public qui réunit la Cité des sciences et le Palais de la découverte.

19. Qui désigne les espaces d'exposition permanents de la Cité des sciences et de l'industrie.

2005 » (Cité des sciences, avril 2006) apporte quant à elle les précisions suivantes, à rapprocher des résultats de la mission confiée à la Cité des sciences par les pouvoirs publics :

- le niveau d'étude est très élevé : 60 % des visiteurs d'Explora détiennent un diplôme supérieur à bac + 2 (contre 9 % de la population française) ;
- à l'inverse, les personnes ne disposant pas de diplôme supérieur ou égal au bac représentent 70 % des Français contre 10 % des visiteurs d'Explora ;
- « 48 % des visiteurs d'Explora disposent d'une formation STM » (sciences, techniques, médecine) et « 30 % d'une formation STM de haut niveau : licence et plus » ;
- « les catégories socioprofessionnelles supérieures représentent la grande majorité des visiteurs d'Explora âgés de 12 ans et plus. Les employés et les ouvriers sont moins présents et très sous-représentés par rapport à leur poids dans la population nationale. »

Le centre Georges-Pompidou

À rebours de l'utopie qui l'a fondé, le centre Pompidou se rapproche fortement par le profil de ses visiteurs de la plupart des institutions culturelles. La part des ouvriers représente ainsi entre 1 et 2 % (hors Bibliothèque publique d'information)²⁰.

20. Source : Centre Georges Pompidou.

Plusieurs facteurs en sont responsables : une certaine « normalisation » de l'équipement, la fin de l'accès libre aux terrasses, le cloisonnement entre musée et bibliothèque, sans oublier le très fort renchérissement des tarifs d'entrée. Il ne faut pas négliger non plus l'abandon de la politique des « correspondants » du Centre, qui servait de levier à des actions d'ampleur en direction de publics non familiers du monde des arts et de la culture²¹. En effet, « le pivot du système d'adhésion et de la politique de public se joue sur l'intime partenariat formé par les correspondants, dont le nombre atteint en moyenne 2 000 par an. Dans sa fonction d'information, de médiation, de représentation de toutes les catégories sociales, le correspondant constitue à lui seul une force de mobilisation et de diffusion »²².

Le musée du Louvre

L'article 2 du décret n° 92-1338 du 22 décembre 1992 portant création de l'établissement public du musée du Louvre précise notamment que sa mission est « d'assurer dans les musées et les jardins qu'il regroupe, et par tout

21. « Nous ne pouvons ici que signaler le changement profond de la politique de public par la fin du système d'adhésion, avec la suppression de ses termes constitutifs de correspondant et d'adhérent au profit du terme d'abonné, qui représente une occultation du travail de définition des relations entre l'institution et son public entrepris par Georges Guette et son équipe vingt ans plus tôt, en 1976 » (Laurent Fleury, *Le cas Beaubourg. Mécénat d'État et démocratisation de la Culture*, Armand Colin, 2007, p. 239).

22. *Ibid.*, p. 228.

moyen approprié, l'accueil du public le plus large, d'en développer la fréquentation, de favoriser la connaissance de leurs collections, de concevoir et mettre en œuvre des actions d'éducation et de diffusion visant à assurer l'égal accès de tous à la culture ».

Nous avons interrogé la direction du musée du Louvre sur ses efforts en matière de démocratisation. Elle répond de la façon suivante :

L'axe « démocratisation » ne coïncide pas avec la manière dont l'action des musées se déploie aujourd'hui et dont elle est « mesurée » (et mesurable) : pour la majorité d'entre eux, en France et à l'étranger, il s'agit d'actions spécifiques, en faveur de publics spécifiques, qui portent autant sur des actions au musée que sur des actions (activités « physiques » ou numériques) hors de leurs murs. Ainsi, dans le cas du Louvre, il s'agit d'actions conjointes portant sur des objectifs d'amélioration de la médiation et de développement des programmes et espaces d'éducation artistique et culturelle ; sur les améliorations en matière d'accessibilité matérielle et « intellectuelle » des œuvres et des collections ; et sur la « démocratisation » de l'accès, qui concerne des publics spécifiques (jeunes et publics dits du « champ social »). Il nous est donc impossible de répondre à ces questions de façon aussi générale et aussi large, et sur les actions et moyens correspondants.

Le service études et recherche du musée ne semble pas davantage en mesure d'éclairer les orientations stratégiques des dirigeants. S'agissant du profil sociologique de ses visiteurs, il se contente d'une seule catégorie agrégée représentant la moitié de la population active française : les ouvriers et les employés – la part de ces derniers étant toujours prépondérante, comme l'attestent de très nombreuses études de terrain.

À titre d'exemple, un musée national parisien de taille moyenne accueille dans son visitorat moins de 1 % d'ouvriers, alors que ces derniers représentent un cinquième de la population active dans notre pays. Dès lors, on ne peut évoquer l'argument d'une diminution du nombre d'ouvriers pour relativiser le problème posé par leur fréquentation des institutions culturelles, qui demeure très réduite. De plus, selon la Cour des comptes, la politique en faveur de groupes relevant du champ social (qui reste particulièrement modeste sur le plan quantitatif au regard de la fréquentation très élevée du musée) « n'implique que lointainement une modification progressive de la composition des publics²³ ».

La position du musée du Louvre soulève dès lors les interrogations suivantes :

- Comme l'indique la Cour des comptes, en une quinzaine

23. *Ibid.*, p. 145.

d'années, le prix du billet d'entrée a presque doublé – hors inflation. Comment s'assurer que ces augmentations tarifaires ne rendent pas l'objectif de fidélisation et d'élargissement des publics plus difficile à atteindre ?

- L'enquête barométrique du musée du Louvre comprenant depuis dix ans une rubrique unique « employés-ouvriers », comment la direction de l'établissement s'assure-t-elle des progrès réalisés en termes d'accessibilité auprès des catégories les moins aisées de la population ?
- Comment en outre garantir la comparabilité des données du Louvre en termes de CSP/PCS²⁴ avec l'enquête « Pratiques culturelles des Français »²⁵ et avec les études de publics réalisées par des universitaires ou des chercheurs indépendants, qui suivent en général les recommandations méthodologiques de l'Insee et du ministère de la Culture (*via* le Département des études, de la prospective et des statistiques) concernant la décomposition de la fréquentation en termes de catégories socioprofessionnelles ?
- En définitive, le ministère de la Culture peut-il laisser ses opérateurs culturels le priver d'informations stratégiques pour le pilotage de la politique culturelle nationale ?

Notons à cet égard la position ambiguë du ministère de la Culture. Ainsi, le département de la politique des publics de la Direction générale des patrimoines du ministère ne juge pas pertinente la distinction entre ouvriers et employés, à rebours des pratiques académiques et professionnelles. De plus, il ne permet pas la diffusion des informations relatives à leur poids dans la fréquentation des musées et des monuments nationaux. Enfin, dans l'enquête sur les publics mise en place dans les musées et les monuments nationaux par le Département de la politique des publics (« À l'écoute des visiteurs »), la nomenclature habituelle par CSP/PCS a laissé la place à la simple rubrique « profession ».

24. La nomenclature de catégories socioprofessionnelles (CSP) a été conçue par l'Institut national de la statistique et des études économiques en 1954. Elle a été abandonnée en 1982 et remplacée par la nomenclature des professions et catégories socioprofessionnelles (PCS).

25. Olivier Donnât, *Les Pratiques culturelles des Français à l'ère numérique. Enquête 2008*, La Découverte, 2009.

LES INÉGALITÉS D'ACCÈS À LA CULTURE

LES TEXTES DE RÉFÉRENCE

Pour comprendre les enjeux de l'égalité d'accès à la culture, il est utile de se reporter à deux textes de référence : la Déclaration universelle des droits de l'homme et le décret constitutif du ministère français de la Culture.

La Déclaration universelle des droits de l'homme

Ce texte a été adopté le 10 décembre 1948 par les 58 États membres qui constituaient l'Assemblée générale des Nations unies. Deux articles font référence aux droits relatifs à l'accès aux arts et à la culture :

- article 22 : « Toute personne, en tant que membre de la société, a droit à la sécurité sociale ; elle est fondée à obtenir la satisfaction des droits économiques, sociaux et culturels indispensables à sa dignité et au libre développement de sa personnalité, grâce à l'effort national et à la coopération internationale, compte tenu de l'organisation et des ressources de chaque pays » ;

- article 27 : « Toute personne a le droit de prendre part librement à la vie culturelle de la communauté, de jouir des arts et de participer au progrès scientifique et aux bienfaits qui en résultent ».

Le décret du ministère de la Culture

Le décret n° 2014-411 du 16 avril 2014 relatif aux attributions du ministre stipule dans son article 1 : « Le ministre de la culture et de la communication a pour mission de rendre accessibles au plus grand nombre les œuvres capitales de l'humanité et d'abord de la France. À ce titre, il conduit la politique de sauvegarde, de protection et de mise en valeur du patrimoine culturel dans toutes ses composantes, il favorise la création des œuvres de l'art et de l'esprit et le développement des pratiques et des enseignements artistiques ».

QUE DISENT LES ENQUÊTES SUR LES PRATIQUES CULTURELLES DES FRANÇAIS ?

Il convient à présent d'étayer l'affirmation selon laquelle les pratiques culturelles sont fortement liées à l'appartenance des individus à telle ou telle catégorie socioprofessionnelle et – corrélativement – à leur niveau d'instruction. Le ministère de la Culture a réalisé plusieurs enquêtes d'envergure permettant d'évaluer l'importance des

pratiques culturelles des Français. Et notamment – ce qui nous intéresse ici – leurs pratiques vis-à-vis des institutions culturelles telles que les bibliothèques, les théâtres, les maisons d'opéra, les centres culturels, les salles de concert, les cinémas, les musées, les centres de culture scientifique et technique ou encore les monuments ouverts à la visite. Rappelons que nous retenons ces pratiques parce qu'elles font l'objet d'un financement par la collectivité. La portée de ce financement et son bénéfice pour le citoyen justifient donc d'être évalués, comme pour toute politique publique.

Plus précisément, le département des études du ministère de la Culture et de la Communication a réalisé à cinq reprises l'enquête *Pratiques culturelles des Français*, en 1973, 1981, 1989, 1997 et 2008. Le dispositif a chaque fois été identique : sondage auprès d'un échantillon représentatif de la population française de 15 ans et plus, échantillon stratifié par régions et catégories d'agglomération, méthode des quotas avec comme variables le sexe et l'âge de la personne interrogée ainsi que la catégorie socioprofessionnelle du chef de ménage, interrogation en face-à-face au domicile de la personne interrogée. La taille de l'échantillon était de 2 000 individus en 1973, 3 000 en 1981, 5 000 en 1989, 4 353 en 1997 et 5 000 en 2008²⁶.

26. Olivier Donnat, *Pratiques culturelles, 1973-2008. Dynamiques générationnelles et pesanteurs sociales*, ministère de la Culture, 2011, p. 2.

Si l'on en croit l'enquête *Les Pratiques culturelles des Français. 1973-1989*, les pratiques culturelles semblent peu évoluer : « Même importance relative des publics, même proportion de pratiquants réguliers au sein de ceux-ci, mêmes caractéristiques sociodémographiques²⁷ » ; les sorties et visites culturelles demeurent le « noyau dur » des pratiques cultivées. Au terme de l'enquête la plus récente du ministère de la Culture, la proportion de Français âgés de plus de 15 ans qui a visité un musée au cours des douze derniers mois reste de l'ordre de 30 %. Elle est comparable à la proportion de ceux qui ont visité un monument. Cette pratique culturelle se situe entre la fréquentation du cinéma, qui concerne environ la moitié de la population, et le spectacle vivant (concerts de musique classique, théâtre, spectacles de danse professionnels) qui se situe autour de 15 %, voire moins. Observons par ailleurs qu'un quart des Français n'ont jamais visité un musée ou un monument de toute leur vie. Ils constituent à cet égard ce que l'on pourrait appeler un « non public ».

On ne peut faire abstraction des critères sociaux. Il existe un écart important entre les pratiques des cadres, par exemple, et celles des ouvriers. Et la situation ne semble pas s'améliorer, même en tenant compte de l'évolution de la structure sociodémographique de la population à l'échelle nationale. « Ce sont toujours les mêmes catégories de

population (les plus diplômés, les cadres et professions intellectuelles supérieures, les Parisiens et, en général, les jeunes et les célibataires) qui ont les taux de pratique et les rythmes de fréquentation les plus élevés, comme ce sont les mêmes (les personnes âgées, les ruraux, les inactifs et en général les agriculteurs et les ouvriers) qui présentent les plus forts taux de non-pratiquants et les intensités de pratique les plus faibles²⁸. »

Au-delà de l'appartenance sociale, c'est le niveau d'éducation qui demeure le principal déterminant des pratiques culturelles, même si l'élévation du niveau d'éducation de la population n'a pas permis de réduire les écarts entre les différentes catégories sociales.

