

La gratuité au bois dormant... Cinq ans de gratuité du dimanche au Louvre 1996-2000

Claude FOURTEAU*

La gratuité au bois dormant...

Lorsqu'en février 1990, la gratuité du dimanche, presque bicentenaire, fut abrogée au Louvre, l'on put penser que cette décision ne rencontrait qu'indifférence collective : il ne s'éleva pas une voix, publiquement, pour en débattre. Cependant, lorsqu'en janvier 1996, la gratuité fut rétablie au Louvre le premier dimanche de chaque mois, on vit accourir des foules immenses ; et les mêmes foules étaient partout présentes, quand en janvier 2000 cette générosité fut étendue à l'ensemble des musées nationaux.

S'était-il passé, en dix ans, une révolution dans les motivations et les pratiques culturelles ? Sinon, comment interpréter ce phénomène étonnant ?

On peut assez aisément, avec la rigueur scientifique indispensable, constater, comptabiliser, mesurer des écarts, croiser des paramètres, interroger. Reste l'énigme devant l'ampleur de l'effet, sa persistance, sa profondeur. Et l'on a eu, à l'analyse, le sentiment d'aborder là un sujet qui pourrait en dire très long, et en termes nouveaux, sur ce qui fait venir les publics au musée.

« Le jour où on a supprimé la gratuité au Louvre, quelque chose est mort en moi », confiait publiquement une participante à un colloque sur la culture. Se pourrait-il que des aspirations, vives ou dormantes, mais largement répandues, se trouvent déçues et se closent sans trace, ou au contraire jaillissent et se manifestent, sous *le seul effet d'un signe* ? Comment identifier et évaluer la puissance de ce « quelque chose » de si intime qu'il reste enfoui dans le silence du public, et jusqu'à ce silence radical qu'on ne peut plus interroger, qu'est l'absence ?

Car force est de constater qu'il est beaucoup plus *parlant* de travailler sur l'élan que sur le retrait, et sur le don que sur la perte – et combien plus allègre !

* Claude Fourteau est chef adjointe du service culturel du musée du Louvre, chargée de la politique des publics. Une première version de ce texte, portant sur les années 1996 et 1997, est parue dans *La Lettre de l'Ocim*, n° 59, septembre-octobre 1998.

L'abrogation de la gratuité

Contexte historique

La décision de réintroduire la gratuité dominicale pour tous intervient à contre-courant du mouvement historique qui a entraîné les musées de France, au cours du XX^e siècle, à modifier leurs conditions d'accès selon trois orientations : la disparition progressive de la gratuité ; l'élaboration parallèle d'un régime tarifaire incluant des mesures de réduction et d'exonération ciblées ; l'augmentation récente des tarifs d'entrée.

Nous évoquerons ici brièvement ce contexte à partir de l'exemple du Louvre, dont l'histoire est assez significative de celle des autres musées nationaux. Elle a connu cinq grandes phases :

- de 1793, date de sa création, à 1921 : gratuité d'accès au Louvre ;
- le 31 décembre 1921, après trente ans d'ardents débats à l'Assemblée nationale, la gratuité est supprimée par une loi de finances instaurant le principe de la perception d'un droit d'entrée de 1 franc dans tous les musées nationaux (soit 5,75 francs en francs constants 2000) ; tous les députés conviennent cependant que les dimanches et jours fériés doivent rester gratuits pour permettre l'accès des musées aux « classes laborieuses » ;
- de 1921 à 1980 : rares revalorisations tarifaires, pour une augmentation totale sur la période relativement faible en francs constants (doublement en soixante ans) ;
- de 1981 à 1996 : la rénovation des musées, l'intérêt du public, la montée du tourisme et une prise de conscience du retard tarifaire entraînent une série de revalorisations quasi annuelles. Ainsi, de 1988 à 1996, le billet moyen d'entrée au Louvre a presque doublé en francs constants (18,26 francs en 1988 ; 35,73 francs en 1996), le nombre des visiteurs payants a crû de plus de 70 % et la recette de droits d'entrée a été multipliée par 3,3 ;
- en 1990, suppression de la gratuité du dimanche au Louvre (elle avait été supprimée dès 1935 dans les autres musées nationaux), remplacée par le demi-tarif, puis au fil du temps, par un tarif réduit d'un tiers.

Le régime tarifaire : des mesures de réduction et d'exonération ciblées

La notion de régime tarifaire est née de la disparition de la gratuité. Dès 1922, des mesures tarifaires compensatoires et ciblées, sous forme de tarifs réduits et d'exonération, ont accompagné le passage au paiement.

Sont ainsi exonérées du droit d'entrée dans les musées nationaux relevant de la Direction des musées de France, de larges catégories de la population, qui représentent au total environ 30 % des visiteurs. Cette discrimination positive a varié avec le temps mais elle s'est toujours exercée en faveur du secteur éducatif et a maintenu un volet social. Elle concerne aujourd'hui en particulier : les jeunes de moins de 18 ans, les étudiants en art, les enseignants en activité, les personnes handicapées, et depuis 1991, les chômeurs et bénéficiaires de l'aide sociale.

Au total, les musées d'art restent les équipements culturels les moins chers pour leurs usagers, après les bibliothèques.

Instances et circonstances de l'abrogation de la gratuité

Il faut noter que ce ne sont pas les mêmes instances qui ont été à l'initiative de l'abrogation de la gratuité du dimanche au Louvre et, six ans plus tard, à l'initiative de son rétablissement.

L'abrogation a été votée par le conseil d'administration de la Réunion des musées nationaux (RMN), le 4 février 1990. Instance gestionnaire responsable de l'administration des musées (y compris, à l'époque, de celle du Louvre, qui n'est devenu Établissement public qu'en décembre 1992), la RMN a reçu de l'autorité politique, depuis 1981, la délégation de prendre les décisions tarifaires pour les musées nationaux dont elle a la charge. Sa position en tant qu'établissement public à caractère industriel et commercial (ÉPIC) est nécessairement influencée par une logique économique qui la conduit à rechercher l'augmentation des recettes de droit d'entrée.

La rénovation du Louvre, son attraction redoublée au lendemain de l'ouverture de la pyramide en 1989, fournissaient des arguments forts et réalistes pour mettre un terme au manque à gagner de quatre dimanches gratuits par mois. De fait, la recette des droits d'entrée du dimanche, en 1995, au demi-tarif de 20 francs l'entrée, s'élevait à près de 13 millions de francs.

Si l'on ajoute que le Centre Georges-Pompidou, qui avait conservé un interstice de gratuité au musée national d'Art moderne, le dimanche matin, de 10 heures à 14 heures, y a renoncé en 1995, on peut considérer qu'après soixante-quinze ans de mise en sommeil progressive, toute trace du principe de gratuité pour tous dans les musées nationaux avait alors disparu, si ce n'est un jour par an, pour fêter l'« Invitation au musée ».

Le réveil de la gratuité

C'est pourtant à ce moment où on ne l'espérait plus et où on la tenait pour morte que la gratuité a été ranimée. Ce réveil s'est produit en trois étapes :

- 1996 : sur proposition du Ministre de la culture, gratuité au Louvre le premier dimanche de chaque mois, à titre expérimental, pour deux ans ;
- 1998 : sur vote du conseil d'administration du Louvre, au vu de l'évaluation de l'expérience, reconduction de la gratuité, sans limitation de durée ;
- 2000 : sur décision du Ministre de la culture, élargissement de la gratuité le premier dimanche de chaque mois à l'ensemble des musées nationaux et des monuments historiques ¹.

