

Mercredi 13 novembre 2013

Coopération concours Grand Ouest

Centre organisateur : Service Interrégional des Concours
adossé au Centre de Gestion d'Ille et Vilaine

Sujet national pour l'ensemble des Centres organisateurs du concours

CONCOURS D'ASSISTANT TERRITORIAL DE CONSERVATION DU PATRIMOINE ET DES BIBLIOTHEQUES

- SESSION 2013 -

CONCOURS EXTERNE, INTERNE ET TROISIEME CONCOURS

LA RÉDACTION D'UNE NOTE À L'AIDE DES ÉLÉMENTS D'UN DOSSIER PORTANT SUR LA SPÉCIALITÉ CHOISIE
PAR LE CANDIDAT AU MOMENT DE L'INSCRIPTION

Durée : 3 h 00
Coefficient : 3

SPECIALITE : MUSEE

Ce dossier contient 24 pages, y compris celle-ci

RAPPEL

- ↪ Vous ne devez faire apparaître aucun signe distinctif dans votre copie, ni votre nom ou un nom fictif, ni votre numéro de convocation, ni signature ou paraphe.
- ↪ Aucune référence (nom de collectivité, nom de personne, ...) autre que celle figurant le cas échéant sur le sujet ou dans le dossier ne doit apparaître dans votre copie.
- ↪ Seul l'usage d'un stylo soit noir, soit bleu, est autorisé (bille, plume ou feutre). L'utilisation d'une autre couleur, pour écrire ou souligner, sera considérée comme un signe distinctif, de même que l'utilisation d'un surligneur.

Le non-respect des règles ci-dessus peut entraîner l'annulation de la copie par le jury.

Les feuilles de brouillon ne seront en aucun cas prises en compte.

Sujet :

Vous êtes assistant territorial de conservation du patrimoine et des bibliothèques dans la ville de X (50 000 habitants).

Votre supérieur hiérarchique vous demande de rédiger à son attention, exclusivement à l'aide des documents ci-joints, une note relative à l'égal accès de tous à la culture.

Liste des documents du dossier :

- Document 1** Ariane Salmet, « Culture au pluriel », in *Culture et Recherche* n°106-107, décembre 2005 – extraits – 3 pages
- Document 2** « Mâcon : tablette tactile au musée des Ursulines », *Le journal de Saône-et-Loire*, 4 février 2013 – 1 page
- Document 3** « Gratuité des musées municipaux », extrait du site internet de la Ville de Bordeaux, <http://www.bordeaux.fr> – 1 page
- Document 4** « A qui profite la gratuité dans les musées ? », Françoise Benhamou, Professeur d'économie à Paris-XIII, blog rue89.com « en pleine culture », <http://blogs.rue89.com/blog/en-pleine-culture/a-qui-profite-la-gratuit%C3%A9-dans-les-mus%C3%A9es>, 26 septembre 2007 – 1 page
- Document 5** 8^e Nuit européenne des musées : plus de 2 millions de visiteurs, extrait du site du Ministère de la Culture rubrique actualité, 21 mai 2012 – 1 page
- Document 6** Note relative à la Nuit européenne des musées 2013 du Ministère de la Culture et de la Communication et du Ministère de l'Éducation Nationale à l'attention des Préfets de Région et des Recteurs d'Académie, 20 février 2013 – 2 pages
- Document 7** Dossier de presse « Un jour / une œuvre / un artiste » (extraits), Centre Pompidou, 17 octobre 2011 – 3 pages
- Document 8** Bruno Maresca, « La nocturne gratuite, un bon plan pour les jeunes et pour les musées », enquête du CREDOC (Centre de Recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions de Vie), n°215, octobre 2008 – 4 pages
- Document 9** Valérie Schafer, Benjamin Thierry et Noémie Couillard, « Les musées, acteurs sur le Web », in *La Lettre de l'OCIM*, n°142, juillet-août 2012 (extraits) – 5 pages
- Document 10** Extraits de la synthèse du rapport public thématique de la Cour des comptes « Les musées nationaux après une décennie de transformations », mars 2011 – 1 page

Documents reproduits avec l'autorisation du C.F.C.

Certains documents peuvent comporter des renvois à des notes ou à des documents volontairement non fournis car non indispensables à la compréhension du sujet.

« Culture »

Favoriser l'accès du plus grand nombre aux œuvres de l'art et de l'esprit fonde une des missions premières du ministère de la culture et de la communication (MCC).

À côté de ses missions régaliennes de préservation du patrimoine et de soutien à la création artistique, le MCC s'est donné des missions de démocratisation culturelle et d'élargissement des publics qui l'ont amené à étendre son champ d'intervention en multipliant les offres culturelles pour tous, en prenant en compte les cultures actuelles et celles qui correspondent à des revendications identitaires et culturelles de groupes se considérant comme minoritaires.

L'élargissement des publics : la question des publics dits « empêchés »

Il y a quarante ans avec André Malraux, la volonté de démocratisation culturelle s'incarnait dans les maisons de la culture, qui devaient offrir à tous la possibilité d'accéder directement aux œuvres. Cette volonté reposait sur le credo suivant :

- le souci de l'inégalité d'accès à la culture ;
- la confiance en l'universalité et la validité intrinsèque de la culture qui doit être partagée ;
- la croyance en la possibilité de progresser vers une démocratisation culturelle.

C'est la constatation qu'il ne suffit pas d'être en présence de l'art pour en apprécier la force, et s'en trouver ému, qui a incité à développer ce qu'on a appelé la « médiation culturelle », consistant à multiplier des formes d'interactions entre œuvres et publics. On sait que les équipements culturels publics sont surtout fréquentés par des personnes déjà initiées, soit par leur formation (diplômes, qualifications), soit par leur origine sociale. Autrement dit, les « incultes » en sont souvent exclus, ainsi que ceux dont les

références culturelles et les modes de vie sont différents, ou bien les « pauvres », ou encore nombre de ceux que nous disons « issus de l'immigration » et que nous ne pouvons désigner, en France, autrement que par l'euphémisme de « minorités visibles ».

Si l'ouverture à tous les publics reste l'objectif majeur de l'ensemble des directions sectorielles du ministère de la culture, la mission pour le développement des publics oriente particulièrement son action à destination des publics les plus éloignés de la culture, pour lutter contre les discriminations, et favoriser l'intégration. La préoccupation de démocratisation culturelle consiste à aider des publics éloignés des sources culturelles pour des raisons physiques, psychologiques ou sociologiques.

La démocratisation culturelle et la santé

Une des priorités est d'aider les handicapés à accéder aux équipements culturels. Nombre de ces derniers ont, depuis quelques années, investi des moyens considérables dans la mise en place d'accès spécialisés (escalators, ascenseurs, sonorisation spéciale pour les malentendants, visualisation adaptée ou tactilité pour les malvoyants et les aveugles, etc.). La démocratisation culturelle consiste, dans ce cas, à adapter le bâti aux contraintes des handicaps ; mais, bien au-delà, elle est de favoriser l'accès des personnes handicapées à l'offre culturelle et aux pratiques artistiques. Pour mener à bien cette action concertée en faveur de l'accès à la culture et aux pratiques artistiques, le ministère de la culture s'appuie sur la « Commission nationale Culture-Handicap » (voir encadré).

Par ailleurs, il est important que la culture puisse aller à la rencontre de publics qui ne peuvent se déplacer dans les institutions culturelles. En France, l'hôpital est un espace de soins qui regroupe 20 à 25 millions de personnes chaque année (soit un tiers de la



Atelier « Le musée au bout des doigts », musée d'art moderne de Villeneuve-d'Ascq, 1996.

>>>>>>> La commission nationale

Créée par arrêté le 1^{er} février 2001, cette commission constitue une instance de dialogue et de consultation entre le ministère de culture et de la communication, le secrétariat d'État aux personnes handicapées, la Délégation interministérielle aux personnes handicapées, et les principales associations représentatives des personnes handicapées, ainsi que des personnes handicapées elles-mêmes, avec le milieu culturel et artistique. Dans le prolongement des actions menées dans le cadre de l'Année européenne du handicap, le ministère de la culture conforte la prise en compte des personnes handicapées en termes d'accessibilité et de pratiques :

au pluriel »



Maison d'arrêt de Besançon : un atelier de danse improvisée, animé par F. Esnée (avec le théâtre de l'Espace), a donné lieu au film Intra-Muros, réalisé par F. Royet.

population), qui se répartissent en 10 millions de patients, 15 millions de visiteurs et 700 000 professionnels de la santé. De nombreuses conventions ont été signées entre les partenaires de la santé et de la culture pour développer la « lecture à l'hôpital », les ateliers d'écriture, les pratiques artistiques en amateur (musique, danse, théâtre, arts plastiques, vidéo...) auprès de toutes les générations de patients présentes dans le milieu hospitalier, des enfants aux vieillards, qu'il s'agisse de séjours brefs ou d'une « hospitalisation au long cours ». Ces actions culturelles sont aussi destinées aux professionnels de la santé qui travaillent au sein des hôpitaux.

