



# Les « musées de France » en Bretagne : de la conservation à la conversation

Rapporteurs

M<sup>me</sup> Viviane SERRANO et M. Jean-Bernard SOLLIEC

Juin 2014



**CESER**

Conseil économique, social  
et environnemental régional

Les « musées de France »  
en Bretagne :  
de la conservation  
à la conversation

---

**Copyright © Région Bretagne – Conseil économique, social et environnemental  
de Bretagne**

7, rue du Général Guillaudot – CS 26918 - 35069 RENNES Cedex

Les rapports du CESER peuvent faire l'objet d'une présentation orale publique par les rapporteurs.  
Les demandes doivent être adressées au Président du Conseil économique, social et  
environnemental de Bretagne.

Pour mieux connaître le fonctionnement et les activités du CESER, venez visiter le site Internet :  
[www.ceser-bretagne.fr](http://www.ceser-bretagne.fr)

Juin 2014

# Avant-propos

---

Dans sa contribution au débat national sur la décentralisation de mars 2013, le Conseil régional de Bretagne a rappelé son souhait de continuer à être un acteur-phare des politiques culturelles en Bretagne, en lien avec ses partenaires. Depuis mai 2011, malgré une contrainte budgétaire croissante, il met en œuvre, de manière volontariste, les grandes orientations définies dans son document stratégique « Bretagne, l'ambition culturelle ».

Parallèlement, depuis 2007, l'inventaire du patrimoine culturel, service relevant antérieurement de l'Etat, est devenu une compétence dédiée de la Région. Au-delà de cette nouvelle responsabilité dans la connaissance et la révélation du patrimoine, elle s'attache aussi à le protéger et surtout, à le valoriser en le plaçant au cœur du développement régional et territorial ; ce qui concorde avec les préconisations du CESER de Bretagne dans son rapport de 2005 « Pour une politique régionale du patrimoine bâti en Bretagne ».

Depuis cette autosaisine, l'assemblée consultative a réalisé certains travaux abordant l'épanouissement de la vie culturelle des personnes âgées (« Bien vieillir en Bretagne », 2007), ainsi que, plus récemment, « Les univers sociaux et culturels des jeunes » (2011) et l'approche prospective de l'appropriation sociale et la mise en débat des sciences et technologies en Bretagne (2012).

La commission « Qualité de vie, culture et solidarités » a souhaité prolonger la réflexion dans le champ de la culture en Bretagne.

L'autosaisine que nous vous présentons a pour objectif d'aborder la contribution éducative et culturelle des « musées de France » en Bretagne.

Vous le savez, les musées sont nombreux en Bretagne et d'une grande hétérogénéité en termes de statuts, de contenus, de tailles et des moyens. Cette étude nous a permis de nous approprier un sujet sur lequel, comme beaucoup, nous avions des *a priori*.

Sous la présidence de Jean Lemesle, puis de Bernard Gaillard, la commission a fait le tour de la Bretagne, à la rencontre de conservatrices des musées, de leurs collaboratrices et collaborateurs, et a auditionné un grand nombre de personnes. Nous avons eu la chance de rencontrer des personnes passionnées et passionnantes.

Nous les remercions pour le temps qu'elles nous ont donné, les connaissances qu'elles ont su nous faire partager, nous rendant tous un peu plus savants au final.

Nous remercions Mme Evelyne Schmitt-Marchal, conseillère pour les musées à la DRAC Bretagne et M. Ronan Le Baccon, en charge de la coordination et de la stratégie pour le patrimoine au Conseil régional, pour leur disponibilité et l'éclairage régional qu'ils nous ont apporté, nous permettant d'avoir rapidement une vision concrète de la politique régionale menée.

Le changement de mandature a été un moment un peu délicat, les nouveaux membres de la commission (plus de la moitié de la commission a été modifiée) ont dû rapidement se mettre « dans le bain ». Les choses se sont faites très naturellement, et de nouveaux regards nous ont amenés à nous poser d'autres questions, à voir les choses sous d'autres angles.

Nous tenons à remercier tous les membres de la commission, de l'ancienne et de la nouvelle mandature. Leur implication, leurs remarques, ont nourri ce rapport.

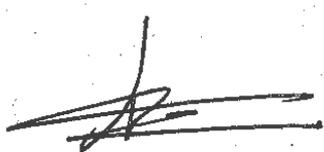
Nous remercions Fabien Brissot, conseiller technique au CESER et Valérie Planchais, assistante de commission, pour leur remarquable travail, leur disponibilité ainsi que Mélisande Urcun, étudiante à Sciences-Po Rennes, pour la qualité de sa contribution.

Merci à Fabien pour sa grande capacité d'écriture, de synthèse et de diplomatie.

A l'aube d'une évolution territoriale majeure que nous pressentons, nous pensons qu'il y a une réelle opportunité pour la Région de participer de façon volontariste à l'enrichissement de l'offre muséale bretonne.

Nous espérons que ce document permettra de faire avancer la cause des musées et de la culture, de ceux qui se battent pour les faire vivre, les faire connaître, les animer et en faire des lieux de délectation.

Les rapporteurs, Mme Viviane SERRANO et M. Jean-Bernard SOLLIEC



# La commission « Qualité de vie, culture et solidarités »

---

Deuxième assemblée de la Région Bretagne, le Conseil économique, social et environnemental régional (CESER) dans sa fonction consultative émet des avis sur le budget du Conseil régional et sur les grandes politiques de la Région. Par son droit d'autosaisine, ou sur saisine de l'exécutif régional, il élabore, sous forme de rapports, des réflexions et propositions sur des sujets d'intérêt régional. Il est composé d'acteurs du tissu économique, social et environnemental de la Bretagne, représentant tous les courants de la société civile. Ce travail a été réalisé par la Commission « Qualité de vie, culture et solidarités ».

**Rapporteurs :** Mme Viviane SERRANO et M. Jean-Bernard SOLLIEC

## 1. Membres de la commission

- M. Pierre BARBIER
- M. Dominique BARBOTIN
- Mme Christine DIVAY
- M. Bernard DUBOIS
- M. Loïc FANOUILLE
- M. Bernard GAILLARD  
(Président)
- M. Jean-Émile GOMBERT
- M. Élie GUÉGUEN
- Mme Sylvie GUILBAUD
- Mme Zoé HÉRITAGE
- Mme Élisabeth HERVÉ
- Mme Armina KNIBBE
- M. Hervé LATIMIER
- Mme Véronique LAUTREDOU
- Mme Bénédicte LÉRIDÉE
- Mme Carole LE BÉCHEC
- M. René LE PAPE
- Mme Marie-France MARCHAL
- Mme Nathalie MARCHAND
- Mme Véronique MICHEL-GICQUEL
- M. Michel MORVANT
- M. Sylvère QUILLEROU
- M. Patrice RABINE
- Mme Marie-Lou ROUDAUT
- Mme Nadine SAOUTI
- Mme Viviane SERRANO  
(Vice-Présidente)
- M. Pierrick SIMON
- M. Jean-Bernard SOLLIEC
- Mme Marie-France THOMAS
- Mme Emmanuelle TOURILLON

**2. Membre de la Commission (mandature 2007-2013)**

- M. René AMICEL
- M. Serge BONNAL
- Mme Blandine BISILLIAT-DONNET
- M. Jean-Claude CERRUTI
- M. Michel CLECH
- Mme Anne-Claire DEVOGE
- M. Gérard FERRÉ
- Mme Annie GUILLERME
- M. Daniel HARDY
- M. Norbert HELLUY
- M. Jean LEMESLE  
(Président)
- M. Lionel LE BORGNE
- M. Daniel PIQUET-PELLORCE
- Mme Tifenn QUIGUER
- M. Daniel ROUSSEL
- M. Lucien THOMAS

**3. Assistance technique**

- M. Fabien BRISSOT, conseiller technique
- Mme Valérie PLANCHAIS, assistante
- Mme Mélisande URCUN, stagiaire,  
étudiante en 3<sup>ème</sup> année à Sciences Po Rennes

# Sommaire

---

<b>Introduction</b>	<b>1</b>
---------------------	----------

<b>Première partie</b>	
<b>Éléments de contexte sur les « musées de France » et leurs publics</b>	<b>9</b>

<b>Chapitre 1</b>	
<b>Des musées aux « musées de France »</b>	<b>13</b>

- |  |    |
|--|----|
| 1. Qu'est-ce qu'un musée ?               | 17 |
| 2. Qu'est-ce qu'un « musée de France » ? | 24 |

<b>Chapitre 2</b>	
<b>Le paysage très hétérogène des « musées de France »</b>	<b>35</b>

- |  |    |
|--|----|
| 1. De multiples typologies coexistent  | 39 |
| 2. Les « musées de France » sont diversement répartis et fréquentés  | 46 |
| 3. Les principaux acteurs des « musées de France » en Bretagne : sous le contrôle de l'Etat et de leurs autorités de rattachement, les musées sont au cœur d'un important réseau relationnel | 54 |
| 4. Quelques repères sur les moyens très disparates des « musées de France » en Bretagne  | 64 |

<b>Chapitre 3</b>	
<b>Les publics des musées en France et leurs visites : une connaissance embryonnaire, très fragmentaire et rarement régionalisée</b>	<b>75</b>

- |  |     |
|--|-----|
| 1. Les publics et « non-publics » des musées, tous types confondus, dans le contexte des pratiques culturelles et des visites patrimoniales des Français | 80  |
| 2. Quels sont les publics des musées sous appellation « Musée de France » ?  | 103 |
| 3. Focus sur les jeunes publics : des jeunes enfants aux jeunes adultes  | 131 |

**Deuxième partie****Une approche du rôle éducatif et culturel des « musées de France » en Bretagne****159****Chapitre 1****Le contexte général du rôle éducatif et culturel des « musées de France »****163**

1. Le rôle éducatif et culturel au cœur de la définition des musées 167
2. Les musées sous appellation « Musée de France » ont une mission éducative et culturelle imposée par la Loi 168
3. Le rôle éducatif et culturel des « musées de France » intègre aujourd'hui l'enjeu plus vaste de l'éducation artistique et culturelle 169
4. Eléments de diagnostic sur les musées nationaux et l'éducation artistique et culturelle en France 180

**Chapitre 2****La dynamique éducative et culturelle des « musées de France » en Bretagne : exemples de contributions****191**

1. A la rencontre de quelques musées et de leurs contributions éducatives et culturelles 195
2. Enquête auprès d'enseignants « conseillers-relais » dans les musées 209
3. Paroles de quelques jeunes lycéens et apprentis sur les musées 214
4. Numérique et rôle éducatif et culturel des musées 225
5. Les actions du Conseil régional concernant plus ou moins directement les « musées de France » 246
6. Quelques actions culturelles territoriales dont pourrait s'inspirer la Région Bretagne 263

**Troisième partie****Agir pour développer le rôle éducatif et culturel des « musées de France » en Bretagne****267**

1. Un choix politique à faire : promouvoir une « culture des publics » plaçant le visiteur au cœur des musées 271
2. Un enjeu scientifique : mieux connaître les publics et les « non publics » des musées en région 271
3. Un défi organisationnel autant qu'économique : renforcer la structuration régionale des « musées de France » pour plus d'efficacité et de créativité 272
4. Relever le défi technologique du développement numérique des musées 273
5. Renforcer le soutien régional aux actions éducatives et culturelles des « musées de France » 274

**Conclusion****279**

# Synthèse

---



Les musées sont des lieux de mémoire qui, depuis leur origine, entretiennent une relation étroite avec les arts, les sociétés, les sciences et l'éducation. Pendant l'Antiquité gréco-romaine, ils étaient des temples dédiés aux *muses*, ces divinités inspiratrices des arts. Lieux d'exposition d'œuvres d'art, ils constituaient aussi des foyers de rayonnement intellectuel fréquentés par de nombreux savants. En France, jusqu'à la fin du XVIII<sup>ème</sup> siècle, la fréquentation des musées reste le privilège d'une élite politico-religieuse. La Révolution Française marque une rupture majeure : le patrimoine devient la propriété de la nation toute entière. Les collections royales, les biens de l'Eglise et ceux des émigrés sont en grande partie nationalisés. A cette époque remonte la création de grands musées nationaux ouverts au public tels que le Musée du Louvre. En 1801, le Consulat crée 15 musées provinciaux, dont un en Bretagne : le Musée des beaux-arts de Rennes. A partir du XIX<sup>ème</sup> siècle, les musées se multiplient en Europe et se démocratisent en France. Sous la III<sup>ème</sup> République, leur rôle éducatif et culturel se développe, que ce soit lors de grandes expositions populaires ou aux côtés de l'école, dont ils deviennent le corollaire pédagogique, mission confirmée par la loi du 4 janvier 2002 relative aux « musées de France<sup>1</sup> ».

Le Code du patrimoine définit le musée comme étant « *toute collection permanente composée de biens dont la conservation et la présentation revêtent un intérêt public et organisée en vue de la connaissance, de l'éducation et du plaisir du public* ». Il existe une multitude de musées en France. Parmi eux, les « musées de France » sont des musées reconnus par l'Etat dont les collections publiques ou privées, considérées comme un patrimoine national, sont protégées et placées sous son contrôle scientifique et technique.

Sur environ 235 musées répertoriés en Bretagne, seuls 35 sont reconnus « musées de France ». Du Musée du Château de Vitré au Musée des phares et balises d'Ouessant, du Musée d'art et d'histoire de Saint-Brieuc à l'annexe du Musée national de la Marine de Port-Louis, leurs collections, leurs tailles, leurs statuts et leurs moyens sont très hétérogènes. Pourtant, quelle que soit leur autorité de rattachement, tous sont soumis aux obligations et missions définies par la loi, y compris en termes de qualification professionnelle : conservation et enrichissement des collections, accessibilité au public, actions d'éducation et de diffusion, connaissance et recherche.

C'est principalement en raison de ces exigences qualitatives que le Conseil régional de Bretagne a retenu les « musées de France » comme champ d'intervention exclusif et volontariste de sa politique muséale, en l'intégrant à sa politique plus globale de sauvegarde et de valorisation du patrimoine. C'est également ce motif qui a présidé au choix du CESER de Bretagne de retenir cette catégorie des « musées de France » pour son étude, même si l'ensemble des

---

<sup>1</sup> Dans le texte, l'expression « *musée de France* » est employée au sens de musée ayant l'appellation nationale « musée de France »

musées en Bretagne contribuent, quel que soit leur statut, au développement et au rayonnement culturel régional. Si l'ensemble des missions des « musées de France » sont liées et demeurent en toile de fond de sa réflexion, le CESER a décidé de centrer cette dernière sur leur rôle éducatif et culturel, en s'intéressant plus particulièrement aux jeunes publics et en demeurant attentif aux publics habituellement éloignés de leur fréquentation.

Tout d'abord, nous verrons que si les « musées de France » en Bretagne bénéficient d'une appellation unique, leur réalité est plurielle (1). Ensuite, nous présenterons quelques rares données sur leurs publics, des plus familiers aux plus éloignés (2). Puis, nous montrerons que, malgré des moyens inégaux et souvent précaires, une réelle dynamique éducative et culturelle est à l'œuvre (3). Enfin, nous présenterons les préconisations du CESER pour mieux soutenir cette dynamique au niveau régional (4).

## 1. Les « musées de France » en Bretagne : une appellation unique mais une réalité plurielle

L'inégale mise en œuvre des obligations découlant de l'appellation « Musée de France » dessine un paysage très hétérogène, d'autant plus que leurs tailles et leurs moyens sont très variables.

### 1.1. Une répartition interdépartementale disparate et des statuts divers

A l'échelle nationale, la Bretagne compte un nombre relativement peu élevé de « musées de France ». Elle est, en France, la région de l'Arc Atlantique qui en compte le moins (ex : 54 en Pays de la Loire, 50 en Basse-Normandie). Par ailleurs, les musées concernés se répartissent inégalement selon les départements. Avec 13 « musées de France », le département du Finistère est celui qui en compte le plus. Suivent le Morbihan avec 10 musées et l'Ille-et-Vilaine, avec 9. Quant aux Côtes d'Armor, elles se singularisent avec seulement 3 « musées de France ». La très grande majorité de ces « musées de France » relèvent de collectivités territoriales ou de leurs groupements<sup>2</sup> (26 musées). A noter qu'aucun « musée de France » n'est à ce jour régionalisé (le Fonds régional d'art contemporain de Bretagne n'est pas un « musée de France »). On ne trouve qu'un seul musée national en Bretagne dont les sites sont répertoriés comme « musées de France » : le Musée national de la Marine avec ses deux annexes de Brest et de Port-Louis. A ce dernier, il faut ajouter le Musée des phares et balises d'Ouessant dont la majeure partie de la collection appartient à

---

<sup>2</sup> Le critère retenu ici est celui de *l'institution propriétaire de la collection principale* du « musée de France » (et non de son autorité gestionnaire)

l'Etat. Les quelques « musées de France » qui restent sous statut associatif (5 musées) sont le plus souvent fragiles et ne survivent en grande partie que grâce à l'aide de la collectivité. Enfin, de façon atypique, la collection du Musée des Rochers-Sévigné à Vitré appartient à une société privée<sup>3</sup>.

## 1.2. Une fréquentation très variable d'un musée à l'autre

La fréquentation annuelle des « musées de France » en Bretagne est d'environ 1 million d'entrées, mais elle fluctue fortement d'un musée à l'autre, entre 1 500 et 120 000 visites en 2011. Cette même année, un seul « musée de France » a connu une fréquentation annuelle supérieure à 100 000 visites : le Musée des beaux-arts de Quimper (120 000 entrées, en raison de l'attractivité exceptionnelle de l'exposition temporaire d'intérêt national « *De Turner à Monnet* »). Viennent ensuite, entre 60 000 et 70 000 visites, les Musées de la Compagnie des Indes et de la Marine de Port-Louis, le Musée des beaux-arts de Rennes et le Musée national de la Marine de Brest. Suit un autre groupe de musées autour de 40 000 visites annuelles : le Port-musée de Douarnenez, le Musée de Bretagne à Rennes, l'Ecomusée du pays de Rennes-La Bentinais, le Musée des beaux-arts de Pont-Aven et le Musée départemental breton de Quimper. Assez proche du groupe précédent, on trouve le Musée d'art et d'histoire de Saint-Brieuc (le plus fréquenté des 3 « musées de France » des Côtes-d'Armor), puis le Musée de préhistoire de Carnac. En 2011, 5 « musées de France » ont connu une fréquentation allant de 1500 à 7000 visiteurs, en raison essentiellement de leur petite taille.

Ces données de fréquentation doivent toutefois être relativisées car, d'une année sur l'autre, des événements exceptionnels peuvent les influencer fortement à la hausse ou à la baisse : succès d'une exposition temporaire d'intérêt national, fermeture partielle ou totale pour travaux...

## 1.3. Une mosaïque de collections

Du point de vue éducatif et culturel, la mosaïque des collections des « musées de France » constitue une ressource pédagogique très riche. Si les typologies de collection varient selon les sources et s'il n'est pas rare de rencontrer plusieurs thématiques au sein d'un même musée, on peut néanmoins distinguer 3 grandes catégories de « musées de France » en Bretagne<sup>4</sup> :

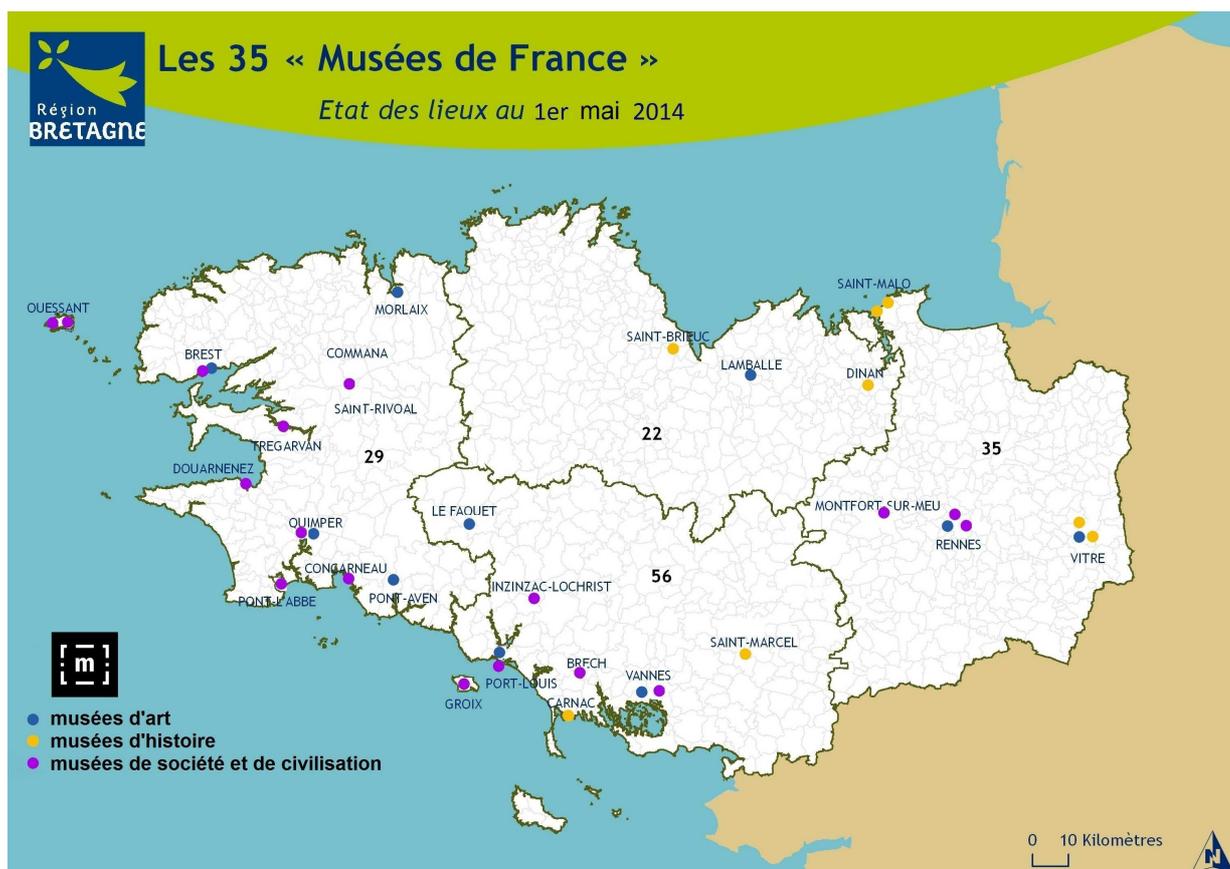
- *les musées d'art* (ex : Musée des beaux-arts de Pont-Aven),
- *les musées d'histoire* (ex : Musée de la Résistance bretonne à Saint-Marcel),

<sup>3</sup> Réexamen d'appellation « musée de France » en cours

<sup>4</sup> Sur la base de la typologie du Ministère de la culture (Patrimostat 2011)

- les musées de société et de civilisation (ex : Ecomusée des Monts d'Arrée, Port-Musée de Douarnenez).

En Bretagne, les musées de société et de civilisation sont les plus nombreux (17), suivis des musées d'arts (10) et des musées d'histoire (8). De manière étonnante, on ne trouve pas, en Bretagne, de « musée de France » relevant de la catégorie « nature, sciences et techniques ». Ainsi, bien que dotée d'un patrimoine naturel remarquable, la Bretagne ne dispose pas d'un muséum régional d'histoire naturelle<sup>5</sup>.



Source : DRAC Bretagne, exploitation et carte CESER Bretagne

#### 1.4. Des moyens financiers, humains et matériels très divers

La variété des « musées de France » en Bretagne est encore plus flagrante lorsqu'on compare leurs moyens financiers, humains et matériels.

Selon les institutions, les *moyens financiers* sont de niveaux très différents, reflétant autant leur taille que les choix politiques et les ressources de leur

<sup>5</sup> On y trouve pourtant deux sites du Muséum national d'histoire naturelle à Concarneau (Marinarium) et Dinard.

autorité de rattachement. Les ressources propres varient aussi selon les politiques tarifaires, allant de la gratuité totale ou catégorielle aux entrées payantes majoritaires avec des tarifs réduits. Les produits des ventes de biens et services culturels aux visiteurs peuvent aussi représenter une recette propre non négligeable pour certains musées.

S'agissant des *moyens humains*, le statut de « musée de France » impose légalement la présence de professionnels qualifiés (conservateurs, restaurateurs, médiateurs notamment), or cette exigence est inégalement respectée selon les institutions. Par exemple, alors que tous les « musées de France » devraient disposer d'un service des publics (parfois appelé « service éducatif ») avec au moins un emploi permanent de médiateur qualifié, seulement la moitié d'entre eux respectaient en 2013 cette obligation. De même, quelques « musées de France » n'étaient pas dirigés par un conservateur qualifié. Selon la taille et la fréquentation des musées, les moyens humains sont logiquement très différents. A ces emplois professionnels, il faut ajouter l'implication de nombreux bénévoles, comme par exemple ceux des Associations d'amis de musées fédérées au sein d'un Groupement régional qui compte, en Bretagne, près de 3 000 membres répartis dans 12 associations.

Enfin, s'agissant de musées qui sont des lieux physiques permettant la rencontre réelle entre des visiteurs et des œuvres authentiques, *les moyens matériels* sont particulièrement importants. Là encore, les situations sont très diverses selon les musées. La localisation du musée et son accessibilité par les transports individuels ou collectifs sont des critères discriminants. Certains bénéficient de sites touristiques, littoraux ou urbains attractifs et accessibles (ex : Musée de Préhistoire de Carnac, Musée de Bretagne à Rennes) alors que d'autres sont plus isolés géographiquement (ex : Ecomusée des Monts d'Arrée). Les conséquences sont importantes en termes de fréquentation, par exemple s'agissant des visites touristiques ou scolaires. Outre le site, l'architecture du bâtiment lui-même est également un facteur de différenciation : esthétique extérieure et intérieure, capacité d'accueil, volume et aménagement des espaces d'exposition, confort de visite, présence ou non d'une salle pédagogique...La muséographie et les technologies du musée peuvent aussi être plus ou moins récentes et l'accessibilité aux personnes en situation de handicap très variable.

## 1.5. Un système d'acteurs assez complexe et à géométrie variable

Si leur statut légal, le conseil et le contrôle exercés par l'Etat en région fédèrent les « musées de France » par delà leur diversité, leur rôle éducatif et culturel est au cœur d'un système d'acteurs diversifié. Celui-ci diffère selon leur mode de gouvernance et la nature juridique de leur autorité de rattachement (Etat, collectivité locale, association), selon leurs modes de financement, selon les partenariats tissés du niveau local à l'échelle internationale. Leurs associations d'Amis de musée peuvent également être plus ou moins impliquées dans leurs

activités. Si le musée dispose d'un vrai service des publics qualifié, il peut plus aisément développer ses actions et coopérations avec la communauté éducative locale (établissements scolaires et leurs enseignants, associations d'éducation populaire, associations de solidarité, services publics locaux, familles...). La présence, au sein du musée, d'un enseignant conseiller-relais de l'Education nationale y contribue aussi fortement.

Ce réseau de partenaires et de relais est encore plus essentiel lorsqu'il s'agit d'organiser des actions mutualisées entre plusieurs musées (ex : « Bretagne-Japon 2012, un archipel d'expositions ») ou de médiation *hors les murs* à destination de publics éloignés ou empêchés (ex : jeunes défavorisés, personnes incarcérées, hôpitaux, établissements d'hébergement pour personnes âgées dépendantes...) ou en situation de handicap (ex : visites tactiles pour les personnes mal ou non voyantes, ateliers pour personnes ayant un handicap intellectuel...).

## 2. Des publics familiers aux plus éloignés : une connaissance récente et fragmentaire

### 2.1. Une connaissance lacunaire et rarement régionalisée

La connaissance des publics des musées en France est récente, fragmentaire et très rarement régionalisée. Quant aux données sur les « musées de France » en Bretagne, elles se limitent à un simple décompte de leur fréquentation annuelle : près d'1 million de visiteurs en 2011, dont 14 % de visites scolaires et 60 % d'entrées payantes. Pour aller plus loin, il faut se référer à des études nationales dont les champs et les méthodes sont très hétérogènes (sondages auprès d'échantillons représentatifs de la population française et enquêtes auprès de visiteurs<sup>6</sup>).

### 2.2. Des pratiques de visite des musées socialement différenciées

Tout d'abord, s'agissant des pratiques culturelles au sens large, près d'un quart des Français ne fréquentent aucun équipement culturel dans l'année (cinéma, musée, bibliothèque...), les pratiques culturelles tendant à se cumuler chez les mêmes publics.

S'agissant des musées, un Français sur quatre n'y est jamais allé *au cours de sa vie* alors que 35 % ont visité au moins un musée ou une exposition *dans l'année*.

---

<sup>6</sup> Les sources des données présentées dans la présente synthèse sont détaillées dans le rapport du CESER

La fréquentation des musées suit généralement le diplôme et le revenu : 12 % de la population française sans diplôme ont visité un musée dans l'année contre 72 % de celle de niveau Bac + 3 et supérieur.

Par ailleurs, la moitié des visites de musée s'effectuent en dehors de la commune ou de la région de résidence, d'où l'enjeu de leur fréquentation touristique. De plus, près de 9 visiteurs de musées sur 10 se déclarent très satisfaits à l'issue de leur visite, celle-ci correspondant à leurs attentes qui portent très majoritairement sur « les savoirs », loin devant « la beauté », « la détente » et « le partage ».

### 2.3. Des tarifs dont l'influence diffère selon les publics

S'agissant de l'influence des tarifs, si un Français sur quatre a renoncé à une visite patrimoniale à cause du prix d'entrée, pour les personnes les plus éloignées du monde de la culture, le prix n'est pas le principal obstacle, celui-ci étant plutôt d'ordre culturel, social et psychologique. Les visiteurs les plus sensibles au prix sont plutôt les publics occasionnels et moyennement familiers des musées. En revanche, les visiteurs réguliers et très familiers, tout comme les non visiteurs, sont peu influencés par le seul effet du prix.

Des expériences de gratuité totale ou catégorielle, ayant eu lieu en particulier dans les musées nationaux, ont montré une forte mobilisation des publics jeunes et étudiants, des catégories populaires et modestes, des publics *peu* familiers des musées, des visiteurs de proximité et des publics familiaux avec enfants. Toutefois, si la gratuité semble favoriser une certaine diversification sociale des visiteurs de musées, elle ne suffit pas, à elle seule, pour y attirer les publics qui en sont les plus éloignés. Pour toucher ces derniers, des actions et médiations spécifiques sont nécessaires, y compris hors les murs. Le « droit à l'indifférence », lorsqu'il est réellement choisi, est aussi permis...

### 2.4. Des jeunes publics plutôt familiers des musées

Concernant les jeunes publics des musées, les données sont encore plus rares, que les visites aient lieu dans le cadre scolaire ou en dehors.

- L'importance des visites familiales et scolaires dans le parcours d'éducation artistique et culturelle

En France, 1/3 des visiteurs de musées et d'expositions y viennent avec des enfants et visitent d'abord les musées d'histoire, de sciences et de techniques. Les visites patrimoniales sont à leur apogée quand les enfants ont entre 6 et 10 ans, celles-ci étant souvent associées à une forme d'investissement scolaire mais aussi d'épanouissement personnel. Les effets du diplôme et du revenu sont moins déterminants chez les visiteurs familiaux avec enfants, l'identité parentale semblant aider à vaincre une certaine timidité culturelle.

En 2011, 140 000 visites scolaires ont été effectuées dans les « musées de France » en Bretagne, soit 14 % de leur fréquentation totale, taux légèrement plus élevé qu'au niveau national (10%). Si l'influence du climat familial est déterminante dans la formation des goûts ou dégoûts culturels des enfants, suivie à l'adolescence par celle du cercle des pairs, l'école joue un rôle avéré dans la démocratisation des sorties culturelles quel que soit l'âge, particulièrement chez les enfants issus de milieux défavorisés. Ainsi, entre 11 et 17 ans, les sorties scolaires pour visiter un musée ou un monument arrivent en tête de l'ensemble des sorties scolaires culturelles. La moitié des visites de musée ou de monument dans cette tranche d'âge s'effectuent dans le cadre scolaire. Cela explique en partie pourquoi la pratique des sorties au musée ou pour visiter un monument reste assez stable dans les trajectoires culturelles entre 11 et 17 ans, alors qu'à l'inverse la fréquentation des bibliothèques chute fortement. Les sorties pour visiter un musée ou un monument restent même la deuxième sortie des enfants jusqu'à 15 ans (après le cinéma et avant les parcs d'attraction et les bibliothèques) et la troisième à 17 ans (après le cinéma et les sorties sportives).

S'agissant des profils des jeunes visiteurs de musées et de monuments entre 11 et 17 ans, on observe que les enfants de cadres et ceux « scolairement à l'heure » sont davantage représentés. Par exemple, à 11 ans, les 3/4 des enfants de cadres ont visité un musée ou un monument dans l'année, contre la moitié des enfants d'ouvriers. A noter que les filles, surtout à partir de 15 ans, visitent plus fréquemment les musées et les monuments que les garçons, à l'exception notable des musées de sciences et techniques. Les jeunes scolarisés dans l'enseignement professionnel ont *en moyenne* moins de sorties culturelles (tous types de sorties confondus) que ceux des voies générales et technologiques. Il en va de même pour les enfants « scolairement en retard » par rapport aux élèves « à l'heure ». D'où l'importance d'être particulièrement attentif, tout au long de la scolarité, aux parcours d'éducation artistique et culturelle des enfants et adolescents les moins familiers des équipements culturels.

- Des jeunes plutôt familiers des musées et dont les pratiques culturelles s'autonomisent

Avec l'avancée en âge, les sorties culturelles des jeunes s'autonomisent en lien avec l'évolution de leurs univers sociaux et culturels. De diurnes elles deviennent plus nocturnes. Des expériences de nocturnes gratuites au musée rencontrent d'ailleurs un fort succès auprès des jeunes publics, notamment des étudiants, à condition toutefois que l'ambiance et l'offre culturelle soient adaptées à leurs attentes, y compris en termes de communication et de médiation. Les loisirs, devenant moins encadrés, passent de la *filiation* parentale et du cadre scolaire à l'*affiliation* au groupe des pairs et à l'expressivité des goûts personnels, ce qui provoque parfois un « choc de cultures » avec les institutions de transmission (école, famille, institutions culturelles).

Les musées sont concernés par ces mutations sociologiques, mais cela n'empêche pas les jeunes de continuer à les fréquenter, que ce soit dans le cadre scolaire, avec leur famille, avec des amis ou plus rarement seuls. La génération des 15-30 ans est même celle qui présente le plus fort taux de visites de musées en France dont la moitié se déroule en dehors de la commune ou de la région de résidence. Les goûts muséaux des jeunes sont assez éclectiques même s'ils visitent plus fréquemment les musées d'art (beaux arts, arts modernes et contemporains notamment). Ils utilisent plus fréquemment Internet pour les aspects pratiques de la visite et pour partager leurs impressions sur les réseaux sociaux mais, contrairement à certaines idées reçues, les jeunes *seniors* ont un taux de visite *virtuelle* des musées presque deux fois plus élevé que celui des jeunes de 18-25 ans. D'une manière générale, l'usage d'Internet est apprécié *avant, pendant et après* la visite, mais les publics, quel que soit l'âge, recherchent d'abord le rapport physique et l'émotion directe face à l'œuvre ; ils apprécient avant tout les médiations humaines, l'outil numérique n'étant qu'un moyen et non une fin en soi.

### 3. Une dynamique éducative et culturelle à l'œuvre malgré les moyens inégaux et souvent précaires des politiques des publics

#### 3.1. Une génération de professionnels dotée d'une culture des publics

Loin des stéréotypes qui font des musées de vénérables institutions élitistes, fermées et compassées, l'enquête menée par le CESER révèle tout au contraire une réelle dynamique à l'œuvre dans les territoires. Ce mouvement se fait sous l'impulsion de l'Etat en région (DRAC Bretagne), avec le soutien de nombreuses autorités locales et de partenaires tels que la Région Bretagne. Surtout, cette dynamique est le résultat de la compétence, du professionnalisme et de l'énergie d'une génération de conservatrices et conservateurs dotés, avec leurs équipes, d'une réelle culture des publics qui place le visiteur au cœur de la vie du musée. De celle-ci découle une grande attention portée aux actions éducatives et à la médiation, notamment en direction des jeunes publics et des publics éloignés, même s'il faut parfois faire avec peu de moyens...

#### 3.2. Des musées au cœur des parcours d'éducation artistique et culturelle

Parmi les missions obligatoires des « musées de France », deux d'entre elles concernent particulièrement leur rôle éducatif et culturel : 1) « *Rendre leurs collections accessibles au public le plus large* » ; 2) « *Concevoir et mettre en œuvre des actions d'éducation et de diffusion visant à assurer l'égal accès de*

*tous à la culture* ». Ces missions intègrent aujourd’hui l’enjeu plus vaste du *parcours d’éducation artistique et culturelle*. Pour ce qui concerne les jeunes scolarisés, la Loi du 8 juillet 2013 d’orientation et de programmation pour la refondation de l’école de la République consacre ce parcours en disposant que « *l’éducation artistique et culturelle contribue à l’épanouissement des aptitudes individuelles et à l’égalité d’accès à la culture. Elle favorise la connaissance du patrimoine culturel et de la création contemporaine et participe au développement de la créativité et des pratiques artistiques* ». Les musées, en particulier les « musées de France », ont toute leur place dans ce parcours d’éducation artistique et culturelle précisé par la circulaire interministérielle du 13 mai 2013.

Les apports éducatifs des musées sont en effet multiples. Dans le domaine de *l’éducation formelle*, ils contribuent à transmettre et donner goût aux savoirs. Le lien avec les programmes et les apprentissages scolaires est favorisé par la présence d’enseignants conseillers-relais de l’Education nationale qui, lorsqu’ils existent, jouent un rôle essentiel d’interface entre le musée et les établissements scolaires. Les musées contribuent aussi à *l’éducation informelle* : favoriser l’expérimentation, apprendre à regarder, cultiver l’attention, développer la curiosité et la sensibilité, l’imaginaire et la créativité, lutter contre les idées reçues, créer des ponts entre le passé et le présent, transmettre le plaisir de l’émotion esthétique, aider dans l’orientation et la vie professionnelle, voire créer des vocations pour les savoirs, les savoir-faire exposés et les métiers du musée, de l’art et de l’artisanat. La visite au musée peut aussi développer l’estime de soi et la capacité à s’exprimer... Enfin, visiter un musée est un acte social : il sensibilise à une culture et à une citoyenneté communes en rendant familières les institutions culturelles, notamment auprès des enfants et des jeunes défavorisés socialement et culturellement.

### 3.3. Un potentiel éducatif immense mais des moyens dédiés insuffisants et souvent précaires

Le décalage est flagrant entre certains discours grandiloquents sur le développement de l’éducation artistique et culturelle en France et la pauvreté de fait des moyens financiers et humains alloués par l’Etat pour sa mise en œuvre en région, que ce soit ceux de la DRAC ou du Rectorat d’académie.

Du côté de l’Education nationale, en 2012/2013, au niveau de l’académie de Rennes, seuls 9 enseignants conseillers-relais étaient dédiés à 7 « musées de France » (sur les 35 « musées de France » existants). Ces derniers ne disposaient chacun que de 3 heures supplémentaires par semaine de présence effective au musée, pour près de 600 000 élèves scolarisés en Bretagne (public et privé). On mesure ainsi l’abysse existant entre les textes et la réalité du terrain. La situation est d’autant plus alarmante que comme nous l’avons vu, la fréquentation des musées est une des pratiques culturelles les plus déterminées socialement et culturellement et que la responsabilité de l’école dans la

démocratisation culturelle est irremplaçable. Du côté du Ministère de la culture, la Bretagne est une région sous-dotée budgétairement au niveau national : en 2011, la DRAC ne disposait que de 2,10 € par élève scolarisé et par an pour soutenir l'ensemble des actions d'éducation artistique et culturelle dans l'académie (contre 2,96 € en moyenne nationale).

Quant aux musées eux-mêmes, malgré les conseils et les aides financières incitatives de la DRAC (dégressives sur 3 ans), il faut rappeler ici que seuls 16 d'entre eux bénéficiaient en 2013 d'un réel service des publics doté d'au moins un professionnel permanent qualifié en médiation. La responsabilité de certaines autorités locales (collectivités, associations) n'est donc pas non plus à minimiser dans cette situation alarmante, même si d'autres, au contraire, sont très investies et exemplaires dans l'éducation *aux* et *par* les musées.

Il ressort de l'étude du CESER que les services des publics, lorsqu'ils existent, sont souvent dotés de moyens financiers, humains et matériels insuffisants et précaires, alors même qu'ils sont au cœur de la fonction de médiation entre les publics et les œuvres et de la mission de démocratisation culturelle confiée par la loi aux « musées de France ».

### 3.4. Technologies et usages numériques : vers un « musée augmenté » ?

Le développement numérique des « musées de France », *in situ* et en ligne, constitue une réelle opportunité pour amplifier leur rôle éducatif et culturel en Bretagne, notamment auprès des jeunes publics. La numérisation des collections progresse rapidement, avec le soutien de l'Etat et de la Région. La Bretagne dispose d'un « écosystème numérique » favorisant l'innovation en ce domaine, avec une recherche et des entreprises à la pointe (ex : Institut de recherche technologique B-com, Pôle images et réseaux). La Région Bretagne est déjà très investie dans le développement des infrastructures (ex : Très haut débit pour tous) et l'encouragement à l'innovation dans les technologies et les usages : portail Internet des cultures de Bretagne « *Bretania* », futurs Espaces numériques de la connaissance...

Plusieurs expérimentations numériques ont déjà eu lieu ou sont en cours dans le champ du patrimoine et des musées en Bretagne ou à proximité : Guide mobile augmenté pour la visite des musées et expositions – GAMME – au Musée des Beaux-arts de Rennes ; jeu ludo-éducatif en réalité augmentée « Les seigneurs de Montfort » à l'Ecomusée de Montfort-sur-Meu ; application pour *smartphone* « Les Mystères de Rennes » pour faire découvrir aux jeunes, à travers un jeu (« *serious game* »), le patrimoine de la ville et les collections du Musée de Bretagne. Des événements créatifs mettant en lien des musées et des communautés numériques sont également organisés tels que *Muséomix* au Musée d'histoire de Nantes en 2013 avec la co-création de médiations numériques innovantes et de prototypes d'objets. D'autres expériences et

projets peuvent être cités : réalité virtuelle en 3 D et réalité augmentée avec des tablettes, des casques ou des lunettes connectées -en attendant les futures lentilles de contact numériques -, reproduction d'œuvres avec des imprimantes 3D, géolocalisation intérieure et extérieure, etc. La projection d'œuvres multimédias interactives sur des façades de bâtiments et monuments (« *mapping* ») pourrait aussi permettre d'étendre les espaces d'expositions et de communication des musées (ex : spectacle « Rendez-vous Place du Parlement » à Rennes, été 2013).

Le développement numérique des musées se fait aussi *en ligne* en permettant de démultiplier le rayonnement hors les murs du musée : préparation, personnalisation et prolongation de la visite (y compris par les publics scolaires), visite virtuelle des collections et numérisation d'expositions, partage sur les réseaux sociaux de son expérience de visite, *open data* (ouverture des données), communication en direction de la communauté éducative, information touristique, mise en réseau de communautés numériques (ex : *Muséomix*, Club innovation & culture France)...

L'innovation numérique est une réelle opportunité pour les « musées de France » de développer leur rôle éducatif et culturel auprès des publics, en particulier en direction des enfants et des jeunes, dans le cadre scolaire ou en dehors. Toutefois, même si les technologies numériques font entrer les publics dans l'ère du « musée augmenté », elles ne sauraient se substituer à la médiation humaine et à la relation physique du visiteur face à l'œuvre dans ce lieu de mémoire incarnée qu'est le musée. C'est donc d'abord *humainement* que le musée doit être « augmenté ».

### 3.5. Un soutien volontariste du Conseil régional aux « musées de France », au-delà de sa politique du patrimoine

Le Conseil régional intervient de manière volontariste en soutien des « musées de France » considérant, aux côtés de l'Etat en région, que la conservation et la présentation des collections de ces musées sont d'intérêt régional, du point de vue culturel autant que touristique. Par sa politique de sauvegarde et de valorisation du patrimoine en Bretagne, il contribue, à parité avec l'Etat, à l'enrichissement et à la restauration des collections à travers des fonds régionaux. Il subventionne certains investissements structurants des « musées de France » : création ou rénovation de bâtiments, modernisation de la muséographie et des outils technologiques...

La Région apporte aussi une aide financière à l'élaboration des « projets scientifiques et culturels » des « musées de France », documents stratégiques essentiels, en particulier pour leurs politiques des publics, incluant les actions éducatives et culturelles. Elle soutient également l'organisation d'expositions temporaires d'intérêt national ou régional, en particulier leur caractère itinérant et mutualisé (ex : « Bretagne-Japon 2012 »). L'Association régionale des

conservateurs des musées de Bretagne bénéficie aussi du support régional : publication de la revue annuelle « Itinéraires », participation ponctuelle au financement d'un poste temporaire (ex : « Bretagne-Japon 2012 »), aide logistique à la communication... A travers le dispositif *Skoaz ouzh skoaz* (« épaulé contre épaulé »), elle encourage l'implication des habitants dans des projets patrimoniaux à travers le mécénat populaire. Par ailleurs, le Conseil régional soutient, par la voie d'un appel à projets, des actions de sensibilisation et d'éducation au patrimoine qui valorisent l'implication directe des jeunes et dont certaines concernent les musées.

Les « musées de France » étant au carrefour de nombreuses politiques publiques, d'autres actions du Conseil régional les concernent plus ou moins directement :

- *la politique touristique* (ex : promotion des musées sur le site du Comité régional du tourisme),
- *la politique culturelle* (ex : appel à projets « Place aux jeunes ») et linguistique (ex : médiations en breton),
- *la politique transversale de la jeunesse* (ex : soutien à l'engagement des jeunes dans des projets culturels, Conseil régional des jeunes lycéens et apprentis de Bretagne),
- *la politique formation* (ex : dispositif « Karta » de soutien au projet éducatif des lycées dans le champ de l'éducation artistique et culturelle, formation initiale et continue de certains professionnels des musées),
- *la politique des transports* (ex : tarifs réduits sur les TER pour se rendre à certaines expositions temporaires telles que « Terre neuve/Terre-neuvas » en 2013-2014, réduction permanente dans les TER pour les jeunes de moins de 26 ans),
- *la politique de développement numérique* (Très haut débit, portail des cultures de Bretagne « Bretania », Espaces numériques de la connaissance),
- *la politique de développement économique/innovation/enseignement supérieur/recherche* (ex : IRT B-com, Pôle images et réseaux, recherche universitaire...),
- *la politique d'aménagement du territoire* (ex : soutien à des « musées de France » en milieu rural),
- *la politique de développement durable et d'Agenda 21* (ex : soutien aux Ecomusées)...

#### 4. Agir en Bretagne pour développer le rôle éducatif et culturel des « musées de France »

L'étude du CESER de Bretagne permet de dégager 5 enjeux stratégiques dont découlent des préconisations s'adressant prioritairement au Conseil régional en lien avec ses partenaires, en particulier l'Etat en région : politique ; scientifique ; organisationnel et économique ; technologique ; éducatif et culturel.

#### 4.1. Un choix politique à faire : promouvoir une « culture des publics » plaçant le visiteur au cœur des musées

Il ne revient pas à la Région de se substituer au contrôle scientifique et technique de l'Etat, dans son rôle de garant national des exigences légales et réglementaires liées à l'appellation « Musée de France ». Elle peut en revanche continuer à agir en bonne intelligence territoriale avec ce dernier, pour contribuer, à travers ses politiques régionales, à **promouvoir, dans toutes les actions soutenues, une « culture des publics »** qui place le visiteur au cœur de l'ensemble des projets et activités des « musées de France » en Bretagne.

#### 4.2. Un enjeu scientifique : mieux connaître les publics et les « non publics » des musées en région

Comment imaginer une stratégie politique fondée sur la culture *des* publics sans une culture sur *les* publics ? Il n'existe à l'heure actuelle aucune connaissance scientifique approfondie et régionalisée des publics des « musées de France » en Bretagne, et encore moins de leurs « non publics ». Le CESER préconise que le Conseil régional prenne l'initiative, en partenariat avec l'Etat en région, de créer **un pôle régional d'expertise et de ressources des publics des « musées de France » en Bretagne**. En s'appuyant sur les études et ressources existantes, ce pôle régional aurait une fonction d'observation des publics mais aussi d'évaluation partenariale des politiques des publics des musées. Le pôle aurait également pour mission de développer la mise en réseau des musées, de faciliter la mutualisation de leurs actions et les échanges de bonnes pratiques, en particulier dans le champ de la communication, de la médiation, des actions d'éducation artistique et culturelle, de leur développement numérique et touristique.

#### 4.3. Un défi organisationnel autant qu'économique : renforcer la structuration régionale des « musées de France » pour plus d'efficacité et de créativité

Les 35 « musées de France » ont autant de politiques des publics que d'institutions de rattachement. Le CESER préconise que la Région et l'Etat en région innovent ensemble dans la gouvernance régionale des musées en expérimentant en Bretagne **une nouvelle fonction d'« ensemble » des « musées de France » visant à renforcer leur structuration régionale**.

Dans un contexte d'aggravation des contraintes financières, en particulier d'une raréfaction dommageable des ressources publiques, ainsi que dans la perspective de réforme territoriale, cette **gouvernance régionale novatrice**, en favorisant **la mise en réseau, la coordination et la mutualisation des actions et des acteurs des « musées de France »**, serait de nature à améliorer leur efficacité, tant du point de vue économique – y compris

touristique - que culturel. Pour relever ce défi organisationnel et économique, le CESER préconise d'engager **une réflexion régionale sur la gouvernance et le modèle économique des « musées de France » en Bretagne** avec pour objectif la sauvegarde et le développement de leur rôle éducatif, culturel et touristique.

Pour les « musées de France » à rayonnement régional, national voire international, le CESER préconise d'étudier l'intérêt d'une **gouvernance régionalisée de type « établissement public de coopération culturelle »** (EPCC), par exemple pour le **Musée de Bretagne** (dimension régionale) ou le **Musée de Préhistoire de Carnac** (dimension internationale avec le projet d'inscription du site au patrimoine mondial de l'UNESCO). Par ailleurs, au vu de la richesse du patrimoine naturel de la Bretagne, le CESER suggère d'engager une **étude sur la création d'un muséum régional d'histoire naturelle en Bretagne**, « musée de France » dont la vocation serait autant scientifique, éducative et culturelle que touristique. Dans un souci d'efficacité, celui-ci pourrait être créé à partir de la mutualisation de ressources, de la coopération et de la mise en réseau de structures existantes (ex : Océanopolis, Universités, sites locaux du Muséum national d'histoire naturelle, Muséum d'histoire naturelle de Nantes, mécénat, etc.).

#### 4.4. Relever le défi technologique du développement numérique des musées

La Bretagne dispose de nombreux atouts numériques, or les musées accusent un certain retard en ce domaine, malgré quelques expérimentations prometteuses. Le CESER préconise de renforcer cette dynamique par l'élaboration et la mise en œuvre d'une **stratégie numérique régionale des « musées de France »**, en s'appuyant sur la mutualisation des coûts et sur la nouvelle gouvernance présentée au point précédent. Il s'agit là d'un enjeu autant culturel que d'attractivité touristique ou d'aménagement du territoire. Cette stratégie numérique devrait être centrée sur les usages du visiteur *in situ* et en ligne. Elle pourrait être expérimentée dans un premier temps, à l'échelle régionale, sur des actions éducatives et culturelles en direction des jeunes publics, dans le cadre scolaire et en dehors, en y associant le Conseil régional des jeunes lycéens et apprentis de Bretagne.

Le CESER demande que cette stratégie régionale numérique des « musées de France » soit mise au service de l'amélioration de leur **communication en direction du grand public, en s'articulant mieux aux offres touristiques** afin de renforcer l'attractivité régionale. Par ailleurs, le CESER recommande que la Région mobilise ses partenaires sur les dispositifs numériques d'amélioration de **l'accessibilité des musées aux personnes en situation de handicap** (ex : label « tourisme et handicap ») ainsi qu'aux **autres publics éloignés ou empêchés**.

Le CESER préconise une **conservation numérique** systématique, dès que possible, des **expositions temporaires d'intérêt régional et national** des « musées de France », pour en faire un patrimoine régional pérenne au bénéfice des générations présentes et futures, à faire rayonner au niveau national, européen et international. Le Conseil régional pourrait prendre l'initiative, en partenariat avec la DRAC, de mobiliser les parties-prenantes du portail des cultures de Bretagne, **Bretania**, sur ce projet.

Ces outils, usages et médiations numériques ne peuvent venir qu'en **appui aux médiations humaines, sans s'y substituer**.

#### 4.5. Renforcer le soutien régional aux actions éducatives et culturelles des « musées de France »

Les « musées de France » mènent déjà de nombreuses actions éducatives et culturelles mais celles-ci ne sont pas suffisamment connues par leurs bénéficiaires ou relais potentiels, ni valorisées. Le CESER recommande donc de renforcer le soutien régional à la **mutualisation de la communication des musées sur leurs actions éducatives et culturelles** (pôle d'expertise et de ressources des publics, diffusion numérique...).

Le CESER préconise l'organisation d'une **biennale régionale de l'éducation artistique et culturelle** en Bretagne, avec tous les acteurs concernés, y compris les « musées de France ». Celle-ci serait à articuler avec l'enjeu des temps et rythmes de l'enfant, scolaires et autres. De plus, le CESER demande que la Région conditionne dorénavant son aide à l'élaboration des **projets scientifiques et culturels des musées**, à la présence d'un **volet « parcours d'éducation artistique et culturelle »**. Le CESER préconise aussi de créer un dispositif « **Karta patrimoine** » afin de donner une plus grande visibilité à ce dernier, incluant les musées. L'aide régionale devrait comprendre une **prise en charge totale ou partielle du coût des transports lié aux visites scolaires patrimoniales**, lorsqu'elles ont lieu en Bretagne (ex : gratuité des trajets en TER). Ces aides aux visites et aux projets avec les « musées de France » devraient être accessibles à l'ensemble des filières d'enseignement, y compris aux centres de formation d'apprentis.

Le CESER souhaite que la Région renouvelle et pérennise son **appel à projets pluriannuel « Sensibilisation et éducation des jeunes au patrimoine »** en y intégrant de manière plus explicite les « musées de France ». Il souhaite qu'il en soit de même pour l'**appel à projets régional « Place aux jeunes »**. Le CESER préconise aussi d'expérimenter en Bretagne un dispositif de type « **Lycéens et apprentis au cinéma** » mais avec les musées – « **Lycéens et apprentis au musée** » - en rendant acteurs les jeunes, voire « médiateurs-relais » des actions. S'agissant **des jeunes les plus éloignés des musées, les actions qualitatives « sur-mesure »**, en petits groupes et sur la durée sont à privilégier – **in situ et hors les murs** -avec des partenaires relais (associations

de solidarité, éducation populaire, bénévoles et professionnels de l'action sociale, artistes, CCAS, Conseils généraux, CAF/MSA, Missions locales, Maisons familiales rurales, Réseau information jeunesse...).

Pour favoriser l'accès des jeunes aux musées, le CESER préconise la création d'un « **PASS musées** » régional avec gratuité d'accès pour les moins de **26 ans** aux collections permanentes et des tarifs réduits pour l'accès aux expositions temporaires et à l'offre culturelle des musées, mais aussi à d'autres visites patrimoniales. Ce PASS, coordonné et mutualisé entre les musées et leurs autorités de rattachement, pourrait être intégré à une **carte numérique multiservices**, incluant des tarifs de transports avantageux (ex : carte *Korrigo*), et être élargi à d'autres activités, sorties, événements culturels ou sportifs (ex : billets jumelés festival/musée ou match/musée)

Au-delà des jeunes publics, le CESER préconise de renforcer le soutien régional aux initiatives territoriales permettant d'élargir et de diversifier les publics des « musées de France », en particulier auprès des publics familiaux. A cette fin, il suggère le lancement d'un **appel à projets régional partenarial « Musées pour tous »** afin d'aider les projets en direction des publics éloignés ou empêchés et ceux améliorant l'accessibilité des musées aux personnes en situation de handicap. Les actions soutenues pourraient être valorisées lors d'un événement régional annuel, par exemple à l'occasion de la Nuit européenne des musées. Le mécénat de compétences à fonction sociale et culturelle (ex : mise à disposition de personnel par les entreprises) pourrait aussi être encouragé.

Le CESER préconise également que le soutien financier de la Région aux **investissements structurants des bâtiments** des musées soit désormais conditionné à la présence **d'espaces dédiés à la pédagogie et à la médiation** (ex : ateliers créatifs, accueil de groupes scolaires...) favorisant la participation active des visiteurs. L'aménagement de **lieux de convivialité** et de partage, de respiration et de détente doit aussi être fortement encouragé (ex : « cafés-musées », aires de jeux pour enfants...).

**La priorité des priorités** doit être donnée au **développement des moyens humains qualifiés et permanents des services des publics des « musées de France » en Bretagne**. La question du maintien de l'appellation « Musée de France » et du soutien de la Région devrait être posée lorsque les musées ne respectent pas cette obligation légale. Le CESER préconise que la Région et l'Etat agissent de concert auprès des autorités locales des « musées de France » pour que tous soient incités à être dotés, **à l'échéance de 2020**, d'un tel service professionnel, en conditionnant leurs aides à cette exigence, y compris en termes de **qualification, de qualité et de pérennité des emplois concernés**. Pour les musées de petite taille et disposant de faibles moyens financiers, la **mutualisation de services des publics** entre plusieurs musées ou sites patrimoniaux est à encourager.

Le CESER recommande à la Région de prendre l'initiative d'une réflexion sur la **formation initiale et continue des professionnels des musées en charge**

**des services des publics et de la médiation**, de leur adéquation aux besoins, de leurs débouchés en termes de métiers, de qualité et de pérennité des emplois. Cette réflexion régionale devrait être élargie à la **formation de l'ensemble des acteurs relais des musées** : enseignants et enseignants conseillers-relais, personnel de direction des établissements d'enseignement, agents territoriaux en charge des actions sociales et culturelles, organismes de formations sanitaires et sociales, professionnels et bénévoles associatifs en lien avec les jeunes et les publics éloignés (dont ceux de l'éducation populaire), associations d'Amis de musées, chambres consulaires et entreprises privées... Cette réflexion régionale s'enrichirait à s'ouvrir à des **expériences européennes et internationales**, certains pays étant beaucoup plus avancés que la France dans la mise en œuvre d'une culture des publics (ex : Canada/Québec, Pays-Bas, Royaume-Uni, Etats-Unis d'Amérique...).

### **Conclusion : De la conservation... à la conversation**

La Bretagne et ses « musées de France » disposent de nombreux atouts pour développer leur rôle éducatif et culturel. Que ce soit dans le cadre des parcours d'éducation artistique et culturelle scolaires ou en dehors, une réelle dynamique est à l'œuvre dans les territoires, malgré des situations et des moyens très hétérogènes. La Région Bretagne et l'Etat en région coopèrent déjà de manière fructueuse sur de nombreuses actions liées aux « musées de France ». L'enjeu essentiel est aujourd'hui d'affirmer une fonction « d'ensemblier régional » permettant de soutenir, fédérer et structurer régionalement les dynamiques existantes au niveau local, en commençant par les stratégies envers les jeunes publics.

Favoriser l'accès de tous aux musées par des médiations humaines et technologiques adaptées à chacun est un enjeu d'égalité républicaine et de cohésion sociale qu'il faut parvenir à mieux conjuguer avec celui du développement économique régional, en particulier sur le plan de l'attractivité touristique. Les perspectives de réforme territoriale et les contraintes financières sont à considérer comme une opportunité pour la réflexion, l'anticipation et le développement de nouvelles coopérations et mutualisations plus efficaces et créatives entre tous les acteurs des « musées de France », voire au-delà.

*De la conservation à la conversation*, les « musées de France » ont tous les arts pour continuer à être ces lieux de mémoire, de sciences et de culture, d'éducation, d'inspiration, de partage et de délectation qui attirent et enchantent leurs visiteurs, de Bretagne et d'ailleurs.

# Introduction

---



## 1. Le contexte de l'étude

Dans sa contribution au débat national sur la décentralisation de mars 2013, le Conseil régional de Bretagne a rappelé son souhait de continuer à être un acteur-phare des politiques culturelles en Bretagne, en lien avec ses partenaires. Depuis mai 2011, malgré une contrainte budgétaire croissante, il met en œuvre, de manière volontariste, les grandes orientations définies dans son document stratégique « *Bretagne, l'ambition culturelle* ».

Parallèlement, depuis 2007, l'inventaire du patrimoine culturel, service relevant antérieurement de l'Etat, est devenu une compétence dédiée de la Région. Au-delà de cette nouvelle responsabilité dans la connaissance et la révélation du patrimoine, elle s'attache aussi à le protéger et surtout, à le valoriser en le plaçant au cœur du développement régional et territorial ; ce qui concorde avec les préconisations du Conseil économique, social et environnemental régional (CESER) de Bretagne dans son rapport de 2005 « *Pour une politique régionale du patrimoine bâti en Bretagne* ».

Depuis cette autosaisine, l'assemblée consultative régionale a réalisé certains travaux abordant l'épanouissement de la vie culturelle des personnes âgées (« *Bien vieillir en Bretagne* », 2007) ainsi que, plus récemment, « *Les univers sociaux et culturels des jeunes* » (2011), l'approche prospective de l'appropriation sociale et la mise en débat des sciences et technologies en Bretagne (2012). La culture entre aussi dans le champ de son étude prospective « *Les services collectifs demain en Bretagne* » (septembre 2013).

Le CESER a souhaité prolonger sa réflexion dans le champ de la culture en Bretagne, à partir d'une approche ouverte et pluraliste de ses expressions, mettant en avant autant son universalité que ses singularités.

Le Conseil régional, dans ses compétences en matière de formation est également concerné par la valorisation et l'appropriation de la culture par les jeunes, objectif qu'il a d'ailleurs inscrit dans sa Charte d'engagement pour les jeunes en Bretagne de septembre 2011, actualisée en octobre 2013.

Afin d'approfondir ses travaux sur l'accès de tous à la culture, en particulier par la valorisation du patrimoine régional, le CESER a choisi de s'intéresser, dans cette autosaisine, aux « musées de France » en Bretagne et à la façon dont ceux-ci mettent utilement à disposition pour le développement culturel et personnel de tous, les connaissances et le patrimoine dont ils sont la mémoire vivante et les rassembleurs.

## 2. Le champ principal de l'étude

Par musée, nous retiendrons dans cette introduction la définition élargie qui en est donnée en 2014 par le Conseil international des musées (ICOM) : « *Un musée est une institution permanente sans but lucratif au service de la société et de son développement, ouverte au public, qui acquiert, conserve, étudie, expose et transmet le patrimoine matériel et immatériel de l'humanité et de son environnement à des fins d'études, d'éducation et de délectation* ». Cette définition est proche de celle énoncée par le législateur français dans le Code du Patrimoine qui met en avant les notions de collection, d'intérêt public, d'éducation et de plaisir du public.

Les musées sont nombreux en Bretagne, environ 235, et d'une grande hétérogénéité en termes de statuts, de contenus, de tailles et de moyens : musées d'arts, musées d'histoire, musées scientifiques et techniques, musées de société ou ethnographiques, écomusées... S'ils enrichissent, par leur diversité, dans les différents domaines de la culture, le patrimoine culturel de la Bretagne, tous n'ont pas, du point de vue qualitatif ou quantitatif, une envergure d'intérêt régional, national voire international.

Il n'a pas été possible ni nécessaire, pour le CESER, de recenser et d'étudier tous les lieux s'affichant comme « musées » en Bretagne. L'étude a donc été centrée sur les musées d'intérêt régional au sens où l'entend actuellement le Conseil régional, c'est-à-dire sur les musées ayant reçu l'appellation nationale « Musée de France », champ exclusif de son intervention volontariste en faveur des musées en partenariat étroit avec l'Etat en région (DRAC).

Qu'est-ce qu'un « Musée de France » ? Attribué par l'Etat, cette appellation, qui porte à la fois sur les collections et les institutions, a été instaurée par la Loi du 4 janvier 2002 relative aux « musées de France ». Ces musées doivent respecter un certain nombre de critères qualitatifs ayant trait à l'accueil du public, à la qualification des personnels, au contrôle scientifique et technique de leurs collections permanentes –publiques ou privées- qui sont protégées et inscrites sur un inventaire réglementaire. Ils élaborent un « Projet scientifique et culturel » fixant leurs grandes orientations muséographiques.

Le législateur a confié quatre grandes missions permanentes aux « Musées de France » :

1. Conserver, restaurer, étudier et enrichir leurs collections,
2. *Rendre leurs collections accessibles au public le plus large,*
3. *Concevoir et mettre en œuvre des actions d'éducation et de diffusion visant à assurer l'égal accès de tous à la culture,*
4. Contribuer aux progrès de la connaissance et de la recherche ainsi qu'à leur diffusion.

Au niveau national, sur les 1 217 « musées de France » recensés en 2011, 82 % appartiennent à des collectivités territoriales ou à leurs groupements, 13 % à des personnes morales de droit privé à but non lucratif (associations ou fondations) et 5 % seulement à l'Etat. Il ne faut donc pas confondre « Musée de France » et musée d'Etat.

La Bretagne compte actuellement 35 « musées de France ». Répartis sur le territoire régional, ils sont très diversifiés. On citera par exemple le Musée de la Pêche à Concarneau, le Musée du Château de Dinan, le Musée des beaux-arts de Vannes ou l'Ecomusée du Pays de Rennes – La Bintinais.

Ces « musées de France » soutenus à la fois par l'Etat, par la Région Bretagne et aussi par d'autres partenaires publics et privés, constituent le champ principal de l'étude du CESER.

### 3. La problématique centrale et les objectifs de l'étude

L'étude du CESER part de l'ambition culturelle du Conseil régional de Bretagne qui est de promouvoir l'égal accès de tous les publics à la culture, en particulier les jeunes, tout en valorisant le patrimoine culturel régional, incluant le soutien aux « musées de France ». Ces objectifs rejoignent les préoccupations de longue date du CESER, exprimées au fil de ses avis en lien avec l'enjeu de la démocratisation culturelle. Etant donné les quatre grandes missions confiées aux « Musées de France », le CESER a choisi, à titre principal, de porter sa réflexion sur les deux missions suivantes :

- Comment les « musées de France » rendent-ils ou pourraient-ils *rendre leurs collections accessibles ou mieux accessibles au public le plus large* ?
- De quelles façons et par quels moyens s'attachent-ils ou pourraient-ils s'attacher à *concevoir et mettre en œuvre des actions d'éducation et de diffusion visant à assurer l'égal accès de tous à la culture* ?

La problématique centrale de l'autosaisine est donc la suivante :

***Comment développer le rôle éducatif et culturel des « musées de France » en Bretagne, notamment auprès des jeunes publics et des publics éloignés ?***

Les publics, les politiques des publics et les actions de médiation sont donc au cœur de l'étude.

Une attention particulière est portée aux rapports entre les jeunes publics et les musées, en prolongement des travaux récents du CESER sur leurs univers sociaux et culturels et la Charte d'engagement pour la jeunesse du Conseil régional de 2011. Les jeunes sont par ailleurs souvent la « plaque sensible » de

nombreux changements sociétaux qui traversent toute la société. S'intéresser aux musées et aux nouvelles pratiques culturelles des jeunes, c'est poser la question de leurs finalités, de leur actualité, de leur modernité et de leur avenir. C'est aussi chercher à comprendre comment l'histoire et le patrimoine, loin de n'être qu'un regard sur le passé, servent aussi à éclairer, à animer et à féconder le présent et l'avenir en reliant les générations, les espaces et les temps, en ouvrant les esprits sur le monde et ses questionnements, en enrichissant sa culture générale et sa culture spécialisée.

Au-delà des jeunes, le CESER a été particulièrement attentif aux publics éloignés et défavorisés au regard de l'accès à la culture via les musées.

## 4. Ce qui n'est pas approfondi dans l'étude

Ne font pas partie du champ principal et de la problématique centrale de l'étude l'approfondissement de :

- l'état des lieux exhaustif des musées en Bretagne et l'approche transversale de tous les enjeux y afférents ;
- la réalisation d'un inventaire ou d'un guide de l'offre muséale en Bretagne ;
- l'approche thématique et sectorielle des musées ;
- la conservation, l'acquisition, la restauration et l'étude des collections (dimension qualitative, experte, scientifique et financière) ;
- les musées et le marché de l'art ;
- les musées et leur rôle dans l'attractivité et le développement économiques, y compris vu sous l'angle de l'offre touristique (lorsque son approche est plus économique que culturelle) ;
- les musées et le développement durable, régional ou territorial ;
- les musées et l'aménagement du territoire ;
- les musées, les statuts des professionnels, leurs formations et métiers ;
- la gouvernance globale des musées et l'ensemble de leurs financements.