1. Dans les monuments historiques, la gratuité s'applique seulement six mois par an, hors période touristique.

Circonstances et motivations

La nature des motivations qui ont conduit au rétablissement de la gratuité du dimanche mérite d'être détaillée et analysée, car celles-ci constituent le fondement de cette évaluation.

Le 29 septembre 1995, au cours d'une séance du conseil d'administration du Louvre, le Ministre de la culture se déplaçait en personne pour « défendre un projet qui lui tenait à cœur », renouant ainsi avec la tradition historique qui rattachait l'initiative tarifaire à la politique culturelle de l'État.

Rappelant le symbole dont est porteuse la gratuité, et choisissant le Louvre comme « lieu symbolique de la culture en France », le Ministre souhaitait adresser « un signe fort pour faire comprendre que la culture s'adresse à tous ». À partir du rappel de ce principe fondateur, il s'agissait d'associer la culture à la politique de lutte contre la fracture sociale et les inégalités ; il escomptait que la levée du frein économique attirerait de nouveaux publics, avec l'espoir qu'ils reviendraient.

Il affirmait enfin que la mesure s'inscrivait sans contradiction au sein des logiques contrastées qui poussaient ce même jour le conseil d'administration du Louvre à voter une nette augmentation du droit d'entrée pour faire face à la rigueur budgétaire (de 40 francs à 45 francs), mais aussi à créer la carte Louvre jeunes pour faciliter l'accès au musée à la classe d'âge des 18-25 ans (100 francs pour un an).

La proposition et ses modalités d'application se résumaient à quelques points précisément définis :

- gratuité pour tous le 1^{er} dimanche de chaque mois ;
- lieu-test : le musée du Louvre ;
- période d'essai : deux ans ;
- financement : subvention compensatoire des coûts et du manque à gagner (5 millions de francs), sur crédits du Ministère de la culture ;
- évaluation de l'impact de la gratuité en fin de période, confiée au musée du Louvre.

Une politique publique

Comme on le voit, le projet ne s'appuie pas sur un dossier technique : aucune mesure précise des résultats recherchés n'a été avancée.

Ce sont les effets d'une politique publique que l'évaluation devra apprécier et interpréter, car la nature de la proposition relève bien d'une approche qui ressortit du politique. On peut l'analyser comme la combinatoire de trois éléments : la conviction, l'intention, l'intuition.

Ici la conviction s'ancre sur les principes du consensus républicain qui permettent de convoquer ensemble la démocratie, la culture et la nation. La gratuité en constitue le symbole.

L'intention introduit le volontarisme politique qui, s'efforçant de combler l'écart entre la réalité et les principes, charge la culture de participer à la restauration du lien social. La gratuité en est l'outil.

Quant à l'intuition, elle peut se définir comme une justesse d'anticipation qui pressent d'emblée le lien entre l'intervention et ses effets. Elle fait le pari que la gratuité agit.

L'énigme de la gratuité

Quelle connaissance a-t-on des effets de la gratuité ?

L'on sait très peu de chose de l'effet des tarifs dans la sphère des biens culturels, et l'on ignore presque tout des effets de la gratuité. Cette question, qui a suscité tant de débats idéologiques², n'a jamais réellement fait l'objet d'analyses d'impact.

Dans le contexte français actuel de musées nationaux payants, l'opinion la plus étayée est que ce n'est pas le prix qui constitue le principal frein à la visite, mais la distance culturelle³.

L'on sait cependant l'attachement au principe de la gratuité qu'expriment de grands musées nationaux à l'étranger, à Londres ou Washington par exemple, et la récente décision du gouvernement britannique de généraliser la gratuité. Pour autant, à l'étranger comme en France, la bibliographie est pauvre sur le sujet.

De fait, le débat sur la gratuité des musées n'a plus été sérieusement ouvert en France depuis son abrogation en 1921, si ce n'est brièvement dans les années 1970, à l'occasion de la création du Centre Pompidou ; les choix qui ont été faits sont ceux de politiques ciblées, mais non évaluées.

Nous avons déjà constaté cette absence de repères, en constituant une commission de réflexion sur les politiques tarifaires dans le cadre de l'association interMusées, de 1993 à 1997, qui a conduit à la rédaction d'un dossier collectif *Politiques tarifaires – musées et monuments*⁴ et à l'organisation d'une journée nationale d'étude en 1997, au Louvre, sur le thème : « Quels publics, à quel prix ? ».

Ainsi, au Louvre même, un groupe permanent de réflexion sur la politique tarifaire a été constitué, depuis 1996 ; ses analyses ont conduit en particulier à inscrire, dans le Projet d'établissement de l'époque, l'objectif d'une pause tarifaire durable, de nombreux indices donnant à penser que le seuil d'acceptabilité des tarifs avait été franchi pour certaines catégories de visiteurs, notamment locaux.

L'expérience de la gratuité au Louvre s'est donc faite sur un terrain presque vierge d'études, d'où l'importance d'y avoir associé le principe d'une évaluation.

2. Delphine GÉNERMONT, *La tarification des musées de Paris*, 1994, mémoire de recherche/DESS Dauphine.

3. Hana GOTTESDIENER, *Freins et motivations à la visite des musées d'art*, Paris, Ministère de la culture – DEP, 1992.

4. Claude FOURTEAU (sous la dir. de), *Politiques tarifaires – musées et monuments*, Association interMusées, 1997.

Les outils d'évaluation

Le service culturel du musée, chargé de piloter l'évaluation, a pris le parti de combiner plusieurs approches : comptages, sondages, enquête qualitative et observations *in situ*.

Le comptage des visiteurs

Un comptage précis des visiteurs ⁵ de tous les dimanches gratuits et d'un certain nombre de dimanches payants a été effectué, à l'entrée des collections. Celles-ci disposant de trois accès, le taux de réentrées a également été comptabilisé. Le nouvel accès, porte des Lions, a été ajouté en 2000. C'est sur ces comptages que se fondent les chiffres de fréquentation des dimanches gratuits.

Un sondage par questionnaire

Un Observatoire permanent des publics (OPP) a été mis en place au musée du Louvre en 1994 ⁶. Depuis cette date, un questionnaire en 9 langues est distribué aux entrées des collections permanentes, tous les cinq jours, pendant 4 heures. Au cours des années 1996 à 2000, la distribution des questionnaires a été très largement augmentée le dimanche de façon à accroître la base statistique, pour assurer la comparabilité entre dimanches payants et dimanches gratuits.

Les questions spécifiques suivantes ont été ajoutées au questionnaire ordinaire, qui informe sur la composition socioprofessionnelle, l'origine géographique, les intentions de visite, l'appréciation et la connaissance du musée, etc. :

- « Saviez-vous, avant de venir aujourd'hui, que le premier dimanche de chaque mois l'entrée est gratuite ? » ;
- « Avez-vous déjà profité de la gratuité au Louvre un premier dimanche du mois depuis 1996 ? »
 - Si oui, combien de fois ? » (sans compter aujourd'hui).

Si aujourd'hui est un dimanche gratuit :

- « Avant de venir au Louvre, saviez-vous que l'entrée serait gratuite aujourd'hui ? » ;
- « Si la visite des collections permanentes n'avait pas été gratuite aujourd'hui, pensez-vous que :
 - vous ne les auriez pas visitées ce mois-ci ? (*effet d'incitation*)
 - vous les auriez visitées ces jours-ci, mais pas aujourd'hui ? (*effet de transfert*)
 - de toute façon, vous les auriez visitées aujourd'hui ? » (*sans effet*)

En cinq ans, 11 934 questionnaires ont été ainsi recueillis les dimanches payants et 11 717 les dimanches gratuits.