La démocratisation culturelle et la prison

Le monde carcéral bénéficie aussi, dans le cadre de ses possibilités, de la démocratisation culturelle. Des rencontres récentes (avril 2005, à Valence, France) ont mis en évidence l'étroite collaboration entre le ministère de la justice et le ministère de la culture sous la forme d'un bilan des actions engagées depuis vingt ans. C'est ainsi que les bibliothèques sont en accès libre pour les détenus, et que de nombreuses activités autour de la lecture et de l'écriture sont encouragées. Les arts plastiques, le cinéma et le spectacle vivant sont devenus des pratiques courantes : répétition d'œuvres existantes, création d'œuvres originales par les détenus, aide à la mise en scène de scénarios filmiques comme de pièces de théâtre.

La démocratisation culturelle prise en charge par les exclus de la culture

Un exemple permet d'avancer dans une autre direction : celle où « exclus de la culture » prennent en charge eux-mêmes leur destinée culturelle. C'est le cas d'une expérience au musée du Louvre que l'on peut résumer ainsi : comment toucher des personnes qui ont en commun de croire qu'elles n'ont pas leur place au musée ? comment réparer ce défaut d'accès, dans le projet d'un musée pour tous, intégré à la cité et présent à la vie sociale ? De nombreuses causes empêchent certains publics de se déplacer jusqu'au célèbre musée. Le fait de « sortir » constitue souvent le premier obstacle. La difficulté de maîtriser la langue française

Culture-Handicap

- nomination de correspondants dans les DRAC,
- mobilisation des établissements culturels sous sa tutelle autour, notamment, de l'emploi, des politiques tarifaires ou de l'accueil des personnes handicapées mentales,
- état des lieux de l'accessibilité des bâtiments et des institutions culturelles appartenant au ministère de la culture,
- actions de formations des architectes conseils du ministère et des architectes des bâtiments de France.

Site Internet :

<http://www.culture.gouv.fr/culture/politique-culturelle/handicap.htm>

(c'est le cas des personnes issues de l'immigration, des illettrés) rend ce projet difficile. Certains ignorent l'existence du Louvre et n'expriment donc aucune demande. D'autres connaissent le Louvre, mais sa réputation de temple de la haute culture les en éloigne parce qu'elle les intimide. Ce public imagine que le billet d'entrée est cher, et il ne cherche pas à s'informer sur les tarifications adaptées.

Afin de rendre le musée plus accueillant, le Louvre travaille en collaboration avec des établissements du champ social (animation, alphabétisation, insertion, soutien scolaire...). Des travailleurs sociaux, des formateurs et des bénévoles sont invités à s'engager dans un rôle de « relais » entre le Louvre et les publics « en difficulté ». Le Louvre dispose ainsi de 1 500 partenaires du champ social, appelés, pour simplifier, « relais ». Le musée organise des « rencontres » (environ 300 participants-relais sur l'ensemble de l'année) pour les familiariser avec ses collections et ses services. Dans un second temps, les « relais » partagent cette connaissance des lieux avec leurs publics. Ils organisent des visites conduites soit par des conférenciers du musée, soit par les « relais » eux-mêmes munis du droit de faire visiter le musée.

Le premier bénéfice de la sortie au musée c'est de briser l'isolement, de se faire plaisir ensemble et de créer des liens. La visite au musée est une occasion de « sociabilité ». Les visiteurs issus de l'immigration peuvent ainsi mieux connaître l'histoire de leur pays d'accueil car le Louvre est un « monument », un « symbole national » dont les œuvres d'art sont de dimension « internationale ». Le visiter, s'y familiariser, est un facteur d'intégration par l'apprentissage du français, l'alphabétisation ou encore le parcours sur les diverses écritures... La visite, perçue comme formatrice, fait émerger les compétences de chacun.

Cette expérience a permis de réaliser un film, *Allons au musée*, avec les associations « Décider » et « Sur un arbre perchés », à Grigny-la-Grande-Borne (banlieue pauvre de l'Essonne). Ces mouvements associatifs inventent des formes d'accès aux musées parisiens, à la culture et à l'expression des habitants. Ce documentaire met en valeur l'importance du lien avec le musée du Louvre, et rend compte de la politique d'accueil et de médiation destinée aux partenaires du champ social.

Ainsi, la prise en compte des publics éloignés de la culture par la direction des publics au musée du Louvre implique :

- la diversité des publics, en tant qu'ils sont reconnus multiples et différents, égaux dans leurs droits mais pas toujours dans leurs possibilités d'accès ;
- la diversité des médiations, car chaque public nécessite une approche spécifique et peut demander une offre culturelle particulière, sans pour autant qu'elle constitue un enfermement ou exclue toute autre possibilité de rencontre avec le musée et ses collections ;
- une politique tarifaire adaptée attractive (tarifs réduits, exonération).

[...]

La diversité culturelle dans la cohésion sociale

La participation du ministère de la culture à une politique interministérielle (avec les ministères chargés de la justice, de la santé, de la ville, de la jeunesse et des sports, des personnes handicapées...) lui a permis de s'ouvrir à des populations diversifiées, à des publics qui ne sont pas ses « habitués ».

[...]

DOCUMENT 2

« Mâcon : tablette tactile au musée des Ursulines », *Le journal de Saône-et-Loire*, 4 février 2013



Cliché : Musées de Mâcon, i-com

La technologie bien employée simplifie la vie et rend possible de nouvelles choses. C'est le cas de la tablette tactile disponible au musée des Ursulines depuis le courant du mois de janvier, à destination des personnes à mobilité réduite. Cette tablette, au format 10 pouces, permet de faire une visite virtuelle de certaines salles du rez-de-chaussée du musée qui sont difficilement accessibles pour les personnes handicapées à cause de niveaux différents, hérités du passé de cette bâtisse historique. La préhistoire, la protohistoire, l'époque gallo-romaine, la nécropole des Cordiers et la salle du sculpteur Pierre Székely (1923-2001) sont désormais visitables grâce à cette tablette où les œuvres marquantes sont répertoriées ; un clic permet de voir apparaître un commentaire plus important que celui affiché dans le musée, ce qui rend le procédé intéressant pour tout visiteur souhaitant aller plus loin dans la découverte.

Cette nouveauté vient renforcer la démarche d'accessibilité du musée des Ursulines qui lui vaut d'avoir obtenu le label « Tourisme et Handicap » en 2011.

Signalons que le logiciel utilisé est édité par une société dijonnaise, i-com, spécialisée dans les visites virtuelles de musées. La tablette Archos est de conception française.

DOCUMENT 3

Extrait du site internet de la Ville de Bordeaux

Gratuité des musées municipaux

**LA VISITE DES
COLLECTIONS
DES MUSEES
DE LA VILLE
DE BORDEAUX
EST GRATUITE**

Les musées municipaux de la ville de Bordeaux sont gratuits pour les collections permanentes tous les jours, pour tous les publics depuis le 1er décembre 2005.

Cet accès gratuit permet aux Bordelais et aux visiteurs de découvrir - ou redécouvrir - le fonds très riche dont disposent les musées de la ville.



Quel est le point commun entre la statue d'Hercule découverte à Bordeaux en 1832, une Jeep Willis, le peintre

Delacroix, une harpe en érable fin du 18e siècle et les artistes Gilbert & George ?
Réponse : tous font partie des collections permanentes des musées de la Ville de Bordeaux.

Afin de permettre aux Bordelais et aux visiteurs de les découvrir - ou redécouvrir - ainsi que le fonds très riche dont disposent les musées de la ville, l'accès aux collections permanentes des musées de Bordeaux sera désormais gratuit pour tous, tous les jours - musée national, le musée des Douanes n'est pas concerné par cette décision municipale.

Après Paris, Bordeaux devient ainsi la première grande métropole de province à prendre cette mesure.

De la collection permanente à l'exposition temporaire

Pousser la porte des musées, seul, en famille ou avec des amis, pour 1/2 heure à la pause déjeuner ou plus longuement en fin de journée ou le week-end, c'est l'invitation adressée désormais à tous les Bordelais. Cette invitation devrait éveiller également leur curiosité pour les expositions temporaires. Compte tenu du coût d'investissement important pour les organiser, leur accès restera payant, également le premier dimanche du mois avec des tarifs adaptés en fonction des publics.

DOCUMENT 4

A qui profite la gratuité dans les musées ?