Certains de ces enjeux sont néanmoins nécessairement abordés en cours d'étude, lorsqu'ils ne peuvent être entièrement détachés de la problématique centrale de l'étude. Par exemple, dans le champ des ressources humaines des musées, de nouveaux métiers en lien avec la problématique étudiée (ex : médiateurs culturels) ; ou dans la dimension sociale et territoriale, les liens multiples des musées avec leurs publics potentiels et leurs partenaires afin de mieux discerner les réussites dans l'égal accès et ses limites. Par ailleurs, dans les préconisations formulées par le CESER, de nombreux liens sont faits entre le rôle éducatif et culturel des « musées de France » et ces enjeux, par exemple dans le champ de la gouvernance et de l'efficacité régionales. Enfin, dans la vie d'un musée, les collections et les publics sont inséparables : les conservateurs s'efforcent, au quotidien, de conjuguer au mieux les fonctions de conservation et de transmission des musées.

## 5. Méthode de réalisation de l'étude

La réalisation de l'étude a été confiée par le Bureau du CESER à sa commission « Qualité de vie, culture et solidarités » présidée successivement par M. Jean Lemesle et M. Bernard Gaillard. Mme Viviane Serrano et M. Jean-Bernard Sollicc ont été désignés co-rapporteurs de l'autosaisine au nom du CESER.

Elle s'est déroulée entre avril 2013 et mai 2014, à cheval sur deux mandatures, avec un renouvellement conséquent du CESER et de la commission en novembre 2013.

Pour réaliser son étude, la commission « Qualité de vie, culture et solidarités » du CESER de Bretagne a procédé à l'audition d'environ 50 personnes issues de nombreux organismes : le Conseil régional, la Direction régionale des Affaires Culturelles (DRAC) de Bretagne, le Rectorat d'académie (Délégation académique à l'éducation artistique et culturelle), l'Association régionale des conservateurs des musées de Bretagne (ARCMB), le Groupement régional des Associations d'Amis de Musées, des « musées de France » avec leurs conservateurs et leurs équipes en charge des services des publics ou éducatifs, des autorités locales de rattachement avec leurs élus locaux responsables de la politique muséale, des experts et chercheurs, des enseignants conseillers-relais dans les musées<sup>7</sup>, des jeunes lycéens et apprentis...

Une enquête territoriale a été menée auprès des conservatrices et services des publics de 9 « musées de France » répartis dans les départements de la Bretagne, ce qui a permis de mieux appréhender, y compris par des visites sur place, les dynamiques éducatives et culturelles déjà à l'œuvre, les réussites mais aussi les difficultés quotidiennes rencontrées par les acteurs territoriaux des « musées de France ».

Une autre enquête a été menée, avec le concours d'une étudiante de Sciences-Po Rennes<sup>8</sup>, auprès d'enseignants conseillers-relais de l'Académie de Rennes qui sont à l'interface des musées et de l'institution scolaire.

Le CESER a également recueilli les témoignages d'environ 30 jeunes lycéens et apprentis, dont certains étaient membres du Conseil régional des jeunes lycéens et apprentis de Bretagne (CRJ).

Enfin, l'ensemble de ces auditions et témoignages ont été complétés par des éléments provenant de travaux régionaux et nationaux sur les « musées de France » et, au-delà, sur les musées *en* France. D'entrée de jeu, il faut souligner la rareté des travaux régionaux et nationaux sur les publics des « musées de France », ce qui a constitué une sérieuse difficulté pour la réalisation de l'état

---

<sup>7</sup> Voir liste des personnes auditionnées en fin de rapport

<sup>8</sup> Mélisande Urcun, 3<sup>ème</sup> année

des lieux du rapport. La connaissance des publics des musées est en effet récente et très fragmentaire. Les études existantes ont méthodes et des champs très hétérogènes, rendant toute tentative de synthèse très acrobatique, voire dans certains cas, impossible. Cette difficulté méthodologique explique que le CESER ait fait le choix, dans les deux premières parties du rapport, de présenter séparément et successivement plusieurs travaux. Chacun, avec ses spécificités, éclaire néanmoins la connaissance du sujet : « musées de France », musées nationaux, visites patrimoniales, pratiques culturelles des Français, etc.

## 6. Plan du rapport

*Dans la première partie du rapport*, le CESER présente des éléments de contexte sur les « musées de France » et leurs publics en France avec, à chaque fois que possible, les rares données régionales concernant la Bretagne.

*La deuxième partie* est une approche du rôle éducatif et culturel des « musées de France » en Bretagne. Elle montre qu'une réelle dynamique est à l'œuvre dans les territoires, en l'illustrant par de nombreux exemples d'actions éducatives et culturelles dans les musées, *in situ* ou hors les murs.

Enfin, *dans la dernière partie*, à partir de cet état des lieux, le CESER dégage cinq grands enjeux prioritaires et formule de nombreuses préconisations pour développer le rôle éducatif et culturel des « musées de France » en Bretagne.

Première partie

# Éléments de contexte sur les « musées de France » et leurs publics

---



Cette première partie apporte des éléments de contexte et d'état des lieux sur les musées et leurs publics en France, en partant des études les plus générales sur les pratiques culturelles des Français à celles, beaucoup plus rares, ciblées sur les « musées de France » et leurs visiteurs en Bretagne.

Les travaux existants ayant des champs et des méthodes très hétérogènes, le choix a été fait de les présenter séparément et successivement, en apportant, chaque fois que possible, des éléments de connaissance régionale.

Il importe donc de bien distinguer, à chaque étape de la première partie, les différentes sources principales de l'état des lieux :

1) Histoire et contexte général des « musées de France » : Jacques Salois, « Les musées de France », PUF, Que sais-je ?, 2008 ;

2) Droit des « musées de France » : Code du patrimoine en vigueur en avril 2014 ;

3) Statistiques sur les musées et leurs publics :

a) *Tous musées confondus*, enquêtes générales sur les pratiques culturelles des Français et sur les visites patrimoniales (échantillons représentatifs de la population française, incluant les visiteurs et les non visiteurs de musées):

- Ministère de la culture et de la communication, Olivier Donnat, « Les pratiques culturelles des Français à l'ère du numérique, 1997-2008 », 2009 ;
- CREDOC, Régis Bigot, Emilie Daudey, Sandra Hoibian, Jörg Müller « La visite des musées, des expositions et des monuments », 2012.

b) « *Musées de France* », dont les musées nationaux (enquêtes auprès des seuls visiteurs de « musées de France »)

- Patrimostat 2011, « La fréquentation des musées de France en 2011 », 2013 ;
- Ministère de la culture et de la communication, Jacqueline Eidelman, Anne Jonchery, Lucile Zizi, Benoît Roux (Direction générale des patrimoines, Département de la politique des publics) : « Musées et publics : bilan d'une décennie 2002-2011 » (juin 2012), enquêtes « A l'écoute des visiteurs – 2012 » (2013), « La gratuité dans les musées et monuments en France : quelques indicateurs de mobilisation des visiteurs » (2009) ;
- DRAC Bretagne ;
- Auditions et contributions réalisées pour l'étude.

*Le premier chapitre s'interroge sur l'histoire, la définition et le statut des musées en général, des lointains musées antiques aux proches « musées de France ». Le chapitre suivant donne un aperçu du paysage très hétérogène des « musées de France » en Bretagne. Enfin, le dernier chapitre aborde la question des publics des musées en France et en particulier des « musées de France », dont la connaissance est, cela a déjà été souligné, embryonnaire, très fragmentaire et exceptionnellement régionalisée.*



## Chapitre 1

# Des musées aux « musées de France »

---



<b>1. Qu'est-ce qu'un musée ?</b>	<b>17</b>
1.1. Une brève histoire des musées : un lien originel entre musées, éducation et culture	17
1.2. Qu'est-ce qu'un musée ? Quelques définitions générales...	22
<b>2. Qu'est-ce qu'un « musée de France » ?</b>	<b>24</b>
2.1. Pourquoi une appellation unique « Musée de France » concernant une catégorie particulière de musées ?	24
2.2. Les « musées de France » : des musées reconnus d'intérêt public par l'Etat ayant de nombreuses obligations... qui ne sont pas toujours respectées	26
2.2.1. <i>L'appellation « Musée de France » est définie par la loi</i>	26
2.2.2. <i>Les quatre grandes missions permanentes des « musées de France » ne sont pas des options mais des obligations légales</i>	27
2.2.3. <i>Les dispositions générales et les obligations liées à l'appellation « Musée de France » : une mise en œuvre à géométrie variable.</i>	27
2.3. Quelques droits et bénéfices liés à l'appellation « Musée de France »	33



*Le premier point* du présent chapitre cherche à répondre à la question « Qu'est ce qu'un musée ? ». Pour le définir, une mise en perspective historique est nécessaire. Elle met en lumière le lien originel existant entre les musées, les arts, les sociétés, les sciences et l'éducation. Nous verrons que, selon les sources, la définition des musées est évolutive et fait l'objet de débats.

Cette définition générale du musée étant posée, *le second point* aborde l'interrogation qui est au cœur de notre sujet, à savoir : « Qu'est ce qu'un « musée de France » ? L'appellation est définie par la Loi du 4 janvier 2002 relative aux « musées de France ». Elle est aujourd'hui inscrite dans le Code du patrimoine dont les parties législatives et réglementaires détaillent les droits et obligations ainsi que les grandes missions de ces musées, en particulier leur rôle éducatif et culturel.

## 1. Qu'est-ce qu'un musée ?

Qu'est-ce qu'un musée ? Du « Mouseïon d'Alexandrie » à la loi du 4 janvier 2002 relative aux « musées de France », les musées ont déjà une longue histoire qui, à la croisée des pouvoirs, des sociétés, des arts et des sciences, met en évidence leur rôle éducatif et culturel, au bénéfice de quelques uns d'abord puis, plus récemment, dans un lent processus de démocratisation culturelle, de tous et de chacun. Les définitions générales récentes des musées s'en font l'écho. Leur double fonction de *conservation* et de *transmission* est reconnue d'intérêt public. Lieux de mémoire vivants, ils permettent la rencontre de collections, d'institutions et de publics.

### 1.1. Une brève histoire des musées : un lien entre musées, éducation et culture qui vient de loin

Pour mieux comprendre les musées, une mise en perspective historique est nécessaire. Elle est ici dressée à grands traits. Du sanctuaire gréco-romain dédié aux muses jusqu'aux « musées de France » d'aujourd'hui, il y a un lien de filiation qui fait perdurer la relation originelle des musées avec les arts, les sciences et l'éducation. Longtemps réservés à une infime élite religieuse ou civile, les musées ne se démocratisent que depuis une période assez récente : à l'échelle historique, la question des publics est une idée neuve.

> *Le Mouseïon d'Alexandrie : un sanctuaire dédié aux muses, un foyer de rayonnement intellectuel*

Les musées viennent de loin. Sans remonter jusqu'à la Préhistoire, avec par exemple les « galeries d'exposition » telles que les peintures rupestres de la grotte de Lascaux en région Aquitaine (entre 18 000 et 15 000 av. J.-C) ou, en Bretagne, les alignements mégalithiques de Carnac (entre 4 500 et 2 000 av.J.-C), les historiens voient dans le « *Mouseïon* » grec d'Alexandrie en Egypte,

le premier « musée » de l'histoire. Construit pendant l'Antiquité, vers 280 av. J.-C, le *Mouseïon* est un sanctuaire consacré aux *Muses*, ces neuf divinités grecques, filles de *Zeus* et de *Mnémosyne*, inspiratrices des arts et qui sont à l'origine étymologique du mot *musée*. Foyer de rayonnement intellectuel où se rencontrent de nombreux savants, on y expose, sous l'autorité d'un « grand prêtre des muses », l'une des premières collections d'œuvres d'art<sup>9</sup>. Aux sources des musées, on trouve donc une relation étroite entre religion, arts, culture, sciences, connaissance et éducation.

> *Au Moyen-âge, les églises et les abbayes détiennent les collections artistiques*

Après l'ère du *museum* romain, temple dédié aux muses à l'instar de celui des Grecs, et avec l'extension du christianisme, la collection privée d'art profane tend à disparaître en occident. Au Moyen-âge, les églises et les abbayes sont seules détentrices de collections artistiques à qui elles confèrent un sens, non pas esthétique ou historique, mais d'abord religieux. A noter qu'à partir du XIIème siècle, avec les Croisades et la rencontre des mondes byzantin et islamique, grands seigneurs et riches négociants européens, en particulier en Italie, s'entourent à nouveau d'objets précieux. En France, à partir du XIVème siècle, apparaissent les premières collections royales et princières.

> *A la Renaissance, les musées des princes se développent dans toute l'Europe*

A la Renaissance, avec la redécouverte des trésors culturels de l'Antiquité, les grandes familles italiennes se déclarent protectrices des arts et c'est à Florence que réapparaît le mot « musée ». Les musées se développent dans toute l'Europe, chacun y voyant la vitrine de sa puissance. Ainsi, François 1<sup>er</sup> attire en France les artistes italiens et achète leurs œuvres qu'il réunit à Fontainebleau. Colbert mène sous Louis XIV une politique d'achat d'œuvres et ébauche l'organisation administrative des collections. Le Brun est nommé « Garde du cabinet des dessins et tableaux du Roi », désormais partagé entre le Louvre et Versailles<sup>10</sup>. Du milieu du XVIème siècle au XVIIIème siècle, les « cabinets de curiosité » se développent avec les voyages d'exploration et les grandes découvertes.

> *A partir du XVII, les collections royales ou princières commencent à s'ouvrir au public en Europe*

A partir du XVIIème siècle, l'idée de rendre public l'accès aux collections royales ou princières apparaît dans plusieurs pays d'Europe. Ainsi, la ville et l'Université de Bâle achètent dès 1661 la collection *Amberbach* qu'elles ouvrent au public. En Angleterre, le Parlement vote l'achat de la collection *Sloane* et fonde le *British*

---

<sup>9</sup> Sources : Encyclopédie Larousse en ligne : <http://www.larousse.fr/encyclopedie/divers/musée/72220> et Wikipedia : <http://fr.wikipedia.org/wiki/Mus%C3%A9e> , consultés le 03/03/2014

<sup>10</sup> Source : Jacques Salois, « Les musées de France », PUF, Que sais-je, 2008, p 4 et s

*Museum* en 1759... Tandis que quelques grandes villes du royaume de France commencent à constituer des collections (ex : premier musée public à Besançon en 1694, galerie de portraits à Toulouse en 1674). Lorsque la Révolution survient, au XVIII<sup>ème</sup> siècle, Paris apparaît en retard sur maintes capitales de l'Europe des Lumières<sup>11</sup>.

> *La Révolution française marque une rupture historique : les collections deviennent un patrimoine national et républicain, y compris en province*

A la fin du XVIII<sup>ème</sup> siècle, la Révolution proclame que le patrimoine culturel, jusque là l'apanage d'une minorité de privilégiés, est la propriété de la nation et doit servir à son éducation morale, historique, politique autant qu'artistique ou scientifique. Les collections royales, les biens de l'Eglise et ceux des émigrés sont nationalisés. Elles deviennent d'intérêt public pour la formation des artistes et l'éducation du citoyen. Le musée du Louvre, alors appelé « *Museum central des arts* », est créé et ouvert au public en 1793. La même année s'ouvre le *Museum national d'histoire naturelle*, puis en 1794, le *Conservatoire national des arts et métiers*.

Le Consulat officialise, en 1801, la création de 15 grands musées provinciaux, dont celui de Rennes créé à partir notamment du « *Cabinet de curiosités* » du parlementaire Christophe-Paul de Robien (1698-1756) dont la collection<sup>12</sup> est saisie lors de la Révolution (« *Palais universitaire* », à la fois dédié aux beaux-arts et aux enseignements universitaires<sup>13</sup>). C'est la naissance d'une politique nationale des musées visant à démocratiser le patrimoine culturel. Celui-ci est considérablement enrichi par les conquêtes – et les spoliations- issues des guerres républicaines, puis impériales (ex : « *égyptomanie* » napoléonienne).

> *Le XIX<sup>ème</sup> siècle est un « âge d'or » pour les musées qui, mis au service du prestige européen et de la pédagogie, élargissent peu à peu leurs publics*

Le XIX<sup>ème</sup> siècle apparaît comme « l'âge d'or des musées <sup>14</sup> ». Grands et petits musées se multiplient en Europe. Le goût de l'histoire et de l'encyclopédisme, la volonté pédagogique ou le désir de prestige expliquent ce phénomène. Partout le musée public participe d'un projet politique. Les objets présentés valorisent le patrimoine, symbolisent une culture vécue comme exemplaire, voire supérieure : le choix des œuvres vise parfois à légitimer un régime, à susciter une prise de conscience nationale. L'impérialisme européen se traduit par le pillage archéologique des pays dominés. De nombreux musées naissent aussi des recherches locales effectuées par les sociétés savantes ou par des collectionneurs fortunés, en particulier sous la III<sup>ème</sup> République. La conscience

---

<sup>11</sup> Jacques Salois, Ibid

<sup>12</sup> La collection du Cabinet de Robien est aujourd'hui exposée de manière permanente au Musée des beaux-arts de Rennes

<sup>13</sup> Jacques Salois, Op.cit, p 57-58

<sup>14</sup> Larousse, Op.cit

de la disparition d'une civilisation rurale engage la création des premiers musées d'arts et de traditions populaires, surtout dans les pays du Nord de l'Europe. Les musées d'art se multiplient également en France dans les villes de province (Nantes, Lille, Marseille...) et servent à la formation des étudiants et des artistes.

Le public des musées s'élargit aussi dans la seconde moitié du XIX<sup>ème</sup> siècle grâce aux grandes expositions. Leur succès populaire, comme celui des musées, est le reflet d'une politique d'instruction et de démocratisation qui est la marque de la III<sup>ème</sup> République. Une circulaire ministérielle du 26 avril 1881 énonce ainsi que « si c'est à l'école que l'enfant et l'ouvrier reçoivent l'enseignement, c'est surtout au musée qu'ils trouvent l'exemple. La réorganisation du musée est le corollaire de celle de l'école »<sup>15</sup>. Un rapport du sous-secrétariat d'Etat sur le budget des Beaux-Arts des exercices 1889-1900 affirme à nouveau que « le musée est un établissement d'enseignement au même titre que l'école dont il est le complément nécessaire<sup>16</sup> ».

> *Au XX<sup>ème</sup> siècle, les musées s'organisent, se modernisent et se démocratisent*

Au XX<sup>ème</sup> siècle, les musées s'organisent et se modernisent, en s'ouvrant à l'art moderne et contemporain. Ils font pourtant l'objet de vives critiques dans les années 1960 par ceux qui y voient des lieux passésistes et élitistes. Les musées auraient échoué dans leur mission démocratique, comme tendent à le montrer les travaux sociologiques de Pierre Bourdieu par exemple dans son ouvrage « *L'amour de l'art. Les musées d'art européens et leurs publics* » en 1966. Les musées s'organisent au niveau international avec la création, par la Société des Nations, de l'Office international des musées en 1926, puis de l'ICOM<sup>17</sup> (Conseil international des Musées) en 1946 sous l'égide de l'UNESCO qui sera dirigée jusqu'en 1966 par le Français Georges-Henri Rivière, également fondateur du Musée national des arts et traditions populaires.

A partir des années 1975-1980, des projets prestigieux de grands musées voient le jour, essentiellement dans la capitale parisienne : Musée national d'art moderne au sein du Centre national et de culture Georges Pompidou inauguré en 1977, Cité des sciences et de l'industrie à Paris en 1986, Musée d'Orsay en 1986, rénovation du Palais du Louvre (« Grand Louvre ») de 1981 à 1999 avec l'inauguration de la Pyramide en 1989, rénovation du Grand Palais dans les années 2000, Palais de Tokyo en 2002, création du Musée du Quai Branly en 2006... Ces nouveaux grands musées parisiens revalorisent et modernisent

---

<sup>15</sup> Dominique Poulot, Professeur à l'Université Paris 1 Panthéon Sorbonne, « Quelle place pour la question du public dans le domaine des musées ? », contribution au colloque « Les publics, politiques publiques et équipements culturels, Paris, le Louvre, 28-29-30/11/2002, [www2.culture.gouv.fr/deps/colloque/poulot.pdf](http://www2.culture.gouv.fr/deps/colloque/poulot.pdf), p9

<sup>16</sup> Dominique Poulot, Ibid

<sup>17</sup> ICOM : International Council of Museums (l'ICOM est une ONG en relation étroite avec l'UNESCO, son siège est d'ailleurs à la Maison de l'UNESCO à Paris).

l'image des musées auprès des publics et provoquent un effet d'entraînement au niveau national. La fréquentation des musées et de leurs expositions augmentent considérablement, ce qui les amènent à développer une gestion et des politiques des publics de plus en plus professionnelles. Les grands musées, acquérant plus d'autonomie, se muent en véritables entreprises culturelles. Ce phénomène de fort développement des musées s'observe également au niveau international.

Parallèlement, l'Etat et les Régions s'associent pour constituer, à l'échelle régionale, des collections d'œuvres contemporaines en créant les Fonds régionaux d'arts contemporains (FRAC) dont la vocation évoluera vers la mise à disposition au plus large public.

*> En France, il faut attendre 2002 pour que le législateur apporte enfin un cadre national cohérent aux musées avec l'appellation « Musée de France », réaffirmant par là même leur rôle éducatif, social et culturel*

Face à ce paysage muséal aussi vivant que complexe, l'Etat, au sortir de la Seconde Guerre mondiale, a cherché à réglementer provisoirement les musées des beaux-arts, par une Ordonnance du 13 juillet 1945. Celle-ci distingue alors trois types de musées : les « musées nationaux », les « musées classés » et les « musées contrôlés ». A noter que jusqu'en 1959 et son transfert au Ministère des affaires culturelles d'André Malraux, la Direction des Musées de France (intégrée à la Direction générale des arts et des lettres<sup>18</sup>) relevait du Ministère en charge de l'Education nationale, mettant à nouveau en lumière le lien historique entre beaux-arts, éducation et musées.

En 2000, le député Alfred Recours rédige un rapport d'information qui fera date en réclamant plus de cohérence nationale dans le champ des musées et un renforcement de leur rôle dans la démocratisation culturelle : « un projet de loi de modernisation du droit des musées permettrait de rénover un cadre juridique trop étroit, de l'ouvrir à tous les types de musées et aux préoccupations autres que scientifiques, tout en réorganisant les relations entre l'Etat et les collectivités territoriales, afin de donner aux musées toute leur place au sein de la démocratisation culturelle et de l'aménagement culturel du territoire ». Ce rapport est à l'origine de la Loi 2002-5 du 4 janvier 2002 relative aux musées de France, qui apporte un cadre national cohérent aux musées reconnus par l'Etat comme « musées de France »<sup>19</sup>, régime juridique intégré ensuite dans le Code du patrimoine à partir de 2004.

Nous reviendrons plus loin sur cette *appellation*<sup>20</sup> de « Musée de France » car elle réaffirme clairement le rôle scientifique, éducatif et culturel des musées

---

<sup>18</sup> Sous la Troisième République, les principaux musées placés sous le contrôle de l'Etat relevaient d'une direction des musées nationaux relevant de la Direction générale des Beaux-arts elle-même rattachée au Ministère de l'instruction publique.

<sup>19</sup> Jacques Salois, Op.cit p 11

<sup>20</sup> On parle souvent de « label musées de France », mais la dénomination exacte est « appellation ».

concernés, revenant en quelque sorte, aux origines historiques des musées, du *Mouseïon* d'Alexandrie aux musées républicains issus de la Révolution française.

## 1.2. Qu'est-ce qu'un musée ? Quelques définitions générales...

*« Un musée, c'est d'abord une collection »,* telle est la définition qu'en donne généralement les conservateurs, en ajoutant *« et accessible au public le plus large possible »*. Historiquement, nous avons vu qu'il s'agit originellement d'une collection d'œuvres d'art qui peut être privée ou publique. Ce n'est qu'assez récemment que le champ des musées s'est ouvert aux arts et traditions populaires, à l'histoire des sociétés humaines, aux sciences et techniques, à l'environnement... Cette prééminence des « beaux-arts » marque profondément et durablement l'histoire, la culture, la vie, les métiers des musées et les politiques culturelles à leur égard.

Le paysage muséal étant devenu aujourd'hui plus ouvert et complexe<sup>21</sup>, les définitions générales de ce qu'est un musée se sont élargies pour y intégrer une diversité toujours plus grande de collections matérielles ou immatérielles et d'institutions. Nous n'en présenterons ici que trois

> *La définition de Georges-Henri Rivière : un « conservatoire » de collections, témoin de l'évolution de la nature ou d'une culture*

Georges Henri-Rivière, l'un des pionniers de la nouvelle muséologie, écrivait en 2002 qu'*« il est généralement admis, même si cette définition est en constante évolution, que tout musée est un conservatoire, permanent, le plus souvent ouvert au public, de collections d'objets ou de documents artistiques, artisanaux ou industriels, végétaux ou animaux, acquis par dons ou achats, toujours sélectionnés, si possible classés et entretenus, parfois replacés dans le contexte de leur création en tant que témoins de l'évolution de la nature ou d'une culture (considérée comme un ensemble de biens et de valeurs à un moment donné)<sup>22</sup> »*.

Cette définition met en avant la fonction de conservation du musée. L'ouverture au public n'apparaît qu'au second plan.

---

<sup>21</sup> Jacques Salois, Op.cit

<sup>22</sup> G-H Rivière, Musées et collections publiques. Muséologie et muséographie in Poirier J., Histoire des mœurs, III-1 : Thèmes et systèmes culturels. Paris : Gallimard, 2002, p 185. Cité par Philippe Poirier, dans l'article « Musées et politiques culturelles en France », La lettre de l'OCIM n°96, nov-déc 2004

> *La définition du Code du Patrimoine française : une collection permanente dont la conservation et la présentation sont d'intérêt public*

La loi du 2 janvier 2002 relative aux musées de France donne une définition de ces derniers, reprise dans le Livre IV Code du patrimoine (article L410-1) : « *Est considérée comme musée, au sens du présent livre, toute collection permanente composée de biens dont la conservation et la présentation revêtent un intérêt public et organisée en vue de la connaissance, de l'éducation et du plaisir du public*<sup>23</sup> ».

Ici, la conservation de la collection et sa présentation au public ont la même importance. Pour être d'intérêt public, un musée doit au moins remplir ces deux conditions. Le musée doit diffuser ses connaissances. Il a un rôle éducatif auprès du public qui, notons le, intègre aussi le plaisir. La conservation d'une collection permanente n'est plus une fin en soi. Le visiteur fait son entrée dans la définition du musée, même s'il n'en constitue pas encore le centre.

> *La définition du Conseil international des musées (ICOM) : une institution à but non lucratif ouverte au public qui conserve et transmet le patrimoine matériel et immatériel*

La définition du musée donnée par l'ICOM fait référence au niveau international. Le conseil précise qu'elle a évolué depuis sa création en 1946 « au gré des mutations de la société<sup>24</sup> ». La définition actuelle date de 2007 : « *Un musée est une institution permanente sans but lucratif au service de la société et de son développement, ouverte au public, qui acquiert, conserve, étudie, expose et transmet le patrimoine matériel et immatériel de l'humanité et de son environnement à des fins d'études, d'éducation et de délectation*<sup>25</sup> ».

Le musée est ici d'abord reconnu comme une « institution » avant d'être une « collection ». La notion française « d'intérêt public » est remplacée par « sans but lucratif, au service de la société et de son développement ». Le critère d'« ouverture au public » de l'institution est exigé. Il arrive même avant la notion de collection dont le terme même n'est pas employé, remplacé par la notion plus large de « patrimoine matériel et immatériel de l'humanité et de son environnement ». Quant « aux fins d'études, d'éducation et de délectation », elles sont très proches de la définition française.

---

<sup>23</sup> [www.legifrance.gouv.fr](http://www.legifrance.gouv.fr), consulté le 4/03/2014

<sup>24</sup> Par exemple, la notion de patrimoine immatériel a été ajoutée en 2001

<sup>25</sup> Site de l'ICOM consulté le 4/03/2014 : <http://icom.museum/la-vision/definition-du-musee/print/1/L/2/>

> *Essai de définition de synthèse*

Sur la base de ces trois définitions contemporaines, parmi d'autres, une reformulation synthétique pourrait être proposée : *un musée est une collection permanente d'intérêt général, ouverte au public, conservée et transmise par une institution permanente en vue de la connaissance, de l'éducation et du plaisir des visiteurs.*

## 2. Qu'est-ce qu'un « musée de France » ?

Cette définition générale du musée étant posée, il faut à présent se pencher sur l'appellation nationale « Musée de France », puisqu'elle délimite le champ de notre étude. Qu'est-ce qu'un musée reconnu « musée de France » en 2014 ?

Le contenu de l'appellation est bien balisé par la Loi du 4 janvier 2002 et intégré au Code du patrimoine depuis 2004.

### 2.1. Pourquoi une appellation unique « Musée de France » concernant une catégorie particulière de musées ?

Il existe en France des milliers de musées (environ 235 en Bretagne) mais tous ne relèvent pas, comme nous allons le voir, de la catégorie « musée de France ». En réalité le terme de « musée » n'est pas « contrôlé ». Il est donc permis à tout un chacun de collectionner des objets ayant, à ses yeux, une valeur patrimoniale et de les exposer dans un espace portant le nom de « musée ». N'importe qui, personne privée ou publique, peut ainsi créer son musée du « fer à cheval » ou du « sabot breton »... Si toutes ces collections, aussi infimes ou spécialisées soient-elles, participent de la richesse culturelle des territoires, toutes n'ont pas la même valeur patrimoniale pour la collectivité, toutes ne sont pas reconnues d'intérêt public, toutes ne font pas partie du patrimoine permanent de la nation.

Si les collections royales, princières ou religieuses sont devenues un patrimoine national, une chose publique (*res publica*) à partir de la Révolution française, les musées nationaux appartenant à l'Etat ne sont pas les seuls à avoir été reconnus d'intérêt public. Certains relèvent en effet de collectivités territoriales, d'autres de personnes privées à but non lucratif. Comme nous l'avons vu, l'Ordonnance du 13 juillet 1945, distinguait 3 types de musées placés sous le contrôle, plus ou moins direct, de l'Etat : *les musées nationaux* (ex : Musée du Louvre, Musée

national de la marine), *les musées « classés<sup>26</sup> »* (ex : Musée des Beaux-arts de Rennes, unique musée « classé » en Bretagne) et *les musées dits « contrôlés »* (ex : Musée des Beaux arts de Quimper, Ecomusée des Monts d'Arrée), ces derniers étant beaucoup plus nombreux.

En 2001, dans l'exposé des motifs du projet de loi<sup>27</sup> qui deviendra la loi du 4 janvier 2002 relative aux musées de France, le gouvernement constate que l'Ordonnance de 1945 « s'est progressivement vidée de sa substance au fil du temps ». La notion même de musées classés et contrôlés était devenue incompréhensible pour le grand public<sup>28</sup>. Il est également fait état d'une profonde mutation de l'institution muséale dans la société française qui implique de moderniser le droit des musées. Dans ce contexte, le projet de loi poursuit trois objectifs essentiels :

- « - placer, de manière aussi claire et concrète que possible, la relation avec le public au cœur de la vocation du musée ;
- poser les bases d'une coopération, à la fois plus étroite et plus équilibrée, entre l'Etat et les personnes morales responsables des musées, qu'il s'agisse des collectivités territoriales, dont les compétences culturelles sont aujourd'hui reconnues, ou des personnes morales de droit privé, dont il importe de souligner la spécificité et le dynamisme ;
- consolider et préciser le régime de protection applicable aux collections des musées, qui constituent, parallèlement au patrimoine classé au titre des monuments historiques, un pan essentiel de notre patrimoine ».

Pour rendre plus lisible le paysage et le régime juridique des musées placés sous le contrôle scientifique et technique de l'Etat, une appellation unique est décidée : les musées « nationaux », « classés » et « contrôlés » deviennent des « musées de France<sup>29</sup> ».

---

<sup>26</sup> La différence entre musées « classés » et « contrôlés » tenait essentiellement au statut et au mode de rémunération du conservateur. Dans les musées classés, le conservateur était un fonctionnaire d'Etat rémunéré par lui. Dans les musées « contrôlés », le conservateur n'était pas un fonctionnaire de l'Etat, mais il était quand même nommé et sous contrôle de l'Etat.

<sup>27</sup> <http://www.assemblee-nationale.fr/11/projets/pl2939.asp>, consulté le 05/03/2014

<sup>28</sup> Evelyne Schmitt-Marchal, « Les Musées de Bretagne à l'orée du XXIème siècle », Mémoires de la Société d'histoire et d'archéologie de Bretagne, Actes du congrès de Brest, 2012, pp 505-518

<sup>29</sup> Plusieurs arrêtés du Ministre de la Culture pris en 2002 et 2003 dressent la liste nominative des musées classés et contrôlés à qui l'appellation « musées de France » est attribuée. Voir [http://leqifrance.gouv.fr/affichSarde.do;jsessionid=3C2AC1A7C8E5F12895478FBA183B71C7.tpdjo06v\\_2?reprise=true&fastReqId=209947393&idSarde=SARDOBJT000007104544&page=16](http://leqifrance.gouv.fr/affichSarde.do;jsessionid=3C2AC1A7C8E5F12895478FBA183B71C7.tpdjo06v_2?reprise=true&fastReqId=209947393&idSarde=SARDOBJT000007104544&page=16)

## 2.2. Les « musées de France » : des musées reconnus d'intérêt public par l'Etat ayant de nombreuses obligations... qui ne sont pas toujours respectées

En 2004<sup>30</sup>, les dispositions de la loi de 2002 sont intégrées au Code du patrimoine. Les musées sont donc inclus dans la politique plus globale du patrimoine, ce dernier étant défini par le législateur comme « l'ensemble des biens, immobiliers ou mobiliers, relevant de la propriété publique ou privée, qui présentent un intérêt historique, artistique, archéologique, esthétique, scientifique ou technique<sup>31</sup> ». Nous reviendrons plus loin sur l'importance d'intégrer les musées dans « la chaîne du patrimoine<sup>32</sup> », dont ils ne sont qu'un maillon. C'est d'ailleurs ce que fait la Région Bretagne qui intègre son action de soutien aux « musées de France » dans sa politique de valorisation du patrimoine.

### 2.2.1. L'appellation « Musée de France » est définie par la loi

Selon le Code du patrimoine, « l'appellation « musées de France » peut-être accordée aux musées appartenant à l'Etat, à une autre personne morale de droit public ou à une personne morale de droit privé à but non lucratif<sup>33</sup> ».

Pour se voir attribuer l'appellation « Musée de France » par arrêté du Ministre de la Culture après avis du Haut conseil des musées de France (HCMF), l'institution doit d'abord être reconnue comme un « musée » au sens du Code du patrimoine : « Est considéré comme musée, au sens du présent livre, toute collection permanente composée de biens dont la conservation et la présentation revêtent un intérêt public et organisée en vue de la connaissance, de l'éducation et du plaisir du public ».

La loi du 4 janvier 2002 prévoit une *attribution de droit* de l'appellation « Musée de France » aux musées nationaux, aux musées d'Etat dont le statut est fixé par décret et aux musées classés<sup>34</sup>. Pour les musées contrôlés<sup>35</sup> préexistants, cette attribution est automatique sauf si l'Etat, après avis du HCMF, s'y oppose ou s'ils s'y opposent eux-mêmes. Dans les faits, l'appellation « Musée de France » sera attribuée à la quasi totalité des musées contrôlés existants<sup>36</sup>, ce alors même que nombre d'entre eux ne respectaient pas la totalité des missions et obligations liées à l'appellation « Musée de France », ce qui est encore loin d'être le cas

---

<sup>30</sup> Ordonnance 2004-178 du 20 février 2004

<sup>31</sup> Article L1 du Code du patrimoine en vigueur au 05/03/2014

<sup>32</sup> Expression employée par une conservatrice auditionnée pendant l'étude

<sup>33</sup> Code du patrimoine, article L441-1

<sup>34</sup> Loi du 4 janvier 2002, Article L18-I

<sup>35</sup> Loi du 4 janvier 2002, Article L18-II

<sup>36</sup> Evelyne Schmitt-Marchal, Op.cit

aujourd'hui. Ce point est essentiel pour comprendre l'hétérogénéité du paysage des « musées de France » aujourd'hui, au niveau national comme en région.

A noter que l'appellation « Musée de France » peut-être retirée à un musée par décision du Ministre de la Culture, après avis conforme du HCMF, « *lorsque la conservation et la présentation au public des collections cessent de revêtir un intérêt public* » ou lorsque la personne morale propriétaire des collections en fait la demande, sous la condition toutefois de transférer la propriété de sa collection à un autre « musée de France ».

### 2.2.2. Les quatre grandes missions permanentes des « musées de France » ne sont pas des options mais des obligations légales

D'après le Code du patrimoine, les musées ayant reçu l'appellation « Musée de France » doivent, en principe, obligatoirement accomplir quatre grandes missions permanentes :

- «a) Conserver, restaurer, étudier et enrichir leurs collections ;
- b) Rendre leurs collections accessibles au public le plus large ;
- c) Concevoir et mettre en œuvre des actions d'éducation et de diffusion visant à assurer l'égal accès de tous à la culture ;
- d) Contribuer aux progrès de la connaissance et de la recherche ainsi qu'à leur diffusion<sup>37</sup> ».

On retrouve ici l'essentiel des points clés figurant dans l'exposé des motifs de la Loi de 2002, notamment la volonté de placer le visiteur au cœur du musée. Le problème, déjà signalé, est que l'appellation a été attribuée automatiquement à de nombreux musées qui n'accomplissaient pas réellement ces quatre missions et qui, pour certains d'entre eux, 12 ans après le vote de la loi, ne le font toujours pas, le plus souvent faute de moyens et/ou de volonté politique.

### 2.2.3. Les dispositions générales et les obligations liées à l'appellation « Musée de France » : une mise en œuvre à géométrie variable.

*> Favoriser l'accès le plus large au musée par la création d'un service des publics qualifié : une exigence parfois négligée*

D'après la loi, les « musées de France » ont des obligations importantes en termes d'accueil du public.

Tout d'abord, s'agissant de la politique tarifaire, « *les droits d'entrée des musées de France sont fixés de manière à favoriser l'accès de ces musées au public le*

---

<sup>37</sup> Code du patrimoine, article L441-2

*plus large* ». Ainsi, par exemple, le Code du patrimoine dispose, dans sa partie réglementaire que « *dans les musées de France relevant de l'Etat, les personnes de moins de dix-huit ans sont exonérées du droit d'entrée donnant accès aux espaces de présentation des collections permanentes*<sup>38</sup> », gratuité étendue depuis avril 2009 aux jeunes de moins de 26 ans et aux enseignants<sup>39</sup>. Malgré quelques tentatives d'harmonisation nationale, les politiques tarifaires des « musées de France » restent très différentes d'une institution à l'autre, en partie parce que la majorité d'entre eux relève du régime de la libre administration des collectivités territoriales.

Ensuite, et cela est particulièrement important concernant notre étude sur le rôle éducatif et culturel des « *musées de France* », la loi oblige ceux-ci à se doter d'un service des publics : « *Chaque musée de France dispose d'un service ayant en charge les fonctions d'accueil du public, de diffusion, d'animation et de médiation culturelles*<sup>40</sup>. » Le manque de moyens de certains musées de petite taille est anticipé puisque le Code du patrimoine prévoit que « *le cas échéant, ce service peut être commun à plusieurs musées*<sup>41</sup> ». Le législateur prévoit donc, dès 2002, la possibilité d'une mutualisation de services des publics entre des « musées de France ». Non seulement ces services des publics doivent exister dans tous les « musées de France », mais encore faut-il qu'ils soient « assurés par des personnels qualifiés ». Comme la conservation, ces services doivent être professionnalisés : pour le législateur, on ne s'improvise pas médiateur et encore moins conservateur.

Quatorze ans après, même si d'importants progrès ont été faits en termes d'accueil des publics dans de nombreux établissements, force est de constater que cette obligation n'est pas encore respectée par la totalité des « musées de France », loin de là. Ainsi, pour la seule région Bretagne, même si leur nombre a doublé depuis 2002 du fait d'une action très volontariste de la DRAC et de certaines autorités de rattachement, sur 35 « musées de France », seulement la moitié (16) disposent en 2014 d'un réel service professionnel, c'est-à-dire, en pratique, d'au moins une personne permanente formée pour recevoir le public et concevoir des outils pédagogiques ou, pour le dire autrement, d'au moins un médiateur culturel qualifié.

---

<sup>38</sup> R411-2, en vigueur au 05/03/2014 (source : Legifrance)

<sup>39</sup> L'extension de la gratuité a été annoncée par communiqué de presse du Ministre de la Culture puis mise en place par le Centre des monuments nationaux et certains établissements comme le Louvre. Sur le recours intenté en Conseil d'Etat contre ces décisions par SOS Racisme, voir <http://www.localtis.info/cs/ContentServer?pagename=Localtis/Print/Actualite&cid=1250264733217> . Seule la gratuité pour les moins de 18 ans dans « les musées de France relevant de l'Etat » conserve une nature réglementaire. Les enseignants bénéficient quant à eux, provisoirement, d'un Pass éducation leur permettant d'accéder gratuitement aux collections permanentes des musées et aux musées nationaux (valable pour la période 2012-2015). Voir <http://www.education.gouv.fr/cid24202/pass-education-gratuite-des-musees-et-monuments-nationaux-pour-les-enseignants.html>

<sup>40</sup> Code du patrimoine, L 422-7, en vigueur au 05/03/2014

<sup>41</sup> Ibid

*> Le musée et sa collection doivent être dirigés et gérés par un conservateur qualifié, ce qui ne va pas toujours de soi*

L'exigence de professionnalisation et de qualification des personnels des musées, concerne en premier lieu leurs dirigeants. Le Code du patrimoine dispose en effet que « *les activités scientifiques des musées de France sont assurées sous la responsabilité de professionnels présentant des qualifications définies en Conseil d'Etat<sup>42</sup>* ». Il précise qu'il doit s'agir de « *fonctionnaires appartenant à des corps ou cadres d'emplois ayant vocation statutaire à exercer des missions de conservation ou d'autres missions scientifiques liées aux collections dans les musées publics* ». Là encore, malgré cette obligation, certaines autorités de rattachement de « musées de France » ne la respectent pas, préférant recruter par exemple des animateurs du patrimoine pour diriger leur institution. En Bretagne, en mars 2014, 5 « musées de France » n'étaient pas dirigés par un Conservateur (fonction publique d'Etat) ou un Attaché de conservation du patrimoine (fonction publique territoriale), voire pas dirigés du tout, ce que déplore l'Association régionale des conservateurs de musées de Bretagne<sup>43</sup> (ARCMB).

*> La collection du « musée de France », patrimoine de la nation, est soumise au contrôle scientifique et technique de l'Etat*

Parmi les autres dispositions générales du Code du patrimoine concernant les « musées de France », ceux-ci peuvent conclure des conventions avec l'Etat qui précisent les conditions de réalisation de leurs quatre grandes missions (L 441-2). Mais surtout, et les conséquences en sont particulièrement lourdes pour l'investissement et le fonctionnement, ils sont « *soumis au contrôle scientifique et technique de l'Etat* » (Cf. point suivant). Celui-ci peut même « *diligenter des missions d'étude et d'inspection afin de vérifier les conditions dans lesquelles ces musées exécutent les missions qui leur sont confiées par la loi* ». Vu l'état de certains « musées de France », la portée dissuasive de ce dernier article semble toutefois assez peu effective.

*> Les collections des « musées de France » sont et doivent être protégées*

- Les grandes catégories de collection font débat

Selon Jacques Salois, ancien Directeur des Musées de France, les collections des « musées de France », bien que très diverses, peuvent être regroupées en 7 grandes catégories<sup>44</sup> : les beaux-arts, les arts décoratifs, l'art contemporain, l'archéologie, l'histoire, l'histoire naturelle et les sciences et techniques. Il n'est

---

<sup>42</sup> Code du patrimoine, L 442-8 et R442-5

<sup>43</sup> Audition du 17/02/2014 – Sur le sujet, voir aussi le Livre blanc des musées de France de l'AGCCPF, janvier 2011

<sup>44</sup> Jacques Salois, Op.cit, pp 83 à 87

pas rare que certains musées rassemblent plusieurs catégories de collection et les frontières entre celles-ci sont très loin d'être évidentes. Il existe d'ailleurs de nombreuses typologies (voir ci-après).

- Un régime de protection spécifique dont découlent de nombreuses obligations

Un « musée de France » se définissant d'abord par une collection permanente dont la conservation et la présentation sont d'intérêt public, nombreuses sont les dispositions du Code du patrimoine ayant trait aux obligations en ce domaine. C'est à ce niveau que la force contraignante de la politique nationale des musées s'exerce essentiellement : une collection permanente d'un « musée de France », c'est un patrimoine *inaliénable*<sup>45</sup>, *insaisissable* et *imprescriptible* qui concerne la nation toute entière. Elle est, pour cette raison, soumise à un régime particulier de protection et à de nombreuses obligations. La première grande mission des « musées de France » est en effet, selon le Code du patrimoine, de « conserver, restaurer, étudier et enrichir leurs collections ».

- Si les musées doivent conserver et restaurer leurs collections, ils peuvent aussi les enrichir, mais toujours sous le strict contrôle de l'Etat

Selon le Code du patrimoine, « toute acquisition, à titre onéreux ou gratuit, d'un bien destiné à enrichir les collections d'un « musée de France » est soumise à l'avis d'instances scientifiques<sup>46</sup> ». Il en va de même pour la restauration des collections<sup>47</sup>. En région, deux instances d'experts, pilotées par la DRAC, sont chargées de ce contrôle : la « commission régionale compétente en matière d'acquisitions » et celle « en matière de restauration ». Celles-ci se réunissent régulièrement pour rendre des avis « simples » (et non « conformes<sup>48</sup> ») sur les projets soumis par les conservateurs. Les musées bénéficiant d'un avis favorable des commissions sont d'emblée éligibles aux aides de l'Etat et de la Région par l'intermédiaire de deux fonds régionaux : le Fonds régional d'acquisition des musées (FRAM, créé en 1982) et le Fonds régional d'aide à la restauration (FRAR). Le fonctionnement de ces instances représente une charge de travail particulièrement lourde pour les « musées de France » comme pour la DRAC<sup>49</sup> Bretagne.

---

<sup>45</sup> Les collections publiques des MF font partie du domaine public et sont donc inaliénables. Quant aux collections privées, elles ne peuvent être aliénées qu'à une personne publique ou à un autre « musée de France », après accord de l'Etat.

<sup>46</sup> Code du patrimoine, article L 451-1

<sup>47</sup> Ibid, L 452-1

<sup>48</sup> L'avis conforme est un avis dont on doit nécessairement appliquer les termes

<sup>49</sup> Audition DRAC Bretagne

Les « musées de France » ont l'obligation de conserver au mieux leurs collections : sécurité (vol, incendie...) assurance, conservation préventive, restauration des œuvres... Comme l'écrit Jacques Salois, « les collections, même les plus indestructibles apparemment, sont sans cesse menacées par les périls les plus divers et leur simple conservation est une lutte de tous les instants<sup>50</sup> ».

Selon le Code du patrimoine, les missions de restauration, comme celles de conservation ou de médiation, doivent être confiées à des professionnels *qualifiés*<sup>51</sup>. L'Etat y veille étroitement dans l'exercice de sa mission de conseil et de contrôle scientifique et technique.

- Les musées doivent connaître et étudier leurs collections
  - o L'inventaire est en bonne voie, mais un immense travail reste à faire

Selon Jacques Salois, « l'inventaire des collections est la première garantie de sécurité des œuvres<sup>52</sup> ». C'est pourquoi le Code du patrimoine dispose que « les collections des musées de France font l'objet d'une inscription sur un inventaire<sup>53</sup> » et qu'« il est procédé à leur recollement tous les dix ans ». Une première échéance a été fixée pour ce travail colossal d'inventaire : 2014. En Bretagne, sous l'impulsion de la DRAC, de nombreux « musées de France » se sont engagés très activement ces dernières années pour atteindre cet objectif. Pour certains musées, ce sont des centaines de milliers d'objets qui sont à recenser. Or, dans les faits, très peu auront terminé leur inventaire pour 2014 (environ 11 % du recollement avait été réalisé en 2013<sup>54</sup>), cette échéance fixée par l'Etat devra donc être reportée. Il n'empêche que la dynamique d'inventaire est fortement engagée et qu'elle se double parfois, phénomène très important pour l'avenir des « musées de France », de la numérisation des collections qui alimente la base de données nationale « Joconde<sup>55</sup> », elle-même reliée au portail européen « *Europeana*<sup>56</sup> » qui, depuis février 2014, est en lien avec le portail des cultures de Bretagne, « *Bretania*<sup>57</sup> ».

---

<sup>50</sup> Jacques Salois, Op.cit, p 90

<sup>51</sup> Code du patrimoine, L 452-1

<sup>52</sup> Op.cit, p 88

<sup>53</sup> Code du patrimoine, L 451-2 – Par exemple, l'inventaire de la Collection de Robien est actuellement en cours au Musée des beaux-arts de Rennes

<sup>54</sup> Audition DRAC Bretagne

<sup>55</sup> <http://www.culture.gouv.fr/documentation/joconde/fr/partenaires/catalogues.htm>

<sup>56</sup> <http://www.europeana.eu/>

<sup>57</sup> <http://www.bretania.fr/exploitation/> - L'ARCMB est partie prenante de Bretania.

- Les « musées de France » ont des liens privilégiés avec la recherche et les sciences

Au-delà de cette obligation d'inventaire, les « musées de France » ont une mission scientifique d'étude et de recherche à partir de leurs collections. Beaucoup d'entre eux ont d'ailleurs, depuis longtemps, des liens privilégiés avec l'Université, par exemple dans le champ de l'histoire de l'art ou d'autres sciences. C'est d'ailleurs l'une des fonctions essentielles des conservateurs relevant de la fonction publique d'Etat ou de la filière culturelle territoriale. On retrouve là, historiquement, l'une des fonctions originelles des musées (cf. *Mouseïon* d'Alexandrie) qui explique, entre autre, qu'en France, les grands musées nationaux aient longtemps été rattachés au ministère en charge des questions d'éducation. Certains, tel le Museum national d'histoire naturelle par exemple, le sont toujours : celui-ci est aujourd'hui un établissement public placé sous la double tutelle du Ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche et du Ministère de l'Ecologie, du Développement durable et de l'Energie<sup>58</sup>.

*> Le projet scientifique et culturel (PSC) des « musées de France » est un document d'orientation stratégique essentiel, mais tous ne l'ont pas encore élaboré*

Depuis un Décret du 25 avril 2002<sup>59</sup>, les musées candidats à l'appellation « Musée de France » doivent soumettre au Haut conseil des musées de France, un « document d'orientation » qui précise « les objectifs scientifiques et culturels du musée ainsi que les conditions et les moyens envisagés pour leur mise en œuvre, notamment en matière de collections, de personnels, de muséographie, d'éducation, de diffusion et de recherche ».

Par ailleurs, afin d'inciter fortement les « musées de France » ayant déjà l'appellation à inscrire leurs actions dans un véritable projet de développement stratégique, le Code du patrimoine prévoit que « *l'octroi d'une subvention de l'Etat à un projet de construction, d'extension ou de réaménagement d'un musée de France est subordonné à l'approbation préalable, par l'autorité administrative compétente pour accorder la subvention, d'un projet scientifique et culturel, d'un programme de conservation et de présentation des collections ainsi que d'un programme architectural.* <sup>60</sup> ». En bref, tout chantier doit être précédé d'un « projet scientifique et culturel » (PSC) pour obtenir des subventions, le but étant d'éviter « la belle boîte vide », c'est-à-dire que « le contenant précède le contenu »<sup>61</sup>. Il s'agit surtout d'inviter les « musées de France » à avoir une

---

<sup>58</sup> Il fait donc partie de ces musées de France appartenant à l'Etat dont le statut est fixé par Décret (et non pas des musées nationaux placés sous la rattachement du Ministère de la Culture)

<sup>59</sup> Code du patrimoine, R 442-1

<sup>60</sup> Code du patrimoine, D442-15

<sup>61</sup> Au sujet de l'histoire et des enjeux des PSC, voir l'article de Marie-Hélène Joly, « Le projet scientifique et culturel a-t-il de l'avenir ? », La lettre de l'OCIM, n°124-2009, pp8-14

vision prospective de leur développement en lien avec les quatre grandes missions qui leurs sont dévolues par la loi, y compris leur politique des publics (service des publics, actions éducatives, médiation, actions culturelles...).

Pour élaborer leur projet scientifique et culturel (PSC), les « musées de France », bénéficient du conseil et de l'expertise des services de l'Etat, en particulier, pour ce qui concerne le niveau régional, du Conseiller pour les musées à la DRAC. A noter que la Région Bretagne, en lien étroit avec la DRAC, apporte une aide financière aux « musées de France » s'engageant dans une démarche structurante de PSC. Environ la moitié des « musées de France » en Bretagne ne sont pas encore dotés d'un PSC, celui-ci représente pourtant un investissement immatériel indispensable<sup>62</sup>.

### 2.3. Quelques droits et bénéfices liés à l'appellation « Musée de France »

Si, comme cela vient d'être vu, l'attribution de l'appellation « Musée de France » engendre de nombreuses contraintes et obligations pour les musées concernés, il apporte heureusement quelques bénéfices. En premier lieu, il s'agit d'une reconnaissance par la nation et par la République françaises de l'intérêt public de la collection permanente du musée donc, *ipso facto*, de l'institution qui a la responsabilité de sa conservation et de sa présentation au public. Un « musée de France » bénéficie aussi d'un régime juridique très protecteur pour sa collection, celle-ci étant, nous l'avons vu, inaliénable et imprescriptible. Il peut se voir attribuer plus facilement des aides financières de l'Etat, de collectivités locales (ex : la Région Bretagne n'aide que les « musées de France », par exemple à travers le FRAM et le FRAR), de personnes privées à but non lucratif (ex : associations d'Amis de musées, Fondation du patrimoine) ou d'entreprises à but lucratif. Sur ce dernier point, il faut souligner que le mécénat culturel en faveur des « musées de France » ouvre droit à d'importants avantages fiscaux pour les entreprises mécènes, que ce mécénat se traduise par un don en *numéraire*, en *nature* ou en *compétence*<sup>63</sup>.

Son statut légal et national lui permet également d'être aidé sur le plan scientifique, technique et pédagogique par l'Etat en région (conseiller musée de la DRAC, responsable de l'éducation artistique et culturelle, enseignants conseillers-relais mis à disposition par le Rectorat...). Enfin, et c'est une obligation très importante, les « musées de France » étant des musées professionnels, ils ont l'obligation d'être dirigés et animés par une équipe de professionnels qualifiés (conservateurs, attachés de conservation du patrimoine,

---

<sup>62</sup> En 2012, la DRAC dénombrait 13 PSC en Bretagne (source : Evelyne Schmitt-Marchal, Op.cit, p 508)

<sup>63</sup> Sur le mécénat culturel, voir : <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Politiques-ministerielles/Mecenat/Qu-est-ce-que-le-mecenat> + annexes du présent rapport

restaurateurs, médiateurs...)... pour autant que l'autorité de rattachement du musée respecte cette obligation légale, ce qui ne va pas toujours de soi<sup>64</sup>.

L'appellation peut aussi constituer une sorte de « label » (elle est d'ailleurs souvent nommée de la sorte) qui apporte au musée une notoriété et une visibilité sur le plan de l'attractivité locale et touristique, à condition toutefois qu'il développe une véritable politique des publics avec des services dédiés et qualifiés.

---

<sup>64</sup> Audition de l'ARCMB et de conservateurs de musées de France visités

## Chapitre 2

# Le paysage très hétérogène des « musées de France »

---



<b>1. De multiples typologies coexistent</b>	<b>39</b>
1.1. Typologie par statut juridique du propriétaire des collections	39
1.1.1. <i>Les musées nationaux appartenant à l'Etat : ceux du Ministère de la culture... et les autres</i>	40
1.1.2. <i>Les musées appartenant à d'autres personnes morales de droit public : les collectivités territoriales et leurs groupements</i>	41
1.1.3. <i>Les « musées de France » relevant d'une personne de droit privé à but non lucratif sont essentiellement associatifs</i>	44
1.1.4. <i>Un cas atypique dans le paysage des « musées de France » en Bretagne : la collection du Musée des Rochers-Sévigé à Vitré</i>	45
1.2. Typologies par catégorie de collection	45
1.2.1. <i>Typologie simplifiée en guise de première approche</i>	45
1.2.2. <i>Typologie nationale du Ministère de la culture</i>	46
<b>2. Les « musées de France » sont diversement répartis et fréquentés</b>	<b>46</b>
2.1. Une répartition géographique disparate des « musées de France »	46
<b>3. Les principaux acteurs des « musées de France » en Bretagne : sous le contrôle de l'Etat et de leurs autorités de rattachement, les musées sont au cœur d'un important réseau relationnel</b>	<b>54</b>
3.1. Les grandes catégories d'acteurs : du visiteur à la DRAC, en passant par l'autorité de rattachement	55
3.1.1. <i>Les musées eux-mêmes d'abord, en tant que collection et institution</i>	55
3.1.2. <i>Les publics du musée et les associations d'Amis : du visiteur passif à « l'ami » impliqué</i>	56
3.1.3. <i>Les autorités de rattachement des « musées de France » : les musées sont finalement très peu autonomes</i>	56
3.1.4. <i>La DRAC est garante en dernier ressort du contrôle scientifique et technique des « musées de France »</i>	58
3.1.5. <i>Les nombreux autres acteurs en lien avec les « musées de France » en Bretagne</i>	59
3.2. Schéma de synthèse : le système d'acteurs des musées vu par les conservateurs	63
<b>4. Quelques repères sur les moyens très disparates des « musées de France » en Bretagne</b>	<b>64</b>
4.1. Les moyens humains du musée : « la plus précieuse des richesses »	65
4.1.1. <i>Eléments généraux : le musée fonctionne en équipe</i>	65
4.1.2. <i>Quelques exemples régionaux : des ressources humaines très diverses selon les musées, notamment pour leurs services des publics</i>	65
4.2. Les moyens financiers varient eux-aussi selon les musées	67
4.2.1. <i>Eléments généraux : les financements publics dominant</i>	67
4.2.2. <i>Quelques exemples régionaux illustrant une grande disparité de moyens financiers</i>	68
4.3. Moyens liés à l'accessibilité et aux politiques tarifaires	71
4.4. Moyens liés à l'environnement, à l'architecture et à l'aménagement du musée : le musée, c'est d'abord du « contenu », mais c'est aussi un « contenant » qui importe	72
4.5. Moyens numériques : les musées accusent un certain retard mais le rattrapage est en cours	73



La définition des « musées de France » étant posée, il est à présent possible d'aborder, dans ce deuxième chapitre, le paysage régional très hétérogène de ces derniers.

*Dans un premier point*, nous verrons que plusieurs approches typologiques sont possibles, qu'elles se fondent sur la nature juridique de l'autorité institutionnelle propriétaire de la collection du musée ou sur la catégorie principale de ses collections qui peuvent être très diverses, des « musées d'art » aux « musées de société ».

*Le second point* met en évidence une répartition disparate et une fréquentation très variable des « musées de France » en Bretagne, en grande partie liées à la diversité de leurs tailles et de leurs moyens, mais aussi à l'intérêt de leur collection et à leur localisation.

Les « musées de France » sont aussi au carrefour de nombreux acteurs dont la présentation fait l'objet du *troisième point*.

Enfin, à l'appui d'exemples régionaux, *le quatrième point* met en évidence la grande disparité de moyens financiers, humains et matériels dont disposent les « musées de France » en Bretagne, ce qui a des conséquences importantes sur les possibilités de développement de leur rôle éducatif et culturel.

## 1. De multiples typologies coexistent

Nous savons à présent ce qu'est un musée à qui l'Etat a attribué, depuis la Loi du 4 janvier 2002, l'appellation unique de « Musée de France », mais, il existe de nombreuses typologies faisant l'objet de débat. Les musées peuvent être classés, de manière simplifiée, par leur statut juridique de leur autorité institutionnelle ou selon la (ou les) catégorie(s) dominante(s) de leur(s) collection(s).

### 1.1. Typologie par statut juridique du propriétaire des collections

Selon le Code du patrimoine, seuls les « musées appartenant à l'Etat, à une autre personne morale de droit public ou à une personne de droit privé à but non lucratif » peuvent se voir accorder l'appellation « Musée de France ». Ces trois catégories juridiques constituent une première base typologique. Le critère retenu est ici celui de l'institution propriétaire de la collection principale du musée.

### 1.1.1. Les musées nationaux appartenant à l'Etat : ceux du Ministère de la culture... et les autres

Parmi les musées appartenant à l'Etat, aussi appelés « musées nationaux », on distingue habituellement les « musées nationaux placés sous la tutelle du Ministère de la culture et de la communication (MCC) » et ceux relevant d'autres ministères.

> *Les musées nationaux relevant du ministère chargé de la culture représentent à eux-seuls près de la moitié de la fréquentation annuelle des « musées de France »*

En février 2014, on dénombrait 41 *musées nationaux relevant du Ministère chargé de la culture*<sup>65</sup>, parmi les plus prestigieux et les plus fréquentés de France : Le Louvre (8,7 millions de visites en 2011), le Domaine de Versailles (6,7 millions de visites), le Musée national d'art moderne – Centre Pompidou (3,6 millions de visites), le Musée d'Orsay (3,1 millions de visites)... Ces grands musées nationaux sont majoritairement situés à Paris et en région Ile de France. A eux seuls, ils représentent près de la moitié (48 % en 2007) de la fréquentation de l'ensemble des « musées de France » au niveau national, soit environ 28 millions d'entrées sur un total de 59 millions en 2011<sup>66</sup>.

> *Les musées nationaux relevant d'autres ministères sont moins fréquentés*

A côté des musées nationaux relevant du Ministère chargé de la culture, certains *musées nationaux sont placés sous la tutelle d'autres ministères* : Ministère de la Défense (ex : Musée de l'armée à Paris, Musée de l'air et de l'espace, Musée national de la Marine et ses annexes...) ; Ministère chargé de l'enseignement supérieur et de la recherche (ex : *Museum* national d'histoire naturelle à Paris, Musée national des techniques du Conservatoire national des arts et métiers à Paris...) ; Ministère de l'économie et des finances (ex : Musée de la Poste), Ministère des affaires sociales et de la santé (ex : Musée de l'Assistance publique-Hôpitaux de Paris), Ministère de la Justice, Ministère de l'agriculture. En tout, on dénombrait 24 musées nationaux relevant d'autres ministères, dont la plupart sont également situés à Paris. Leur fréquentation est bien moindre que celle des musées nationaux du Ministère de la culture : 3,7 millions d'entrées en 2011.

> *Au final, ces musées nationaux d'Etat représentent 5 % de l'ensemble des « musées de France », mais 54 % de leur fréquentation*

On le voit, ces musées nationaux appartenant à l'Etat, majoritairement situés à Paris ou en région parisienne, drainent à eux seuls plus de la moitié de

---

<sup>65</sup> Décret 2014-119 du 11 février 2014, articles R 421-2, 3, 4 du Code du patrimoine en vigueur au 06/03/2014

<sup>66</sup> Ministère de la culture, Patrimostat 2011 (publié en 2013)

l'ensemble des entrées des « musées de France » (54 %), alors qu'ils ne représentent que 5 % de l'ensemble des établissements<sup>67</sup>.

> *En Bretagne, on trouve 3 « Musée de France » dont les collections principales appartiennent à l'État*

En Bretagne, il existe deux annexes du Musée national de la marine situés à Port-Louis (56) et à Brest (29). Ceux-ci sont répertoriés comme étant deux « musées de France ». Notons que, par ailleurs, le Muséum national d'histoire naturelle, lui-même « musée de France », dispose de deux sites en Bretagne<sup>68</sup>, à Concarneau (Station de biologie et Marinarium) et Dinard (Centre de recherche et d'enseignement sur les systèmes côtiers – CRESCO), mais qui ne sont pas référencés en eux-mêmes comme étant sous appellation « Musée de France ».

Le musée des Phares et balises d'Ouessant peut aussi être considéré comme un « musée d'État » puisque sa collection principale lui appartient. Il est toutefois géré par le Parc Naturel Régional d'Armorique avec le Département du Finistère.

### 1.1.2. Les musées appartenant à d'autres personnes morales de droit public : les collectivités territoriales et leurs groupements

> *Les « musées de province » face à l'hégémonie historique des musées parisiens*

Selon Jacques Salois, « le réseau des musées des collectivités locales reste profondément marqué par le conflit initial, ouvert à la Révolution, entre l'ambition hégémonique de Paris, attaché à rassembler dans l'« Athènes moderne » et dans la main de l'Etat tous les trésors de la Nation, et le souci de la République naissante d'un partage plus équitable des richesses artistiques avec les villes et départements. ».<sup>69</sup> L'auteur rappelle qu'un « effort d'équilibre s'esquisse avec l'arrêté du 14 fructidor an IX (1<sup>er</sup> septembre 1801) » qui crée 15 « musées de province ». Parmi ces derniers on trouve, pour la Bretagne, le Musée des beaux arts de Rennes qui sera plus tard l'unique « musée classé » de la région (placé sous la responsabilité d'un Conservateur d'Etat), avant de prendre l'appellation de « Musée de France ».

A partir de 1880, la ville de Paris s'est aussi dotée d'un ensemble divers de musées municipaux qui sont aujourd'hui 14<sup>70</sup> ayant reçu l'appellation « Musée de France » (ex : Musée Carnavalet – Histoire de Paris, Musée d'art moderne de la

---

<sup>67</sup> Ministère de la culture, « L'appellation musées de France », 19/11/2012, <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Aides-et-demarches/Protections-labels-et-appellations/L-appellation-Musee-de-France>, consulté le 07/03/2014

<sup>68</sup> <https://www.mnhn.fr/fr/propos-museum/sites-museum>, consulté le 28/04/2014

<sup>69</sup> Jacques Salois, Op.cit p 40

<sup>70</sup> <http://parismusees.paris.fr/>, consulté le 07/03/2014

Ville de Paris...). Leur fréquentation était de 2,9 millions d'entrées en 2011, ce qui souligne encore la domination, en termes de visites, des « musées de France » situés en région parisienne. A noter, cas particulier, que la Cité des sciences et de l'industrie et le Palais de la découverte, les deux plus grands établissements nationaux de culture scientifique et technique relevant du Ministère de la culture (rapprochés aujourd'hui au sein d'Universcience), n'ont pas le statut de « musées de France ». Ils ont pourtant drainé près de 3 millions de visites en 2011<sup>71</sup>.

> La grande majorité des « musées de France » relèvent de collectivités territoriales ou de leurs groupements.

Jacques Salois observe qu'« hors de Paris, la liste des grands musées reste très proche de celle de l'arrêté de 1801 mais le paysage, enrichi bien au-delà des seuls musées de beaux arts, a été profondément rénové au cours des trois dernières décennies<sup>72</sup> ». Une écrasante majorité des « musées de France » (82 %), relèvent des collectivités territoriales ou de leurs groupements<sup>73</sup> : communes (ex : Musée d'art et d'histoire de Saint-Brieuc, Musée de Préhistoire de Carnac), établissements public de coopération intercommunale (ex : Musée de Bretagne à Rennes qui appartient à la communauté d'agglomération de Rennes Métropole, Musée des beaux- arts de Pont-Aven et Musée de la pêche de Concarneau qui relèvent aujourd'hui de Concarneau Cornouaille Agglomération, départements (ex : Musée départemental Breton à Quimper).

> Les « musées de France » régionalisés sont pratiquement inexistant, et pourtant les Régions s'impliquent dans la vie de certains « musées » en région

Les Régions sont un cas à part. En 2008, Jacques Salois le soulignait : « Collectivités récentes, les régions ne possèdent guère de musées, et rares sont celles qui ont élaboré et mis en œuvre une politique explicite et globale dans ce domaine<sup>74</sup> ». Il y a pourtant quelques exceptions. Par exemple, l'annexe du Musée du Louvre à Lens, inaugurée en 2012, est gérée par un Établissement public de coopération culturelle (EPCC) dans lequel la Région Nord-pas-de-Calais est partie-prenante.