5. Effectué par la SOFRES.

6. Cet Observatoire des publics a été mis en place par l'ARCMC avec la collaboration de l'Institut de sondages Lavalie (ISI).

Une enquête qualitative

En complément, une enquête qualitative a été commandée au Centre d'étude et de recherche sur les expositions et les musées (CEREM) et placée sous la direction de Hana Gottesdiener. Cette étude visait à élucider la perception de la gratuité chez les visiteurs au Louvre et dans les musées en général, à comprendre les motivations de leur venue un jour de gratuité, le déroulement de leur visite, le jugement qu'ils en ont et le prolongement qu'ils lui donnent⁷. Cette analyse a pris la forme, d'une part, d'entretiens pendant la visite ; d'autre part, d'entretiens de groupe différés.

Choix méthodologiques pour l'analyse des résultats des sondages

En l'absence de modèle, nous avons construit notre analyse sur certains choix méthodologiques.

- L'analyse d'impact de la gratuité est centrée sur la comparaison entre dimanches payants et dimanches gratuits. En effet, le public du dimanche ayant des caractéristiques propres, il fallait éviter d'introduire des variables autres que celle dont on veut mesurer l'effet : la gratuité.
- Ce sont les dimanches payants et gratuits de la même période qui ont été comparés. En effet, les variations de la fréquentation du Louvre dans les années récentes et l'absence de données détaillées sur le dimanche aux époques plus anciennes interdisent de pouvoir comparer les dimanches gratuits ou payants actuels aux dimanches payants des années antérieures à la gratuité.
- L'origine géographique a été posée comme élément classificatoire premier et constant. Le cadre de classification adopté distingue systématiquement Paris/région parisienne hors Paris/autres régions/étranger. C'est en effet la proximité ou l'éloignement géographique qui constitue, de très loin, la variable discriminante la plus significative de la probabilité de la visite et du degré de familiarité des publics.
- L'accroissement en nombre absolu des visiteurs fonde l'analyse. L'évolution en effectifs est traitée prioritairement au pourcentage des catégories de visiteurs entre eux ; l'effet majeur de la gratuité étant l'accroissement de la fréquentation, il nous a paru important de considérer l'ampleur du phénomène, plutôt que de le réduire au seul relativisme statistique, qui écrase les nombres.
- Un groupe expert. L'importance des éléments recueillis et le souci de les faire partager nous ont conduit à constituer un groupe de réflexion composé d'experts

7. Hana GOTTESDIENER et Natacha GODRÈCHE, *Les dimanches gratuits du musée du Louvre*, enquête qualitative, Paris, musée du Louvre-service culturel/Centre d'étude et de recherche sur les expositions et les musées (CEREM), octobre 1996.

en sociologie et en économie de la culture. Leurs avis ont contribué à affiner notre analyse et à ouvrir des pistes de recherche.

Évaluation des résultats de cinq ans de gratuité

À l'issue de cinq années de gratuité d'accès à ses collections le premier dimanche de chaque mois, le Louvre est en mesure de confirmer la première évaluation qu'il avait rendue publique après deux ans d'expérimentation : l'effet provoqué sur la fréquentation, la composition et la perception des visiteurs est durablement positif.

Les analyses qui suivent se rapportent à cinq ans de comptage ininterrompu des visiteurs des dimanches gratuits, qui ont donné de la fréquentation totale le panorama suivant.

Tableau 1 – Fréquentation des dimanches gratuits de 1996 à 2000

	1996	1997	1998	1999	2000	Total 1996-2000
Nombre total de visiteurs	338 906	331 401	328 002	313 747	387 190	1 699 246
Nombre de dimanches	11	12	12	10	12	57
Moyenne	30 810	27 617	27 334	31 375	32 266	29 811

Source : Sofres / Musée du Louvre.

La gratuité entraîne un accroissement de fréquentation massif et durable

L'accroissement de la fréquentation est de 60 % sur cinq ans avec une moyenne de 27 452 visiteurs par dimanche gratuit, pour 17 069 par dimanche payant⁸.

Tableau 2 – Effet multiplicateur de la gratuité sur les volumes de fréquentation

Nombre moyen de visiteurs par dimanche (hors enfants de moins de 15 ans)						
	1996	1997	1998	1999	2000	Moyenne 1996-2000
Dimanche payant (DP)	16 229	16 216	17 462	17 353	18 048	17 069
Dimanche gratuit (DG)	27 712	25 150	25 978	29 434	29 336	27 452
Ratio multiplicateur DG/DP	1,7	1,6	1,5	1,7	1,6	1,6

Source : *Observatoire permanent des publics* (ISC / ARCMC / Musée du Louvre, 1996-2000).

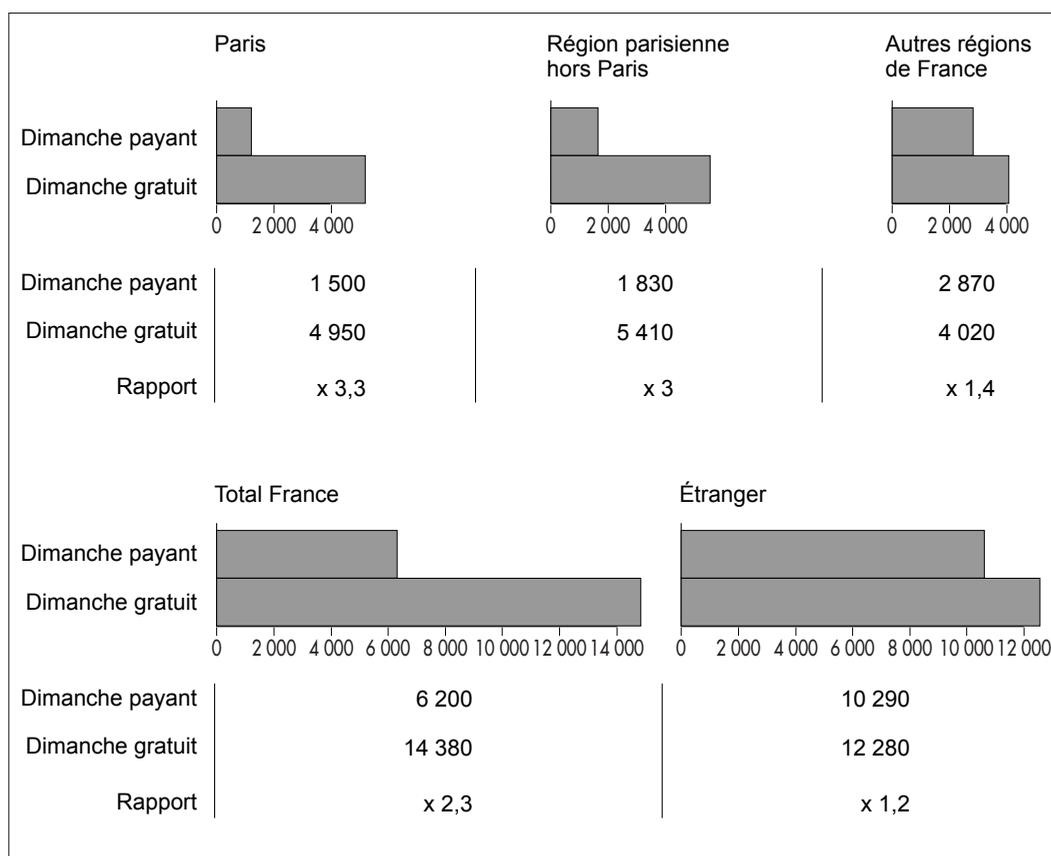
8. De manière classique lorsqu'il s'agit de sondage, on n'a interrogé que les visiteurs âgés de 15 ans et plus, ce qui explique l'écart que l'on peut observer entre nombre de visiteurs comptés (tableau 1) et nombre de visiteurs extrapolés sur la base de l'enquête (tableau 2).