Françoise Benhamou, Professeur d'économie à Paris-XIII,
Extrait du blog rue89.com, publié le 26/09/2007

La gratuité des musées, cela fait partie de la lettre de mission de la ministre de la Culture, sorte d'inventaire à la Prévert de tout ce qu'il convient de faire et qui n'a pas encore été résolu : les arts à l'école, la démocratisation, la fin du piratage, le remplissage des théâtres etc. Mais que penser de cet objectif, dont il est précisé qu'il doit être mis en œuvre « sans perte de recettes pour les musées concernés » ? D'un côté, la gratuité est mère de tous les vices. La culture de la gratuité conduit les jeunes irresponsables et mal informés à télécharger de la musique et des films illégalement sur le Net. Mais la gratuité est prônée dans les musées, comme si ce qui relève de la chose publique ne coûtait rien.

Mieux encore, la gratuité sera expérimentée. L'expérience est lancée dans neuf établissements, à Paris comme en province. Comme si l'idée était nouvelle et qu'elle nécessitait de l'expérience. L'expérience, nous en disposons déjà. Nous connaissons la gratuité totale, la gratuité partielle, appliquée à certaines catégories de visiteurs ou à certains jours de visite. L'expérience existe, et ce qu'il convient de faire, c'est en tirer les leçons.

Que savons nous donc ? Premièrement, la gratuité n'est pas la démocratisation, n'en déplaie à tous les manipulateurs de statistiques. Il faut se faire à l'évidence, le coup de baguette magique de la gratuité ne fait pas venir au musée celui qui ne souhaite pas y aller. L'affaire est un peu plus compliquée, et requiert du temps, de la formation, de l'entêtement. L'accroissement du nombre de visites, souvent mis en avant à l'occasion du passage à la gratuité, procède pour l'essentiel de deux mouvements : l'augmentation de la fréquence des visites par les mêmes personnes, qui donc viennent plus souvent qu'auparavant, et des effets de curiosité qui retombent tels des soufflés.

On sait enfin que, lorsqu'on offre une journée de gratuité, certains visiteurs qui seraient venus à un autre moment déplacent le moment de leur visite. En d'autres termes, on crée un effet d'aubaine, qui revient à faire profiter d'un avantage celui qui n'avait rien demandé et qui n'en avait pas besoin. Ajoutons que les musées ont de longue date su mettre en place des politiques tarifaires qui offrent les meilleures conditions d'entrée à ceux qui ne peuvent pas payer. Le non-visiteur doit être approché par d'autres moyens.

Il faut se demander à qui profite la gratuité. Au musée Carnavalet, les trois quarts des visiteurs ne payaient pas avant même l'instauration de la gratuité en 2001. Au musée d'archéologie de Saint-Germain-en-Laye, le taux de visites gratuites avoisine les 70%. Au Louvre, où on atteint plus de 8 millions de visiteurs, un tiers d'entre eux est déjà exonéré de droits d'entrée. Il y a les dimanches gratuits, les événements exceptionnels gratuits, les visites scolaires gratuites, les jeunes exonérés de droits.

Faut-il aller plus loin ? Les 2/3 du public sont étrangers. Accroître le périmètre de la gratuité, mieux encore, la généraliser, c'est subventionner le public étranger, qui n'a pas contribué par ses impôts au fonctionnement de l'institution. Est-il nécessaire de subventionner les tours opérateurs ? Il y a sans nul doute mieux à faire.

Quant à la compensation du manque à gagner, elle est difficile, et les finances publiques sont sous pression. Il faut savoir que le passage à la gratuité dans les musées de la Ville de Paris en 2001 a coûté plus de 400000 €. Quant à l'espoir bien incertain de vendre plus de produits dérivés, rien ne montre que le visiteur qui n'a pas payé son billet se précipitera sur la carte postale, l'éventail Degas ou la cravate Chagall.

Si ce n'est sur les colifichets culturels, reste à trouver l'argent ailleurs. Et le danger, que nous avons sous les yeux, est de compenser le manque à gagner par l'augmentation souvent spectaculaire du prix d'entrée dans les expositions temporaires. C'est d'ailleurs ce que l'on voit au Royaume-Uni, où les entrées dans les salles des collections permanentes des musées nationaux sont gratuites, et où les tarifs des expositions atteignent des montants extravagants.

DOCUMENT 5

8^e Nuit européenne des musées : plus de 2 millions de visiteurs (Extrait du site du Ministère de la Culture rubrique actualité, 21 mai 2012)

Plus de 2 millions de visiteurs ont participé à la 8^e édition de la Nuit européenne des musées, une initiative du ministère de la Culture et de la Communication, qui se déroulait le samedi 19 mai, en France mais aussi dans toute l'Europe. Aurélie Filippetti en a donné le coup d'envoi depuis le musée d'art contemporain du Val-de-Marne (MAC/VAL), à Vitry-sur-Seine.

Visiter autrement. Cette nuit du 19 mai, les musées participants à la 8^e édition de la Nuit européenne des musées étaient accessibles gratuitement (à 98%) et ouverts jusqu'à environ minuit. Plus de 2 millions de visiteurs ont répondu à l'appel et sont partis à la découverte ou la redécouverte des musées et leurs collections mises en valeur grâce à une multitude d'animations : sons et lumières, visites insolites, concerts, lectures, chasses aux trésors ou projections en plein air...

« La Nuit des musées, c'est une occasion de faciliter l'entrée de tous dans les musées », a souligné samedi soir Aurélie Filippetti, alors qu'elle lançait l'opération au Musée d'art contemporain du Val-de-Marne (MAC/VAL), à Vitry-sur-Seine. Un lieu que la Ministre a qualifié d' « emblématique d'une politique dynamique initiée par une collectivité territoriale soutenue par l'Etat » et « d'une diffusion de la création contemporaine des plus grands artistes à destination de tous ».

« Ma conception de l'art, c'est l'art accessible à tous », a ajouté Aurélie Filippetti. « Tous les gens, qu'ils soient des ouvriers de Moselle, qu'ils soient de banlieue parisienne ou des habitants de quartiers défavorisés, ont droit à ce formidable éveil aux merveilles du monde ».

Plus de 3000 musées. Imaginée par le ministère de la Culture et de la Communication en 2005, la Nuit Européenne des musées est un événement qui n'a cessé de prendre de l'ampleur pour se dérouler cette année dans trente pays signataires de la Convention culturelle du Conseil de l'Europe. Du musée d'Orsay au Prado, en passant par la National Gallery, ce sont plus de 3.000 musées qui ont participé à l'opération dans toute l'Europe. En France, ils ont été 1.320.

La Nuit des musées en quelques chiffres :

- *A Paris et en Ile-de-France* : 8.500 visiteurs pour *La nuit astronomique* au Musée et domaine national de Versailles. 11.556 personnes (dont 30% de moins de 25 ans) pour les visites conférences insolites du Centre Pompidou. 10.404 visiteurs au Palais de Tokyo, 9.952 au Musée du Quai Branly, 11.860 au Grand Palais ou 9.970 au Musée d'Orsay .

-*En régions* : *La Nuit des mystères* de la ville de Mulhouse a mobilisé près de 32.000 personnes (11.000 personnes de plus qu'en 2011). Près de 4.500 visiteurs se sont rendus au musée des Beaux-Arts de Bordeaux, plus de 4.000 à celui de Lyon et 5.600 au musée des Augustins à Toulouse.

DOCUMENT 6

Note relative à la Nuit européenne des musées 2013 du Ministère de la Culture et de la Communication et du Ministère de l'Éducation Nationale à l'attention des Préfets de Région et des Recteurs d'Académie, 20 février 2013.



**La Ministre de la Culture
et de la Communication**

**Le Ministre de l'Éducation
nationale**

Mesdames et Messieurs les Préfets de Région

Mesdames et Messieurs les Recteurs d'Académie

Objet : Nuit européenne des Musées 2013

Les ministères de l'Éducation nationale et de la Culture et de la Communication ont décidé d'établir un partenariat à l'occasion de la Nuit européenne des Musées qui aura lieu le samedi 18 mai prochain : « La classe, l'œuvre ».

Ce partenariat, dont vous trouverez ci-joint une présentation détaillée, constitue une première étape du parcours d'éducation artistique et culturelle. Il a pour ambition d'associer les publics scolaires du premier et du second degrés, par l'intermédiaire de leurs enseignants, à un grand événement culturel de portée nationale et européenne dont la spécificité tient à son déroulement nocturne et à sa gratuité.

L'an dernier, plus de 3 400 musées d'art, d'ethnographie, d'histoire ou de sciences ont participé dans une trentaine de pays européens à la huitième édition de *La Nuit européenne des musées*. Expositions, théâtre, cinéma, danse ou spectacle vivant : tous les arts s'invitent au musée lors de cet événement festif et insolite qui intéresse les publics les plus variés, familiers ou non des musées. En 2012, *la Nuit européenne des musées* a attiré, en France, plus de deux millions de personnes.