Dans chaque enquête enregistrant des pratiques culturelles on peut constater une intense corrélation de la fréquentation du musée, du théâtre, etc., avec le niveau de diplôme, toujours beaucoup plus intense qu'avec le niveau de revenu ; c'est d'ailleurs pour cette seule raison qu'on qualifie ici ces pratiques de « cultivées »²⁹.

Le rapport entre le niveau de diplôme et la fréquentation des équipements culturels n'a rien perdu de sa force en dépit de la massification scolaire et son intensité varie très peu d'un type de lieu à l'autre [...]. Dans tous les cas, la propension à faire

28. *Ibid.*, p. 114.

29. Olivier Donnat et Denis Cogneau, *Les Pratiques culturelles des Français. 1973-1989*, La Découverte et La Documentation française, 1990, p. 204.

partie des publics de la culture des titulaires d'un diplôme de deuxième ou troisième cycle est double de celle des bacheliers et cinq ou six fois supérieure à celle des personnes sorties du système scolaire sans diplôme³⁰.

C'est ce que montre le tableau suivant.

**Sorties, visites et diplômes
(100 personnes de chaque groupe)³¹**

	Aucun diplôme	BEPC/ CAP	BAC	1 ^{er} cycle	2 ^{ème} ou 3 ^{ème} cycle
Cinéma	29 %	54 %	69 %	73 %	81 %
Musée	18 %	29 %	43 %	58 %	69 %
Monument historique	19 %	29 %	40 %	57 %	59 %
Théâtre professionnel	7 %	10 %	21 %	31 %	47 %
Concert de musique classique	5 %	7 %	17 %	20 %	41 %
Concert de jazz	2 %	5 %	12 %	18 %	18 %
Opéra	2 %	2 %	5 %	7 %	18 %

Source : Olivier Donnat et Denis Cogneau, *Les Pratiques culturelles des Français. 1973-1989*, La Découverte et La Documentation française, 1990, p. 122. NB : nous avons extrait de ce tableau exhaustif des sorties et visites culturelles celles qui nous ont paru les plus significatives.

30. Olivier Donnat, *Les Pratiques culturelles des Français à l'ère numérique. Enquête 2008*, La Découverte, 2009, p. 170.

31. Les élèves et les étudiants ne figurent pas dans ce tableau.

Pour en revenir à l'importance des catégories sociales, le tableau suivant fait apparaître un écart de 1 à 4 entre la pratique des ouvriers et celles des cadres et professions libérales, s'agissant de la visite de musées ou d'expositions.

**Visite d'un musée ou d'une exposition au moins
une fois au cours des douze derniers mois**

Catégories socioprofessionnelles	Proportion
Ensemble	33 %
Agriculteurs	24 %
Indépendants	33 %
Cadres et professions libérales	65 %
Professions intermédiaires	48 %
Employés	30 %
Ouvriers	17 %
Chômeurs	18 %
Étudiants, élèves	41 %
Retraités	29 %
Inactifs et femmes au foyer	20 %

Source : Insee, statistiques sur les ressources et les conditions de vie (dispositif SRCV), 2006.

Cet écart entre catégories sociales ne fait que s'accroître. C'est ce que montre le tableau suivant, qui indique l'évolution, entre 1973 et 2008, du pourcentage de Français « cadres supérieurs et professions libérales » d'un côté et

« ouvriers qualifiés et non qualifiés » de l'autre ayant visité un musée ou une exposition temporaire artistique durant l'année considérée.

Pourcentage de Français de 15 ans et plus ayant visité un musée ou une exposition temporaire d'art au cours des douze derniers mois

	1973	1981	1988	1997	2008
Ensemble	33 %	36 %	38 %	40 %	37 %
Cadres supérieurs et professions libérales	67 %	71 %	74 %	73 %	70 %
Ouvriers qualifiés	37 %	32 %	29 %	30 %	28 %
Ouvriers non qualifiés	23 %	29 %	30 %	30 %	18 %

Source : www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/doc/evolution73-08/T16-FREQUENTATION-MUSEE.pdf.

L'écart entre catégories sociales est encore plus important lorsqu'on tient compte de la fréquence des visites.

Fréquence de visite	Jamais	De 1 à 3 fois	De 4 à 6 fois	De 7 à 12 fois	Plus de 12 fois
Ensemble	56 %	27 %	11 %	4 %	2 %
Cadres et professions intellectuelles supérieures	22 %	35 %	22 %	13 %	8 %
Ouvriers	72 %	21 %	5 %	1 %	0 %

Source : Insee, statistiques sur les ressources et les conditions de vie (dispositif SRCV), 2006.

Soulignons qu'en 2013, les ouvriers représentaient encore 20,6 % de la population française. Sachant que les cadres et professions intellectuelles supérieures représentaient un pourcentage de 17,5 %, ce premier chiffre ne peut être considéré comme négligeable. Aussi convient-il de parler de démocratisation relative « pour traduire l'absence de réduction des écarts entre les PCS, en dépit d'une augmentation de la fréquentation »³². Les Français sont plus nombreux à fréquenter les équipements culturels mais il n'y a pas eu de « rattrapage » des milieux sociaux les moins investis dans la vie culturelle. Or, ce serait la mesure d'une démocratisation « absolue », et non relative. En effet, « la progression observée renvoie, dans la plupart des cas, au gonflement des catégories de population les plus familières des équipements culturels (les cadres, les professions intermédiaires et les étudiants, notamment) ou à une intensification de leurs pratiques davantage qu'à un réel élargissement des publics³³ ».

Ce constat ne doit cependant pas conduire à cesser les efforts en matière de démocratisation culturelle. Il devrait plutôt inciter les responsables d'équipements à mieux étudier leurs publics et à réfléchir aux moyens concrets pour faciliter

32. Olivier Donnat, « Les catégories socioprofessionnelles : un outil encore efficace dans l'analyse des disparités culturelles », in Olivier Donnat et Sylvie Octobre, *Les Publics des équipements culturels. Méthodes et résultats d'enquêtes*, ministère de la Culture, 2001, p. 29.

33. *Ibid.*, p. 29.

l'accès matériel, mais aussi symbolique aux équipements culturels (cf. partie 3).

QUE DISENT LES ENQUÊTES INTERNATIONALES ?

La France n'est pas un cas singulier, même si des sociétés d'apparence plus égalitaire comme les démocraties scandinaves semblent obtenir de meilleurs résultats. Le cas des États-Unis d'Amérique paraît confirmer le lien entre inégalités sociales et inégalité d'accès aux institutions culturelles, en particulier ses évolutions récentes, comme nous allons bientôt le voir.

Le cas de l'Union européenne

En dépit de la difficulté à comparer les statistiques à l'échelle internationale, on observe des tendances alarmantes à l'échelle européenne. La convergence des résultats suggère que les différents pays de l'Union européenne rencontrent les mêmes difficultés à élargir l'accès aux manifestations et aux équipements culturels.

Selon les résultats de l'Eurobaromètre portant sur l'accès et la participation à la culture, rendu public par la Commission européenne en novembre 2013, « s'il existe de grandes différences entre États membres, de manière

générale, le nombre d'Européens qui participent à des activités culturelles, comme acteurs ou spectateurs, diminue³⁴ ». En 2012, seuls 38 % des Européens ont pris part à une activité culturelle. Et le pourcentage de personnes considérant leur participation « passive » comme élevée ou très élevée est passé de 21 % en 2007 à 18 % en 2012³⁵. « La baisse de la participation touche toutes les activités culturelles à l'exception du cinéma³⁶. »

En outre, un tiers de la population de l'Union européenne indique ne jamais ou presque jamais participer à des activités culturelles, soit une hausse de 4 % depuis 2007. Enfin, l'étude note que « les facteurs sociodémographiques continuent d'influencer la participation culturelle : les personnes les plus instruites, ayant un statut social élevé ou qui ne connaissent pratiquement jamais de difficultés financières sont les plus susceptibles de participer à des activités culturelles³⁷ ».

Au-delà des effets conjugués des difficultés économiques, de la progression du chômage et du creusement des inégalités sociales (dont on ne voit pas

34. Rapport Eurobaromètre spécial n° 399 : « Accès et participation à la culture », Commission européenne, 2013.

35. *Ibid.*

36. *Ibid.*

37. *Ibid.*

comment le secteur culturel pourrait sortir indemne), on peut aussi y voir les conséquences du retrait progressif des pouvoirs publics et de l'augmentation des tarifs des institutions culturelles. On peut également mentionner le rôle néfaste des médias de masse, qui déploient des efforts modestes pour mettre en valeur des contenus culturels exigeants ; et celui des industries culturelles, dominées par l'impératif de diffusion simultanée dans l'ensemble des marchés de productions à vocation bien davantage commerciale qu'artistique.

Le cas des États-Unis d'Amérique

Dans son rapport intitulé « 2008 Survey of Public Participation in the Arts », publié en 2009, le National Endowment for the Arts (NEA) met en perspective les résultats les plus récents de ses enquêtes sur les pratiques culturelles des Américains conduites durant vingt-cinq ans. 18 000 personnes âgées de plus de 18 ans ont été interrogées (rappelons que, dans le cas français, l'âge de départ choisi dans les enquêtes est de 15 ans)³⁸. Les enquêtes portaient notamment sur les pratiques les suivantes : spectacle vivant (jazz, musique classique, opéra, comédies musicales, théâtre,

danse classique, autres formes de danse) ; lecture de livres relevant du champ littéraire ; visite de musées d'art (et non pas de tous types de musées comme dans le cas français) ; fréquentation de festivals ; visite de sites historiques.

Alors que l'enquête du NEA réalisée en 2002 dénombrait en chiffres bruts 497 millions de « participations » aux activités concernées, ce chiffre n'étant plus que de 408 millions en 2008, soit une baisse de près de 20 %. En outre, une part moindre de la population adulte américaine était concernée par une pratique culturelle (assister à un spectacle, visiter un musée d'art, etc.). C'est le cas notamment pour les concerts de musique classique ou l'accès au patrimoine. Quant à la visite des musées d'art, après avoir progressé, elle semble à présent en recul. De même, si l'on prend en compte l'ensemble des pratiques culturelles faisant l'objet des enquêtes, après un pic en 1992, on assiste à une baisse, pour aboutir à un résultat moins favorable en 2008 qu'en 1982, date de la première enquête.

38. Jean-Michel Tobelem, « Démocratiser la culture. Le cas des États-Unis d'Amérique. Un contexte en évolution » in Laurent Martin et Philippe Poirrier (dir.), *Démocratiser la culture. Une histoire comparée des politiques culturelles*, Territoires contemporains, nouvelle série, 5, mis en ligne le 18 avril 2013.

La culture pour tous

Pratiques culturelles	1982	1992	2002	2008
Ensemble	39 %	41 %	39,4 %	34,6 %
Jazz	9,6 %	10,6 %	10,8 %	7,8 %
Musique classique	13,0 %	12,5 %	11,6 %	9,3 %
Opéra	3,0 %	3,3 %	3,2 %	2,1 %
Théâtre musical	18,6 %	17,4 %	17,1 %	16,7 %
Théâtre	11,9 %	13,5 %	12,3 %	9,4 %
Danse	4,2 %	4,7 %	3,9 %	2,9 %
Musées d'art	22,1 %	26,7 %	26,5 %	22,7 %
Parcs et monuments historiques	37 %	34,5 %	31,6 %	24,9 %
Lecture (littérature)	56,9 %	54,0 %	46,7 %	50,2 %

Source : 2008 Survey of Public Participation in the Arts, National Endowment for the Arts (NEA), Washington DC, 2009.

On ne sera pas surpris du lien existant entre pratique artistique et niveau de revenus. On passe d'un taux de participation de 16 % pour les catégories les plus modestes de la population (environ la moitié de la moyenne nationale) à 68 % pour les plus aisées (environ deux fois la moyenne nationale), soit un écart de 1 à 4 entre ces deux groupes. C'est ce que montre le tableau suivant.