L'ancrage national du musée est considérablement amplifié

Le dimanche gratuit, le nombre des Franciliens est multiplié par 3,1, celui des provinciaux par 1,4 ; au total, les Français sont 2,3 fois plus nombreux le dimanche gratuit, tandis que le nombre des visiteurs étrangers est seulement multiplié par 1,2.

La structure du public s'en trouve profondément modifiée : le dimanche gratuit est le seul jour du mois où le public national soit majoritaire au Louvre : il représente 54 % des visiteurs au lieu de 37,5 % les dimanches payants et de 28 % les autres jours. La mesure est donc bien ciblée : l'essentiel de l'impact porte sur le public national, et, pour des raisons évidentes liées à la proximité de résidence, surtout sur le public local entendu au sens large, puisque les visiteurs de la région parisienne triplent en effectif.

Graphique 1 – Fréquentation moyenne par dimanche payant et par dimanche gratuit selon l'origine géographique des visiteurs (cumul 1996-2000)



Source : *Observatoire permanent des publics* (ISC / ARCMC / Musée du Louvre, 1996-2000).

Population française

Après le quasi-triplement de la fréquentation l'année de lancement, l'effet multiplicateur de la présence nationale au musée s'est stabilisé en moyenne autour de son doublement de la fréquentation.

L'extension, en 2000, de la gratuité à l'ensemble des musées nationaux et monuments, n'a pas nui à la fréquentation du Louvre, qui a au contraire nettement augmenté : le réservoir de public pour la gratuité ne paraît pas s'épuiser à être partagé, et on en ignore toujours la capacité et les limites.

Tableau 3 – Effet multiplicateur de la gratuité sur le volume de fréquentation nationale

Visiteurs nationaux Nombre moyen par jour *	1996	1997	1998 a	1999	2000 b	Moyenne 1996-2000
Dimanche payant	5 917	5 376	7 940	5 387	6 401	6 204
Dimanche gratuit	17 134	12 742	15 203	11 239	15 295	14 323
Ratio multiplicateur DG/DP	2,9	2,4	1,9	2,1	2,4	2,3

Source : *Observatoire permanent des publics* (ISC / ARCMC / Musée du Louvre, 1996-2000).

a. Réouverture des Antiquités égyptiennes.

b. Ouverture des Arts premiers.

* Ces effectifs ne portent que sur les répondants à la question sur l'origine géographique, soit 97 % des visiteurs interrogés.

Les fluctuations de fréquentation propres au Louvre, d'une année sur l'autre, interfèrent avec les effets inhérents à la gratuité ; c'est pourquoi l'écart entre dimanches gratuits et payants d'une même année reste la mesure la plus fiable de l'impact de la gratuité.

Population étrangère

L'effet de la gratuité sur les étrangers a fortement progressé jusqu'à atteindre 20 % d'écart de fréquentation entre dimanches gratuits et payants. Or, pour se prémunir de l'effet « d'aubaine » qui aurait pu attirer les opérateurs touristiques, il a été

Tableau 4 – Effet multiplicateur de la gratuité sur le volume de fréquentation étrangère

Visiteurs étrangers Nombre moyen par jour *	1996	2000	Moyenne 1996-2000
Dimanche payant	9 845	10 794	10 286
Dimanche gratuit	9 887	13 065	12 275
Ratio multiplicateur DG/DP	–	1,2	1,19

Source : *Observatoire permanent des publics* (ISC / ARCMC / Musée du Louvre, 1996-2000).

* Ces effectifs ne portent que sur les répondants à la question sur l'origine géographique, soit 97 % des visiteurs interrogés.

décidé dès l'origine de ne pas autoriser la visite en groupe le dimanche gratuit. On approfondira donc plus loin les sources de cette progression surprenante.

La notoriété de la gratuité : un préalable à assurer

Le fait de connaître la gratuité préalablement à la visite est évidemment la condition indispensable à l'existence de son effet.

On observe que la notoriété générale de la mesure auprès des visiteurs français, connaît deux pics, l'un en 1996, à l'annonce de son lancement au Louvre, l'autre en 2000, à l'annonce de son extension à l'ensemble des musées nationaux.

La baisse de notoriété entre ces deux annonces (à mettre en parallèle avec la baisse d'effet), et surtout la relative ignorance d'une majorité de provinciaux donnent à penser que la communication institutionnelle gagnerait à être forte, nationale et continue pour donner son plein effet à cette mesure.

On note *a contrario* que les étrangers sont, en cinq ans, deux fois mieux informés qu'à l'origine, les guides touristiques s'étant certainement, au fil des années, fait l'écho de la nouvelle.

Quant aux visiteurs des dimanches gratuits, leur présence est fortement corrélée à la connaissance de la gratuité, qu'ils soient nationaux ou étrangers.

Tableau 5 – Notoriété de la gratuité selon l'origine géographique des visiteurs dans leur ensemble *

en %

	1996	1997	1998	1999	2000	Moyenne 1996-2000
Visiteurs nationaux	59,5	55,5	52,5	56,0	66,0	58,0
Visiteurs étrangers	14,5	19,5	25,0	28,5	33,0	24,5

Source : *Observatoire permanent des publics* (ISC / ARCMC / Musée du Louvre, 1996-2000).

* Sans réponse exclus.

Tableau 6 – Notoriété comparée de la gratuité : visiteurs en général/visiteurs des dimanches gratuits *

en %

	En 1996		En 2000		Moyenne 1996-2000	
	Visiteurs en général	Visiteurs des dim. gratuits	Visiteurs en général	Visiteurs des dim. gratuits	Visiteurs en général	Visiteurs des dim. gratuits
Île-de-France	69,5	85,5	77,0	81,0	70,0	83,0
Province	48,0	62,5	50,5	75,5	43,0	68,5
Étranger	14,5	47,5	32,0	66,5	24,5	55,0

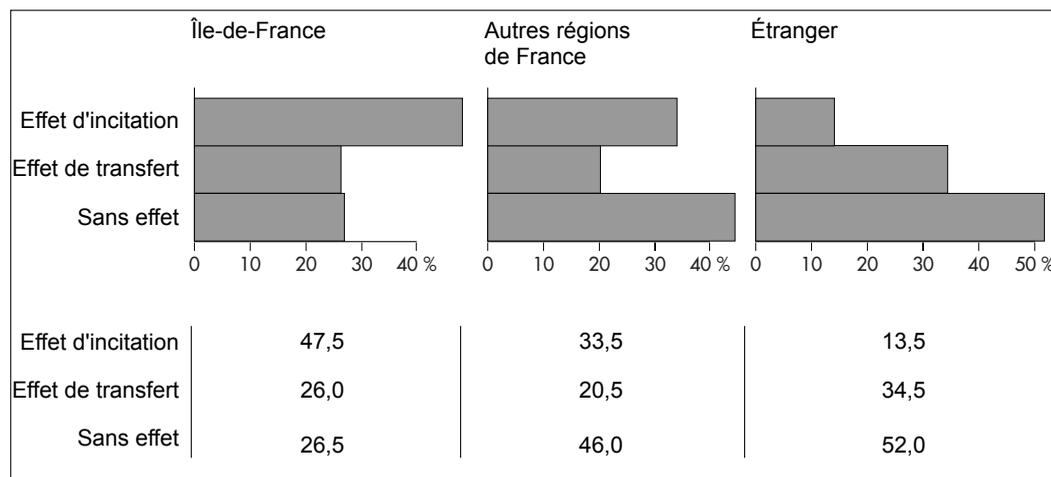
Source : *Observatoire permanent des publics* (ISC / ARCMC / Musée du Louvre, 1996-2000).