« La classe, l'œuvre » s'adresse aux élèves du primaire, des collèges et des lycées. Ce projet de partenariat s'articule autour d'un principe « une œuvre/une histoire » et sera développé sur le site dédié à la manifestation. Celui-ci présentera une œuvre d'un musée sélectionné par département, sur l'ensemble du territoire, outre-mer compris.

Chacune de ces œuvres fera l'objet d'une description scientifique et historique. Il sera proposé à des classes de compléter cette présentation et d'écrire une notice libre sur ce que leur inspire l'œuvre. Les notices les plus remarquables seront publiées sur le site de l'événement. Elles pourront également être apposées, dans le musée, à proximité de l'œuvre et constituer ainsi le support d'une médiation par les enfants volontaires à l'intention de leurs familles.

Plusieurs objectifs structurent ce projet :

- renforcer les liens entre établissements scolaires et musées d'un même territoire par un travail collaboratif ;
- développer la familiarité des enfants avec les musées et éduquer leur regard face aux œuvres ;
- inciter les musées à diversifier leur dispositif de médiation permettant différentes modalités d'approches (texte affiché, visite commentée, usages du numérique) et différents niveaux de lecture des œuvres ;

- proposer aux enfants, auteurs des notices, de devenir médiateurs, passeurs de culture, l'espace d'une soirée pour présenter à leurs familles et au public de la Nuit européenne des Musées l'œuvre sur laquelle ils auront travaillé ;
- accroître la notoriété de la Nuit européenne des Musées en lui associant le plaisir d'une sortie originale en famille.

Pour la première année, ce partenariat sera circonscrit à une centaine de musées, soit environ un par département. Plusieurs classes ou établissements scolaires pourront participer dans chaque département.

Pour la mise en place de ce partenariat, les recteurs d'académie mobiliseront les délégués académiques à l'éducation artistique et à l'action culturelle (DAAC) et les directeurs académiques des services de l'éducation nationale (DA-SEN), notamment pour le choix des écoles, collèges et lycées auxquels ils proposeront de participer. Ces établissements devront être repérés principalement en raison de leur proximité géographique avec le musée retenu pour permettre le contact direct avec l'œuvre, en privilégiant les établissements de l'éducation prioritaire.

Les directeurs régionaux des affaires culturelles auront, pour leur part, la responsabilité d'impliquer les conseillers « musée », correspondants de la Nuit européenne des Musées en région, et les conseillers pour l'éducation artistique et culturelle. Ceux-ci devront établir un contact entre les musées et les classes par l'intermédiaire des DAAC.

Nous vous remercions par avance pour la mobilisation et l'implication de vos services, dont dépend le succès de ce partenariat entre nos deux ministères.

Pour la ministre et par délégation
Le directeur général des patrimoines

Pour le ministre et par délégation
Le directeur général de l'enseignement
scolaire

1 JOUR 1 ŒUVRE 1 ARTISTE



17 octobre 2011



**Direction de la communication
et des partenariats**
75191 Paris cedex 04

Directrice

Françoise Pams

téléphone

00 33 (0)1 44 78 12 87

courriel

francoise.pams@centrepompidou.fr

attaché de presse

Sébastien Gravier

téléphone

00 33 (0)1 44 78 48 56

courriel

sebastien.gravier@centrepompidou.fr

www.centrepompidou.fr

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

À l'initiative d'Alain Seban, Président du Centre Pompidou, le Centre Pompidou et la Direction Régionale des Affaires Culturelles d'Île-de-France (DRAC) proposent aux collectivités locales franciliennes un nouveau programme de sensibilisation à l'art et à la création, intitulé « Un jour, une œuvre, un artiste ».

Pendant une journée, une œuvre majeure des collections du Centre Pompidou ayant marqué l'histoire de l'art des XX^{ème} et XXI^{ème} siècles est présentée au public en dehors d'un contexte muséal, dans un théâtre de quartier, une école, une maison associative, une salle des fêtes de mairie...

Cette œuvre contemporaine est au cœur d'un évènement qui s'adresse avant tout aux publics scolaires, mais aussi aux familles, aux simples amateurs, aux personnes peu familières de l'art de notre temps. Dans le droit fil des « Leçons de peinture » imaginées pour la première édition du Nouveau festival du Centre Pompidou en 2009, l'œuvre est présentée par l'artiste lui-même, s'il est contemporain, et un conservateur du Musée national d'art moderne. Le jour de la semaine et les horaires de cette médiation sont définis en fonction des contraintes du lieu et du public visé.

Ce dispositif léger peut être accompagné d'une projection sur écran vidéo afin de donner quelques informations supplémentaires sur le travail de l'artiste, le courant auquel son œuvre se rattache ou tout élément de contexte historique permettant de mieux en livrer les clés de compréhension.

Cette opération s'inscrit dans la mission de diffusion, d'éducation et de sensibilisation artistique du Centre Pompidou au-delà de ses murs, en proposant dans la Région Île-de-France un dispositif évènementiel complémentaire au Centre Pompidou Mobile, musée nomade qui s'apprête à sillonner la France à partir de la mi-octobre 2011.

Dans un premier temps, six étapes sont envisagées sur une période de trois mois. Ainsi les collectivités qui se sont portées volontaires et accueilleront bientôt « Un jour, une œuvre, un artiste » sont Saint-Maur-des-Fossés, Montreuil-sous-Bois, Enghien-les-Bains, Sceaux, la Communauté d'agglomération du Plateau de Saclay et Le Perreux-sur-Marne.



SAINT-MAUR-DES-FOSSÉS

MARDI 18 OCTOBRE 2011, ENTRÉE LIBRE

LYCÉE GOURDOU-LESEURRE

50, Boulevard Champigny -
94210 La Varenne-Saint Hilaire

Riche de près de 77 000 habitants, Saint-Maur-des-Fossés est une commune du Val-de-Marne située à une dizaine de kilomètres de Paris et lovée dans la dernière boucle de la Marne. Son cadre de vie préservé, un réseau de transports en commun dense et une vie associative d'une grande richesse attirent familles et seniors en quête de calme et de sérénité.

De nombreux équipements culturels (théâtre, cinéma, bibliothèque-médiathèque, conservatoire, artothèque, musée et archives municipales) proposent tout au long de l'année des animations et des actions de sensibilisation aux habitants mais aussi aux scolaires très nombreux sur le territoire de la commune.

Dans la continuité de cette politique culturelle dynamique, services et élus de la Ville ont réservé un accueil enthousiaste au projet « Un jour, une œuvre, un artiste ». Cette opération rejoint les actions mises en place par le musée de Saint-Maur - Villa Médicis. À travers ses collections mais aussi grâce à des expositions d'art contemporain, celui-ci multiplie les occasions d'aller à la rencontre de son public et de tous ceux qui ne le sont pas encore. C'est ce qui explique le choix du lycée des métiers Gourdou-Leseurre, partenaire conventionné du musée, comme lieu d'accueil de la manifestation. Dans le même esprit, des groupes d'adultes en situation de handicap ou de retraités sont associés au projet, avec pour objectif de leur faciliter le déplacement et la rencontre avec une œuvre majeure de l'histoire de l'art du XX^e siècle.

Par la diversité des publics accueillis pendant cette journée – adolescents du lycée professionnel mais aussi riverains, seniors, adultes isolés et élèves d'école primaire – « Un jour, une œuvre, un artiste » offre un formidable outil pour amorcer le dialogue entre les générations.

SCEAUX

SAMEDI 26 NOVEMBRE 2011, ENTRÉE LIBRE

CENTRE SOCIAL ET CULTUREL DES BLAGIS

2, rue du Docteur Roux

92330 Sceaux

Riche d'une Scène nationale, d'un domaine historique et d'un musée départemental fréquenté par 5 millions de visiteurs, d'une MJC parmi les plus importantes d'Île-de-France, d'un conservatoire à rayonnement départemental, d'un cinéma Art et essai accueillant plus de 70 000 spectateurs, mais aussi d'un tissu associatif culturel très actif, Sceaux, commune du sud des Hauts-de-Seine de 20 000 habitants, dispose d'une identité culturelle forte.

À travers sa politique culturelle associant étroitement les partenaires locaux, la Ville s'attache à répondre aux attentes de sa population mais aussi à favoriser l'accès à la culture au plus grand nombre et l'épanouissement de chacun.

La ville de Sceaux a souhaité vivement s'engager dans le projet « Un jour, une œuvre, un artiste » puisqu'il rejoint sa volonté de rapprocher l'art de publics parfois plus éloignés de l'accès à la culture. Accueillir l'une des œuvres du Centre Pompidou et l'artiste Robert Combas au sein du Centre social et culturel des Blagis (CSCB) - équipement de quartier à vocation sociale et ouvert à l'ensemble de la population - est une opportunité réelle et unique de rencontres et d'échanges avec un public familial, adolescent et intergénérationnel. Elle ouvre la voie à des partenariats futurs entre ces publics et le Centre Pompidou, Musée national d'art moderne.