La culture pour tous

Importance de la pratique culturelle en fonction du revenu

	Population	Pourcentage	Pourcentage dans le total des pratiquants	Taux de participation
Total	224,8 millions	100 %	100 %	34,6 %
Revenu annuel (en dollars)				
Moins de 10 000	11,6 millions	5,8 %	2,6 %	16,1 %
De 10 000 à 20 000	19,3 millions	9,6 %	4,5 %	16,8 %
De 20 000 à 30 000	23,4 millions	11,7 %	6,3 %	19,3 %
De 30 000 à 40 000	22,6 millions	11,3 %	8,5 %	27,0 %
De 40 000 à 50 000	18,8 millions	9,3 %	8,3 %	31,8 %
De 50 000 à 75 000	40,7 millions	20,3 %	20,5 %	36,2 %
De 75 000 à 100 000	27,2 millions	13,5 %	17,5 %	46,2 %
De 100 000 à 150 000	21,4 millions	10,7 %	16,4 %	55,0 %
150 000 et plus	16 millions	8,0 %	15,2 %	68,1 %

Source : 2008 Survey of Public Participation in the Arts, National Endowment for the Arts (NEA), Washington DC, 2009.

Comme dans le cas français, l'élément le plus prédictif concernant la pratique artistique est toutefois le niveau d'instruction, avec un écart de 1 à 10 entre les catégories les moins éduquées et celles qui bénéficient du niveau d'éducation le plus élevé.

Importance de la pratique culturelle en fonction du niveau d'instruction

	Population	Pourcentage	Pourcentage dans le total des participants	Taux de participation
Total	224,8 millions	100 %	100 %	34,6 %
Grade school	11,2 millions	5,0 %	0,9 %	6,5 %
Some high school	22,1 millions	9,8 %	4,1 %	14,5 %
High school graduate	68,3 millions	30,4 %	16,7 %	19,0 %
Some college	61,4 millions	27,3 %	30,1 %	38,1 %
College graduate	41,3 millions	18,3 %	30,4 %	57,2 %
Graduate school	20,5 millions	9,1 %	17,8 %	67,3 %

Source : 2008 Survey of Public Participation in the Arts, National Endowment for the Arts (NEA), Washington DC, 2009.

On peut tirer quelques premiers enseignements de ces données chiffrées. Si l'enquête du NEA fait apparaître que la participation aux activités artistiques continue à croître avec le niveau d'éducation, force est de constater que, ces dernières années, même les personnes les plus instruites ont réduit l'intensité de leurs pratiques culturelles, comme l'établit cette même enquête. La pratique artistique personnelle elle-même est en déclin, à l'exception de la photo ou de la vidéo, concomitamment avec une diminution de l'importance des enseignements artistiques dans presque toutes les couches de la population. Faut-il y voir les effets

de profondes transformations économiques et sociales, des limites du système éducatif, du creusement des inégalités, de la multiplication des offres de loisir et de divertissement, du renchérissement de l'accès aux institutions artistiques ou d'une mutation du sens même de la pratique culturelle ?

Les possibilités d'accès aux arts et à la culture n'ont jamais été aussi importantes dans l'histoire de l'humanité, en particulier du fait de la numérisation des contenus et de la multiplication des canaux de diffusion (radio, télévision, ordinateurs, et à présent tablettes et smartphones). On n'en observe pas moins, dans l'échantillon objet des enquêtes, une diminution de la fréquence de pratique, y compris chez les personnes les plus instruites. Le phénomène est encore plus marqué s'agissant des groupes sociaux les moins favorisés (Noirs ou Hispaniques). Ils ont été les premiers à pâtir d'une réduction des efforts en matière d'éducation artistique, accentuant dans le même temps les disparités régionales.

En termes démographiques, on relève un vieillissement des publics de la culture, en particulier s'agissant du jazz et de la musique classique ; un vieillissement plus accentué que celui de la population dans son ensemble. Or, ce déclin est plus prononcé chez les 45-54 ans, c'est-à-dire chez ceux qui fournissent habituellement de larges contingents de participants aux institutions culturelles. L'essor des industries culturelles et la numérisation des contenus artistiques, dont la diffusion

est facilitée par l'innovation technique, contribuent assurément à faciliter l'accès aux œuvres de l'art et de l'esprit par un grand nombre d'individus.

Mais on ne saurait se satisfaire de ce constat optimiste. On assiste en effet au même moment à un déclin des humanités à l'université et à une réduction des moyens alloués aux enseignements artistiques à l'école. Or, faute de demande sociale en faveur d'une extension du rôle des pouvoirs publics dans le financement de la culture et par crainte de l'influence des responsables populistes qui ont alimenté les « guerres culturelles » des années 1980 et 1990³⁹, la question culturelle ne fait pas partie des préoccupations des principaux décideurs politiques. Même l'éventuelle nomination d'un conseiller pour les affaires culturelles auprès du président Obama n'a pu aboutir et on voit mal comment cela pourrait être le cas dans un futur proche.

Enfin, certains facteurs viennent contrer les réels efforts de démocratisation menés par nombre d'institutions artistiques. Les industries culturelles et les grands médias audiovisuels ne se sentent pas investis de la même responsabilité que celle qui, dans les années 1950, conduisait la chaîne de télévision CBS à proposer des émissions grand public animées par le chef d'orchestre et compositeur Leonard

39. Soulevant la question du financement du secteur culturel par des organismes publics, pourtant limité dans ses montants.

Bernstein. Confrontés à des impératifs de financement, les grands équipements culturels n'hésitent pas à augmenter notablement leurs tarifs. Enfin, l'aggravation des inégalités sociales s'ajoute aux phénomènes que nous venons de décrire pour créer un contexte défavorable à une réduction des écarts dans l'accès aux pratiques artistiques des Américains.

LES CLASSES SOCIALES ONT-ELLES DISPARU ?

Le paradigme dominant à présent chez les analystes du monde social étant celui d'une réduction du rôle des catégories socioprofessionnelles comme facteur explicatif des comportements des individus, sur fond d'individualisation croissante dans les sociétés développées, il ne faut pas s'étonner que les responsables culturels aient tendance à minimiser le critère d'appartenance aux diverses catégories sociales. Cela renvoie à l'interrogation d'Emmanuel Pierru et Alexis Spire : « Pourquoi est-il devenu si difficile de trouver des statistiques rendant compte des évolutions récentes de la société française selon les différents groupes sociaux qui la composent⁴⁰ ? ». Corrélativement, nombre de ces responsables sont convaincus que la classe ouvrière est en voie de quasi-

40. Emmanuel Pierru et Alexis Spire, « Le crépuscule des catégories socioprofessionnelles », *Revue française de science politique*, 2008/3, vol. 58. Voir également Louis Chauvel, « Le retour des classes sociales ? », *Revue de l'OFCE*, n° 79, octobre 2001.

disparition, du fait du déclin des industries manufacturières et de la transition des sociétés contemporaines vers des économies dominées par le secteur des services. Voici en réalité la structure de la population active :

- agriculteurs exploitants : 2 %
- artisans, commerçants et chefs d'entreprise : 6,2 %
- cadres et professions intellectuelles supérieures : 17,5 %
- professions intermédiaires : 25,2 %
- employés : 28,3 %
- ouvriers : 20,6 %⁴¹.

« Actuellement, la fréquentation des lieux culturels ne se fait que si l'enseignant le souhaite, et s'il a une coopérative scolaire qui le lui permet (c'est-à-dire des dons des parents). Pour permettre une véritable égalité de tous les enfants à l'égard des institutions culturelles, il faudrait rendre leur visite obligatoire, à plusieurs reprises, et cela tout au long de leur scolarité. Cela implique qu'elle soit inscrite explicitement dans les programmes de l'Éducation nationale et que les professeurs soient formés à cette pratique. C'est bien sûr le rôle de la collectivité publique de dégager les moyens nécessaires, puisqu'il s'agit d'un impératif citoyen. On aura alors davantage de chance de susciter la vocation de futurs spectateurs ou visiteurs de ces institutions culturelles et surtout, de réduire l'inégalité des chances face au savoir. »

Emmanuelle Voeltzel, enseignante en français langue seconde auprès des élèves nouvellement arrivés en France

41. INSEE Première, *Une photographie du marché du travail en 2013*, n° 1516, septembre 2014.

Quant aux chercheurs, y compris en sociologie, ils se préoccupent davantage à présent des facteurs générationnels et des questions de genre, au détriment peut-être d'une analyse en termes de classes sociales. C'est ce qui explique le recours de moins en moins fréquent aux théories de Pierre Bourdieu et une adhésion croissante aux principes du libéralisme économique. D'une manière générale, chez nombre de responsables politiques, administratifs et culturels, l'absence de perspectives de transformation sociale, le poids des difficultés économiques et la progression d'un ethos managérialiste font passer au second plan la lecture en termes de catégories sociales.

Voyons à ce sujet l'analyse du sociologue Olivier Donnat : « Il est de bon ton d'affirmer que les professions et catégories socioprofessionnelles (PCS) ont perdu en grande partie leur pouvoir explicatif et que les rapports à la culture sont désormais moins soumis aux déterminations sociales. Qu'on parle de montée de l'individualisme, de retour de l'acteur ou de "socio-styles", il s'agit toujours d'exprimer, explicitement ou non, l'idée que les PCS sont aujourd'hui, dans notre société en voie de massification, un outil largement obsolète à la fois parce que les anciennes inégalités se sont considérablement réduites et que les nouvelles appellent d'autres grilles d'analyse ». Or, « les pratiques et consommations culturelles demeurent dans notre société de masse étroitement liées à la position et à la

trajectoire sociale des individus. Elles apparaissent dans bien des cas, à l'échelle de la population française, comme minoritaires, élitaires et cumulatives. Plus de sept Français sur dix n'ont jamais assisté de leur vie à un concert de musique classique, par exemple, et plus de la moitié ne sont jamais allés au théâtre. La hiérarchie des taux de pratique triés selon la catégorie socioprofessionnelle reste la même quelles que soient les formes de participation à la vie culturelle. »

Par ailleurs, « l'écart entre milieux sociaux, qui est déjà important quand on analyse les résultats équipement par équipement, apparaît de manière encore plus spectaculaire quand on raisonne sur la fréquentation globale. Un indicateur synthétique portant sur cinq types d'équipements culturels (salles de cinéma, bibliothèques et médiathèques, salles de spectacles, lieux d'exposition et lieux de patrimoine) permet de mesurer combien leur fréquentation habituelle est très inégalement répartie dans la société française : plus de la moitié des cadres (54 %) s'y rendent de façon régulière ou habituelle, soit près de deux fois plus que les professions intermédiaires et cinq fois plus que les ouvriers. »

Enfin, « la comparaison des résultats de la dernière enquête avec ceux de 1973 montre que la fréquentation des équipements culturels, en dépit d'une orientation globale à

la hausse, plus ou moins sensible selon les domaines, n'est marquée par aucune réduction des écarts entre PCS⁴² ».

SOUS-DÉCLARATION OU SURDÉCLARATION ?

Comme on le sait, les données présentées dans l'enquête sur les pratiques culturelles des Français sont issues des déclarations des personnes interrogées. Or, des observateurs estiment que certains répondants ne déclarent pas l'ensemble de leurs pratiques, faute sans doute d'être assurés qu'elles s'inscrivent bien dans les catégories présentées par l'enquêteur. Si ce phénomène ne peut être totalement exclu *a priori*, nos recherches portant sur un grand nombre d'institutions culturelles suggèrent précisément le contraire, à savoir une surdéclaration des pratiques. Le motif en est bien connu. Il s'agit de ne pas avoir à justifier l'abstention d'une pratique considérée comme valorisante. À titre d'illustration, nous n'avons pas rencontré le cas d'institutions muséales accueillant 15 % d'ouvriers, comme l'indique l'enquête sur les pratiques culturelles des Français. Le plus souvent compris entre 1 et 3 % des visiteurs, ce

42. Olivier Donnat, « Les catégories socioprofessionnelles : un outil encore efficace dans l'analyse des disparités culturelles », in Olivier Donnat et Sylvie Octobre (dir.), *Les Publics des équipements culturels. Méthodes et résultats d'enquêtes*, Paris, ministère de la Culture, DEP, 2001.

chiffre ne dépasse jamais les 5 %. C'est ce que montrent les résultats de l'Observatoire permanent des publics publiés par le ministère de la Culture⁴³.

LES LIMITES DES NOUVELLES ORIENTATIONS

Examinons à présent quelques-unes des orientations mises en œuvre par les responsables d'institutions culturelles, aux fins notamment d'une démocratisation accrue.

Que penser du rôle des techniques de l'information et des réseaux sociaux ?