Certaines Régions s'investissent fortement, depuis 1981, dans les collections d'art contemporain à travers les Fonds régionaux d'art contemporain (FRAC). Sur le site Web du FRAC Bretagne<sup>75</sup>, on peut lire que la Bretagne est « la première

---

<sup>71</sup> Patrimostat 2011, pp 23-24

<sup>72</sup> Jacques Salois, Op.cit p 43

<sup>73</sup> Ministère de la culture, « L'appellation musées de France », 19/11/2012, <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Aides-et-demarches/Protections-labels-et-appellations/L-appellation-Musee-de-France>. Dans une autre source, le Patrimostat 2011, le nombre de 1217 musées de France est annoncé et non 1218.

<sup>74</sup> Jacques Salois, Op.cit, p 68

<sup>75</sup> <http://www.fracbretagne.fr/>

*région de France*<sup>76</sup> à disposer d'un grand musée d'art contemporain de nouvelle génération », inauguré en 2012<sup>77</sup>. Le terme « musée » est avancé... même si sur la page d'accueil du site on préfère parler « d'un nouveau lieu pour l'art contemporain ». A l'image du Musée national d'art moderne du Centre Pompidou, peut-être deviendra-t-il un jour « musée de France »... En tout cas la Région Bretagne, aux côtés de l'Etat et de la Ville de Rennes, est une partie prenante majeure de l'EPCC qui gère ce lieu de conservation et de présentation d'une collection d'art d'intérêt public<sup>78</sup> : elle en est propriétaire et a financé près de 60 % du coût du nouveau bâtiment.

#### Exemples d'actions éducatives du FRAC Bretagne

Si le FRAC Bretagne n'est pas un « musée de France », il dispose d'un véritable service éducatif<sup>79</sup> lui permettant de développer des médiations, parfois innovantes, avec les jeunes publics et les publics éloignés ou empêchés, *in situ* et hors les murs. Ces actions éducatives et culturelles sont parfois menées en partenariat avec des « musées de France » (ex : croisement de l'exposition temporaire « Migrations Bretagne-monde » du Musée de Bretagne avec celle du FRAC « Ulysses l'autre mer » en 2013 dans le cadre du dispositif national « Les portes du temps », destiné à des jeunes défavorisés<sup>80</sup>).

Parmi ces nombreuses actions et médiations éducatives en direction des publics scolaires, le FRAC s'associe à des établissements scolaires pour mener des projets sur la durée comme ce fut le cas, par exemple, en 2013/2014, avec le projet « *Un espace, des espaces*<sup>81</sup> » avec le Lycée Chateaubriand de Rennes, dans le but de sensibiliser la communauté scolaire du lycée à l'art contemporain (réalisation d'une exposition d'œuvres d'art du FRAC au CDI du lycée et organisation d'une visite du FRAC).

> *De nouveaux modes de coopération et de gestion des « musées de France » se développent dans les territoires.*

Même si « la quasi-totalité des musées appartenant aux collectivités locales restent cependant, le plus souvent, de simples services de la commune ou du département dont ils dépendent<sup>82</sup> », d'autres modes de gestion et/ou de coopération locales tendent à se développer :

- *Etablissement public de coopération culturelle* (ex : EPCC du Musée du Louvre-Lens dont la Région Nord-Pas-de-Calais est maître d'ouvrage et l'un des principaux financeurs).

<sup>76</sup> D'autres Régions ont des projets similaires de FRAC 2ème génération : FRAC Centre, PACA, Franche-Comté, Nord-Pas de Calais et Aquitaine

<sup>77</sup> Le nouveau bâtiment du FRAC Bretagne est le fruit d'un partenariat entre la Région Bretagne (maître d'ouvrage), le Ministère de la culture et la Ville de Rennes. La maîtrise d'oeuvre a été confiée à l'architecte Odile Decq.

<sup>78</sup> Depuis 1986, elle soutient également le « Centre culturel de rencontre » de Kerguéhennec dans le Morbihan ainsi que son Atelier régional de restauration.

<sup>79</sup> <http://www.fracbretagne.fr/ressources.html>

<sup>80</sup> <http://lesportesdutemps.culture.gouv.fr/lieux/musee-de-bretagne-rennes/>

<sup>81</sup> Pour une présentation du projet voir : <http://prezi.com/wmqnc3gnvsdf/presentation-frac/>

<sup>82</sup> Jacques Saloir, Op.cit p 68

- *Société d'économie mixte locale* -SEM<sup>83</sup> (ex : ancien statut du Port-musée de Douarnenez aujourd'hui géré directement par la Ville, Musée d'histoire du XXème siècle -Mémorial de Caen).
- *Société publique locale* -SPL (ex : « Le voyage à Nantes », qui fédère le musée d'histoire de Nantes et les Machines de l'île).
- *Groupement d'intérêt public à caractère culturel* (ex : GIPC « Musée Mathurin Méheut de Lamballe » regroupant l'association des Amis, la ville de Lamballe, Lamballe Communauté, le Conseil départemental ; GIPC « Mémoire de pierres – mégalithes en Morbihan » qui n'est pas un « musée de France » mais dont font partie la commune de Carnac propriétaire du Musée de Préhistoire, le Département, la Région Bretagne, l'Etat...).
- *Syndicat mixte à vocation unique* (SIVU) de Saint-Marcel (ex : Musée de la Résistance bretonne de Saint-Marcel, dans le Morbihan, qui connaît d'importantes difficultés et auquel le Ministère de la Défense s'est récemment engagé à porter secours<sup>84</sup>...).

### 1.1.3. Les « musées de France » relevant d'une personne de droit privé à but non lucratif sont essentiellement associatifs

En France, 13 % des « musées de France » appartiennent à des personnes morales de droit privé qui sont principalement des associations et beaucoup plus rarement, des fondations<sup>85</sup> (ex : Fondation Calvet – Musée des beaux-arts et d'archéologie d'Avignon). En Bretagne, sur 35 musées de France, 5 d'entre eux ont une collection principale qui est la propriété d'une association (14 %).

Selon Jacques Salois, on dénombre en France environ 150 musées associatifs ayant l'appellation « Musée de France »<sup>86</sup>. Il faut toutefois, d'après lui, distinguer entre les « fausses associations financées par la puissance publique » et les « vrais musées associatifs » qui « ne reposent que sur l'engagement militant de leurs membres ». Le passage de l'un à l'autre n'est pas rare : le plus souvent les pouvoirs publics, principalement les collectivités locales de proximité interviennent pour assurer la pérennité d'un musée associatif en difficulté ou pour contribuer à son développement.

C'est par exemple le cas du Musée Mathurin Méheut de Lamballe qui était, jusqu'à il y a peu, uniquement géré par une association et qui, dans l'optique de son développement s'est transformé en Groupement d'intérêt public culturel, ou de l'Écomusée des Monts d'Arrée qui, est fortement soutenu par le Département du Finistère, même si sa gestion reste associative. On peut citer aussi

---

<sup>83</sup> La SEM est une société anonyme de droit privé

<sup>84</sup> Discours de Jean-Yves Le Drian, Ministre de la Défense, à Saint-Marcel, le 17/01/2014

<sup>85</sup> Dans certains pays étrangers, les musées de Fondation sont plus fréquents (ex : Musée Guggenheim de Bilbao, créé par la Fondation Solomon R. Guggenheim, Centre d'art contemporain au Palais Grassi de Venise créé par la Fondation François Pinault)

<sup>86</sup> Jacques Salois, Op.cit, p 77

l'Écomusée de Saint-Dégan à Brec'h (56), géré par l'association « Nature et traditions du Pays d'Auray » ou encore l'Écomusée du Pays de Montfort devenu « Maison du patrimoine de Brocéliande » (et dont la collection associative a été provisoirement transférée à la commune de Montfort).

Sans l'aide des pouvoirs publics et de nouveaux modes de gestion<sup>87</sup>, nombre de musées associatifs, confrontés à d'importantes difficultés financières et/ou de fréquentation, n'auraient pas survécu jusqu'à aujourd'hui.

#### 1.1.4. Un cas atypique dans le paysage des « musées de France » en Bretagne : la collection du Musée des Rochers-Sévigé à Vitré

Un cas juridique atypique est à signaler en Bretagne : la collection du Musée des Rochers-Sévigé à Vitré appartient à une Société civile immobilière (SCI). Or, une SCI n'est pas une personne de droit privé à but non lucratif... C'est pourquoi l'appellation « Musée de France » est actuellement<sup>88</sup> réexaminé par le Ministère de la culture, son retrait pouvant même être envisagé si la situation demeurait en l'état.

## 1.2. Typologies par catégorie de collection

La typologie des catégories de collection étant très variable selon les sources, faire reposer une typologie des « musées de France » sur ce fondement est, *ipso facto*, assez incertain. Même relative, cette approche est toutefois nécessaire pour mieux cerner leur contenu.

### 1.2.1. Typologie simplifiée en guise de première approche

Selon Evelyne Schmitt-Marchal, conseillère pour les musées à la DRAC Bretagne, on peut de façon simplifiée, distinguer deux familles principales de musées :

- les « musées des beaux-arts » (ex : Musée des beaux-arts de Quimper, le plus fréquenté en Bretagne ; Musée des beaux-arts de Rennes qui arrive juste après ; Musée des beaux-arts de Pont-Aven, Musée des beaux-arts du Fauët.

- les « musées de société » qui concernent l'histoire, l'archéologie, l'ethnographie, la culture technique... (Port-Musée de Douarnenez, Musée de Préhistoire de Carnac, Ecomusée des Monts d'Arrée à Commana et Saint-Rivoal, Musée de Bretagne à Rennes, Musée de la Pêche de Concarneau, Musée nationale de la marine de Brest et Port-Louis...)

---

<sup>87</sup> Evelyne Schmitt-Marchal, Op.cit, p 512

<sup>88</sup> mai 2014

### 1.2.2. Typologie nationale du Ministère de la culture

Dans son ouvrage annuel de référence sur les statistiques de fréquentation des « musées de France », « Patrimostat<sup>89</sup> », le Ministère de la culture différencie 4 ensembles de musées selon la catégorie dominante de leurs collections :

- Les musées d'art (64 % de la fréquentation de l'ensemble des « musée de France » en 2011),
- les musées d'histoire (19 % de la fréquentation),
- les musées de société et de civilisation (10 % de la fréquentation),
- les musées de nature, sciences et techniques (7 % de la fréquentation).

Dans la base de données en ligne du Ministère sur les musées, « Muséofile<sup>90</sup> », les thématiques principales des collections sont plus détaillées (11 rubriques): Archéologie, Arts décoratifs, Beaux-arts, Art du XXème siècle, civilisations extra-européennes, ethnologie, histoire, photographie, sciences de la nature, sciences fondamentales, technique et industrie.

## 2. Les « musées de France » sont diversement répartis et fréquentés

Seules quelques données générales sur les « musées de France » sont présentées ici en guise de points de repère. Nous reviendrons de manière plus approfondie sur la question des publics et de la fréquentation dans le chapitre 2. Les chiffres et les cartes qui suivent sont issus du Ministère de la culture, essentiellement du document « Patrimostat 2011 ».

### 2.1. Une répartition géographique disparate des « musées de France »

*> Au niveau national, la Bretagne figure parmi les régions ayant relativement peu de « musées de France »*

En 2011, la France comptait 1217 établissements avec leurs annexes<sup>91</sup> portant l'appellation « Musée de France », dont 1007 étaient ouverts au public ou proposaient des expositions « hors les murs » (comme le fait par exemple le Musée de Pont-Aven en 2014 en raison de travaux). Rappelons ici que parmi

---

<sup>89</sup> Patrimostat 2011. Il présente aussi des statistiques sur la fréquentation des monuments nationaux et des archives de France

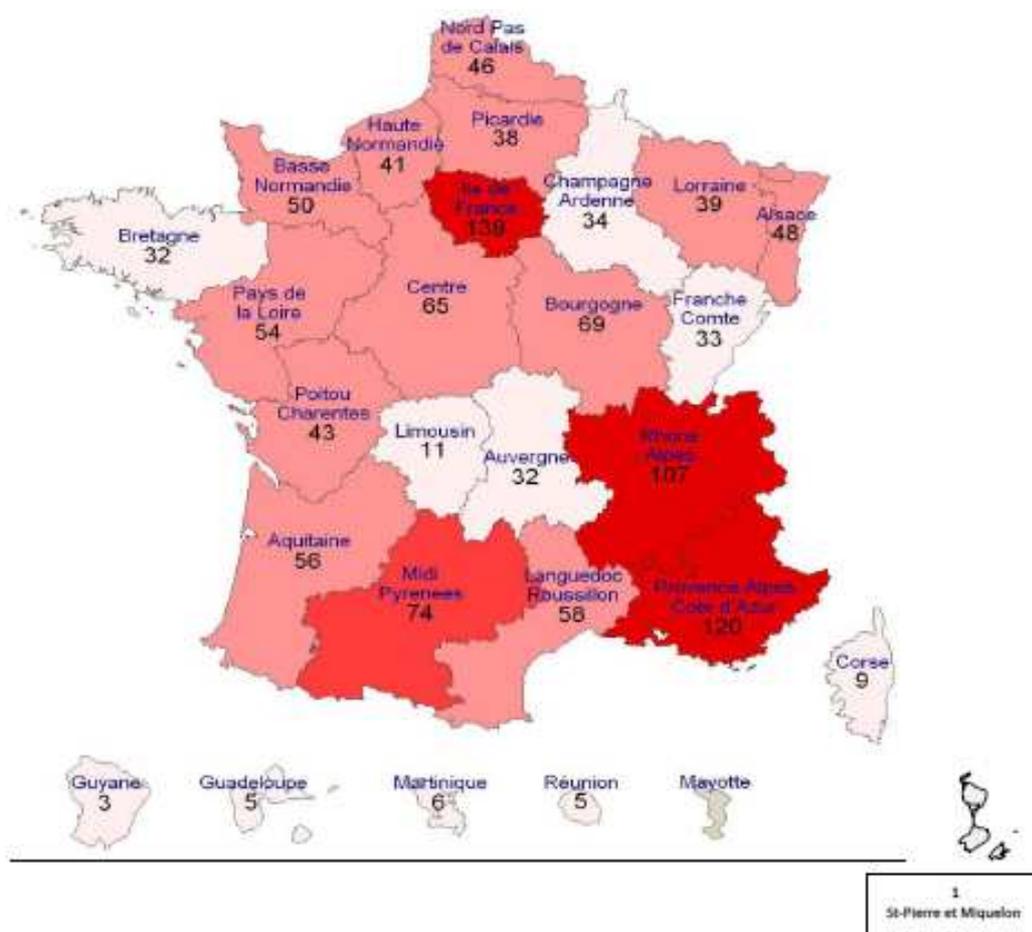
<sup>90</sup> [http://www.culture.gouv.fr/public/mistral/museo\\_fr?ACTION=RETOUR&USRNAME=nobody&USRPWD=4%24%2534P](http://www.culture.gouv.fr/public/mistral/museo_fr?ACTION=RETOUR&USRNAME=nobody&USRPWD=4%24%2534P) voir rubrique « thématiques principales », consulté le 07/03/2014

<sup>91</sup> Exemple : le musée national de la marine a deux annexes en Bretagne : Port-Louis et Brest

l'ensemble de ces musées, 82 % relèvent des collectivités territoriales ou de leur groupement, 13 % de « personnes morales de droit privé (associations ou fondations) » et 5 % seulement de l'État<sup>92</sup>.

Pour ce qui concerne la Bretagne, on y comptait 34 « musées de France » en 2011<sup>93</sup> (les 32 musées figurant sur la carte ci-après auxquels il faut ajouter les 2 musées « annexes » du Musée national de la marine à Port-Louis et Brest), ce qui comparativement à d'autres régions françaises n'est pas très élevé ( ex : 46 en Nord-Pas-de Calais, 48 en Alsace, 54 en Pays de la Loire, 107 en Rhône-Alpes et 120 en PACA)<sup>94</sup>. Elle a le plus faible nombre de « musées de France » de l'ensemble des régions de l'Arc Atlantique (voir carte ci-dessous).

Carte 1. Nombre de « musées de France » par région en France en 2011



Source : Ministère de la culture, Patrimostat 2011, p.8. Code couleur (précision CESER) : les régions les plus foncées ont le plus grand nombre de « musées de France ».

<sup>92</sup> Ministère de la culture, novembre 2012 : <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Aides-et-demarches/Protections-labels-et-appellations/L-appellation-Musee-de-France> , consulté le 08/03/2014

<sup>93</sup> Et 35 à partir de janvier 2012, date à laquelle le Musée du Faouët a reçu l'appellation « musée de France »

<sup>94</sup> Populations totales régionales au 1/01/2011 (INSEE) : Bretagne = 3 217 767 ; Nord-pas-de-Calais = 4 042 015 ; Alsace = 1 852 325 ; Pays de la Loire = 3 601 113 ; Rhône-Alpes = 6 283 541. Le nombre de musées de France par habitant d'une région n'est pas nécessairement significatif considéré isolément : il faut aussi prendre en compte la variable de la fréquentation touristique selon les régions.

> *Au niveau régional, les « musées de France » se concentrent autour des pôles urbains et près du littoral*

- *Il n'y a pas que les « musées de France » en Bretagne*

Avant de présenter la carte des « musées de France » en Bretagne, il faut rappeler qu'il existe de nombreux autres musées échappant, en termes de classification, à toute appellation. Très nombreux et contribuant eux aussi au développement culturel de la région et de ses territoires, leur nombre était estimé par la DRAC à environ 200<sup>95</sup> en 2012. Si on y ajoute les 35 « musées de France »<sup>96</sup> que compte la Bretagne en 2014, on peut donc estimer à environ 235 le nombre total de musées, tous statuts confondus, en Bretagne.

*Exemple d'un projet de musée de l'enseignement technique en attente*

En 2003, le Lycée d'enseignement général et technologique Joliot-Curie de Rennes a porté un projet de création d'un Centre d'informations, de ressources et de mémoire de l'enseignement technique (CIRMET)<sup>97</sup>. Cette structure devait être un lieu de convergence entre l'école, les entreprises, les parents et les élus, mais aussi un espace de formation complémentaire des collégiens (technologie, orientation), des personnes chargées de l'orientation. Elle était également envisagée comme un « lieu de mémoire » de l'enseignement technique visant à « démystifier la culture technologique et d'offrir au visiteur, dans un espace dynamique, la possibilité de « faire » », à partir de moyens mis en œuvre pour la conception et l'élaboration de produits...

Malgré une convergence d'avis favorables émanant en particulier de l'Etat en région, de la Région Bretagne, du Conseil général d'Ille-et-Vilaine, de la Ville de Rennes, mais aussi du Musée national de l'Education (Institut national de recherche pédagogique) et du Musée national des arts et métiers (Conservatoire national des arts et métiers), le projet est en suspens depuis 2003. Au vu de son intérêt public et régional, il mériterait aujourd'hui d'être réexaminé par l'ensemble des parties prenantes afin d'étudier les voies possibles de réalisation partenariale.

- *35 « musées de France » en Bretagne en 2014 et seulement 3 dans les Côtes d'Armor*

Pour ce qui concerne la répartition des 35 « musées de France » en Bretagne, le département du Finistère est celui où on en trouve le plus : 13<sup>98</sup> (dont le Musée du Faouët depuis janvier 2012). Viennent ensuite le département du Morbihan avec 10 musées, puis celui d'Ille-et-Vilaine avec 9. Les Côtes d'Armor se

---

<sup>95</sup> Evelyne Schmitt-Marchal, Op.cit p 508 – Dans un article d'Ouest-France/Bretagne, publié le 3/11/2011, « Les principaux musées bretons se portent bien », le journaliste Philippe Gaillard estimait le nombre total de musées en Bretagne à « près de 180 ». A noter que le Comité régional du tourisme recense et suit la fréquentation annuelle de 82 musées, incluant les « musées de France ».

<sup>96</sup> En comptant pour 2 musées de France les 2 annexes du musée national de la marine à Brest et Port-Louis et pour 1 seul « musée de France » les 2 sites de l'écomusée des Monts d'Arrée (Commana et Saint-Rivoal)

<sup>97</sup> Entretien avec l'un des enseignants porteurs du projet, M. Jean-Pierre Le Coq, le 30/01/2014, CESER Bretagne.

<sup>98</sup> En incluant l'annexe de Brest du musée national de la Marine et en ne comptant qu'une fois l'écomusée des Monts d'Arrée (qui est réparti sur les 2 sites de Commana et Saint-Rivoal). Selon les sources, il se peut que les 2 annexes du Musée national de la marine en Bretagne de Port-Louis et Brest ne soient pas comptabilisés, ou que l'écomusée des Monts d'Arrée soit comptabilisé 2 fois (les deux sites).

distinguent par l'existence de seulement 3 « musées de France ». Ces musées sont très hétérogènes : thématiques, tailles, moyens, statuts.

- *Carte et liste des « musées de France » en Bretagne : les « musées de société » sont protéiformes et beaucoup plus nombreux que « les musées de beaux-arts ».*

La carte ci-après, réalisée par le CESER sur la base des données de la DRAC Bretagne au 1<sup>er</sup> mai 2014, présente la répartition géographique des 35 « musées de France » en Bretagne.

La typologie retenue est celle utilisée nationalement par le Ministère de la culture pour le recensement annuel de la fréquentation des « musées de France » (Patrimostat 2011). Celle-ci distingue 4 catégories de musées selon la thématique principale de leurs collections :

- Les musées d'arts
- Les musées d'histoire
- Les musées de société et civilisation
- Les musées de nature/sciences/techniques

La Bretagne compte 10 musées d'art, 8 musées d'histoire, 17 musées de société et civilisation et, selon cette typologie, aucun musée classé dans la catégorie « nature/sciences et techniques<sup>99</sup> ».

S'agissant du classement des musées selon leur nature juridique, ils peuvent être regroupés en 4 catégories, étant précisé que, pour la DRAC Bretagne, *c'est la propriété des collections principales qui détermine le statut du musée*. On trouve donc, en Bretagne :

- des musées de collectivités territoriales ou de leurs groupements,
- des musées d'Etat et leurs annexes sous appellation « Musée de France »<sup>100</sup>,
- des musées d'associations,
- des musées relevant d'une autre personne privée (fondations, sociétés...).

*Selon ce critère de propriété de la collection*, on dénombre en Bretagne, parmi les 35 « musées de France » : 26 musées de collectivités territoriales ou de leurs groupements (dont Syndicat mixte du Parc naturel régional d'Armorique) ; 5 musées d'associations ; 3 musées d'Etat (2 annexes du Musée national de la

---

<sup>99</sup> Un projet de musée des sciences et techniques existe en Bretagne, notamment à partir des collections scientifiques de l'Université de Rennes 1, mais sa réalisation a été suspendue...

<sup>100</sup> Les deux sites du Muséum national d'histoire naturelle à Dinard et Concarneau, ne sont pas répertoriés comme « musées de France », bien que le Muséum national d'histoire naturelle en soit un. En mai 2014, seul le site de Concarneau et son Marinarium ouvert au public pourrait éventuellement être concerné (le site de Dinard n'est pas ouvert au public).

Marine<sup>101</sup> et le Musée des phares et balises d'Ouessant<sup>102</sup>) ; 1 musée appartenant à une « société privée » (Musée des Rochers-Sévigné à Vitré). Notons qu'on ne trouve pas en Bretagne de « musée de France » dont les collections appartiennent à une fondation.

Ce critère de propriété de la collection ne permet pas de rendre compte entièrement de la situation de certains musées qui ont en réalité un statut mixte, le propriétaire de la collection n'étant pas toujours l'autorité de gestion du musée. C'est par exemple le cas du Musée Mathurin Méheut de Lamballe (collection propriété de l'association « Les Amis de Mathurin Méheut » ; gestion par un Groupement d'intérêt public culturel), du Musée des phares et balises d'Ouessant (collection principale propriété de l'Etat/Ministère de l'écologie, du développement durable, des transports et du logement ; gestion par le Parc naturel régional d'Armorique- PNRA).

La propriété des collections est parfois délicate lorsqu'elle est partagée. C'est par exemple la situation de l'Ecomusée de l'Île d'Ouessant, dont les collections d'objets appartiennent au PNRA alors que le bâti – qui dans les écomusées est une pièce de collection – est la propriété du Département du Finistère...

Notons la situation très atypique du Musée des Rochers-Sévigné de Vitré qui appartient à une société privée<sup>103</sup> (SCI) et qui fait l'objet, en mai 2014, d'un réexamen d'appellation « musée de France » par le Ministère de la culture.

Le classement proposé dans le tableau ci-après est au plus près de la réalité, mais il ne traduit pas entièrement la complexité particulière de la gouvernance locale de certains « musées de France », d'autant plus que celle-ci est parfois évolutive (ex : Musée Mathurin Méheut de Lamballe). Par ailleurs, la collection d'un « musée de France » peut-être exceptionnellement déclassée ou transférée à un autre « musée de France ». Un « musée de France » peut ainsi se voir retirer son appellation nationale (ex : Musée du Château de Suscinio (56) en 2009 ; Musée de la Faucillonnaie à Vitré en 2011).

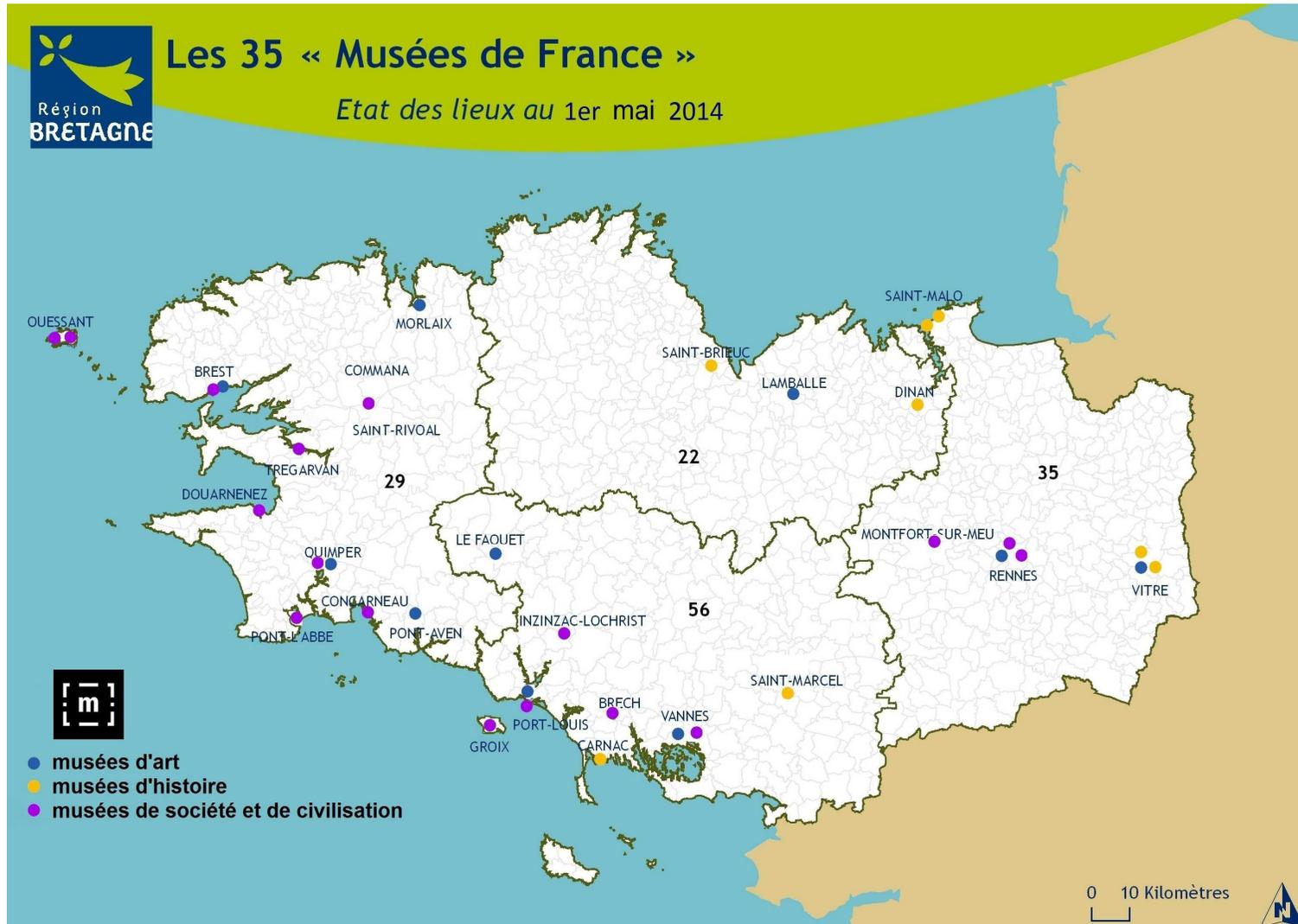
---

<sup>101</sup> Relevant du Ministère de la Défense

<sup>102</sup> Collection principale relevant du Ministère de l'écologie, du développement durable, des transports et de la mer/ Direction interrégionale de la mer Nord Atlantique Manche Ouest/ Phares et balises – Un projet de GIP « Phares et balises » est actuellement en cours. Le musée est actuellement (mai 2014) géré par le Parc naturel régional d'Armorique, avec le concours du Département du Finistère.

<sup>103</sup> Société civile immobilière « Les Rochers-Sévigné »

Carte 2. Carte des 35 « musées de France » en Bretagne au 1er mai 2014



Source : données DRAC Bretagne au 1/05/2014, sur la base de la typologie « Patrimostat » du Ministère de la culture, carte réalisée par le CESER de Bretagne

Tableau 1. Liste des 35 musées sous appellation « Musée de France » en Bretagne au 1er mai 2014

Département	Localité	Nom du musée	Type de musée (typologie Patrimostat 2011) : -Art (A) -Histoire (H) -Société et civilisation (SC) -Nature/sciences/techniques (NST)	Thématiques principales des collections (Typologie Ministère – Muséofile 03/2014 <sup>104</sup> )	Nature juridique de l'autorité du musée : -Collectivité territoriale ou groupement (CTG) -Etat (E) -Association (A)	Existence d'un service des publics autonome répondant aux critères « musées de France » : -oui (O) -non (N)
Côtes d'Armor (3 musées)	Dinan	Musée du Château	H	Archéologie ; Beaux-Arts ; Ethnologie ; Histoire	CTG	N
	Lamballe	Musée Mathurin Méheut	A	Arts décoratifs ; Beaux-Arts	Collections: A Gestion : GIPC <sup>105</sup>	0
	Saint-Brieuc	Musée d'art et d'histoire	H	Beaux-Arts ; Ethnologie ; Histoire Archéologie	CTG	0
Finistère (13 musées)	Brest	Musées des beaux arts	A	Beaux-Arts ; Arts décoratifs ; Art moderne et contemporain	CTG	0
	Brest	Musée national de la Marine <sup>106</sup>	SC	Technique et industrie	E	0
	Commana	Ecomusée des Monts d'Arrée (Moulins de Kerouat)	SC	Ethnologie ; Histoire ; Technique et industrie	A	0
	Saint-Rivoal	Ecomusée des Monts d'Arrée (Maison Cornec)	SC	Ethnologie ; Histoire ; Technique et industrie	A	0
	Concarneau	Musée de la pêche	SC	Ethnologie ; Histoire	CTG	0
	Douarnenez	Port-Musée	SC	Ethnologie, Technique et industrie	CTG	0
	Morlaix	Musée des Jacobins	A	Art du XXe (art moderne et contemporain) ; Archéologie ; Beaux-Arts ; Ethnologie ; Histoire	CTG	0

<sup>104</sup> Avertissement : nous présentons ici les thématiques principales des musées de France telles qu'elles apparaissent dans la base Muséofile du Ministère de la culture au 08/03/2014. Celle-ci ne semble toutefois pas actualisée depuis 2012 puisque, par exemple, le musée du Faouët, musée de France depuis janvier 2012, n'est pas mentionné. Les collections et thématiques de certains musées pouvant évoluer d'une année à l'autre, mieux vaut donc se reporter directement à leurs sites Web ou à la DRAC Bretagne pour des données plus précises et surtout actualisées.

<sup>105</sup> GIPC : Groupement d'intérêt public culturel

<sup>106</sup> Le musée national de la Marine a deux « annexes » en Bretagne : Brest et Port-Louis

	Ouessant	Ecomusée de l'île d'Ouessant	SC	Ethnologie	CTG/PNRA <sup>107</sup> (collections) + Conseil Gén 29 : (bâti)	N
	Ouessant	Musée des phares et balises	SC	Histoire ; Technique et industrie	Collections : E <sup>108</sup> Gestion : PNRA	N
	Pont-Aven	Musée de Pont-Aven	A	Beaux-Arts	CTG	0
	Pont-L'abbé	Musée Bigouden	SC	Ethnologie	CTG	0
	Quimper	Musée des beaux arts	A	Beaux-Arts	CTG	0
	Quimper	Musée départemental Breton	SC	Archéologie ; Arts décoratifs ; Beaux-Arts ; Ethnologie ; Histoire	CTG	N
	Trégarvan	Musée de l'école rurale en Bretagne	SC	Ethnologie	A	0
Ille-et-Vilaine (9 musées)	Montfort-sur-Meu	Ecomusée du Pays de Montfort	SC	Ethnologie ; Histoire	CTG	N
	Rennes	Musées des beaux arts	A	Art du XXe (art moderne et contemporain) ; Archéologie ; Beaux-Arts ; Ethnologie	CTG	0
	Rennes	Musée de Bretagne	SC	Archéologie ; Ethnologie ; Histoire	CTG	0
	Rennes	Ecomusée du Pays de Rennes- La Bintinais	SC	Ethnologie ; Histoire ; Sciences de la nature	CTG	0
	Saint-Malo	Musée d'histoire de la ville et d'ethnographie du pays malouin	H	-Archéologie ; Ethnologie ; Histoire	CTG	N
	Saint-Malo	Musée du Long cours-cap-hornier	H	-Sciences de la nature; Ethnologie	CTG	N
	Vitré	Musée du château	H	Arts décoratifs ; Histoire; Beaux-arts	CTG	N
	Vitré	Musée des Rochers de Sévigné	H	Arts décoratifs ; Beaux-Arts ; Histoire	Société privée <sup>109</sup>	N
	Vitré	Musée Saint-Nicolas	A	Arts décoratifs	CTG	N
Morbihan (10 musées)	Brec'h	Ecomusée de Saint-Degan	SC	Ethnologie	A	N
	Carnac	Musée de Préhistoire Miln-Le Rouzic	H	Archéologie	CTG	0

<sup>107</sup> PNRA : Parc naturel régional d'Armorique (Syndicat mixte)

<sup>108</sup> Le musée des phares et balises d'Ouessant a été créé en 1988, par le Département du Finistère en partenariat avec le Ministère de l'Équipement (aujourd'hui Ministère de l'écologie, du développement durable, des transports et du logement/Bureau des phares et balises) et le Parc naturel régional d'Armorique (PNRA). Sa collection principale appartient à l'État, bien que géré par le PNRA avec le concours du Département du Finistère.

<sup>109</sup> La collection du musée appartient à une société privée, la SCI « Les Rochers-Sévigné » (appellation « Musée de France » en cours de réexamen par le Ministère de la culture)

Le Faouët	Musée du Faouët <sup>110</sup>	A	Beaux-Arts	CTG	N
Groix	Ecomusée de l'île de Groix	SC	Archéologie ; Ethnologie ; Histoire ; Technique et industrie	CTG	N
Inzinzac-Lochrist	Ecomusée industriel des forges	SC	Histoire ; Technique et industrie	CTG	N
Port-Louis	Musée de la Compagnie des Indes	A	Histoire ; Arts décoratifs	CTG	N
Port-Louis	Musée national de la Marine	SC	Archéologie ; Civilisations extra- européennes ; Histoire ; Technique et industrie	E	N
Saint-Marcel	Musée de la Résistance bretonne	H	Histoire	CTG/SIVU <sup>111</sup>	N
Vannes	Musée d'histoire et d'archéologie - Château Gaillard	SC	Archéologie ; Histoire ; Sciences de la nature	CTG	N
Vannes	Musée des beaux-arts- La Cohue	A	[Art du XIX et XXe ; Arts graphiques modernes	CTG	N

Sources : DRAC Bretagne et CESER Bretagne (liste au 1/05/2014)- Avertissement : le classement des musées présenté ici ne doit pas être considéré comme définitif et exhaustif. Pour une actualisation des colonnes ayant trait aux thématiques des collections et leurs détails, se reporter directement aux sites Web des différents musées. Le critère retenu pour la nature juridique du musée est celui de l'institution propriétaire de la collection principale du « musée de France » (et non son autorité de gestion ; il arrive aussi que des collections appartiennent à plusieurs propriétaires).

### 3. Les principaux acteurs des « musées de France » en Bretagne : sous le contrôle de l'Etat et de leurs autorités de rattachement, les musées sont au cœur d'un important réseau relationnel

Les « musées de France » sont au carrefour de nombreux acteurs. Sans rechercher l'exhaustivité, nous présenterons, *dans un premier point*, les grandes catégories d'acteurs, allant du visiteur du musée à la DRAC Bretagne chargée de son contrôle scientifique et technique, en passant par leur autorité institutionnelle de rattachement et leurs nombreux partenaires. *Le second point* donne un schéma de synthèse du système d'acteurs des « musées de France », élaboré par l'Association générale des conservateurs des collections publiques de France (AGCCPF).

<sup>110</sup> Le Musée du Faouët s'est vu attribué l'appellation « musées de France » par arrêté du Ministère de la culture du 16 janvier 2012. Tous les autres l'ont reçu en 2002 ou 2003 (anciens musées « classés » ou « contrôlés » par l'Etat).

<sup>111</sup> Syndicat intercommunal à vocation unique

### 3.1. Les grandes catégories d'acteurs : du visiteur à la DRAC, en passant par l'autorité de rattachement

La liste qui suit, présentant les principaux acteurs des « musées de France » en Bretagne, ne doit pas être considérée comme exhaustive. Elle donne quelques points de repère pour mieux s'orienter dans le système organisationnel des musées et de leurs partenaires. Celui-ci fait apparaître la position de carrefour culturel occupée par les musées, mais aussi, s'agissant de musées qui sont tous reconnus nationalement, le rôle important de l'Etat, garant du contrôle scientifique et technique de la conservation et de la présentation des collections. Sans oublier les autorités de rattachement des « musées de France » qui sont en grande majorité des collectivités locales ou leurs groupements.

#### 3.1.1. Les musées eux-mêmes d'abord, en tant que collection et institution

On trouve pour premier acteur des « musées de France », le musée lui-même, en tant que collection et institution. Le plus souvent placé sous une autorité de rattachement (Etat, collectivité locale, association), le musée, même s'il n'a pas de personnalité morale propre, est une institution avec un personnel, des publics, des partenaires, des bâtiments et des moyens d'investissement et de fonctionnement.

Parmi les personnels du musée on trouve à sa tête un-e conservateur-trice, du personnel administratif, d'accueil et de surveillance, des équipes en charge des actions de diffusion, d'éducation, d'animation et de médiation (dans l'idéal un vrai « service des publics » avec du personnel qualifié), du personnel technique et de restauration des œuvres. Ces personnels, dans les « musées de France », doivent répondre à des exigences légales et réglementaires de qualification professionnelle.

*Le conservateur* « gère l'inventaire des collections, définit le programme de recherche scientifique et de mise en valeur des collections dans l'espace muséal, et en assure la conservation préventive. Il diffuse ces données en organisant expositions et manifestations temporaires. Il administre l'établissement et en définit la politique de communication extérieure<sup>112</sup> ». Sous l'autorité dont il relève (Etat, collectivité locale, association), il est donc le véritable dirigeant du musée dans toutes ses activités de conservation et de présentation des collections au public. Il élabore et met en œuvre les orientations stratégiques du musée, notamment à travers son « projet scientifique et culturel ».

---

<sup>112</sup> <http://www.ecoledulouvre.fr/vie-etudiante/orientation/musees-patrimoine>

*Le médiateur* culturel<sup>113</sup> du musée est placé sous l'autorité du conservateur. Il conçoit et met en œuvres les actions de médiation en direction des publics, la médiation pouvant être définie comme la mise en relation entre des publics et des œuvres. Il est donc en charge du « service des publics », aussi appelé « service éducatif ».

Le musée est en lien avec de nombreux partenaires et prestataires externes (ex : architectes, scénographes, restaurateurs...).

### 3.1.2. Les publics du musée et les associations d'Amis : du visiteur passif à « l'ami » impliqué

Ils sont parfois oubliés dans les listes d'acteurs des musées, comme si les publics n'étaient que des visiteurs ou consommateurs passifs des expositions permanentes et temporaires. Il est vrai que la « culture des publics » est assez récente en France.

Pourtant les services des publics, quand ils existent et sont qualifiés, associent de plus en plus les visiteurs au fonctionnement du musée, pour qu'ils se l'approprient en devenant réellement acteurs de leurs visites, voire parfois en les associant à leur financement (ex : fonds de dotation, mécénat populaire pour l'acquisition d'un tableau) ou à la collecte de patrimoine matériel ou immatériel (ex : donations, collectages de photographies ou de témoignages organisés en 2014 pour le centenaire de la Guerre 1914-1918).

Les publics sont aussi représentés de manière organisée par les associations d'Amis de musées qui sont regroupés dans un Groupement régional. Ces associations sont parfois à l'origine même de certains musées (ex : Ecomusée des Monts d'Arrée, Port-Musée de Douarnenez). En Bretagne, le Groupement fédère 12 associations d'Amis et près de 3000 membres<sup>114</sup>. Ces associations, en lien étroit avec le conservateur, s'impliquent dans les acquisitions d'œuvres et développent, pour leurs adhérents et au-delà, de nombreuses actions sociales et culturelles. Elles se considèrent comme « le premier public » du musée, à la fois comme demandeur et soutien.

### 3.1.3. Les autorités de rattachement des « musées de France » : les musées sont finalement très peu autonomes

Les « musées de France » sont peu autonomes : ils sont placés sous l'autorité de l'Etat, d'une collectivité locale ou d'une association.

---

<sup>113</sup> Il existe une association nationale « médiation culturelle » dont la Charte déontologique définit les missions des médiateurs culturels : <http://www.mediationculturelle.net/charte-deontologique/>

<sup>114</sup> Audition de Mme Sylvie Blottière-Derrien, Présidente du Groupement des Associations d'amis des musées de Bretagne, 4/02/2014

> *Etat*

La Bretagne ne compte qu'un seul musée national, celui de la Marine avec ses deux annexes de Brest et Port-Louis sous appellation « Musée de France ». Celles-ci ne relèvent pas du Ministère de la culture mais du Ministère de la défense.

Le musées des phares et balises relève aussi de l'État pour ce qui concerne la propriété de sa collection principale (autorité de gestion : PNRA).

Notons, par ailleurs, la présence de deux sites du Muséum national d'histoire naturelle, à Concarneau et Dinard, qui relèvent du Ministère chargé de l'enseignement supérieur et de la recherche, mais qui ne sont pas répertoriés comme « musées de France ».

> *Collectivités territoriales et leurs groupements*

Les musées rattachés à une collectivité territoriale ou à l'un de ses groupements (Etablissement de coopération intercommunale, Syndicat intercommunal à vocation unique...) dominent largement le paysage des « musées de France » en Bretagne. Bien que doté d'un statut national de par leur appellation unique de « Musée de France », ces musées sont placés, d'une manière générale, sous le régime de la libre administration des collectivités territoriales. Il y a donc en Bretagne, autant de politiques culturelles muséales qu'il y a d'autorités de rattachement. Cette diversité est une richesse, mais ce peut aussi être, comme nous y reviendrons plus loin, une difficulté dans une perspective de développement, d'harmonisation (ex : politiques tarifaires) ou de mutualisation (ex : services des publics).

Certains musées relèvent directement d'une collectivité territoriale, le plus souvent d'une commune. Dans ce cas, ils sont un service culturel parmi d'autres de la collectivité : Musées d'art et d'histoire de Saint-Brieuc, Musée de la Compagnie des Indes de Port-Louis appartenant à la ville de Lorient, Port-Musée de Douarnenez, Musée des beaux-arts de Rennes, Musée de Préhistoire de Carnac... Il existe aussi un musée relevant directement d'un Département : le musée départemental breton de Quimper (Conseil départemental du Finistère), mais aucun de la Région Bretagne. Le Fonds régional d'art contemporain de Bretagne (FRAC), créé par l'État et la Région en 1981, n'est pas un « musée de France » ; depuis 2012, il est relève d'un Etablissement public de coopération culturelle (EPCC) à dimension régionale, dont les fondateurs sont la Région, l'État et la Ville de Rennes.

D'autres relèvent de l'autorité d'un groupement de collectivités territoriales : Musée de Bretagne et Ecomusée du Pays de Rennes-La Bentinais (communauté d'agglomération de Rennes Métropole), Musée des beaux-arts de Pont-Aven et Musées de Concarneau (Communauté d'agglomération « Concarneau Cornouaille agglomération »), Musée Mathurin Méheut de Lamballe (Groupement d'intérêt public entre la commune de Lamballe, Lamballe communauté, le Département

des Côtes d'Armor, l'association des Amis...), Musée de la Résistance de Saint-Marcel (Syndicat intercommunal à vocation unique – SIVU associant les communes de Saint-Marcel et de Malestroit)...

> *Associations*

A l'origine d'un « musée de France », il y a très souvent une association de bénévoles passionnés qui, un jour, passent la main à la collectivité (ex : Ecomusée des Monts d'Arrée, Musée de l'école rurale de Trégarvan). Quelques « musées de France » relèvent encore directement d'une association tels que, par exemple, l'Ecomusée de Saint-Degan à Brec'h (Association Nature et tradition du pays d'Auray). Fragiles, ils doivent souvent faire face à d'importantes difficultés de gestion, c'est pourquoi le soutien, voire le relais, des pouvoirs publics est la plupart du temps nécessaire à leur survie (ex : Musée Mathurin Méheut de Lamballe confié récemment à un GIP).

> *Autres personnes privées*

On ne trouve pas en Bretagne, de « musée de France » dont la collection principale est la propriété d'une fondation. En revanche, comme déjà souligné, il existe un cas atypique en Bretagne : un « musée de France » dont la collection appartient à une société privée à but lucratif (Société civile immobilière). Il s'agit du Musée des Rochers-Sévigné à Vitry (réexamen d'appellation « musée de France » en cours par le Ministère de la culture).

3.1.4. La DRAC est garante en dernier ressort du contrôle scientifique et technique des « musées de France »

La Direction régionale des affaires culturelles (DRAC), service déconcentré du Ministère de la culture et de la communication, en particulier son Conseiller pour les musées, est chargé de conseiller les conservateurs et les autorités locales, en veillant au respect des grandes missions et obligations nationales des musées reconnus « musées de France » : acquisition, conservation préventive, restauration d'œuvres, qualification des personnels en particulier des conservateurs, restaurateurs et médiateurs, aide à la création de services des publics, actions éducatives des musées, coordination régionale de l'événementiel (Nuit européenne des musées, Journée européenne du patrimoine...), qualité scientifique des expositions temporaires en particulier lorsqu'elles sont reconnues d'intérêt national (ex : Bretagne-Japon en 2012), vigilance sur les évolutions du marché de l'art, élaboration des documents d'orientation et des projets scientifiques et culturels des musées, des demandes ou des retraits d'appellation « Musée de France » (sous l'autorité du Haut conseil aux musées de France et du Service des musées de France du Ministère de la culture et de la

communication<sup>115</sup>), conseils sur les projets architecturaux lors d'une rénovation de bâtiment, inventaire et plan de recollement décennal des collections, conseils juridiques, méthodologie et aide à l'élaboration des projets scientifiques et culturels (PSC)...

La DRAC organise les séances de *la commission scientifique régionale compétente pour les acquisitions* qui réunit une quinzaine de membres, experts et personnes qualifiées venant de toute la France. Celle-ci examine et formule un avis sur les projets d'acquisitions soumis par les conservateurs de musées de France. En cas d'avis favorable, le projet d'acquisition peut bénéficier d'une aide financière du *Fonds régional d'acquisition pour les musées (FRAM)*, copiloté et abondé paritairement par l'Etat et la Région Bretagne. Il en va de même pour les projets de restauration de collections des musées qui sont obligatoirement examinés par *la commission scientifique régionale pour les restaurations*. En cas d'avis favorable, les musées demandeurs peuvent bénéficier du *Fonds régional d'aide à la restauration pour les musées (FRAR)* qui, comme le FRAM, est un fonds paritaire piloté par l'Etat et la Région.

La DRAC Bretagne est aussi chargée de développer les actions *d'éducation artistique et culturelle* avec les musées, en étroite association avec la Délégation académique à l'éducation artistique et culturelle du Rectorat d'académie de Rennes (DAAC). Pour ce qui concerne les lycées, ces actions peuvent aussi bénéficier du dispositif « Karta » mis en place par la Région Bretagne pour soutenir les projets éducatifs émanant des établissements. La Région favorise également la sensibilisation et l'éducation des jeunes au patrimoine à travers un appel à projet qui peut concerner des actions en lien avec les musées (ex : Ecomusée de l'île de Groix).

### 3.1.5. Les nombreux autres acteurs en lien avec les « musées de France » en Bretagne

Bien d'autres acteurs interviennent en relation plus ou moins étroite avec les « musées de France » en Bretagne.

> *L'Association régionale des conservateurs de musées de Bretagne (ARCMB) représente les conservateurs professionnels qualifiés au niveau régional*

Section fédérée de l'Association des Conservateurs des Collections Publiques de France (AGCCPF), l'Association régionale des conservateurs de musées de Bretagne (ARCMB), regroupe et représente les conservateurs des « musées de France » en Bretagne, dans leur double mission de conservation et de transmission. L'association favorise l'interconnaissance et les échanges de

---

<sup>115</sup> Le service des musées de France a succédé en 2009 à la Direction des musées de France. Il fait maintenant partie de la Direction générale du patrimoine du Ministère de la culture et de la communication.

bonnes pratiques entre conservateurs qualifiés. Elle peut aussi prendre l'initiative d'organiser des événements régionaux, voire d'intérêt national, comme par exemple l'exposition « Bretagne-Japon » organisée collectivement en 2012 entre 12 « musées de France » en Bretagne, avec le soutien important de la DRAC et de la Région Bretagne.

En 2014, l'ARCMB est en pleine réorganisation suite à sa fusion avec l'association Buhez qui regroupait les conservateurs des musées d'histoire, d'archéologie et d'ethnologie et des écomusées de Bretagne. Elle souhaite promouvoir l'organisation en réseau des « musées de France » et leurs actions de mutualisation<sup>116</sup>.

Elle publie annuellement la revue « *Itinéraires* » afin de faire connaître le programme des « musées de France » en Bretagne (supplément à la revue « Bretagne magazine »), avec le soutien de la DRAC, de la Région Bretagne et du Département du Finistère.

> *Les acteurs de l'éducation artistique et culturelle : Rectorat, DRAC et communautés éducatives locales*

Les « musées de France », surtout ceux dotés d'un réel service des publics avec du personnel qualifié en médiation, développe de nombreuses actions d'éducation artistique et culturelle. Ils sont donc en lien avec le Rectorat (Délégation académique à l'éducation artistique et culturelle) et les établissements d'enseignement, de la maternelle à l'Université. La fréquentation par les publics scolaires représente une part importante de leur activité, particulièrement en dehors des périodes touristiques.

S'agissant des liens avec l'Education nationale, il faut mentionner ici le rôle important des « enseignants conseillers-relais » de l'académie qui effectuent quelques heures par semaine dans un musée afin d'aider l'équipe éducative du musée et leurs collègues enseignants à faire le lien entre les collections/expositions et les programmes scolaires des différentes disciplines et niveaux d'enseignement. En 2013, sur les 75 enseignants conseillers-relais de l'Académie de Rennes, 9 travaillaient auprès de 7 « musées de France » : 5 en Ille-et-Vilaine (2 au Musée de Bretagne, 2 au Musée des beaux-arts de Rennes et 1 à l'Ecomusée du Pays de Rennes-La Bintinais), 3 dans le Finistère (1 au Musée des beaux-arts de Brest, 1 Musée des beaux-arts de Pont-Aven et 1 au Musée des beaux-arts de Quimper), 1 dans les Côtes d'Armor (Musée d'art et d'histoire de Saint-Brieuc) et aucun dans le Morbihan. Seuls 7 « musées de France » sur 35<sup>117</sup> disposaient en 2013 d'un enseignant conseiller-relais<sup>118</sup>.

---

<sup>116</sup> Audition de Laurence Imbernon, Présidente de l'ARCMB, le 17 /02/2014

<sup>117</sup> En comptant le Musée du Faouët, «musée de France» depuis janvier 2012 (donc 35 musées de France au total en 2013 /2014)

Notons que certains musées, tels que par exemple le Musée de Saint-Brieuc, le Musée des Beaux-arts de Rennes ou le Musée de Bretagne organisent régulièrement des réunions d'information à destination des enseignants pour leur présenter le programme de leurs actions éducatives (collections permanentes, expositions temporaires, projets).

Pour les actions éducatives ayant lieu en dehors de l'école, les « musées de France » tissent des partenariats avec d'autres acteurs des communautés éducatives locales : crèches, centres de loisirs, associations d'éducation populaire, services éducatifs, sociaux et culturels des collectivités, centres de formation d'apprentis (ex : métiers de la restauration d'œuvres)...

> *Les acteurs de l'enseignement supérieur et de la recherche : des liens privilégiés*

Nombreux sont les « musées de France » qui entretiennent des relations étroites avec l'Université (ex : Histoire, Histoire de l'art, Sciences de la vie et de la terre...) ou d'autres établissements d'enseignement supérieur (ex : Ecole européenne supérieure d'Art de Bretagne) afin de développer leurs activités scientifiques et de recherche. Les établissements d'enseignement supérieur et de recherche peuvent d'ailleurs eux-mêmes exercer une activité muséographique comme l'Université de Rennes 1 qui est propriétaire du Musée de la préhistoire finistérienne de Penmarc'h, ou les sites relevant du Musée national d'histoire naturelle de Dinard et Concarneau.

> *La Région Bretagne : une action volontariste*

Si la Région Bretagne n'est l'autorité de rattachement d'aucun « musée de France », elle a néanmoins une politique muséale en leur direction. Elle participe, à parité avec l'Etat, à certaines de leurs acquisitions et restaurations à travers le Fonds régional d'acquisition des musées (FRAM) et le Fonds régional d'aide à la restauration (FRAR). Elle aide à la création ou à la rénovation des bâtiments des musées et apporte une participation financière à l'élaboration de leurs projets scientifiques et culturels. Elle soutient l'organisation d'expositions ou d'événements d'intérêt régional (ex : Bretagne-Japon 2012). Pour encourager l'éducation artistique et culturelle des jeunes, elle lance des appels à projets en lien avec le patrimoine ex : « Education et sensibilisation au patrimoine ») et accompagne les lycées dans certains projets en lien avec des musées (dispositif « Karta »)<sup>119</sup>. Elle contribue aussi à la valorisation touristique des musées (en lien avec le Comité régional du tourisme) et encourage des expérimentations dans le champ du numérique (ex : jeu en réalité augmentée, « Les seigneurs de Montfort »).

---

<sup>118</sup> Il est envisagé de recruter en 2014 deux enseignants-relais supplémentaires : au Musée des Beaux-arts de Rennes (qui en aurait donc 3) et au Musée Mathurin Méheut de Lamballe (dans le cadre du projet de rénovation du musée piloté par le GIPC)

<sup>119</sup> Voir IIème partie du Rapport pour plus de précisions.

*> Les autres partenaires publics des champs patrimoniaux, culturels et sociaux*

Au-delà de leur autorité administrative principale de rattachement et des acteurs publics déjà mentionnés, les « musées de France » ont de nombreux partenariats avec les pouvoirs publics en charge des politiques culturelles patrimoniales et sociales. Par exemple, le Musée de Bretagne développe de nombreuses actions mutualisées avec les autres équipements du Centre culturel des Champs Libres (Bibliothèque de Rennes Métropole et Espace des sciences et techniques, par exemple dans le champ de l'accessibilité des personnes en situation de handicap ou des technologies et usages numériques). Quant au Musée de Saint-Brieuc, il mène de nombreuses actions avec d'autres services de la ville : actions « hors les murs » pour aller à la rencontre de publics éloignés dans les quartiers populaires (ex : dispositif de Réussite éducative), mutualisation d'actions en faveur de l'accessibilité des personnes en situation de handicap (ex : présence des services du musée à la commission handicap de la ville), relations étroites avec les Archives...

Des actions partenariales sont également menées avec l'Etablissement public de coopération culturelle du Fonds régional d'art contemporain de Bretagne (FRAC). Ce fut le cas, par exemple lors du projet « Ulysses, l'autre mer » en 2013.

Bien d'autres actions sont l'occasion de nouer des relations avec des partenaires publics : Centres communaux d'action sociale (CCAS), Hôpitaux, Établissements pénitentiaires, Établissements d'hébergement pour personnes âgées dépendantes (EHPAD), autorités organisatrices de transports (ex : tarifs réduits dans les Trains express régionaux (TER) pour se rendre aux expositions « Bretagne-Japon 2012 » ou à celles de « Terre-Neuve, Terre-neuvas » en 2014, action de la STAR de Rennes Métropole pour le transport en bus des habitants à l'Ecomusée du Pays de Rennes La Bintinais par exemple lors de l'exposition « Fouette, cocher ! » en 2013/2014 )

*> Les partenaires et prestataires privés : des bénévoles aux entreprises*

Ceux-ci peuvent intervenir pour aider le musée à enrichir ou restaurer ses collections, à organiser une exposition temporaire, un événement culturel, à rénover son bâtiment et sa muséographie...

Outre les associations d'Amis déjà citées et qui jouent un rôle actif dans la vie du musée, il y a bien d'autres acteurs associatifs qui mènent des actions avec les musées : associations de solidarité, associations culturelles locales, associations de l'éducation populaire<sup>120</sup>, associations du secteur social et médico-social, associations de défense des personnes en situation de handicap... On peut aussi citer l'association Bretagne Culture Diversité (BCD) qui gère, pour la Région Bretagne, le nouveau portail des cultures de Bretagne, « Bretania ». Celui-ci

---

<sup>120</sup> Voir contribution du CRAJEP Bretagne en annexe

permet de diffuser les œuvres numérisées des « musées de France » en Bretagne, aux niveaux régional, national (lien avec le portail Gallica de la Bibliothèque nationale de France) et européen (lien avec la bibliothèque numérique européenne Europeana).

Il faut aussi citer les personnes privées qui sont donatrices ou mécènes du musée<sup>121</sup> : particuliers (ex : dations<sup>122</sup>, donations, mécénat populaire<sup>123</sup>), entreprises privées (ex : mécénat du Crédit mutuel Arkea au Musée de la pêche de Concarneau, soutien de Breizh Café à l'exposition Bretagne-japon 2012), fondations (ex : Fondation du patrimoine soutenant la restauration d'un chalutier, l'Hémérica, acquis par le Musée de la pêche de Concarneau ; Fondation Orange pour une action de téléagrandissement favorisant l'accessibilité aux personnes malvoyantes du Musée de Saint-Brieuc, Fondation franco-japonaise Sasakawa pour l'exposition Bretagne-Japon 2012...), associations d'Amis (ex : participation financière de l'association des Amis du musée des beaux-arts de Rennes pour l'acquisition d'un tableau de « *de Ribera* » par le musée en 2013).

Parmi les acteurs des « musées de France », il faut également mentionner les diverses entreprises privées à but lucratif qui leurs fournissent des biens et des services : architectes et maîtres d'œuvres, scénographes, restaurateurs qualifiés et autres artisans d'art, entreprises du bâtiment, éditeurs (ex : Le Guide du routard « La Bretagne et ses peintres<sup>124</sup> », 2011), imprimeurs et entreprises de communication, services informatique, services de gardiennage et de sécurité, compagnies d'assurances, banques, acteurs du marché de l'art, organismes et professionnels du tourisme...

### 3.2. Schéma de synthèse : le système d'acteurs des musées vu par les conservateurs

Nous reproduisons ci-après un schéma de synthèse du système d'acteurs des « musées de France » réalisé par l'Association générale des conservateurs des collections publiques de France (AGCCPF), figurant dans le « Livre Blanc des musées de France » publié en 2010<sup>125</sup>. Il illustre bien la position carrefour des « musées de France » au sein d'un système complexe de relations et de partenaires. Ce schéma s'applique aussi bien au niveau national que régional ou local.

---

<sup>121</sup> Le don ou le mécénat à un « musée de France » donnent lieu à des avantages fiscaux.

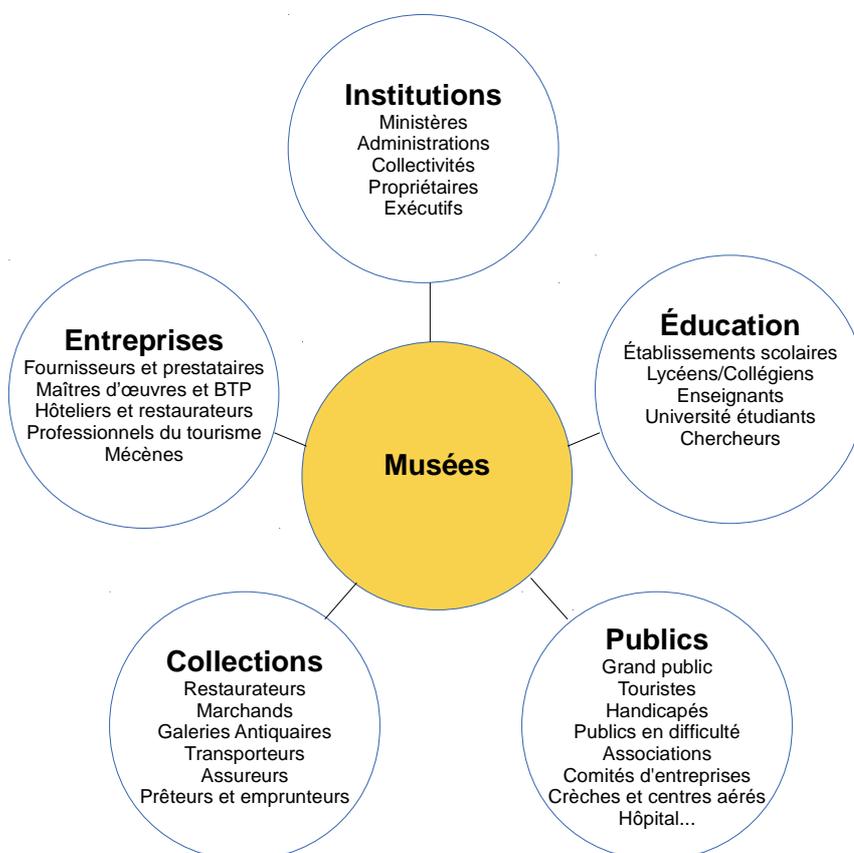
<sup>122</sup> Exemple de dation : don à un musée d'une collection privée pour se libérer d'une dette fiscale (ex : droits de succession)

<sup>123</sup> Mécénat populaire ou *crowdsourcing* en anglais. Exemple : acquisition d'un tableau de Jusepe de Ribera, le « Saint Jude Thaddée » par le Musée des beaux arts de Rennes en 2013.

<sup>124</sup> Avec la participation de la Région Bretagne

<sup>125</sup> AGCCPF, Le Livre Blanc des musées de France, numéro spécial de la Revue « Musées et collections publiques de France », n°260/2010/3, p 4

Figure 1. Le système d'acteurs des « musées de France » vu par les conservateurs<sup>126</sup>



Source : graphique refait par le CESER de Bretagne, sur la base du schéma original de l'AGCCPF figurant dans « Le Livre Blanc des « musées de France » », numéro spécial de la Revue « Musées et collections publiques de France », n°260/2010/3, p 4

#### 4. Quelques repères sur les moyens très disparates des « musées de France » en Bretagne

Les « musées de France » en Bretagne se caractérisent par leur grande hétérogénéité. De celle-ci résultent d'importantes disparités de moyens pour faire face à leurs dépenses de fonctionnement et d'investissement. Le champ de l'étude ne portant pas sur l'économie des musées, seules quelques points de repères généraux sont ici présentés, illustrés par des exemples.

<sup>126</sup> Titre CESER Bretagne (le schéma original de l'AGCCPF n'a pas de titre)

## 4.1. Les moyens humains du musée : « la plus précieuse des richesses<sup>127</sup> »

### 4.1.1. Eléments généraux : le musée fonctionne en équipe

Pour mener à bien ses missions de conservation et de transmission des collections, pour fonctionner et se développer, le musée a besoin de ressources humaines qualifiées et en nombre suffisant. Pour reprendre l'expression figurant dans le PSC du Musée de Pont-Aven, elles « sont certainement la plus précieuse des richesses<sup>128</sup> » : conservateur, service des publics avec des médiateurs culturels, restaurateurs et personnels techniques, agents d'accueil et de surveillance, personnels administratifs, sans oublier l'apport des bénévoles (ex : association d'Amis du musée).

Il faut aussi citer le personnel indirect des autorités de rattachement (ex : interventions occasionnelles de services communaux ou intercommunaux, communication locale et touristique...) ainsi que le conseil scientifique et technique permanent assuré par l'Etat, en particulier par le conseiller en charge des musées à la DRAC Bretagne en lien avec le service des « musées de France » du Ministère de la culture.

Les musées accueillent aussi de nombreux étudiants, en stage ou en Contrat à durée déterminée (CDD), qui rendent de nombreux services de qualité (accueil et animations en particulier). Pour développer leurs actions en direction des publics scolaires, 7 « musées de France »<sup>129</sup>, nous l'avons vu, disposent également d'enseignants conseillers-relais mis à disposition quelques heures pas semaine par le Rectorat d'académie.

### 4.1.2. Quelques exemples régionaux : des ressources humaines très diverses selon les musées, notamment pour leurs services des publics

Nous prendrons trois exemples issus de musées auditionnés par le CESER pour illustrer cette problématique des moyens humains, fortement différenciés, des « musées de France ».

> *Ecomusée des Monts d'Arrée à Commana et Saint-Rivoal (29)*

Après avoir survécu à une grave crise financière, l'Ecomusée des Monts d'Arrée est en pleine refondation depuis 2011, date d'élaboration de son nouveau projet scientifique et culturel (PSC). A cette époque, suite au départ de son responsable

---

<sup>127</sup> Expression figurant dans le PSC du Musée de Pont-Aven, 2008, p 34

<sup>128</sup> Ibid

<sup>129</sup> En 2013

et d'une animatrice, son personnel n'était plus composé que de 5 salariés en charge du secrétariat, de l'accueil, de l'animation et de l'entretien extérieur (équivalent temps plein de 3 postes  $\frac{3}{4}$  avec un salarié personnel du Conseil départemental). Pour dynamiser la structure et mettre en œuvre le PSC, l'association de l'écomusée a recruté, avec l'aide du Département, une attachée de conservation du patrimoine depuis fin 2012 ainsi qu'une chargée de mise en œuvre du projet culturel<sup>130</sup>. En juillet 2013, il bénéficiait provisoirement du renfort de 5 stagiaires dont certains avaient pour mission de contribuer à développer une politique des publics (accueil et médiation auprès des publics scolaires, communication numérique...). Il ne disposait pas encore, malgré les forts besoins soulignés par sa responsable, d'un emploi pérenne de médiateur qualifié (ex : assistant de conservation du patrimoine) pour créer un véritable service des publics.

> *Musée de Pont -Aven et musée de la pêche de Concarneau (29)*

Les deux musées relèvent aujourd'hui de Concarneau Cornouaille Communauté (CCA) et disposent d'un personnel mutualisé. A leur tête, une Conservatrice en chef dirige les deux pôles du musée : le pôle scientifique et culturel (1 responsable, 2 médiatrices culturelles, 2 maquettistes restaurateurs, une documentaliste, et en projet le recrutement d'un responsable du services des publics en 2014; le pôle administratif et financier (1 responsable, 2 assistantes de direction/coordinatrices de la logistique des boutiques, 1 agent technique et de sécurité/équipe d'astreinte, 1 agent d'entretien, 1 coordinateur du pôle d'accueil des deux musées). Un enseignant conseiller-relais est présent quelques heures par semaine au musée des beaux-arts de Pont-Aven.

> *Musée de Bretagne (35)*

La situation du Musée de Bretagne est particulière puisqu'il est au cœur du Centre culturel « Les Champs Libres » de Rennes métropole, aux côtés de la Bibliothèque de Rennes Métropole et de l'Espace des sciences et techniques. A ce titre, il bénéficie de certains services mutualisés entre les 3 équipements culturels.