La ville de Sceaux souhaite que ce partenariat tissé avec le Centre Pompidou et la DRAC Île-de-France puisse se renouveler pour proposer d'autres rencontres artistiques s'adressant à un public qui ne fréquente pas les musées... pour poursuivre ce dialogue entre l'art, l'artiste et la population locale.

CONSOMMATION et MÔDES DE VIE

ISSN 0295-9976

N° 215 – octobre 2008

La nocturne gratuite, un bon plan pour les jeunes et pour les musées

Bruno Maresca

La gratuité des musées est à l'ordre du jour. Elle prend de multiples formes, qu'elle soit périodique, comme les premiers dimanches du mois dans les musées nationaux, ou permanente dans certains musées municipaux de grandes villes. Elle se trouve relancée par l'expérimentation engagée par le gouvernement en janvier 2008, pour une durée de six mois, dans quatorze musées et monuments. Parallèlement, quatre grands musées parisiens – le Louvre, Orsay, le Centre Pompidou et le Quai Branly – ont expérimenté une gratuité ciblée en direction des jeunes âgés de 18 à 25 ans, en nocturne.

Les enquêtes réalisées par le CRÉDOC et Sciences Po Paris à la demande du Louvre, pour évaluer cette expérimentation, montrent que la mesure a été très bien perçue, notamment parce qu'elle s'adresse à tous les jeunes et pas seulement aux étudiants. Associée au créneau horaire de la nocturne, elle offre aux jeunes un contexte privilégié pour des visites plus détendues. La gratuité en nocturne favorise l'intégration du musée dans les pratiques de sortie des jeunes en soirée et permet d'entraîner ceux qui ne s'y rendraient pas d'eux-mêmes. En dépit d'un impact limité sur la démocratisation de la fréquentation, cette mesure exerce un attrait sur les jeunes générations. À condition d'être portée par une démarche de communication plus volontariste, les musées peuvent retirer un réel bénéfice stratégique de cette mesure.

Une mesure très bien perçue par les jeunes

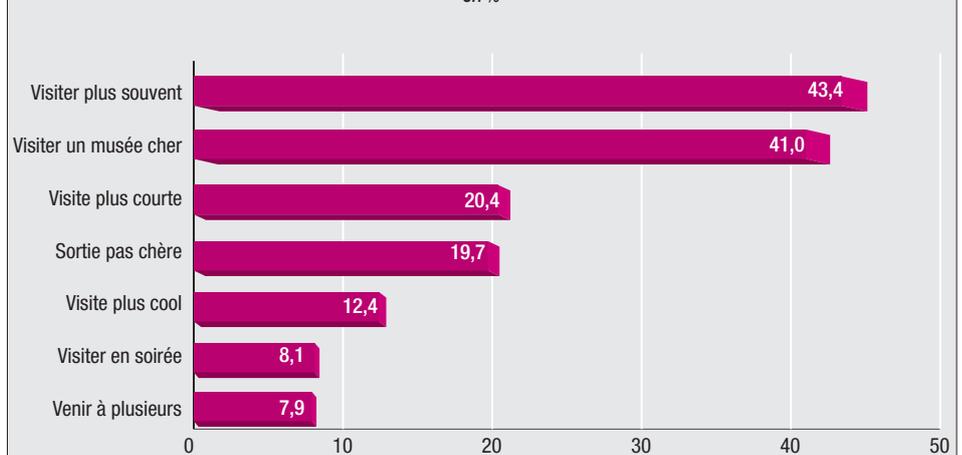
L'expérimentation de la gratuité des collections permanentes des musées a été lancée le 1^{er} janvier 2008, pour une durée de six mois. La gratuité ciblée pour les 18-25 ans a été mise en place dans les musées du Louvre, d'Orsay, du Centre Pompidou et du quai Branly, un jour de la semaine, à tour de rôle. Cette gratuité sur le créneau de la nocturne a induit une forte hausse de la fréquentation des jeunes après 18 heures : elle a été multipliée par quatre au musée d'Orsay et par cinq au musée du Centre Pompidou.

La part des 18-25 ans a logiquement augmenté dans le flux des visiteurs des nocturnes, atteignant près de 45 % à Orsay et Pompidou, et un peu plus de 60 % au Louvre.

Les jeunes bénéficiaires de la nocturne gratuite plébiscitent la mesure. Ils en ont retenu surtout le fait de visiter des grands musées qui leur apparaissent chers (41 % des jeunes) et de pouvoir les visiter plus souvent (43 %). Sont également cités d'autres bénéfices, comme s'autoriser à faire des visites plus courtes (20 %) et avoir le sentiment d'un « bon plan » en faisant une sortie pas chère (20 %). Seule une minorité perçoit des inconvénients à la mesure de gratuité, en anticipant trop

Les avantages de la gratuité : un bon plan pour visiter plus souvent des musées jugés trop chers

Quels sont pour vous les avantages de la gratuité en %



Source : CRÉDOC 2008 - Champ : les jeunes de 18-25 ans ayant bénéficié de la mesure de gratuité.

d'affluence (22 %) qui fait craindre des conditions de visites peu agréables. Contrairement à ce que l'on pourrait imaginer, les jeunes ne sont pas partisans de rendre le musée gratuit en permanence pour tout le monde. Ils ont tout à fait conscience que la gratuité a un coût et voient la mesure comme un effort de la société à leur égard, compte tenu d'un prix d'entrée trop élevé pour eux.

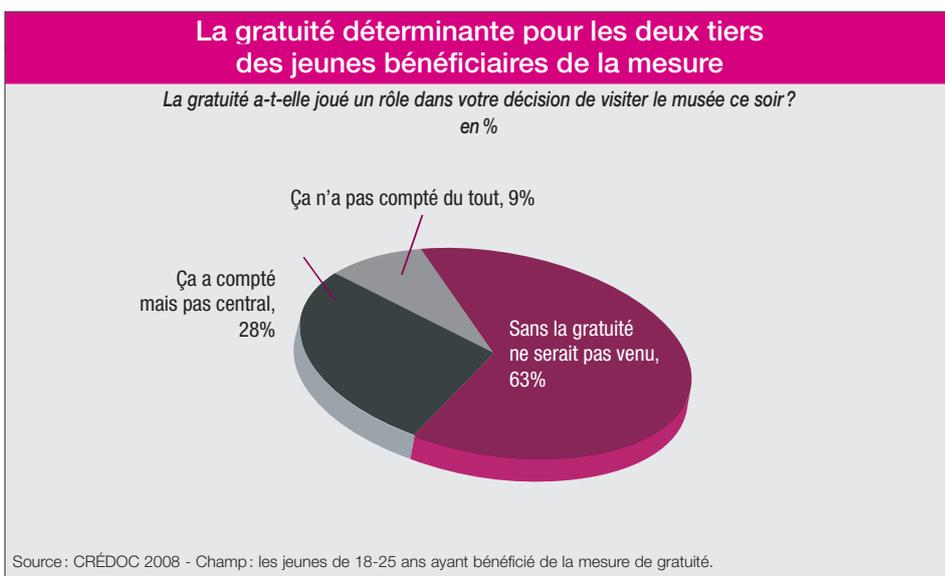
Selon 83 % des jeunes bénéficiaires de l'expérimentation, cette mesure doit s'adresser principalement aux moins de 25 ans, étudiants ou non. En revanche, il n'y a pas consensus pour considérer que cette formule de gratuité devrait s'adresser à d'autres catégories, comme les chômeurs et Rmistes (46 % les citent), les familles nombreuses (34 %), les personnes âgées (29 %), les handicapés (26 %). Les catégories qui font le moins consensus sont les artistes (17 %) et les enseignants (16 %).

Pour les trois quarts des jeunes (74 %), la gratuité doit être périodique, au rythme d'un jour par semaine plutôt qu'un jour par mois. Pour eux, l'intérêt de la périodicité hebdomadaire est de favoriser le passage à l'acte, en poussant à concrétiser un désir de visite trop facilement ajourné.

Les étudiants et les urbains sont plus réceptifs

Les jeunes Parisiens ont été deux fois plus nombreux à profiter de la mesure que les Franciliens résidant hors Paris. De même, les jeunes étrangers en voyage en ont plus profité que les jeunes provinciaux. Globalement, 55 % des bénéficiaires étaient franciliens (dont 37 % de Parisiens), 45 % venaient d'autres régions et de l'étranger (18 % et 27 % respectivement). Le fait d'habiter une grande ville, en France comme à l'étranger, induit une réceptivité plus grande à l'opportunité de la gratuité dans les musées.