De l'aveu même des meilleurs spécialistes dans ce domaine, les nouvelles technologies de l'information et de la communication ne font pas de miracle. Elles ne remplacent en aucune façon la médiation humaine, par exemple. Leur apport est notable – il serait ridicule de le nier. Mais faire reposer l'exigence de démocratisation sur les seules nouvelles technologies est vain. Il est d'ailleurs probable que l'usage des médias et des réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Pinterest, Dailymotion, Google +, Flickr, etc.) permet surtout de fidéliser et de renforcer les liens avec des

43. Lucien Mironer, *Cent Musées à la rencontre du public*, Paris, Direction des musées de France, 2001.

publics déjà motivés par l'offre culturelle de l'équipement sur la base de communautés d'intérêt, et de moderniser l'image de l'institution. Cela ne signifie pas nécessairement une ouverture vers des publics plus diversifiés socialement. On retrouve en effet les mêmes clivages dans l'usage des nouvelles techniques que dans l'ensemble des pratiques culturelles.

« L'offre numérique privilégie trop souvent le spectaculaire et l'innovation technologique au détriment de la qualité et de l'originalité des contenus. Il y a un risque de surenchère technologique sans toujours évaluer son apport. Les dispositifs et les applications numériques doivent être conçus dans le cadre d'une stratégie globale de médiation, en tenant compte de l'expérience des animateurs, qui restent ses meilleurs atouts. Le numérique est donc un complément, car rien ne remplace l'humain. »

Jean-Pierre Dalbéra, ancien chef de la mission recherche et technologie du ministère de la Culture

Que penser du rôle des manifestations événementielles ?

En dehors des spectacles de rue d'accès gratuit qui – par définition – ont toutes les chances de rencontrer un public large et diversifié, il semble qu'il n'existe pas d'étude prouvant que les expositions temporaires, par exemple, attireraient un public plus diversifié socialement du fait d'une large exposition médiatique et des puissants moyens de promotion mis en œuvre. Il est même probable que, s'ils

attirent un grand nombre de visiteurs, le profil sociodémographique de ces derniers est encore plus sélectif que le public des collections permanentes des musées ou des monuments. D'une part, en dépit de leur apparence « populaire », les artistes dont ces expositions donnent à voir les œuvres ne sont pas aussi connus qu'on pourrait le croire. D'autre part, les collections permanentes des musées et des monuments historiques attirent un public qui visite volontiers les hauts lieux du patrimoine et du tourisme. Une exposition du musée des Beaux-Arts de Rouen consacrée aux Impressionnistes, thème pourtant considéré comme « populaire » par excellence et attirant régulièrement un public très nombreux, n'a ainsi attiré que 1 % d'ouvriers pour 31 % de cadres et professions intellectuelles supérieures⁴⁴.

Le Centre Pompidou mobile

Force est de constater l'échec culturel et économique du Centre Pompidou Mobile (CPM). L'idée de favoriser l'itinérance de collections est plutôt pertinente, comme le prouvent les exemples réussis de bus circulant en Afrique ou en région parisienne. Mais l'intérêt est d'aller là où les institutions ne sont pas présentes, dans des banlieues reléguées, des zones rurales isolées, des localités éloignées.

44. Évaluation de l'exposition du musée des Beaux-Arts de Rouen, « Une ville pour l'impressionnisme : Monet, Pissarro et Gauguin à Rouen », Xavier Greffe et Sylvie Pflieger, 4 juin-26 septembre 2010.

Or, en raison d'un concept inadapté, le CPM n'a pu être présenté que dans des villes déjà dotées de musées ou de lieux d'exposition. De plus, il en coûtait plusieurs centaines de milliers d'euros pour accueillir cet équipement éphémère. L'opération s'avérait ainsi dispendieuse et dénuée d'efficacité avérée sur la durée.

Le principe était d'accueillir l'exposition d'une petite vingtaine d'œuvres du centre Georges-Pompidou. Pourquoi n'avoir pas utilisé des locaux existants ? S'il s'était agi de musées, cela aurait permis à des primo-visiteurs d'en franchir le seuil, et l'on aurait ensuite pu s'efforcer de les fidéliser. D'autant que les enquêtes réalisées ont montré que le public accueilli par le CPM était principalement composé d'habitues de la visite de musées et d'expositions. La modeste médiation proposée aux visiteurs, confiée à une société privée, et l'abandon des projets d'itinérance en régions permettent de conclure à l'échec de cette opération.

Il n'est pas illégitime à ce propos de réfléchir à l'utilisation qui aurait pu être faite des sommes dépensées pour concevoir, construire et faire circuler le CPM. Le centre Georges-Pompidou aurait pu proposer de véritables projets de démocratisation culturelle dans les régions, en partenariat avec les institutions et les collectivités territoriales concernées.

Le Louvre-Lens

Si l'on se réfère aux objectifs fixés au Louvre-Lens par ses promoteurs (démocratisation et développement local), le succès ne semble guère au rendez-vous : une fréquentation en diminution malgré la gratuité du parcours permanent, avec des expositions temporaires qui attirent moins que prévu ; une stratégie touristique encore en devenir ; un impact économique décevant. Quant à l'objectif de démocratisation, il n'est pas atteint. Les études de publics font état d'un nombre très limité de visiteurs appartenant aux catégories populaires (avec notamment moins de 3 % d'ouvriers)⁴⁵.

Les raisons de cette situation ont probablement d'abord à voir avec la muséographie. L'accumulation d'œuvres de toutes périodes et de toutes provenances dans la « Galerie du Temps » n'aide pas à la compréhension des visiteurs non spécialistes. Par ailleurs, les expositions temporaires sont très « classiques » et érudites. Et on ne relève aucune innovation marquante dans la médiation, l'aide à la visite ou l'interprétation des collections.

Un manque d'ancrage dans le territoire, un travail insuffisant avec les relais locaux et la conviction que l'offre culturelle suffirait à susciter la demande de publics peu

habitué des pratiques artistiques n'ont-ils pas fait obstacle à la réussite du projet ? Avec les 300 millions d'euros dépensés par les collectivités publiques pour le Louvre-Lens, une multitude d'opérations de démocratisation culturelle aurait peut-être pu être financée et accompagnée localement dans les quelque quarante musées bénéficiant de l'appellation « Musée de France » que compte la région Nord-Pas-de-Calais.

45. Mathias Boquet et Hélène Migaud, *Analyse du profil et du comportement des visiteurs du Louvre Lens et de leur impact sur l'économie locale*, Université de Lorraine, avril 2014.

PROPOSITIONS ET RECOMMANDATIONS

Une fois ces constats établis, que faire ? Comment agir en faveur d'un accès aux manifestations et équipements culturels publics plus démocratique ? À partir de notre expérience à l'échelle nationale et internationale, nous proposons ici des axes de réflexion qui permettent d'envisager des marges de progression. Celles-ci peuvent être discutées, nuancées et amendées. Mais il nous paraît difficile d'en contester la logique générale, qui reste bien entendu à adapter au cas par cas.

APPROCHE PAR ÉTABLISSEMENT

Voici une série d'orientations qui peuvent être mises en œuvre dans les institutions culturelles publiques mêmes. Cela signifie qu'elles peuvent être adoptées dès maintenant.

La connaissance de l'environnement, de l'offre et de la demande

Toute politique en direction des publics nécessite une connaissance minimale de ces derniers. Dans beaucoup d'établissements, elle est rudimentaire. Fondée principalement sur les données de la billetterie, elle se limite à quelques informations de base : visite en groupe ou individuelle, catégorie tarifaire, provenance géographique lorsqu'elle est demandée. Cela ne permet ni de dresser le profil des publics, ni de développer une politique répondant à des besoins identifiés, ni bien sûr d'évaluer l'impact des actions entreprises.

« Pour pouvoir conduire une politique et des stratégies de démocratisation des accès à la culture, il est indispensable de doter les lieux de la culture d'études sociologiques des publics. De nombreuses études sont certes menées, mais leur communication à des professionnels reste plus que confidentielle. Ces secrets jalousement gardés, cette opacité voulue de certains enseignements utiles seraient-ils explosifs s'ils étaient connus ? Et que dire de certaines pratiques illicites de brouillage des caractéristiques sociologiques en agrégeant indûment les données signalétiques (employés + ouvriers), de plus "simplifiées", voire "traduites" en termes de genre au motif que la majorité des employés seraient des femmes et que la majorité des ouvriers seraient des hommes ? »

Jeanne Cresté, spécialiste du marketing culturel

De plus, si le secteur des bibliothèques a développé une sensibilité à l'égard de ses usagers, et si le secteur des

musées et du patrimoine dispose comme on l'a vu d'un ensemble de données, même parcellaires, sur ses visiteurs, ce n'est pas le cas du secteur du spectacle vivant. On peut y voir un manque de volonté – au-delà des interpellations rituelles sur le rôle du service public et l'ouverture à tous les publics. Ou l'on peut évoquer la crainte que la mise en évidence du caractère très marqué socialement des spectateurs accueillis ne fragilise la position des institutions musicales, lyriques, théâtrales et chorégraphiques. Si l'on peut comprendre une telle prudence, occulter la réalité pourrait provoquer un choc en retour d'une portée imprévisible, capable de susciter méfiance et incompréhension à l'égard des responsables d'institutions culturelles. À l'inverse, l'absence de constat sur la difficulté à conquérir de nouveaux publics empêche peut-être ce secteur d'obtenir auprès des tutelles des moyens accrus pour mieux accomplir sa mission de démocratisation de l'accès à la culture.

« Le secteur du spectacle vivant est celui dans lequel le souci de la connaissance des publics et de l'évaluation fait le plus défaut. Mais il peut paraître risqué de ne pas l'assumer ; car le constat de la situation actuelle pourrait au contraire fournir des arguments pour instaurer une politique plus ambitieuse et obtenir davantage de moyens en faveur de l'élargissement des publics. »

Olivier Donnat, ministère de la Culture (Département des études, de la prospective et des statistiques)

La politique des publics et les actions relevant de la démocratisation de l'accès aux manifestations et équipements culturels publics doivent en outre s'appuyer sur une connaissance fine du territoire où est implanté l'établissement. L'existence d'une offre présentant des caractéristiques proches (autre centre d'art, autre salle de spectacles, autre structure de diffusion de la culture scientifique, technique et industrielle, etc.) doit en particulier être prise en compte.

« Les lieux de culture doivent mener une politique de l'offre, leur offre. Considérer la demande est un corollaire utile et indispensable pour l'ajustement des propositions culturelles des maîtres d'œuvre que sont les différents responsables des sites culturels et leurs acteurs sur le terrain. Or il est notoire que le "donner à voir" de la culture est généralement conçu pour l'élite d'un public plus ou moins averti et fidèle, et non pas pour le plus grand nombre. La conquête des primo-visiteurs issus de milieux dits défavorisés n'est nullement utopique mais demeure un objectif plutôt qu'une finalité observable. L'élargissement des publics est donc possible à condition de décider et de mettre en œuvre des moyens politiques et des stratégies internes aux milieux de la culture eux-mêmes. »

Jeanne Cresté, spécialiste du marketing culturel

L'accessibilité

L'accessibilité comporte plusieurs aspects. Elle concerne la venue en transports publics, la possibilité de garer un véhicule ou encore la signalisation routière. Le fait que des architectures austères ou trop monumentales puissent contribuer à éloigner certains publics est également à prendre en compte. Faciliter l'accès de tous (y compris des personnes handicapées), créer une atmosphère accueillante, rendre les circulations compréhensibles, améliorer la lisibilité de la signalétique, ménager des espaces de repos et de discussion, proposer des services permettant d'offrir une bonne expérience de sortie culturelle, tout cela contribue à améliorer la satisfaction des publics, et par conséquent à favoriser leur fréquentation et leur fidélisation.

« La question des arbitrages financiers peut se poser au sein d'un même établissement ; par exemple dans la répartition entre les fonctions de communication et les fonctions de médiation. Les exemples sont multiples où les budgets de communication – quelquefois surdimensionnés par rapport au budget global – sont arrêtés au détriment du financement des actions de médiation permettant au public, en particulier de proximité, de s'approprier l'établissement. »

Martine Regourd, professeur à l'université
Toulouse 1 Capitole

La reconfiguration de l'offre

L'offre culturelle ne saurait certes être modifiée substantiellement au gré de l'évolution de la demande. Il n'en reste pas moins que des ajustements peuvent être réalisés à la marge dans la plupart des institutions culturelles, afin de la rendre plus accessible. Cela ne porterait aucunement atteinte à l'intégrité du projet artistique ou scientifique de l'institution.