En septembre 2013, l'organigramme du Musée de Bretagne était organisé en 4 pôles avec une équipe de 25 personnes dont 24 emplois permanents, un emploi en contrat unique d'insertion (CUI) et des vacataires :

- pôle « collections /expositions/ conservation » (2 conservatrices, 2 assistantes de conservation, 5 agents du patrimoine, 1 agent d'entretien) ;

---

<sup>130</sup> Site web de l'écomusée consulté le 11/03/2014 : l'équipe était, à cette date, composée de 6 permanents. <http://ecomusee-monts-arree.fr/dans-les-coulisses-de-lecomusee/lequipe-de-lecomusee/>

- pôle « action culturelle/communication » (1 attachée responsable du service des publics, 4 médiateurs, 1 contrat unique d'insertion, 2 enseignants conseillers-relais, 8 vacataires ;
- pôle « administration/finances » (1 rédactrice, 2 assistantes) ;
- pôle transversal (1 photographe, 1 assistant technique et logistique, 3 techniciens, 1 documentaliste en CUI).

Des vacataires, le plus souvent de jeunes étudiants en formation, viennent se professionnaliser et renforcent ainsi l'équipe en relation avec les publics (ex : CDD de 2 ans en Master Gestion et Mise en valeur des œuvres d'art, des objets ethnographiques et techniques – MAGEMI- de l'Université de Rennes 2).

## 4.2. Les moyens financiers varient eux aussi selon les musées

Pour faire face à leurs dépenses de personnel (environ 2/3 des dépenses de fonctionnement d'un musée), de conservation, de restauration, d'acquisition de collections, d'entretien, de communication, d'actions éducatives et culturelles, de muséographie, d'expositions temporaires, de rénovation de bâtiment, etc., les musées disposent de moyens financiers divers et très variables selon les institutions, leur taille, leur statut, leur activité, leur fréquentation, leur attractivité touristique, leur rayonnement, leur politique tarifaire, les priorités politiques de leur autorité institutionnelle...

### 4.2.1. Eléments généraux : les financements publics dominant

On ne présentera ici que les principales sources de financement des « musées de France » :

#### > *Les financements publics*

Ils proviennent des collectivités locales (principalement) et de l'Etat (sa part est en forte diminution ces dernières années pour ce qui concerne la majorité des DRAC hors Ile-de-France<sup>131</sup>, dont celle de la Bretagne) : gestion en régie direct du musée par une collectivité locale, subventions d'équilibre, aides en personnel ou en nature, aides à l'acquisition de collection (ex : FRAM Etat-Région) ou à leur restauration (FRAR-Etat-Région), aide à la création de services des publics (ex : aide dégressive de la DRAC sur 3 ans), à l'élaboration des projets scientifiques et culturels (ex : Région Bretagne), subventions d'investissement lors d'importants

---

<sup>131</sup> Voir à ce sujet le rapport de la Cour des comptes « Les musées nationaux après une décennie de transformations 2000 - 2010 – mars 2011 » qui pointe la forte diminution des crédits déconcentrés du Ministère de la culture aux musées hors Ile de France, et inversement pour ces derniers.

travaux de rénovation, aide à la numérisation des collections (ex : Ministère de la culture, Région)<sup>132</sup>...

> *Les financements privés*

Ils sont plus aléatoires : dons, datations, mécénat (particuliers, entreprises, fondations...), fonds de dotation, emprunts bancaires...

> *Les ressources propres*

Elles sont liées aux activités, services et produits proposés par le musée, et dont le poids est très variable selon les institutions : billets d'entrée<sup>133</sup>/adhésions (visites individuelles/groupées, expositions permanentes/temporaires), animations et médiations, actions culturelles (ex : cycle de conférences), ateliers pédagogiques, ventes de produits en boutique, d'ouvrage (activité d'édition)...

#### 4.2.2. Quelques exemples régionaux illustrant une grande disparité de moyens financiers

Le sujet de l'économie des musées de France en Bretagne mériterait une étude à part entière<sup>134</sup>, mais il n'entrait pas dans le champ de la présente étude du CESER centrée sur leur rôle éducatif et culturel et leurs politiques des publics. C'est pourquoi ne sont présentés ici que quelques éléments budgétaires partiels de « musées de France », recueillis lors des auditions. Ils mettent en lumière de fortes disparités de moyens financiers entre les établissements, qui s'expliquent d'abord par leurs différences de taille, ce qui n'est pas sans conséquence sur leur capacité à développer leurs missions éducatives et culturelles.

> *Ecomusée des Monts d'Arrée (29)*

En 2013<sup>135</sup>, sur un budget de fonctionnement de 292 000 €, près de 60 % des charges de l'écomusée étaient liées aux frais de personnel<sup>136</sup>. Les 40 % restant étaient des charges de fonctionnement courant : fluides, entretien, achats de matériel, communication...

Les ressources financières de l'Ecomusée<sup>137</sup> étaient constituées en 2013 de 50 000 € de ressources propres représentant 20 % de l'ensemble des recettes : entrées individuelles ou groupées (36 000 €), produits de la boutique (9 400 €),

---

<sup>132</sup> La répartition des financements des « musées de France » n'est pas précisée dans les statistiques publiées par le Ministère de la culture (Cf. Patrimostat 2011).

<sup>133</sup> 60 % d'entrées payantes dans les musées de France en Bretagne

<sup>134</sup> Dans la troisième partie du rapport, le CESER préconise qu'une réflexion régionale s'engage sur le modèle économique des musées de France en Bretagne, avec toutes les parties prenantes intéressées.

<sup>135</sup> Source : Rapport d'activité 2013 de l'Ecomusée des Monts d'Arrée (Résultats 2013) – Chiffres arrondis

<sup>136</sup> Y compris « personnel détaché »

<sup>137</sup> PSC p 59

ateliers pédagogiques et animations, adhésions, produits divers. L'équilibre de fonctionnement était obtenu grâce aux subventions publiques pour un montant de 187 700 €, notamment du Département du Finistère : Conseil départemental du Finistère (153 800 €), DRAC (32 000 €), communes (900 €), Office du tourisme du Pays de Landivisiau (1000 €). Notons que la Région Bretagne n'apparaît pas parmi les financeurs de l'Ecomusée en 2013.

Depuis 2013, grâce au volontarisme de l'association gestionnaire, du soutien majeur du Département et de l'engagement d'une jeune équipe professionnelle très dynamique, la fréquentation s'est améliorée et la situation budgétaire, comme celle de l'Ecomusée, même si elles restent précaires, sont en voie de redressement<sup>138</sup>.

> *Musées de Rennes Métropole : Musée de Bretagne et Ecomusée du Pays de Rennes-La Bintinais*

Le budget primitif 2014 de Rennes métropole<sup>139</sup> globalise les dépenses et les recettes des 2 musées métropolitains.

*Du côté des dépenses*, le total des dépenses réelles prévues pour l'année 2014 est de 3 253 140 € en fonctionnement (dont près de 44 % de charges à caractère général<sup>140</sup>, courantes et exceptionnelles, et 56 % de charges de personnel<sup>141</sup>) et 556 300 € en investissement (acquisitions/restaurations de collection, travaux, équipements...), soit un budget annuel « Musées » pour Rennes métropole de 3 809 440 €. Les dépenses du Musée de Bretagne sont de 1 055 800 millions d'euros, dont 691 500 € en fonctionnement (hors frais de personnel<sup>142</sup>), et 364 300 € en investissement<sup>143</sup>. Quant à celles de l'écomusée, elles sont de 873 800 €, dont 681 800 € en fonctionnement (hors frais de personnel) et 192 000 € en investissement<sup>144</sup>.

*Du côté des recettes*, le BP 2014 prévoit, pour les 2 musées, 370 000 € de recettes en fonctionnement (dont près de la moitié provient des « produits de services, du domaine et ventes et l'autre des « dotations, subventions et

---

<sup>138</sup> Audition du 2/07/2013

<sup>139</sup> Budget primitif 2014 de Rennes Métropole consultable sur <http://metropole.rennes.fr/politiques-publiques/elus-institution-citoyennete/le-budget-metropolitain/>, rubrique politiques publiques, vu le 11/03/2014. BP 2014, Annexes, Eléments du bilan, présentation croisée par fonction, fonctionnement/investissement- fonction 3 culture, libellé « Musées » n° 322 – Les montants indiqués sont prévisionnels (budget primitif).

<sup>140</sup> BP 2014, Annexes, Fonction 3 « culture », libellé 322 « Musées », chapitre 011 « charges à caractère général » = 1 402 000 €. Dans ce chapitre 011, on retrouve des dépenses communes non ventilées entre les 2 musées, ce qui explique que la somme des dépenses de fonctionnement hors frais de personnel des 2 musées ci-après, soit 691 500 + 681 800 = 1 373 300, ne correspond pas exactement au total du 011

<sup>141</sup> BP 2014, Annexes, Fonction 3 « culture », libellé 322 « Musées », chapitre 012 « charges de personnel » = 1 828 640 €

<sup>142</sup> La ventilation des charges de personnel n'est pas faite entre les 2 musées. Celles-ci représentent pourtant plus de la moitié des charges de fonctionnement.

<sup>143</sup> Hors reports de crédits n-1

<sup>144</sup> Hors reports de crédits n-1

participations ») dont 260 000 € pour le Musée de Bretagne et 110 000 € pour l'écomusée. Quant aux recettes d'investissement, elles ne figurent que pour le Musée de Bretagne à hauteur de 35 000 € (subventions d'Etat et établissements nationaux). Le total des recettes de fonctionnement et d'investissement pour les 2 musées prévues au BP 2014 de Rennes métropole est donc de 405 000 €.

Le solde entre les recettes et les dépenses est de - 3 404 440 €. Le budget est donc équilibré par un apport équivalent du budget général de la communauté d'agglomération de Rennes Métropole (43 communes membres au 1/01/2014).

> *Musée de Pont-Aven : exemple d'un budget de travaux*

Le coût *prévisionnel* de l'opération de « récréation du Musée de Pont-Aven », estimé fin 2012, représentait un investissement total de 9 920 787 € TTC<sup>145</sup>. Pour financer l'opération, les subventions attendues étaient de 4 617 000 € :

- Etat/DRAC = 2 457 000 €,
- Conseil régional = 830 000 €,
- Conseil général du Finistère = 1 000 000 €,
- Réserve parlementaire : 30 000 €,
- Partenariats privés : 300 000<sup>146</sup> €.

Le reste à charge *prévisionnel* à cette date pour Concarneau Cornouaille Agglomération était donc de 5 303 787€.

> *Musée de la Compagnie des Indes de Port-Louis*

Musée municipal de la Ville de Lorient, le Musée de la Compagnie des Indes de Port-Louis présentait un budget en dépenses de 601 600 € en 2012, dont 534 600 € pour le fonctionnement et 67 000 € pour l'investissement. Ses recettes étaient de 156 930 €, le solde étant comblé par la ville de Lorient.

---

<sup>145</sup> Plan de financement figurant dans la délibération du 20/09/2012 de Concarneau Cornouaille Communauté

<sup>146</sup> Initialement, le musée de Pont-Aven espérait une participation de 2 000 000 € des partenariats privés.

Tableau 2. Budget 2012 du Musées de la Compagnie des Indes de Port-Louis

Dépenses 2012	Montants €
Masse salariale	380 000
Frais de fonctionnement musée (expo, publications, boutique, communication)	136 000
Frais d'exploitation (fluides...)	18 000
Investissement acquisition-restaurations	46 000
Autres investissements (matériels musée, logiciels...)	21 000
<i>Dépenses totales</i>	<i>601 600</i>
Recettes 2012	
Billetterie	16 800
Boutique	86 800
Droits photos	1 800
Subventions Etat, Région, CG 56	10 000
Subventions FRAM et FRAR et CG 56	17 530
Valorisation de dons	24 000
<i>Recettes totales</i>	<i>156 930</i>

Source : Musée des la Compagnie des Indes, diaporama d'audition, 15/10/2013

#### > Musée de Préhistoire de Carnac

En 2010<sup>147</sup>, le budget du musée était de 590 933 €, dont 519 647 € en dépenses de fonctionnement et 71 286€ en investissement. Dans les dépenses de fonctionnement, les charges de personnel représentaient 359 802 €, soit près de 70 % de ces dernières. Les recettes propres du musées couvraient environ 1/4 des dépenses annuelles : droits d'entrée et d'animation (106 590 €), ventes boutique (39 959 €). Les subventions des partenaires financiers (DRAC/Conseil régional/Conseil général) étaient de 52 199 €. Pour équilibrer le budget du musée, la commune de Carnac a versé 311 589 €.

### 4.3. Moyens liés à l'accessibilité et aux politiques tarifaires

Parmi les facteurs déterminants les moyens d'un «musée de France», il faut aussi mentionner ses conditions d'ouverture (jours et horaires qui peuvent varier selon la saison), son accès plus ou moins facile selon sa localisation par les transports individuels et collectifs (ex : Musée de Bretagne près de la Gare SNCF

<sup>147</sup> Source : PSC Musée de Carnac, 2011, p 38 , données 2010

de Rennes *versus* Ecomusée des Monts d'Arrée à Commana et Saint-Rivoal), sa politique d'accessibilité aux personnes en situation de handicap (ex : inaccessibilité de la Citadelle de Port-Louis *versus* le label « tourisme et handicap » du Musée de Bretagne).

On évoquera aussi rapidement les politiques tarifaires qui sont très variables d'un « musée de France » à l'autre, la grande majorité de celles-ci relevant, comme déjà souligné, de la libre administration des collectivités territoriales. Ces politiques tarifaires vont de la gratuité universelle (ex : musée d'art et d'histoire de Saint-Brieuc) à des tarifs d'entrée assez conséquents, en passant par une grande palette de tarifs spéciaux : jeunes, scolaires, étudiants, familles, chômeurs, publics du champ social... A noter qu'en 2011, sur les 845 782 entrées recensées dans les 32 « musées de France » en Bretagne (hors les 2 annexes du Musée national de la marine<sup>148</sup>), 343 377 étaient gratuites, soit 40,5 %, ce qui est très proche du taux national (41%).

#### 4.4. Moyens liés à l'environnement, à l'architecture et à l'aménagement du musée : le musée, c'est d'abord du « contenu », mais c'est aussi un « contenant » qui importe

> *Des environnements plus ou moins privilégiés*

Certains musées bénéficient d'une forte attractivité touristique en raison de leur localisation sur le littoral (ex : Musée de la Compagnie des Indes et Musée national de la Marine de Port-Louis, Musée Bigouden de Pont l'Abbé, Musée départemental de Quimper, Musée des phares et balises d'Ouessant), d'autres profitent de la dynamique des grands pôles urbains (ex : Musée des beaux-arts de Rennes, Musée de Bretagne, Ecomusée du Pays de Rennes-La Bentinais, Musée des beaux arts de Brest). D'autres sont plus isolés géographiquement : Musée de la Résistance à Saint-Marcel, Ecomusée du Pays de Montfort, Musée des beaux-arts du Faouët, Ecomusée industriel des forges d'Inzinzac-Lochrist... Cette diversité de situations et d'environnements est à prendre en considération dans l'approche des moyens des musées.

> *L'importance du bâtiment, de l'architecture, de l'aménagement et de la muséographie*

S'il est un élément très important et structurant pour la vie d'un « musée de France », c'est bien l'architecture de son bâtiment qui lui permet d'accomplir, plus ou moins facilement, ses grandes missions de conservation et de

---

<sup>148</sup> Les statistiques du Ministère de la culture (Patrimostat 2011), ne font pas apparaître la distinction entre entrées payantes et gratuites pour les 2 annexes du musée national de la marine de Brest et Port-Louis. Le musée du Faouët n'était pas encore « musée de France » en 2011.

présentation des collections. Certains musées sont à l'étroit et cela freine leur développement (faiblesse des surfaces d'expositions permanentes ou temporaires, capacités réduites d'accueil du public, absences de salles pédagogiques, réserves étroites ou éloignées...), c'est par exemple le cas du Musée de la compagnie des Indes ou du Musée national de la marine abrités dans l'écrin de la citadelle de Port-Louis.

Des bâtiments mal adaptés sont un frein au développement des actions éducatives et culturelles de plusieurs musées. Il en va de même concernant l'aspect esthétique de certains bâtiments dont le moins qu'on puisse dire est qu'il ne favorise vraiment pas leur attractivité locale ou touristique, ou en direction des jeunes<sup>149</sup>... La configuration des lieux peut aussi être un frein au développement d'activités événementielles en limitant les capacités d'accueil du public dans de bonnes conditions de confort et de sécurité : Nuit européenne des musées, journée européenne du patrimoine, spectacles, conférences, espaces de détente et de restauration...

Il en va de même lorsque la muséographie ou la scénographie sont vieillissantes et ne permettent plus la mise en valeur des richesses de la collection d'un musée (ex : vieilles vitrines poussiéreuses, éclairage dévalorisant, cartels illisibles, ambiance sinistre...).

#### 4.5. Moyens numériques : les musées accusent un certain retard mais le rattrapage est en cours

On terminera en évoquant les moyens numériques des « musées de France » qui sont aujourd'hui un enjeu fondamental pour leur avenir : numérisation et mise en ligne des collections (ex : Portail des cultures de Bretagne « Bretania », espaces numériques de la connaissance, visites virtuelles), présence sur les réseaux sociaux, nouvelles scénographies utilisant les technologies de la réalité augmentée, des tablettes tactiles ou tables « *multitouch* », livres d'or électroniques, applications pour smartphones, jeux interactifs (ex : GAMME au Musée des beaux arts de Rennes, les Seigneurs de Montfort à l'écomusée de Montfort-sur-meau...), vidéoprojections d'images, imprimantes 3 D et *fablabs*, médiations numériques innovantes (ex : événement Muséomix...). Si plusieurs musées sont aujourd'hui bien avancés en termes de stratégie numérique, d'autres ont pris du retard faute de prise de conscience, de moyens ou de formation des équipes en place, faute aussi parfois de soutien de leur autorité de rattachement. D'une manière générale, toutefois, on observe que plusieurs « musées de France » ont commencé à relever de la révolution numérique.

---

<sup>149</sup> Audition CRJ 19/02/2014



## Chapitre 3

Les publics des musées *en*  
France et leurs visites : une  
connaissance embryonnaire, très  
fragmentaire et rarement  
régionalisée

---



<b>1. Les publics et « non-publics » des musées, tous types confondus, dans le contexte des pratiques culturelles et des visites patrimoniales des Français</b>	<b>80</b>
1.1. Les visiteurs et non visiteurs de musées dans le contexte des pratiques culturelles des Français (Ministère de la culture, Olivier Donnat, 2009)	80
1.1.1. <i>Les musées, comme les autres équipements culturels, sont dans un contexte de « montée de la culture d'écran »</i>	81
1.1.2. <i>La fréquentation des équipements culturels reste globalement stable, y compris dans sa répartition en quatre catégories de visiteurs : non publics, exceptionnels, occasionnels, réguliers.</i>	82
1.1.3. <i>Focus sur les non-publics et les publics des musées</i>	84
1.2. Les publics des musées dans le contexte des visites patrimoniales (CREDOC, 2012)	85
1.2.1. <i>Les comportements généraux liés aux visites patrimoniales, dont celles des musées et expositions</i>	85
1.2.2. <i>Comportements de visite patrimoniale et tarification</i>	94
1.2.3. <i>Les visiteurs patrimoniaux et leurs usages d'Internet, avant, pendant et après la visite</i>	97
1.2.4. <i>Des attentes à la satisfaction, puis au bonheur des visiteurs patrimoniaux</i>	100
<b>2. Quels sont les publics des musées sous appellation « Musée de France » ?</b>	<b>103</b>
2.1. La fréquentation des « musées de France » (MCC, Patrimostat 2011)	104
2.1.1. <i>Les « musées de France » en 2011 : 60 millions d'entrées en France, dont 1 million en Bretagne</i>	104
2.1.2. <i>Parmi les régions ayant un nombre assez proche de musées, la Bretagne est en deuxième position pour la fréquentation</i>	111
2.2. Quelques éléments de connaissance des publics des musées nationaux en France (Ministère de la culture et de la communication –MCC)	112
2.2.1. <i>Publics des musées : « bilan d'une décennie entre reproduction et changement » (Ministère de la culture, juin 2012)</i>	112
2.2.2. <i>« A l'écoute des visiteurs » des musées nationaux</i>	115
2.2.3. <i>Les visiteurs de musées nationaux et la gratuité</i>	125
<b>3. Focus sur les jeunes publics : des jeunes enfants aux jeunes adultes</b>	<b>131</b>
3.1. Les visites scolaires dans les « musées de France » (MCC-Patrimostat 2011)	132
3.2. Les visites en famille et avec enfants (CREDOC, 2012)	133
3.2.1. <i>« Musées et expositions », tous types confondus</i>	133
3.2.2. <i>Se rendre au musée en famille (A. Jonchery)</i>	135
3.3. Les visites aux « musées et monuments » des adolescents de 11 à 17 ans (MCC, S. Octobre, 2010)	136
3.4. Les visites des jeunes et étudiants	144
3.4.1. <i>Eléments sur les visites de musées des 15-30 ans (MCC, O. Donnat, 2008)</i>	144
3.4.2. <i>Les visites de « musées et d'expositions » chez les jeunes de 18-24 ans et les étudiants (CREDOC 2012 et MCC)</i>	148
3.4.3. <i>Jeunes, pratiques culturelles et institutions de transmission (MCC, S. Octobre, 2009)</i>	155



### **Avertissement méthodologique**

> *Un ensemble d'études aux champs et méthodes très hétérogènes...*

La connaissance des publics des « musées de France » reste un puzzle très incomplet<sup>150</sup>. La principale difficulté réside dans l'hétérogénéité des champs et méthodes des études. Ainsi, certaines enquêtes sont réalisées à partir d'enquêtes auprès d'échantillons représentatifs de la population française, quand d'autres ne s'intéressent qu'aux visiteurs. Mais la comparaison et le croisement de ces travaux sont rendus encore plus hasardeux par leur objet même qui est à géométrie variable. Les études ayant pour champ les visiteurs des musées sous appellation « Musée de France » peuvent inclure l'ensemble de ces musées ou bien se limiter aux seuls musées nationaux. D'autres études confondent tous les types de musées en y voyant une catégorie de visite culturelle ou patrimoniale, en les agrégeant aux expositions et/ou aux monuments.

Les populations enquêtées ne sont pas non plus homogènes : tranches d'âge variables (15 ans et plus ou 18 ans et plus, 11-17 ans, 18-25 ans...), inclusion des visiteurs touristiques étrangers ou non, catégorisations sociales différentes ou parfois apparemment peu cohérentes (ex : élèves/étudiants/jeunes). Les méthodes d'analyses statistiques sont elles aussi divergentes : croisement de données simples, calculs de probabilité, analyses multifactorielles...

Les champs géographiques des enquêtes sont eux aussi inégaux. La plupart des données sur les publics des musées sont nationales. Les données régionales sont rares et celles qui existent se cantonnent le plus souvent à de simples enregistrements de fréquentation qui ne permettent pas de cerner le profil des visiteurs, leurs attentes, leurs comportements et leurs satisfactions, sans parler des non-visiteurs. Certaines enquêtes ne portent que sur des musées parisiens pendant que d'autres y ajoutent quelques établissements en région. Il faut aussi citer toutes les données produites par certains musées eux-mêmes sur leurs propres visiteurs, plus ou moins approfondies selon les moyens dont ils disposent, mais dont la portée dépasse rarement l'échelon local.

> *... d'où une connaissance très fragmentaire, voire opaque, des publics des musées en France*

En raison de la grande hétérogénéité qui les caractérise, les travaux présentés le seront *séparément*, en allant des plus généraux aux plus ciblés. *Dans un premier point*, nous verrons les résultats d'enquêtes réalisées auprès de panels représentatifs de la population française qui replacent les musées, tous types confondus, dans un ensemble plus vaste de pratiques culturelles et de visites

---

<sup>150</sup> Dans son ouvrage sur les musées de France, Jacques Salois observe que, s'agissant des publics des musées, « pendant longtemps, la connaissance des chiffres les plus simples est restée trop lacunaire pour fonder un jugement assuré ». Il constate cependant que « la situation a sensiblement évolué » avec la réalisation assez récente de plusieurs enquêtes quantitatives et qualitatives.

patrimoniales. Puis, *dans un deuxième point*, nous présenterons les données concernant plus spécialement les visiteurs des « musées de France ». *Dans un troisième point*, un focus sera fait sur les jeunes publics des musées.

Dans ce paysage statistique opaque et fragmenté qui est probablement symptomatique d'un certain retard français dans la prise en considération des publics des musées, les développements qui suivent ne constituent donc qu'une première approche partielle appelant des approfondissements ultérieurs par une instance d'observation régionale des publics qui reste à créer.

## 1. Les publics et « non-publics » des musées, tous types confondus, dans le contexte des pratiques culturelles et des visites patrimoniales des Français

L'appellation « Musée de France » est rarement le point d'entrée des études sur les musées et leurs publics en France. Pour mieux connaître ces derniers, il faut donc élargir le champ de vision : les « musées de France » sont d'abord des musées. Les visites de musées sont des pratiques et sorties culturelles parmi d'autres. De même, leurs visiteurs sont les publics d'un équipement culturel qui coexiste avec les bibliothèques-médiathèques, les cinémas, les salles de spectacle... Plusieurs études abordent donc les musées et leurs publics dans une approche plus générale des pratiques culturelles, qu'elles soient patrimoniales ou autres.

### 1.1. Les visiteurs et non visiteurs de musées dans le contexte des *pratiques culturelles* des Français (Ministère de la culture, Olivier Donnat, 2009)

Nous restituerons ici quelques éléments de connaissance des publics issus de la dernière étude du Ministère de la culture sur « Les pratiques culturelles des Français à l'ère du numérique, 1997-2008<sup>151</sup> » (Olivier Donnat, 2009), étant précisé que cette enquête ne porte que sur les Français de 15 ans et plus et concernent tous les types de musées confondus.

---

<sup>151</sup> La précédente étude a été réalisée il y a 10 ans (données 1997). Ici les données sont de 2008 (étude publiée en 2009)

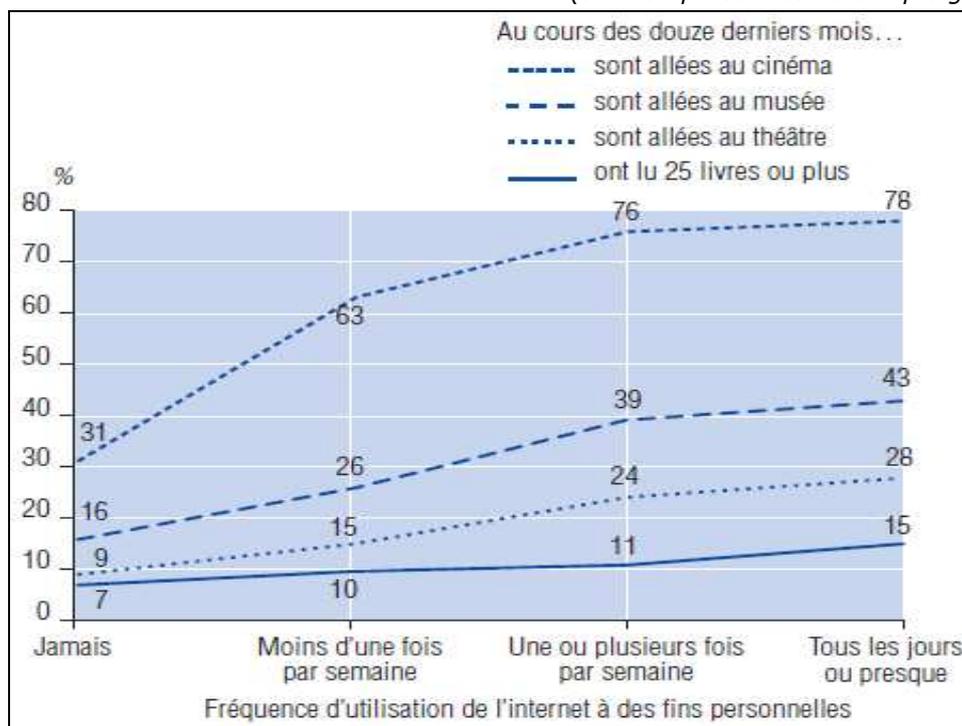
1.1.1. Les musées, comme les autres équipements culturels, sont dans un contexte de « montée de la culture d'écran »

> Culture d'écran et autres pratiques culturelles se cumulent

L'étude fait d'abord le constat de « la montée en puissance de la culture d'écran » : les écrans sont devenus « le support privilégié de nos rapports à la culture tout en accentuant la porosité entre culture et distraction, entre le monde de l'art et ceux du divertissement et de la communication ». Ainsi, loin de l'idée d'une fracture entre réel et virtuel, « la probabilité d'avoir été au cours des douze derniers mois dans une salle de cinéma, un théâtre ou un musée ou d'avoir lu un nombre important de livres croît-elle régulièrement avec la fréquence des connexions » (voir graphique ci-après). Publics en ligne et publics *in situ* se rejoignent fréquemment. Nous verrons plus loin combien cette culture d'écran et, plus globalement, la révolution numérique sont un enjeu majeur pour l'avenir des musées<sup>152</sup>.

Figure 2. Fréquence d'utilisation de l'internet et pratiques culturelles des Français, dont la visite des musées en 2008

(sur 100 personnes de chaque groupe)



Source : Pratiques culturelles 2008, DEPS, Ministère de la Culture et de la Communication, 2009 – Lecture (indication CESER) : Dans le groupe des personnes ayant une fréquence d'utilisation de l'Internet à des fins personnelles « tous les jours ou presque », 43 % sont allées au musée au cours des douze derniers mois, contre 16 % dans le groupe des personnes n'ayant aucune utilisation de l'Internet à des fins personnelles.

<sup>152</sup> Voir troisième partie

1.1.2. La fréquentation des équipements culturels reste globalement stable, y compris dans sa répartition en quatre catégories de visiteurs : *non publics, exceptionnels, occasionnels, réguliers*.

Une partie importante de l'étude est consacrée à la fréquentation des équipements culturels (cinémas, bibliothèques, lieux de spectacles, *musées*, lieux d'exposition et de patrimoine) et on trouve, dans ses annexes, de nombreuses données concernant les musées<sup>153</sup>. Ce qui frappe, lorsqu'on compare les données de 1997 et celles de 2008, c'est une remarquable stabilité de la fréquentation des équipements culturels : « *le temps supplémentaire passé devant les écrans n'a pas entamé la propension générale des Français à sortir le soir ni modifié leurs habitudes en matière de fréquentation des équipements culturels* ».

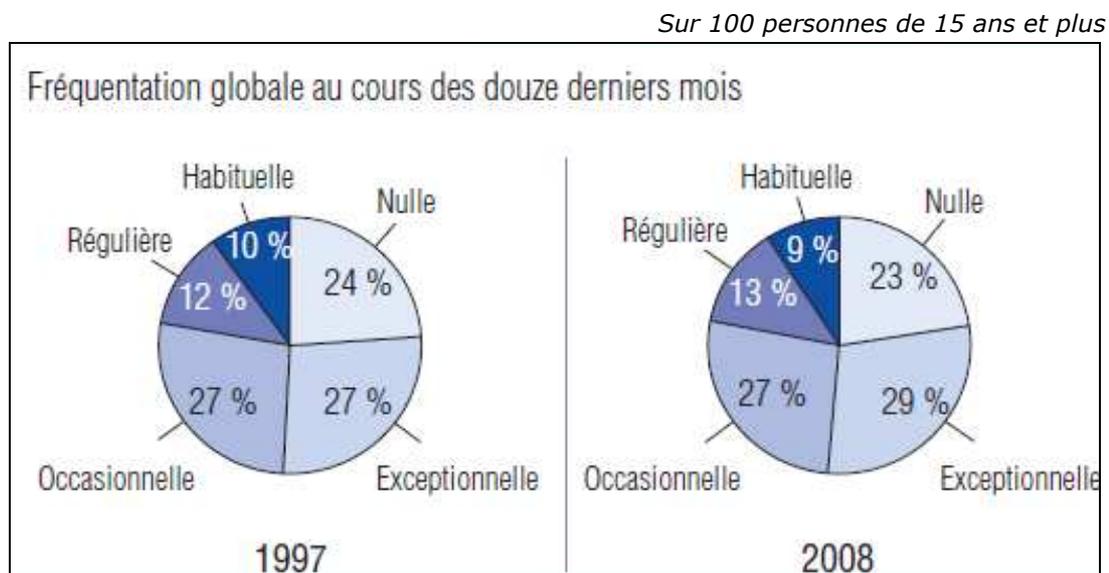
A 10 ans d'intervalle, la répartition des publics des équipements culturels selon leur niveau de fréquentation, n'a pratiquement pas évolué non plus. Les publics se répartissent toujours en 4 catégories dont les proportions sont assez proches :

- 23 % des Français n'ont fréquenté aucun équipement culturel dans l'année. On les appelle aussi parfois le « non public »,
- 29 % sont des visiteurs très exceptionnels d'équipements culturels
- 27 % sont des visiteurs occasionnels. S'il leur arrive de fréquenter un équipement, rares sont ceux qui cumulent les visites de plusieurs types d'équipements : musée, salle de spectacle, bibliothèque...
- 13 % sont des visiteurs réguliers et 9% sont des visiteurs habituels des équipements culturels. Ils sont dans une « logique de cumul » de fréquentation des établissements culturels et en constituent la grande majorité des usagers.

---

<sup>153</sup> Ces données concernant les musées sont très détaillées selon de nombreux critères. Nous ne ferons toutefois ici que les évoquer rapidement puisque des données plus récentes existent sur le sujet (Cf. CREDOC « La visite des musées, des expositions et des monuments » de juin 2012 – voir plus loin)

Figure 3. Indicateur global de fréquentation des équipements culturels en 1997 et 2008 parmi les Français de 15 ans et plus



Source : Pratiques culturelles 2008, DEPS, Ministère de la Culture et de la Communication, 2009 – Equipements culturels : cinémas, bibliothèques, lieux de spectacles, musées, lieux d'exposition et de patrimoine

S'agissant de l'évolution de la fréquentation des lieux d'exposition<sup>154</sup> (incluant les musées), on observe un sensible accroissement des « non publics » (54 % en 1997 et 58 % en 2008) et une petite baisse des visiteurs réguliers (25 % en 1997 et 22 % en 2008). Ceci interroge d'autant plus que la fréquentation des équipements culturels s'élève en général avec le niveau de diplôme et que celui-ci tend à progresser dans la population... Ce facteur aurait dû réduire la part des non-visiteurs, or cette proportion ne diminue pas, ce qui pose la question de l'efficacité des politiques nationales et locales de démocratisation culturelle...

D'une manière générale, Olivier Donnat, constate une tendance au vieillissement des publics des équipements culturels : « *l'âge moyen des publics des équipements culturels a eu tendance à augmenter du fait de l'accroissement du poids des seniors dans la population française et de leur mode de loisirs plus tourné vers les sorties, mais aussi parfois du fait d'une désaffection des jeunes* ».

<sup>154</sup> Lieux d'exposition selon l'étude : Parc comme le Futuroscope ou la Cité des sciences, exposition de peintures, expositions photographiques, galerie, musées. NDLR : il est étonnant d'inclure ici un parc d'attraction, le Futuroscope, comme un lieu d'exposition... Dans les annexes, ces catégories sont détaillées séparément

### 1.1.3. Focus sur les non-publics et les publics des musées

Les « musées » sont ici ce que les enquêtés considèrent comme tel.

> *Les « non publics » des musées : ¼ des Français n'est jamais allé au musée au cours de sa vie*

S'agissant des non publics des musées, c'est-à-dire des personnes déclarant « n'y être jamais allées *au cours de leur vie* », ils représentaient près d'1 Français sur 4 en 2008 (23%). Dans cette enquête<sup>155</sup>, les proportions de non public sont pratiquement les mêmes chez les femmes que chez les hommes et ce, quelles que soient les générations ou catégories d'âge. Elles diminuent avec l'élévation du niveau de diplôme.

A noter que, s'agissant des « musées » au sens de cette enquête, les proportions de non publics sont plus fortes parmi les familles monoparentales (33 %), les couples avec 3 enfants et plus (31%) et les personnes seules de plus de 35 ans (27-28%).

> *Les publics des musées : 1/3 des Français ont visité au moins un musée au cours des 12 derniers mois*

Concernant à présent les publics des musées, c'est-à-dire les personnes ayant déclaré « y être allées *au cours des 12 derniers mois* », près d'1/3 des Français (30 %) sont concernés.

> *La fréquentation des musées suit le diplôme*

*Pour la catégorie des « musées », le niveau de diplôme est très déterminant puisque la fréquentation croît fortement avec l'élévation de celui-ci (de 15 % pour les sans diplômes à 72 % pour les Bac+ 4 et plus).*

On n'observe pas, dans cette étude<sup>156</sup>, de différence de fréquentation entre les femmes et les hommes. Le critère d'âge et générationnel n'apparaît pas significatif, sauf pour les 63 ans et plus<sup>157</sup>, tranche d'âge à partir de laquelle le taux de fréquentation chute de presque 10 points (20 % de fréquentation environ, contre 30 % pour les autres catégories d'âges). Les personnes seules et les couples sans enfant de moins de 35 vont plus souvent au musée (42 % y

---

<sup>155</sup> Dans les enquêtes présentées à suivre, dont les méthodes et les champs diffèrent, des effets d'âge et de genre apparaissent chez les visiteurs de musées

<sup>156</sup> Nous verrons plus loin que d'autres travaux repèrent des différences de comportement selon le genre, les femmes tendant à fréquenter plus habituellement les musées que les hommes, en particulier avec les enfants.

<sup>157</sup> L'étude du CREDOC de 2012 présentée au point suivant note que c'est surtout à partir de 70 ans que le taux de fréquentation diminue. En réalité, les jeunes seniors sont friands de sorties culturelles.

sont allés contre 27 % des couples avec 3 enfants ou plus). Les 2/3 des visiteurs de musées s'y sont rendu 1 ou 2 fois, le reste 3 fois et plus.

> *Les musées d'arts sont les plus fréquentés*

Les musées de beaux-arts<sup>158</sup> (53 % des visiteurs), d'art moderne ou contemporain (31%) et d'histoire (36%), sont les plus visités. S'agissant des modalités de visite, seulement 55 % des visiteurs ont fréquenté un musée situé dans la commune ou la région où ils habitent. Enfin, seuls 9 % des visiteurs étaient seuls ou en groupe organisé (scolaire<sup>159</sup>, 3ème âge...), la majorité des autres visites s'effectuant en famille (39%), en couple (33%) ou avec des amis (19%).

## 1.2. Les publics des musées dans le contexte des *visites patrimoniales* (CREDOC, 2012)

En juin 2012, le CREDOC a publié une étude intitulée « La visite des musées, des expositions et des monuments ». Plus récente que la précédente et réalisée également auprès d'un échantillon représentatif de la population française mais dont l'âge diffère (18 ans et plus), elle comporte de nombreuses données sur les visiteurs et les non visiteurs de « *musées et d'expositions* » à partir d'une approche plus large des visites à caractère patrimonial, incluant également les monuments, les sites historiques et même les villes d'art et d'histoire.

Cette étude permet de mieux connaître les comportements généraux liés aux visites patrimoniales, ainsi que la satisfaction des visiteurs. Elle fait le lien entre les visites et les nouveaux usages d'Internet<sup>160</sup>. Enfin, elle interroge les Français sur l'effet des tarifs de visites.

### 1.2.1. Les comportements généraux liés aux visites patrimoniales, dont celles des musées et expositions

#### 1.2.1.1. *Éléments de contexte sur les visites culturelles à caractère patrimonial en France*

> *61 % des Français ont effectué une visite patrimoniale dans l'année, mais ils fréquentent davantage les sites et monuments que les musées et expositions*

En 2012, 61 % de la population française ont effectué une visite culturelle en lien avec le patrimoine, tous types de visites confondus : musée, exposition,

---

<sup>158</sup> Peintures, sculptures, de l'Antiquité au XX<sup>ème</sup> siècle

<sup>159</sup> Attention, ici seuls les Français de 15 ans et + ont été interrogés.

<sup>160</sup> Ce volet de l'étude du CREDOC sur les TIC sera présenté dans la troisième partie du rapport (enjeux, préconisations)

monuments et autres lieux ou sites patrimoniaux. Les visites en lien avec « l'histoire » sont les plus attractives (55 % des visites). Suivent les visites en lien avec « les arts » (29 %) et enfin celles avec une thématique « société » (33 %). La proportion de personnes ayant visité « un monument, une ville ou un pays d'art et d'histoire » est plus importante que celle des visiteurs de « musées et d'expositions » : 57 % contre 35 % de la population française. Une analyse sociodémographique montre que, d'une manière générale, la visite des monuments et sites patrimoniaux est moins clivée socialement que celle des musées et expositions, notamment lorsque ces derniers concernent les beaux-arts. Ainsi, si seulement 8 % des non-diplômés ont visité un musée ou une exposition de beaux-arts, ils sont 39 % à déclarer avoir visité un monument ou un site patrimonial.

> *Diplôme et revenu sont les variables les plus influentes sur la fréquentation patrimoniale*

Dans l'ensemble, et même s'il existe différents degrés d'influence selon le domaine patrimonial concerné, les deux variables les plus significatives socialement s'agissant de l'ensemble des pratiques de visites patrimoniales sont le diplôme et le revenu.

Concernant l'effet du diplôme, 90 % des personnes diplômées Bac + 3 et supérieur ont visité au moins un lieu culturel patrimonial au cours des 12 derniers mois contre 42 % des non-diplômés<sup>161</sup>. Selon le CREDOC, « *il faut très certainement chercher les raisons de cette distorsion dans le capital culturel acquis à travers les diplômes, le contexte familial, les écoles fréquentées, les milieux universitaires ou l'environnement professionnel* ».

S'agissant de la variable « revenu », elle est également fortement influente. La propension à visiter un établissement culturel à caractère patrimonial progresse avec l'augmentation du niveau de revenu. Les personnes ayant de bas revenus sont 44 % à avoir visité un lieu patrimonial dans l'année, contre 78 % des personnes ayant de hauts revenus<sup>162</sup>.

> *La « loi du cumul » des pratiques culturelles et de loisirs est confirmée*

Le CREDOC montre que la visite patrimoniale s'insère dans une pratique de loisirs variée : « *le capital économique et culturel n'est pas seulement décisif pour les visites patrimoniales mais influe plus largement sur les pratiques culturelles : ainsi 90 % des diplômés du supérieur ont fréquenté un cinéma et 60 % une bibliothèque dans les douze derniers mois contre 42 % et 17 % des personnes qui ne disposent d'aucun diplôme* » (voir graphique ci-après). On

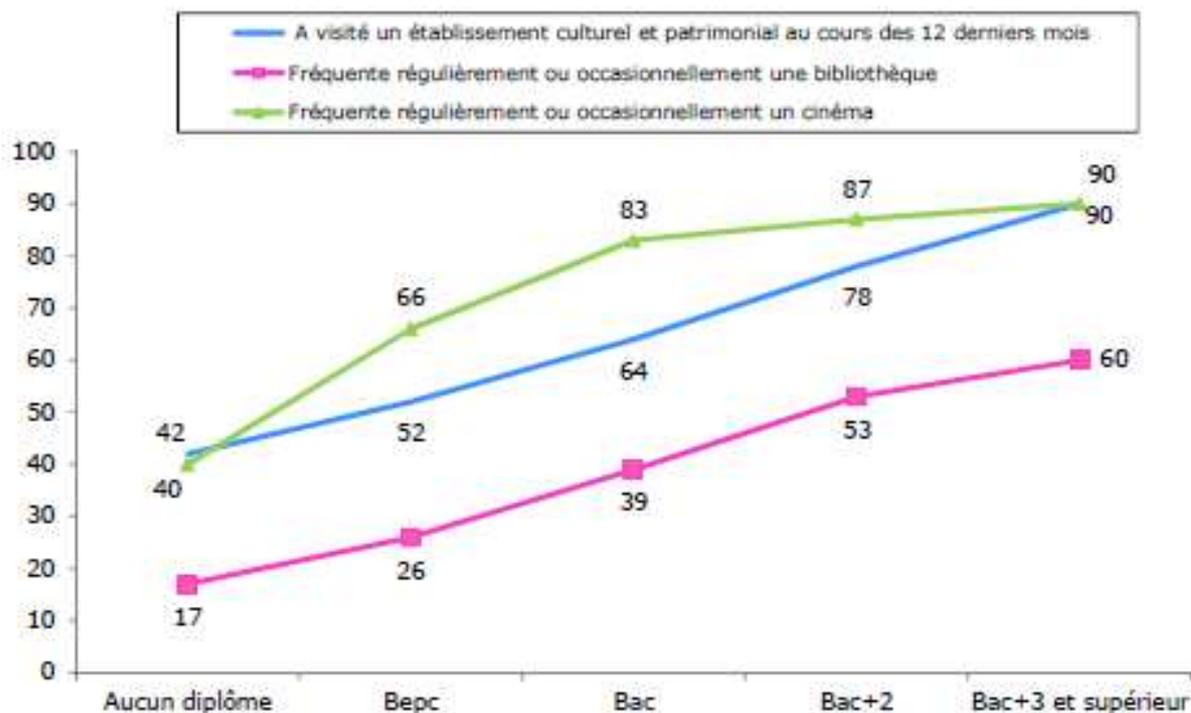
---

<sup>161</sup> Tableau 7, p 21

<sup>162</sup> Bas revenus selon le CREDOC : < 1200 €/mois/unité de consommation ; Hauts -revenus : > 3000 €/mois/unité de consommation – Voir Op.cit p 5

retrouve ici cette fameuse « loi du cumul » déjà soulignée : plus on fréquente un équipement sportif, une bibliothèque ou un cinéma, plus on effectue de visites culturelles<sup>163</sup>, patrimoniales, incluant les musées...

Figure 4. Taux de fréquentation des établissements culturels et patrimoniaux, des bibliothèques et des cinémas selon le niveau de diplômes (en %)



Source : CREDOC, enquête « Conditions de vie et aspirations », début 2012. Exemple de lecture : 60% des personnes les plus diplômées fréquentent régulièrement ou occasionnellement une bibliothèque, contre 17% des non-diplômés

> *Les étudiants et les jeunes seniors sont en tête des publics de visites patrimoniales*

Qu'en est-il de l'influence de l'âge sur les pratiques de visites patrimoniales ? L'étude du CREDOC met en évidence que l'âge oriente ces pratiques. Ainsi, les sexagénaires ou jeunes seniors, sont ceux qui visitent le plus de lieux culturels (70 % des 60-69 ans, contre 53 % des 70 ans et plus). Selon les auteurs, ce décalage « renvoie aux grandes différences qu'il peut y avoir dans les conditions de vie entre ces deux groupes : à la fois en termes de pouvoir d'achat, de santé physique et de capacité de déplacement. »

<sup>163</sup> Ibid, p 22

Entre 18 et 59 ans, le taux de fréquentation est assez stable, autour de 60 %. Parmi les jeunes, on observe toutefois une surreprésentation des étudiants qui sont 71 % à indiquer avoir effectué une visite patrimoniale dans l'année. Le CREDOC avance l'hypothèse que ce taux élevé s'explique par la gratuité ou les tarifs avantageux dont bénéficient les moins de 25 ans<sup>164</sup>. Il met également en avant le niveau d'instruction des étudiants et le lieu d'habitation dans les grands pôles universitaires.

> *Les lieux patrimoniaux se visitent le plus souvent en touriste, en dehors de sa région d'origine*

L'étude du CREDOC confirme l'importance de la fréquentation touristique des lieux patrimoniaux. En effet, 57 % des visites se font en dehors de la région de résidence des visiteurs : « *les visites culturelles sont souvent effectuées lors d'un voyage ou incitent les Français à se déplacer*<sup>165</sup> ». Quant aux visiteurs des lieux culturels de leur région, « *il sont plutôt soit Parisiens (52 %), soit des personnes avec une situation financière précaire* ». A noter que les monuments et sites patrimoniaux se visitent plus fréquemment en dehors de la région de résidence (58 % des visiteurs) que les musées et expositions (50 % des visiteurs). Parmi ces derniers, on observe que les musées et expositions d'arts sont plus souvent visités dans la région de résidence que les musées de société/histoire/civilisations/sciences (10 points d'écart environ)<sup>166</sup>.

> *Les visites patrimoniales sont des pratiques très conviviales*

Les visites patrimoniales sont le plus souvent conviviales : dans 88 % des cas, elles s'effectuent en compagnie d'autres personnes. On en déduit que seulement 12 % sont réalisées en solitaire. Comme l'illustre le graphique ci-après, patrimoine et sociabilité sont donc intimement liés. La grande majorité des compagnons de visites sont des adultes de l'entourage (76 % des cas), des enfants (32 %) ou bien d'autres personnes d'un groupe organisé (15 %). Parmi les jeunes publics figurant dans l'enquête, les étudiants sont les visiteurs patrimoniaux qui viennent le plus à plusieurs, dans une proportion de 96 % ! On voit là l'importance des sorties entre pairs dans les sociabilités juvéniles<sup>167</sup>.

---

<sup>164</sup> Exemple : gratuité d'accès aux musées (collections permanentes uniquement) et monuments nationaux

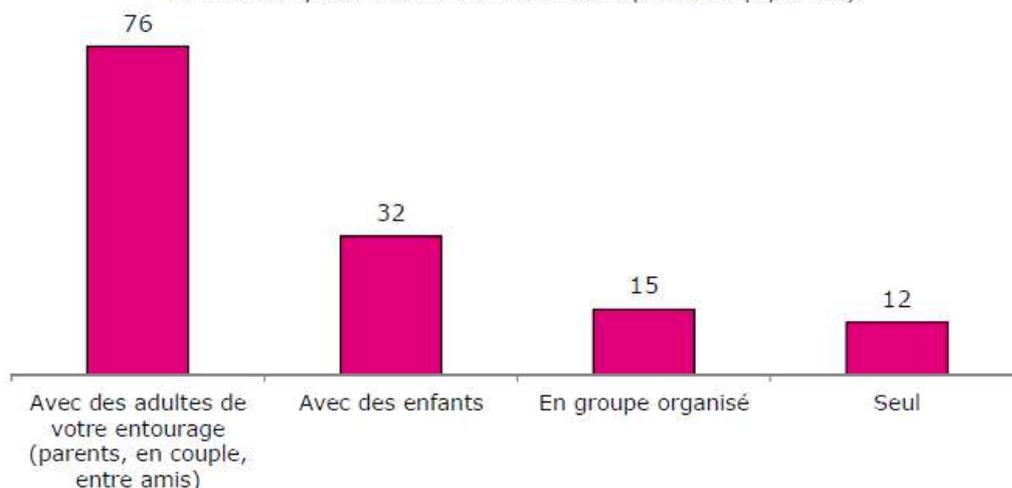
<sup>165</sup> Ibid, p 24

<sup>166</sup> Ibid, tableau p 25, pour le détail.

<sup>167</sup> Voir le rapport du CESER Bretagne, « Les univers sociaux et culturels des jeunes », 2011

Figure 5. Visites patrimoniales à plusieurs ou en solitaire  
(réponse à la question : « Lors de la dernière visite, vous y êtes vous rendu... »)

Champ : Personnes ayant visité au cours des douze derniers mois au moins un musée, une exposition, un monument, un site historique ou une ville d'art et d'histoire (61% de la population).



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

Lecture : 76% des personnes ayant visité, au cours des douze derniers mois, un musée, une exposition, un monument, un site historique ou une ville d'art et d'histoire étaient accompagnées par des adultes de leur entourage lors de leur dernière visite.

Source : CREDOC, *La visite des musées, des expositions et monuments* – graphique p 26

> 1/3 des visites sont effectuées avec des enfants, surtout entre 6 et 10 ans, avec une fréquentation plus importante des musées d'histoire naturelle, de sciences et techniques

Si 32 % des visiteurs ont effectué leur visite avec des enfants, ce taux atteint 63 % chez les familles ayant au moins un enfant à charge de moins de 20 ans. Plus ces familles ont d'enfants et plus elles visitent de sites patrimoniaux (51 % des familles avec un enfant, 77 % de celles avec 3 enfants ou plus). A noter que ces visites en famille avec les enfants sont les plus fréquentes lorsque les enfants ont entre 6 et 10 ans, ce qui, selon le CREDOC, refléterait « une forme d'investissement éducatif visant la réussite scolaire des enfants<sup>168</sup> ». Les visiteurs adultes avec enfants ont plus fréquemment un niveau socioculturel élevé (diplôme, catégorie socio-professionnelle) ou bien disposent de plus de temps libre (personnes au foyer). Ce sont les musées et les expositions d'histoire naturelle, de sciences, techniques et d'industrie qui incitent le plus les familles avec enfants à y emmener ces derniers (viennent ensuite les châteaux et les champs de bataille...). Les musées et expositions d'arts attirent moins d'adultes et de familles accompagnés d'enfants.

<sup>168</sup> Voir les travaux d'Anne Jonchery sur le sujet.

*> Les visites en groupe organisé permettent de diversifier les publics*

S'agissant de l'enjeu de démocratisation culturelle des visites patrimoniales, le CREDOC souligne l'importance des visites en « groupe organisé » pour diversifier les publics. Elles sont en effet le plus souvent effectuées par des personnes âgées de plus de 70 ans (28 %), des non-diplômés (21 %), des retraités (24 %) et des résidents de communes comprenant entre 2 000 et 20 000 habitants. Ces visites en groupe varient selon les thématiques patrimoniales : 13 % des personnes ayant visité un musée ou une exposition de beaux-arts l'ont fait en groupe organisé, contre 21 % de celles ayant visité un champ de bataille ou un mémorial.

*> Les visiteurs patrimoniaux ont une vie sociale sensiblement plus intense*

Cherchant à mettre encore plus en évidence ce lien entre sociabilité et visites patrimoniales, le CREDOC a regardé la vie amicale des visiteurs. S'agissant des musées, il observe qu'en 2012, 80 % des personnes ayant visité un musée dans l'année déclarent « recevoir des amis tous les mois », contre 71 % chez celles n'ayant pas visité de musée au cours des 12 dernier mois. Les visiteurs de musées ont donc en général une vie sociale intense. Et le CREDOC de s'interroger : « *la valorisation de l'expérience muséale à travers ses aspects de convivialité pourrait-elle être un moyen d'attirer à l'avenir de nouveaux publics dans les lieux de culture et de mémoire ?* »<sup>169</sup>.

*1.1.2.2. Focus sur les données concernant les « musées et expositions »*

Quittons à présent les « visites patrimoniales » au sens large pour se concentrer sur l'une de leurs composantes, à savoir les « musées et expositions ».

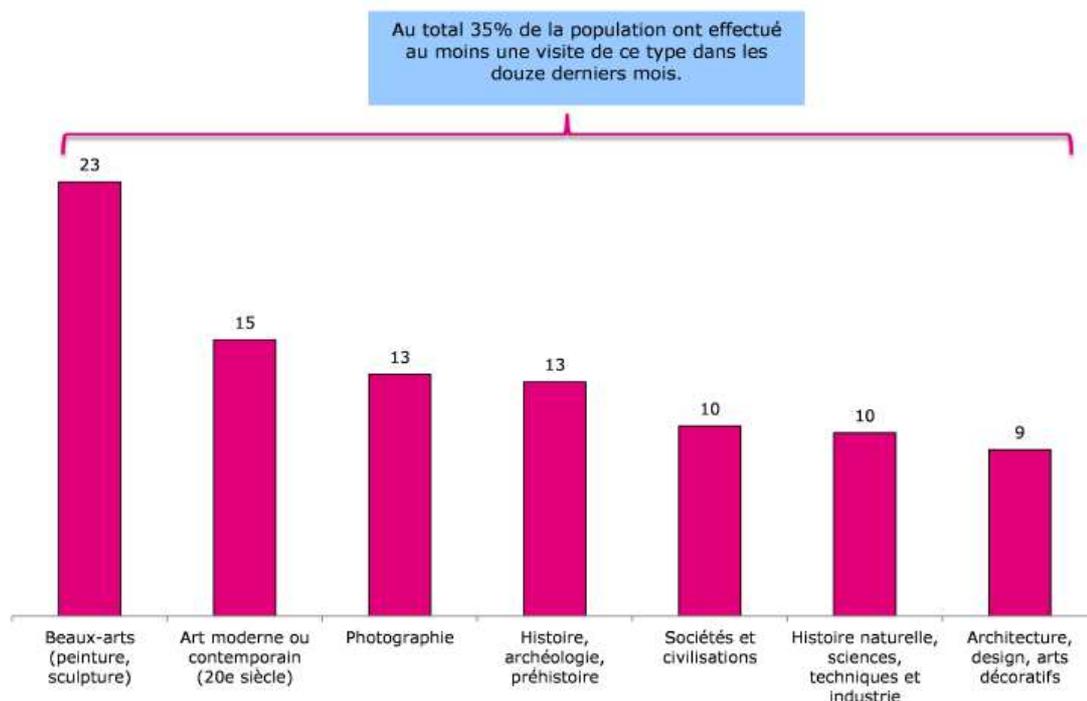
*> 35 % des Français ont visité « un musée ou une exposition » dans l'année, majoritairement en lien avec les arts*

Tout d'abord, 35 % de la population française ont visité « un musée ou une exposition » au cours de l'année. Parmi les musées et expositions visités, ceux concernant les beaux-arts arrivent nettement en tête (visités par 23 % de la population française), comme l'illustre le graphique ci-après.

---

<sup>169</sup> Nous reviendrons sur cette idée importante dans la troisième partie du rapport (enjeux et préconisations)

Figure 6. Part de la population française qui, au cours des douze derniers mois, a visité un musée ou une exposition selon la typologie de ces derniers (en %) en 2012



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

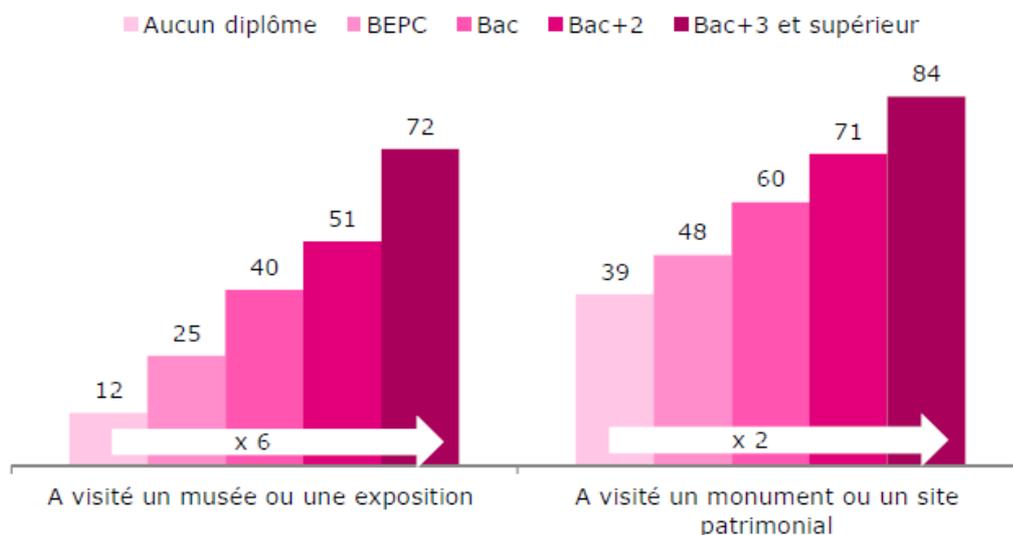
Source : CREDOC, 2012, op.cit p 12, (titre CESER Bretagne)

> *La visite des musées et expositions est beaucoup plus clivante socialement que celle des monuments ou sites patrimoniaux*

Ainsi le taux de visiteurs de musée et d'exposition est 6 fois plus élevé chez les Bac + 3 et supérieur (73 %) que chez les non-diplômés (12 %). Pour les monuments et sites patrimoniaux, cette proportion était multipliée par 2 (84 % des Bac + 3 et supérieurs en ont visité contre 39 % des non diplômés). Si l'on considère les revenus et la catégorie socioprofessionnelle des visiteurs, on retrouve cette stratification : 67 % des cadres et professions intellectuelles supérieures et 54 % des hauts revenus se sont rendus dans un musée en 2011 contre 20 % des ouvriers et 28 % des personnes à bas revenus.

Figure 7. Part des visiteurs de « musées et expositions » dans la population française selon le niveau de diplôme en 2012

*La visite des musées et expositions est plus clivante que celles des monuments ou sites de patrimoine (en %)*



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

Lecture : 72% des diplômés d'un niveau bac +3 ou supérieur ont visité un musée ou une exposition en 2012, 84% ont visité un monument ou un site patrimonial

Source : CREDOC, *op.cit*, graphique p 13

L'étude constate également que les *jeunes seniors* fréquentent fortement les musées et expositions (46 % d'entre eux en ont visité dans l'année), que les étudiants visitent plus souvent les musées et expositions de beaux-arts (31 % d'entre eux en ont visité dans l'année) et d'art moderne et contemporain (25 %) et que les habitants de l'agglomération parisienne sont surreprésentés parmi les visiteurs (45 % des Parisiens ont visité un « musée ou une exposition » dans l'année)

> *Il existe des biais statistiques, d'où l'intérêt d'isoler certaines variables pour calculer des probabilités de visite selon l'influence de celles-ci*

Le CREDOC attire l'attention sur quelques biais pouvant exister si l'on en reste à l'analyse précédente qui procède par simples tris croisés et ne permet pas toujours d'isoler les effets spécifiques de certaines variables. Il existe ainsi des « effets de structure » qui se combinent : « *par exemple, si un Parisien se distingue, cela est-il dû au fait qu'il réside dans la capitale ou bien au fait qu'il est davantage diplômé ou encore que ses revenus sont supérieurs à la moyenne ?* ».

> Le diplôme a l'effet le plus fort sur la « probabilité » de visite avant les effets de revenu, d'âge et de sexe

Il utilise donc une autre méthode statistique<sup>170</sup> permettant d'isoler, toutes choses égales par ailleurs, l'influence de certaines variables sur la *probabilité* de visite d'un musée ou d'une exposition : genre, âge, niveau de diplôme, profession catégorie sociale (PCS), niveau de revenu et lieu de résidence. Il s'agit donc ici d'une reconstruction statistique sur la base de simples hypothèses.

- Variable « genre » : les femmes ont 20 % de *chances* supplémentaires que les hommes de visiter une exposition ou un musée<sup>171</sup>.
- Variable « profession-catégorie sociale » : elle n'apporte pas en elle-même d'élément explicatif de la propension à visiter les musées et expositions.
- Variable « niveau de diplôme » : c'est le facteur le plus déterminant puisque, toutes choses égales par ailleurs<sup>172</sup>, les personnes titulaires d'un diplôme Bac + 3 ou plus ont 20 fois plus de *chances* de se rendre dans un musée ou de visiter une exposition que les personnes non diplômées. Le capital culturel apparaît ici comme le facteur le plus discriminant de tous.
- Variable « niveau de revenu » : il joue mais moins que le niveau d'étude. Les écarts de *probabilité* de se rendre au musée ou dans une exposition entre le bas et le haut de l'échelle des revenus varient quand même du simple au double.
- Variable « âge » : l'effet d'âge est confirmé (18 ans et +). Les sexagénaires ont environ deux fois plus de *chances* de se rendre au musée ou dans une exposition que leurs cadets ou que leurs aînés.
- Variable « taille de l'agglomération de résidence ». Ce facteur n'apparaît pas, considéré isolément, comme discriminant. En d'autres termes, précise le CREDOC, si les Parisiens se rendent plus souvent au musée ou dans les expositions, cela *pourrait* moins tenir à l'abondance de l'offre culturelle dans la capitale qu'à des niveaux moyens de diplôme et de revenu plus élevés que dans l'ensemble de la population française.

---

<sup>170</sup> Régression logistique (calcul de probabilité par *odds ratio*)

<sup>171</sup> Nous verrons plus loin dans notre approche des visites des enfants et adolescents, qu'elles jouent un rôle plus déterminant que les hommes dans la socialisation aux musées et monuments

<sup>172</sup> C'est à dire en neutralisant les effets des autres variables : genre, âge, revenu, taille de l'agglomération de résidence

### 1.2.2. Comportements de visite patrimoniale et tarification

Nous avons vu que les facteurs culturels (diplôme) et économiques (revenus) étaient les plus déterminants dans les pratiques de *visites patrimoniales*. Le prix de visite devrait donc représenter un frein pour certains publics. Qu'en est-il ?

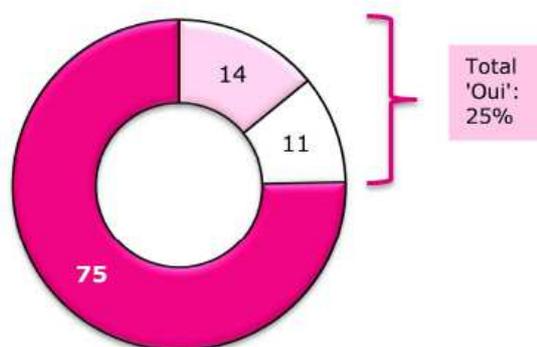
> *1/4 des Français ont renoncé à une visite patrimoniale dans l'année en raison de son prix*

L'enquête du CREDOC révèle qu'un quart de la population française (25 %) indique avoir renoncé au moins une fois à visiter un musée, une exposition ou un monument au cours de l'année écoulée en raison d'un tarif trop élevé de la visite.

Figure 8. Tarifs et visites patrimoniales en France en 2012

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

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



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

Lecture : 14% des personnes disent avoir renoncé plusieurs fois à une visite culturelle parce que le prix d'entrée était trop élevé.

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

> *Chez les « non-visiteurs », le prix n'est pas le principal obstacle : les freins non-financiers semblent prévaloir*

Parmi les *non-visiteurs* de lieux patrimoniaux, seulement 14 % déclarent avoir renoncé à une visite patrimoniale « parce que c'était trop cher ». Selon le CREDOC, « le décalage tient en partie au fait que, parmi les non-visiteurs, certains s'intéressent peu à ce type de pratique culturelle, quel qu'en soit le prix ». A moins d'inverser l'hypothèse en suggérant ici que c'est peut-être parce que ces pratiques culturelles ne sont pas suffisamment adaptées à la diversité des publics, en termes de médiation par exemple, qu'elles rebutent ces non-visiteurs...

> *Entre les publics éloignés et les publics familiers des lieux culturels, le groupe intermédiaire des publics occasionnels est le plus sensible au prix*

Au final, le CREDOC propose de diviser la population en trois catégories selon leur plus ou moins grande sensibilité au prix de visite<sup>173</sup>. Selon les cycles et conditions de vie, les passages d'une catégorie à l'autre sont probablement envisageables (ex : nécessité d'arbitrages budgétaires en contexte de crise).

- Les personnes *éloignées* du monde de la culture : « Les personnes de ce groupe ne fréquentent pas de bibliothèque, ne se rendent jamais au cinéma et ne vont pas au musée. C'est ce même groupe qui indique ne pas avoir renoncé à la visite à cause de son prix. On peut supposer que ce groupe reste à l'écart du monde culturel par désintérêt, manque de temps ou se sent trop loin de cet univers ».
- Les personnes plus *familiales* des lieux culturels : « Les personnes de cette catégorie évoluent dans un univers culturel riche et diversifié. Ils ont visité au moins deux types de musées ou d'expositions différentes au cours des douze derniers mois, ils vont régulièrement au cinéma et à la bibliothèque. Le prix joue un rôle moins déterminant pour leurs pratiques mais pourrait constituer une incitation supplémentaire à se rendre davantage au musée ou à visiter une exposition ».
- Un *groupe intermédiaire* de personnes ayant des pratiques culturelles *occasionnelles* : « Elles ont visité au moins un type de musée ou d'exposition au cours des douze derniers mois, se rendent parfois au cinéma et fréquentent occasionnellement des bibliothèques. Or, c'est au sein de ce groupe que l'on repère la plus grande sensibilité au prix ».