Les 22-23 ans, très majoritairement étudiants, ont été les plus réceptifs, comparativement à leur poids réel dans la classe d'âge des 18-25 ans, tandis que les 18-19 ans, c'est-à-dire la fraction des lycéens, sont sous représentés (16 % de lycéens parmi les bénéficiaires). Le sont également



les plus âgés, les 24-25 ans, et en particulier ceux qui sont actifs. Il n'y a eu que 16 % d'actifs parmi les bénéficiaires, alors que la population francilienne compte 50 % d'actifs dans la tranche d'âge des 18-25 ans. Ce déficit des actifs s'explique autant par le niveau de diplôme que par le mode de vie, la gratuité en nocturne convenant moins à ceux qui travaillent, que le dimanche gratuit une fois par mois.

La gratuité n'attire pas, à elle seule, les « non initiés »

Les jeunes faiblement diplômés ont beaucoup moins profité de la mesure que les plus diplômés. Il est manifeste que la mesure de gratuité ne parvient pas, à elle seule, à compenser le déficit de démocratisation dans l'accès à la culture. Les nocturnes gratuites n'ont fait venir que 6 % de jeunes employés ou ouvriers, et 5 % de jeunes n'étant pas allés dans un musée au cours des douze derniers mois.

Pour la fraction des jeunes qui, sans être rétifs au musée, n'ont pas une pratique régulière, le prix apparaît comme un obstacle majeur tout comme les files d'attente des grandes expositions. À 10 euros, le musée ou l'exposition sont jugés « hors de prix ». Les jeunes évaluent le prix d'entrée légitime à 5 euros, en moyenne, à peu près au même niveau que ce qui leur paraîtrait souhaitable pour le cinéma (5,50 euros).

Dans ce contexte, la gratuité est ressentie comme une occasion à ne pas manquer pour découvrir des lieux où l'on n'est jamais allé : dans le cas du Louvre, Orsay et Pompidou, 25 % des jeunes franciliens, 40 % des jeunes des régions, venaient pour la première fois. La mesure de gratuité ciblée a un effet appréciable sur l'élargissement de la fréquentation des jeunes.

Pour la majorité (62 %), la visite gratuite en nocturne a été l'occasion de découvrir ou de redécouvrir les collections des grands musées. Un tiers (33 %) met en avant le plaisir d'un moment de convivialité entre jeunes dans un cadre inhabituel. Peu nombreux sont ceux qui se sont laissés entraîner mais admettent que l'offre du musée ne les concerne pas vraiment (5 %).

Pour les jeunes qui vont rarement au musée, le manque d'intérêt est un obstacle plus difficile à surmonter que le prix. « Le musée, ça dépend de ses centres d'intérêts, si on aime la culture ou pas. Moi, j'ai beaucoup d'amis qui n'aiment pas ça » (propos d'un non-bénéficiaire). Le manque d'initiation à l'art entretient une représentation rébarbative des lieux d'exposition. Cette réticence foncière peut néanmoins être levée par effet d'entraînement, les jeunes qui aiment les musées parvenant, grâce à la gratuité, à convaincre les plus rétifs de tenter l'expérience, « pour voir », dans la mesure où ça ne coûte rien. Cet effet levier très positif de la mesure n'a néanmoins qu'une ampleur limitée.

Quand il est gratuit, le musée paraît plus accessible

Chez les jeunes, la visite du musée se fait majoritairement à deux (57 %), en couple ou avec un ami. Seuls 20 % des bénéficiaires de la mesure sont venus avec au moins deux autres personnes : l'entraînement d'un groupe d'amis est plus difficile à concrétiser pour aller au musée que pour une sortie au cinéma. La part des visites en solitaire n'est pas négligeable non plus (23 %). Spontanément, le musée ne fait pas partie de l'éventail des sorties auxquelles pensent les jeunes, parce que son image n'est associée ni à la convivialité, ni au divertissement, ni à un

lieu très accessible financièrement. S'ils n'étaient pas venus à la nocturne gratuite, les jeunes bénéficiaires de la mesure seraient restés chez eux (30 %), ou seraient allés au cinéma (27 %), dans un bar (26 %), chez des amis (26 %), ou au restaurant (21 %).

«*Quand les jeunes sortent, ils pensent à faire la fête : le musée c'est trop sérieux, ce n'est pas une sortie entre amis.*» (propos d'un non bénéficiaire). La nocturne gratuite a pour effet positif de faire bouger cette représentation. Elle conduit à l'expérience d'une visite plus détendue et «décomplexée», où l'on ne se sent pas obligé d'aimer ce que l'on découvre. La gratuité autorise la curiosité, la démarche «pour voir», une approche qui relève plus de la

balade mais sans dénaturer la perception du grand musée comme un lieu de transmission de la culture. La visite a tendance à être plus courte, la moyenne étant légèrement inférieure à 1 heure 30, parce que l'on ne s'oblige pas à la «rentabiliser». Le musée en devient plus proche et plus ouvert, et la gratuité fait accéder à l'idée de revenir plusieurs fois.

La nocturne est attractive surtout les soirs d'été, soit comme un temps de détente au calme après une journée de travail, soit comme une sortie entre amis en première partie de soirée. La gratuité contribue à faire découvrir ce créneau horaire (33 % seulement des jeunes avaient fait une visite en nocturne avant l'expérimentation).

Les habitudes de sorties en soirée entre jeunes : avec des amis, au cinéma, au bar

Si vous n'aviez pas pu venir au musée ce soir, qu'auriez-vous essayé de faire à la place ? en %



Source : CRÉDOC 2008 - Champ : les jeunes de 18-25 ans ayant bénéficié de la mesure de gratuité.

Un déficit d'information préjudiciable aux « non initiés »

Comme pour beaucoup de mesures nouvelles, le déficit d'information sur les nocturnes gratuites en direction du grand public a moins touché les jeunes fréquentant peu les musées, notamment les jeunes de banlieue et de province, et contribué à amplifier l'effet d'aubaine auprès du public de proximité, les Parisiens tout particulièrement. Si la gratuité ciblée joue comme un coup de pouce auprès d'une fraction de jeunes peu familiers des musées, c'est essentiellement par «effet d'essaimage» à partir des jeunes initiés ou volontaristes. La mesure grossit le «deuxième cercle» du public, c'est-à-dire celui qui est mobilisé par les habitués. Mais restant trop confidentielle, elle joue peu sur les jeunes qui ne sont pas entraînés par leurs pairs.

Les jeunes les plus éloignés de l'univers des musées et de leur fréquentation dénoncent le déficit d'information sur la mesure. Les deux vecteurs principaux de diffusion, le bouche-à-oreille (42 % des bénéficiaires l'ont cité) et Internet (23 %), qui irriguent principalement des groupes d'affinité, ont plus touché les «habitués» que les «occasionnels». À l'opposé, parmi les jeunes les plus concernés par l'art et la culture, deux comportements se font jour. Les «volontaristes», c'est-à-dire les jeunes préoccupés d'accroître leur culture générale, profitent à fond

Une mesure connue par le bouche-à-oreille entre jeunes

Comment avez-vous entendu parler de la nocturne gratuite pour les 18-25 ans ? en %



Source : CRÉDOC 2008 - Champ : les jeunes de 18-25 ans ayant bénéficié de la mesure de gratuité.

de la mesure et sont demandeurs de son extension à des musées moins connus. Les jeunes « concernés par l'art », pour leurs études ou leur activité, trouvent moins d'intérêt à la mesure parce qu'elle n'est pas étendue aux expositions temporaires.

La visite « idéale »

Les jeunes sont unanimes à penser que les musées n'ont pas une communication, des ressorts événementiels et des formules tarifaires en mesure de les attirer comme savent le faire les distributeurs de cinéma. « *C'est la communication qui manque : par exemple la Nuit blanche, tout le monde y va.* » (propos d'un non bénéficiaire).

D'une manière générale, les ressorts d'une sortie idéale sont, pour les 18-25 ans, la convivialité en groupe, le divertissement, le coût accessible et l'attraction d'un événement. La nocturne gratuite rapproche le musée de cet idéal, en créant l'événement, en faisant jouer le ressort de l'aubaine et en offrant une découverte culturelle enrichissante en prélude à une soirée se prolongeant dans le divertissement. Les musées pourraient largement exploiter cette dimension qui s'inscrit pour les jeunes dans le créneau des « happy hours ». Pour la visite elle-même, les jeunes aspirent à des offres muséales plus

pédagogiques, plus vivantes et au contenu plus accessible. À ce titre, la Cité des Sciences est, des grandes institutions culturelles parisiennes, celle que les jeunes citent le plus souvent en exemple.