* Sans réponse exclus.

L'incitation à la visite, principal effet de la gratuité

Le questionnaire proposé aux visiteurs permet d'identifier, à côté de ceux qui bénéficient de la gratuité sans l'avoir cherché (*sans effet*), ceux qui déplacent le jour de leur visite pour en bénéficier (*effet de transfert*), et ceux qui attribuent entièrement à la gratuité leur présence au Louvre (*effet d'incitation*).

Graphique 3 – Effet de la gratuité sur les visiteurs du dimanche gratuit informés de la gratuité avant leur visite (cumul 1996-2000)



Source : *Observatoire permanent des publics* (ISC / ARCMC / Musée du Louvre, 1996-2000).

Incitation

Parmi les visiteurs nationaux informés, près de la moitié des Franciliens et un tiers des provinciaux déclarent qu'ils ne seraient pas venus sans la gratuité, soit 4 990 visiteurs en moyenne par dimanche gratuit.

Ce déclic, qui incite avec une égale intensité à la première visite ou au retour, est lié au « cadeau » de la gratuité ; on verra plus loin que la réaction à ce don est de nature complexe, les composantes économiques, psychologiques et culturelles, voire éthiques et civiques, étant étroitement imbriquées.

On pourrait douter que l'effet d'incitation résiste au passage du temps ; or il ne s'est que faiblement émoussé en 4 ans (50,5 % des visiteurs français l'invoquaient en 1996, et encore 44,5 % en 1999). Par contraste, en 2000, l'ouverture gratuite des autres sites a fait baisser à 35 % l'incitation à venir au Louvre, baisse compensée par un accroissement de l'effet de transfert.

Transfert

Le report sur le dimanche gratuit de la visite prévue un autre jour relève beaucoup plus nettement de l'incitation financière ; 24,5 % des Français informés le pratiquent (soit 2 790 environ par dimanche gratuit), et tout particulièrement les élèves et étudiants (31 %).

Ce transfert semble se faire surtout entre visiteurs du dimanche, et chez les Franciliens (26 % contre 20,5 % chez les provinciaux).

Chez les publics étrangers informés, l'effet de transfert est très marqué (34,5 %), mais apparaît aussi l'effet d'incitation (13,5 %). À étudier de près ceux qui en sont les bénéficiaires, on observe qu'il s'agit tout particulièrement de visiteurs fréquents, familles ou étudiants, ce qui donne à penser qu'on a affaire, pour partie, à des résidents étrangers en Île-de-France, qui se comportent de ce fait comme les publics locaux.

Contre-transfert ?

Chez les provinciaux comme chez les étrangers, on constate, si l'on déduit de la fréquentation du dimanche gratuit les visiteurs attirés par la gratuité (incitation ou transfert), que les publics restants ne totalisent pas l'effectif normal d'un dimanche payant. Cette différence, de – 12 %, donne à penser que l'affluence impressionnante du dimanche gratuit a un effet de contre-transfert vers les jours qui l'entourent – ou d'éviction du Louvre vers d'autres musées. Ce contre-transfert chez les publics touristiques ne se constate pas chez les publics locaux, ni chez les jeunes dans leur ensemble.

Ces hypothèses seront à vérifier au moyen de questions nouvelles, lors d'une prochaine enquête.

Les principaux utilisateurs de la gratuité dans la population nationale

Toutes les catégories socioprofessionnelles et tous les âges sont concernés, et réagissent à la gratuité par un accroissement fort de leur fréquentation.

Il en déplaira aux esprits étroitement économes, qui souhaiteraient ne voir bénéficier de la gratuité que *les pauvres de la culture*, mais il n'en va pas ainsi. La gratuité est un symbole et son pouvoir agit sur tous. Elle rappelle la valeur de ce qui n'a pas de prix. Elle rassemble et unifie socialement, réalisant en effet le « signe fort » que lui assignait son objectif initial d'intégration, au contraire des mesures ciblées, qui discriminent.

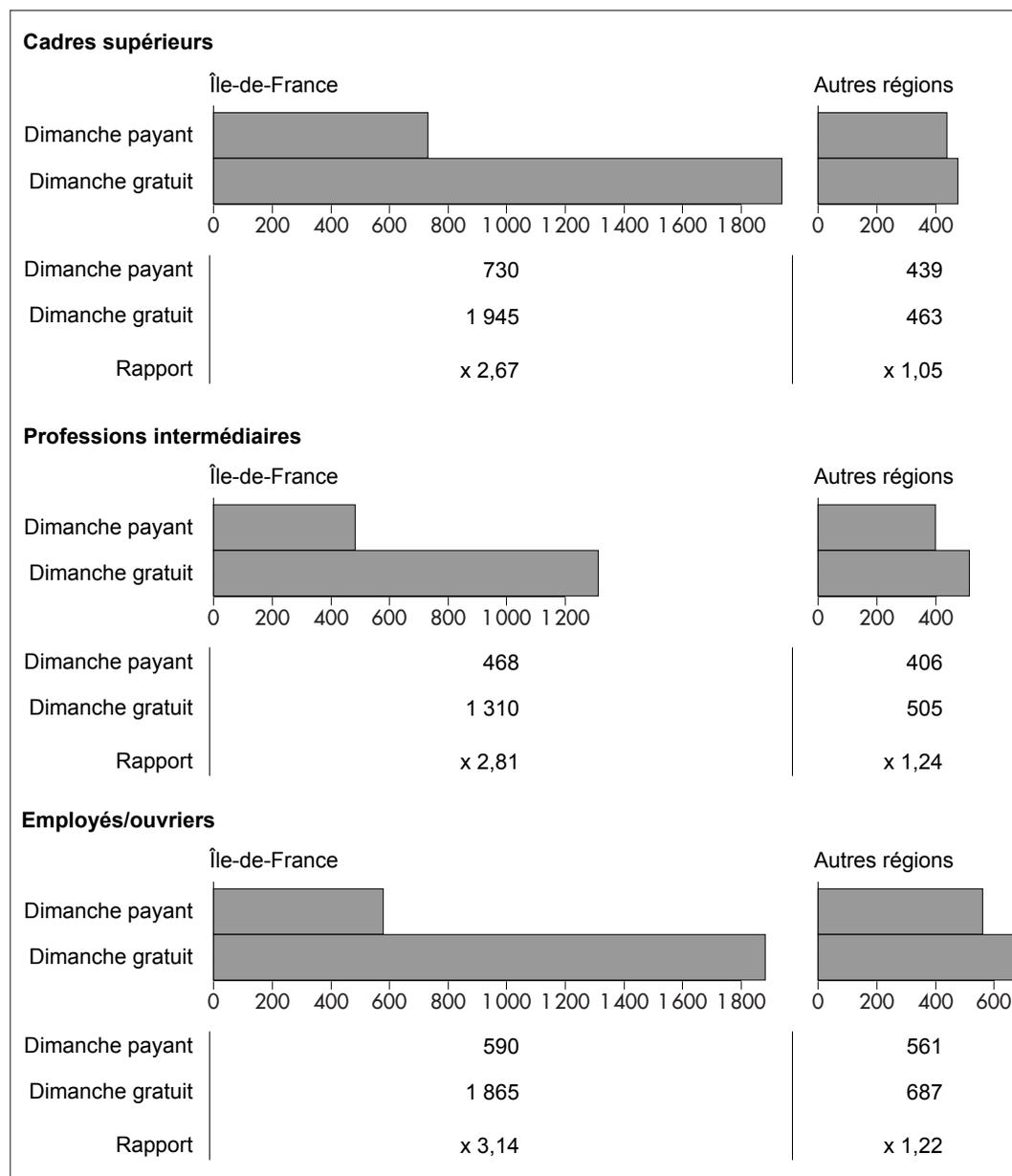
Cependant, l'on ne s'étonnera pas que, bénéficiant à tous, la gratuité soit plus utilisée par ceux à qui, conformément à l'objectif de démocratisation annoncé, elle avait été plus spécialement destinée.