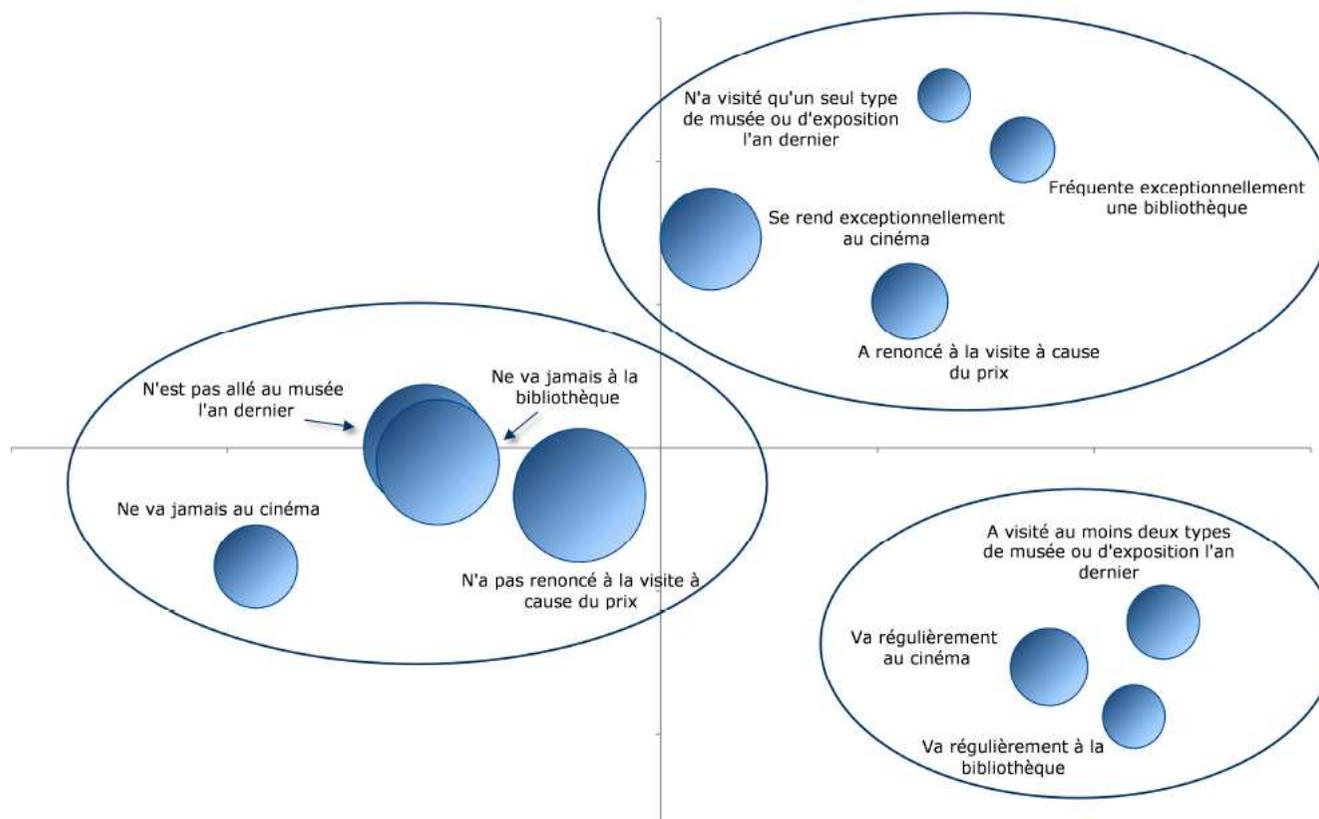
La conclusion du CREDOC, sur la base de cette analyse, est que « la question du prix de l'entrée dans les lieux de patrimoine pourrait donc être particulièrement décisive pour attirer des personnes ayant des pratiques culturelles occasionnelles et devant opérer des arbitrages financiers entre différentes possibilités de loisirs ».

La figure ci-après synthétise la typologie proposée.

---

<sup>173</sup> CREDOC, Op.cit p 42-43

Figure 9. Pratiques culturelles et tarification des visites patrimoniales (sensibilité à l'effet prix)



Source : CREDOC, *Op.cit*, graphique p 43 (Enquête « conditions de vie et aspirations, début 2012)- Note du CREDOC : Résultat d'une analyse des correspondances multiples. Les variables « actives » utilisées pour construire cette carte sont toutes celles qui sont projetées sur le graphique, à savoir : A visité (aucun/un seul type de/plusieurs types de) musée ou d'exposition dans l'année ; va (régulièrement/occasionnellement/jamais) au cinéma ; a, dans l'année, renoncé (ou pas) à une visite à cause du prix ; va (régulièrement/occasionnellement/jamais) à la bibliothèque. NB. : La taille des pastilles est proportionnelle à l'effectif concerné. - Note du CESER : le groupe des « éloignés » du monde de la culture est à gauche, celui des « occasionnels » (le plus sensible au prix) en haut à droite et celui des « familiers » en bas à droite. Concernant ce dernier, il semble qu'une pastille bleue ait été omise : « n'a pas renoncé à la visite à cause du prix ».

> *Les publics potentiellement bénéficiaires de la gratuité l'ignorent souvent*

L'enquête du CREDOC révèle aussi que les mesures de gratuité qui s'appliquent à certains publics des musées nationaux (qui sont, rappelons le, tous des « musées de France ») et monuments nationaux, ne sont pas toujours connues par leurs bénéficiaires potentiels, à savoir : les jeunes de moins de 26 ans (43 % ne le savent pas, près d'un jeune sur deux donc), les personnes en situation de handicap (40%) les bénéficiaires de minimas sociaux (35 %) et les chômeurs (32 %). Il s'agit là d'un cas typique de « non recours aux droits » par manque d'information. Et le CREDOC de souligner : « cette méconnaissance mérite d'autant plus l'attention que 35 % des chômeurs, 35 % des bénéficiaires du RSA, 25 % des jeunes et 28 % des porteurs de handicap déclarent avoir renoncé à une visite culturelle parce que c'était trop cher (contre 25 % en moyenne) ».

La part d'enseignants mal informés n'est pas précisée mais on peut penser que, bénéficiant systématiquement d'un « Pass éducation » qui leur est délivré par le Ministère de l'Éducation nationale, ils sont, dans leur grande majorité, informés de leur droit à la gratuité.

### 1.2.3. Les visiteurs patrimoniaux et leurs usages d'Internet, avant, pendant et après la visite

> *Il y a aujourd'hui les publics in situ et les publics en ligne*

L'étude du CREDOC apporte des données récentes sur les relations entre les comportements des visiteurs patrimoniaux et leurs usages d'Internet et, plus globalement, sur les technologies et usages numériques en 2012. Ils sont importants pour notre connaissance des publics des musées, expositions et monuments : il y a en effet aujourd'hui, les publics *in situ* et les publics numériques, en ligne, connectés, à distance.

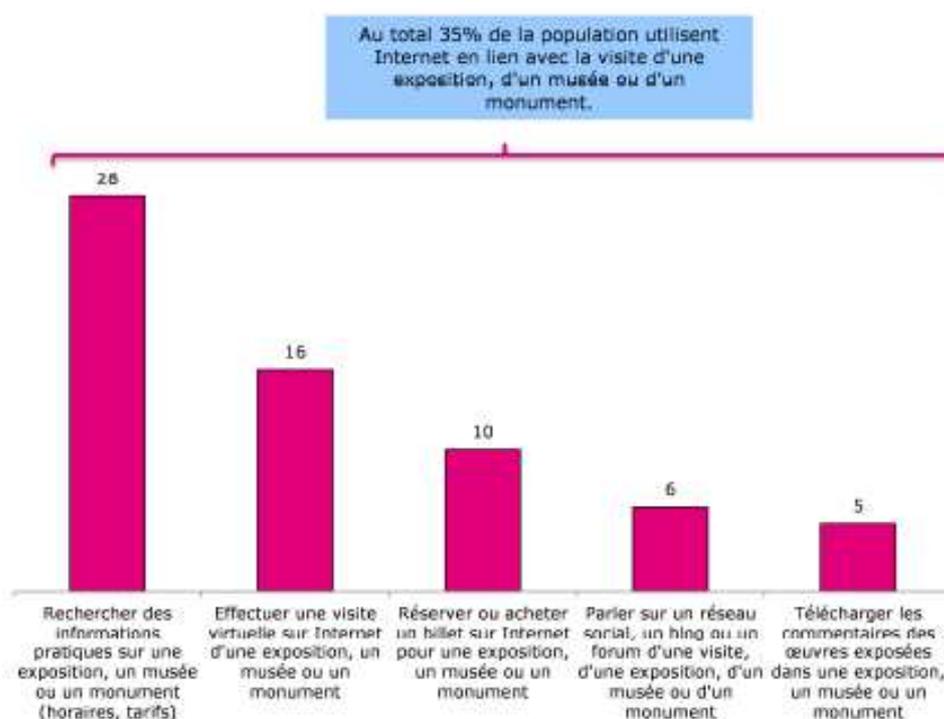
Ces données complètent les travaux d'Olivier Donnat sur les pratiques culturelles des Français qui mettaient en évidence (voir ci-avant) la montée en puissance de la culture d'écran. En fait, il faudrait probablement ajouter aujourd'hui la culture de la connexion permanente, de l'expressivité et du partage en réseau dans laquelle le réel et le virtuel se complètent bien plus qu'ils ne s'opposent.

> 35 % des Français utilisent Internet avant, pendant ou après une visite patrimoniale, des aspects pratiques aux contenus culturels.

Le CREDOC rappelle l'accélération de la révolution numérique ces dernières années qui bouleverse de nombreuses pratiques culturelles des Français (lecture, musique, télévision, cinéma...) et les sorties culturelles patrimoniales ne font pas exception.

Ainsi, il constate que, début 2012, 35 % des Français utilisaient Internet en lien avec la visite d'un musée, d'une exposition ou d'un monument<sup>174</sup>. Les usages concernent d'abord la recherche d'informations pratiques (horaires, tarifs...) pour 28 % des Français interrogés. En seconde position, vient la visite virtuelle d'une exposition, d'un musée ou d'un monument (16 % des Français), puis la réservation ou l'achat de billet (10 %). Enfin, 6 % ont parlé sur un réseau social, un blog ou un forum d'une visite patrimoniale (14 % chez les jeunes de moins de 25 ans<sup>175</sup>), pendant que 5 % ont téléchargé des commentaires sur les œuvres exposées ou sur le monument visité (voir graphique ci-après).

Figure 10. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous pratiqué les activités suivantes sur Internet.... (en %)



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

Lecture : 28% de la population ont recherché des informations pratiques sur une exposition, un musée ou un monument (horaires, tarifs) sur Internet au cours des douze derniers mois.

Nota : les taux de recours à Internet pour préparer ou accompagner sa visite chez les visiteurs de lieux patrimoniaux figurent en annexes p.80

Source : CREDOC, La visite des musées, expositions et monuments, juin 2012

<sup>174</sup> NDLR en 2014 : cette proportion s'est sans doute déjà accrue depuis !

<sup>175</sup> En 2011, d'après le CREDOC, 81 % des jeunes de 18-24 ans étaient sur les réseaux sociaux, contre seulement 1/3 des plus de 30 ans.

> *Plus on est connecté plus on visite dans la vie réelle... et réciproquement*

Il existe une corrélation forte entre l'usage d'Internet et les visites patrimoniales : plus on « surfe », plus on visite et réciproquement. Visites en ligne et visites physiques se conjuguent donc : « 88 % des personnes ayant visité virtuellement des sites patrimoniaux l'ont fait pour préparer ou compléter leur déplacement dans ces lieux ». Les 12 % restant, souligne le CREDOC, ne sont pourtant pas anodins : « l'accès en ligne à une visite virtuelle semble donc, dans une certaine mesure, contribuer à la démocratisation des contenus culturels ». Le « dans une certaine mesure » est ici important car, comme nous le verrons plus loin, les médiations numériques ne sauraient se substituer aux médiations humaines.

> *Les seniors effectuent plus de visites virtuelles que les jeunes « digital natives », mais ceux-ci partagent plus fréquemment leurs visites réelles en ligne*

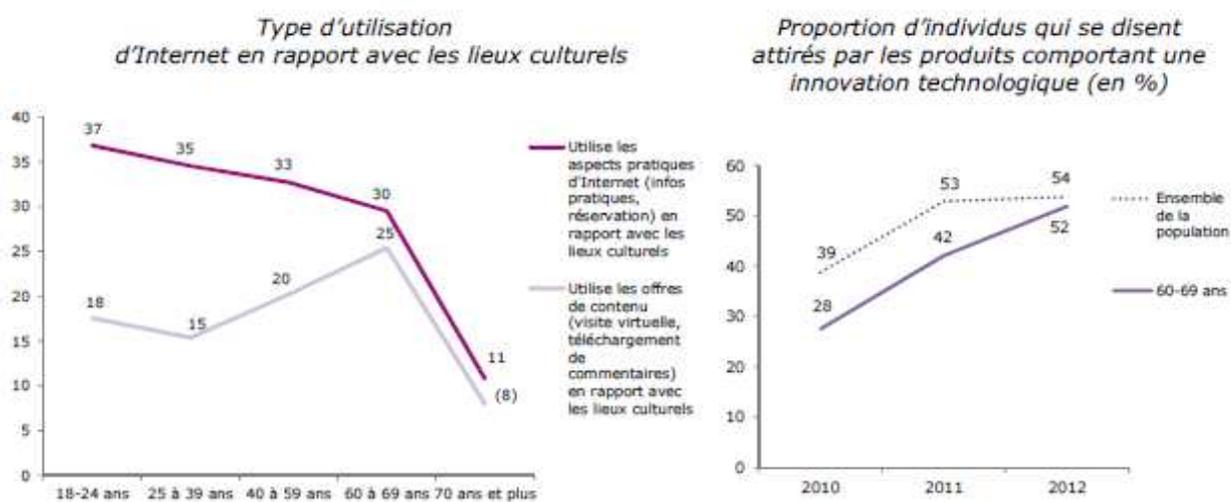
Les personnes qui se servent le plus d'Internet pour préparer et accompagner leurs visites patrimoniales sont les diplômés, les cadres et professions intellectuelles supérieures, les hauts revenus et les Parisiens, et aussi les jeunes de 18-25 ans (en particulier pour la recherche d'informations pratiques et le partage sur les réseaux sociaux). Contrairement à certaines idées reçues, les jeunes ne sont pas la catégorie la plus friande de visites virtuelles : la proportion de jeunes seniors de 60 à 69 ans à avoir effectué une visite virtuelle (25 %) est presque deux fois plus importante que celle des jeunes de 18-25 ans (15 %).

Pour synthétiser ces résultats, le CREDOC propose de regrouper les usages patrimoniaux d'Internet en 2012 selon deux dimensions :

- les aspects pratiques proposés sur le web : horaires, tarifs, plan d'accès, réservation et achat de billets. Ces usages pratiques sont le fait de 30 % des Français ;
- les informations concernant le contenu culturel : visite virtuelle, téléchargement de commentaires. Cet usage concerne 18 % de la population française.

Si les moins de 25 ans ont une forte appétence pour les aspects pratiques afin de préparer leur visite patrimoniale (utilisés par 37 % d'entre eux), les plus grands utilisateurs de contenus en ligne sont les jeunes seniors (25 %). Ainsi, les technologies et usages numériques paraissent de moins en moins l'apanage des jeunes générations. Par contre, l'effet générationnel joue bien sur le type d'usage (ex : partage d'informations liées à la visite sur les réseaux sociaux : 14 % des 18-25 ans, contre 7 % et moins après 25 ans). Sans doute d'ailleurs pourrait-on aujourd'hui, en 2014, ajouter cette troisième dimension de « partage » à la typologie d'usages proposée par le CREDOC.

Figure 11. Type d'utilisation d'Internet en rapport avec les lieux culturels selon l'âge en France en 2012



Lecture : 37% des moins de 25 ans ont utilisé Internet pour préparer leur visite de manière pratique (informations, réservation), 18% ont utilisé Internet pour accéder à du contenu sur les lieux culturels (visites virtuelles, téléchargements de commentaires).

Lecture : en 2012, 52% des 60-69 ans se disent attirés par les produits comportant une innovation technologique.

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et aspirations », début 2012. Le tableau complet des résultats par groupes sociaux figure en annexe, p. 80.

Source : CREDOC, *Op.cit*, graphique p 36

#### 1.2.4. Des attentes à la satisfaction, puis au bonheur des visiteurs patrimoniaux

➤ *Un satisfecit quasi unanime : 9 visiteurs sur 10 sont satisfaits de leur dernière visite patrimoniale, quelle que soit leur catégorie sociale*

Dans son enquête, le CREDOC a interrogé les visiteurs patrimoniaux, dont ceux des musées, sur leurs attentes et satisfactions. Le résultat est très positif et sans ambiguïté puisque 9 visiteurs sur 10 (91 %) déclarent que leur dernière visite correspondait à leurs attentes, voire les dépassait (respectivement 75 % et 16 %). Il est par ailleurs remarquable que toutes les couches de la population affichent sensiblement le même degré de satisfaction. Le type de musée, d'exposition ou de monument visité influe peu sur les réponses. A noter toutefois, concernant les musées, que ce sont les musées d'histoire, d'archéologie ou de préhistoire qui dépassent le plus les attentes des visiteurs en termes de satisfaction<sup>176</sup> (23 % contre 16 % en moyenne). Quand les publics sortent en visite patrimoniale, le satisfecit est donc quasi général.

<sup>176</sup> Ils ont été très positivement surpris de la visite

*> La satisfaction de visite serait amplifiée par l'usage d'Internet*

Autre élément intéressant pointé par le CREDOC : l'usage d'Internet en lien avec la préparation, le déroulement ou la suite de la visite semble sensiblement corrélé à la satisfaction des visiteurs. Pour ces derniers, la visite dépassait les attentes dans 17 % des cas, contre 14 % pour les personnes n'ayant pas utilisé Internet en lien avec leur visite.

*> Les visites patrimoniales pourraient bien contribuer à rendre heureux*

« Aller au musée contribuerait-il au bien-être ? », telle est la question posée en guise de conclusion par le CREDOC. Elle nous semble plus que légitime puisque, comme nous l'avons vu précédemment, le plaisir et la délectation font parties de la définition et des missions des musées, en particulier des « musées de France ».

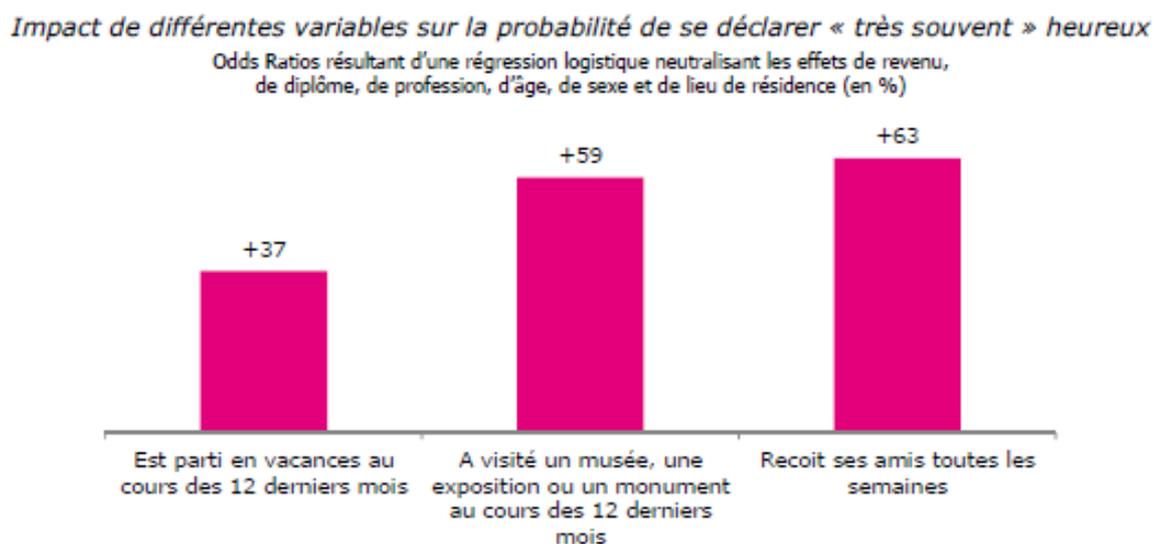
Le CREDOC observe que si « la visite d'institutions muséales ou d'éléments de patrimoine est souvent associée à un objectif d'éducation et d'ouverture aux cultures et savoirs », « elle peut également constituer une expérience de vie agréable, un moment d'échange et de partage, ou de découverte », et donc, quelque part à rendre les visiteurs plus heureux. Cela renvoie aussi au plaisir d'apprendre de nouveaux savoirs.

Si de nombreux critères influent sur le sentiment de bonheur, une visite patrimoniale peut aussi y contribuer, au même titre que partir en vacances ou recevoir des amis régulièrement chez soi. Selon les analyses du CREDOC, « à âge égal, profession comparable, niveau de revenu similaire et diplôme équivalent, les personnes qui ont visité un musée, une exposition ou un monument au cours de l'année passée ont près de 60 % de chances<sup>177</sup> supplémentaires de se dire « très souvent » heureuses que les non visiteurs ».

---

<sup>177</sup> « Chances » est employé au sens de « probabilités »

Figure 12. Impact de différentes variables sur la probabilité de se déclarer « très souvent heureux », dont le fait d'avoir visité « un musée, une exposition ou un monument » dans l'année en France en 2012



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

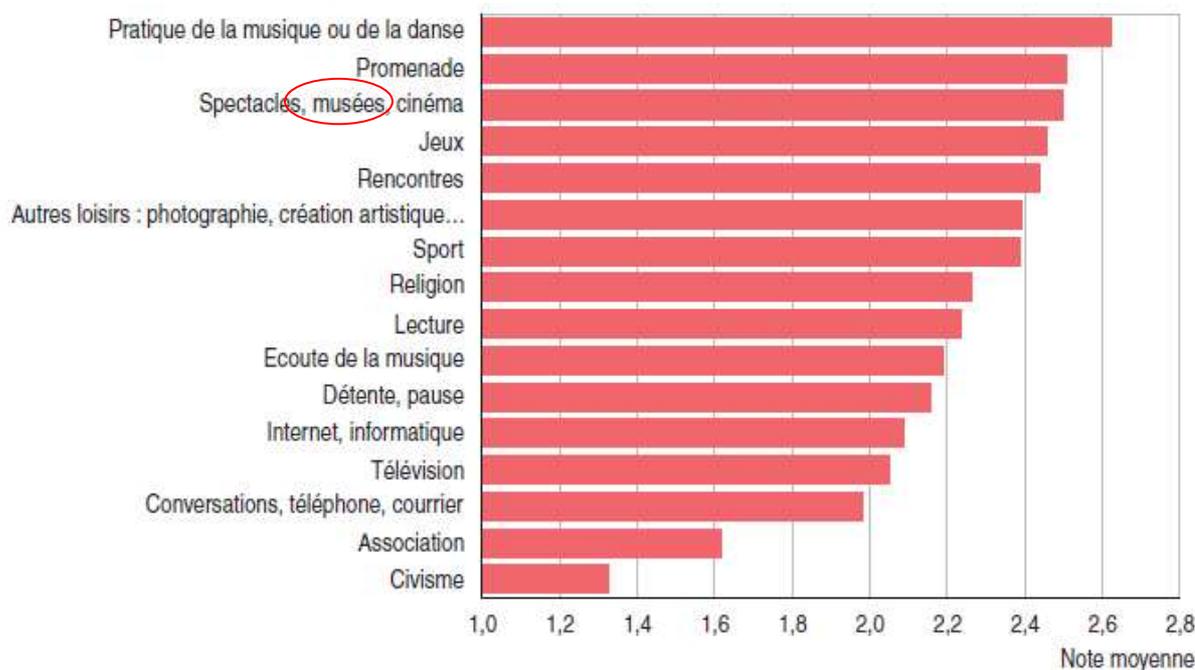
Lecture : toutes choses égales par ailleurs, une personne partie en vacances au cours des douze derniers mois a 37% de chances plus de chances de se dire « très souvent » heureuse qu'un non-partant

Source : CREDOC, *Op.cit*, graphique p 48, conclusion – NDLR : il s'agit ici d'un calcul statistique de probabilité selon une méthode dite de « régression logistique » qui permet d'isoler les effets de certaines variables

Ces résultats corroborent des travaux menés par l'INSEE (voir graphique ci-après) qui montrent que la visite de musées, tout comme la pratique de la musique ou de la danse, la promenade, le temps passé au cinéma et à voir des spectacles sont plus appréciés que l'usage d'Internet ou de la télévision<sup>178</sup>.

<sup>178</sup> Layla Ricroch, « Les moments agréables de la vie quotidienne. Une question d'activités mais aussi de contexte. Insee Première n° 1378, novembre 2011.

Figure 13. Appréciation des différentes activités du temps libre en 2010 (INSEE)



Lecture : la note moyenne associée aux activités de pratique de la musique ou de la danse est de + 2,6.

Source : Insee, enquête Emploi du temps 2010.

Source : INSEE Première n° 1378, novembre 2011 – graphique p 2- NDLR : sur une échelle allant de -3 (désagréable) à + 3 (agréable)

Le CREDOC conclut sur cette dimension de délectation qu'on retrouve dans la relation au patrimoine, incluant la visite des musées et des expositions : « Découvrir un château et s'imaginer un instant quelques siècles en arrière, admirer des œuvres d'art, comprendre des phénomènes scientifiques ne sont pas seulement des moyens d'accéder au savoir et à la culture « académique » mais constituent aussi des moments de plaisir, des expériences à partager avec sa famille ou ses amis qui concourent au bien-être de la population<sup>179</sup> ».

## 2. Quels sont les publics des musées sous appellation « Musée de France » ?

Au point précédent ont été présentés les résultats d'enquêtes nationales sur les publics des musées, tous musées confondus, à partir d'échantillons représentatifs de la population française permettant de connaître à la fois les visiteurs et les non visiteurs.

<sup>179</sup> CREDOC, Op.cit p 48

Ce second point ne traite que des publics des « musées de France » ou de certaines catégories de « musées de France », en particulier des « musées nationaux » (musées appartenant à l'Etat). Les travaux présentés ne portent que sur les visiteurs de ces musées et ne permettent donc pas, contrairement aux précédents, de connaître les non visiteurs des « musées de France ».

Nous verrons *tout d'abord* que seules les données de fréquentation des « musées de France » sont régionalisées (Patrimostat 2011). *Les autres* concernent les publics des musées nationaux et apportent quelques éclairages complémentaires, en particulier sur la satisfaction de leurs visiteurs et sur les effets des politiques tarifaires en matière de diversification sociale et générationnelle des visiteurs (Enquête nationale « A l'écoute des visiteurs 2012 », Enquête nationale « gratuité 2008 »). Rappelons ici que tous les musées nationaux sont des « musées de France ».

## 2.1. La fréquentation des « musées de France » (MCC<sup>180</sup>, Patrimostat 2011)

### 2.1.1. Les « musées de France » en 2011 : 60 millions d'entrées en France, dont 1 million en Bretagne

*> Au niveau national, près de 6 visites sur 10 ont lieu dans un musée de la région parisienne*

En 2011, la fréquentation annuelle de l'ensemble des « musées de France » était de 60 millions de visites (59 142 442), soit une augmentation de 3 % par rapport à 2010. 7 établissements ont chacun reçu plus d'un million d'entrées, soit un total de 26,3 millions d'entrées au total représentant près de 45 % de la fréquentation de l'ensemble des « musées de France » au niveau national : le Louvre, le domaine de Versailles, le Musée d'Orsay, le Centre Georges Pompidou (musée et expositions), le Musée de l'Armée aux Invalides, le Musée Carnavalet et ses annexes (catacombe et crypte de Notre Dame) et le Musée du quai Branly. 63 établissements ont reçu entre 100 000 et 1 million d'entrées (26 % de l'ensemble des « musées de France »). Les 937 musées restant ont comptabilisé moins de 100 000 visites sur l'année (près de 30 % de la fréquentation générale). On retrouve ici, d'une part, la forte attractivité touristique des prestigieux musées nationaux parisiens, d'autre part, le fait qu'ils disposent de moyens financiers, humains et financiers considérables pour accroître leur rayonnement national et international ainsi que leur fréquentation.

---

<sup>180</sup> MCC : Ministère de la culture et de la communication

> La fréquentation évolue de manière inégale selon les régions et les événements annuels

Sur 10 visites de « musées de France », 6 ont lieu en Île-de-France et 4 dans les autres régions françaises.

Carte 3. Fréquentation des « musées de France » par région en France en 2011



Source : Ministère de la culture, Patrimostat 2011, p 9- Précision CESER sur les couleurs : les régions les plus claires ont les plus fortes fréquentations de « musées de France »

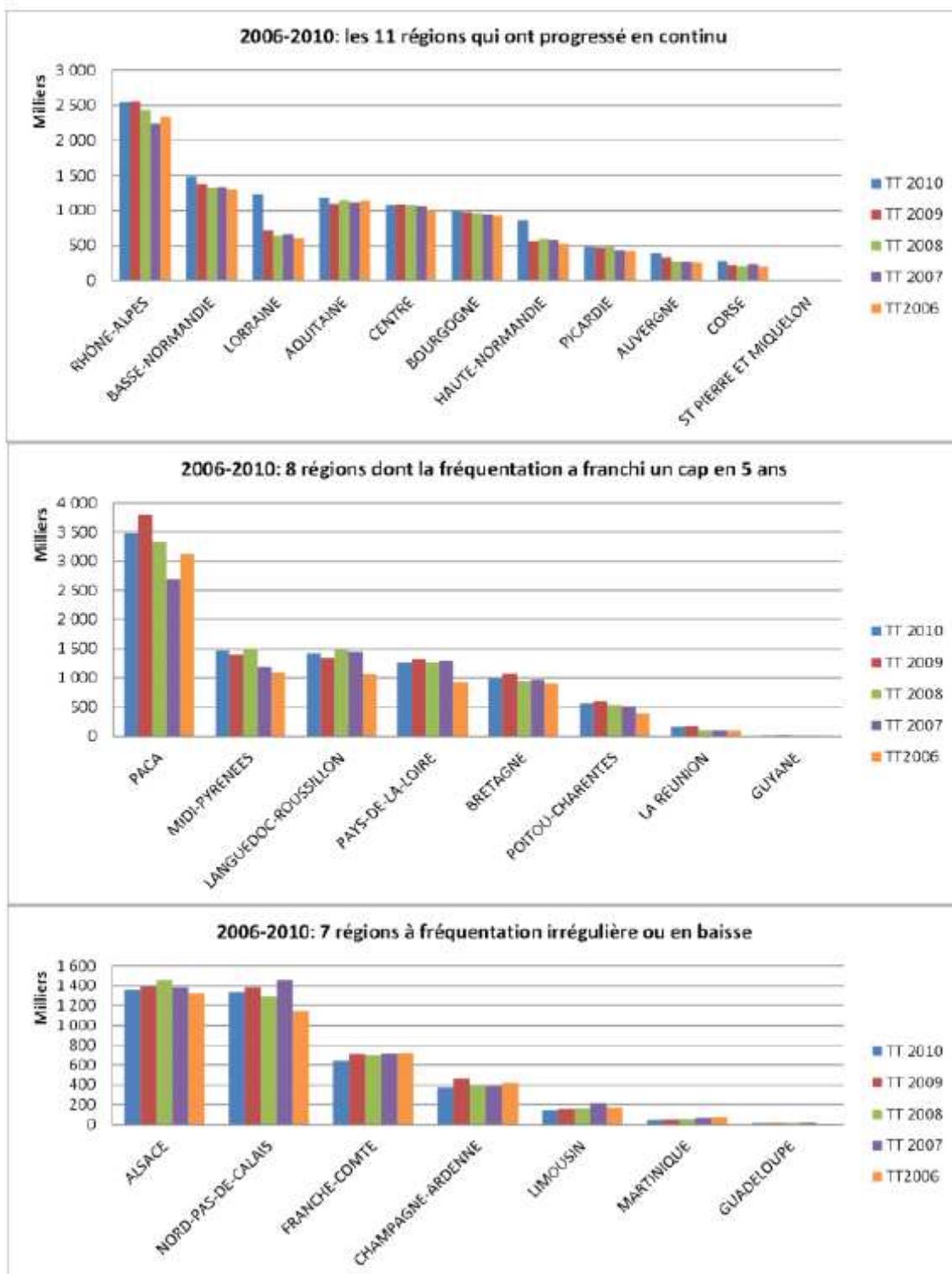
*> La Bretagne a franchi le cap du million de visiteurs en 2009, mais la fréquentation semble plafonner*

Sur l'ensemble des « musées de France » des 27 régions françaises, entre 2006 et 2010, la fréquentation « a progressé de manière continue » dans 11 d'entre elles<sup>181</sup>. Elle « a franchi un cap en 5 ans » dans 8 régions dont la Bretagne (voir graphique ci-après) et a été « irrégulière ou en baisse » dans les 7 autres. Si la Bretagne a certes franchi un cap, en particulier celui du million de visiteurs en 2009, cette augmentation de la fréquentation est quand même relativement limitée et assez peu régulière (Cf. : impact conjoncturel des expositions temporaires, fermetures temporaires pour travaux ou retraits d'appellation de certains musées, concurrence d'autres activités touristiques, par exemple de plein air...).

---

<sup>181</sup> Source : Ministère de la culture, J. Eidelman, Anne Jonchery, Lucile Zizi, « Musées et publics : bilan d'une décennie – 2002-2011), juin 2012.

Figure 14. Évolution de la fréquentation des « musées de France » dans les 27 régions françaises entre 2006 et 2010



Source : Ministère de la culture et de la communication, Patrimostat, DGP-dpp, 2012 – Jacqueline Eidelman, Anne Jonchery, Lucile Zizi, « Musées et publics : bilan d'une décennie (2002-2011), juin 2012, graphique p4

*> 60 % des visites des « musées de France » sont payantes en Bretagne*

S'agissant des tarifs d'entrée en 2011, 59 % des visites étaient payantes au niveau national et 60 % en Bretagne<sup>182</sup>. Par ailleurs, le public des individuels dominait largement avec 82 % de la fréquentation, les autres visites étant effectuées en groupe organisé (scolaires, touristiques et autres).

*> Avec près de 140 000 entrées, les visites scolaires représentent 14 % de la fréquentation totale en Bretagne*

En 2011, les visites scolaires représentaient environ 10 % de la fréquentation totale des « musées de France », ce taux variant fortement entre les régions, de 4% (Corse, 11 657 visiteurs scolaires dans 7 « musées de France ») à 32 % (Saint-Pierre-et-Miquelon, 1 226 visiteurs scolaires dans 1 « musée de France »). On observe que la Bretagne se situe légèrement au-dessus de la moyenne nationale, avec un ratio scolaire de 14 % (soit 138 128 visites scolaires), taux variant lui-même entre les « musées de France » en Bretagne. Par comparaison avec des régions ayant un nombre proche de « musées de France » visités par les scolaires, la Bretagne se situe en position médiane : 10 % en Basse-Normandie (130 402 visiteurs scolaires dans 34 « musées de France »), 21 % en Haute-Normandie (134 274 visiteurs scolaires dans 35 « musées de France »). Il existe donc des marges de progrès en Bretagne s'agissant de la fréquentation scolaire des « musées de France ».

*> A la fréquentation physique, il faut désormais ajouter la fréquentation « en ligne » des musées*

A noter qu'à côté de cette fréquentation physique des « musées de France », il faudra de plus en plus, à l'avenir, prendre en compte leur « fréquentation numérique » : sites web, réseaux sociaux, applications... Déjà, le Ministère de la culture et de la communication commence à recenser cette fréquentation numérique qu'il estimait, pour les seuls 159 « musées de France » ayant complété cette rubrique en 2011 (soit 13 % uniquement des 1217 « musées de France », ce qui apparaît très faible) à environ 50 millions de « visites ».

---

<sup>182</sup> La part des recettes liées aux entrées dans l'ensemble des ressources budgétaires est variable selon les musées (en général plus importante pour les musées associatifs que pour les musées publics). Dans certains cas, elle représente une part minime dans l'ensemble des recettes.

> *En Bretagne : 1 million de visites annuelles, 1 seul musée avec une fréquentation de plus de 100 000 entrées en 2011*

- *1 million de visites en 2011, 1,4 % de la fréquentation nationale des « musées de France »*

En Bretagne, en 2011, la fréquentation annuelle des 32 « musées de France » (hors les 2 annexes du musée national de la marine) était de 845 782 visites, ce qui représentait 1,4 % de la fréquentation nationale des « musées de France » (voir carte ci-après). Si on y ajoute la fréquentation des 2 annexes du Musée national de la marine à Brest (60 728) et Port-Louis<sup>183</sup> (67 815), soit 128 543 visites, la fréquentation totale des 34 « musées de France » de la Bretagne en 2011 était de 974 325 entrées<sup>184</sup>, soit *près d'1 million de visites annuelles* (collections permanentes et expositions temporaires).

A noter que sur l'ensemble de ces entrées, 136 142 concernaient des visites d'expositions temporaires, dont 95 252 pour la seule « exposition d'intérêt national<sup>185</sup> » du Musée des beaux-arts de Quimper « *De Turner à Monnet, les paysages en Bretagne au 19ème siècle* »<sup>186</sup>. Les expositions temporaires représentaient donc 14 % de l'ensemble des entrées dans les « musées de France » en Bretagne<sup>187</sup>, ce taux pouvant varier fortement d'une année sur l'autre selon la programmation des expositions et selon leur succès auprès du public.

- *Les données annuelles de fréquentation sont à relativiser fortement car il existe de nombreux biais possibles*

Les données de fréquentation annuelle de chacun des musées doivent être fortement relativisées<sup>188</sup>. En effet, le nombre de visites, qui inclut celles des expositions temporaires, peut varier du simple au double d'une année sur l'autre selon l'attractivité de ces dernières (ex : Musée des beaux arts de Quimper, 57 174 visites en 2010 et 119 371 en 2011, en raison du succès exceptionnel de l'exposition temporaire « De Turner à Monnet... »). Certains musées sont fermés aux publics, en tout ou en partie, parce qu'ils sont temporairement en travaux (ex : Musée de Pont-Aven fermé au public depuis septembre 2012 mais conservant une activité « hors les murs »). D'autre part, comme déjà souligné, la taille, les moyens et l'attractivité des « musées de France » très divers.

<sup>183</sup> Le nombre de visites de l'annexe de Port-Louis du musée national de la marine est égal à celui du musée de la Compagnie des Indes : un seul billet d'entrée donne accès aux deux musées.

<sup>184</sup> Une autre source, le Comité régional du tourisme de Bretagne, fait état de 728 202 entrées en 2011

<sup>185</sup> Label attribué avec parcimonie par le Ministère de la Culture (autre exemple : Bretagne-japon 2012)

<sup>186</sup> Patrimostat 2011 pp 28-29

<sup>187</sup> Sur les 34 musées de France (y compris donc les 2 annexes du MN de la marine de Brest et Port-Louis)

<sup>188</sup> Le tableau des fréquentations annuelles des musées de France en Bretagne entre 2007 et 2011 (Patrimostat 2011, annexes) est en annexe du présent rapport.

- *Les chiffres de fréquentation de 2011 varient entre 1 500 et 120 000 entrées selon les musées*

En 2011, un seul musée en Bretagne a connu une fréquentation annuelle supérieure à 100 000 visites : le musée des Beaux-arts de Quimper (119 371 entrées). Viennent ensuite les musées de la Compagnie des Indes et de la Marine de Port-Louis avec 67 815 visiteurs chacun (une seule entrée permet de visiter les deux musées), le Musée des beaux-arts de Rennes (65 281) et le Musée national de la Marine de Brest (60 728). Suit un autre groupe de musées autour de 40 000 visites annuelles en 2011 : le Port-musée de Douarnenez, le Musée de Bretagne à Rennes, l'Écomusée du pays de Rennes -La Bintinais, le Musée des Beaux-arts de Pont-Aven et le Musée départemental Breton de Quimper. Assez proche du groupe précédent, on trouve le Musée d'art et d'histoire de Saint-Brieuc (34 380, le plus fréquenté des 3 « musées de France » des Côtes d'Armor), puis le Musée de Préhistoire de Carnac (33 767).

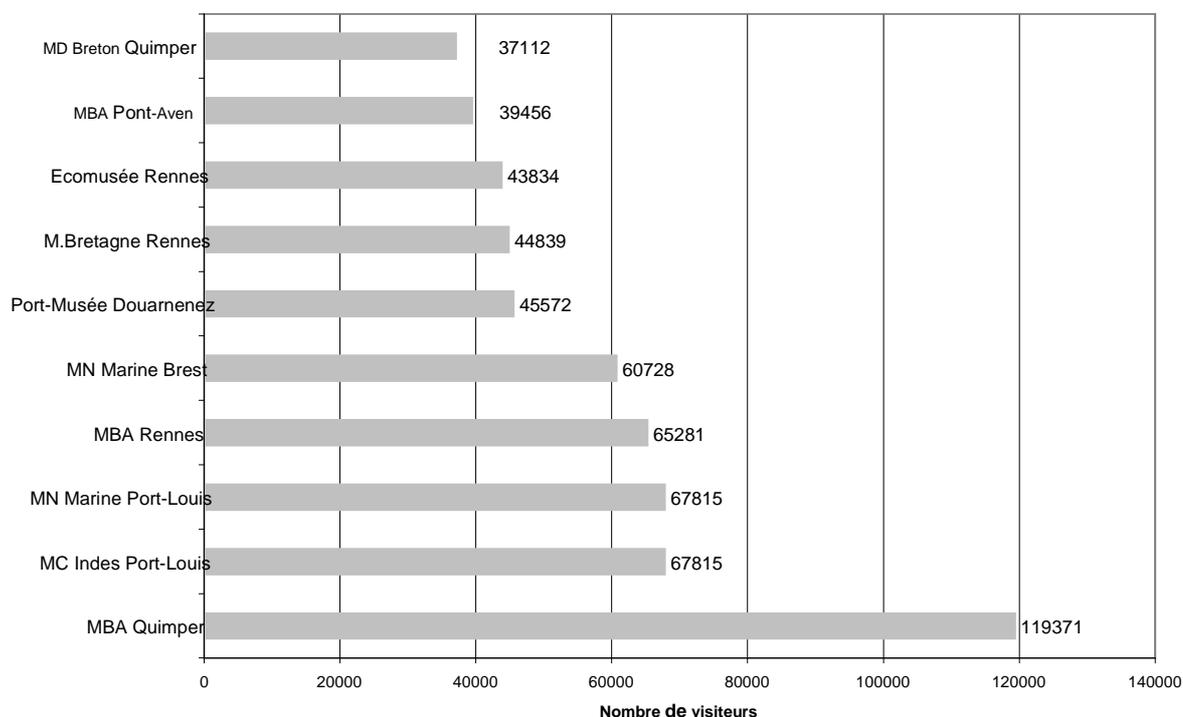
Parmi les 5 « musées de France » les moins fréquentés en 2011, en raison de leur petite taille essentiellement, on trouve le musée Saint-Nicolas de Vitré (1 563 entrées), l'Écomusée industrielle des Forces à Inzinzac-lochrist (4 379), l'Écomusée du Pays de Montfort (4 735), le Musée Mathurin Méheut de Lamballe (6 164) et l'Écomusée de l'île de Groix<sup>189</sup> (7 155).

On peut également souligner le poids des musées maritimes et littoraux dans la fréquentation (voir graphique ci-après).

---

<sup>189</sup> L'écomusée de l'île de Groix est fermé pour travaux depuis un arrêté municipal du 20 février 2013 (nécessité d'une mise aux normes pour des raisons de sécurité).

Figure 15. Les 10 « musées de France » les plus fréquentés en 2011 en Bretagne



Graphique réalisé par le CESER de Bretagne - Source : Ministère de la culture et de la communication, Patrimostat 2011, p 22 et annexes - *Avertissement*: les entrées comptabilisées ici sont celles des visites des collections permanentes et des expositions temporaires (y compris les 2 annexes du musée national de la marine à Brest et Port-Louis). Selon la fréquentation de ces dernières, il peut donc y avoir de fortes variations de la fréquentation totale d'un musée d'une année sur l'autre. Par exemple, en 2011, l'exposition temporaire "De Turner à Monet, les paysages en Bretagne au 19<sup>e</sup> siècle" organisée au MBA de Quimper du 31 mars au 4 septembre 2011 a accueilli 95 252 visites sur un total de 119 371 visites annuelles (en 2010, la fréquentation totale annuelle était deux fois moindre avec 57 174 entrées). Ce classement doit donc être fortement relativisé. Par ailleurs, un seul billet d'entrée donnant droit à la visite des 2 musées sur le même site de la citadelle de Port-Louis (Compagnie des Indes et Marine), leur fréquentation apparaît identique et est ici comptabilisée 2 fois.

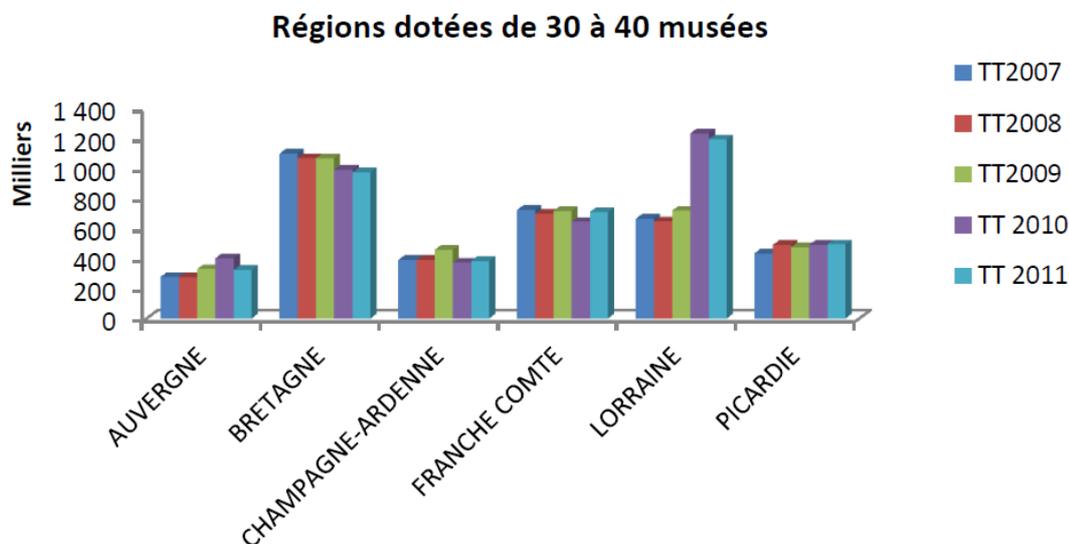
### 2.1.2. Parmi les régions ayant un nombre assez proche de musées, la Bretagne est en deuxième position pour la fréquentation

Si l'on considère les régions dotées de 30 à 40 « musées de France » en 2011 (34 en Bretagne<sup>190</sup>), la Bretagne s'en sort très bien en termes de fréquentation puisqu'elle arrive en deuxième position juste avant la Lorraine dont les visites sont « dopées » depuis 2010 par l'ouverture de l'annexe du Centre Pompidou à Metz.

<sup>190</sup> Y compris les 2 annexes du MNMarine

La baisse sensible de fréquentation observée entre 2007 et 2011<sup>191</sup> s'explique notamment par le retrait d'appellation, en 2009, du musée-château de Suscinio à Sarzeau (56) qui accueillait plus 90 000 visites par an en moyenne.

Figure 16. Évolution de la fréquentation des « musées de France » des régions dotées de 30 à 40 « musées de France » entre 2007 et 2011



Source : Ministère de la culture et de la communication, *Patrimostat 2011*, p 16 – Inlus le Centre Pompidou de Metz en Lorraine et les annexes du Musée national de la Marine (Brest et Port-Louis pour la Bretagne).

## 2.2. Quelques éléments de connaissance des publics des musées nationales en France (Ministère de la culture et de la communication –MCC)

Les musées nationaux sont tous sous appellation « Musée de France ». Quelques études nationales récentes éclairent la connaissance de leurs visiteurs. Ces données nationales ne sont qu'une première approche des publics en l'absence de données régionales similaires existantes sur les « musées de France ».

### 2.2.1. Publics des musées : « bilan d'une décennie entre reproduction et changement » (Ministère de la culture, juin 2012)

Le Ministère de la culture et de la communication a publié en juin 2012, une synthèse sur les musées et leurs publics faisant le bilan de la décennie écoulée

<sup>191</sup> Entre 2007 et 2011, la fréquentation annuelle des musées de France hors musée national de la marine (MNM), est passée de 973 270 à 845 782 entrées, soit une baisse de 13 % (sur 34 musées de France en 2007 contre 32 en 2011 – hors MNM). Source Patrimostat 2011, annexes, Bretagne.

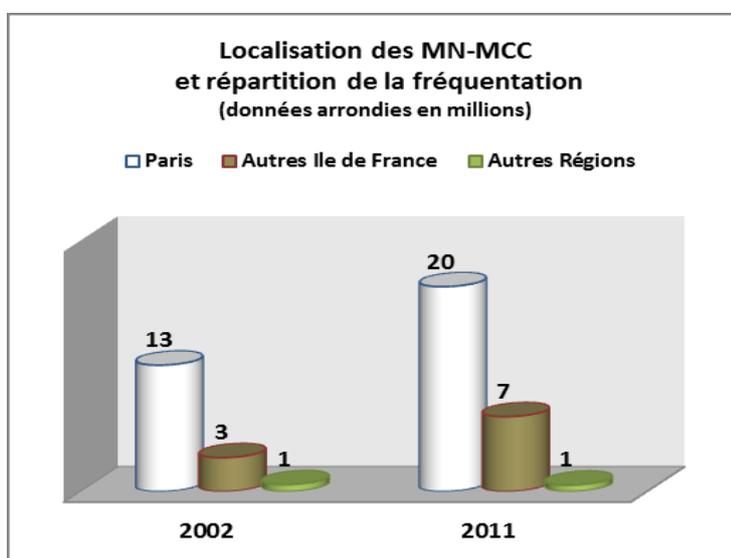
(2002-2011)<sup>192</sup>. A titre principal, les données portent sur les visiteurs des *musées nationaux*. L'évolution des publics des musées fait apparaître une double tendance : « reproduction et changement ».

> *Une dynamique de changement apparaît dans les publics des musées nationaux : explosion de la fréquentation, rajeunissement, diversification sociale par le tourisme et les visites en familles*

- *En 10 ans, la fréquentation des musées nationaux a presque doublé en France, au profit quasi exclusif des musées de la région parisienne*

S'agissant de la dynamique de changement, sa première manifestation est une très importante augmentation de la fréquentation des « musées en France » sur la dernière décennie qui concerne d'abord les musées nationaux sous tutelle du Ministère de la culture et de la communication (MN-MCC). En effet, en 10 ans, de 2002 à 2011, leur fréquentation annuelle est passée de 16,6 millions de visites à 28,5 millions, soit une progression impressionnante de 71 %. Comme l'illustre de manière claire le graphique ci-après, cette augmentation a profité presque exclusivement aux musées nationaux situés à Paris et ailleurs en Île-de-France, et non à ceux implantés dans d'autres régions françaises. La Cour des Comptes a d'ailleurs pointé fortement ce déséquilibre dans un récent rapport de 2011<sup>193</sup>.

Figure 17. Fréquentation des Musées nationaux sous tutelle du Ministère de la culture et de la communication (MN-MCC) entre 2002 et 2011



Source : Ministère de la culture et de la communication, DGP-dpp, 2012 – Jacqueline Eidelman, Anne Jonchery, Lucile Zizi, « Musées et publics : bilan d'une décennie (2002-2011), juin 2012, graphique p2

<sup>192</sup> Ministère de la culture, Jacqueline Eidelman, Anne Jonchery et Lucile Zizi, Musées et publics : bilan d'une décennie (2002-2011)

<sup>193</sup> Rapport de la Cour des comptes, « Les musées nationaux après une décennie de transformations 2000-2010 », mars 2011, voir notamment synthèse p 15

- *L'explosion de la fréquentation est principalement due à l'extension de la gratuité*

L'impact des mesures de gratuité entre 2006 et 2010 a été grandissant et est pour l'essentiel responsable de l'augmentation globale de fréquentation. En effet, entre 2006 et 2010, le nombre d'entrées gratuites dans les « musées de France » a crû de 35 %, alors que celui des entrées payantes n'augmentait que de 3 %.

- *Gratuité et adaptation de l'offre culturelle ont fait venir davantage de jeunes*

Le second facteur de reconfiguration des publics des musées nationaux est leur rajeunissement qui est en grande partie dû à l'extension du régime de gratuité aux jeunes de moins de 26 ans résidant dans un pays de l'Union européenne, depuis avril 2009, mais aussi probablement au développement d'une offre culturelle plus adaptée aux attentes des jeunes.

- *La diversification sociale des visiteurs est aussi liée au développement d'un « tourisme culturel populaire »*

Le troisième facteur de changement et de renouvellement des publics serait le développement d'un « tourisme culturel populaire » qui entraînerait une diversification sociale de la composition des visiteurs. Les auteurs du bilan suggèrent en effet que la reproduction sociale des publics serait plus le fait de visiteurs de proximité ayant une forte familiarité muséale et appartenant le plus souvent aux catégories sociales dont les niveaux de diplôme et de revenu sont élevés<sup>194</sup>. Au contraire, les publics des catégories populaires ou modestes iraient plus facilement aux musées distants de leur lieu de résidence, par exemple lorsqu'ils partent en vacances.

- *Les visites en famille favoriseraient la démocratisation culturelle*

Enfin, elles formulent aussi l'hypothèse d'une démocratisation des musées qui serait favorisée par les visites en famille, les parents des milieux populaires semblant franchir plus facilement les portes d'un musée lorsqu'ils sont accompagnés de leurs enfants<sup>195</sup>. Ainsi, les visiteurs issus de milieux populaires se rendent aux musées accompagnés d'enfants dans 42 % des cas<sup>196</sup>, taux sensiblement supérieur à celui des catégories aisées, 35 %.

---

<sup>194</sup> Ce que semble confirmer l'enquête nationale « A l'écoute des visiteurs » de 2012 – Voir article de Jacqueline Eidelman et Anne Jonchery sur ses résultats, p 11 et 12

<sup>195</sup> Les auteurs avancent l'hypothèse que l'identité parentale pourrait aider à surmonter une forme de « timidité culturelle » et permettre la rencontre avec la sphère muséale – Sur les visites des musées en famille, voir les travaux d'Anne Jonchery, notamment article « Se rendre au musée en famille », La Lettre de l'OCIM, n° 115, janvier –février 2008

<sup>196</sup> « A l'écoute des visiteurs » de 2012 – Voir article de Jacqueline Eidelman et Anne Jonchery sur ses résultats, p 11, note bas de page

## 2.2.2. « A l'écoute des visiteurs » des musées nationaux

*> Une démarche d'enquête innovante qui place l'expérience du visiteur au cœur du musée*

Le Ministère de la culture et de la communication réalise depuis 2010 une enquête intitulée « A l'écoute des visiteurs » dont la méthodologie, inspirée de celle de musées nord-américains, est assez novatrice. A partir de différents indicateurs synthétiques de satisfaction, de renouvellement et de diversification des visiteurs, des calculs statistiques<sup>197</sup> permettent de mieux cerner les différents facteurs contribuant à leur satisfaction, ainsi que leurs interactions.

Les quelques éléments présentés ci-après sont issus de l'enquête réalisée en novembre 2012<sup>198</sup> auprès de 58 établissements, dont 47 musées nationaux. Un vaste échantillon de 10 000 visiteurs<sup>199</sup> a été interrogé y compris des touristes étrangers.

### 2.2.2.1. Les indicateurs de satisfaction des visiteurs : rapport de l'expérience de visite aux attentes des visiteurs, appréciation de l'offre muséale, suite et recommandation de visite

La satisfaction des visiteurs est appréhendée à partir du croisement de 3 indicateurs synthétiques permettant de mesurer 1) le rapport de la satisfaction aux attentes des visiteurs ; 2) l'appréciation de l'offre muséale et de ses différentes composantes lors de la visite ; 3) la suite de la visite et sa recommandation à l'entourage.

#### **1) Le rapport de l'expérience de visite aux attentes des visiteurs : fonctions sociales associées au musée, motifs de visite et univers des ressentis du visiteur**

« L'horizon d'attente » des visiteurs peut être envisagé à partir de 3 approches complémentaires : les représentations des visiteurs qui sont liées aux fonctions sociales associées aux musées, les motifs de la visite et l'univers des ressentis qui suit l'expérience de visite. Du rapport entre la visite et les attentes initiales des visiteurs, on peut déduire un premier niveau de satisfaction : la visite peut dépasser les attentes, y correspondre ou bien être en-dessous de celles-ci.

---

<sup>197</sup> Analyses multifactorielles notamment

<sup>198</sup> Certains détails de l'enquête de 2010 ne figurant pas dans celle de 2012, nous mentionnerons également celle-là lorsqu'elle permet d'éclairer celle-ci

<sup>199</sup> Ministère de la Culture, Jacqueline Eidelman et Anne Jonchery. Etude publiée en septembre 2013. Téléchargeable sur [http://www.culturecommunication.gouv.fr/content/download/77142/586188/file/ArticleAEVmus%C3%A9es\\_2012.pdf](http://www.culturecommunication.gouv.fr/content/download/77142/586188/file/ArticleAEVmus%C3%A9es_2012.pdf)

**a) Les représentations et fonctions sociales associées à l'institution muséale :**

> *Les visiteurs se font une idée plus ou moins classique ou contemporaine des musées qui diffère selon leur catégorie*

Il est possible de regrouper l'ensemble des fonctions sociales attribuées aux musées par les visiteurs en 2 sous-ensembles :

- *les fonctions classiques* : la conservation du patrimoine et de la mémoire, la transmission des savoirs, le partage démocratique de la culture, la présentation d'œuvres d'exceptions ;
- *les fonctions plus contemporaines*<sup>200</sup> : ouvrir sur le monde contemporain, être un lieu chaleureux, constituer une sortie attractive, favoriser le dialogue interculturel, assurer une certaine qualité de service, contribuer au rayonnement culturel, servir à la connaissance (découvrir, apprendre).

Ces fonctions sociales ou missions qui sont attribuées *a priori* aux musées par les visiteurs ne sont pas les mêmes selon la catégorie de musée visité. Elles laissent entrevoir différents types ou « horizons d'attente » : « La présentation d'œuvres d'exception et la connaissance de soi sont liées aux musées de beaux-arts, fonctions auxquelles s'ajoute le dialogue entre les cultures. Si les musées de société et de civilisations convoquent également cette fonction, ils sont aussi associés à une ouverture sur le monde contemporain, tout comme les musées d'art moderne et contemporain ou les musées scientifiques pour lesquels s'ajoute la triple injonction de transmettre les savoirs, d'être un lieu chaleureux et une sortie attractive. Les musées d'histoire, qui sont souvent des musées-châteaux, se voient attribuer des missions proches de celles des monuments : conservation du patrimoine et de mémoire et contribution au rayonnement culturel d'un territoire. La mission démocratique de favoriser l'accès de tous à la culture n'est pas le propre d'une catégorie de musées mais partagée par tous »<sup>201</sup>.

**b) Les motifs de la visite : 3/4 « savoirs », deux fois moins « beauté », 3 fois moins « détente » et « partage »**

L'enquête permet de classer les motifs de visite mis en avant par les visiteurs. Largement en tête arrive le motif de la découverte (avec l'étonnement plaisant qui l'accompagne) et de la connaissance (savoirs), suivi par l'expérience esthétique (beauté). Arrivent ensuite la visite de partage ou conviviale et enfin, la visite « hédoniste » (plaisir, détente...). Cette hiérarchie des motifs mise en

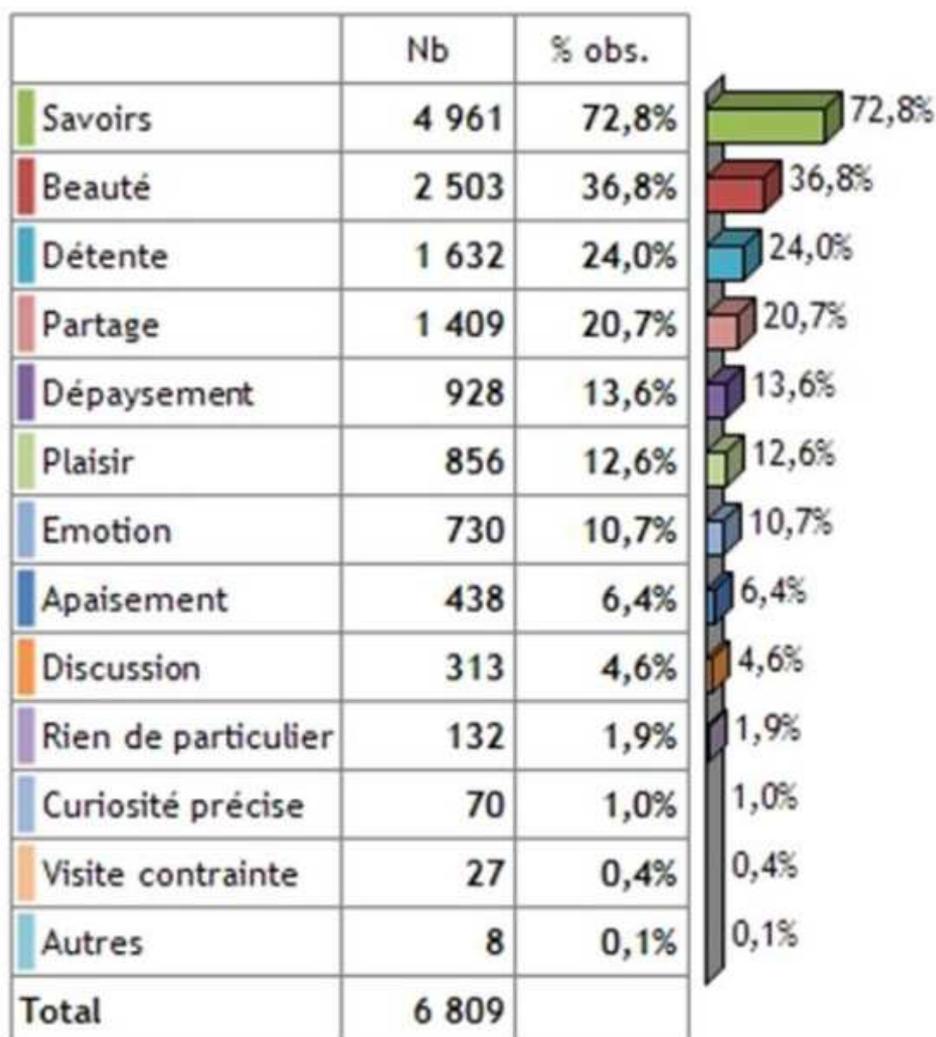
---

<sup>200</sup> Les auteures parlent de fonction « post-modernes »

<sup>201</sup> MCC, op. cit, p3

évidence par l'enquête de 2012 est très proche de celle de 2010 (voir graphique ci-après<sup>202</sup>).

Figure 18. Hiérarchie des motifs de visite des musées nationaux (Enquête « A l'écoute des visiteurs » 2010)



Source : Ministère de la culture, Jacqueline Eidelman, Anne Jonchery et Lucile Zizi, *Musées et publics : bilan d'une décennie (2002-2011)* – Tableau p 10. Précision : somme des pourcentages différente de 100 % du fait des réponses multiples et des suppressions

Comme pour les fonctions sociales associées aux musées, les motifs de visite reflètent différents types ou « horizons d'attente » des visiteurs qui varient selon leur catégorie. Ainsi, le dépaysement est plutôt attaché aux musées de civilisation et de société ; la détente, le partage et les savoirs aux musées de sciences et techniques ; les savoirs et la beauté du côté des musées d'histoire ;

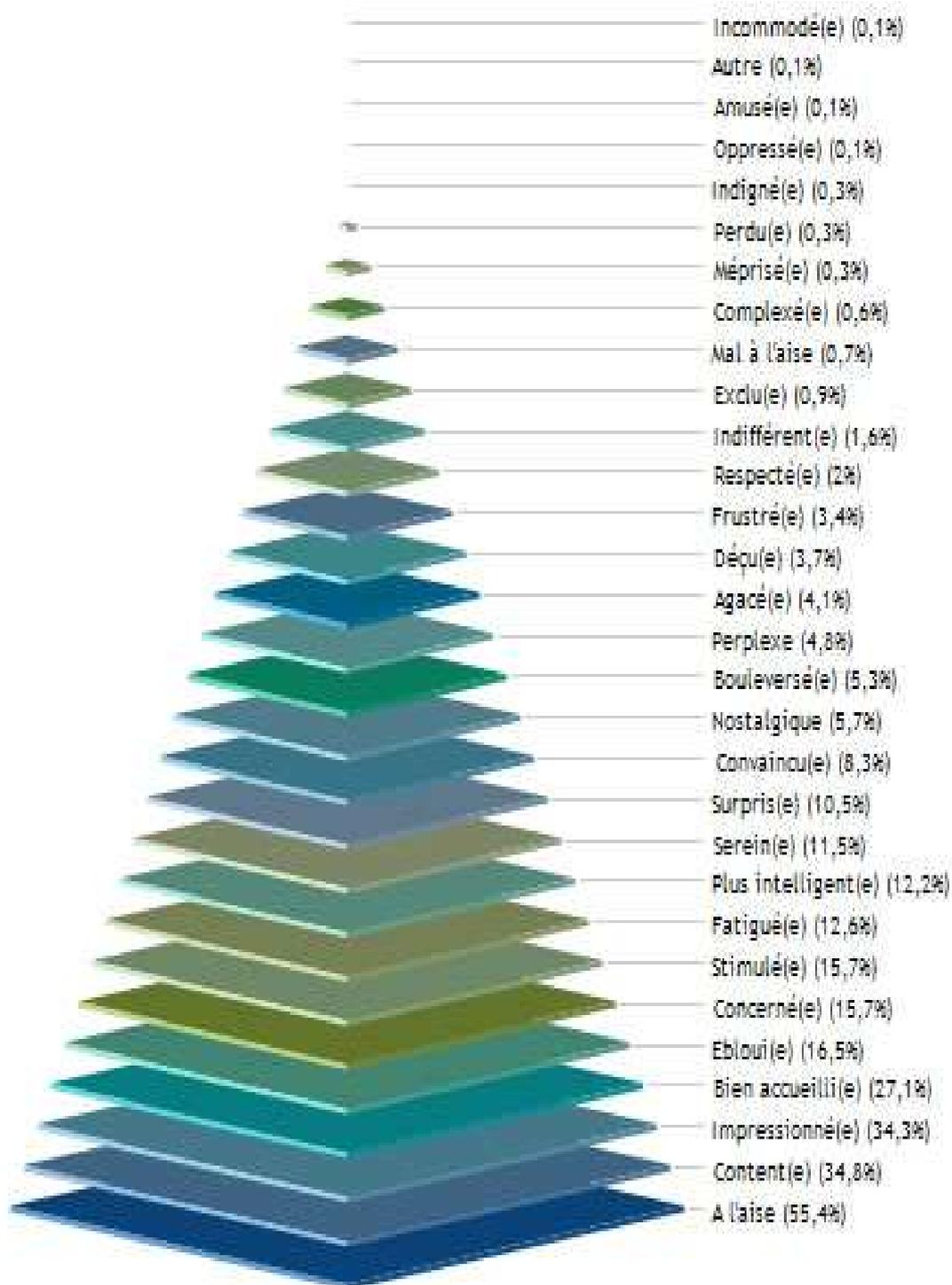
<sup>202</sup> Le document publié par le Ministère de la culture sur l'enquête 2012 ne donne pas le score des motifs de visite. C'est pourquoi nous reproduisons ici le tableau issu de l'enquête de 2010.

la beauté, l'apaisement, l'émotion et le plaisir sont plutôt associés aux musées des beaux-arts.

**c) L'univers des ressentis des visiteurs est très diversifié : « à l'aise », « content », « impressionné » et « bien accueilli » sont les plus cités**

L'enquête permet aussi d'approcher l'univers des ressentis et des impressions associés à l'expérience de visite du musée. Elle laisse entrevoir un répertoire très diversifié de perceptions chez les visiteurs. Ainsi, au sortir de leurs visites, près de la moitié des visiteurs se déclarent « à l'aise » et un tiers « content », « impressionné » et « bien accueilli ». Environ 15 % se disent « éblouis », « concernés » et « stimulés ». Près d'1 sur 10 se sentent « fatigués », « plus intelligents », « sereins » et « surpris »... Du côté de la perception négative, seuls 3,7% se déclarent déçus et moins de 1 % « exclus », « mal à l'aise », « complexé », « méprisés » ou « perdus » (voir graphique ci-après).

Figure 19. Pyramide des ressentis des visiteurs de musée  
(Enquête « A l'écoute des visiteurs » - 2012)



Source : Département de la politique des publics, Direction générale des Patrimoines, MCC, 2013 Ministère de la Culture, Jacqueline Eidelman et Anne Jonchery, Enquête « A l'écoute des visiteurs » 2012, septembre 2013, graphique 1 p. 2 Lecture : Plus de 55% des visiteurs déclarent s'être sentis à l'aise durant leur visite.