Le bénéfice stratégique de la gratuité ciblée

Si l'évaluation de l'expérimentation rend compte d'une large satisfaction, on ne peut en conclure que la mesure a pleinement atteint son objectif d'inciter les jeunes qui n'y vont pas spontanément à bénéficier des collections des musées nationaux. Sa pérennisation se justifie à condition d'amplifier son impact par des actions orientées vers le public des jeunes « découvreurs » attirés par les collections permanentes plus que par les expositions. En Île-de-France, les musées ont des efforts à faire pour élargir leur public jeune au-delà des seuls étudiants, principalement en direction des actifs et des non parisiens. Ils ont besoin de « moderniser » les formes de communication et les dispositifs d'aide à la compréhension des contenus en direction des jeunes, pour que ceux-ci se déplacent effectivement dans des lieux qu'ils voient pourtant volontiers comme des espaces privilégiés de transmission de connaissances et de savoirs.

Bien que la gratuité ait un coût que les jeunes perçoivent très bien, le bilan de la gratuité ciblée paraît plus favorable que celui de la gratuité permanente pour tous. La gratuité en nocturne apporte un double bénéfice : elle affirme l'intérêt porté aux jeunes à travers l'effort consenti pour favoriser leur construction culturelle et sociale ; elle inscrit cette mesure dans une dynamique événementielle qui, en complétant d'autres événements comme la Nuit des musées ou la Nuit blanche, renforce le potentiel d'attractivité des musées auprès des nouvelles générations. ■

Pour en savoir plus

● Les rapports d'étude des enquêtes du CRÉDOC et de l'enquête réalisée par un groupe d'étudiants de Sciences Po Paris sont disponibles sur demande auprès du service des études du musée du Louvre

● Contact : anne.krebs@louvrefr

L'évaluation de l'expérimentation

Plusieurs études ont été engagées pour évaluer l'expérimentation de la gratuité en nocturne : une étude quantitative auprès de 1 581 bénéficiaires dans trois musées, Louvre, Orsay, Pompidou (réalisée par le CRÉDOC), une enquête qualitative par entretiens auprès de 60 bénéficiaires dans les quatre musées concernés par la mesure (réalisée par des étudiants de Sciences Po Paris), une approche qualitative auprès de deux groupes, 12 bénéficiaires et 10 non bénéficiaires (réalisée par le CRÉDOC). Réalisée à la demande des trois musées concernés, l'enquête quantitative a porté sur un échantillon représentatif de jeunes de 18-25 ans, interrogés à la sortie de ces trois musées, de 18 à 22 heures (nocturnes du mercredi à Pompidou, du jeudi à Orsay, du vendredi au Louvre). L'enquête a duré 12 semaines, de mars à juin 2008 : l'échantillon final est constitué de 640 individus interrogés au musée du Louvre, 524 au musée d'Orsay et 417 au Centre Pompidou

Les trois démarches d'enquête ont été coordonnées par Anne Krebs du service des études du musée du Louvre et leurs résultats ont été analysés selon une grille de lecture comportant cinq critères d'évaluation :

- l'augmentation du flux des 18-25 ans fréquentant les musées,
- l'élargissement du public à des jeunes ne fréquentant pas ou peu le musée,
- l'élargissement du public à des jeunes d'origine sociale modeste,
- la modification des comportements de visite,
- l'effet levier de la formule de gratuité périodique et ciblée.

CRÉDOC Consommation et Modes de Vie

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

● Directeur de la publication : Robert Rochefort

● Rédacteur en chef : Yvon Rendu

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

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

● 142, rue du Chevaleret, 75013 Paris

● Commission paritaire n° 2193
AD/PC/DC

● www.credoc.fr

DOCUMENT 9

« Les musées, acteurs sur le Web », Valérie Schafer, Benjamin Thierry et Noémie Couillard, *La Lettre de l'OCIM*, n°142, juillet-août 2012 – extraits.

Les musées, acteurs sur le Web

Valérie Schafer, Benjamin Thierry et Noémie Couillard



L'application numérique permet de voir des éléments invisibles à l'œil nu grâce à la réalité augmentée.

© Musée des Beaux-Arts de Rennes/Jean-Manuel Salingue

Comment l'institution muséale dans son ensemble et dans sa diversité a-t-elle négocié le virage numérique des années 1990-2000 et comment s'adapte-t-elle aujourd'hui aux nouveaux usages (réseaux sociaux, Web 2.0...) de ces outils numériques ? Les réponses apportées ici à ces interrogations montrent la diversité des situations et ne permettent pas de dégager un modèle bien défini par des musées qui, dans ce domaine, semblent encore assez marqués par l'expérimentation et le pragmatisme.

Dans *L'influence des nouvelles techniques sur le management culturel*, Jean-Michel Tobelem note dès 2004 : « Après tout, les musées ne souhaitent-ils pas s'efforcer – autant qu'il est possible – de répondre aux souhaits hétérogènes de leurs différents publics : résidents de proximité, scolaires, touristes, visiteurs en groupe... ? Et quel conservateur ne rêverait de répondre de façon individuelle aux demandes des multiples personnes qui fréquentent son musée ! » (Tobelem, 2004). Cet enthousiasme n'est pas partagé dès l'origine par tous les conservateurs et le passage des musées à la mise en ligne à partir du milieu des années 1990, avec le développement du Web et de l'Internet grand public, suscite parfois la défiance. Le musée ne risque-t-il pas de connaître une baisse de sa fréquentation *in situ* ? Comment mettre en valeur les œuvres ? N'est-ce pas risquer de désacraliser l'art ?

De l'occupation de la Toile au site multifonctionnel, des craintes de désertion à la visite augmentée

L'exploitation d'Internet par les institutions muséales françaises peut être scindée schématiquement en deux phases, sans que l'on puisse toujours saisir clairement la césure entre les deux et sans que les derniers arrivés sur la Toile ne fassent nécessairement l'économie de la première, pour directement bénéficier du savoir-faire de ceux qui se sont engagés plus précocement. La logique suivie est globalement d'abord celle de l'occupation du terrain : il s'agit d'avoir son site, en suivant l'exemple de quelques grandes institutions déjà dotées. Les résultats de l'étude réalisée par l'OCIM en 2007 relèvent que « *le seul 'fait d'exister' constitue un de ces points forts : 'ce site [...] a le mérite d'exister, et donc nous existons'* ». Les initiatives menées en interne, parfois par un autodidacte, ne permettent pas encore la mise en place d'une véritable politique de communication en ligne, tandis que l'on teste toutes les nouvelles technologies, par

exemple Flash dans les années 2000. Au suivisme, qui n'est pas le propre des institutions de musées, s'ajoute une grande diversité des formes. L'impératif techniciste peut l'emporter sur la réflexion de fond. Jusqu'en 2006, le site du musée du Louvre offre une page d'accueil tripartite, avant de développer l'arborescence en profondeur. Cette complexification progressive illustre l'apprentissage collectif des nouvelles technologies, nécessaire à une véritable communication en ligne. Celle-ci n'est pas liée à une époque, mais plutôt à une chronologie propre à chaque institution.

La seconde étape consiste à envisager le site comme un véritable outil au service des publics, à le sortir d'une logique de vitrine pour partir à la recherche de la richesse fonctionnelle, penser la préparation de la visite, proche ou lointaine, pratique ou davantage tournée vers le souci de susciter le désir, de manière dynamique. Parmi les premiers signes d'un souci de renforcer l'aspect pratique mais aussi dans la logique de concevoir la visite et la venue *in situ*, la RMN lance en 1996 un système de réservation en ligne. La vente de produits en ligne, avec les cyber-boutiques en 1999, répond à une logique différente : les modalités de la commercialisation de la culture commencent à s'exprimer avec de nouveaux supports dans l'espace domestique. En 1999, avec le Louvre.edu, les services s'étoffent encore : l'œuvre elle-même entre au rayon des produits proposés en ligne. Là encore, la démarche est toutefois indissociable d'une



L'application iPhone et iPad du musée national du château de Malmaison. L'application permet une visite virtuelle du château à 360°. Le projet arrive à son terme au premier trimestre 2012 avec la mise en place à l'accueil du musée d'un dispositif de prêt à destination des personnes à mobilité réduite de cinq iPad permettant de pallier l'inaccessibilité de certaines salles.

© Musée national du château de Malmaison/Mosquito

volonté de segmenter l'offre pour répondre à l'attente de différents publics et doit être replacée dans le cadre d'une prise de conscience précoce des usages pédagogiques possibles du site. La médiation culturelle et l'adaptation aux publics sont de plus en plus intégrées (espaces pour les enfants, par exemple).

Au sein de cet accroissement des fonctions offertes, une tendance est à la conversion des outils professionnels des musées en ressources de données exploitables par le grand public. Essentiellement architecturée autour de la mise en ligne de bases de données documentaires, cette pratique illustre la volonté des musées d'enrichir leur offre Internet, au moins en terme quantitatif. C'est notamment ce que le musée du quai Branly a réalisé avec la mise en ligne des 300 000 fiches descriptives (7). La richesse des contenus reste prioritaire.