« L'objectif, au nom de la "liberté de programmation" est souvent de ne rien changer à l'offre. (Changer, en demandant par exemple aux non-visiteurs à quelles conditions ils viendraient voir une exposition ? Quel thème pourrait les intéresser ?) L'offre est toujours conçue aujourd'hui, et quels que soient les domaines culturels, par les pros, du haut vers le bas, ou par des scientifiques qui savent, eux, ce que vous devez connaître, et mieux que vous. La médiation culturelle est une adaptation du difficile, un facilitateur. Or, aujourd'hui, avec Internet et un accès à peu près à tout, un jeune de tout milieu social peut construire son offre sur mesure, la partager. La concurrence pour le temps libre non extensible des jeunes s'est accrue au détriment de cette culture institutionnelle : jeux et réseaux sociaux deviennent peu à peu leurs choix prioritaires. Voilà sans doute pourquoi les musées américains et britanniques ont en général un très bel onglet consacré aux jeux sur les sites Internet de leurs musées. Et voilà pourquoi, aussi, le

Rijksmuseum met 250 000 œuvres en ligne en haute définition, que l'on peut voir et regarder mais surtout réutiliser dans le studio du Rijksmuseum pour décorer son vélo ou le plafond de sa chambre ! Si les stratégies ne changent pas, si les modes de production (visites commentées, expositions permanentes et temporaires...) sont toujours les mêmes, et en tous cas conçues et décidées par les mêmes, pourquoi les résultats seraient-ils différents ? L'offre culturelle institutionnelle s'adresse, pour sa très grande majorité, aux gens cultivés, diplômés, aisés. Et tout est fait pour répondre non à un véritable lieu de vie pour tous, y compris pour les classes défavorisées. »

Évelyne Lehalle, directrice du Nouveau tourisme culturel

Jean Vilar a ouvert la voie. Il a montré qu'une réflexion sur ce qui se situe à la périphérie de l'offre théâtrale proprement dite, qu'il s'agisse des espaces d'accueil, de l'information ou des services, pouvait contribuer à faciliter la venue de publics peu habitués à ce type de sortie. Nombre d'expériences menées dans différents pays établissent que l'on peut rendre les équipements culturels moins intimidants et plus conviviaux. Mais ces politiques ne peuvent être définies qu'en partant des caractéristiques de chaque institution, en s'appuyant sur la réflexion des professionnels et en interrogeant les usagers.

« S'agissant des moyens à mettre en œuvre en vue d'un élargissement de la culture au plus grand nombre de personnes, adultes ou enfants, il semble qu'il faille prendre en compte l'apparente contradiction qui suit : l'opportunité d'une part, de diffuser davantage de connaissances multiculturelles à tous et de favoriser, d'autre part, les groupes et associations locaux d'initiation culturelle. Pour suppléer à la diffusion de la culture de masse par les médias (qui a des effets positifs, mais pas seulement), il paraît important, en effet, de soutenir et de favoriser les associations culturelles locales qui permettent des rencontres et des échanges humains en direct. »

Marie-Claude Vallet, ancien ingénieur d'études
en sciences sociales

La communication

La communication est souvent vue comme le remède à une fréquentation insuffisante, en particulier s'agissant de publics éloignés de la culture. Elle a incontestablement un rôle à jouer pour mieux faire connaître l'institution et ses programmes à un vaste public. Son rôle ne prend cependant tout son sens qu'une fois engagée une réflexion globale sur le positionnement de l'institution culturelle, son offre, sa politique tarifaire et l'amélioration de son accessibilité. En outre, elle peut paradoxalement renforcer le sentiment d'exclusion de certains publics en raison du caractère énigmatique de messages ne paraissant

s'adresser qu'à des initiés. Les politiques de promotion, quant à elles, sont souvent négligées, alors que développer des opérations qui renforcent l'attractivité de la manifestation ou de l'équipement culturel permettrait peut-être d'aller au-devant de certains publics, de se faire connaître d'eux dans les lieux qu'ils fréquentent.

« Je suis bon public. J'assiste à une vingtaine de spectacles et expositions chaque année depuis trente ans. J'ai des abonnements et je me rends aux présentations de saisons. J'ai vis-à-vis de la culture une démarche volontaire, quasi militante. Or je constate que les présentations, les plaquettes, les panneaux d'explication sont trop souvent incompréhensibles, jargonneux, ésotériques ; on ne sait pas du tout à quoi s'attendre ! Je me mets à la place de ceux qui ne vont jamais au spectacle et j'imagine mal quelqu'un se dire : ça, ça pourrait me plaire, je vais tenter l'aventure... Il y aurait beaucoup d'efforts à faire pour que tout le monde se sente bienvenu »

Sophie Ducam, directrice d'école
en réseau d'éducation prioritaire REP+

La question tarifaire

Certains observateurs minimisent l'impact des notables hausses tarifaires. Or, la Cour des comptes a bien souligné l'importance de cet aspect : « L'augmentation indéfinie des droits d'entrée n'est pas compatible avec

l'ambition de démocratisation de l'accès aux musées⁴⁶ ». Au sujet des « fortes augmentations de la quasi-totalité des tarifs qui ont été décidées par les musées nationaux », elle relève que « ce phénomène apparaît contradictoire avec les objectifs politiques assignés aux musées⁴⁷ ». « Le niveau des tarifs est déterminant pour certains publics ; et la notion de barrière tarifaire existe⁴⁸. »

Elle détaille : « En 2000, les tarifs de base des musées du Louvre et de Versailles s'élevaient tous deux à 7,01 euros (46 francs). En 2010, ils atteignent respectivement 9,50 euros et 15,47 euros, soit une hausse de 35,5 % au Louvre et de 113 % à Versailles. Dans le même temps, l'indice des prix à la consommation n'a crû que de 19 % et l'indice des prix des services récréatifs et culturels de 25 %. Sur une longue période, l'augmentation des droits d'entrée dans les musées est encore plus nette⁴⁹. » On ne peut donc nier que le renchérissement de l'accès aux institutions culturelles publiques accroît le risque d'élitisation.

Le Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (Crédoc) indique que « le prix est un

46. Cour des comptes, *Les Musées nationaux après une décennie de transformations (2000-2010)*, op. cit., p. 60.

47. *Ibid.*, p. 154.

48. *Ibid.*, p. 166.

49. *Ibid.*, p. 154.

frein à la visite culturelle pour un quart de la population française ». Ainsi, « un quart de la population française indique avoir renoncé à visiter une exposition, un musée ou un monument au cours des douze derniers mois en raison du tarif trop élevé de la visite⁵⁰ ». 14 % disent même que cela leur est arrivé plusieurs fois au cours de l'année⁵¹. Par ailleurs, « 34 % des employés disent avoir renoncé, dans les douze derniers mois, à visiter une exposition, un musée ou un monument parce que c'était trop cher. Les personnes ayant des enfants à charge disent également plus souvent avoir renoncé à une visite (32 %) ⁵² ».

Le niveau de revenu est le principal facteur discriminant du renoncement à la visite : les personnes disposant de revenus inférieurs à 1200 euros par mois par personne ont une propension deux fois et demie plus élevée à renoncer à une visite en raison du prix que celles qui disposent des revenus supérieurs à 3000 euros. 14 % des non-visiteurs ont renoncé à une visite à cause d'un prix trop élevé, contre 31 % des visiteurs [...]. Rapportés à l'ensemble de la population, ces 14 % des non-visiteurs rebutés par le prix représentent près de deux millions de personnes⁵³.

50. *La visite des musées, des expositions et des monuments*, CREDOC, collection des rapports, n° 281, juin 2012, p. 39.

51. *Ibid.*, p. 8.

52. *Ibid.*, p. 40.

53. *Ibid.*, pp. 41-42.

Par ailleurs, à supposer que les publics ne renoncent pas à leur visite, ils seront amenés à en réduire la fréquence. Cela constitue un échec de la politique culturelle, un échec préoccupant, avec la perte de plusieurs millions de visites chaque année. L'opinion commune est que soit les publics ont un intérêt marqué pour l'offre culturelle, et dans ce cas ils acquitteront le prix demandé, *a fortiori* si ce sont des touristes étrangers, pour lesquels cette somme représentera une fraction limitée de leur budget de voyage ; soit leur intérêt est médiocre, et dans ce cas les avantages tarifaires ne permettront pas d'accroître leur motivation. C'est oublier qu'entre ces deux extrêmes il existe un vaste ensemble de publics réagissant positivement à des incitations financières. Ces publics occasionnels peuvent tout à fait se sentir concernés par des offres attractives et des tarifs accessibles.

C'est en fait le public « occasionnel » qui semble le plus sensible au prix. Diminuer les prix d'entrée des établissements patrimoniaux (...) pourrait permettre d'élargir le cercle des visiteurs à un public plus hésitant⁵⁴.

C'est au sein de ce groupe que l'on repère la plus grande sensibilité au prix. La question du prix de l'entrée dans les lieux de patrimoine pourrait donc être particulièrement décisive pour attirer des personnes ayant des pratiques culturelles

occasionnelles et devant opérer des arbitrages financiers entre différentes possibilités de loisirs⁵⁵.

Quant aux politiques de gratuité, lorsqu'elles sont envisageables, leur efficacité est établie en termes non seulement de volume de fréquentation, mais également de composition des publics, avec une diversification sociologique. C'est ce qu'indique notamment une étude réalisée en 2008 par le ministère de la Culture sur l'expérimentation de cette mesure dans quatorze musées et monuments français. Il s'agit d'un dispositif inédit d'expérimentation des effets de la gratuité et des motivations de fréquentation du public à partir d'un échantillon raisonné de musées et de monuments, fondé « sur une démarche d'observation d'un public réel, autrement dit d'un public en situation⁵⁶ ».

Les résultats montrent que la gratuité a permis d'augmenter très significativement le nombre d'entrées, et que les étudiants, et plus généralement les jeunes âgés de moins de trente ans, ont été les plus mobilisés, même si l'on observe un plébiscite de la gratuité auprès de tous les groupes sociaux. Qu'il s'agisse du public déjà familier des musées et plus encore des primo-visiteurs, l'effet accélérateur de la gratuité sur la démocratisation de l'accès aux institutions muséales est

55. *Ibid.*, p. 43.

56. Benoît Céroux et Jacqueline Eidelman, *La Gratuité dans les musées et monuments en France : quelques indicateurs de mobilisation des visiteurs*, Paris, Département des études, de la prospective et des statistiques, ministère de la Culture, 2009-2, p. 1.

54. *Ibid.*, p. 8.

manifeste⁵⁷ [...]. Des résultats peu équivoques attestent d'une portée sociale de la mesure de gratuité, démontrent son succès auprès des catégories dont les pratiques culturelles sont peu ou moyennement importantes, mettent en lumière l'effet de levier de la gratuité sur la formation de la familiarité avec les musées et monuments⁵⁸ [...]. La gratuité a d'abord mobilisé les étudiants et les visiteurs des catégories populaires, ceux dont les liens avec la culture sont relativement distendus et la familiarité avec les musées et monuments peu considérable⁵⁹.

Pour 98 % des Français, « la gratuité du premier dimanche du mois présente des avantages : en particulier, la démocratisation de l'accès à la culture (33 %), l'occasion d'aller au musée en famille ou entre amis (23 %) et la découverte de collections ou de lieux que l'on ne connaît pas encore (20 %) ». Par ailleurs, « les personnes qui utilisent cette offre de gratuité se recrutent davantage parmi nos concitoyens ayant renoncé au moins à une visite dans l'année en raison du prix d'entrée ». Enfin, à la question des inconvénients de cette gratuité, « 45 % de nos concitoyens n'en voient aucun. Néanmoins, 36 % de la population déplorent la forte affluence que génère l'exonération du droit d'entrée, mais seulement 8 % considèrent que cela profite surtout aux habitués ou 3 % surtout aux touristes étrangers⁶⁰ ».

57. *Ibid.*, p. 23.

58. *Ibid.*, p. 2.

59. *Ibid.*, p. 5.

60. CREDOC, note de synthèse, n° 20, novembre 2015.

André Malraux était également favorable à la gratuité. Voici ce qu'il déclara à ce sujet dans son discours de présentation du budget des affaires culturelles à l'Assemblée nationale, le 9 novembre 1967 :

Il faut bien admettre qu'un jour on aura fait pour la culture ce que Jules Ferry a fait pour l'instruction : la culture sera gratuite. Le monde moderne, le monde de la génération qui nous succédera, sera dans l'obligation de faire pour la culture ce qui a été fait pour l'instruction primaire. C'est donc la tâche qui est essentiellement la nôtre et à laquelle nous vous remercions, mesdames, messieurs, d'avoir bien voulu vous associer⁶¹.