**d) Rapport entre le type d'attentes des visiteurs et leur expérience de visite : pour 9 visiteurs sur 10, la visite correspond à leurs attentes ou les dépasse**

En croisant le type<sup>203</sup> d'attentes des visiteurs avec l'expérience de visite, au final, parmi les visiteurs, les deux tiers (64 %) déclarent que la visite correspond à leurs attentes, 21,5 % qu'elle les dépasse, et 14,5 % qu'elle est en-dessous. Ainsi, pour 9 visiteurs sur 10, l'expérience de visite est conforme ou dépasse l'idée qu'ils s'en faisaient.

**2) L'appréciation de l'offre muséale et de ses différentes composantes : les apports culturels, les aides à la visite, le confort et les services**

Un deuxième indicateur de satisfaction permet d'analyser les différentes composantes qui influent sur l'appréciation, par le visiteur, de l'offre muséale.

> *Les trois « champs » de l'offre muséale*

Ces trois champs eux-mêmes peuvent être décomposés en « sous-champs » de l'offre muséale soumis à l'appréciation des visiteurs<sup>204</sup> :

- *les « apports culturels »* : architecture et site, contenu du discours et point de vue, trame narrative, apport de connaissance ;
- *les « aides à la visite »* : médiations écrites (cartels et panneaux, textes, fiches, dépliants) ; médiations humaines (visites guidées, animations, démonstrations) ; médiations techniques et numériques (maquettes, bornes interactives, audioguides, visioguides, tablettes et applications) ;
- *le « confort et les services »* : accueil, tarifs, signalétique d'orientation, plans et dépliants, éclairage, espace de repos, boutiques et restauration, tarifs, accessibilité aux personnes en situation de handicap.

> *Les musées sont très appréciés : mention « très bien » pour 38 % des visiteurs et « bien » pour 53 %*

A partir de l'appréciation de ces différentes composantes de leur expérience de visite, les visiteurs attribuent une mention globale de satisfaction à l'établissement : « Très bien, félicitations » (38%), « Bien, mission accomplie » (53% des visiteurs), « Passable, peut mieux faire » ou « Insuffisant, doit se reprendre » (9%).

---

<sup>203</sup> Les auteures parlent d' « horizon d'attentes »

<sup>204</sup> Le détail des sous-champs qui suit est issu d'un diaporama du Ministère de la culture projeté lors du colloque EGMUS, 18-19/11/2013 à Paris - [http://www.egmus.eu/uploads/media/France\\_EGMUSParister.pdf](http://www.egmus.eu/uploads/media/France_EGMUSParister.pdf)

Cette étude confirme donc, comme d'autres enquêtes<sup>205</sup>, la très large satisfaction des visiteurs de musées.

### **3) Les suites et recommandations de la visite : les 2/3 des visiteurs souhaitent revenir et la moitié va recommander la visite**

Après leur visite, quelles sont les intentions des visiteurs ? Recommanderaient-ils à leur entourage d'aller visiter le musée ?

A l'issue de leur visite, 2 visiteurs sur 3 (62,9 %) expriment l'intention de revenir au musée visité, tandis qu'1 sur 4 (24,5 %) entend visiter d'autres musées. Ce processus de fidélisation reflète un bon degré de satisfaction des visiteurs. A noter que 15 % des visiteurs déclarent qu'ils vont approfondir leur visite sur Internet et que parler de sa visite sur les réseaux sociaux devient une pratique courante (32 % des visiteurs en 2012 contre 25 % en 2010).

S'agissant de la recommandation de la visite à l'entourage, en moyenne près d'1 visiteur sur 2 (47,5%) déclare qu'il va le faire, ce qui témoigne là-aussi d'un bon niveau de satisfaction.

### **4) Score de satisfaction et profil de recommandation des visiteurs : « prescripteurs », « passifs » et « détracteurs »**

> *Près d'un visiteur sur deux est prescripteur de visite auprès de son entourage*

A partir de ces 3 séries d'indicateurs de satisfaction (rapport aux attentes, mention attribuée à la visite, score de recommandation), l'enquête met en évidence leurs interactions. En évaluant la propension des visiteurs à recommander la visite à leur entourage<sup>206</sup>, trois profils apparaissent dans l'enquête de 2012 :

- *les « prescripteurs »* qui sont très satisfaits de leur visite et la recommanderaient très fortement à leur entourage : 47,5 % de l'ensemble des visiteurs ;
- *les « passifs »* qui sont moyennement satisfaits de leur visite mais qui n'iraient pas jusqu'à la recommander : 41,8 % de l'ensemble des visiteurs ;

---

<sup>205</sup> Voir ci-avant, CREDOC 2012

<sup>206</sup> Il s'agit du *Net Promoter Score (NPS)*. Selon les indications du Ministère de la culture, le NPS « est un outil de mesure de la propension des visiteurs à recommander la visite à leur entourage. Il permet de mesurer sur une échelle de 0 à 10 la part des visiteurs prêts à prescrire la visite. On calcule le NPS en soustrayant la part des « détracteurs » (ceux qui recommandent entre 0 et 6) à celle des « prescripteurs » (ceux qui recommandent à 9 ou 10). La troisième catégorie de visiteurs est qualifiée de « passifs » (score entre 7-8) – A partir de l'enquête « A l'écoute des visiteurs 2012 », le NPS des visiteurs de musées nationaux s'établit à 36,8 = 47,5 % de prescripteurs – 10,7 % de détracteurs. Les passifs représentant 41,8 % de l'ensemble des visiteurs (sources : Ministère de la culture). A noter que cet indicateur est également utilisé dans le milieu du tourisme. Par exemple, le Comité régional du tourisme de Bretagne a calculé que la région Bretagne avait en 2013 le meilleur taux de recommandation de France (NPS = 66-4 = 62)

- les « détracteurs » qui ne sont pas satisfaits et qui seraient plutôt enclin à faire du bouche à oreille négatif : 10,7 % de l'ensemble des visiteurs.

### 2.2.2.2 Les indicateurs du renouvellement des manières de visiter

#### > Des jeunes fortement mobilisés par la gratuité

L'enquête « A l'écoute des visiteurs 2012 » concerne 47 établissements nationaux qui appliquent une gratuité, non pas totale, mais *catégorielle* (jeunes de moins de 26 ans, enseignants, personnes aux minima sociaux...). Sous ce régime de gratuité partielle, 31 % des visiteurs déclarent avoir été mobilisés par celle-ci<sup>207</sup>. Les jeunes sont les plus mobilisés puisque 67 % d'entre eux déclarent que la gratuité a contribué à leur décision de visite, ce qui est confirmé par plusieurs autres enquêtes (voir points suivants).

#### > Visiter seul, entre adultes ou en famille : les attentes ne sont pas les mêmes

Quel est le mode de sociabilité de la visite ? Parmi le public des musées nationaux résidant en France, 59 % des visiteurs viennent entre pairs (adultes), 19 % en famille avec des enfants, 17 % seuls et 5 % en groupe organisé<sup>208</sup>. L'enquête met en évidence différentes sortes d'attentes des visiteurs selon le mode de visite : « le plaisir, la perspective d'une expérience émotionnelle ou d'un apaisement procuré par l'ambiance feutrée du musée forment l'essentiel du projet de visite en solitaire. La relation esthétique avec les œuvres joue pleinement dans les visites entre adultes, contexte dominant, on l'a vu, dans les musées d'art. Quant au projet de la visite en famille avec des enfants, il se conçoit d'abord comme un moment de partage, de détente et de découverte mais aussi de dépaysement. Les musées de sciences et techniques semblent pour l'instant y correspondre le mieux. Enfin, les visiteurs en groupes organisés sont en quête de rêve mais aussi de discussion et de confrontation de points de vue<sup>209</sup> ».

#### > Les moins familiers des musées privilégient la visite en famille

Quel est le degré de familiarité des visiteurs avec les lieux muséaux et patrimoniaux ? On observe que 21 % d'entre eux ont une familiarité faible, 18 % très faible, 21 % moyenne, 20 % forte et 20 % très forte. A souligner que les

---

<sup>207</sup> C'est-à-dire que la gratuité a contribué à leur décision de visite (contre 47 % dans l'expérimentation de 2008 en régime de gratuité totale (voir point suivant)

<sup>208</sup> NDLR : en déduisant ce taux de 5 % de l'addition des précédents pour atteindre les 100 % de visiteurs, mais ce taux n'est pas précisé dans les résultats de l'enquête de 2012. On notera des différences sensibles avec l'étude du CREDOC de 2012 sur les visites de « musées, expositions, monuments, sites historiques et villes d'art et d'histoire : visites entre adultes 76 %, avec enfants 32 %, en groupe organisé 15 %, seul 12 %. L'étude du CREDOC portait sur un échantillon représentatif de la population française, mais son champ de visite est bien plus large que les seuls musées nationaux.

<sup>209</sup> Enquête « A l'écoute des visiteurs 2012 », p 9

moins familiers privilégient la visite en famille plutôt que solitaire ainsi que les musées scientifiques et techniques et les musées d'histoire.

### 2.2.2.3 *Les indicateurs de la diversification sociale des publics : l'influence du régime de gratuité*

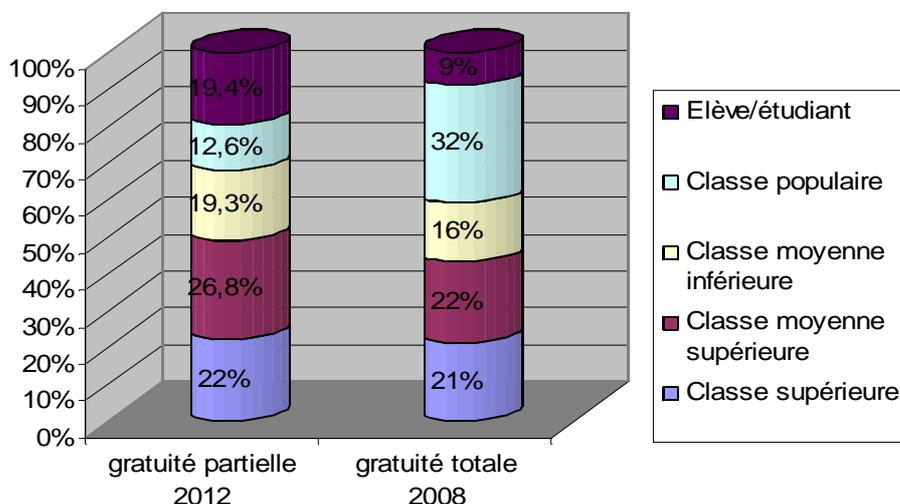
Il s'agit de la dernière catégorie d'indicateurs issus de l'enquête de 2012. Elle permet d'évaluer le degré de diversification sociale des publics des musées nationaux.

*> Le régime de gratuité totale semble entraîner, au moins provisoirement, une diversification sociale des publics plus grande que celui de gratuité partielle*

En moyenne, dans l'ensemble des musées nationaux enquêtés, les visiteurs relevant des « classes supérieures et moyennes supérieures » représentent près de la moitié des visiteurs (49%), alors que ceux des « classes moyennes inférieures et populaires » en constituent le tiers (32%). Les 19 % restant sont composés de « lycéens et d'étudiants ». Le graphique ci-après illustre cette répartition (situation de *gratuité partielle* permanente 2012).

En vis-à-vis nous mettons celui qui concerne la répartition des visiteurs par groupe social pendant l'expérimentation d'une *gratuité totale* temporaire au premier semestre 2008 dans 14 musées et monuments nationaux (voir point suivant). L'on observe que le régime de gratuité totale expérimenté temporairement en 2008 (dans un champ plus restreint d'établissements) semble produire un effet de diversification sociale plus grand (12,6 % de visiteurs issus de classes populaires en gratuité partielle en 2012 et 32 % en gratuité totale en 2008).

Figure 20. Répartition sociale des visiteurs de musées nationaux selon le régime de gratuité



*Source : Ministère de la culture et de la communication, 1) Enquête « A l'écoute des visiteurs 2012 », données tableau 3 p 11 (en régime de gratuité partielle pour certaines catégories de visiteurs) ; 2) Enquête gratuité 2008, Op.Cit p 6, graphique 10 ; 3) Musées et publics – bilan d'une décennie 2002-2011, Op.cit, p 8 – Graphique refait par le CESER de Bretagne. Précisions : au premier semestre 2008 a eu lieu une expérimentation de gratuité totale (pour tous les visiteurs) dans 14 musées et monuments nationaux. Les 47 musées et établissements nationaux faisant l'objet de l'enquête « A l'écoute des visiteurs 2012 », étaient sous le régime du droit commun de la gratuité des musées et monuments nationaux, à savoir une gratuité partielle ne concernant que certaines catégories de visiteurs : jeunes de moins de 26 ans, enseignants, personnes en situation de handicap, personnes aux minimas sociaux... Les champs des deux enquêtes ne sont donc pas les mêmes. Leur juxtaposition met néanmoins en évidence un effet important de diversification sociale, important au bénéfice des classes populaires, de la gratuité totale sur la composition du public des musées, au moins temporaire (l'expérimentation n'a duré que 6 mois).*

#### 4) Quelques conclusions de l'enquête « A l'écoute des visiteurs 2012 » : le musée un espace de médiation pour « réenchanter<sup>210</sup> la société » ?

L'enquête de 2012, dont l'analyse se révèle parfois complexe tant elle croise un nombre élevé de variables, confirme ce que ses auteures, Jacqueline Eidelman et Anne Jonchery, avaient déjà entrevu dans d'autres travaux, à savoir que les publics des musées non seulement se reproduisent mais qu'ils se renouvellent et se diversifient, en particulier avec les jeunes publics.

Cette analyse est particulièrement intéressante en ce qu'elle place le visiteur et son expérience de visite au cœur de la vie du musée. Son titre « A l'écoute des visiteurs » en témoigne. Ce faisant, elle « démontre que la politique des publics n'est ni seulement une politique de gestion des flux, ni seulement une politique tarifaire : elle est aussi et fondamentalement une politique de médiation des œuvres de culture, c'est-à-dire de leur perception et leur interprétation<sup>211</sup> ». Pour citer à nouveau ses auteures, se référant à la philosophie de Paul Ricœur :

<sup>210</sup> Op. cit, Enquête 2012, p. 13

<sup>211</sup> Op. cit, « musées et publics... », p. 13

« L'espace public du musée est doublement un lieu réflexif : de soi-même comme un autre et de l'autre comme soi-même. Placer la relation des individus et des collectifs à la culture sous le signe du partage permet de penser le musée comme l'un de ces dispositifs de médiation qui pourraient réenchanter la société<sup>212</sup>. »

### 2.2.3. Les visiteurs de musées nationaux et la gratuité

> *Une expérimentation de gratuité totale pendant 1 semestre dans 10 musées nationaux qui montre un double effet : agrandissement et élargissement des publics*

La connaissance des visiteurs des musées a été améliorée par une étude faisant le bilan d'une expérimentation temporaire de *gratuité totale* dans 10 musées nationaux et 4 monuments nationaux au premier semestre 2008<sup>213</sup>. Au-delà des mesures de fréquentation, l'enquête visait à évaluer l'effet de la gratuité sur la diversification des publics. Qu'en a-t-il été ? Nous restituons ici, à grands traits, le bilan qui en a été fait par les sociologues Jacqueline Eidelman et Benoît Roux en 2009.

- *Une fréquentation accrue de 50 % en moyenne*

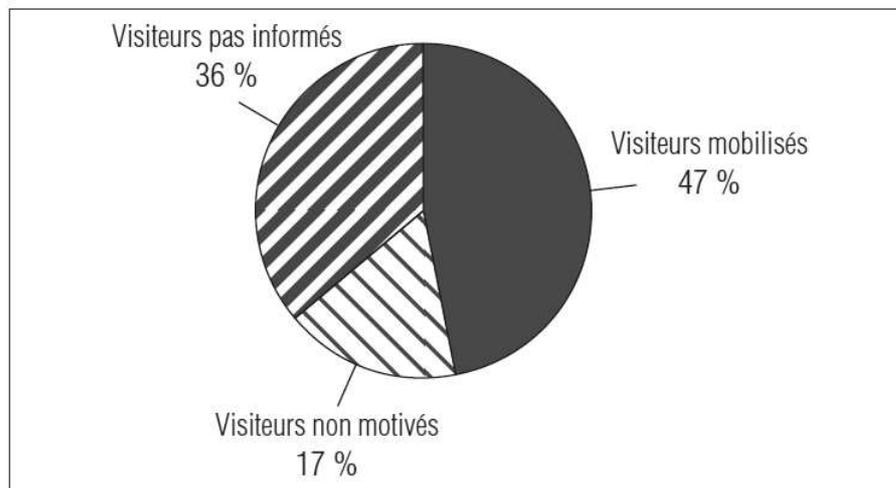
D'un point de vue *quantitatif* tout d'abord, la gratuité – et probablement aussi la communication lui ayant été associée – a entraîné un agrandissement des publics. En effet, la fréquentation s'est accrue de 50 % en moyenne dans les établissements concernés, étant précisé que l'effet a été plus fort les premiers mois (taux d'augmentation passant de 73 % en février à 39 % en juin). Les *visiteurs mobilisés* par la gratuité, c'est-à-dire ceux pour qui elle a influencé la décision de visite, ont représenté en moyenne près d'1 visiteur sur 2 (47 %). Pour l'autre moitié, 36 % déclarent qu'ils n'en étaient pas informés (*visiteurs pas informés*) et 17 % qu'elle n'a eu aucun effet sur leur choix de visite (*visiteurs non motivés*).

---

<sup>212</sup> Ministère de la culture et de la communication, DGP-DPP, 2012 – Jacqueline Eidelman, Anne Jonchery, Lucile Zizi, « Musées et publics : bilan d'une décennie (2002-2011), juin 2012, p 13

<sup>213</sup> Ministère de la culture et de la communication, Jacqueline Eidelman et Benoît Roux, « La gratuité dans les musées et monuments en France : quelques indicateurs de mobilisation des visiteurs », Culture Etudes, 2009-2 - L'intégralité de l'article est téléchargeable sur [http://www2.culture.gouv.fr/culture/deps/2008/pdf/Cetudes-09\\_2.pdf](http://www2.culture.gouv.fr/culture/deps/2008/pdf/Cetudes-09_2.pdf)

Figure 21. Part des visiteurs mobilisés par l'expérimentation de la gratuité dans 14 musées et monuments nationaux en France au premier semestre 2008

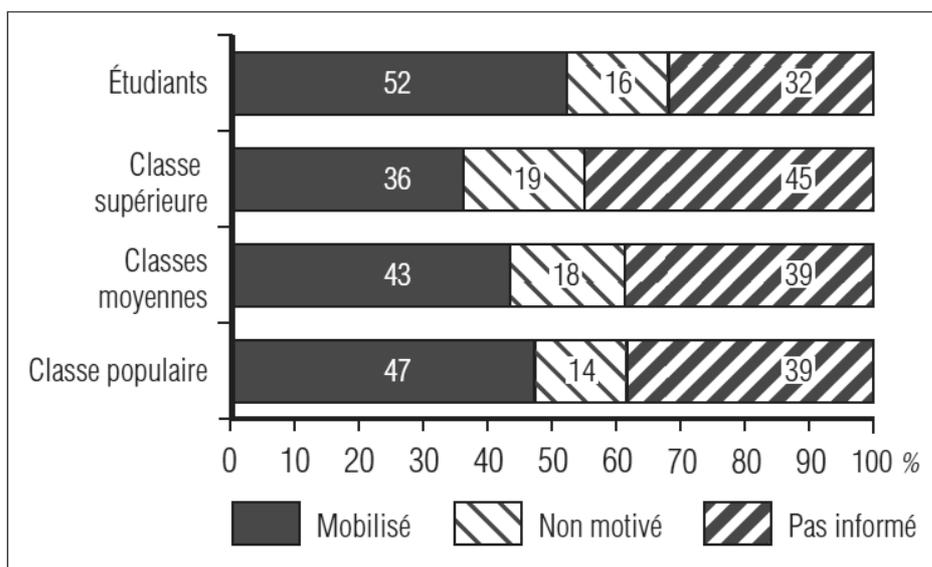


Source : Ministère de la culture et de la communication, Jacqueline Eidelman et Benoît Roux, « La gratuité dans les musées et monuments en France : quelques indicateurs de mobilisation des visiteurs », *Culture Études*, 2009-2, graphique p 4

- *Un réel effet de diversification sociale des publics : étudiants, catégories populaires et modestes, visiteurs peu familiers sont davantage venus au musée*

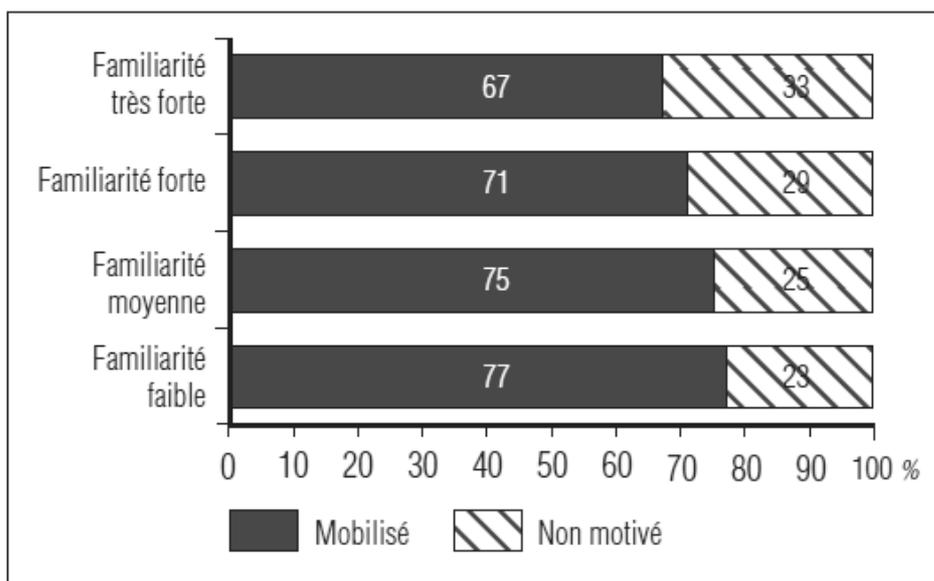
Si l'on considère l'impact *qualitatif* de la gratuité, c'est-à-dire son effet sur la diversification des publics, celui-ci est manifeste. L'évaluation de l'expérimentation montre en effet qu'elle a d'abord mobilisé les étudiants, les catégories populaires et modestes, ceux dont les liens avec la culture sont relativement distendus et la familiarité avec les musées et monuments faible ou moyenne. Et cette tendance se vérifie quel que soit le lieu de résidence des visiteurs en France.

Figure 22. Mobilisation des visiteurs par la gratuité selon le milieu social en France, hors Ile-de-France (en%)



Source : Ministère de la culture et de la communication, Jacqueline Eidelman et Benoît Roux, « La gratuité dans les musées et monuments en France : quelques indicateurs de mobilisation des visiteurs », Culture Études, 2009-2, graphique p 9

Figure 23. Familiarité avec les musées et monuments et mobilisation chez les visiteurs informés de l'expérimentation de la gratuité au premier semestre 2008

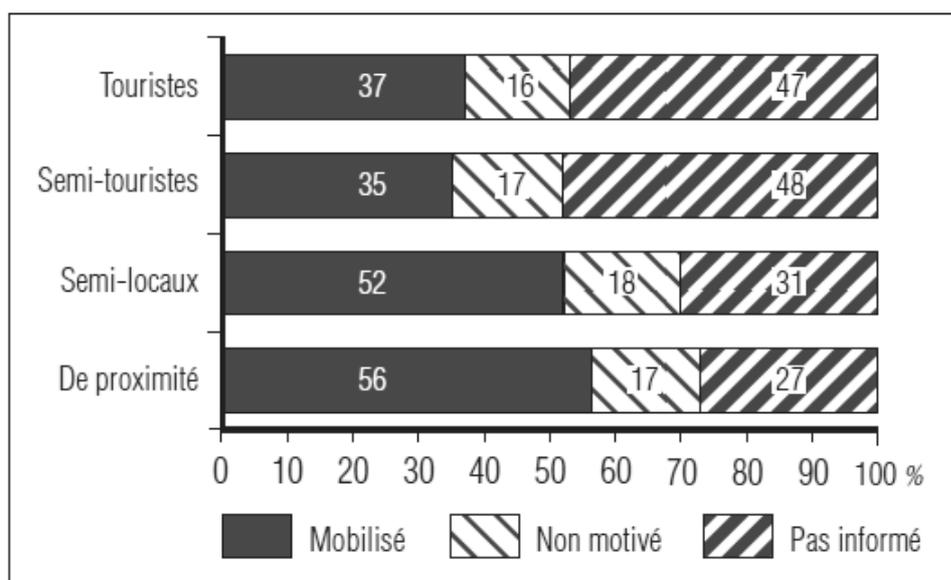


Source : Ministère de la culture et de la communication, Jacqueline Eidelman et Benoît Roux, « La gratuité dans les musées et monuments en France : quelques indicateurs de mobilisation des visiteurs », Culture Études, 2009-2, graphique p 10

- *La gratuité totale mobilise plus les publics de proximité*

La mobilisation par la gratuité apparaît nettement corrélée à la distance qui sépare la résidence habituelle de la destination de visite : les *visiteurs de proximité* qui habitent la commune ou le département du site visité ainsi que les *visiteurs semi-locaux* qui résident dans les départements limitrophes sont les plus mobilisés.

Figure 24. Mobilisation par la gratuité selon la proximité géographique des visiteurs (en%)



Source : Ministère de la culture et de la communication, Jacqueline Eidelman et Benoît Roux, « La gratuité dans les musées et monuments en France : quelques indicateurs de mobilisation des visiteurs », Culture Études, 2009-2, graphique p 12 - Précisions de lecture : visiteurs de proximité = commune+département ; semi-locaux = départements limitrophes ; semi-touristes = départements dans la couronne des départements limitrophes ; touristes = autres départements plus éloignés ou régions - Attention, il ne s'agit que des touristes nationaux: l'enquête ne portait pas sur les touristes étrangers.

- *Un peu plus de la moitié des primo-visiteurs relevaient des classes populaires ou moyennes inférieures*

Les *primo-visiteurs* du site, mobilisés par la gratuité représentaient 28 % de la population enquêtée. Parmi ceux-ci, 53 % relevaient des classes populaires ou moyennes inférieures, 74 % avaient une familiarité faible ou moyenne avec les musées et monuments, et 72 % étaient des visiteurs de proximité<sup>214</sup>.

<sup>214</sup> Ministère de la culture, Op.cit, p 15, tableau 3

- *La gratuité semble encourager les visites en famille avec les enfants*

A noter que la part des visites mobilisées par la gratuité en compagnie de jeunes enfants est sensiblement plus élevée que celles sans enfant, quel que soit le groupe social des visiteurs. Même si les visites en compagnie d'enfants de moins de 18 ans sont minoritaires (elles ne représentent que 21 % de l'ensemble des visites), la gratuité semble donc encourager les visites en famille.

- *Les jeunes de moins de 30 ans, notamment les étudiants, sont les plus mobilisés par la gratuité*

Les auteures de l'étude observent que *les étudiants* et, plus généralement *les jeunes jusqu'à 30 ans* ont été les plus mobilisés par l'expérimentation de la gratuité (voir point suivant sur les jeunes et les musées).

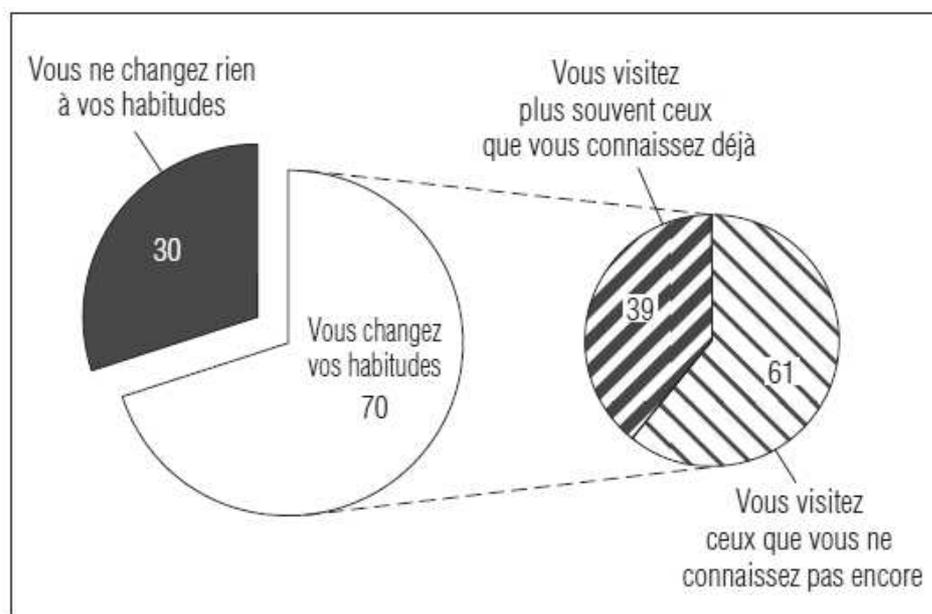
- *Le principe de gratuité totale est plébiscité mais ses modalités d'application ne font pas consensus*

Si le principe de la gratuité est plébiscité par l'ensemble des visiteurs (83 % considèrent qu'elle est une bonne chose pour toutes les catégories de publics), en revanche il n'y a pas de consensus sur ses modalités d'application, en particulier sur son caractère permanent, régulier (au moins une fois par mois) ou occasionnel (quelques fois dans l'année). Ainsi, 41 % de l'ensemble des visiteurs sont pour une gratuité permanente, 38 % régulière, et 21 % occasionnelle ; soit quand même près de 8 visiteurs sur 10 en faveur d'une gratuité permanente ou régulière.

- *Une gratuité totale permanente fidéliserait davantage les visiteurs et les inciterait à découvrir d'autres musées de manière plus conviviale*

Interrogé sur l'hypothèse d'une gratuité généralisée des musées et monuments, 70 % des visiteurs déclarent que cela changerait leurs habitudes : 39 % d'entre eux visiteraient plus souvent les sites qu'ils connaissent déjà et 61 % iraient découvrir des musées et monuments inconnus.

Figure 25. Hypothèse de gratuité généralisée et changement des habitudes de visites



Source : Ministère de la culture et de la communication, Jacqueline Eidelman et Benoît Roux, « La gratuité dans les musées et monuments en France : quelques indicateurs de mobilisation des visiteurs », Culture Études, 2009-2, graphique p 18.

Non seulement la gratuité d'un site particulier les amènerait à le visiter plus souvent, mais ils y viendraient plus fréquemment en compagnie pour des visites qu'ils imaginent plus courtes. La gratuité serait ainsi un facteur de fidélisation des publics et de convivialité de la visite.

- *La gratuité jouerait un rôle d'apprentissage, en particulier auprès de publics de proximité peu familiers des musées*

*La gratuité* jouerait un rôle « d'apprentissage » pour des visiteurs habituellement éloignés de la sphère muséale. Ce rôle serait d'autant plus fort que ceux-ci sont jeunes et étudiants, qu'ils sont issus de milieux populaires ou modestes, qu'ils ont des liens distendus avec la culture et un faible capital muséal initial et qu'ils vivent à proximité des musées et monuments visités. Cet effet d'élargissement des publics de proximité est particulièrement important à souligner car, selon d'autres enquêtes, « la reproduction sociale du public se réalise d'abord à l'échelle locale via les milieux diplômés et aisés, tandis que le changement et la diversification s'effectue via un tourisme populaire plus volatile<sup>215</sup> ».

<sup>215</sup> J. Eidelman, A. Jonchery, L.Zizi, Op.cit p 8

- *Toutefois, la portée de la gratuité doit être relativisée, ce qui plaide plutôt en faveur de mesures circonstanciées*

Il semble toutefois qu'il faille relativiser cet effet propre à la gratuité en fonction de sa temporalité et de son régime d'application. En effet, d'une part l'évaluation montre que son effet d'accélération sur la fréquentation s'estompe avec le temps (1 semestre ici), d'autre part, seulement une minorité de visiteurs, 3 sur 10, conditionnent une nouvelle visite du site à une gratuité reconduite et ce sont particulièrement les publics mobilisés par la gratuité. Cela relativise donc, selon les auteures, l'idée d'une « acculturation à la seule gratuité ».

Par ailleurs, pour les publics les plus éloignés des musées, et du monde culturel en général, la gratuité ne paraît pas suffisante pour qu'ils en franchissent le seuil, d'autres déterminants culturels et psychosociaux se révélant des freins bien plus puissants que le seul prix du billet d'entrée, quel que soit l'âge.

Les résultats de cette évaluation plaident donc plutôt en faveur de mesures de gratuité ciblées s'appliquant à certains publics potentiels, selon des modalités, des temporalités et des territorialités différenciées. Celles-ci devraient être pensées de façon à faire se rencontrer la volonté des publics et celle des musées, en n'excluant pas *a priori* une forme de participation du visiteur, dans la mesure de ses moyens et dans une logique de don contre don, bénéfique pour l'ensemble des parties. Pour les publics les plus éloignés, des parcours adaptés, des dispositifs de médiations et des mesures spécifiques sont à construire en partenariat avec des acteurs relais, en particulier le monde associatif.

### 3. Focus sur les jeunes publics : des jeunes enfants aux jeunes adultes

Après ces données générales sur les visiteurs des musées en France et, en particulier, des « musées de France », dont on mesure le caractère embryonnaire et fragmentaire et, ce troisième point réalise un focus sur les jeunes publics des musées, incluant les « musées de France », en partant des jeunes enfants pour aller jusqu'aux étudiants et jeunes adultes.

D'après les recherches menées par le CESER de Bretagne, la connaissance de ces jeunes publics est encore plus opaque que celle portant sur les publics adultes. Les études ayant, là aussi, des champs et des méthodes très hétérogènes, le choix a été fait de les présenter séparément et successivement en suivant une logique de progression par âge, en allant des moins âgés aux plus âgés.

L'attention du lecteur est une nouvelle fois attirée sur l'hétérogénéité des champs, des méthodes et des sources des éléments présentés. Dans certains cas, il est question des jeunes publics *des seuls* « musées de France » ; dans d'autre, des jeunes publics, *tous musées confondus*, voire des « musées,

*monuments et expositions » confondus...* Les tranches d'âges et catégories des jeunes varient aussi selon les études, ce qui rend les comparaisons et agrégations très hasardeuses, voire impossibles. Une seule étude est longitudinale et permet de suivre de façon homogène et cohérente l'évolution des goûts et pratiques de visites des « musées et monuments » chez les adolescents, entre 11 ans et 17 ans (Ministère de la culture, Sylvie Octobre, « *L'enfance des loisirs...* », 2010).

Autre point de vigilance : tout au long de cette présentation, il faut bien distinguer les publics jeunes d'âge scolaire et les autres. En effet, comme nous allons le voir, l'influence des visites scolaires de musées sur la fréquentation globale des jeunes publics est majeure.

*Le premier point*, très succinct, présente les données existantes sur les visites scolaires dans les « musées de France » en Bretagne. *Le deuxième* aborde les pratiques des publics familiaux et avec enfants, tous types de musées confondus. *Dans un troisième point* est présentée l'unique étude nationale longitudinale portant sur les trajectoires culturelles des adolescents entre 11 et 17 ans, dont leurs sorties culturelles pour visiter « les musées et monuments », tous types confondus. Enfin, *le dernier point*, présente quelques éléments sur les pratiques muséales des publics de jeunes adultes, en particulier des étudiants.

### 3.1. Les visites scolaires dans les « musées de France » (MCC-Patrimostat 2011)

*> 140 000 visites scolaires en Bretagne, 14% de la fréquentation*

En 2012, les groupes scolaires représentaient en moyenne 10 % de la fréquentation des « musées de France » au plan national<sup>216</sup>, ce taux variant fortement d'une région à l'autre.

En Bretagne, cette même année, les « musées de France » ont accueilli près de 140 000 visiteurs scolaires<sup>217</sup>, représentant en moyenne 14 % de l'ensemble de leur fréquentation régionale. La Bretagne se situe en position médiane par rapport aux autres régions, légèrement au-dessus du taux moyen national.

---

<sup>216</sup> Source : Patrimostat 2011, p 25

<sup>217</sup> 138 128 visiteurs scolaires sur 31 musées de France de l'académie de Rennes ayant renseigné la rubrique des visiteurs scolaires en 2012

## 3.2. Les visites en famille et avec enfants (CREDOC, 2012)

### 3.2.1. « Musées et expositions », tous types confondus

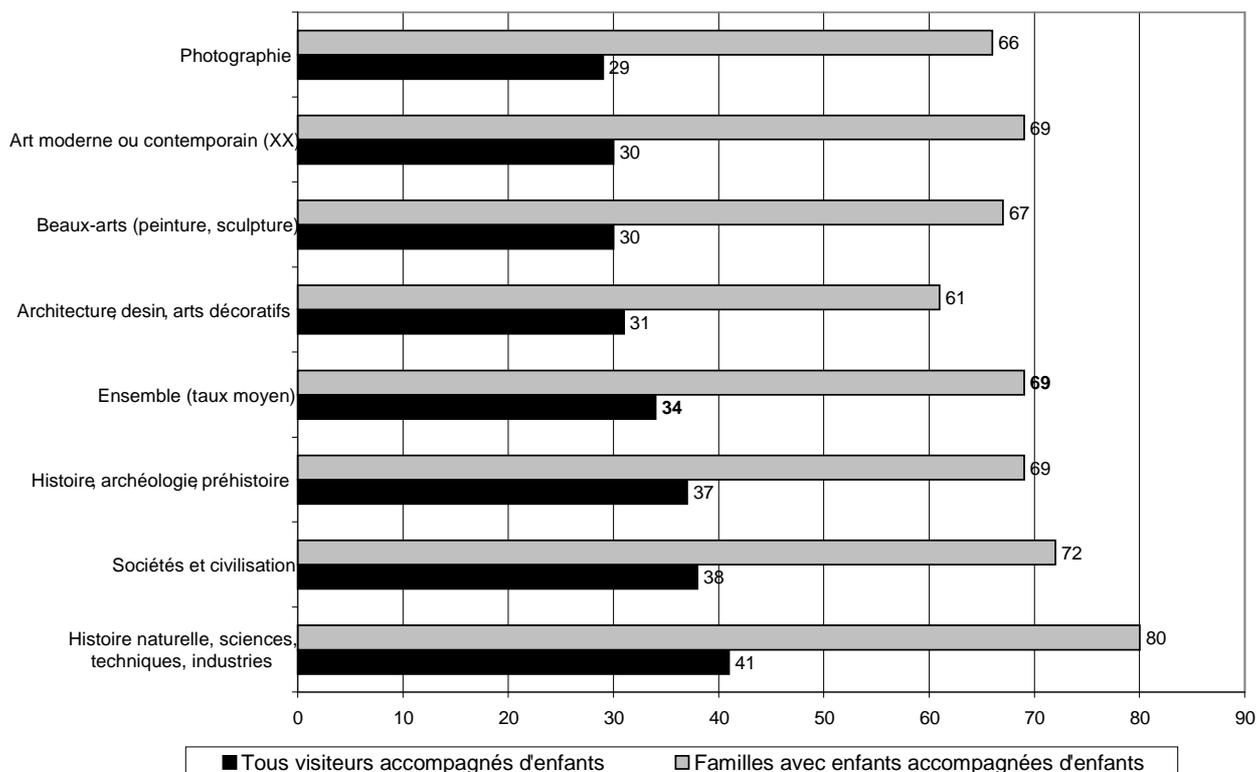
*> 1/3 des visiteurs étaient avec des enfants, 2/3 des familles ayant au moins un enfant à charge, majoritairement dans les musées et expositions d'histoire naturelle et de sciences*

En 2012, parmi les personnes ayant visité *un musée ou une exposition* au cours des 12 derniers mois (tous visiteurs confondus), 1/3 s'y sont rendues en étant accompagnées d'enfants (34 %) <sup>218</sup>. Cette proportion double chez les visiteurs qui sont des familles composées d'enfants : plus des 2/3 ont effectué leur dernière visite en étant accompagnées d'enfants (69 %). Comme l'illustre le graphique ci-après, les musées et expositions d'histoire naturelle, de sciences, de techniques et d'industries suscitent une proportion plus importante de visites avec des enfants (80 % des familles composées d'enfants les ayant visités sont venues avec des enfants, contre 67 % dans les musées de Beaux-arts).

---

<sup>218</sup> Source : CREDOC 2012, tableau p 29, taux moyen des 7 lignes « musées et expositions »

Figure 26. Visites accompagnées d'enfants selon le type de musées ou d'expositions fréquentés en France en 2012



Source : CREDOC, *La visite des musées, des expositions et des monuments, juin 2012* – tableau p 29 – graphique CESER Bretagne – Précision : tous types de musées ou d'expositions confondus

### > L'âge des enfants influe sur les pratiques de visite patrimoniale

Si on élargit le périmètre de l'analyse aux *visites patrimoniales*<sup>219</sup>, incluant en plus des musées et expositions, les monuments, les sites historiques et les villes d'art et d'histoire, on observe que l'âge des enfants influe sur les pratiques de visite. Ainsi, parmi les familles composées d'enfants, les visites avec les enfants sont à leur apogée lorsque ceux-ci ont entre 6 et 10 ans et leur proportion augmente avec le nombre d'enfants à charge. En général, les visites avec enfants sont plus fréquemment le fait d'adultes âgés entre 25 et 59 ans (période de parentalité), diplômés de niveau Bac + 2, ayant une profession intermédiaire ou de cadre/profession intellectuelle supérieure, des revenus bas ou moyens. A noter que la proportion de visites avec enfants est légèrement plus élevée chez les femmes (34 % contre 29 % pour les hommes) et chez les personnes résidant dans les communes rurales ou ayant une population comprise entre 2 000 et

<sup>219</sup> Ces données ne sont pas précisées pour la seule catégorie « musées ou expositions »

20 000 habitants<sup>220</sup>. Le CREDOC émet l'hypothèse d'un effet de la périurbanisation croissante de l'habitat des familles avec enfants.

*> Le diplôme et le revenu sont moins discriminants pour les visites patrimoniales avec enfants*

D'une manière générale, pour les visites patrimoniales avec enfants, le diplôme, le revenu et la profession/catégorie sociale sont moins discriminants que dans l'ensemble des visites patrimoniales<sup>221</sup>.

### 3.2.2. Se rendre au musée en famille (A. Jonchery)

*> Les musées sont un miroir des évolutions sociales*

Pour Anne Jonchery<sup>222</sup>, docteure en muséologie, se rendre au musée en famille « est révélateur en puissance des relations des individus au musée, des usages de celui-ci et de son positionnement dans le monde social ». Les musées « apparaissent comme des miroirs des évolutions sociales : la famille s'approprie les institutions muséales et les adapte à ses nouveaux fonctionnements ».

*> La famille se conjugue au pluriel, les musées aussi*

Si le musée a longtemps été présenté comme un lieu d'élitisme et de reproduction sociale<sup>223</sup>, la réalité apparaît aujourd'hui plus nuancée. Tout d'abord, selon la catégorie du musée, la diversité sociale varie fortement. Par exemple, la fréquentation familiale est plus hétérogène dans les musées des sciences que dans les musées d'art. Ensuite, la famille contemporaine s'est transformée, de même que le paysage muséal, est devenu plurielle.

*> La parentalité semble aider à vaincre une certaine « timidité culturelle », en particulier lorsque la visite au musée est vécue comme un investissement éducatif*

Par ailleurs, la parentalité semble aider à vaincre certaines « timidités culturelles » chez les familles peu familiarisées avec les musées lorsque la visite avec les enfants est vécue comme un acte éducatif pouvant contribuer à leur réussite scolaire et sociale.

---

<sup>220</sup> CREDOC, Op.cit, annexes, tableau 41, p 70

<sup>221</sup> Ibid. à partir de la comparaison des tableaux 7 p 21 et 41 p 70

<sup>222</sup> Anne Jonchery, « Se rendre au musée en famille », Le Lettre de l'OCIM, n°115, janvier/février 2008 – Téléchargeable sur <http://ocim.revues.org/264>

<sup>223</sup> Cf. Travaux de Bourdieu notamment

> *Les visites en famille visent aussi l'épanouissement personnel des enfants*

Au-delà de la transmission et de l'apprentissage, d'autres motivations apparaissent chez les publics familiaux comme l'épanouissement personnel et le plaisir de l'enfant, mais aussi la convivialité, la détente, le partage et le dialogue associés à l'expérience de sortie et de visite. Indépendamment de leurs enfants, les parents, en tant qu'adultes, ont aussi leurs propres motivations intrinsèques de visites : découverte, savoir, émotion esthétique...

> *La confrontation réelle à l'objet authentique continue à avoir du sens pour les familles*

Dans une société très médiatisée caractérisée par la culture d'écran, la visite physique au musée continue à avoir du sens pour les familles : « la confrontation à l'objet concret, réel et authentique constitue une expérience unique et propre à la sphère muséale<sup>224</sup> ».

> *Les familles sont en attente de nouvelles offres culturelles articulant mieux leurs visites au musée, avec d'autres pratiques de loisirs et sorties culturelles*

Compte tenu de la pluralité des attentes et motivations de visite des publics familiaux, « au lieu d'opposer la visite aux autres formes de loisirs, il est plus judicieux de les articuler ». Ainsi, selon Anne Jonchery, « les musées ont tout intérêt à proposer, au-delà des services de restauration et de commodités, la possibilité d'une détente physique, d'une pause conviviale, mais aussi à intégrer à leur offre une autre activité culturelle, interne ou à proximité<sup>225</sup> ».

### 3.3. Les visites aux « musées et monuments » des adolescents de 11 à 17 ans (MCC, S. Octobre, 2010)

> *Une étude longitudinale inédite suivant les trajectoires culturelles d'enfants entre 11 et 17 ans, y compris l'évolution de leurs sorties culturelles aux musées et monuments*

Lors de son audition par le CESER de Bretagne<sup>226</sup>, Sylvie Octobre, sociologue chargée d'études au Ministère de la culture et de la communication, a rendu compte d'une importante étude longitudinale<sup>227</sup> menée entre 2002 et 2008 sur les trajectoires culturelles de 4000 enfants, de la fin de l'enfance à la grande

---

<sup>224</sup> A. Jonchery, Op.cit p 12

<sup>225</sup> Ibid, p 13

<sup>226</sup> Audition du 4/02/2014

<sup>227</sup> Ministère de la culture, DEPS, Sylvie Octobre, Christine Détrez, Pierre Mercklé, Nathalie Berthomier, « L'enfance des loisirs, trajectoires communes et parcours individuels de la fin de l'enfance à la grande adolescence », Questions de culture, 2010 (427 p). Synthèse téléchargeable sur <http://www.culture.gouv.fr/deps>

adolescence, tandis qu'ils passaient de 11 à 17 ans<sup>228</sup>. Nous en reprendrons ici quelques éléments de synthèse ayant trait aux sorties culturelles, en particulier celles concernant « les musées et monuments<sup>229</sup> ».

*> La pratique de visite de « musées et monuments » est relativement stable pendant l'adolescence : elle reste la deuxième sortie culturelle des enfants jusqu'à 15 ans, et encore la troisième à 17 ans*

Si l'on considère tout d'abord les sorties aux musées et monuments, on observe une relative stabilité des pratiques entre 11 ans et 17 ans<sup>230</sup>. Certes, à 11 ans, 56 % des enfants ont visité un musée depuis le début de l'année scolaire et ils ne sont plus que 44 % à le faire à 17 ans. Il n'empêche, si l'on compare cette évolution à celle des sorties à la bibliothèque dont la fréquentation chute de 44,5 % à 21 % dans le même intervalle, la pratique muséale résiste plutôt bien (voir graphique ci-après). Jusqu'à 15 ans inclus, les sorties au musée sont même la deuxième sortie culturelle des enfants et adolescents, après le cinéma, mais avant les parcs d'attraction et les bibliothèques ! A 17 ans, cette deuxième place est prise par la sortie « au match ou à une manifestation sportive », mais la sortie au musée reste en troisième position à cet âge, alors même que « la culture de sortie se déplace des sorties diurnes vers les sorties nocturnes, et des sorties encadrées vers des sorties autonomes<sup>231</sup> ».

---

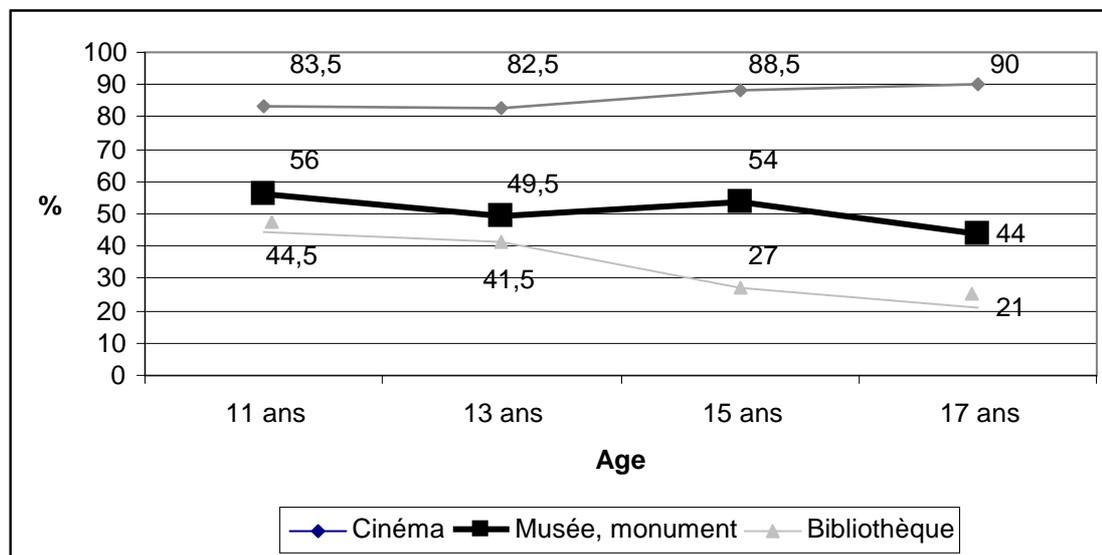
<sup>228</sup> Il y a eu 4 vagues successives d'enquête lorsque les enfants étaient âgés de 11, 13, 15 et 17 ans

<sup>229</sup> La catégorie « musées » n'est pas isolée dans l'étude, mais à plusieurs reprises les auteurs parlent des « musées » lorsqu'il y est fait référence.

<sup>230</sup> Audition Sylvie Octobre, 4/02/2014

<sup>231</sup> Ministère de la culture, Sylvie Octobre et Nathalie Berthomier, L'enfance des loisirs, Eléments de synthèse, Culture-Etudes, 2011-6, novembre 2011, p 5

Figure 27. Évolution des sorties au cinéma, aux musées et monuments, à la bibliothèque selon l'avancée en âge des enfants entre 11 et 17 ans



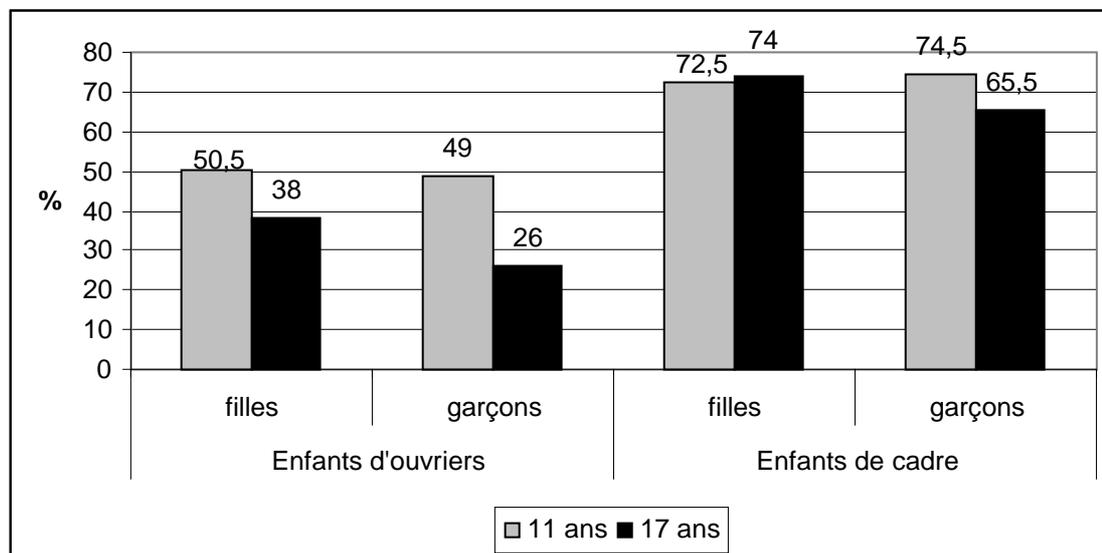
Source : Ministère de la culture, Sylvie Octobre et Nathalie Berthomier, *L'enfance des loisirs, Eléments de synthèse, Culture-Etudes, 2011-6, novembre 2011, tableau 2 p 5 (extrait partiel de données)*

> *Les enfants de cadres, les filles et ceux qui sont à l'heure scolaire visitent plus fréquemment « les musées et monuments »*

A noter que le fait d'être une fille (surtout à partir de 15 ans), d'avoir un parent cadre et d'être « à l'heure scolaire » (pas de redoublement), influence positivement la propension à visiter un musée ou un monument, et de manière croissante avec l'avancée en âge<sup>232</sup>.

<sup>232</sup> Ministère de la culture, DEPS, Sylvie Octobre, Christine Détrez, Pierre Mercklé, Nathalie Berthomier, « L'enfance des loisirs, trajectoires communes et parcours individuels de la fin de l'enfance à la grande adolescence », Questions de culture, 2010 (427 p), p 114 et graphique 3 p 119 - odds ratio

Figure 28. Sorties culturelles « musée ou monument » au cours de l'année selon le sexe, l'origine sociale et l'âge (à 11 ans et 17 ans)



Source : Ministère de la culture, DEPS, Sylvie Octobre, Christine Détrez, Pierre Mercklé, Nathalie Berthomier, « L'enfance des loisirs, trajectoires communes et parcours individuels de la fin de l'enfance à la grande adolescence », Questions de culture, 2010 (427 p), tableau 4 p 106 -graphique CESER Bretagne -

> *Le jeu des influences sur les transmissions et sorties culturelles est multiple : parents, fratrie, copains, école*

L'étude analyse de manière approfondie le jeu des influences agissant sur les transmissions culturelles : influence des parents, de la fratrie, des copains et de l'école.

- *Le climat familial a un rôle central dans la transmission des goûts culturels, même si les sorties des adolescents s'émancipent progressivement de la présence parentale*

S'agissant de l'influence de la famille et d'une manière générale, du « climat familial », son « rôle apparaît central dans la transmission d'un goût ou d'un dégoût culturel, quand bien même des déplacements de contenus s'observent, liés aux générations et aux effets de mode ». Ces transmissions familiales se lisent aussi dans « le jeu de passage et d'autonomisation des consommations, pratiques et sorties culturelles ». Les sorties culturelles s'émancipent ainsi progressivement de la présence parentale avec l'avancée en âge. Par exemple, si à 11 ans 53 % des enfants qui ont visité un musée ou un monument dans l'année l'ont fait en général avec l'un de leurs parents, ils ne sont plus que 42 % à 17 ans. La fratrie a aussi une influence sur l'évolution des pratiques culturelles,

par exemple comme « copratiquants » lors des sorties culturelles. A souligner que les mères déclarent plus souvent se rendre à un musée ou à un monument avec leur enfant que les pères, respectivement 58,5 % contre 47,5 %<sup>233</sup>. On peut émettre l'hypothèse d'une influence du travail à temps partiel, plus fréquent chez les femmes.

- *Le cercle des pairs occupe une place croissante dans les sorties culturelles avec l'avancée en âge, y compris pour se rendre au musée*

Vient ensuite l'influence des copains ou copines sur les activités et sorties culturelles. Sylvie Octobre observe qu'« avec l'avancée dans l'adolescence, les activités s'insèrent de manière croissante dans le cercle des pairs : tous les indicateurs témoignent du caractère primordial de la sociabilité amicale, faisant de ce moment de la vie, le temps des copains. Et « les sorties sont, plus encore que les autres activités, l'occasion de se retrouver entre amis, quel que soit le lieu fréquenté ». Même les « sorties ancrées dans la culture légitime » est concernée. Par exemple, à 11 ans, si 15,5 % des enfants qui vont au musée le font avec des copains, ils sont 32 % à 17 ans<sup>234</sup>.

- *L'école a un rôle avéré dans la démocratisation des sorties culturelles, particulièrement auprès des adolescents issus de milieux défavorisés, quel que soit l'âge*

Quant à l'école, son « impact incitatif reste important en matière de sorties culturelles » et elle joue un rôle avéré dans leur démocratisation, notamment pour les enfants vivant dans un climat familial défavorisé. Ainsi, « la sortie scolaire encadrée reste le principal motif de la fréquentation par les enfants des équipements culturels, notamment des équipements de la culture légitime (musées, monuments, spectacles de danse, de théâtre ou d'opéra) et cette influence ne se dément pas avec l'avancée en âge, alors même que le rythme de fréquentation baisse, notamment avec le désencadrement familial des activités de loisirs ».

*> Les visites scolaires de « musées ou monuments » arrivent en tête des sorties scolaires culturelles, avant celles liées au spectacle vivant*

A noter que, parmi l'ensemble des sorties scolaires culturelles, la visite de « musée ou monument » arrive toujours largement en tête, quel que soit l'âge des enfants<sup>235</sup>, bien avant les sorties « spectacle de danse, théâtre, opéra<sup>236</sup> ».

---

<sup>233</sup> Op.cit, p 180, tableau 4

<sup>234</sup> On pourrait dès lors imaginer une forme de tarification avantageuse pour attirer les jeunes entre amis.

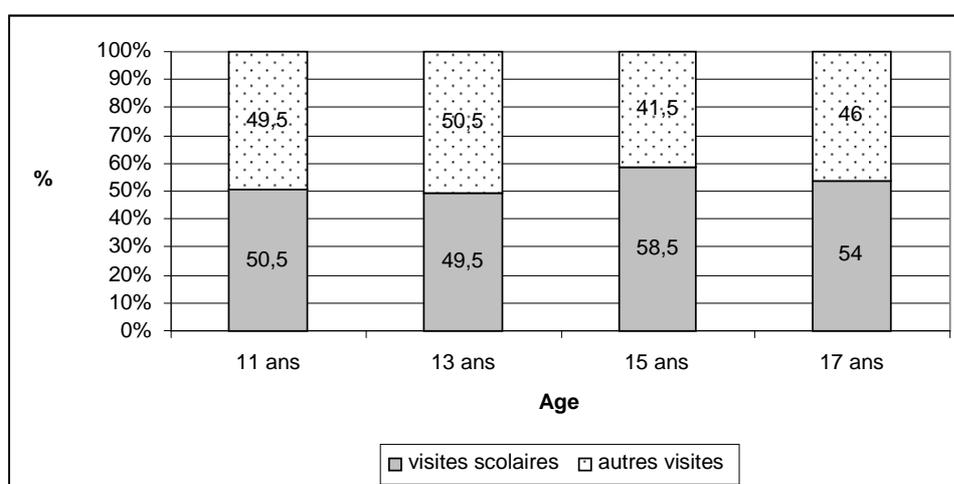
<sup>235</sup> Interrogés à 11, 13,15 et 17 ans

<sup>236</sup> Ministère de la culture, DEPS, Sylvie Octobre, Christine Détrez, Pierre Mercklé, Nathalie Berthomier, « L'enfance des loisirs, trajectoires communes et parcours individuels de la fin de l'enfance à la grande adolescence », Questions de culture, 2010 (427 p), tableau 18 p 80

- Chez les adolescents, une visite au musée sur deux se fait dans le cadre d'une sortie scolaire

A 11 ans, 50,5 % des enfants ayant visité un musée étaient accompagnés par un professeur lors de leur dernière visite et 54 % à 17 ans<sup>237</sup> » (voir graphique ci-après). L'impact en termes de démocratisation culturelle est réel puisqu' « en fin de primaire, les enfants d'ouvriers ont plus souvent réalisé leur dernière fréquentation au cinéma, au musée et au théâtre avec un professeur que les enfants de cadres, et cet effet est toujours perceptible au lycée ».

Figure 29. Sorties culturelles « musée ou monument », accompagnement scolaire et avancée en âge



Source : Ministère de la culture, DEPS, Sylvie Octobre, Christine Détrez, Pierre Mercklé, Nathalie Berthomier, « L'enfance des loisirs, trajectoires communes et parcours individuels de la fin de l'enfance à la grande adolescence », Questions de culture, 2010 (427 p), données tableau 18 p 80 - Lecture : à 11 ans, 50,5 % des enfants qui déclarent être allés dans un musée ou un monument y sont allés avec l'école.

- Les enfants en retard scolairement et ceux de l'enseignement professionnel ont moins de sorties culturelles

Ceci est d'autant plus important pour les enfants ayant connu des accidents de parcours scolaire, qui effectuent en moyenne moins de sorties culturelles que les « élèves à l'heure ». On observe par ailleurs, que « les élèves de l'enseignement général ou technologique sortent également plus que ceux de l'enseignement professionnel et les écarts sont d'autant plus grands que les sorties sont légitimes. A 17 ans, 60,5 % des élèves à l'heure dans l'enseignement général ou technologique sont allés au moins une fois dans

<sup>237</sup> 49,5 % à 13 ans, 58,5 % à 15 ans

l'année au musée, contre 44 % des élèves en retard dans cette même filière et 21% des élèves en filières professionnelles<sup>238</sup> ».

*> Les pratiques culturelles des adolescents s'autonomisent progressivement avec l'âge, passant d'une logique de filiation à une logique d'affiliation et d'expressivité*

L'étude « L'enfance des loisirs », met en évidence 4 « moments culturels » qui sont autant de marqueurs et de transition d'âge (voir tableau de synthèse ci-après). Si l'on considère la pratique des sorties culturelles, l'enfance (11 ans) apparaît comme le moment où la logique de filiation prédomine : c'est l'âge des « sorties culturelles encadrées légitimes », sans autonomie, comme par exemple la visite au musée. La préadolescence (13 ans) ne bouleverse pas ce comportement de sortie. A l'adolescence (15 ans), on observe « un désencadrement progressif des sorties », « la logique statutaire qui assigne un rôle (enfant, élève) existe toujours, mais cède le pas à la logique identitaire, ce qui favorise le passage à une logique de l'affiliation plus que de la filiation ». A la grande adolescence (17 ans), les pratiques culturelles des jeunes deviennent autonomes : « Le passage à l'expressivité succède à la culturalisation des identités, dans un contexte d'accroissement de l'indépendance culturelle, qui prolonge l'autonomie des goûts amorcée dans les âges précédents. C'est l'âge de la structuration des goûts et des dégoûts, de l'expression des sentiments et non plus seulement des affiliations<sup>239</sup> », des sorties avec les pairs : cinéma, boîte de nuit, concert... sans oublier, on l'a vu, les visites de musées et monuments.

---

<sup>238</sup> Ministère de la culture, DEPS, Sylvie Octobre, Christine Détrez, Pierre Mercklé, Nathalie Berthomier, « L'enfance des loisirs, trajectoires communes et parcours individuels de la fin de l'enfance à la grande adolescence », Questions de culture, 2010 (427 p), p 111

<sup>239</sup> « L'enfance des loisirs », Éléments de synthèse, p 11

Figure 30. Culture, âge et articulation identitaire

<b>Agenda culturel</b>	<i>Consommations culturelles</i>	Médias traditionnels, lecture et sport	Disparition de la lecture de livres et multiplication des loisirs Pratiques en amateur	Entrée dans le multimédia	Centrage sur l'ordinateur et l'écoute musicale			
	<i>Sorties culturelles</i>	Sorties culturelles encadrées légitimes Sorties de loisirs ludiques (cirque, parc d'attractions)	Sorties de loisirs spectaculaires (match)	Désencadrement progressif des sorties (cinéma)	Sorties juvéniles, nocturnes et autonomes (cinéma, boîte de nuit, concert)			
	<i>Mise en scène de soi</i>	Décoration de la chambre axée sur la filiation et les goûts enfantins (animaux, famille)		Affichage des appartenances et des goûts culturels				
	<i>Attachement</i>	Les loisirs culturels génèrent moins d'attachement que le sport		Culturalisation croissante des attachements				
<b>Régime de pluralité</b>	<i>Métier d'enfant</i>	Absence d'autonomie réelle	Autonomie de goûts (restriction momentanée des invitations <i>out</i> )	Autonomie culturelle et relationnelle croissante	Autonomie relationnelle notamment <i>via</i> les moyens de communication et les invitations			
	<i>Métier d'élève</i>	Métier d'élève prend une place importante dans le métier d'enfant	Résorption progressive de l'importance du métier d'élève pour l'enfant mais conservation d'une place dans la négociation familiale		Retour du métier d'élève, différentielle selon les orientations scolaires			
	<i>Métier de copain</i>	Logique de filiation	Mutation du réseau : augmentation de sa taille et reconfiguration avec passage au collège	Logique d'affiliation	Logique d'expressivité psychologique (être, sentiment)			
	<i>Métier de consommateur culturel</i>	Début d'autonomisation par les équipements en propre et statut de consommateur de produits culturels	Place importance et croissante des objets culturels Expressivité matérielle (faire, goûts)	Développement de l'expressivité matérielle et passage à l'autonomie de choix de consommation	Vers un métier de consommateur culturel ?			
<b>Moment culturel</b>		<b>Moment ludique, lecteur, et sportif, axé sur la filiation</b>	<b>Ouverture du champ des possibles et chute de la lecture</b>	<b>Tournant culturel (développement de l'articulation pour soi/pour autrui et culturalisation des identités)</b>	<b>Expressivité des goûts et des sentiments</b>			
<b>Âge</b>	10	11	12	13	14	15	16	17

Source : Ministère de la culture, Sylvie Octobre et Nathalie Berthomier, *L'enfance des loisirs, Eléments de synthèse, Culture-Etudes, 2011-6, novembre 2011, graphique 2 p 11* – Précision : les musées et monuments sont dans la ligne « Agenda Culturel », rubrique « sorties culturelles »

## 3.4. Les visites des jeunes et étudiants

### 3.4.1. Éléments sur les visites de musées des 15-30 ans (MCC, O. Donnat, 2008)

*> Les jeunes ne désertent pas les musées, bien au contraire : la génération des 15-30 ans a le taux de visite le plus important de toutes les générations*

La proportion de jeunes âgés de 15 à 24 ans ayant visité un musée<sup>240</sup> au cours des 12 derniers mois en 2008 était plus élevée que celle de l'ensemble de la population française, tous âges confondus. En effet, alors qu'en moyenne 30 % de celle-ci ont visité un musée au cours des 12 derniers mois, ce taux atteint 37 % chez les 15-19 ans et 34 % pour les 20-24 ans<sup>241</sup>.

Le critère de la profession/catégorie sociale renforce ce constat puisqu'il fait apparaître que 42 % des lycéens et 50 % des étudiants français ont visité un musée au cours de l'année écoulée. Il s'agit là d'un taux de visites parmi les plus élevés, pas très éloigné de ceux des cadres et professions intellectuelles supérieures (68 %) et des professions intermédiaires (44 %).

Contrairement à certaines idées reçues, les jeunes sont donc très loin de désertter les musées. C'est même l'inverse puisque la génération des 15-30 ans est celle qui présente le taux de visite le plus élevé parmi l'ensemble des générations françaises (34 %)<sup>242</sup> (voir graphique ci-après). Il faudrait toutefois pouvoir distinguer les visiteurs scolaires des autres jeunes visiteurs.