La volonté de montrer le musée via des panoramiques, la retransmission de conférences par des musées qui sont aussi des espaces de rencontres, le souci de montrer les hommes et les coulisses de l'institution (8) sont en outre dans quelques grands musées français le résultat de véritables plans de communication qui commencent à être négociés au sein de l'institution. La collection est loin d'être le seul atout des musées, qui peuvent aussi compter sur leur patrimoine architectural, l'identité des lieux pour susciter l'intérêt. L'organisation se donne aussi à voir : le musée se pense sur le site au-delà du cloisonnement des salles et des collections comme un tout. Toutefois l'élaboration d'une politique collective, négociée, raisonnée, faisant intervenir pleinement les différentes parties prenantes n'est pas encore généralisée et les enjeux de pouvoir internes sont parfois prégnants.

Les sites ont aussi une volonté de narration, de mise en récit et en intelligibilité qui s'apparente à la visite guidée (Ben Sassi, 2007). Celle-ci s'enrichit de la multiplication récente des dispositifs de poche (téléphones portables, tablettes), qui suscitent la création d'applications ou de services destinés à préparer, continuer, mais également « augmenter » l'expérience de la visite. Ainsi, au Grand Palais, il est possible depuis 3 ans de charger des informations à partir de bornes interactives bluetooth. De même, dans le sillage du succès de l'iPhone et de l'iPad, les institutions se lancent dans la production d'applications mobiles, qui se positionnent comme un dépassement de l'audioguide et permettent une « visite augmentée ». Elles proposent, en plus des traditionnelles informations pratiques, d'accéder à des commentaires d'œuvres (notices, vidéo, commentaires audio) et de



Le portail du visiteur membre de Visite+ avec le rappel de ses visites et l'accès aux autres offres de la Cité des Sciences et de l'Industrie © CSI

zoomer sur des détails. Quelques-unes permettent d'accéder à de la réalité augmentée : en visitant les jardins de Versailles des informations apparaissent à des bosquets précis et des personnes en 3D commentent au musée des Beaux-Arts de Rennes les œuvres regardées à travers son smartphone (Dehon, 2011). La visite sur place est toutefois toujours conçue comme l'élément central d'une visite plus globale qui commence devant un écran pour planifier sa venue, est soutenue *in situ* par les informations disponibles via son téléphone sur les parcours de visite, et s'achève à nouveau par écran interposé avec la consultation d'informations complémentaires. Cette offre post-visite s'étend même dans le cas de l'exposition *L'hôtel particulier. Une ambition parisienne*, à la Cité de l'Architecture, à une visite hors-les-murs : les hôtels parisiens sont géolocalisés grâce à une application mobile et

expliqués par des notices. Des initiatives originales telle que *Visite +*, de 2002 à 2007 dans les expositions de la Cité des Sciences et de l'Industrie, permettent un moment « post-visite » personnalisé et donnent au musée le moyen de connaître davantage ses visiteurs (Topalian, Le Marec, 2007). Le dernier avatar de ces innovations est l'entrée dans l'ère de la réalité augmentée *stricto sensu* : expérience au musée du Moyen-Âge de Cluny ou au château de Vincennes en 2009, expérience immersive au Petit Palais à l'automne 2012 avec 3D... (Chapelain, 2011).

Vers le « musée 2.0 » ?

Vers 2005, le Web connaît un tournant vers ce que Tim O'Reilly nomme le *Web 2.0* ou Web social. Si avec le « Web 1.0 » les contenus émanent de ceux qui ont la maîtrise des outils informatiques pour pouvoir publier, la publication de contenus s'est ouverte ⁽⁹⁾, avec un Web structuré par et autour des utilisateurs (dont il conviendrait toutefois de montrer certaines limites). Ces applications sont rapidement adoptées à des fins de publicité et de communication car le Web social est aussi un instrument du Web marchand et marketing. Les musées se saisissent de plus en plus de ces outils depuis 2008 (notamment de Facebook) pour valoriser leurs actions et leurs collections sur des sites regroupant des millions d'utilisateurs. La présence des musées sur les réseaux socio-numériques s'est faite par vagues en France, bien après les grands musées canadiens et nord-américains. Les pionniers d'une présence multiplateforme sont en 2008 les Abattoirs de Toulouse, le muséum d'Histoire naturelle de Toulouse et la Cité des Sciences et de l'Industrie dont les domaines d'intervention (sciences et art contemporain) ont été très tôt confrontés aux nouvelles technologies (Ben Sassi, 2004). Une deuxième vague touche les musées d'histoire, d'ethnographie, de civilisations et de beaux-arts vers 2010 (Couillard, 2010). Il ne s'agit toutefois pas d'une conversion à une co-construction égalitaire des savoirs, dont les limites ne tiennent pas seulement à une réticence muséale (Chaumier, 2008) mais se heurtent à un principe de réalisme. Les fonctionnalités sont utilisées dans plusieurs directions. D'une part, elles permettent les interactions entre les membres et le musée. Une étude autour de jeux proposés par le musée des Arts décoratifs tend à montrer que ces interactions sont tournées beaucoup plus vers le musée que vers la constitution d'une communauté autour du musée (Couillard, 2010). D'autre part, elles peuvent laisser espérer un élargissement des publics, notamment en touchant la tranche des 25-45 ans et le public étranger. Enfin, elles

peuvent aussi s'appuyer sur l'aspect viral de ces nouveaux outils, pour faire de la page Facebook un élément de valorisation du site Internet.[...]

L'évolution constante de la présence en ligne des musées depuis 1994, qui tient autant à des évolutions technologiques et aux tendances que connaît le Web même et l'émergence des réseaux socio-numériques, qu'à l'évolution des politiques muséales et des acteurs qui les portent, ne permettent pas de parler de stabilisation d'un modèle, encore assez marqué par le pragmatisme et l'expérimentation. Si les logiques d'acteurs se précisent, si la vocation du site répond aussi à la mission historique de l'institution qui « caractérise des rapports sociaux spécifiques et le recours à la communication de la part des musées » (Vidal, 2003), le site du musée est autant le reflet d'une organisation interne que de sa relation aux publics. Le musée a réussi à négocier le virage de l'interactivité relevant de la communication homme-machine, qui rejoint les problématiques générales d'accès à l'information au moyen de l'ordinateur. L'interactivité sociale, c'est-à-dire la mise en place d'un dialogue avec l'utilisateur du site ou même la construction d'un « visiteur-acteur » du musée en ligne, est en cours de négociation, car le virage numérique ne peut plus s'emparer des nouveaux-outils sans penser aussi les usages et usagers.



Le musée des Beaux-Arts de Rennes espère séduire le public des 15-25 grâce à son application qui dévoile les secrets des œuvres.
© Musée des Beaux-Arts de Rennes/Jean-Manuel Salingue

La Cité nationale de l'Histoire de l'Immigration, du site qui précède le musée à l'investissement dans les réseaux socio-numériques

La version 1 du site Internet de la CNHI date de 2003, avant l'ouverture de la CNHI en 2007 : le site

virtuel a précédé le musée et était conçu d'emblée comme complémentaire.



version 1



version 2



version 3
(à partir de 2006)

Le site actuel : la navigation gagne en complexité et les itinéraires proposés en profondeur au fil des versions. La page s'enrichit de menus latéraux.



L'application pour iPhone de la CNHI est conçue dans une optique de complémentarité avec le musée. Elle permet l'organisation de la visite, mais également de la compléter en proposant des rendez-vous plus ponctuels (expositions temporaires et conférences). Outil de repérage et d'orientation, l'application iPhone est ancrée dans

la tendance générale à la mise à disposition d'une

application sans réelle dissociation des informations et services présents sur le site (internet ou réel). L'autonomisation du recours aux dispositifs mobiles se fait attendre... Plan interactif, elle permet néanmoins une adaptation aux souhaits du visiteur dans le cadre d'un itinéraire personnalisable.



De l'information et de la communication institutionnelle, à la communication partagée ? Sur Twitter et Facebook, les followers et amis représentent des

volumes modestes, mais rendent la politique d'information plus participative en attendant d'être véritablement interactive.



(avec l'aimable autorisation de la CNHI)

DOCUMENT 10

Extraits de la synthèse du rapport public thématique de la Cour des comptes « Les musées nationaux après une décennie de transformations », mars 2011

Tableau 1

Français de 15 ans et plus...	1989	1997	2008
ayant fréquenté un musée dans l'année	30 %	33 %	30 %
ayant fréquenté une exposition dans l'année	23 %	25 %	24 %

Tableau 2

Français de 15 ans et plus ayant visité un musée dans l'année	1989	1997	2008
Agriculteurs	22 %	20 %	17 %
Artisans, commerçants...	32 %	33 %	30 %
Cadres et professions intellectuelles supérieures	61 %	65 %	59 %
Professions intermédiaires	43 %	43 %	38 %
Employés	31 %	34 %	22 %
Ouvriers	23 %	22,5 %	15 %
Retraités, inactifs	21 %	30 %	29 %