Lorsque la gratuité n'est pas envisageable, une modération tarifaire paraît impérative, sans quoi la visite des équipements culturels sera de plus en plus considérée comme une pratique onéreuse, réservée à une fraction aisée de la population. Est-on prêt à courir ce risque, qui constitue un manquement des institutions culturelles à la mission d'élargissement des publics qui leur est confiée par les pouvoirs publics ?

L'apport du marketing

Dans le monde des arts et de la culture, le marketing pâtit d'une image négative. On peut penser que cela est dû à

61. JO, Débats Assemblée nationale, n° 94, 10 novembre 1967, pp. 4759-4761.

la vision mercantile que l'on peut en avoir. Mais il faut aussi mentionner une certaine méconnaissance du marketing appliqué aux institutions sans but lucratif (ou non marchandes). Or, il est probable que son usage raisonné – à la condition bien entendu d'une démarche adaptée aux missions des institutions culturelles – constitue une aide puissante pour aider à conquérir des publics plus diversifiés socialement.

La dimension commerciale n'est pas constitutive du marketing moderne. Son rôle est en réalité de favoriser le rapprochement entre une offre (d'une institution culturelle, par exemple) et une demande (celle des publics existants ou potentiels). Pour les entreprises, ce rapprochement est évidemment gage de profitabilité. Mais, pour les institutions non marchandes, cela signifie tout simplement la garantie de faire connaître et potentiellement apprécier leur offre aux publics qu'ils souhaitent atteindre ; et cela au-delà de leur cœur de cible « naturel », c'est-à-dire le public régulier de la culture qui apparaît *de facto* comme le plus aisé à attirer. En refusant l'apport du marketing, les institutions culturelles s'adressent avant tout aux publics « captifs », à savoir les personnes éduquées et socialement favorisées.

Les actions conduites en direction des publics « empêchés » ou « éloignés » (parfois qualifiés de « non-publics ») ne permettent pas à elles seules d'élargir significativement le spectre sociodémographique des publics.

C'est au mieux une action nécessaire, mais nullement suffisante. Au pire, il s'agit d'un pis-aller ou d'un alibi. Songeons à la différence entre justice et charité. Or, rappelons que l'objectif de fidélisation et d'élargissement des publics est l'une des missions fondamentales des institutions culturelles publiques. Ce n'est nullement une option laissée à la discrétion et au bon vouloir des responsables. Ce doit être l'une de leurs principales orientations stratégiques. À ce titre, elle demande à être évaluée sur la base d'indicateurs adaptés aux spécificités de leurs missions.

Le sociologue Oliver Donnat estime pour sa part qu'il convient de « mettre les outils du marketing au service d'une diversification des publics ».

La mise en œuvre d'une telle politique, qui dépasserait les déclarations d'intention et les expériences ponctuelles sans lendemain, constitue à l'évidence un défi de taille. En effet, combien de lieux de spectacle vivant ou de musées ne disposent d'aucune structure en charge des publics ou, quand elles en ont une, considèrent leur activité comme un simple volet de l'activité de communication, confondant « relations publiques » avec « relations avec le public » ? Quelle est la proportion d'établissements culturels disposant d'un personnel qualifié capable non pas de « faire du marketing » mais d'utiliser efficacement les outils du marketing au service des missions figurant à leur cahier des charges ? Par exemple, pour s'en tenir à des considérations très opérationnelles, combien d'entre eux tirent pleinement profit des potentialités offertes

en matière de connaissance des publics par les logiciels de vente de billets ou de gestion des abonnements ⁶²

« La culture ne doit pas avoir honte de se “marketer”, d’aller au-devant du public et de l’entraîner. Les artistes devraient autant s’attacher à exercer leur art qu’à le faire comprendre et partager. En tout cas l’approche de Jack Lang, qui a refusé d’établir des hiérarchies entre les différentes formes d’art, reste un puissant catalyseur de participation du public. »

Claude Origet du Cluzeau, ingénieure-conseil
en tourisme et culture

APPROCHE TERRITORIALE

Les orientations que nous proposons à présent peuvent être mises en œuvre à l’échelle d’un territoire.

L’ancrage territorial et les partenariats

De nombreux exemples établissent qu’une institution perçue comme « hors sol », c’est-à-dire comme déconnectée du territoire qui l’accueille, suscite la réserve et en définitive l’abstention des publics qui ne font pas partie

62. Olivier Donnat, « En finir (vraiment) avec la “démocratisation de la culture” », *OWNI*, 24 avril 2011 [<http://owni.fr/2011/04/24/democratisation-culture>].

des habitués de la culture. C’est pourquoi il est de la plus haute importance d’établir des relations, des liens, des coopérations et des partenariats avec le tissu culturel, éducatif, social, touristique et économique local.

Le bénévolat

Sous-estimée par nombre de professionnels de la culture, à la différence de leurs homologues étrangers, la présence de bénévoles dans une institution, outre qu’elle procure des expériences valorisantes à ceux qui en bénéficient, constitue un gage d’ancrage dans son environnement. Les résistances à son développement tiennent à une méconnaissance de la spécificité du bénévolat dans le secteur culturel. Elles sont également liées à un manque de méthodologie dans la définition et la mise en œuvre d’un programme de développement du bénévolat dans les institutions culturelles.

Le tourisme

Longtemps, le phénomène touristique a suscité la méfiance ou l’indifférence des responsables culturels. Or, derrière le mot « tourisme » se cache une variété de pratiques. Les acteurs culturels eux-mêmes deviennent des touristes lorsqu’ils sont en déplacement. Pourquoi un visiteur strasbourgeois séjournant à Marseille ou un visiteur breton se rendant en Provence devrait-il être moins bien considéré qu’un habitant de la localité qui abrite l’équipement culturel ?

Pourquoi un visiteur venant de l'étranger devrait-il être stigmatisé de ce seul fait ? L'absence de réflexion sur l'accueil des touristes n'est-elle pas contraire à la fois à la mission d'ouverture des équipements culturels au public le plus large, et à l'éthique d'hospitalité de ceux qui font profession d'œuvrer dans le secteur des arts et de la culture ?

En outre, l'expérience touristique offre à de nombreux individus peu habitués des pratiques culturelles des occasions uniques de visiter un site culturel, d'assister à un concert ou de participer à un festival de théâtre. Le ministère de la Culture, qui ne compte aucun responsable des questions touristiques parmi les milliers d'agents qui y travaille, accuse un retard certain sur cette question. À lui de s'en saisir non pas uniquement dans une perspective mercantile, en vue de développer les recettes des sites qui accueillent de très nombreux visiteurs étrangers, mais pour démocratiser l'accès aux manifestations et équipements culturels publics.⁶³

L'ouverture en continu des équipements relevant du spectacle vivant

Il est peu compréhensible, au regard des impératifs de la politique publique, que nombre de centres culturels,

63. Voir « Le tourisme, un moyen important d'accès à la culture », Études économiques, Le 4 pages de la DGE (direction générale des entreprises), n° 48, ministère de l'Économie, novembre 2015.

salles de spectacles, auditoriums et autres théâtres soient fermés de juin à septembre. L'existence de nombreux festivals à cette période ne constitue pas une raison suffisante. Ces équipements pourraient être mis à la disposition des compagnies, des troupes et des ensembles, professionnels et amateurs.

« Une piste d'ouverture concerne la recherche d'une plus grande souplesse dans la gestion des lieux de programmation ; ainsi on constate à la fois une multiplicité des lieux financés sur fonds publics (notamment en matière théâtrale) et la difficulté d'accès pour de jeunes compagnies, *a fortiori* pour des amateurs, qui perpétue cette difficulté d'accès à la culture. Est-il légitime, par exemple, qu'une compagnie bénéficiant de fonds publics ne puisse accéder aux lieux (centres dramatiques nationaux, scènes nationales, etc.) eux-mêmes financés par les mêmes collectivités ? Serait-il illégitime d'imposer des contreparties aux subventions, en termes non de fréquentation, mais d'accueil et de diffusion ? »

Martine Regourd, professeur à l'université Toulouse 1 Capitole

APPROCHE NATIONALE

Une dernière série d'orientations concerne plus particulièrement l'échelon national.

L'Éducation nationale

Si l'on sait que l'accès aux équipements culturels est étroitement corrélé au niveau d'éducation et si l'on répète rituellement que les liens entre culture et éducation doivent être renforcés, on est loin d'avoir tiré toutes les conséquences de ces constats. C'est certes une question de moyens, mais aussi de volonté partagée.

On observe également un manque de compréhension du rôle fondamental que peuvent jouer les enseignants dans les politiques d'élargissement des publics de la culture. Certains musées n'hésitent pas à faire payer les enseignants, même des institutions comme le Mac/Val, établissement départemental dont les entrées ne représentent qu'une fraction dérisoire de son budget. La fixation d'un tarif réduit paraît manifester une ignorance du triple rôle des enseignants : d'une part en tant qu'usagers, ils fréquentent régulièrement les institutions culturelles. D'autre part, il est important de renforcer leur familiarité avec ces dernières. Enfin, ils jouent un rôle de prescription irremplaçable auprès des élèves, mais également de leur entourage. Le même Mac/Val, présenté

comme un possible fer de lance de la démocratisation culturelle, attire en réalité moins de 1 % d'ouvriers, pourtant particulièrement présents sur son territoire. La raison en est sans doute que, en dépit d'intentions louables et de l'engagement des acteurs, l'établissement, dans sa conception, sa direction, son organisation et son fonctionnement ne permet pas de s'adresser à un public élargi. Son visitorat demeure ainsi comparable à celui d'institutions de même type dans le domaine de l'art moderne et contemporain. N'est-ce pas le résultat de choix stratégiques – implicites ou explicites – dans l'aménagement, la programmation, la médiation et la communication ?

« Notre politique culturelle est restée largement centrée sur la création et la production, en soutenant de moins en moins les structures et acteurs intermédiaires, et aucunement l'éducation populaire, le milieu associatif culturel, etc. Or, ce sont ces acteurs qui, en complément de la médiation assurée par les institutions, peuvent assurer les passerelles nécessaires entre la culture savante et les autres cultures. Ils peuvent également contribuer à penser et à mettre en œuvre les potentialités des publics lorsque ceux-ci sont considérés comme des acteurs de la culture. On doit également mobiliser, dans ce but, l'éducation artistique et culturelle, à condition qu'elle soit accessible pour tous les enfants scolarisés en France, plusieurs fois au cours de leur scolarité. En clair, qu'elle repose sur la mise en place

systématique du parcours culturel prévu par la loi de refondation de l'école de 2013. L'éducation artistique n'est pas seulement un moyen pour améliorer la démocratisation culturelle, c'est une base nécessaire pour la démocratie culturelle, par le partage à la fois du sensible, des pratiques et du capital culturel.

Marie-Christine Bordeaux, maître de conférences,
université Stendhal Grenoble 3

L'éducation populaire et les réseaux du ministère chargé de la Jeunesse et des Sports

Le monde de la culture manifeste un faible intérêt pour les structures mises en place par le ministère chargé de la Jeunesse et des Sports.

« La culture populaire et l'éducation artistique sont mal prises en compte au ministère de la Culture. On laisse les pratiques des amateurs au ministère de la Jeunesse et des Sports et l'éducation artistique est bien souvent la variable d'ajustement des budgets. Alors qu'il faudrait sensibiliser et former les individus, dès leur plus jeune âge, à la culture et à l'art pour leur en donner le goût et pour élargir les publics. »

Richard Martineau, ancien directeur régional
des Affaires culturelles

C'est se priver de structures de partenariat et de ressources humaines particulièrement à même d'aider les

jeunes gens à davantage fréquenter les manifestations et équipements culturels publics.

« Si on veut vraiment faire évoluer les choses, il faudrait développer de l'action culturelle au sens fort du terme, c'est-à-dire s'engager dans la production par les gens, revenir à l'esprit de l'éducation populaire. Donner des occasions de réaliser, de faire des ponts entre des isolats, comme dirait Michel Serres, entre des cultures, de faire se rencontrer et s'exprimer les personnes ; bref passer d'une logique de l'offre à une logique de la production avec. C'est d'animateurs dont on a besoin, pas de médiateurs au sens où on l'entend le plus souvent. Il faut donner des occasions de réaliser, de construire des choses, de créer ensemble, de faire des ponts. »

Serge Chaumier, professeur à l'université d'Artois (Arras)

Le rôle des amateurs

Chacun convient que les pratiques amateurs se développent. Or, une meilleure articulation entre amateurs et professionnels peut renforcer l'accessibilité des structures culturelles, même si cela ne s'opère pas de façon automatique. Quant aux professionnels, ils ne devraient pas craindre l'arrivée des amateurs. Elle ne peut que donner un sens nouveau et valorisant à leur action. De plus, elle fournit un axe de travail concret pour élargir les publics de leurs institutions.