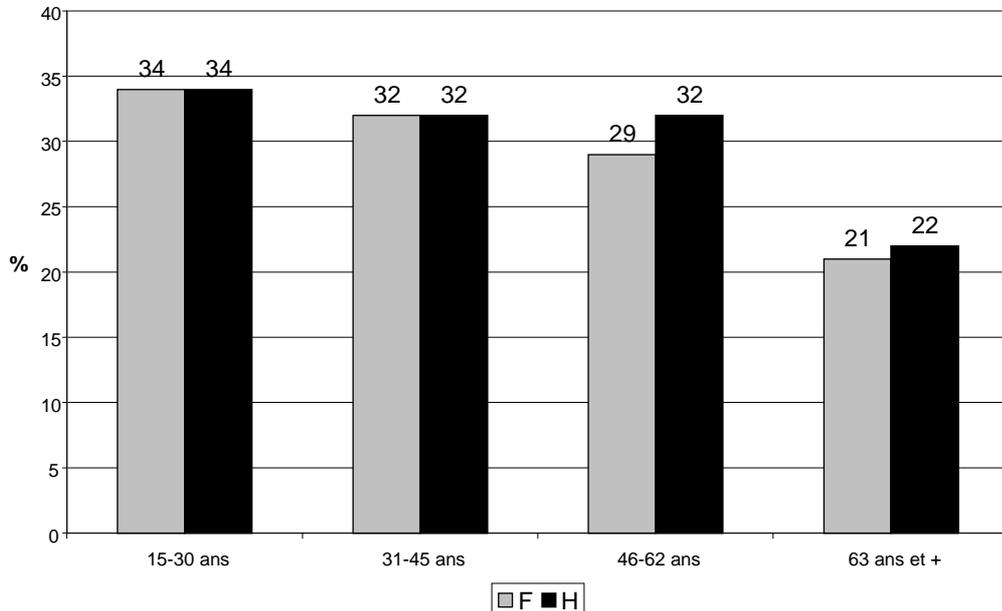
---

<sup>240</sup> Attention, on ne parle pas ici des musées de France, mais bien de tous les types de musées confondus en France.

<sup>241</sup> Olivier Donnat, Les pratiques culturelles des Français, 2009, Annexes, tableau VII-3-2, question 75 B

<sup>242</sup> Taux identique chez les femmes et chez les hommes.

Figure 31. Proportion de personnes au sein d'une génération (F/H) ayant visité un musée au cours des 12 dernier mois en 2008



Source : Ministère de la culture - Olivier Donnat, *Les pratiques culturelles des Français, 2009, Annexes, tableau VII-3-2, question 75 B – exploitation et graphique CESER Bretagne*

> *Les jeunes ont un goût assez éclectique des musées avec quand même une fréquentation plus élevée des musées d'arts*

Interrogés sur les catégories de musées visités au cours des 12 derniers, les jeunes de 15-24 ans font preuve d'un certain éclectisme, avec quand même une visite plus fréquente des musées de beaux-arts, d'art moderne ou contemporain et des musées d'histoire. D'une manière générale, les lycéens et étudiants ont des pratiques assez proches, en notant toutefois que les musées d'art moderne ou contemporain et les musées d'ethnographie attirent une proportion presque 2 fois plus élevée d'étudiants<sup>243</sup>.

> *Chez les filles et les garçons les pratiques de fréquentation sont assez proches, sauf pour les musées de sciences et techniques où la part des garçons est deux fois plus importante*

Dans la génération des 15-30 ans, les pratiques des femmes et des hommes sont dans l'ensemble assez proches, sauf pour les musées de sciences et techniques, d'histoire naturelle et les musées spécialisés (automobile, mode, jouet...) qui attirent une proportion près de 2 fois supérieure d'hommes<sup>244</sup>.

<sup>243</sup> Ibid, tableau VII-3-4, question 76A : genres de musées visités

<sup>244</sup> Ibid

*> Les jeunes ont une mobilité de visite de musée un peu plus importante, en particulier à destination de Paris et vers l'étranger*

Un peu plus de la moitié des jeunes de 15 à 24 ans (51%) ont visité des musées dans leur commune ou leur région de résidence au cours des 12 derniers mois, soit une proportion légèrement inférieure à l'ensemble de la population française (55%). Environ, un quart a effectué ses visites lors d'un séjour à Paris et/ou dans une autre région française et/ou à l'étranger, signe probable d'un effet des « voyages scolaires » organisés. Les 15-19 ans se distinguent par un taux de visite dans une autre région plus élevé que celui de leurs aînés. Les lycéens et les étudiants ont une pratique géographique des musées assez semblable, ceux-ci effectuant plus de visites à l'étranger que ceux-là<sup>245</sup>.

Au sein de la génération des 15-30 ans, une différence sexuée apparaît surtout pour les visites de musées à l'étranger dont la part est nettement plus élevée chez les jeunes hommes (31 % contre 19% pour les jeunes femmes).

*> Les jeunes de 20-24 ans ont le taux de visite avec des amis le plus élevé, tous âges confondus*

Les jeunes réalisent-ils leurs visites au musée seuls ou à accompagnés ? Entre 15 et 24 ans, la sociabilité muséale évolue fortement. Chez les 15-19 ans, la proportion des visites s'effectuant en famille ou en groupe organisé (scolaire...) est assez logiquement plus élevée que chez leurs aînés de 20-24 ans. Ces derniers se singularisent en revanche par le taux de visite avec des amis le plus élevé de toutes les tranches d'âges de visiteurs (40 % de visites amicales contre 19% en moyenne dans l'ensemble des visiteurs de musées). On retrouve ces tendances et écarts liés à l'âge entre les lycéens et les étudiants<sup>246</sup>.

Au sein de la génération des 15-30 ans, les jeunes hommes vont plus fréquemment au musée seuls ou en couple, alors que les jeunes femmes s'y rendent un peu plus souvent entre amis et nettement plus en groupe organisé<sup>247</sup>.

---

<sup>245</sup> Ibid, tableau VII-3-5, questions 76B et 76 C

<sup>246</sup> Ibid

<sup>247</sup> Ibid

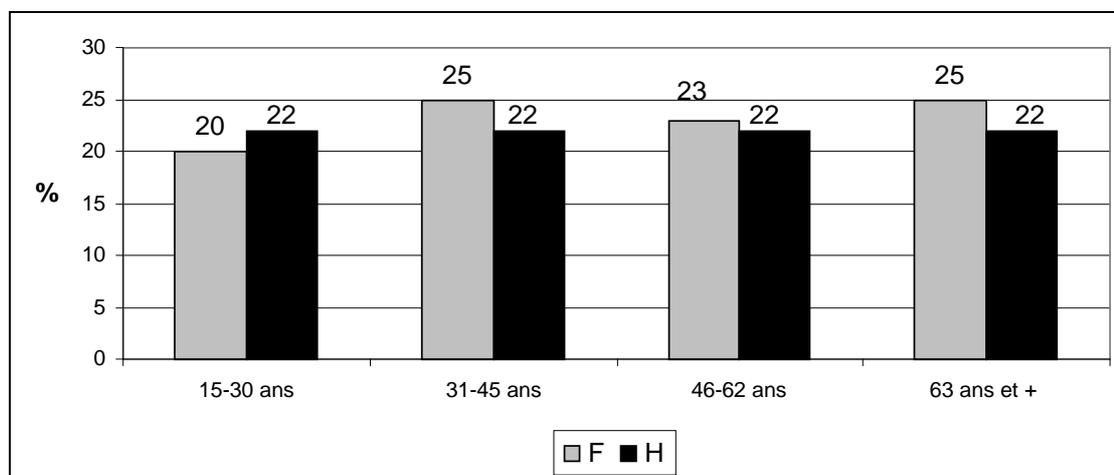
> Le « non public » est légèrement moins important chez les jeunes de 15-30 ans que dans les générations plus âgées, mais il varie selon l'âge, le sexe et le statut

On s'intéresse ici au « non public » des musées, c'est-à-dire aux jeunes ayant déclaré n'avoir *jamais visité de musée au cours de leur vie* (et plus seulement de l'année écoulée).

Alors que la proportion de « non public » des musées était de 23 % dans l'ensemble de la population française en 2008 (tous âges confondus), ce taux était de même niveau chez les 15-19 ans (23 %) et nettement plus faible chez les 20-24 ans (17 %, taux le plus faible parmi toutes les tranches d'âge). Ces proportions atteignent 23 % chez les lycéens et 10 % parmi les étudiants.

Si l'on considère les générations, celle des 15-30 ans présente un taux de « non public » (21 %) légèrement moins important que les générations plus âgées. Celui-ci est dû à une proportion de non visiteurs légèrement moins élevée chez les jeunes femmes (20 %) que chez les jeunes hommes (22 %), alors qu'on observe l'inverse au sein des générations plus âgées (voir graphique ci-après).

Figure 32. Proportion de non public (F/H) des musées dans la population française selon la génération d'appartenance en 2008



Source : Ministère de la culture - Olivier Donnat, *Les pratiques culturelles des Français, 2009, Annexes, tableau VII-3-2, question 75 B – exploitation et graphique CESER Bretagne – Précision : tous musées confondus, personnes ayant déclaré n'avoir jamais fréquenté de musées au cours de leurs vies.*

### 3.4.2. Les visites de « musées et d'expositions » chez les jeunes de 18-24 ans et les étudiants (CREDOC 2012 et MCC)

Cette étude du CREDOC, plus récente, confirme les principaux résultats de celle qui vient d'être présentée (Donnat, 2008) et approfondit, sur certains aspects, l'analyse des jeunes visiteurs *de musées et d'exposition*<sup>248</sup>.

*> 37 % des jeunes de 18-24 ans et 47 % des étudiants ont visité un « musée ou une exposition » dans l'année*

Parmi les 18-24 ans, la proportion de jeunes ayant réalisé au moins une visite de « musée ou d'exposition » *au cours des 12 derniers mois*, s'établit à 37 %, taux légèrement plus élevé que celui révélé par l'enquête de 2008 (34 % chez les visiteurs de musées âgés de 20 à 24 ans<sup>249</sup>). Seuls les jeunes seniors, de 60 à 69 ans, ont un taux de visite plus élevé (46 %). A noter que chez les étudiants, ce taux de visite est supérieur, 47 %<sup>250</sup>. Peut-être faut-il y voir en partie l'effet d'accélération de la fréquentation des jeunes provoqué par l'extension du champ de la gratuité aux moins de 26 ans dans les musées nationaux depuis avril 2009.

*> S'agissant des catégories de musées et d'expositions, l'éclectisme culturel des jeunes est confirmé, ainsi que leur fréquentation plus élevée des lieux d'arts et la forte familiarité muséale des élèves et étudiants*

L'enquête confirme également la diversité des pratiques juvéniles quant aux catégories de musées et d'expositions visitées dans l'année. Les 18-24 ans vont plus fréquemment visiter les établissements de beaux arts (22 % des visiteurs), d'art moderne ou contemporain (18 %) et de photographie (15 %). Chez les étudiants en particulier, ces tendances sont encore plus marquées avec une pratique fréquente des musées et expositions d'arts (voir graphique ci-après).

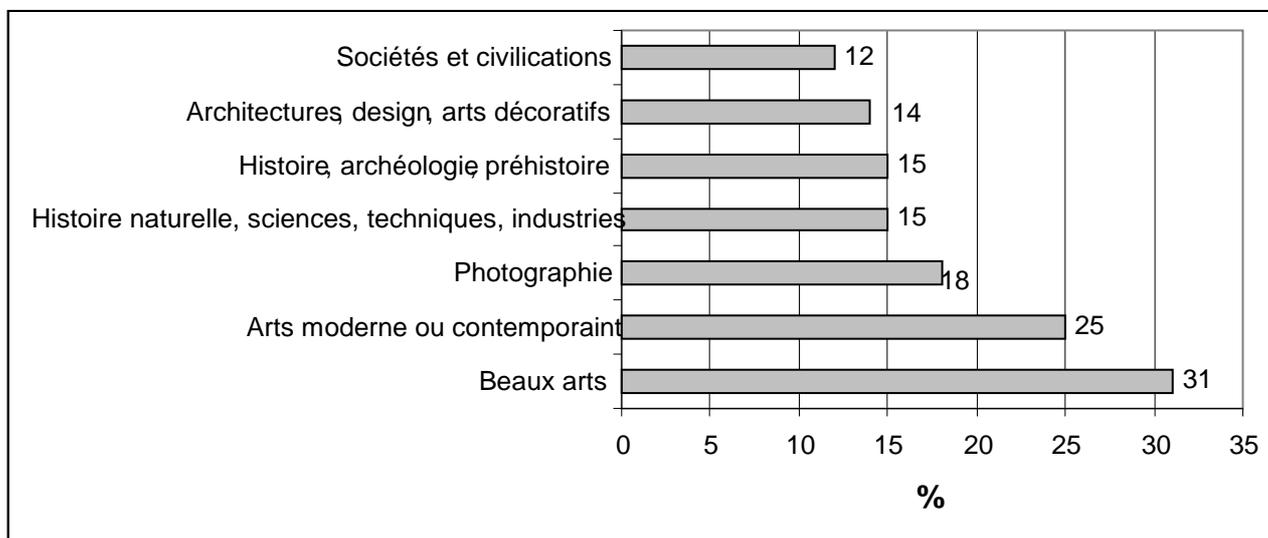
---

<sup>248</sup> Attention cette étude du CREDOC rassemble sous une même catégorie musées et expositions, tous genres confondus (déclaratif)

<sup>249</sup> Les champs des 2 enquêtes ne sont pas similaires : en 2008, la tranche d'âge est celle des 20 -24 ans, et la question posée ne concerne que les musées et non les expositions (dans ce qui a été présenté plus haut)

<sup>250</sup> CREDOC, Op.cit, annexes, tableau 30 p 59

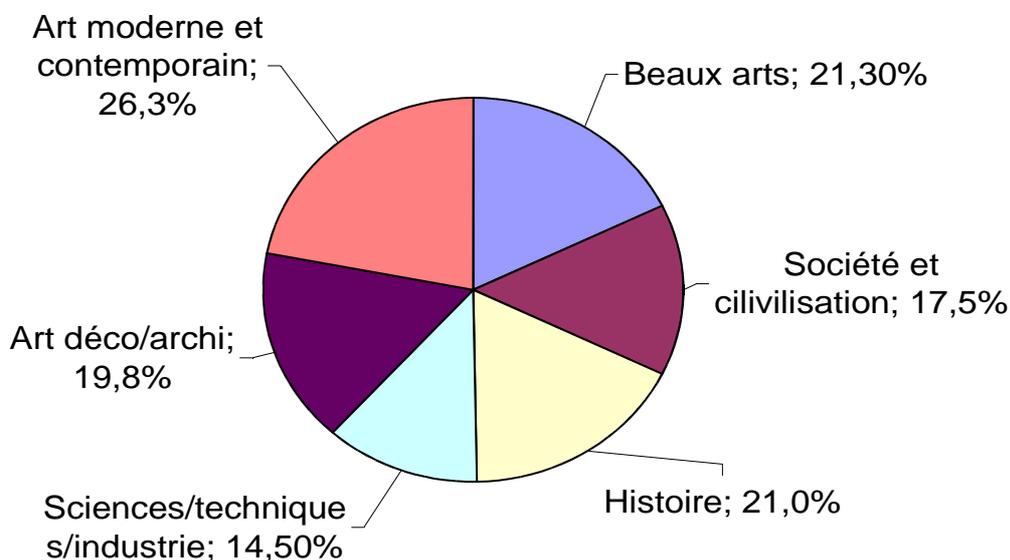
Figure 33. Taux de visite de « musées et d'expositions » dans la population étudiante pendant l'année écoulée par catégorie d'établissement visité en France en 2012



Source : CREDOC, *La visite des musées, des expositions et des monuments, juin 2012* – tableau p 14 – graphique CESER Bretagne – Précision : tous types de musée ou d'exposition confondus

Une autre enquête réalisée en 2012 par le Ministère de la culture, dont le champ ne concerne que les *musées nationaux* (« musées de France »), souligne que les « élèves/étudiants » ont un fort capital de familiarité avec les musées. Si leur répartition est relativement équilibrée entre les différentes catégories de musées nationaux (voir graphique ci-après), leur part dans la fréquentation est quand même relativement plus élevée dans les musées d'arts (Beaux-arts, art moderne et contemporain, arts décoratifs, architecture).

Figure 34. Répartition des visiteurs « élèves/étudiants » dans les musées nationaux selon leur catégorie en 2012



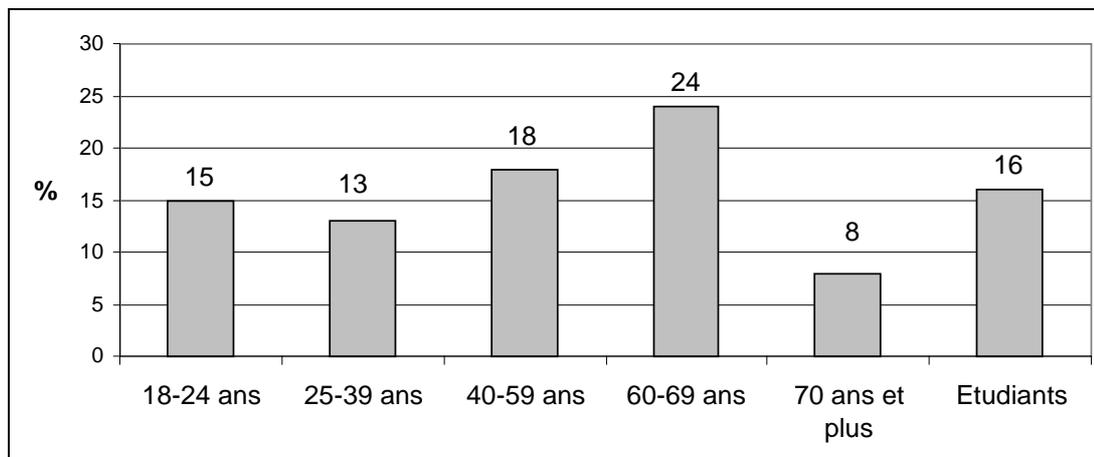
Source : Ministère de la culture et de la communication, Enquête « A l'écoute des visiteurs 2012 », données tableau 3 p 11 – graphique réalisé par le CESER de Bretagne.

> Les jeunes de 18-24 ans ont le plus fort usage d'Internet pour les visites patrimoniales, davantage pour les aspects pratiques et le partage que pour le contenu culturel, à l'inverse des seniors

Les jeunes de 18-24 ans sont la tranche d'âge (parmi les 18 ans et +) qui fait le plus usage d'Internet en lien avec ses visites culturelles (musées, expositions, monuments) : c'est le cas d'un jeune visiteur sur deux (45 % chez les moins de 25 ans, 50 % chez les étudiants). Leurs usages sont majoritairement orientés vers l'utilisation des aspects pratiques d'Internet (infos, réservations, horaires, tarifs...) plus que vers des offres de contenu culturel (visite virtuelle, téléchargement de commentaires...). A noter qu'en 2012, ce ne sont pas les jeunes qui effectuaient le plus de visites virtuelles par Internet mais les jeunes seniors de 60-69 ans (15 % contre 24 %). Par contre, le partage de la visite sur les réseaux sociaux, blogs et forums était encore, à cette date, un fort marqueur générationnel chez les plus jeunes : il concernait 14 % des 18-24 ans, contre 7% pour les 25-39 ans<sup>251</sup>.

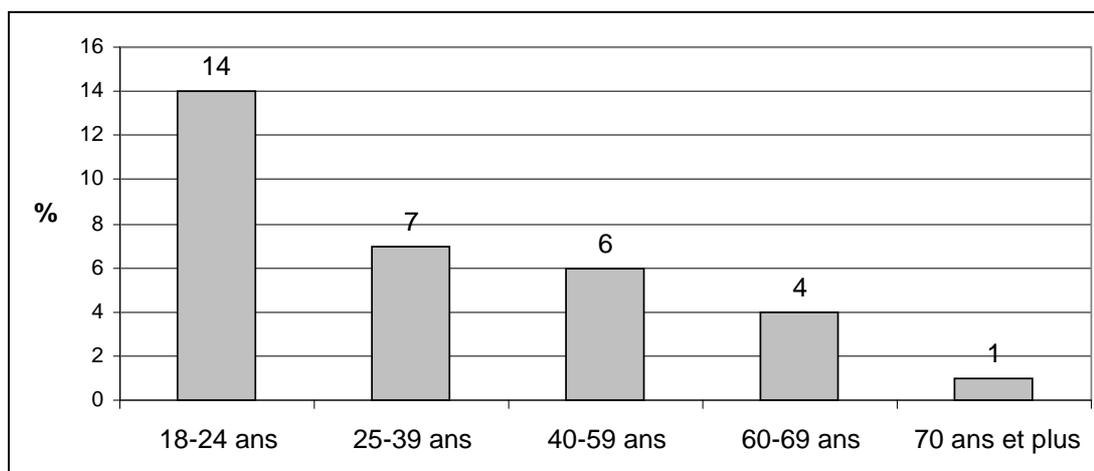
<sup>251</sup> Ces écarts pourraient se réduire assez vite avec l'accélération de la diffusion des usages numériques connectés dans l'ensemble de la population.

Figure 35. Proportion de visiteurs ayant effectué une visite virtuelle de musées, d'expositions ou de monuments sur Internet par tranche d'âge en France en 2012



Source : CREDOC, *La visite des musées, des expositions et des monuments, juin 2012* – tableau 48 p 77 – graphique CESER Bretagne – Précision : tous types de musée, d'exposition et de monument confondus

Figure 36. Proportion de visiteurs ayant partagé sur Internet leurs impressions après la visite d'un musée, d'une exposition ou d'un monument par tranche d'âge en France en 2012



Source : CREDOC, *La visite des musées, des expositions et des monuments, juin 2012* – tableau 15 p 35 – graphique CESER Bretagne – Précision : tous types de musée, d'exposition et de monument confondus

*> Un jeune sur quatre a renoncé à une visite patrimoniale dans l'année en raison de son prix et tous ne connaissent pas les possibilités de gratuité*

25 % des jeunes de 18-24 ans déclarent avoir renoncé une fois ou plusieurs fois à la visite de musées, d'expositions ou de monuments « parce que c'était trop cher », taux équivalent à celui de l'ensemble de la population des 18 ans et +. Chez les étudiants, cette proportion est un peu moins élevée : 21 %<sup>252</sup>. A noter qu'en 2012, soit 3 ans après l'instauration de la gratuité pour les moins de 26 ans dans les musées nationaux (collections permanentes), encore près de 40 % des jeunes et des étudiants ne connaissaient pas cette possibilité (39% chez les 18-24 ans, 34 % parmi les étudiants)<sup>253</sup>.

*> La gratuité accordée aux jeunes de moins de 26 ans dans les musées nationaux a fait doubler la fréquentation des 18-25 ans en seulement 2 ans, provoquant un rajeunissement des publics*

Depuis avril 2009, l'accès aux collections permanentes des musées nationaux est gratuit pour les jeunes de moins de 26 ans résidant dans un pays de l'Union européenne. Cette décision a été prise par l'Etat à la suite d'expérimentations et d'enquêtes<sup>254</sup> constatant une forte mobilisation des jeunes par la gratuité, notamment des étudiants.

Cherchant à mesurer l'impact de cette mesure sur la fréquentation des jeunes, le Ministère de la culture a confirmé, dans une étude de juin 2012<sup>255</sup>, «une forte mobilisation de cette classe d'âge et sa traduction par une pratique nettement augmentée des musées nationaux pour les jeunes de toute origine sociale ». Ainsi, en seulement 2 ans, entre avril 2009 et décembre 2011, la fréquentation des jeunes de 18-25 ans a très fortement progressé<sup>256</sup>. En volume tout d'abord, elle est passée de 1 280 155 à 2 275 230 entrées, soit une augmentation de près de 80 % ! En proportion ensuite, leur taux de présence au sein de l'ensemble des visiteurs des collections permanentes est passé de 5 % à plus de 11 %, d'où un effet de rajeunissement récent du public des musées nationaux.

---

<sup>252</sup> CREDOC, Op.cit, annexes, tableau 53, p 81

<sup>253</sup> D'où l'intérêt d'impliquer, notamment, les acteurs de l'information jeunesse

<sup>254</sup> Notamment l'expérimentation d'une gratuité totale d'accès à 14 musées et monuments nationaux au premier semestre 2008. Pour un bilan, voir Ministère de la culture, Jacqueline Eidelman et Benoît Ceroux, La gratuité dans les musées et monuments de France : quelques indicateurs de mobilisation des visiteurs. Culture Etudes, 2009-2, mars 2009.

<sup>255</sup> Ministère de la Culture, Jacqueline Eidelman, Anne Jonchery, Lucile Zizi, « Musées et publics : bilan d'une décennie (2002-2011), juin 2012, p 6

<sup>256</sup> Les moins de 18 ans bénéficiaient déjà de la gratuité d'accès aux musées nationaux (collections permanentes)

> *La gratuité entre dans la décision de visite des musées nationaux chez 2 jeunes visiteurs sur 3, mais les ¾ d'entre eux sont issus de classes moyennes ou supérieures*

Une autre enquête<sup>257</sup> a montré que la gratuité détermine la décision de visite chez deux jeunes sur trois. Les jeunes de 18-25 ans en visite gratuite dans les musées nationaux sont très majoritairement des étudiants : 2/3 sont en cours d'étude, 14 % ont achevé leur formation initiale (dont la moitié est en stage ou en apprentissage et l'autre au chômage), près de 20 % sont actifs. S'agissant de la catégorie sociale, 3 jeunes visiteurs sur 4 sont issus des classes moyennes ou supérieures (respectivement 45 % et 30 %). Il n'est pas anodin de noter que le quart restant provient d'un milieu populaire et que ces jeunes sont ceux qui sont les plus mobilisés par la gratuité, et les garçons plus que les filles.

> *La gratuité fait venir les jeunes au musée, fidélise et donne envie d'en découvrir d'autres*

Autre résultat très intéressant de cette enquête : 70 % des jeunes venaient pour la première fois dans le musée où ils ont été enquêtés et 65 % avaient déjà fait usage de la gratuité dans un ou plusieurs établissements. La gratuité fait donc découvrir et favorise la construction d'une familiarité des jeunes adultes avec le monde des musées, à un âge caractérisé par la diversification et l'expérimentation des pratiques culturelles. On peut ici faire le lien avec une certaine « culture de la gratuité » qui caractérise les jeunes<sup>258</sup>.

> *La moitié des jeunes souhaitent une extension de la gratuité aux expositions temporaires et seraient même prêts à payer si le musée était conçu comme un équipement culturel global*

Plus d'un jeune sur deux souhaite que la gratuité soit étendue aux expositions temporaires et se déclarent prêts à payer pour des propositions culturelles périphériques (spectacles, concerts, lectures...), semblant indiquer ainsi qu'ils conçoivent les musées comme un équipement culturel global dont les offres pourraient être différemment tarifées<sup>259</sup>.

> *Les nocturnes gratuites au musée sont plébiscitées par les jeunes, à condition que l'offre culturelle soit adaptée en termes de médiation et d'événementiel*

A noter qu'en 2008 ont également été expérimentées des *nocturnes gratuites* pour les jeunes de 18-25 ans, un soir par semaine<sup>260</sup> (18h-22h), dans quatre

---

<sup>257</sup> Ministère de la culture, op.cit p 7. Enquête menée auprès de 3000 jeunes visiteurs d'une quinzaine de musées nationaux à Paris et en région, pendant l'hiver 2009 et le printemps 2010.

<sup>258</sup> CESER Bretagne, Les univers sociaux et culturels des jeunes, 2011

<sup>259</sup> MCC, J. Eidelman, B. Céroux, « La gratuité dans les musées et monuments en France : quelques indicateurs de mobilisation des visiteurs », « culture – études », 2009-2, p 19

<sup>260</sup> Selon le musée, mercredi, jeudi ou vendredi

grands musées nationaux parisiens<sup>261</sup>. Cette action a également été plébiscitée par les jeunes, ayant entraîné une très forte augmentation de leur fréquentation dans les créneaux concernés. Pour les 2/3 d'entre eux, la visite nocturne a été l'occasion de découvrir et ou de redécouvrir les collections des grands musées. 1/3 met en avant le plaisir d'un moment de convivialité entre jeunes dans un cadre inhabituel. A noter que le bouche-à-oreille entre amis a constitué la première source d'information chez les jeunes, suivi d'Internet.

Toutefois, les effets de ces nocturnes gratuites en termes de démocratisation culturelle auprès des publics jeunes éloignés des musées ont été plus limités. Ainsi, les jeunes faiblement diplômés ont beaucoup moins profité de la mesure que les plus diplômés. 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 12 derniers mois. Si la gratuité ciblée a joué comme un coup de pouce auprès d'une fraction de jeunes peu familiers des musées, c'est essentiellement par « effet d'essaimage » ou d'entraînement à partir de jeunes initiés ou volontaristes. Une autre limite apparaît, alors que la population francilienne comptait 50 % d'actifs entre 18-25 ans, ceux-ci ne représentaient que 16 % des bénéficiaires. Ce déficit d'actifs s'explique autant par un effet de diplôme que de mode de vie, la gratuité nocturne convenant moins à ceux qui travaillent, que le dimanche gratuit une fois par mois.

A souligner qu'à l'occasion de cette expérimentation, les jeunes ont réaffirmé très fortement leurs attentes en matière d'accompagnement, d'actions de médiation et d'événements particuliers. Autant que la gratuité, ce qui a permis le succès de cette expérimentation semble être l'analyse des attentes, du comportement, des modes de vie et des centres d'intérêt du public ciblé et la mise en place d'une offre culturelle sur mesure répondant aux aspirations des jeunes, dans un contexte nocturne plus calme et détendu, prélude à d'autres activités de sortie en soirée.

*> Au final, la gratuité des musées a des effets avérés sur la fréquentation et la diversification sociale des jeunes visiteurs, mais elle ne permet pas, à elle seule, de toucher ceux qui en sont les plus éloignés*

En conclusion, l'ensemble des études convergent à ce jour pour montrer que la gratuité accroît fortement la fréquentation des musées par les jeunes de moins de 26 ans, en particulier les étudiants, y compris lors d'événements nocturnes. Elle a également un effet d'élargissement et de diversification sociale des jeunes visiteurs, incitant ceux qui sont peu familiarisés avec les musées et d'origine modeste à les découvrir et à y revenir. Cependant, elle ne suffit pas pour attirer

---

<sup>261</sup> Cette idée d'une nocturne jeunes dans les musées en Bretagne a été accueillie très favorablement par les jeunes du CRJ auditionné pendant l'étude du CESER. Pour un bilan de l'expérimentation, voir : CREDOC, Bruno Maresca, La nocturne gratuite, un bon plan pour les jeunes et les musées, Consommation et modes de vie n° 215, octobre 2008. <http://www.credoc.fr/pdf/4p/215.pdf>

les jeunes qui en sont les plus éloignés<sup>262</sup>, d'autres freins non financiers étant plus déterminants.

### 3.4.3. Jeunes, pratiques culturelles et institutions de transmission (MCC, S. Octobre, 2009)

> *Comme d'autres institutions de transmission, les musées sont confrontés à un « choc de cultures » avec les nouvelles pratiques des jeunes*

Comme la famille, l'école ou les bibliothèques, les musées sont une *institution de transmission*. En observant les nouvelles pratiques et références culturelles des jeunes, certains s'interrogent sur l'existence d'un « choc de cultures » avec les institutions de transmission. C'est le cas de Sylvie Octobre, sociologue chargée d'études au Ministère de la culture, dont les travaux et l'audition ont été, pour le CESER, très éclairants<sup>263</sup>.

> *Il ne faut pas réduire les jeunes à leurs pratiques numériques, ceux-ci fréquentent davantage les équipements culturels que leurs aînés*

Si les univers, pratiques et sociabilités numériques des jeunes représentent un fort marqueur générationnel (« *digital natives* »), ceux-ci ne sont pas exclusifs d'autres pratiques culturelles plus traditionnelles. Au contraire, ces pratiques tendent à se renforcer mutuellement. Les jeunes sont ainsi « plus connaisseurs des équipements culturels que leurs aînés ne l'étaient au même âge : les efforts conjugués, des familles d'une part qui restent le premier lieu de sensibilisation, d'autre part des institutions, notamment par des collaborations entre école et culture, ont favorisé une amélioration du niveau de diffusion de la fréquentation des équipements culturels, en particulier les musées et les théâtres<sup>264</sup> ».

> *Les technologies numériques provoquent un nouveau rapport au temps qui percute les programmations culturelles*

Pourtant, les effets des technologies numériques et connectées ne sont pas neutres sur la culture. Elles induisent tout d'abord un nouveau rapport au temps, *via* la consommation à la demande, la convergence des usages et la multi-activité. Une partie des contraintes temporelles sont abolies par une « individuation, une démultiplication et une déprogrammation des temps consacré à la culture chez les jeunes, qui s'oppose à la vision d'un temps homogène, linéaire et organisé par l'offre<sup>265</sup> ».

---

<sup>262</sup> Bruno Maresca, Op.cit

<sup>263</sup> Ministère de la culture, Sylvie Octobre, Pratiques culturelles chez les jeunes et institutions de transmission : un choc de cultures ?, Culture Prospective 2009-1, janvier 2009- Téléchargeable sur <http://www2.culture.gouv.fr/culture/deps/2008/pdf/Cprospective09-1.pdf> et audition CESER du 4/02/2014

<sup>264</sup> Sylvie Octobre, Op.cit, p 2

<sup>265</sup> Sylvie Octobre, op.cit

> *Les jeunes ont un nouveau rapport aux contenus et modes de production culturels qui remet en cause les systèmes traditionnels de légitimation des savoirs*

Ensuite, les mutations technologiques provoquent une mutation des rapports aux objets culturels qui, démultipliés et plus accessibles, favorisent le développement de « l'éclectisme culturel ». Par ailleurs, les modes de production des contenus culturels, leur système de labellisation et de légitimation sont bouleversés par le fonctionnement ouvert (ex : *Open data*) et l'implication croissante des usagers dans la création et la diffusion de nouveaux contenus (ex : *Wikipedia, YouTube, Facebook...*). Ainsi, Sylvie Octobre observe que « toute la chaîne de labellisation est redéfinie : de l'auteur (qui ressemble à l'ancien amateur) à l'œuvre en passant par les médiateurs des œuvres (les webmasters, éditorialistes du *Net* remplacent parfois les professionnels de la médiation culturelle) ».

Ce mouvement « rend les contours des catégories savantes et populaires plus flous ». Il n'est pas sans lien avec « le fonctionnement en réseau ou en communauté qui prévaut dans les jeunes générations, et avec l'accroissement de la force sociale et identitaire de ces réseaux. » Toutefois, des lignes de fractures intragénérationnelles et sociales demeurent puisque « les exclus des loisirs culturels » représentent environ 10 % des jeunes<sup>266</sup>. Des différences sexuées sont constatées puisque « les filles sont plus impliquées dans les consommations culturelles, notamment les plus savantes ».

> *Le statut d'autorité des institutions de transmission est ébranlé par un triple mouvement : désinstitutionnalisation, désencadrement et individualisation*

Quelles sont les conséquences de ces mutations sur la transmission et le rôle de ces institutions ? Tout d'abord, Sylvie Octobre rappelle que « la transmission n'est pas la reproduction à l'identique de comportements d'une génération à une autre (sinon la culture ne pourrait être vivante). Elle suppose un processus de réappropriation, une action des héritiers qui est toujours également une transformation (...) ».

Nombre d'institutions de transmission sont aujourd'hui ébranlées par un triple mouvement touchant les loisirs des jeunes : *désinstitutionnalisation, désencadrement et individualisation*.

Elle observe tout d'abord une tendance à la « *désinstitutionnalisation* » des loisirs ou, dit autrement, à leur privatisation croissante (au sens de repli sur la sphère privée) hors des institutions et équipements culturels. Le statut d'autorité des institutions de transmission est mis à mal : « l'école, de même que les équipements culturels, ne détiennent plus le monopole de l'accès aux œuvres, ni

---

<sup>266</sup> Ibid, p 4

même le monopole de la définition d'une œuvre puisque les communautés d'intérêt thématique proposent des systèmes de labellisation et de production de la légitimité qui concurrencent ceux des institutions (comme les systèmes de notation pour les sites par exemples). Puisque ces générations vivent sur un mode relationnel et non plus statutaire, l'argument de la position « sachant/apprenant » ne suffit plus à légitimer ni à fonder l'hégémonie d'un discours institutionnel<sup>267</sup>. »

A ces mutations de la transmission, il faut ajouter d'autres changements qui concernent les modes et conditions de vie des jeunes : urbanisation, mutations des formes de la famille... Ces mutations ont provoqué un « *désencadrement tendanciel du temps libre* des jeunes » qui augmente « la part laissée à l'autonomie, à la liberté de choix et d'expression » des individus, d'où un phénomène d'*individualisation* des loisirs culturels, ouverts ainsi à d'autres déterminants tels que les phénomènes de mode notamment.

> *La scolarisation des visites de musée amplifie leur fréquentation par les jeunes mais ne leur en donne pas nécessairement le goût durable...*

Ces tendances affectent à des degrés divers « les mécanismes de transmission, les statuts des transmetteurs et les contenus transmis », que ce soit du côté de la famille, de l'école ou des institutions culturelles. Du côté de ces dernières, Sylvie Octobre prend pour exemple *les musées* et leur rapport à l'école : « Du côté des institutions culturelles, les situations sont variables et dépendent largement de leur relation avec le champ scolaire. On assiste ainsi à un mouvement paradoxal dans le cas des musées : si le nombre de jeunes qui vont dans les musées augmente de génération en génération sous l'effet notamment des sorties scolaires, avec l'avancée en âge, leur désamour va croissant à l'égard de ces équipements qu'ils associent trop souvent à l'école. La pédagogisation des activités culturelles sert certes leur démocratisation obligée puisque les élèves sont des publics captifs, mais rarement la construction durable d'un goût pour l'activité<sup>268</sup> ».

> *Les professionnels de la médiation muséale doivent s'adapter à ce « choc de culture » en clarifiant leur positionnement institutionnel et fonctionnel*

Pour l'auteure, cela interroge la notion même de *médiation culturelle* dont elle retrace l'évolution : « L'histoire de l'émergence de la médiation dans les musées indique bien le mouvement de balancier qui s'est opéré entre le temps de l'éducation (les années 1960 et la mise à disposition d'enseignants dans les musées), celui de l'interprétation (les années 1970 et l'importation d'influences canadiennes) et celui de la médiation (les années 1980 et le développement de formations *ad hoc*). La médiation est non seulement jeune, mais immature dans

---

<sup>267</sup> Ibid, p 6

<sup>268</sup> Ibid, p 7

le champ professionnel : depuis les années 1980, elle a peiné à trouver sa place, statutairement autant qu'en termes de définition de formation, ou en termes de position fonctionnelle, entre les tenants du savoir scientifique (les conservateurs) et ceux du savoir éducatif (les enseignants) ».

*> Dans ce nouveau contexte, la fonction de transmission et les stratégies de publics en direction des jeunes doivent être mieux ciblées, en particulier dans les musées*

Ce « choc de culture » entre les pratiques culturelles des jeunes et les institutions de transmission ne remet pas en cause la fonction de transmission elle-même. Elle doit en revanche, selon Sylvie Octobre, « inciter à penser de manière ciblée les stratégies de publics ». Ainsi « les institutions culturelles sont incitées à refonder leurs missions (objectifs et moyens) dans un contexte d'accès aux contenus culturels profondément modifié ».

Tout cela résonne fortement pour ce qui concerne les « musées de France ». Ils sont donc appelés à prendre en compte ces importantes mutations et, pour ceux qui ne s'y seraient pas déjà engagés, à refonder profondément leurs politiques des publics en direction des jeunes. Nous reviendrons sur ces enjeux dans la troisième partie du rapport (enjeux et préconisations).

Deuxième partie

Une approche du rôle  
éducatif et culturel des  
« musées de France » en  
Bretagne

---



La première partie du rapport a présenté l'origine, la définition, le régime juridique et le paysage des « musées de France » en Bretagne et de leurs publics, en s'appuyant à la fois sur des travaux nationaux et régionaux. Ce contexte général étant posé, la seconde partie apporte des éléments d'état des lieux sur le rôle éducatif et culturel des « musées de France » en Bretagne.

*Dans un premier chapitre* est présenté le contexte national du rôle éducatif et culturel des « musées de France ». Nous verrons qu'il découle directement du Code du patrimoine et qu'il intègre aujourd'hui l'enjeu plus vaste de l'éducation artistique et culturelle tout au long de la vie.

Après cette vue générale, *le second chapitre* rend compte très concrètement, à travers de nombreux exemples régionaux, de la dynamique éducative et culturelle des « musées de France » en Bretagne. On y retrouve les musées visités et/ou auditionnés par le CESER, mais aussi les enseignements de ses enquêtes auprès d'enseignants conseillers-relais et de jeunes lycéens et apprentis. L'enjeu d'avenir du développement numérique des « musées de France » y est abordé, en lien avec les nombreuses politiques du Conseil régional qui concernent, plus ou moins directement, les « musées de France » en Bretagne.



## Chapitre 1

# Le contexte général du rôle éducatif et culturel des « musées de France »

---



<b>1. Le rôle éducatif et culturel au cœur de la définition des musées</b>	<b>167</b>
<b>2. Les musées sous appellation « Musée de France » ont une mission éducative et culturelle imposée par la Loi</b>	<b>168</b>
<b>3. Le rôle éducatif et culturel des « musées de France » intègre aujourd'hui l'enjeu plus vaste de l'éducation artistique et culturelle</b>	<b>169</b>
3.1. La consultation nationale sur l'éducation artistique et culturelle de fin 2012	169
3.1.1. <i>Une définition large de l'éducation artistique et culturelle</i>	170
3.1.2. <i>L'éducation artistique et culturelle : des objectifs ambitieux</i>	170
3.1.3. <i>La richesse et la diversité des propositions actuelles d'éducation artistique et culturelle</i>	171
3.1.4. <i>L'éducation artistique et culturelle : des progrès à faire, mais une réalité encourageante</i>	175
3.2. La circulaire du 3 mai 2013 sur le parcours d'éducation artistique et culturelle	177
3.3. La Loi du 8 juillet 2013 sur la refondation de l'école de la République consacre le parcours d'éducation artistique et culturelle des élèves	180
<b>4. Éléments de diagnostic sur les musées nationaux et l'éducation artistique et culturelle en France</b>	<b>180</b>
4.1. Définitions et missions de l'éducation artistique et culturelle dans les musées	181
4.2. Les publics de l'éducation artistique et culturelle dans les musées	183
4.3. Les acteurs de l'EAC dans les musées	184
4.4. Les moyens de l'éducation artistique et culturelle dans les musées	186
4.5. La valorisation de l'éducation artistique et culturelle	188
4.6. L'évaluation et l'étude des actions d'éducation artistique et culturelle	189
4.7. Principales recommandations de la mission	189



Ce premier chapitre présente le contexte général et national du rôle éducatif et culturel des « musées de France ». Ce rôle éducatif et culturel remonte, nous l'avons vu<sup>269</sup>, à l'Antiquité gréco-romaine et reste au cœur de la définition des musées (1). Il est aussi consacré par la Loi du 4 janvier 2002 sur les « musées de France », aujourd'hui intégrée au Code du patrimoine (2). Il fait aussi partie de l'enjeu plus large de l'éducation artistique culturelle (3) qui a fait l'objet d'un diagnostic national à travers une consultation dont découlent de nouvelles ambitions et un nouveau régime juridique qui concernent directement les « musées de France » (4).

Comme nous le verrons, la question de l'écart entre ces nouvelles ambitions et les moyens existants de l'EAC reste entière.

## 1. Le rôle éducatif et culturel au cœur de la définition des musées

En premier lieu, nous avons vu dans la première partie que le rôle éducatif et culturel des musées est au cœur de leur définition, que ce soit au niveau international (ICOM) ou national (Code du patrimoine).

> *Définition internationale de l'ICOM :*

- «Un musée est une institution permanente sans but lucratif au service de la société et de son développement, ouverte au public, qui acquiert, conserve, étudie, expose et transmet le patrimoine matériel et immatériel de l'humanité et de son environnement à des fins d'études, d'éducation et de délectation<sup>270</sup>. »

> *Définition du Code du Patrimoine français (article L 410-1) :*

- « Est considérée comme musée, au sens du présent livre, toute collection permanente composée de biens dont la conservation et la présentation revêtent un intérêt public et organisée en vue de la connaissance, de l'éducation et du plaisir du public<sup>271</sup>. »

Ces deux définitions de référence montrent que le musée, à partir de la conservation et de la présentation de ses collections, est une institution d'étude et de transmission du patrimoine culturel. Il est porteur d'un héritage d'intérêt public dont l'appropriation, individuelle et collective, participe à l'éducation des publics mais aussi au plaisir, voire à la délectation des visiteurs.

---

<sup>269</sup> Voir première partie, « une brève histoire des musées »

<sup>270</sup> Site de l'ICOM consulté le 4/03/2014 : <http://icom.museum/la-vision/definition-du-musee/print/1/L/2/> - Nous mettons en gras

<sup>271</sup> [www.legifrance.gouv.fr](http://www.legifrance.gouv.fr), consulté le 4/03/2014 – Nous mettons en gras

## 2. Les musées sous appellation « Musée de France » ont une mission éducative et culturelle imposée par la Loi

Nous rappellerons également ici que parmi les quatre grandes missions obligatoires devant être accomplies par les musées sous appellation « Musée de France », quels que soient leurs statuts ou leurs autorités, deux d'entre-elles concernent particulièrement leur rôle éducatif et culturel<sup>272</sup> :

- « **Rendre leurs collections accessibles au public le plus large** » ;
- « **Concevoir et mettre en œuvre des actions d'éducation et de diffusion visant à assurer l'égal accès de tous à la culture** ».

Les « musées de France » doivent obligatoirement être dotés d'un service des publics (aussi appelé service éducatif) :

- « *Chaque musée de France dispose d'un service ayant en charge les actions d'accueil du public, de diffusion, d'animation et de médiation culturelles. Le cas échéant, ce service peut-être commun à plusieurs musées*<sup>273</sup> ».

Ce service des publics doit être composé d'au moins un professionnel dont la qualification est fixée par Décret<sup>274</sup>. En droit, on ne s'improvise donc pas, même avec la meilleure volonté du monde, médiateur ou responsable d'un service des publics de «musée de France».

Lorsqu'un musée est candidat à recevoir l'appellation «Musée de France», il doit obligatoirement soumettre à l'Etat un « document d'orientation ». Celui-ci doit préciser « *les objectifs scientifiques et culturels du musée ainsi que les conditions et les moyens envisagés pour leur mise en œuvre, notamment en matière de collections, de personnels, de muséographie, d'éducation, de diffusion et de recherche*<sup>275</sup> ». Quant aux musées ayant déjà reçu l'appellation « Musée de France », ils ont l'obligation<sup>276</sup>, préalablement à la réalisation de travaux de construction ou de rénovation, pour obtenir des aides de l'Etat, de produire un « *projet scientifique et culturel* » (PSC) qui est un document stratégique<sup>277</sup>.

Nous avons déjà signalé le décalage important qui persiste, 12 ans après la Loi du 4 janvier de 2002 relative aux musées de France, entre les textes et la réalité

---

<sup>272</sup> Elles sont inséparables des 2 autres grandes missions qui ont aussi une dimension éducative et culturelle

<sup>273</sup> Article L 442-7 du Code du patrimoine

<sup>274</sup> Article R 442-10 du Code du patrimoine

<sup>275</sup> Article R 442-1, Code du Patrimoine, nous mettons en gras

<sup>276</sup> Décret 2002-852 du 2 mai 2002, article 10

<sup>277</sup> La Région Bretagne aide financièrement les musées de France à réaliser leurs PSC

de leur application, celle-ci restant très inégale selon les établissements. Rappelons ici qu'en Bretagne, malgré un important effort de rattrapage impulsé par la DRAC Bretagne ces dernières années, seulement la moitié des « musées de France » disposent en 2014 d'un réel service des publics répondant aux exigences législatives et réglementaires<sup>278</sup> (16 musées sur 35).

Néanmoins, comme nous le verrons, les contributions éducatives et culturelles des « musées de France » sont multiples et d'une grande richesse en Bretagne : une réelle dynamique est à l'œuvre et ne demande qu'à être mieux soutenue par les autorités des musées et leurs partenaires.

### 3. Le rôle éducatif et culturel des « musées de France » intègre aujourd'hui l'enjeu plus vaste de l'éducation artistique et culturelle

L'éducation artistique et culturelle a le vent en poupe en 2014. Après une consultation nationale menée fin 2012<sup>279</sup>, une circulaire interministérielle du 3 mai 2013<sup>280</sup> cosignée par le Ministre de l'Éducation nationale et la Ministre de la culture et de la communication, trace les grands axes du « parcours d'éducation artistique et culturelle ». La Loi du 8 juillet 2013 d'orientation et de programmation pour la refondation de l'école de la République prend acte de ces travaux en consacrant ce parcours.

#### 3.1. La consultation nationale sur l'éducation artistique et culturelle de fin 2012

Pilotée par le ministère de la Culture et de la Communication, la consultation nationale associait l'ensemble des ministères partenaires, les associations représentant les collectivités territoriales et leurs réseaux, les acteurs et réseaux des milieux professionnels de la culture et du monde socio-éducatif. Elle s'est achevée en janvier 2013 par la présentation d'un rapport, dont nous ne retiendrons ici que le contenu, la structure et les idées principales en lien avec l'étude<sup>281</sup>.

Selon ce rapport, il ne faut pas dissocier l'accès des jeunes à l'art et à la culture du cadre extrascolaire : le numérique, les animations proposées par les

---

<sup>278</sup> 16 sur 35 musées de France en 2014 (contre seulement 7 en 2003) – Audition DRAC Bretagne

<sup>279</sup> Rapport « Consultation sur l'éducation artistique et culturelle – Pour un accès de tous les jeunes à l'art et à la culture », janvier 2013

<sup>280</sup> Circulaire n°2013-073 du 3 mai 2013

<sup>281</sup> Complétés par des remarques et informations, issues notamment du rapport du CESER de Franche-Comté sur « L'éducation aux Arts et à la Culture : quelle ambition pour les jeunes en Franche-Comté ? » adopté le 7 février dernier.

structures culturelles et les activités associatives de loisir en font partie. De plus, il indique qu'« il est paru nécessaire d'englober tous les âges de la jeunesse, de la petite enfance à l'université, en dépassant le cadre strict de l'obligation scolaire<sup>282</sup> ». Le parcours d'éducation artistique et culturelle se construit en effet dès la petite enfance et « induit un lien entre le temps scolaire, périscolaire et extrascolaire ». Tout en évoquant les deux derniers temps, nous nous focaliserons davantage sur le premier.

### 3.1.1. Une définition large de l'éducation artistique et culturelle

Le rapport propose une définition de l'éducation artistique et culturelle, retenue par les Ministères de l'Éducation nationale et de la Culture dans les travaux préparatoires à l'élaboration du projet de loi de programmation et d'orientation pour la refondation de l'école : « L'éducation artistique et culturelle contribue à l'épanouissement des aptitudes individuelles et à l'égalité d'accès à la culture. Elle favorise la connaissance du patrimoine artistique et culturel et de la création contemporaine et participe au développement de la créativité et des pratiques artistiques. L'éducation artistique et culturelle comprend un parcours organisé tout au long de la scolarité des élèves qui leur permet d'acquérir des savoirs artistiques et culturels, de pratiquer les arts, de découvrir des œuvres, des artistes, des monuments et des lieux à caractère artistique et culturel. Ce parcours peut s'inscrire dans le cadre d'un partenariat avec les collectivités territoriales et les associations œuvrant dans le domaine artistique et culturel. [...] ».

Les musées s'inscrivent tout à fait dans cette définition même s'ils ne constituent qu'un acteur de l'éducation artistique et culturelle parmi d'autres.

### 3.1.2. L'éducation artistique et culturelle : des objectifs ambitieux

Selon le rapport sur la consultation, « l'enjeu principal est de développer la créativité et la sensibilité des jeunes, de permettre la construction de l'esprit critique, l'acquisition de l'autonomie, de la confiance en soi, de la capacité d'entreprendre et de coopérer, de développer la curiosité, l'imagination, l'originalité. Pour les enseignants, l'éducation artistique et culturelle donne un sens supplémentaire à l'acquisition des savoirs, mobilise autrement le désir d'apprendre et est un facteur de rénovation pédagogique ». De nombreux apports éducatifs et personnels sont donc à retirer de l'éducation artistique et culturelle.

---

<sup>282</sup> On ne peut donc exclure les enfants et les adolescents, bien que le public privilégié de la Région soit les 15-30 ans et particulièrement les lycéens et les apprentis

### 3.1.3. La richesse et la diversité des propositions actuelles d'éducation artistique et culturelle

« Beaucoup a déjà été fait, les initiatives et les projets sont multiples, l'engagement des enseignants, des artistes et des institutions est remarquable » est le premier constat du rapport. En effet, il existe de nombreuses portes d'entrée pour l'éducation artistique et culturelle, d'abord dans le cadre scolaire mais aussi à partir des structures culturelles.

*> Les enseignements dispensés dans le cadre scolaire ouvrant à l'art et à la culture : une offre large tout au long du parcours scolaire*

L'éducation artistique et culturelle se fonde d'abord sur des enseignements ouvrant à l'art et à la culture dispensés tout au long du parcours scolaire.

À l'école primaire sont dispensés 81 heures de pratique artistique et d'histoire des arts au cours du cycle 2 et 78 heures au cours du cycle 3.

Au collège, 2 heures hebdomadaires d'enseignement artistique sont assurées, au plan national, par 17 000 enseignants spécialisés en arts plastiques et en éducation musicale. À cela s'ajoute, depuis 2009, un enseignement obligatoire d'histoire des arts de l'école élémentaire jusqu'au lycée, assuré par l'ensemble des professeurs. L'histoire des arts fait désormais l'objet d'une épreuve orale obligatoire au diplôme national du brevet depuis 2011.

Une offre d'enseignements artistiques dits « exploratoires » en classe de seconde mais aussi optionnels pour les élèves de la série littéraire et facultatifs pour ceux de toutes les autres séries (arts plastiques, cinéma-audiovisuel, danse histoire des arts, musique, théâtre) vient compléter ces enseignements obligatoires à l'école primaire et au collège.

Les séries techniques et industrielles bénéficient d'un enseignement d'arts appliqués et les établissements professionnels d'un enseignement artistique.

*> Les dispositifs nombreux et variés d'éducation artistique et culturelle mis en place*

Depuis le protocole d'avril 1993 entre les Ministères chargés de l'éducation nationale et de la culture, des dispositifs d'éducation artistique et culturelle ont été progressivement mis en place : ateliers artistiques, classes du patrimoine, jumelages (partenariats scellés par une convention entre un établissement scolaire et un établissement culturel, qui peuvent très bien se faire entre un musée et un lycée par exemple), classes à Projet artistique et culturel (PAC), résidences d'artistes... Ces dispositifs ont été largement utilisés et peuvent être des entrées intéressantes pour amener les jeunes vers les musées.

> *L'accompagnement de projets*

L'expansion des enseignements et des dispositifs d'éducation artistique et culturelle a été complétée par un accompagnement des parties-prenantes via plusieurs acteurs et instances :

- *Les « référents culture »*

En théorie, ces « référents culture » sont nommés depuis la rentrée 2011-2012 sur la base du volontariat. Leur mission principale est de mettre en œuvre le volet culturel de l'établissement en ayant pour objectif de favoriser l'accès à la culture de tous les élèves de l'établissement, d'élaborer un parcours culturel et artistique pour chaque lycéen, en prolongement de celui du collège, et d'impliquer les élèves afin de développer autonomie et initiative dans la mise en œuvre des projets. Pour exercer cette fonction, le professeur peut bénéficier de formations et d'une indemnité spécifique. Cependant, d'après les recherches effectuées et certains témoignages recueillis, le dispositif des « référents culture » ne semble pas encore être pleinement effectif. Il y a sans doute des améliorations à mettre en place pour que ces « référents culture » exercent pleinement un rôle dans l'éducation artistique et culturelle, notamment concernant les musées.

- *La Maison des lycéens*

Une Maison des lycéens (MDL) existe dans chaque lycée. C'est une association gérée directement par les élèves. Elle participe au développement de la vie sociale, culturelle et sportive dans l'établissement. La Maison des lycéens développe et soutient des projets sportifs, culturels, humanitaires ou liés à la citoyenneté. Le Conseil des délégués pour la vie lycéenne (CVL) travaille avec elle, pour l'aider à réaliser ses projets et à les faire connaître. Le budget de la Maison des lycéens est distinct de celui du lycée. Le programme des activités de l'association contribue à enrichir le projet culturel de l'établissement, notamment pour ce qui relève de la culture au lycée (« ciné-lycée »...). Il serait intéressant de voir s'il est possible de s'appuyer sur ces Maisons des lycéens pour renforcer le lien entre lycéens et musées.

- *Le Centre régional de documentation pédagogique Bretagne – « Réseau Canopé »*

Le réseau national du Centre national de documentation pédagogique et des Centres régionaux de documentation pédagogiques (CNDP-CRDP) porte désormais le nom de « Réseau Canopé<sup>283</sup> ». En Bretagne, on trouve le « CRDP Bretagne-Réseau Canopé » et 8 Centres départementaux de documentations pédagogiques (CDDP) qui deviendront des « Ateliers Canopé » à compter de

---

<sup>283</sup> <http://canope.ac-rennes.fr/>

septembre 2014 : 3 en Ille-et-Vilaine (Rennes, Fougères, Saint-Malo), 1 dans les Côtes-d'Armor (Saint-Brieuc), 2 dans le Finistère (Quimper, Brest) et 2 dans le Morbihan (Vannes et Lorient). Ces Centres produisent et diffusent des ressources répondant aux besoins des acteurs du système éducatif, notamment pour les arts et la culture. Sur le site du CRDP Bretagne-Réseau Canopé, on peut obtenir des fiches descriptives très succinctes sur les ressources culturelles locales par académie et/ou par domaine (12 domaines dont celui qui nous intéresse « Patrimoine, musées, archives, histoire des arts »). Ces fiches sont ensuite classées par département. Tous les « musées de France » y sont répertoriés.

- *Les Pôles de ressources pour l'éducation artistique et culturelle*

L'Académie de Rennes bénéficie de la présence d'un Pôle de ressources pour l'éducation artistique et culturelle (PREAC) dans le domaine de l'art contemporain<sup>284</sup>, issu de la mutualisation des ressources de la Direction régionale des affaires culturelles de Bretagne, d'un ensemble de structures culturelles d'art contemporain de la région, de l'académie de Rennes, du CRDP-Réseau Canopé et de École supérieure du professorat et de l'éducation (ex IUFM Bretagne). Il peut constituer une source d'information précieuse sur les musées tournés vers l'art contemporain.

> *Les initiatives des collectivités territoriales : exemples*

En matière d'éducation artistique et culturelle, les collectivités territoriales ont de leur côté pris des initiatives et inventé de nouveaux dispositifs. Le rapport national cite l'exemple du Conseil général de Haute Savoie qui a mis en place des projets originaux comme « Destination culture », « A'Musée», trois expositions itinérantes sous forme de mallettes pédagogiques de sensibilisation à l'histoire de l'art et à l'art contemporain...

La Région Ile-de-France a, quant à elle, pris l'initiative de recruter des médiateurs (recevant une formation à l'entrée en fonction et bénéficiant d'une animation de réseau) dans 35 lycées et 2 universités pour aider les élèves à monter des projets culturels en lien avec les enseignants. Cette idée autour de la médiation est particulièrement intéressante et pourrait se faire en lien avec les conseillers-relais et les référents culture.

Dans de nombreuses régions sont définis des projets territoriaux (ou locaux) d'éducation artistique et culturelle, ou conclus des contrats locaux d'éducation artistique et culturelle (CLEA) portant sur le temps scolaire et non scolaire, qui peuvent privilégier la formation des acteurs de terrain, les résidences d'artistes, la facilitation de l'accès aux œuvres et aux ressources artistiques, des

---

<sup>284</sup> Un deuxième PREAC existe pour la danse

partenariats avec les institutions culturelles. Ils peuvent concerner tous les domaines artistiques et culturels, y compris le secteur patrimonial.

Les collectivités territoriales jouent donc un rôle dans l'éducation artistique et culturelle qui sera sans doute amené à se développer davantage, à leur propre initiative, en coopération avec l'État ou avec les structures culturelles elles-mêmes, qui, pour certaines, se sont déjà emparées de ce domaine.

*> L'éducation artistique et culturelle dans les structures culturelles : une contribution importante de certains établissements*

Les structures culturelles (les musées en font partie et sont cités dans le rapport), sont engagées sur la durée dans des actions d'éducation artistique et culturelle. L'apport direct des établissements publics culturels nationaux est considérable. Les musées ont créé depuis 20 ans de nombreux « services des publics en leur sein » ; la gratuité pour les moins de 26 ans dans les musées nationaux participe de la volonté d'attirer les jeunes.

Une circulaire interministérielle de 2008 demande qu'un volet d'éducation artistique et culturelle soit intégré dans les cahiers des charges de l'ensemble des structures artistiques et culturelles subventionnées par l'Etat, parallèlement à l'élaboration d'un volet d'éducation artistique et culturelle inscrit dans chaque projet d'école et d'établissement.

Certains établissements culturels placent l'éducation artistique et culturelle au cœur de leur démarche.

*> La spécificité de l'enseignement agricole : une démarche d'éducation artistique et culturelle qualifiée de « remarquable »*

Selon le rapport de consultation nationale, l'enseignement agricole a construit une démarche d'éducation artistique et culturelle « remarquable par sa cohérence, son ouverture et son efficacité » à travers l'« enseignement socioculturel » (12 heures de cours et 8 heures d'animation par semaine). Trois types d'actions sont privilégiés : l'atelier, la résidence et l'école du spectateur. L'éducation socioculturelle fait intégralement partie de la formation et s'inscrit dans un projet d'animation et de développement culturel (PADC). Il existe des réseaux d'enseignants permettant de faire circuler, voire de mutualiser les expériences. Il peut être utile de s'inspirer de cette expérience : l'existence de réseaux de mutualisation entre enseignants, le rôle actif de l'élève dans l'élaboration de l'enseignement, la place donnée aux artistes dans les projets sont particulièrement intéressants.

Ces nombreux exemples de dispositifs, ces nombreuses actions et initiatives montrent que l'éducation artistique et culturelle est déjà largement prise en compte que ce soit par l'Éducation nationale, les structures culturelles ou les collectivités territoriales. Le rapport établit cependant un constat : ces propositions ne sont aujourd'hui pas articulées et elles n'atteignent pas tous les

jeunes ; la plupart des acteurs font état de difficultés concrètes dans la mise en œuvre de la politique d'éducation artistique et culturelle.

#### 3.1.4. L'éducation artistique et culturelle : des progrès à faire, mais une réalité encourageante

L'éducation artistique et culturelle est en progression, malgré des inégalités et des obstacles à sa mise en œuvre qui perdurent.

##### > *Au niveau national*

Les dispositifs fonctionnant en partenariat avec la culture et les collectivités territoriales (ateliers, classes à PAC, jumelages, résidences) concernent 3 millions d'élèves en France, ce qui constitue un résultat significatif en valeur absolue. Il y a de grandes inégalités territoriales des jeunes concernés dans le système scolaire (avec un retard dans les zones rurales et les quartiers défavorisés), en partie car les ressources sont elles-mêmes inégalement réparties sur le territoire national. Une action de rééquilibrage, une logique correctrice des inégalités territoriales est donc nécessaire, ainsi qu'une coordination étroite entre l'Etat et les collectivités territoriales pour assurer la continuité du parcours de l'école maternelle au lycée.

##### > *Au niveau régional : quelques rares chiffres sur l'EAC en Bretagne... et un seul sur les musées*

Bien que les musées représentent une pratique courante de sortie scolaire ou à l'occasion de celle-ci (ex : voyages de classe), les données régionales (comme nationales) sur la place des musées dans le parcours d'éducation artistique et culturelle des élèves sont quasi inexistantes.

En avril 2014, les données régionales existantes sont celles rassemblées par la DRAC Bretagne dans son « enquête 2012 sur l'éducation artistique et culturelle en Bretagne ». Pendant, l'année scolaire 2011/2012, sur 606 876 élèves scolarisés dans l'académie de Rennes, le nombre d'élèves concernés par des actions d'EAC était de 287 160, soit en moyenne près d'un élève sur deux (47 %). Ce taux, qui est en progression (36 % en 2009/2010 et 39 % en 2010/2011), varie selon les niveaux scolaires. Ainsi, 72 % des élèves d'école élémentaire (primaire) ont été touchés par l'EAC, contre 38,5 % des lycéens, 37 % des collégiens et 30 % des élèves en école maternelle.

La répartition des élèves par thématique d'action n'est pas précisée entre spectacle vivant, arts plastiques, cinéma/audiovisuel, livre et lecture, patrimoine (*musées, villes et pays d'art et d'histoire*). Pour les musées, la seule donnée publiée se résume au nombre de structures ayant répondu à l'enquête : 23.

Un état des lieux des dispositifs d'éducation artistique et culturelle a été publié par le Ministère de l'Éducation nationale et celui de la culture en octobre 2012<sup>285</sup>, mais il n'apporte aucune connaissance complémentaire sur les musées dans l'EAC en Bretagne. On y apprend quand même s'agissant de l'éducation artistique et culturelle, tous domaines confondus, qu'au plan national, la Bretagne (comme d'ailleurs les Pays de la Loire) fait partie des « régions sous-dotées » en termes de moyens financiers dévolus aux DRAC pour les actions d'EAC...et que « la situation n'a guère évolué depuis 10 ans ». Ainsi, en 2011, la DRAC Bretagne a disposé de 1 240 820 € pour 597 044 élèves scolarisés dans l'académie, soit un montant moyen de 2,1 € *par élève*...contre par exemple 5,2 €/élève en Alsace et en Limousin, 3,9 €/élève en Languedoc-Roussillon, 3,2 €/élèves en Poitou-Charente ; le montant moyen national était de 2,96 €.

En voyant ces montants qui, même pour les plus élevés, paraissent quand même très faibles, on mesure effectivement le décalage qui existe entre certains discours valorisant fortement le développement de l'éducation artistique et culturelle en France, et la pauvreté des moyens budgétaires alloués par l'Etat pour sa mise en œuvre en région, notamment en Bretagne.

Les comités de suivi départementaux de l'éducation artistique et culturelle ont également identifié des zones prioritaires, après avoir fait le constat d'une inégalité de ressources culturelles selon les territoires. Que ce soit au niveau national ou régional, il est très difficile d'évaluer quantitativement et qualitativement l'état et l'impact de l'éducation artistique et culturelle.

*> L'accompagnement des enseignants est insuffisant, en particulier dans les zones éloignées*

Pour monter un projet dans de bonnes conditions et s'assurer de son niveau de qualité, l'enseignant intéressé devrait pouvoir accéder aisément à des informations et bénéficier d'une formation adaptée. L'un des freins au développement de l'EAC tient à un manque de communication et de visibilité des ressources et à une mutualisation insuffisante des ressources, des expériences et des compétences au niveau régional.

Les dispositifs d'éducation artistique et culturelle décrits précédemment sont tous de potentielles entrées pour renforcer les liens entre les musées et les établissements scolaires et atteindre le plus d'élèves possibles. Cependant, il semble que ces dispositifs soient de plus en plus délaissés (classes à PAC, ateliers artistiques...), faute de moyens et que les enseignements artistiques et culturels optionnels ne soient proposés que dans un nombre restreint d'établissement.

---

<sup>285</sup><http://www.education.gouv.fr/cid72713/etat-des-lieux-des-dispositifs-d-education-artistique-et-culturelle.html>

### 3.2. La circulaire du 3 mai 2013 sur le parcours d'éducation artistique et culturelle

La circulaire du 3 mai 2013 organise la mise en œuvre du parcours d'EAC. Elle « définit l'organisation, le pilotage et le suivi de ce parcours d'éducation artistique et culturelle en s'appuyant sur les enseignements et sur les dispositifs nationaux ou territoriaux ». Le texte est divisé en deux grandes parties : l'organisation ; le pilotage et le suivi. La première est elle-même subdivisée en trois parties distinguant le cadre scolaire, le cadre extrascolaire et le suivi pour chaque élève, ce qui correspond à l'objectif de complémentarité et de continuité du *parcours* d'éducation artistique et culturelle.

> *Ce que prévoit la circulaire dans le cadre scolaire...*

L'éducation artistique et culturelle (EAC) s'enracine d'abord, selon la circulaire, dans le cadre scolaire où l'exploration des « grands domaines des arts et de la culture » se fonde sur les enseignements (principalement sur les enseignements artistiques et l'enseignement de l'histoire des arts), complétés par des « actions éducatives s'appuyant sur les partenariats territoriaux ». Les trois piliers de l'éducation artistique et culturelle sont : les connaissances, les pratiques et les rencontres. La circulaire insiste sur la logique de projets partenariaux à inscrire dans les projets d'école ou d'établissement, « s'appuyant notamment sur les ressources et les atouts locaux », et désigne le volet culturel du projet d'école ou d'établissement comme « le garant de la cohérence du parcours d'éducation artistique et culturelle de chaque élève ».