La population active

Ce sont les populations actives qui rassemblent les principaux effectifs sensibles à *l'effet d'incitation* à la visite : parmi les visiteurs français informés, 50 % des employés/ouvriers, 50 % des artistes et artisans d'art, 46 % des cadres supérieurs, 44 % des professions intermédiaires ne seraient pas venus sans la gratuité (44 % aussi pour la population nationale).

Si l'on considère la distance géographique, il apparaît que la proximité permet non seulement une réactivité plus grande à la gratuité, mais aussi une différenciation plus nette des utilisateurs.

Graphique 4 – Nombre moyen de visiteurs français par PCS et par dimanche (cumul 1996-2000)



Source : *Observatoire permanent des publics* (ISC / ARCMC / Musée du Louvre, 1996-2000).

On a volontairement exclu de ces tableaux *les enseignants* : ils constituent dans les musées une catégorie professionnelle importante et spécifique et, bénéficiant de la gratuité tous les jours, ne relèvent pas de cette étude.

Parmi les visiteurs nationaux, notons cependant qu'ils comptent pour 16 % de la fréquentation du Louvre et se répartissent ainsi : 10,5 % des visiteurs le dimanche gratuit, 15 % le dimanche payant, et 17 % les autres jours.

Les demandeurs d'emploi

Les personnes au chômage ou au RMI sont-elles bien informées de la gratuité dont elles bénéficient tous les jours, dans la plupart des musées ? ou bien le dimanche gratuit les libère-t-elles de la présentation d'un justificatif ? ou s'agit-il de jeunes demandeurs d'emploi qui ne bénéficient pas d'exonération ? 51 % déclarent qu'ils ne seraient pas venus sans la gratuité. Leur nombre est multiplié par 4,4 chez les Franciliens et par 1,7 chez les provinciaux.

La première visite

La répartition des primo-visiteurs selon les catégories socioprofessionnelles démontre à la fois les inégalités culturelles et la faculté de la gratuité à les réduire.

Ainsi, parmi les visiteurs d'Île-de-France venant un dimanche ordinaire au Louvre, on observe que 12 % des cadres supérieurs y viennent pour la première fois, 24 % des professions intermédiaires et 36 % des employés/ouvriers.

Ces constatations de base rappellent que la distance culturelle est liée aux catégories sociales, qu'il faut évaluer la gratuité d'abord sur sa capacité à susciter une première visite.

Tableau 7 – Composition socioprofessionnelle des primo-visiteurs français des dimanches gratuits

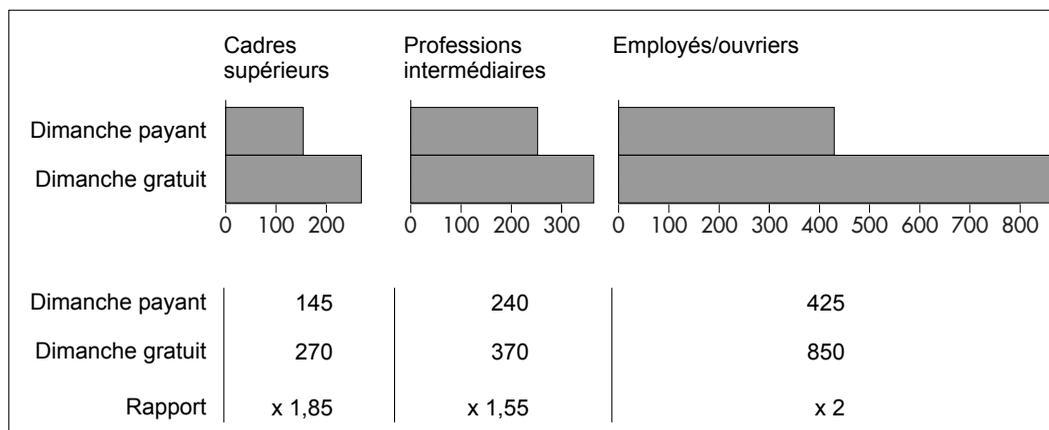
en %

Primo-visiteurs	Cadres supérieurs	Professions intermédiaires	Employés/ouvriers
Dimanche payant	18	29	53
Dimanche gratuit	18	25	57

Source : *Observatoire permanent des publics* (ISC / ARCMC / Musée du Louvre, 1996-2000).

L'impact de la gratuité est plus éloquent lorsque l'on considère les effectifs.

Graphique 5 – Nombre moyen de primo-visiteurs français par PCS et par dimanche (cumul 1996-2000)

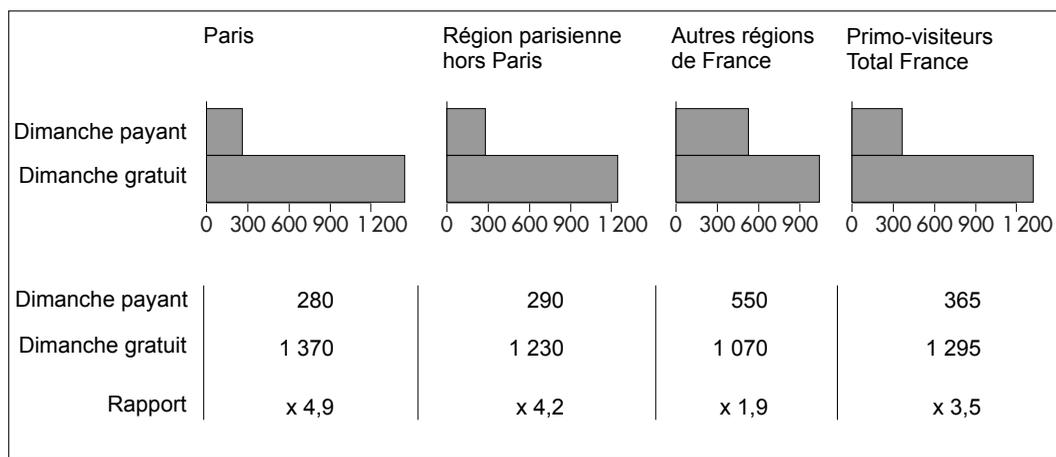


Source : *Observatoire permanent des publics* (ISC / ARCMC / Musée du Louvre, 1996-2000).