« Il est possible de mettre en place différents types de projets. Des actions en partenariat pour capter les personnes persuadées que la culture n'est pas pour elles (avec beaucoup de souplesse pour inventer des formes d'action en fonction des publics). L'idéal serait de faire la jonction entre, par exemple, le travail socioculturel de terrain et le travail d'accompagnement de la création artistique ; une jonction souvent peu évidente tant sont cloisonnés les secteurs et les aides financières. Mais aussi des actions décentralisées permettant d'aller au-devant des personnes, dans leur quotidien (rien ne marche autrement). Et enfin des actions pour inventer des formes croisant d'autres canaux de culture et d'autres pratiques artistiques ou culturelles ; notamment pour rappeler aux amateurs d'un art en particulier la diversité des œuvres de l'esprit et des possibilités d'enrichissement. »

Jean-Luc Pouts, directeur de l'agence Culture et Territoires

Pour une culture de la participation

Au-delà de l'intérêt d'une plus grande ouverture des institutions culturelles à leur environnement, les techniques de l'information et de la communication offrent aux individus de nouvelles occasions de s'impliquer dans le fonctionnement des institutions culturelles, à la condition que les responsables de ces dernières le permettent : enrichissement des contenus ; participation à des travaux de collecte, d'inventaire et d'observation ; à des projets d'exposition ou de publication... Il existe un potentiel insoupçonné de liens pouvant être établis

entre une institution culturelle et ses différentes catégories de publics.

« Il ne s'agit pas forcément de développer de nouveaux outils, mais aussi d'ouvrir l'espace muséal vers l'extérieur et d'initier des formes de collaboration permettant la participation et l'hybridation (formes participatives, etc.). Proposer par exemple d'associer des structures à des projets de co-conception (le musée comme terrain de jeu et d'expérimentation), comme l'implication d'étudiants dans différents types de projets (design, architecture). Autrement dit, inscrire l'institution dans des expériences de muséologie participative. »

Nathalie Candito, responsable de l'évaluation,
musée des Confluences (Lyon)

L'implication du système audiovisuel public

Alors que la collectivité publique finance largement les chaînes de télévision et de radiodiffusion publique, on assiste à un recul inquiétant des émissions traitant du monde des arts et de la culture à des heures de grande écoute.

« Un outil est essentiel : la télévision, et surtout la télévision publique qui, de nos jours, ne remplit plus ses missions culturelles. N'oublions pas que la télévision est souvent l'unique source culturelle de beaucoup de Français. »

Claude Origet du Cluzeau, ingénieure-conseil
en tourisme et culture

Ce recul est dû à la domination des critères d'audience, dont le secteur public devrait pourtant être préservé en partie. Ce formidable moyen de familiariser une part importante de la population aux arts et à la culture est ainsi sous-exploité. Trois facteurs permettraient de l'utiliser au mieux : *primo* une volonté des pouvoirs publics, des conseils d'administration et des dirigeants des chaînes ; *secundo* l'engagement de maintenir les émissions concernées dans la durée, faute de quoi elles sont retirées de l'antenne avant d'avoir trouvé leur public... ce qui justifie *in fine* leur suppression ! Et *tertio*, l'identification de personnes capables de susciter l'intérêt, de satisfaire la curiosité et de répondre au désir d'apprendre d'un large public. Le domaine scientifique et technique a déjà fait la preuve que des savants peuvent expliquer avec passion et enthousiasme des phénomènes complexes. Pourquoi ce qui existe au Royaume-Uni, à la radio et à la télévision par exemple, serait-il impossible en France ?

« Ce n'est pas en augmentant l'offre culturelle qu'on élargira les publics, mais en travaillant sur la demande, *via* l'Éducation nationale, la télévision et Internet. Mais il faudrait pour cela que le ministère de la Culture se dote de moyens d'action efficaces auprès des institutions concernées et qu'il cesse de céder aux exigences des créateurs. »

Nathalie Heinich, sociologue,
directeur de recherche au CNRS

PAR OÙ COMMENCER ?

Sensibiliser les élus, les personnels administratifs et les dirigeants des institutions

La prise de conscience nationale de l'enjeu démocratique de l'accès à la culture passe dans un premier temps par l'information des responsables de tous types (politiques, administratifs, professionnels) sur ces questions. Ce n'est que sur cette base qu'une réflexion fructueuse pourra s'instaurer. Cela pourrait déboucher sur l'organisation d'une conférence nationale portant sur l'égalité d'accès à la culture, ou encore sur des états généraux de la démocratisation culturelle.

Libérer l'accès aux données et favoriser la recherche

Comme nous l'avons constaté, la prise de conscience limitée des enjeux de la démocratisation – au-delà des postures rhétoriques – est notamment due à l'attitude des pouvoirs publics et des institutions culturelles et à leur réticence à recueillir et à diffuser les données relatives au profil des usagers des équipements culturels publics. Or, si l'on veut nourrir une discussion informée, il convient de diffuser largement les enquêtes existantes. Ces données devraient en particulier être communiquées aux chercheurs qui travaillent sur le secteur culturel, afin qu'ils puissent

conduire de façon indépendante leurs travaux sur des thématiques qui relèvent de l'intérêt public. À l'heure de l'open data, l'absence de recueil et de communication des données ne paraît guère justifiable.

Accorder davantage de place aux acteurs qui maîtrisent la question des publics

Disons-le clairement. Ceux qui ont une réelle connaissance des publics et des moyens de les atteindre n'exercent pas suffisamment de responsabilités dans les institutions culturelles. Le pouvoir appartient soit aux spécialistes (artistiques, culturels ou scientifiques), soit aux administratifs (hauts fonctionnaires, en particulier). Au mieux, les médiateurs interviennent *ex post*, une fois les décisions prises et les programmes mis en place. C'est souvent trop tard pour accomplir un travail efficace en direction des publics les plus éloignés de la culture. Il convient donc de favoriser une vision plus transversale, fondée sur un travail d'équipe entre différents types de spécialistes : ceux qui maîtrisent les contenus, mais aussi les gestionnaires, les communicants et les spécialistes des publics. Cela se pratique d'ailleurs couramment à l'étranger, au Canada par exemple, sans que l'exigence artistique ou scientifique soit mise en danger.

« Des actions de médiation culturelle sont capables de modifier durablement le rapport aux institutions de la "culture cultivée" et d'engager des pratiques. Les conditions pour créer cette rencontre entre publics "non familiers" et institutions nécessitent :

« 1. de prendre en compte un ensemble de facteurs renvoyant à la diversité des modes de structuration de l'individu – sociaux, affectifs, intellectuels, sensibles – et de développer des moyens concourant à la production, plutôt qu'à la seule intégration de connaissances. Les œuvres ne doivent pas exclusivement être considérées dans leur univers artistique de référence mais comme des productions humaines rattachées à des mondes variés auxquels il est possible d'intéresser. Il s'agirait, pour favoriser les "passages", de combiner dans les actions : la durée et/ou un rythme bien identifié des interventions des médiateurs ; des formes de partage commun des intérêts et des connaissances entre "initiateurs" de l'action et "initiés" ; la diversité des approches ; l'usage de l'interprétation ; la mise en présence avec des lieux et des personnes auxquels sont attachées des valeurs symboliques fortes (musées, théâtres, opéras, lieux culturels) et la rencontre avec des artistes et des professionnels de la culture. Cela implique, dans le milieu scolaire, des aménagements du temps et de l'espace, pour instaurer un contexte social de découverte distinct de celui de l'enseignement habituel » ;

« 2. de ne pas établir *a priori* une hiérarchie entre pratique de divertissement et pratique culturelle. »

Michèle Protoyéridès, muséologue,
consultante en médiation culturelle

Encourager l'évaluation des expériences innovantes

Il existe de nombreuses initiatives conduites depuis de longues années, mais elles demeurent isolées et peu connues. Il faudrait en dresser le bilan pour mettre en évidence les expériences particulièrement réussies – en tenant compte bien entendu à chaque fois des objectifs, des contextes et des moyens spécifiques.

« Ces dispositifs nécessitent de la durée, et pas uniquement des moyens financiers, ainsi qu'une réelle disponibilité des institutions. Cela transforme les acteurs, dérange, perturbe, met un grain de sable dans les logiques de travail et de pensée. Les choses se font dans l'ombre, prennent du temps et ne peuvent être spectaculaires. Il faut entrer dans un processus de fabrication toujours en re-questionnement, dans l'expérimentation. Le dispositif *Vivre ensemble*⁶⁴ est très intéressant, de même que le travail que l'on peut faire avec ce que propose l'association *Cultures du cœur*⁶⁵ peut permettre des projets passionnants. La déclaration de Fribourg sur les droits culturels est également un élément fondamental pour faire avancer ce processus. »

Sylvie Rouxel, maîtresse de conférences en sociologie des faits culturels et artistiques et communication au CNAM

64. La mission *Vivre ensemble* a été créée en 2004 pour regrouper l'action des représentants d'une trentaine d'institutions culturelles franciliennes en direction des publics qui ne les fréquentent pas.

65. Créée en 1999, l'association *Cultures du Cœur* développe des programmes d'actions pour permettre aux plus démunis des quartiers prioritaires l'accès aux pratiques artistiques et culturelles.

Fixer des objectifs ambitieux et réalistes

Les pouvoirs publics devraient passer des principes de démocratisation, qui demeurent souvent vagues, à des objectifs précis et susceptibles d'être évalués afin d'améliorer les actions mises en œuvre. À cet égard, nous reprenons la recommandation de la Cour des comptes n° 19 : « Inscire davantage d'objectifs et d'indicateurs relevant de l'ambition de démocratisation⁶⁶ ». C'est ainsi que l'on pourra mesurer les progrès réalisés et définir d'éventuelles actions correctives.

« L'élargissement sociologique des publics de la culture est possible. Mais il convient tout d'abord de le vouloir – la volonté politique étant le maître d'ouvrage de la construction d'une réelle démocratisation culturelle. »

Jeanne Cresté, spécialiste du marketing culturel

Accroître le budget consacré aux politiques de démocratisation

Si les pouvoirs publics prennent conscience de l'importance à accorder à l'égalité d'accès aux manifestations et aux équipements culturels publics, il est inévitable qu'ils consacrent des moyens renouvelés pour y parvenir. Ils pourront le faire soit en redéployant des crédits existants, et donc en modifiant l'ordre des priorités de l'action publique ;

66. Cour des comptes, *Les Musées nationaux après une décennie de transformations (2000-2010)*, op. cit.

soit en augmentant le volume des moyens alloués. Les sommes actuellement engagées sont suffisamment faibles pour que l'on puisse espérer que cela soit possible, y compris dans un contexte budgétaire tendu.

CONCLUSION

Le présent texte se veut une contribution à la réflexion sur les moyens capables d'améliorer l'accès des citoyens à la culture, et en particulier aux institutions culturelles publiques. Nous pouvons observer, en guise de conclusion, qu'en l'absence de volonté d'affronter cette difficile question, les efforts consentis connaîtront un succès limité. On risque même tout simplement d'assister à un recul dans l'accès aux manifestations et aux équipements culturels publics.

Pour autant, les nombreux axes de réflexion que nous avons proposés ici sont propres à renforcer la conviction de ceux qui pensent qu'il est possible d'élargir les publics de la culture. Ils montrent qu'une discussion collective peut faire émerger de nouveaux types d'action. Mais pour y réussir, il convient de le désirer.

« L'égalité d'accès à la culture doit rester un objectif – à savoir un cap à tenir, et non pas son aboutissement, son terme – dans le pays des droits de l'homme et du citoyen. »

Jeanne Cresté, spécialiste du marketing culturel

En définitive, l'absence de véritable démocratisation culturelle n'est certainement pas une fatalité. Elle est plus probablement la conséquence de choix de conception, de programmation, de fonctionnement et de gouvernance des institutions culturelles publiques, outre les autres facteurs que nous avons été amené à évoquer.

Les idées ne manquent pas pour y remédier. Mais en a-t-on la volonté suffisante ?

Bibliographie

2008 Survey of Public Participation in the Arts, National Endowment for the Arts (NEA), Washington DC, 2009.

Accès et participation à la culture, Rapport Eurobaromètre spécial n° 399, Commission européenne, 2013.