Les jeunes, élèves ou étudiants : un fringant désir de musée

C'est chez les jeunes que la gratuité a l'impact le plus fort : l'accroissement en nombre de visiteurs s'élève à 3,3 en moyenne nationale ; ce niveau record d'affluence des jeunes par rapport à tous les autres publics est observé quelle que soit l'origine géographique. Les jeunes Parisiens sont multipliés par 4,9 ; les Franciliens par 4,2 ; les provinciaux par 1,9 ; chez les jeunes étrangers mêmes, l'accroissement est de 1,7.

Graphique 6 – Nombre moyen d'élèves et d'étudiants par dimanche (cumul 1996-2000)



Source : Observatoire permanent des publics (ISC / ARCMC / Musée du Louvre, 1996-2000).

Mieux informés que tous les autres visiteurs (la gratuité est connue de 87,5 % des jeunes Français et de 60 % des jeunes étrangers visiteurs du dimanche), les jeunes réagissent à la fois dans les deux voies de l'incitation et du transfert, se différenciant seulement par leur disponibilité à utiliser la gratuité.

Tableau 8 – Effet d'incitation et effet de transfert chez les élèves et étudiants selon l'origine géographique (moyenne 1996-2000)

		Île-de-France	Autres régions de France	France	Étranger
Nombre moyen d'élèves et étudiants par dimanche gratuit		2 600	1 070	3 670	4 270
Effet d'incitation	Effectif	1 000	320	1 320	335
	%	42,5	36,5	41	13
Effet de transfert	Effectif	770	220	995	1 000
	%	33	25	31	39
Total des effets		75,5 %	61,5 %	72 %	52 %

Source : Observatoire permanent des publics (ISC / ARCMC / Musée du Louvre, 1996-2000).

Le dimanche gratuit est ainsi le jour du mois où l'on compte la plus forte proportion de jeunes de la tranche d'âge 15-25 ans au musée : les jeunes Français passent de 18 % des visiteurs les dimanches payants à 25,5 % les dimanches gratuits, et les jeunes étrangers de 24,5 % à 34,5 %.

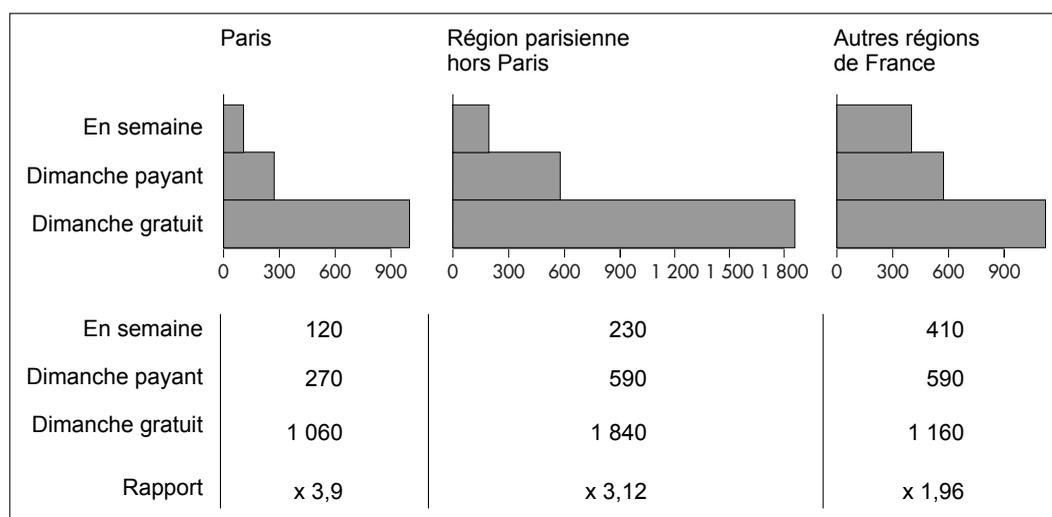
Tous ces éléments confirment que c'est la levée du frein financier qui prime pour cette tranche d'âge, et que le désir de musée chez les jeunes n'est pas satisfait dans le cadre des politiques tarifaires actuelles.

Les familles accompagnées d'enfants âgés de moins de 15 ans

Le dimanche, les parents remplacent les enseignants auprès des plus jeunes. Les familles, adeptes traditionnels de la visite dominicale, plébiscitent durablement la gratuité ; l'effet en est considérable, jusqu'à doubler le nombre des familles venues de province. 44 % des familles qui ne seraient pas venues autrement (re)trouvent ainsi le chemin du musée.

Le dimanche gratuit, la moitié des adultes français viennent avec des enfants.

Graphique 7 – Nombre moyen de visites avec des enfants de moins de 15 ans par jour (cumul 1996-2000)



Source : *Observatoire permanent des publics* (ISC / ARCMC / Musée du Louvre, 1996-2000).

La gratuité fidélise

Exceptionnelle, la gratuité stimule la visite ; régulière, elle fidélise le visiteur. C'est dans ce double mouvement que se joue l'efficacité de la mesure et que doit s'évaluer cette expérience française.

Parmi l'ensemble des visiteurs franciliens du Louvre, 17 % ont déjà fait, au cours d'une visite antérieure, l'expérience de la gratuité et 4,5 % parmi les provinciaux. Plus d'un tiers de Franciliens interrogés le dimanche gratuit sont déjà venus plus d'une fois, les plus assidus du dimanche gratuit étant les visiteurs solitaires, les retraités, les professions intermédiaires, les artistes.

Un vaste vivier de visiteurs en devenir se constitue ainsi actuellement en France, d'autant plus riche de potentialités que de nombreux autres musées et monuments offrent à leur tour la gratuité du dimanche et constatent la même attraction. En 2000, faisant pour la première année l'expérience de la gratuité, les trente-trois autres musées nationaux ont observé un accroissement de fréquentation d'environ 60 %, identique à celui du Louvre sur cinq ans. Après une période pionnière, on peut aujourd'hui anticiper une suite pérenne à cette initiative qui s'avère décisive.

Pour le Louvre, la phase de premier impact de la gratuité se transforme en phase de stabilisation. Dans l'ambitieux objectif de tester et d'évaluer cette politique publique l'étape initiale est achevée. La base de données réunies en cinq ans d'enquêtes est considérable et les résultats présentés ici ne constituent qu'une partie du potentiel à exploiter disponible pour les chercheurs intéressés.

D'autres recherches seront nécessaires pour suivre ce que deviennent les visiteurs du dimanche. Il faudra, dans les prochaines années, analyser qualitativement cette expérience vécue étendue désormais à l'échelle nationale pour interroger la mémoire des visiteurs, comprendre comment la gratuité aura modifié des trajectoires individuelles ou familiales, et quels changements d'attitudes et de pratiques elle aura permis et suscités.

Car il apparaît aujourd'hui clairement que la population s'est largement emparée de cette générosité publique retrouvée un jour par mois, pour la transformer en un investissement à long terme qui concerne l'élévation du niveau culturel général, et l'avenir des musées.

La perception de la gratuité

Les résultats présentés ici mettent en évidence le fait que la gratuité constitue un moteur puissant à la visite : nous ne connaissons aucun instrument de politique culturelle qui ait un effet approchant.

La compréhension du phénomène constitue donc bien un sujet essentiel de recherche ; les chercheurs que le Louvre s'est associés pour cette analyse ont tenté de l'appréhender, dans la parole de ceux des visiteurs qui, habitant la région parisienne et n'étant jamais venus au Louvre, ont déclaré avoir franchi le pas à l'annonce de la gratuité. Hana Gottesdiener a analysé longuement leurs propos présentés dans la synthèse ci-dessous.

Pour les visiteurs, la gratuité agit comme un déclic, que la visite ait été un projet latent ou qu'elle leur ait été ainsi suggérée : ce « cadeau » constitue une incitation, une sollicitation tout à la fois joyeuse et impérieuse d'autant qu'il s'agit du Louvre, c'est-à-dire de l'emblème de la culture et de l'histoire de France.

De la culture, ces « non-publics » ont une représentation élevée, qui leur fait associer le musée à un lieu de culte, pour certains, et pour tous, à un lieu d'éducation, de formation, d'éveil. D'ailleurs, la rénovation du Louvre, la vie qui l'anime, la mise en valeur muséographique, métamorphosent la vieille idée qu'ils se fai-

saient du musée mort et leur donnent le sentiment que le projet s'adresse au public.

La dimension historique du lieu suscite des commentaires à forte charge affective concernant les notions de patrimoine, d'héritage, d'appartenance et d'appropriation collectives, à partir desquelles se constitue l'identité. Les visiteurs constatent avec étonnement et plaisir que la foule du dimanche rassemble toutes les catégories sociales au musée et qu'elle les unit. C'est d'ailleurs la large communication qui a accompagné le passage à la gratuité qui, s'adressant à tous, a autorisé chacun à se sentir personnellement désigné.

Les barrières à la visite que cette mesure a levées en eux, ces nouveaux visiteurs en constatent l'effet d'abord chez tous les autres ; la présence inattendue des jeunes, des familles, agit par effet de miroir sur leur propre motivation, et c'est forts de cette présence collective qu'ils s'expriment sur la valeur de la gratuité comme principe. Ils élargissent alors leur position individuelle pour affirmer une revendication de citoyenneté culturelle, particulièrement ravivée dans ce lieu qui symbolise l'abolition des anciens privilèges.

« Le musée vient là restaurer les lacunes dues à des éducations différentes et la possibilité d'avoir accès à ses racines correspond à une nécessité mais aussi à un droit et une dignité élémentaires⁹. »

L'expérience de la visite

Bien entendu, comme on peut s'y attendre, la liberté d'accès est rapidement confrontée à l'expérience de la complexité de la visite. C'est une mise à l'épreuve et un difficile apprentissage que ce parcours au Louvre, dans la profusion de richesses qui s'avèrent souvent inaccessibles – et jusqu'aux œuvres les plus vulgarisées. L'expérience est contrastée, selon les personnalités : abandon confiant aux découvertes de l'errance ou désorientation angoissée.

Cependant, la gratuité libère. Car l'argent dépensé à l'entrée agit d'ordinaire comme un poids, impose la contrainte de « rentabiliser » sa visite, de s'astreindre à la rendre « profitable » en tentant de *tout voir*. La détente que procure la gratuité introduit à des dispositions nouvelles, qui incluent l'émotion et le plaisir.

Selon les visiteurs, ce « voyage » au musée est vécu sur un mode où prévalent soit la sensibilité soit la volonté de savoir, mais presque toujours comme un voyage initiatique, qui pour finir renvoie à soi. Dans tous les cas, « une stimulation à apprendre intervient dès la sortie du Louvre ; développer une mémoire, une connaissance, un langage est ressenti comme une nécessité par tous », constate Hana Gottesdiener chez les visiteurs qu'elle a interrogés plusieurs mois après la première visite.

9. H. GOTTESDIENER, N. GODRÈCHE, *Les dimanches gratuits du musée du Louvre*, op. cit.

La gratuité d'un dimanche par mois au Louvre n'est pas la visite annuelle au château. De fait, une grande partie du pouvoir de la gratuité tient à sa régularité : elle invite le visiteur à concevoir un projet, qu'il lui appartient de construire. Elle lui ouvre un avenir de visites multiples. Elle donne en retour au musée une conscience accrue de sa responsabilité d'accompagnement de ces « *visiteurs en devenir* », car la gratuité ne se substitue pas à l'action culturelle ; elle lui donne un nouvel élan.

Le Musée du Louvre

Date de création

- ▣ Le Muséum central des arts, futur musée du Louvre, ouvre en 1793. Le 1^{er} janvier 1993, le musée du Louvre devient un établissement public national à caractère administratif (décret n° 92-1338 du 22 décembre 1992).

Missions

- ▣ Les collections dont le musée du Louvre a la charge sont propriété inaliénable de l'État.
- ▣ Les missions du musée du Louvre sont réaffirmées :
 - conserver, protéger, restaurer, pour le compte de l'État et présenter au public les œuvres qui font partie des collections nationales dont il a la garde ;
 - assurer l'accueil du public, développer la fréquentation du musée, et favoriser la connaissance de ses collections par tout moyen approprié ;
 - assurer l'étude scientifique de ses collections ;
 - concourir à l'éducation, la formation et la recherche dans les domaines de l'histoire de l'art, de l'archéologie et de la muséographie ;
 - gérer un auditorium et élaborer sa programmation ;
 - préserver, gérer, mettre en valeur les immeubles dont il est doté.

La priorité absolue est donnée aux fonctions patrimoniales, scientifiques et éducatives du musée, qui est dirigé par un directeur, conservateur de métier.

Activités

- ▣ Surface : 60 000 m² de surface d'expositions.
- ▣ 350 000 œuvres, réparties en 7 départements de collection : Antiquités égyptiennes ; Antiquités grecques étrusques et romaines ; Antiquités orientales (section orient ancien, section islam) ; Arts graphiques ; Objets d'art ; Peintures ; Sculptures.
- ▣ Antenne du musée du Quai Branly : les arts d'Afrique, d'Asie, d'Amérique et d'Océanie : une centaine d'objets.
- ▣ Nombre d'expositions : 6 à 10 par an.
- ▣ Auditorium : 420 places, environ 250 séances par an (concerts, conférences, lectures, films).
- ▣ Visites-conférences et ateliers pédagogiques : 11 600 groupes par an.
- ▣ Groupes extérieurs accueillis : 54 300.

Fréquentation en 2000

- ▣ Collections : 6 095 000 visiteurs.
Auditorium : 75 500 spectateurs.
- ▣ Sexe : moins d'hommes (37 %) que de femmes (63 %).

- ▣ Âge moins de 18 ans : 17 % 18-25 ans : 22 %
26-35 ans : 18 % 36-49 ans : 24 %
50 ans et plus : 18 %
- ▣ Origine géographique (hors groupes scolaires)
Étranger 65 %
France 35 % (Île-de-France : 20 % ; province : 15 %).
- ▣ Primo-visiteurs : 50 % ; fidèles (plus d'une fois par an) : 17 %.
- ▣ Visiteurs payants et abonnés : 70 % ; visiteurs gratuits : 30 %
visiteurs en groupes : 22,5 % (dont 450 000 visites en groupes scolaires).

Études

- ▣ Budget annuel : 800 000 francs.
- ▣ Types d'études en cours :
 - observatoire permanent des publics, enquêtes auto-administrées en neuf langues, sondages en continu depuis 1994 ;
 - impact de la gratuité du dimanche (bilan 1996-2000) ;
 - environnement social de visite (convention de recherche) ;
 - perception de la Joconde ;
 - suivi des parcours de visite (convention Paris X) ;
 - public des Arts premiers (convention avec le Quai Branly) ;
 - réception de l'exposition « La CGT déménage le Louvre à Montreuil ».