Barnavi, Élie et de Saint-Pulgent, Maryvonne, *Cinquante ans après. Culture, politique et politiques culturelles*, Paris, La Documentation française, 2010.

Béra, Matthieu et Lamy, Yvon, *Sociologie de la culture*, Paris, Armand Colin, 2003.

Boltanski, Luc, *Rendre la réalité inacceptable. À propos de « La Production de l'idéologie dominante »*, Paris, Demopolis, 2008.

Bordeaux, Marie-Christine, « Les aléas de l'éducation artistique et culturelle : brèves rencontres, rendez-vous manqués et avancées territoriales », [en ligne] in Comité d'histoire du ministère de la Culture, Centre d'histoire de Sciences-Po Paris, *La Démocratisation culturelle au fil de l'histoire contemporaine*, 2012-2014.

Bourdieu, Pierre et Darbel, Alain, *L'Amour de l'art : les musées d'art et leur public*, Paris, Éditions de Minuit, 1966.

Caillet, Élisabeth (avec la collaboration d'Évelyne Lehalle), *À l'approche du musée, la médiation culturelle*, Presses universitaires de Lyon, 1995.

- Caillet, Élisabeth et Coppey, Odile, *Stratégies pour l'action culturelle*, L'Harmattan, 2004.
- Carasso, Jean-Gabriel, *Nos enfants ont-ils droit à l'art et à la culture ? Manifeste pour une politique de l'éducation artistique et culturelle*, Éditions de l'Attribut, 2005.
- Caune, Jean, *La Démocratisation culturelle. Une médiation à bout de souffle*, Presses universitaires de Grenoble, 2006.
- Chaumier, Serge et Mairesse, François, *La Médiation culturelle*, Paris, Armand Colin, 2013.
- Chaumier, Serge, *L'Inculture pour tous. La nouvelle utopie des politiques culturelles*, Paris, L'Harmattan, 2010.
- Chiffres clés. Statistiques de la culture et de la communication 2015*, Paris, ministère de la Culture, DEPS, 2015.
- Coulangeon, Philippe, *Les Métamorphoses de la distinction. Inégalités culturelles dans la France d'aujourd'hui*, Paris, Grasset, 2011.
- Coulangeon, Philippe, *Sociologie des pratiques culturelles*, Paris, La Découverte, 2005.
- Cour des comptes, *Les Musées nationaux après une décennie de transformations (2000-2010)*. Rapport public thématique, 2011.
- Djian, Jean-Michel, *Politique culturelle : la fin d'un mythe*, Paris, Gallimard, 2005.
- Donnat, Olivier et Cogneau, Denis, *Les Pratiques culturelles des Français. 1973-1989*, Paris, La Découverte et La Documentation française, 1990.
- Donnat, Olivier et Octobre, Sylvie (dir.), *Les Publics des équipements culturels. Méthodes et résultats d'enquêtes*, Paris, Les travaux du DEP, ministère de la Culture, 2001.

- Donnat, Olivier et Tolila, Paul (dir.), *Le(s) Publics(s) de la culture*, Paris, Presses de Sciences Po, 2003.
- Donnat, Olivier, « En finir (vraiment) avec la "démocratisation de la culture" », OWNI, 24 avril 2011 [<http://owni.fr/2011/04/24/democratisation-culture/>], 2011.
- Donnat, Olivier, *Les Pratiques culturelles des Français à l'ère numérique. Enquête 2008*, Paris, La Découverte, 2009.
- Donnat, Olivier, *Pratiques culturelles, 1973-2008. Dynamiques générationnelles et pesanteurs sociales*, Paris, ministère de la Culture, DEPS, coll. « Culture études », 2011-7, décembre 2011.
- Donnat, Olivier, *Pratiques culturelles, 1973-2008. Questions de mesure et d'interprétation des résultats*, Paris, ministère de la Culture, DEPS, coll. « Culture études », 2011-2, décembre 2011.
- Olivier Donnat, *Les inégalités culturelles. Qu'en pensent les Français ?*, ministère de la Culture, DEPS, coll. « Culture études », 2015-4, juin 2015.
- Dubois, Vincent, *La Politique culturelle. Genèse d'une catégorie d'intervention publique*, Paris, Belin, 1999.
- Eidelman, Jacqueline, Roustan, Mélanie et Goldstein, Bernadette (dir.), *La Place des publics. De l'usage des études et recherches par les musées*, Paris, La Documentation française, 2007.
- Esquenazi, Jean-Pierre, *Sociologie des publics*, Paris, La Découverte, 2009.
- Fleury, Laurent, *Le cas Beaubourg. Mécénat d'Etat et démocratisation de la culture*, Paris, Armand Colin, 2007.
- Fleury, Laurent, *Sociologie de la culture et des pratiques culturelles*, Paris, Armand Colin, 2008.

- Fourteau, Claude (dir.), *Les Institutions culturelles au plus près du public*, musée du Louvre, Paris, La Documentation française, 2002.
- Gaudibert, Pierre, *Action culturelle. Intégration et/ou subversion*, 1977, Tournai, Casterman.
- Glevarac, Hervé, *La Culture à l'ère de la diversité. Essai critique trente ans après "La Distinction"*, La Tour d'Aigues, Éditions de l'Aube, 2013.
- Heinich, Nathalie, *La Sociologie de l'art*, Paris, La Découverte, 2001.
- La Démocratisation culturelle au fil de l'histoire contemporaine*, séminaire du Comité d'histoire du ministère de la Culture, avec le soutien de la Fondation Maison des sciences de l'homme et le Centre d'histoire de Sciences Po, 2012-2014.
- Lahire, Bernard, *La Culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi*, Paris, La Découverte, 2004.
- Lasch, Christopher, *Culture de masse ou culture populaire ?*, Paris, Éditions Climats, 2001 (trad. fr.).
- Leterrier, Jean-Michel, *La Culture au travail. Essai de politique culturelle à l'entreprise*, Messidor, 1991.
- Levine, Lawrence W., *Culture d'en haut, culture d'en bas. L'émergence des hiérarchies culturelles aux États-Unis*, Paris, La Découverte, 2010 (trad. fr.).
- Mironer, Lucien (avec la collaboration de Pascal Aumasson et Claude Fourteau), *Cent Musées à la rencontre du public*, France Édition, 2001.
- Pflieger, Sylvie, « Essai de mesure des effets multiplicateurs des déterminants », [en ligne] in Comité d'histoire du ministère de la Culture et de la Communication, Centre d'histoire de Sciences-Po Paris, *La Démocratisation culturelle au fil de l'histoire contemporaine, 2012-2014*, 2012.

- Pierru, Emmanuel et Spire, Alexis, 2008, « Le crépuscule des catégories socioprofessionnelles », *Revue française de science politique*, 2008/3, vol. 58, pp. 457-481.
- Poirrier, Philippe, *L'État et la Culture en France au XX^e siècle*, Paris, Le Livre de poche, 2000.
- Rouet, François (dir.), *Les Tarifs de la culture*, Paris, La Documentation française, 2002.
- Saada, Serge, *Et si on partageait la culture ?* Essai sur la médiation culturelle et le potentiel du spectateur, Éditions de l'Attribut, 2011.
- Saint-Pulgent, Maryvonne de, *Culture et communication. Les missions d'un grand ministère*, Paris, Découvertes Gallimard, 2009.
- Thuriot, Fabrice, *Culture et territoires, les voies de la coopération*, Paris, L'Harmattan, 1999.
- Thuriot, Fabrice, *L'offre artistique et patrimoniale en région. Proximité et rayonnement culturels*, Paris, L'Harmattan, 2004.
- Tobelem, Jean-Michel (dir.), « Marketing et Musées », dossier de la revue *Publics et Musées*, n^{os} 11-12, Presses universitaires de Lyon, 1997.
- Tobelem, Jean-Michel, « Démocratiser la culture. Le cas des États-Unis d'Amérique. Un contexte en évolution », [en ligne] in Martin, Laurent et Poirrier, Philippe (dir.), *Démocratiser la culture. Une histoire comparée des politiques culturelles*, Territoires contemporains, nouvelle série – 5, 2013.
- Tobelem, Jean-Michel, « Il est possible d'élargir les publics de la culture », *Le Journal des Arts*, n^o 427, 16 janvier 2015.
- Urfalino, Philippe, *L'Invention de la politique culturelle*, Paris, Hachette, 2004.
- Wallach, Jean-Claude, *La culture, pour qui ? Essai sur les limites de la démocratisation culturelle*, Paris, Éditions de l'Attribut, 2006.

Liste des personnes interrogées

Bergeron Yves, professeur de muséologie et patrimoine, département d'histoire de l'art, université du Québec à Montréal (12 septembre 2015)

Bordeaux Marie-Christine, maître de conférences, chercheure au Gresec, université Stendhal Grenoble 3, Institut de la Communication et des Médias (20 juin 2015)

Candito Nathalie, responsable de l'évaluation, musée des Confluences, Lyon (27 mai 2015)

Chaumier Serge, professeur, université d'Artois, Arras (12 septembre 2015)

Cresté Jeanne, spécialiste du marketing culturel (22 mai 2015), *In memoriam*

Dalbéra Jean-Pierre, ancien chef de la mission recherche et technologie du ministère de la Culture (8 octobre 2015)

Donnat Olivier, ministère de la Culture, Département des études, de la prospective et des statistiques (9 octobre 2015)

Dreyfus-Alphandéry Sylvie, chargée de mission pour la diversification des publics, direction des collections, Bibliothèque nationale de France (9 juin 2015)

Ducam Sophie, directrice d'école en Réseau d'éducation prioritaire - REP+ (2 octobre 2015)

Hasquenoph Bernard, journaliste et blogueur, fondateur de « Louvre pour tous » (14 septembre 2015)

Heinich Nathalie, sociologue, directeur de recherche au CNRS (23 mai 2015)

Lehalle Evelyne, directrice du Nouveau tourisme culturel (20 mai 2015)

Martineau Richard, ancien directeur régional des affaires culturelles (8 septembre 2015)

Mironer Lucien, sociologue de la culture, ARCMC (19 mai 2015)

Origet du Cluzeau Claude, ingénieure-conseil en tourisme et culture, vice-présidente de l'association francophone des experts et scientifiques du tourisme - AFEST (18 mai 2015)

Pouts Jean-Luc, directeur de l'agence Culture et Territoires (16 octobre 2015)

Protoyéridès Michèle, muséologue, consultante en médiation culturelle (12 juillet 2015)

Regourd Martine, professeur à l'université Toulouse 1 Capitole idetcom EA 735 (24 mai 2015)

Rouxel Sylvie, maîtresse de conférences en sociologie des faits culturels et artistiques et communication au CNAM (Conservatoire national des arts et métiers), chercheuse au LISE-CNRS (1^{er} octobre 2015)

Thuriot Fabrice, ingénieur d'études à l'université de Reims Champagne-Ardenne (3 octobre 2015)

Vallet Marie-Claude, ancien ingénieur d'études en sciences sociales (25 mai 2015)

Varine Cécilia de, ancienne présidente de l'association Médiation culturelle, chargée du développement culturel au Centre Hospitalier Saint Jean de Dieu de Lyon, formatrice (1^{er} juin 2015)

Voeltzel Emmanuelle, enseignante en français langue seconde auprès des élèves nouvellement arrivés en France (6 octobre 2015)

COLLECTION DIRIGÉE PAR GILLES FINCHELSTEIN
ET LAURENT COHEN

ISBN : 978-2-36244-088-5

© ÉDITIONS FONDATION JEAN-JAURÈS
12, CITÉ MALESHERBES - 75009 PARIS
www.jean-jaures.org

Réalisation : REFLETS GRAPHICS
Imprimé en France par l'imprimerie PANOPLY
JANVIER 2016

LA CULTURE POUR TOUS DES SOLUTIONS POUR LA DÉMOCRATISATION ?

Alors que tous les citoyens contribuent au financement des lieux culturels, comment accepter que l'accès soit réservé, dans les faits, à quelques privilégiés ? A-t-on vraiment tout tenté pour accueillir un public plus diversifié ?

Dénonçant les inégalités sous-jacentes, Jean-Michel Tobelem revient sur les enjeux de la démocratisation, s'appuie sur des exemples étrangers et fait des propositions concrètes. Oui, la démocratisation est possible, sous réserve d'une volonté politique de s'en saisir et de la mettre en œuvre.

Jean-Michel Tobelem est professeur associé à l'université Paris I-Panthéon-Sorbonne et enseignant à l'École du Louvre. Il dirige l'institut d'études et de recherche Option Culture.

www.jean-jaures.org



ISBN : 978-2-36244-088-5

6 €