> *... et en dehors du cadre scolaire*

En dehors du cadre scolaire, « le parcours d'éducation artistique et culturelle est complété par une offre de rencontres ou de pratiques qui peuvent, soit être élaborées dans une démarche partenariale associant structures ou acteurs culturels et milieux socioéducatifs [...], soit relever d'une démarche personnelle en réponse à une offre culturelle, ou se développant dans le cadre d'échanges entre pairs, notamment en termes de pratiques numériques ». On remarque ici la prise en compte des pratiques culturelles des jeunes, très ancrées dans les groupes de pairs et dans lesquelles le numérique est largement intégré<sup>286</sup>. La circulaire précise bien que « tous les champs de l'art et de la culture sont concernés [...] (arts visuels, arts du son, spectacle vivant, cinéma, *musées*, archives, patrimoine, architecture, livre et lecture, etc.) ». Les musées ont donc bel et bien leur place dans ce parcours d'éducation artistique et culturelle.

---

<sup>286</sup> Voir CESER Bretagne, « Les univers sociaux et culturels des jeunes », 2011

*> Le suivi du parcours des élèves*

Le suivi du parcours d'éducation artistique et culturelle de chaque élève consiste en ce qu'il puisse « conserver la mémoire de son parcours pour qu'il se l'approprie pleinement » sous la forme d'un « document individuel [...] papier ou [...] électronique ». La circulaire prévoit donc que le parcours laisse une trace concrète pour les élèves.

*> Le pilotage de l'éducation artistique et culturelle à l'échelon territorial*

La deuxième partie de la circulaire qui porte sur le « pilotage et le suivi » est déclinée en deux échelons : l'échelon territorial et l'échelon national. Pour l'échelon territorial, la circulaire mentionne des « comités territoriaux de pilotage » réunissant annuellement « le Recteur, le Préfet de région et le DRAC, les autres chefs de services déconcentrés de l'État concernés, le Président du Conseil régional, les Présidents des Conseils généraux, les Présidents des associations départementales des maires ou leurs représentants ».

Un groupe de pilotage régional spécifique à l'éducation artistique et culturelle existait déjà en Bretagne depuis 2005, mais il était en sommeil depuis quelques années, jusqu'à la mise en œuvre de la circulaire du 13 mai 2013 et l'installation, en novembre 2013, d'un nouveau comité de pilotage régional pour l'éducation artistique et culturelle.

Présidé par le Recteur d'Académie et le Directeur régional des affaires culturelles (représentant le Préfet de région), en présence du Directeur régional de la jeunesse et des sports et de la cohésion sociale, et du Directeur régional de l'alimentation, de l'agriculture et de la forêt, ce comité régional réunit l'ensemble des collectivités territoriales : Conseil régional, Conseils généraux et communes représentées par les associations départementales des maires, avec la Ville de Rennes et celle de Brest. L'approche retenue, validée pour l'Etat en Comité de l'administration régionale, vise à rapprocher, dans leur exécution, les textes qui régissent l'éducation artistique et culturelle (circulaire du 3 mai 2013) et les projets éducatifs territoriaux (circulaire du 20 mars 2013) afin de penser la première en tenant compte de l'ensemble des temps des jeunes.

Une stratégie opérationnelle a été adoptée par l'ensemble des partenaires ; elle repose sur l'identification de territoires d'éducation artistique et culturelle prioritaires et la mise en place d'instances partenariales dans les départements en relation avec les comités de suivi des projets éducatifs locaux. Des comités départementaux de suivi de l'éducation artistique et culturelle sont également progressivement mis en place depuis 2009 dans les quatre départements de la Bretagne. Ils établissent un diagnostic plus fin sur l'éducation artistique et

culturelle et repèrent les territoires, les zones géographiques prioritaires où il faut concentrer les financements<sup>287</sup>.

> *Le suivi de l'éducation artistique et culturelle à l'échelon national*

A l'échelon national, « les services des ministères en charge de l'éducation et de la culture élaborent chaque année un bilan de l'éducation artistique et culturelle, quantitatif et qualitatif. Il permet de suivre la mise en œuvre du parcours d'éducation artistique et culturelle ». Ce bilan pourrait permettre l'évaluation des dispositifs d'éducation artistique et culturelle mis en place.

> *Partager et mettre en avant les initiatives*

Dans l'annexe 1 de la circulaire est évoqué le projet de mettre en avant des « exemples de projets dans plusieurs écoles et établissements, sur des territoires aux profils variés » sur une page dédiée au parcours d'éducation artistique et culturelle du site Éduscol<sup>288</sup>. L'ancrage des projets dans une logique de territoire est également une dimension largement évoquée.

> *Création d'un portail interministériel de l'éducation artistique et culturelle et publication d'un guide de mise en œuvre du parcours*

Un portail interministériel est créé<sup>289</sup> et un guide de mise en œuvre du parcours d'EAC est publié<sup>290</sup>. Un outil est mis en ligne pour les élèves pour suivre leur parcours d'EAC<sup>291</sup>.

> *La question des ressources numériques*

Les ressources numériques sont une question présente dans cette annexe car elles sont considérées comme un atout pour « réduire les inégalités, élargir les domaines artistiques abordés, diversifier les approches pédagogiques et favoriser la démarche de projet » en permettant de « s'affranchir des distances, d'effectuer des visites virtuelles d'expositions ou de lieux, d'entrer en contact avec des œuvres, de préparer ou de prolonger le travail éducatif en lien avec la fréquentation des spectacles ». Elles peuvent en effet constituer des ressources pédagogiques utiles et pertinentes, si identifiées comme telles, et favoriser l'échange et la mutualisation de pistes pédagogiques.

---

<sup>287</sup> Source : DRAC Bretagne – Site Web : <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Regions/Drac-Bretagne/Education-Artistique-et-Culturelle/Installation-d-un-comite-de-pilotage-pour-l-education-artistique-et-culturelle-en-Bretagne>, consulté le 1/04/2014

<sup>288</sup> <http://eduscol.education.fr/>

<sup>289</sup> <http://www.education.arts.culture.fr/>

<sup>290</sup> [http://cache.media.eduscol.education.fr/file/Domains\\_artistiques/49/9/2013\\_EAC\\_guide\\_bdef\\_287499.pdf](http://cache.media.eduscol.education.fr/file/Domains_artistiques/49/9/2013_EAC_guide_bdef_287499.pdf)

<sup>291</sup> Application FOLIOS

La circulaire prévoit ainsi de manière globale la mise en place du parcours d'éducation artistique et culturelle tel qu'il figure, depuis juillet 2013, dans la partie législative du Code de l'éducation.

### 3.3. La Loi du 8 juillet 2013 sur la refondation de l'école de la République consacre le parcours d'éducation artistique et culturelle des élèves

Suivant la consultation nationale sur l'éducation artistique et culturelle, ainsi que la circulaire du 3 mai 2013, la Loi du 8 juillet 2013 donne une définition de l'EAC et en fixe les grands principes :

*« L'éducation artistique et culturelle contribue à l'épanouissement des aptitudes individuelles et à l'égalité d'accès à la culture. Elle favorise la connaissance du patrimoine culturel et de la création contemporaine et participe au développement de la créativité et des pratiques artistiques. L'éducation artistique et culturelle est principalement fondée sur les enseignements artistiques. Elle comprend également un parcours pour tous les élèves, tout au long de leur scolarité, dont les modalités sont fixées par les ministres chargés de l'éducation nationale et de la culture. Ce parcours est mis en œuvre localement ; des acteurs du monde culturel et artistique et du monde associatif peuvent y être associés<sup>292</sup> ».*

## 4. Eléments de diagnostic sur les musées nationaux et l'éducation artistique et culturelle en France

Nous avons vu que les « musées de France », de par leur définition et leur statut légal, avaient un rôle éducatif et culturel qui pouvait s'intégrer à l'enjeu plus vaste du parcours d'éducation artistique et culturel (EAC), en lien avec l'école et en dehors. Fin 2012, le Ministère de la culture et de la communication a confié une mission au Musée du Louvre afin d'établir un diagnostic et de formuler des recommandations sur l'EAC dans *les musées et monuments nationaux*. Les musées nationaux étant des « musées de France », les résultats de ce travail, publié dans un rapport de juillet 2013<sup>293</sup> concerne particulièrement notre sujet, d'autant plus que le Musée du Louvre est une référence nationale en termes d'observation et de politique des publics, notamment auprès des enfants et des jeunes.

---

<sup>292</sup> Article L 121-6 du Code de l'éducation

<sup>293</sup> Musée du Louvre, L'éducation artistique et culturelle dans les musées et monuments nationaux, juillet 2013 <http://www.culturecommunication.gouv.fr/content/download/77329/587435/file/13049%20Rapport%20EAC%20VF%20Louvre.pdf>

Le diagnostic réalisé, que nous présentons dans ses grandes lignes, fait une nouvelle fois apparaître le fossé existant entre les textes et les discours sur l'EAC, très ambitieux (voir points précédents), et la faiblesse générale, voire la dégradation des moyens qui lui sont effectivement consacrés dans les musées, avec de fortes disparités selon les établissements. Ce diagnostic porte sur la définition de l'EAC, ses publics, ses acteurs, ses moyens, ses formes de valorisation et ses dispositifs d'évaluation. Nous le compléterons par quelques observations en lien avec la situation en Bretagne.

#### 4.1. Définitions et missions de l'éducation artistique et culturelle dans les musées

Si, comme nous l'avons vu, la Loi du 8 juillet 2013 sur la refondation de l'école a énoncé une définition officielle de l'EAC, il est intéressant de présenter ici le point de vue des musées eux-mêmes.

La première idée qui se dégage du rapport de la mission du Louvre est celle d'une définition très vaste de l'EAC et de ses finalités qui portent sur « le champ de la transmission du patrimoine culturel aux jeunes et sur celui du développement global (cognitif et émotionnel) des individus ». Les missions de l'EAC sont à la fois tournées vers « l'éducation *par* l'art et *par* la culture » et « l'éducation à l'art et à la culture ».

> *Transmettre et donner goût aux savoirs, savoir-faire liés aux métiers et à la culture générale.* Cette finalité structurante est le plus souvent associée aux publics scolaires.

> *Transmettre autre chose que des savoirs :*

- favoriser l'expérimentation,
- susciter la curiosité,
- développer l'imaginaire,
- lutter contre les idées reçues,
- créer des ponts entre le passé et le présent, montrer que les collections sont vivantes,
- transmettre le plaisir, des impressions,
- aider dans la vie professionnelle, voire créer des vocations pour les savoirs et les savoir-faire exposés et les métiers du musée, de l'art et de l'artisanat qu'ils représentent,
- développer la capacité à s'exprimer, à forger son jugement.

*Les musées : un environnement stimulant la créativité des enfants*

Lors de son audition au CESER<sup>294</sup>, Todd Lubart, Professeur à l'Université Paris-Descartes - Paris 5, enseignant-chercheur en psychologie de la créativité, a défini la créativité comme « la capacité à réaliser une production qui soit à la fois nouvelle et adaptée au contexte dans lequel elle se manifeste ». Il existe différents champs de créativité : artistique, scientifique, numérique... La créativité n'est pas simplement une caractéristique cognitive mais le produit de l'interaction entre des composantes cognitives (connaissances, intelligence, styles cognitifs – pensées intégratives/divergentes), des composantes « conatives » (caractéristiques de la personnalité, motivation) et des composantes relatives au contexte et à l'environnement.

Pour Todd Lubart, les musées peuvent constituer un environnement culturel favorable au développement de la créativité des enfants, en particulier aux 3 âges où elle tend à s'affaiblir : vers 5, 9 et 13 ans. C'est là qu'il faut les emmener visiter les musées, à condition qu'ils soient des lieux stimulants, en particulier par la valorisation de l'interactivité avec les visiteurs en tant qu'acteurs du musée (ex : ateliers créatifs). Mais ces visites ne doivent pas être vécues comme un risque pour les élèves, ce qui est le cas lorsqu'elles sont évaluées scolairement. Les musées peuvent être des lieux de conservation, d'exposition, d'inspiration (« muses »), de stimulation et de diffusion de la créativité et, pour y parvenir, l'enjeu de la médiation est essentiel.

Ces musées peuvent être des environnements physiques et virtuels<sup>295</sup> (ex : univers numérique et réseau social « Second Life », où ont été créées des « salles de réunions créatives » permettant la rencontre entre les avatars des visiteurs, comme par exemple dans le musée virtuel de « La Nuit étoilée » de Van Gogh).

> *Instaurer différents rapports à l'œuvre d'art* en amenant les participants à tisser des liens avec leur histoire personnelle pour initier des démarches critiques et créatives.

> *Sensibiliser à une culture commune* en rendant familières les institutions culturelles, en faisant comprendre que le musée est un espace public, un lieu d'apprentissage de la citoyenneté et du vivre-ensemble.

> *Toucher un large public*, y compris en dehors des publics scolaires, en gardant pour cible principale les jeunes et l'ambition de leur permettre de construire un bagage culturel sur le temps long.

---

<sup>294</sup> Audition du 17 février 2014, Rennes – Voir, Article de synthèse de Todd Lubart et Chantal Pacteau (2005) : [http://www.scienceshumaines.com/le-developpement-de-la-creativite\\_fr\\_5213.html](http://www.scienceshumaines.com/le-developpement-de-la-creativite_fr_5213.html) , et l'ouvrage de référence de Todd Lubart, Christophe Mouchiroud, Sylvie Tordjam et Franck Zenashi : « Psychologie de la créativité », Armand Colin, Cursus, 2003. - Monde virtuel de Second Life : <http://secondlife.com/> et vidéo de la Nuit étoilée de Van Gogh : <http://www.youtube.com/watch?v=9UQfm8f-BDg> et <http://secondlife.com/destinations/arts> + <http://prezi.com/wpp13smfoycj/museums-and-galleries-in-second-life-a-platform-for-education/>

<sup>295</sup> Monde virtuel de Second Life : <http://secondlife.com/> et vidéo de la Nuit étoilée de Van Gogh : <http://www.youtube.com/watch?v=9UQfm8f-BDg> et <http://secondlife.com/destinations/arts> + <http://prezi.com/wpp13smfoycj/museums-and-galleries-in-second-life-a-platform-for-education/>

> *Former les relais et les partenaires* de l'EAC au musée : enseignants, éducateurs au sein d'associations et de centres de loisirs en leur permettant d'insérer les multiples ressources du musées dans leurs pratiques quotidiennes.

## 4.2. Les publics de l'éducation artistique et culturelle dans les musées

> *Les jeunes, au sens large*

Le mouvement identifié par les auteurs du rapport est celui d'un élargissement progressif des bénéficiaires de l'EAC. En effet, si historiquement, les publics scolaires et enseignants sont centraux, il s'agit aujourd'hui de « toucher les jeunes, dans leur acception large (de la petite enfance à l'âge adulte ; dans le champ scolaire et en dehors de celui-ci ; que ceux-ci soient scolarisés, en formation ou en activité professionnelle) ». L'enjeu de mieux associer les familles est également souligné. Parmi les publics jeunes, deux catégories font l'objet d'une attention particulière :

- « *Les jeunes les plus distants*, sociologiquement, des pratiques culturelles et de la fréquentation des musées, ce qui explique l'importance des partenariats conduits avec les zones prioritaires, avec les acteurs du champ social et avec certaines collectivités territoriales<sup>296</sup> ». Le rapport souligne toutefois que « peu d'actions systématiques semblent cependant toucher les jeunes les plus exclus (et les plus difficiles à toucher) comme les jeunes déscolarisés, ceux vivant dans la rue ou en situation précaire, ou encore, les jeunes incarcérés ou suivis en milieu ouvert ».
- « *Les lycéens en formation professionnelle ou les jeunes en apprentissage* », qui sont parfois plus éloignés des institutions culturelles que ceux de l'enseignement général et qui, pour nombre d'entre eux, peuvent être intéressés par des métiers en lien avec les musées (savoir-faire technique, métiers d'art, design et création...).

> *Les publics-relais*

L'EAC a aussi pour publics tous les acteurs éducatifs qui peuvent exercer une fonction d'intermédiation entre les musées et les jeunes : enseignants, éducateurs, travailleurs sociaux...pour lesquelles des actions de sensibilisation, de formation et des outils pédagogiques sont nécessaires.

---

<sup>296</sup> Le comité régional de l'EAC en Bretagne a décidé en novembre 2013 de centrer son action sur les jeunes des zones prioritaires

> *Les publics scolaires en particulier*

Comme on l'a vu dans les textes ministériels et législatifs, les élèves restent le public central de l'EAC. La mission d'étude souligne « le caractère inégal et très contrasté en termes de politique de publics ». Alors que certains musées croulent sous les demandes de visites scolaires, d'autres cherchent à devenir plus attractifs, étant précisé que « les inégalités d'attractivité des établissements culturels peuvent aussi recouper celles de leur accessibilité géographique et/ou financière ». Dans tous les cas, les liens tissés avec les établissements scolaires et les enseignants, avec l'aide des enseignants conseillers-relais<sup>297</sup>, sont essentiels.

### 4.3. Les acteurs de l'EAC dans les musées

L'EAC est au carrefour de nombreux champs et acteurs éducatifs, d'où l'importance des réseaux et coopérations entre ses parties-prenantes.

> *Les partenariats et réseaux de coopération*

Les relations avec la communauté éducative, enseignants, mondes associatifs, collectivités locales, etc., sont essentielles aux actions d'« éducation *au* et *par* le musée » qui font de plus en plus appel à l'interdisciplinarité. Ce travail partenarial, favorisant la mutualisation de moyens, est une mission essentielle des services des publics.

> *Les collectivités territoriales et le monde associatif*

Le dynamisme de l'implication des collectivités territoriales<sup>298</sup> dans les actions locales d'EAC est souligné ainsi que celui du monde associatif, relais souvent indispensable pour toucher les publics éloignés. Remarquons ici que, pour les musées nationaux, les collectivités et associations sont des « partenaires », alors que dans le champ plus vaste des « musées de France », elles sont le plus souvent directement gestionnaires et autorités des musées.

> *Les acteurs « supports » incontournables*

Pour ce qui concerne l'échelon régional, la DRAC est, avec le Rectorat (DAAC), un acteur majeur des actions d'EAC en lien avec les musées situés dans le ressort de l'académie. Les Pôles de ressources pour l'Education artistique et culturelle (PREAC) sont cités. En Bretagne, il en existe deux, pour l'art

---

<sup>297</sup> Voir plus loin restitution de l'enquête du CESER auprès de conseillers-relais

<sup>298</sup> Sur le sujet, voir l'article de Françoise ENEL, Ministère de la culture, « Politiques d'éducation artistique et culturelle : rôle et action des collectivités locales », Cultures-Etudes, 2011-2, avril 2011 – Celle-ci distingue 5 types de configuration locale de l'EAC : intégré, ciblé, multipolaire, segmenté et externalisé. L'enjeu étant de passer d'une « politique territorialisée » de l'EAC à une « politique territoriale ».

contemporain et la danse (mais pas pour le patrimoine ou les musées). Nous ajouterons, parmi les acteurs « supports », les comités territoriaux de pilotage de l'EAC aux niveaux régional et départemental notamment.

> *Les conservateurs des musées*

Le rapport de la Mission du musée du Louvre est peu amène avec la profession des conservateurs *de musées nationaux* considérant que « la manière dont les départements de conservation sont impliqués et envisagent leur rôle en matière d'éducation artistique et culturelle est globalement jugée insuffisante pour le soutien et la mise en œuvre de cette politique ». Observons ici que, s'agissant des conservateurs des « musées de France » rencontrés en Bretagne par le CESER pour son étude (voir exemples à suivre), il a au contraire été constaté une très forte implication de ces derniers dans le développement des actions d'EAC, en lien avec leurs services des publics (médiateurs), lorsqu'ils en étaient dotés. Il n'empêche, comme le soulignent eux-mêmes les conservateurs dans leur Livre blanc<sup>299</sup>, que l'image de la profession a historiquement plus été centrée sur la fonction scientifique de conservation des collections que sur celle de leur transmission aux publics.

> *L'Education nationale*

Le lien avec l'Education nationale est au cœur des actions d'EAC menées auprès des élèves. L'institution scolaire apporte une légitimité et un cadre, notamment au travers du programme d'histoire des arts, même si celui-ci est parfois perçu comme « bureaucratique et complexe » par les musées. Le rapport salue au passage l'engagement des enseignants conseillers-relais qu'il qualifie d'ailleurs de « véritables missionnaires » à l'interface des musées, des programmes et établissements scolaires. Il déplore la dégradation de leurs effectifs ces dernières années, en contradiction complète avec la volonté politique affichée de développement de l'EAC...

---

<sup>299</sup> AGCCPF, Le Livre Blanc des musées de France, janvier 2011, p 59 par exemple, qui parle d'une image passée associée à un « certain enfermement dans une tour d'ivoire scientifique » et qui souligne qu'elle ne correspond plus aujourd'hui à la réalité et à la grande polyvalence du métier.

> *Les artistes et les professionnels aux côtés des médiateurs*

A condition qu'elle soit encadrée par des spécialistes de la transmission et de la médiation, l'intervention d'artistes dans des actions d'EAC au musée est considérée comme une « véritable valeur ajoutée ».

La place des professionnels et des entreprises n'est pas oubliée, notamment dans les métiers d'art, les sciences et techniques. Le rapport constate que celle-ci est « insuffisamment développée » : « Il s'agit non seulement du soutien financier des projets d'EAC, mais aussi des apprentissages, des savoir-faire, des compétences et même, de la découverte de nouvelles techniques ou références qui peuvent être transférables, par exemple, dans les domaines de l'artisanat, des métiers d'art, de la création d'objets ou encore du *design* ».

> *La place des jeunes eux-mêmes*

Rappelant, comme nous l'avons vu, que les jeunes ont aujourd'hui de nouvelles pratiques culturelles, en particulier dans le champ du numérique, les auteurs du rapport s'interrogent pour savoir comment ils pourraient être « sollicités dans la conception même d'une éducation artistique et culturelle qui servira de ciment à leur propre développement individuel ». Nous présenterons plus loin quelques paroles de jeunes rencontrés<sup>300</sup> pendant l'étude du CESER qui confirment tout l'intérêt de mieux les associer aux actions d'EAC.

> *Les services des publics et les médiateurs*

Le rapport les cite mais n'en fait pas un point particulier dans son énumération des acteurs de l'EAC. Placés sous l'autorité des conservateurs, ils sont pourtant au cœur de l'action de transmission et de la relation entre les publics de l'EAC, ses relais et les collections des « musées de France ».

#### 4.4. Les moyens de l'éducation artistique et culturelle dans les musées

L'équipe du Musée du Louvre dénonce d'abord le défaut de volonté politique dont découle, à ses yeux, le manque flagrant de moyens financiers, humains et matériels de l'EAC dans les musées nationaux.

---

<sup>300</sup> Enquête menée auprès d'une classe de Première et entretien avec un groupe du Conseil régional des jeunes lycéens et apprentis de Bretagne.

*> Un constat transversal : le manque de volonté politique nationale explique le manque cruel de moyens*

Cette partie sur les moyens de l'EAC est sans complaisance pour l'Etat, autorité des musées nationaux. L'écart entre la volonté politique et les moyens alloués sur le terrain à l'EAC est béant. Sans parler des importantes inégalités de moyens existant entre les musées eux-mêmes. Le rapport observe que l'EAC peut même être réduite, dans certains cas, à un « simple faire-valoir », bref à une politique d'affichage ministérielle. Or, en matière d'EAC « moyens humains et moyens financiers sont des problématiques étroitement imbriquées, dans la mesure où l'activité des services est très consommatrice en temps, pour, finalement, un impact en nombre de publics touchés qui peut paraître faible, et des conséquences financières négatives, car même quand les activités proposées sont payantes, elles demeurent souvent déficitaires ». Il s'agit donc bien là d'un point névralgique de l'EAC en France.

Lors de son étude régionale, le CESER a pu constater à son tour que, lorsque la volonté politique de l'autorité locale était présente pour développer l'action éducative des « musées de France » et lorsqu'elle se traduisait par des moyens alloués suffisants, en particulier par la présence d'un service des publics qualifié, les musées étaient très dynamiques en termes d'EAC territoriale. A l'inverse, sans volonté politique des autorités locales et sans moyens suffisants, l'EAC au musée se réduit souvent à une peau de chagrin. Comment ne pas en rester au discours et passer aux actes ? Telle est la question cruciale posée par les auteurs du rapport national.

*> Des moyens humains et des statuts de personnel très disparates*

La mission constate que les délégations de professeurs de l'Education nationale (enseignants conseillers-relais) se réduisent et que les services éducatifs ou des publics disposent de moyens humains extrêmement variables (chargés de médiation, d'action éducative, d'action culturelle...). Certains musées recourent parfois à des prestataires ou vacataires extérieurs pour concevoir ou animer des actions d'EAC. Nous partageons ce constat pour ce qui concerne les « musées de France » en Bretagne, certains musées, faute de moyens ou de volonté, étant même contraints de recourir à des étudiants en stage pour assurer des missions d'EAC en lieu et place de professionnels qualifiés dans le domaine de la médiation culturelle.

*> Des moyens matériels inégaux et un manque d'espaces disponibles*

Pour développer les actions d'EAC, à côté des moyens financiers et humains, il faut des espaces disponibles dans les musées : espaces d'accueil, salle d'introduction à la visite, salles d'ateliers, salles de réunion avec les partenaires, salles de conférence ou de séminaire professionnel. Le manque d'espace muséographique peut aussi contraindre fortement le parcours de visite et limiter, de fait, les activités pédagogiques face aux œuvres avec les jeunes.

> *Le manque de temps*

Si l'EAC a besoin d'espace, elle a aussi besoin de temps. Or, s'agissant des publics scolaires, celui-ci est le plus souvent très concentré sur des moments courts. Par ailleurs, les horaires et la programmation culturelle du musée sont plus généralement adaptés à la disponibilité des visiteurs individuels qu'aux groupes scolaires.

> *Le manque de moyens en formation et professionnalisation*

Le rapport met en avant la formation continue des personnels de l'EAC comme un « besoin central ». Or, « faute de budget ou de formations adaptées, rares sont les établissements qui prévoient une formation continue des personnels sur les compétences de médiation, les techniques d'animation ou une ouverture à d'autres pratiques pédagogiques ». Là encore, le CESER partage ce diagnostic, en l'élargissant à la formation initiale des médiateurs culturels qui demanderait sans doute à être mieux adaptée aux spécificités de l'EAC dans les musées. L'enjeu d'inclure les personnels d'accueil et de surveillance (gardiens notamment) dans ces formations continues ne doit pas être oublié. C'est en effet toute l'équipe du musée qui contribue à la qualité de l'accueil et de l'expérience de visite des publics.

> *Un soutien financier privé peu adapté à l'EAC*

Si certains musées tentent de pallier le manque cruel de moyens publics de l'EAC par l'appel au mécénat privé, les auteurs du rapport expriment de sérieuses réserves le concernant. Tout d'abord, les financements privés sont souvent limités dans le temps, or l'EAC s'inscrit dans le temps long de l'éducation. Ensuite, il peut y avoir un risque déontologique à privilégier les intentions privées des mécènes par rapport aux missions de service public des musées en termes d'EAC. Les financements privés ne seraient donc pas compatibles à leurs yeux avec les besoins structurels et consistants de l'EAC. Effectivement, le mécénat privé est sans doute mieux adapté à des actions d'EAC ponctuelles liées à l'activité événementielle des musées.

## 4.5. La valorisation de l'éducation artistique et culturelle

Compte tenu de la faiblesse des moyens humains et financiers, « les établissements ne disposent ni de temps, ni de moyens permettant de véritablement valoriser les projets et actions conduits », par exemple sous la forme d'expositions ou d'autres formes de présentation, aux familles des jeunes concernés. Les dispositifs numériques devraient être davantage mobilisés, de même que les grands médias pour valoriser l'EAC dans les musées.

#### 4.6. L'évaluation et l'étude des actions d'éducation artistique et culturelle

La mission du Louvre constate un suivi très inégal des actions conduites dans le champ de l'EAC. Les données, lorsqu'elles existent, se limitent souvent à la fréquentation des activités. Les dispositifs d'évaluation existants s'intéressent rarement aux publics finaux des actions d'EAC : jeunes, familles, grand public...

Les professionnels de l'EAC souhaiteraient que des études soient menées, d'une part, sur « la dimension de création de liens entre les jeunes et les institutions culturelles, pour initier un goût et une pratique culturelle et artistique future, à l'âge adulte ; d'autre part, une dimension plus identitaire et plus individuelle, autour de la construction personnelle et sociale des jeunes. »

Pour la mission de la Musée du Louvre, les besoins en évaluation de l'EAC concernent quatre champs principaux :

- « l'impact des actions sur les jeunes et leur entourage,
- la contribution aux connaissances des jeunes et aux apprentissages artistiques et culturels,
- la participation des actions à la création d'un sentiment d'appartenance à une collectivité humaine et sociale,
- la contribution des actions, à long terme, à la création d'un goût pour la pratique culturelle et la formation des futurs publics de l'art et de la culture ».

#### 4.7. Principales recommandations de la mission

Sur la base de ce diagnostic, la mission d'étude du Musée du Louvre, formule de nombreuses recommandations visant à remédier aux manques constatés. Outre des préconisations ayant trait à la définition de l'EAC, à ses moyens financiers, humains et matériels, au développement d'actions transversales et mutualisées et à une meilleure gouvernance, qui concernent plus spécialement les ministères de tutelle des musées nationaux, nous retiendrons particulièrement celle « *d'introduire systématiquement un volet dédié à l'éducation artistique et culturelle des projets scientifiques et culturels* » des établissements, celle-ci pouvant tout à fait s'appliquer à l'ensemble des musées sous appellation « Musée de France » en région.



## Chapitre 2

# La dynamique éducative et culturelle des « musées de France » en Bretagne : exemples de contributions

---



<b>1. A la rencontre de quelques musées et de leurs contributions éducatives et culturelles</b>	<b>195</b>
1.1. Dans le département du Finistère	195
1.1.1. <i>L'Ecomusée des Monts d'Arrée à Commana et Saint-Rivoal</i>	196
1.1.2. <i>Le Musée des beaux-arts de Pont-Aven et le Musée de la Pêche de Concarneau</i>	197
1.2. Dans le département du Morbihan	199
1.2.1. <i>Musée de la Compagnie des Indes et annexe du Musée national de la Marine de Port-Louis</i>	199
1.2.2. <i>Musée de Préhistoire de Carnac</i>	201
1.3. Dans le département des Côtes d'Armor	203
1.3.1. <i>Musée d'art et d'histoire de Saint-Brieuc</i>	203
1.4. Dans le département d'Ille-et-Vilaine	205
1.4.1. <i>Musée de Bretagne</i>	206
<b>2. Enquête auprès d'enseignants « conseillers-relais » dans les musées</b>	<b>209</b>
2.1. Qu'est ce qu'un enseignant conseiller-relais ?	210
2.2. Les conseillers-relais dans les « musées de France » en Bretagne	211
2.3. Les projets menés en lien avec les musées et les visites	212
2.4. Les difficultés signalées par les enseignants conseillers-relais	212
2.5. Le « musée idéal » selon les enseignants conseillers-relais	214
<b>3. Paroles de quelques jeunes lycéens et apprentis sur les musées</b>	<b>214</b>
3.1. Enquête qualitative exploratoire auprès de lycéens d'une classe de première	215
3.2. Entretien avec des membres du Conseil régional des jeunes, lycéens et apprentis de Bretagne	221
<b>4. Numérique et rôle éducatif et culturel des musées</b>	<b>225</b>
4.1. Éléments généraux sur la réception des dispositifs numériques par les publics des musées in situ	225
4.1.1. <i>Quatre familles de dispositifs multimédias dans les musées</i>	226
4.1.2. <i>Cinq approches du rapport des visiteurs aux outils numériques</i>	226
4.1.3. <i>Quelques bénéfices et limites des outils numériques de visite in situ</i>	227
4.2. Quelques exemples d'expérimentations et d'innovations numériques dans les musées du Grand Ouest	228
4.2.1. <i>Un musée à la pointe des stratégies numériques : le Musée d'histoire de Nantes</i>	229
4.2.2. <i>Muséomix : « Passer de la conservation à la conversation »</i>	232
4.2.3. <i>La stratégie globale d'Open data des Champs Libres de Rennes, incluant le Musée de Bretagne</i>	233
4.2.4. <i>Un « Guide augmenté mobile pour les musées et les expositions » (GAMME) expérimenté au Musée des beaux-arts de Rennes</i>	234
4.2.5. <i>Exemple d'une entreprise bretonne à la pointe de la réalité virtuelle et augmentée dans la muséographie : Artefacto</i>	237
4.2.6. <i>Regard d'une scénographe indépendante sur le développement de la médiation numérique dans les musées</i>	239
4.2.7. <i>Actions de la Région Bretagne en lien avec les musées et le numérique</i>	242

<b>5. Les actions du Conseil régional concernant plus ou moins directement les « musées de France »</b>	<b>246</b>
5.1. Le soutien direct de la Région aux « musées de France » via sa politique patrimoniale	247
5.2. L'action du Conseil régional en direction des publics jeunes en lien avec les musées	249
5.2.1. <i>L'appel à projets pluriannuel « Sensibilisation et éducation au patrimoine » (2009-2011)</i>	249
5.2.2. <i>Karta : un soutien régional aux projets d'éducation artistique et culturelle des lycées</i>	254
5.2.3. <i>Politique culturelle régionale, appel à projets « Place aux jeunes » et musées : un soutien potentiel à développer</i>	257
5.3. D'autres politiques du Conseil régional peuvent aussi concerner les musées	259
5.3.1. <i>Jeunesse</i>	259
5.3.2. <i>Formation</i>	260
5.3.3. <i>Recherche/enseignement supérieur</i>	260
5.3.4. <i>Culture et politique linguistique</i>	260
5.3.5. <i>Tourisme/Développement économique</i>	261
5.3.6. <i>Aménagement du territoire/politique territoriale</i>	261
5.3.7. <i>Transports</i>	261
5.3.8. <i>Numérique</i>	262
<b>6. Quelques actions culturelles territoriales dont pourrait s'inspirer la Région Bretagne</b>	<b>263</b>
6.1. La carte « Sortir ! » : une carte destinée aux (non) publics défavorisés incluant des entrées gratuites au musée et permettant de monter des projets	263
6.2. La carte « Avantages Jeunes » en Franche-Comté : une carte facilitant l'accès des jeunes à la culture, y compris au musée	264
6.3. « Pack 15-30 » et « Pass culture-sport » en région Pays de la Loire	264

Que ce soit dans le domaine de l'éducation artistique et culturelle ou, plus généralement, dans le champ éducatif et culturel, les contributions des « musées de France » et de leurs relais sont déjà multiples en Bretagne et dans les différents territoires. Les enquêtes, visites et auditions menées par le CESER, dont nous ne donnerons qu'un aperçu rapide dans ce chapitre, ont mis en lumière une réelle dynamique à l'œuvre sous l'impulsion d'acteurs très engagés, malgré des moyens financiers, humains et matériels très inégaux et parfois précaires.

En lien avec le champ de notre étude, pour illustrer de manière vivante cette dynamique éducative et culturelle, nous avons choisi de présenter quelques exemples d'actions qui concernent à titre principal les jeunes publics des musées sans oublier les publics éloignés ou empêchés. Nous le ferons tout d'abord à partir des musées visités et/ou auditionnés par le CESER (1), puis en restituant certains enseignements d'une enquête qualitative menée auprès d'enseignants conseillers-relais de l'académie de Rennes (2). Ensuite, nous rendrons compte d'une courte enquête et d'échanges menés directement auprès de quelques jeunes lycéens et apprentis (3). Puis, toujours à travers des exemples, nous verrons comment le développement numérique des musées, enjeu d'avenir s'il en est, peut contribuer à amplifier leur rôle éducatif et culturel (4). Enfin, nous terminerons par une présentation des actions du Conseil régional qui soutiennent déjà, de diverses manières, les activités éducatives et culturelles des « musées de France » (5).

## 1. A la rencontre de quelques musées et de leurs contributions éducatives et culturelles

Le CESER a visité et/ou auditionné les acteurs de plusieurs « musées de France » situés dans l'ensemble des départements de la Bretagne : Finistère (1.1), Morbihan (1.2), Côtes d'Armor (1.3), Ille-et-Vilaine (1.4). La grande richesse des éléments et témoignages recueillis auprès d'eux, en particulier de leurs conservateurs et médiateurs, premiers acteurs des politiques des publics, ne peut être ici restituée dans son intégralité. Toutefois, les quelques aperçus qui suivent illustrent une forte dynamique éducative et culturelle déjà à l'œuvre dans les musées et les territoires.

### 1.1. Dans le département du Finistère

Pour son enquête territoriale en Finistère, le CESER est allé à la rencontre de l'Ecomusée des Monts d'Arrée, du Musée des beaux arts de Pont-Aven et du Musée de la Pêche de Concarneau.

### 1.1.1. L'Écomusée des Monts d'Arrée à Commana et Saint-Rivoal

L'Écomusée des Monts d'Arrée est réparti sur deux sites distants de quelques kilomètres, les Moulins de Kerouat à Commana et la Maison Cornec à Saint-Rivoal. Après avoir traversé une période de gestion difficile, il est aujourd'hui en pleine refondation grâce au soutien du Département du Finistère et à la mobilisation énergique de ses acteurs de terrain.

Sous l'impulsion de sa conservatrice, la politique des publics de l'écomusée est, elle-aussi, en voie de reconstruction, ce malgré la modestie des moyens financiers, humains et matériels dont il dispose. Le projet scientifique et culturel du musée, élaboré en 2011-2012, en fixe les grands axes : fidéliser les publics de proximité, reconquérir les publics scolaires, proposer une offre au public familial et capter le public touristique.

Depuis, de nombreux chantiers ont été lancés pour redynamiser ses actions éducatives et culturelles de proximité : amélioration de l'information (nouvelle signalétique, documentation traduite en anglais, allemand et en breton), du confort et de l'accueil des visiteurs, rénovation du parcours de visite et de la muséographie des espaces, création d'un dossier pédagogique à destination des enseignants (ex : éducation à l'environnement et au développement durable), réalisation de livrets-jeux pour les enfants, organisation de rencontres thématiques pour les habitants (« Vendredis de Saint-Rivoal), partage de savoir-faire anciens entre habitants (ex : technique du talus, fabrication de barrières de champ...), expositions temporaires faisant participer le public de proximité (ex : collecte d'objets de la vie ordinaire), animations pour les familles et les enfants (ateliers « Les petits dégourdis », journées pain...), participation à des événements locaux et nationaux (ex : « Quêteurs de geste/Passeurs de corps », *Tro Menez Are*, Nuit des musées, Journées européennes du patrimoine...), présence sur le web et les réseaux sociaux en ligne...

Un projet éducatif est également en cours consistant à reconstruire une maison paysanne auparavant démontée, pierre par pierre, avec des jeunes du Lycée professionnel des métiers du bâtiment de Pleyben. A noter également l'accueil d'élèves en stage du Lycée agricole du Nivot pour une sensibilisation à la traction animale et la participation à l'aménagement des abords de la Maison Cornec.

Pour renforcer son attractivité et développer son rôle éducatif et culturel, l'écomusée travaille en réseau et mène de nombreuses coopérations : acteurs du territoire du Parc naturel régional d'Armorique (ex : Musée du Loup, Abbaye du Relec), Département (ex : réseau Passeport en Finistère), Communes de Commana et Saint-Rivoal, établissements scolaires, Universités (ex : UBO, IUP Patrimoine de Quimper), DRAC Bretagne, Offices de tourisme...

Malgré une gouvernance complexe et une situation financière qui reste fragile, l'écomusée développe donc, au cœur des Monts d'Arrée, de nombreuses actions éducatives et culturelles qui témoignent d'une politique des publics structurée et active. La reconquête des publics est au rendez-vous puisqu'il a vu sa

fréquentation augmenter de 16,4 % entre 2012 et 2013, passant de 15 564 à 18 121 visiteurs<sup>301</sup>.

### 1.1.2. Le Musée des beaux-arts de Pont-Aven et le Musée de la Pêche de Concarneau

Depuis juin 2012, le Musée des beaux-arts de Pont-Aven et le Musée de la Pêche de Concarneau<sup>302</sup> ont une autorité administrative unique : Concarneau Cornouaille Agglomération (CCA). Ils bénéficient ainsi d'une direction commune assurée par une conservatrice en chef, sous l'autorité de laquelle sont placés des pôles de services progressivement mutualisés. Nous présenterons davantage ici la politique des publics du Musée de Pont-Aven qui était l'objet principal de l'audition du CESER.

Depuis sa création en 1985 jusqu'en 2008, l'accueil des publics et les visites guidées de la collection permanente étaient assurés par un agent de l'Office de tourisme de Pont-Aven. Le musée ne disposait donc pas d'un réel service des publics au sens de l'appellation «Musée de France». Fortement soutenue par la DRAC Bretagne (conseil scientifique et technique et aide financière dégressive sur 3 ans), sa conservatrice a pu obtenir la création d'un poste de médiateur qualifié à partir de 2008. La médiation est définie comme « une mise en relation des publics avec les œuvres », une mission qui ne s'improvise pas et requiert, au contraire, une vraie professionnalisation (conception et actions). En 2013, le pôle scientifique et culturel des deux musées de CCA comportait 2 médiatrices qualifiées de niveau Bac + 5 (IUP Master des arts et de la culture et formation en petite enfance pour l'une, Master IUP patrimoine pour l'autre), chacune étant plus particulièrement dédiée à l'un d'entre eux. La création d'un poste de responsable du service des publics est prévue pour 2014.

La situation du Musée de Pont-Aven est particulière puisque son bâtiment est fermé au public depuis septembre 2012 pour d'importants travaux de rénovation et de « récréation ». Il a pourtant décidé de continuer à fonctionner « hors les murs » jusqu'à sa réouverture prévue en 2015. Pendant cette période l'enjeu est de continuer à présenter au public une partie de ses collections et pour cela, de concevoir et mettre en œuvre des médiations souvent innovantes. Ce ne sont plus les publics qui viennent au musée mais le musée qui va vers les visiteurs, par exemple à travers des expositions itinérantes comme celle intitulée « le musée éphémère » (15 œuvres reproduites à taille réelle circulant dans les 9 communes de l'agglomération).

S'agissant des actions en direction des publics scolaires, l'une des spécificités du musée est de proposer systématiquement des visites-ateliers avec une

---

<sup>301</sup> Source : Rapport d'activité 2013

<sup>302</sup> Auparavant le musée de Pont-Aven était municipal (ville de Pont-Aven) et le musée de la Pêche de Concarneau, associatif.

participation active de l'enfant. L'expérimentation et l'expression des élèves sont par exemple favorisées par une initiation par le jeu ou une création artistique. Le travail avec les publics scolaires commence par trois rendez-vous par an proposés aux enseignants afin de leur présenter les actions éducatives et la programmation culturelle du musée. La relation avec les enseignants des différentes disciplines est facilitée par la présence d'une enseignante-conseillère relais effectuant une permanence, quelques heures pas semaine au sein du musée. Le duo médiateur/enseignant-relais permet par exemple de co-construire des dossiers pédagogiques pour les enseignants.

Les publics scolaires vont de la maternelle au lycée (ex : Lycée professionnel de Redon suivant la restauration d'œuvres), sans oublier les établissements spécialisés tels que les Instituts médico-éducatifs (IME). Les élèves du premier degré (maternelle et primaire) et les collégiens sont majoritaires. Les actions peuvent consister en des visites ponctuelles ou en une médiation s'étalant sur l'année scolaire (ex : liens entre un artiste en résidence à Pont-Aven et des classes de CM1-CM2 et 6<sup>ème</sup> en 2011/2012 comportant des créations artistiques par les élèves sur le thème du « paysage proche »).

Si le Musée de Pont-Aven s'adresse en priorité aux publics scolaires, ses actions concernent potentiellement tous les jeunes publics, y compris hors temps scolaire, par exemple lors de visites individuelles en famille (ex : stages d'initiation à la gravure, ateliers en famille). Des actions sont aussi menées avec des « services enfance-jeunesse » et même des Relais d'assistantes maternelles (RAM) pour les 0-3 ans (ex : expériences sensorielles face à une œuvre), des crèches, des centres de loisirs ou des MJC. Par exemple, un événement festif a été organisé avec succès pour la fermeture du musée en 2012, « Faites des volets » : les MJC et les centres de loisirs ont été sollicités pour créer de faux volets pour fermer les fenêtres du musée : 21 paires de volets créatifs ont ainsi été installées. Il s'agit là d'une manière originale de faire de la sensibilisation à l'art « hors les murs », voire « sur les murs ».

Le service des publics développe aussi de nombreuses actions de médiation en direction des publics éloignés ou empêchés. Par exemple, il mène des projets intergénérationnels avec des personnes âgées en EHPAD lors de la Semaine bleue ou bien collecte leurs témoignages à l'occasion de l'opération départementale « Quêteurs de mémoire en Finistère » auprès de locuteurs du breton. Le Musée de Pont-Aven agit également pour favoriser l'accessibilité de ses bâtiments, collections et médiations aux personnes en situation de handicap (ex : médiation en langue des signes). Il travaille, avec l'Université de Bretagne Sud, pour obtenir le label « Tourisme et Handicap » à l'occasion de sa réouverture en 2015.

## 1.2. Dans le département du Morbihan

Le CESER est allé à la rencontre de 3 « musées de France » du Morbihan : le Musée de la Compagnie des Indes de Port-Louis (musée communal de la Ville de Lorient), l'annexe du Musée national de la Marine de Port-Louis (Musée national appartenant à l'Etat sous tutelle du Ministère de la Défense) et le Musée de Préhistoire de Carnac (musée communal de la ville de Carnac).

### 1.2.1. Musée de la Compagnie des Indes et annexe du Musée national de la Marine de Port-Louis

Dans « l'écrin » de la citadelle de Port-Louis, près de Lorient, on trouve deux « musées de France » : une annexe du Musée national de la Marine sous tutelle du Ministère de la défense et le Musée de la Compagnie des Indes de la ville de Lorient. Nous présenterons essentiellement la politique des publics de ce dernier, sachant que les médiations des deux musées sont assurées par le même service de la ville de Lorient, le Service d'animation de l'architecture et du patrimoine (SAAP).

Le Musée de la Compagnie des Indes fête ses trente années d'existence en 2014 et il est en pleine réflexion sur son avenir, ses rôles scientifique, éducatif, culturel, ses publics, son rayonnement, ses partenaires, sa localisation... Sa conservatrice n'hésite d'ailleurs pas à parler d'une nécessaire « refondation ». C'est tout l'enjeu de son nouveau Projet scientifique et culturel (PSC).

Sa thématique en elle-même, unique en France, représente un potentiel éducatif et culturel très vaste. En effet, le musée évoque, à travers ses collections, l'histoire des Compagnies des Indes françaises, ces compagnies maritimes d'État qui bénéficiaient, au XVII et XVIII siècles, de monopoles de commerce en Afrique, en Amérique et surtout en Asie, et qui furent à l'origine de la ville de Lorient. Cette thématique, susceptible d'intéresser tous les âges et tous les publics, revêt un intérêt éducatif et culturel multiforme : histoire des Compagnies des Indes, enjeux maritimes, objets des comptoirs, marchandises importées, maquettes de navires, objets métissés, mondialisation depuis le XVIe siècle...

*« Un musée sans collection, ce n'est pas un musée. Un musée sans public, ce n'est pas un musée non plus »,* telle est la conviction de sa conservatrice. Bien que bénéficiant des services de médiation de la ville de Lorient, le musée ne dispose pas de service des publics qualifié, au sens des « musées de France », qui lui permettrait de développer sa propre politique des publics. Il est également à l'étroit dans les murs de la citadelle pour accueillir confortablement ses visiteurs et pour mettre en œuvre ses missions éducatives et culturelles.

La création d'un service des publics est d'ailleurs l'un des axes prioritaires de son récent Projet scientifique et culturel (PSC). Préalable à toute rénovation du musée, elle seule pourrait permettre, selon sa conservatrice, de réellement « mettre le public au cœur de l'action du musée » afin d'améliorer son accessibilité physique, intellectuelle et émotionnelle à la diversité de ses visiteurs, y compris les jeunes publics et les publics éloignés. Le service des publics, composé d'au moins un médiateur qualifié, devrait remplir 7 missions : l'évaluation des visites, la médiation pour s'adapter aux différents publics, le développement de l'action culturelle (programme de visites, ateliers, conférences...), la recherche des publics (fidélisation et élargissement des publics), l'accueil des publics, la promotion de l'offre muséale (communication, web, réseaux sociaux...) et enfin l'animation du réseau des partenaires du musée.

Ce service des publics ne partirait pas de rien puisqu'il existe déjà de nombreuses actions de médiation assurées, comme nous l'avons vu, par la ville de Lorient. Pleinement intégrées à la politique culturelle et sociale de la ville, ces actions permettent de toucher les jeunes publics, mais aussi des publics éloignés ou empêchés, dans une optique d'éveil à la sensibilité et à la citoyenneté culturelles.

Les actions menées auprès des publics scolaires, pour lesquels l'accès à la citadelle est une difficulté (coût du transport en car), concernent à titre principal les élèves du premier degré et les collégiens, et plus marginalement, les lycéens. Différents outils de visite favorisent une pédagogie active auprès des enfants et adolescents (ateliers, enquêtes, livrets de recherche, animations...). Celles-ci sont toutefois limitées, comme nous l'avons signalé, par l'absence d'espace pédagogique au sein du musée.

S'agissant des actions menées en direction des publics éloignés ou empêchés, les objectifs qualitatifs priment sur la recherche d'augmentation des chiffres de fréquentation : découverte sensorielle intergénérationnelle des épices en lien avec le CCAS de Lorient, grâce à la visite du musée en mêlant enfants, adultes et personnes âgées résidant en EHPAD (« Plus belle la soupe ! ») ; atelier estival réunissant des enfants valides et handicapés avec l'association Loisirs Pluriel (« Les pépites du musée ») ; visites en petits groupes d'adolescents hospitalisés au CHS de Lorient ; visites d'adultes en ateliers d'insertion... A noter également de nombreuses actions « hors les murs » avec des publics spécifiques : personnes incarcérées au centre pénitentiaire, Instituts médico-éducatifs (IME), classe pour l'inclusion scolaire (CLIS), Section d'enseignement général et professionnel adapté (SEGPA)...

Ces actions et médiations menées par le SAAP de la ville de Lorient peuvent aussi se dérouler au Musée national de la Marine (entrée commune sur le même site) pour exploiter ses nombreuses ressources éducatives et culturelles en lien avec ses collections permanentes sur l'histoire du sauvetage en mer et sur l'archéologie sous-marine (exposition « Trésors d'Océans »).

### 1.2.2. Musée de Préhistoire de Carnac

Le musée de Préhistoire de Carnac, fondé en 1882, retrace près de 450 000 ans d'histoire de l'humanité, possédant l'une des collections préhistoriques parmi les plus importantes d'Europe. Souhaitant se recentrer sur le Néolithique et la civilisation mégalithique, il se veut aussi un musée de société en prise avec les grands enjeux contemporains : réchauffement climatique, pression de l'homme sur l'environnement, montée des inégalités, progrès technique... Autant de thèmes dont le potentiel éducatif, notamment auprès des jeunes publics, est très vaste.

En plein projet de rénovation architecturale, le musée souhaite renouveler sa muséographie, privilégier l'émotion, le contact avec le réel et l'authentique à travers des visites plus interactives, ludiques, sensorielles, dans une ambiance de visite où les visiteurs trouvent du plaisir et se sentent bien. Selon l'expression de sa conservatrice : « la rigueur scientifique n'impose pas de renoncer aux dispositifs plébiscités par le public<sup>303</sup> ». Il envisage aussi de mieux « scénariser » son parcours muséographique en privilégiant le sens et le récit.

Convaincue qu' « on ne construit pas une société humaine avec des écrans<sup>304</sup> », sa conservatrice rappelle que le développement de la médiation humaine est l'un des axes prioritaires du Projet scientifique et culturel élaboré en 2011-2012 : non seulement le rapport physique aux œuvres a encore un avenir, mais il est primordial : « dans un monde baigné d'images et de « virtuel », où nous voyons de plus en plus de choses mais où nous savons de moins en moins regarder, la spécificité du musée est bien d'être le lieu du réel, du contact sensible avec l'œuvre, de l'apprentissage par le regard<sup>305</sup>. ». Ainsi, « le médiateur part de l'émotion suscitée par les œuvres archéologiques. Pour certains enfants, il s'agit de la première émotion culturelle forte. Emotion brute. Il faut l'écouter, la laisser s'exprimer ou l'aider à s'exprimer quand elle est contenue, l'accompagner, l'amplifier ; être un agitateur de questions ; construire un dialogue, un échange à partir de cette émotion, de l'imaginaire collectif qu'a le public inconsciemment en arrivant (extrêmement fort pour le mégalithisme) en impliquant le public dans le questionnement ; positionner le non savoir comme moteur de recherche<sup>306</sup> ».

Pour mener sa politique des publics, le musée dispose d'un atout majeur : un réel service des publics, conforme aux exigences de son statut de « musées de France », avec une responsable et deux médiateurs qualifiés. Le public du musée, très saisonnier, est essentiellement familial et touristique, ce qui ne l'empêche pas de mener de nombreuses actions éducatives en direction des jeunes publics, dans le cadre de sorties scolaires.

---

<sup>303</sup> Audition d'Emmanuelle Vigier

<sup>304</sup> Ibid.

<sup>305</sup> Ibid.

<sup>306</sup> Emmanuelle Vigier, contribution écrite et audition du 15/10/2013

Trois exemples de médiations peuvent être pris. Le premier est un partenariat avec l'école primaire publique « Les Korrigans » de Carnac autour de l'alimentation préhistorique (2011/2012) et de l'appropriation du territoire (2012/2013). L'originalité de ces actions avec les enfants est, d'une part, qu'elles s'inscrivent dans la durée et permettent un travail approfondi de médiation ; d'autre part, qu'elles les rendent vraiment acteurs en allant jusqu'à les transformer en « médiateurs relais » auprès de leurs parents. Par exemple, sur la base de la convention 2012-2013, le Musée a reçu une classe de CM1 lors de quinze séances de médiation scientifique sur le thème de l'appropriation du territoire de Carnac par les enfants dans le temps et l'espace. Ces séances ont donné lieu à la réalisation en classe, par les élèves, d'un plan de la commune soulignant la diversité de ses paysages et de ses monuments mégalithiques. A l'issue des séances, les élèves ont organisé avec le musée une randonnée pédestre (circuit bus) dont l'itinéraire permettait de mettre en valeur les richesses patrimoniales (visite guidée de plusieurs monuments par les élèves eux-mêmes). A noter la participation de 5 jeunes volontaires pour être « Passeurs de culture » lors de l'opération « *La classe, l'œuvre*<sup>307</sup> ! » pendant la Nuit européenne des musées.

Le deuxième exemple de médiation avec de jeunes publics consiste à les sensibiliser au patrimoine archéologique par des approches pluridisciplinaires, notamment artistique, du spectacle de contes à l'art contemporain. Ainsi, le musée propose des regards croisés conteur/médiateur sur ses collections : création d'un spectacle « La science des contes » avec présentation successive de l'interprétation historique et scientifique des collections et d'une approche par le biais de l'imaginaire collectif qui transparait à travers les contes traditionnels (pour se mettre « dans la tête » des hommes préhistoriques) ; stage de réalisation d'un film d'animation reproduisant, à l'échelle Lego, le transport et l'érection du Grand Menhir de Locmariaquer. Une action a également été menée dans le cadre d'un dispositif d'accompagnement éducatif pendant l'année 2009-2010 (convention avec le collège public de Carnac) : 2 groupes d'élèves de 5ème ont chacun suivi 6 séances de 2h avec un médiateur du musée et une artiste plasticienne (Hélène Gerber) sur le thème de l'évolution des paysages depuis le Néolithique, avec pour objectif de passer d'un regard scientifique à une interprétation artistique et sensible. Ces restitutions plastiques ont ensuite été exposées au collège.

Enfin, le dernier exemple concerne un axe important de la politique des publics du Musée de la Préhistoire de Carnac, à savoir les médiations auprès des publics familiaux avec enfants. Proposées tout au long de l'année, y compris les week-ends, elles consistent en de nombreuses activités ludiques et pédagogiques recherchant l'expérience partagée en famille autour des notions de plaisir, d'entraide, de transmission... De multiples ateliers sont proposés, reposant sur des données scientifiques rigoureuses, pour impliquer les enfants et leurs

---

<sup>307</sup> Opération Min. Culture et Éducation nationale – voir <http://www.nuitdesmusees.culture.fr/la-classe-loeuvre/>

parents dans une démarche d'expérimentation : manipulation de copies d'objets préhistoriques (ex : haches emmanchées...), démonstration d'allumage de feu dans le jardin pédagogique du musée...

Cette politique des publics est favorisée par un important travail en réseau du musée autour de la médiation : réseau promotionnel (ex : Pass des mégalithes, Pass « Etonnant Morbihan »), réseau scientifique (Associations régionales des conservateurs, Université de Nantes, CNRS, INRAP...), réseau de formation (ex : Université de Bretagne Sud)...

### 1.3. Dans le département des Côtes d'Armor

Le département des Côtes d'Armor est en Bretagne, nous l'avons vu, celui qui compte le moins de « musées de France » : le musée Mathurin Méheust de Lamballe, le musée du Château de Dinan et le musée d'art et d'histoire de Saint-Brieuc. Le CESER a pu visiter ce dernier et auditionner ses responsables sur son rôle éducatif et culturel.

#### 1.3.1. Musée d'art et d'histoire de Saint-Brieuc

Un seul « musée de France » a été visité par le CESER sur les trois implantés en Côtes d'Armor : le Musée d'art et d'histoire de Saint-Brieuc<sup>308</sup>.

Musée municipal de la ville de Saint-Brieuc, il s'inscrit dans la politique culturelle de la collectivité visant à favoriser l'accès de tous à la culture en luttant contre les freins sociologiques, économiques et géographiques. Fait rare en Bretagne, il se singularise par un régime tarifaire de *gratuité totale*<sup>309</sup>, en vigueur depuis une dizaine d'année. D'après ses acteurs auditionnés, si la gratuité a permis de fidéliser des publics déjà familiers, son effet sur la diversification et le renouvellement des publics n'est pas manifeste. Pour toucher de nouveaux publics, le meilleur moyen reste les expositions temporaires grand public et les médiations hors les murs, en lien avec des acteurs relais.

Le Musée d'art et d'histoire de Saint-Brieuc est le seul « musée de France » des Côtes d'Armor qui dispose d'un réel service des publics qualifié, ce qui explique, avec l'intérêt de ses collections et expositions, sa forte attractivité, notamment auprès du public scolaire. Longtemps le service des publics a fonctionné sous la responsabilité directe d'un conservateur, avec des vacataires, des stagiaires et des contractuels. Il est aujourd'hui professionnalisé. Depuis 2008, le musée dispose en effet de deux emplois à temps plein pour son service des publics : une responsable permanente (assistante principale de conservation) et un

---

<sup>308</sup> Audition coordonnée en amont avec le Musée Mathurin Méheust de Lamballe, en pleine restructuration au moment de l'audition

<sup>309</sup> Gratuité universelle pour tous (y compris les touristes étrangers)

emploi *temporaire* de médiateur culturel recruté en 2011 en CDD de 3 ans, et dont le renouvellement, pour des raisons financières, n'était pas assuré en 2014<sup>310</sup>, alors même que l'activité du service arrive à saturation en raison d'une demande croissante de médiations. Les principales missions du service des publics sont les actions culturelles, la médiation, la diffusion, la formation (ex : enseignants, animateurs socioculturels, acteurs du tourisme...) et le développement des partenariats.

Le public familial de proximité est majoritaire dans la fréquentation et apprécie une offre culturelle diversifiée : liens avec le spectacle vivant (ex : intervention du flûtiste Jean-Luc Thomas en partenariat avec le FRAC en lien avec l'exposition « Ulysses, l'autre mer » pendant l'été 2013), conférences, visites guidées, ateliers pour les enfants et les familles... Il accueille également un public scolaire nombreux, composé majoritairement d'élèves et d'enseignants du premier degré. A noter que l'accessibilité du musée est favorisée par la gratuité des transports scolaires dans l'agglomération de Saint-Brieuc. De nombreux outils et activités pédagogiques sont proposés aux enseignants par les médiatrices et l'enseignant conseiller-relais : fiches de salle, mallette pédagogique, questionnaires, livrets de jeu... Les enseignants constituent d'ailleurs une cible importante des activités de diffusion et d'information du musée : invitation à une réunion de rentrée, travail partenarial avec les réseaux des enseignements public et privé, guide pour les enseignants, ateliers de formation en lien avec le programme d'histoire des arts, partenariat à la demande sur l'année scolaire...Le public lycéen peut aussi être concerné, quoique plus rarement. Par exemple, le musée a noué un partenariat de 3 ans avec le Lycée Ernest Renan de Saint-Brieuc pour permettre aux élèves la découverte des missions et fonctionnement du musée à travers la création d'un spectacle lors de la Nuit des musées (ex : 2011 et 2012 « Le musée se met en scène ...de crime »).

Le service des publics développe également des activités d'éveil artistique et culturel avec les professionnels de la petite enfance de la Ville de Saint-Brieuc et en partenariat avec le Fonds régional d'art contemporain (FRAC) de Bretagne. Par exemple, une action intitulée « *L'art en tout petit* », rassemble des groupes de 16 professionnels recevant de jeunes enfants (musée, CLSH, crèche, bibliothèque) pour de la « co-formation » en binôme et en transversalité (échanges entre services et métiers). Il s'agit, d'une part de provoquer un échange entre les agents de la ville, pour sensibiliser les éducateurs à l'art ; d'autre part, de sensibiliser les agents du musée aux jeunes enfants. Le travail par projet permet une appropriation du musée. Les équipes se sont retrouvées sur un projet : la présence d'un artiste contemporain. Un petit espace d'exposition temporaire a été créé au sol, pour les tout-petits, avec des œuvres du FRAC. Il constituait un lieu d'expression et de contact avec les œuvres, favorisant l'interaction entre l'action et le regard selon le principe « faire, c'est voir ».

---

<sup>310</sup> L'aide dégressive de la DRAC, sur 3 ans, devait s'achever en avril 2014

La politique des publics du musée est aussi très active en direction de publics spécifiques et du champ social. Le musée est ainsi particulièrement attentif à l'amélioration de son accessibilité aux personnes en situation de handicap, que celui-ci soit physique, sensoriel ou mental. Pour cela, il s'appuie sur l'expertise mutualisée des services de la Ville de Saint-Brieuc (commission handicaps) mais aussi sur des partenariats avec les têtes de réseaux associatifs concernées localement (ex : Centres Jacques Cartier pour les malentendants), ou avec des mécènes privés (ex : Fondation Orange soutenant le téléagrandissement d'œuvres pour les personnes malvoyantes). Les expositions temporaires du musée sont conçues, aménagées et présentées pour être accessibles (ex : exposition « Terre-Neuve-Terre-Neuvas »). Le musée a aussi une convention avec le Centre hospitalier de Saint-Brieuc pour intervenir sur certaines thématiques (ex : photographie, chevaux, costumes...).

S'agissant du public du champ social, l'équipe éducative du musée intervient auprès de jeunes en difficulté (ex : programme Réussite éducative) en lien avec les centres sociaux et la MJC dans le cadre d'initiation à des activités périscolaires sportives et culturelles (« Mercredis du Plateau »). Le Musée d'art et d'histoire de Saint-Brieuc a aussi une convention avec le Service pénitentiaire d'insertion et de probation (SPIP) de la Maison d'arrêt de Saint-Brieuc : présentation de collections, permissions de sortie pour des visites au musée (peines aménageables)... Une action innovante a ainsi pu être menée en 2014 dans le cadre de la résidence artistique de la « Compagnie du Théâtre des TaRaBaTes » en lien avec le SPIP. L'idée était d'établir une passerelle entre les pêcheurs et les détenus, sur la thématique de l'exposition temporaire « Terre - Neuve, Terre-Neuvas », à savoir « le temps de l'absence » : mettre en évidence la relation entre l'enfermement des détenus, des marins et les objets du musée. Le projet consistait en la création d'un petit théâtre d'objets (marionnettes) avec un spectacle au parloir, « Le temps d'une histoire », à présenter aux familles de détenus (20-30 personnes). Cette action permettait de valoriser les compétences des détenus (ex : montage vidéo).

Ces multiples actions éducatives et culturelles menées dans le cadre de la politique des publics du musée, témoignent selon la conservatrice, du grand intérêt des échanges, des coopérations et des mutualisations, telles que menées par exemple pour l'exposition « Terre-Neuve, Terre-Neuvas », comme sources d'innovation dans le champ muséal, et au-delà (ex : billets TER à prix réduit pour accéder à cette exposition).

#### 1.4. Dans le département d'Ille-et-Vilaine

Le CESER a visité et rencontré l'équipe du service des publics du Musée de Bretagne. Le Musée des beaux-arts de Rennes a également été auditionné sur ses actions numériques, nous en rendrons compte plus loin, dans le point consacré à cet enjeu.

#### 1.4.1. Musée de Bretagne

Depuis 2006, le Musée de Bretagne, musée intercommunal de la Communauté d'agglomération de Rennes Métropole, est installé au sein du vaste complexe culturel des Champs Libres à Rennes, entre la Bibliothèque et l'Espace des sciences. Fort d'une équipe de 24 permanents, il dispose, pour sa politique des publics, d'un pôle « action culturelle et communication » dont relève son service des publics. Ce dernier est composé d'une responsable et d'une équipe de 4 médiateurs, dont 3 ont une fonction de conception et de prise en charge des publics et un, une mission de rayonnement du musée pour les actions « hors les murs ». A ces médiateurs, il faut ajouter l'emploi temporaire d'un jeune en insertion (CUI) chargé plus spécialement d'un appui à l'occasion d'expositions temporaires. Les médiateurs travaillent très étroitement avec les 2 enseignants conseillers-relais mis à disposition par le Rectorat qui jouent un rôle d'interface entre les enseignants, les programmes scolaires et les activités éducatives proposées par le Musée. Des vacataires, le plus souvent de jeunes étudiants en formation, viennent se professionnaliser et renforcent ainsi l'équipe en relation avec les publics (ex : Master Gestion et Mise en valeur des œuvres d'art, des objets ethnographiques et techniques – MAGEMI- de l'Université de Rennes 2).

Les publics scolaires représentent 41 % de l'ensemble des entrées au musée, dont 19 % pour les expositions permanentes, sachant que les élèves du premier degré et les collégiens forment près des 2/3 de ce public. Les lycéens en visite scolaire ne comptent que pour 15 % de la fréquentation et les étudiants, pour 3%. Pour attirer et capter l'attention des jeunes publics<sup>311</sup>, le Musée de Bretagne expérimente, à côté d'actions éducatives plus classiques, des médiations humaines incluant l'utilisation d'outils numériques. Par exemple, lors de l'exposition photographique « Reflets de Bretagne », une médiation a été conçue pour les collégiens et lycéens utilisant quelques tablettes numériques. A partir d'une photo retouchée grâce à la tablette, les élèves devaient devenir interprètes de l'image devant leurs pairs, en imaginant et en jouant un scénario devant la photo de leur choix (ex : photo d'un bombardement de Brest pendant la Seconde Guerre mondiale). Le Musée de Bretagne a aussi des partenariats avec des lycées professionnels, comme par exemple avec ceux de Lorient et de Saint-Malo à l'occasion de l'exposition temporaire « Terre neuve-Terre-neuvas »

Parmi les publics scolaires, le musée accueille également des élèves de classes bilingues français/breton. L'ensemble des parcours de visite du Musée de Bretagne sont d'ailleurs trilingues français/anglais/breton. Des fiches pédagogiques en breton sont à la disposition des visiteurs et des établissements. Il existe de nombreux partenariats avec les écoles des filières bilingues et d'une manière générale, avec les acteurs du mouvement culturel breton (théâtre, musique...). Un médiateur culturel du musée est spécialement chargé de

---

<sup>311</sup> Sur l'évolution des régimes d'attention des jeunes de la « génération numérique », voire en particulier l'article de N. Katherine Hayles, « *Hyper and deep attention : the generational divide in cognitive modes* », Profession 2007, p 187 et s , <http://enql449.spring2010.01.commons.yale.edu/files/2009/11/hayles.pdf>

concevoir et de mettre en œuvre des médiations en langue bretonne. Ressource pédagogique pour les enseignants et les apprenants, le Musée de Bretagne peut ainsi contribuer à l'apprentissage linguistique.

Le musée de Bretagne développe aussi des actions éducatives en direction des jeunes en apprentissage à travers, par exemple, sa participation aux « Olympiades des métiers », concours organisé chaque année par la Région Bretagne afin de valoriser les savoir-faire professionnels et métiers des jeunes apprentis. Musée de société, le Musée de Bretagne ne se veut pas uniquement tourné vers l'histoire. Il invite donc les organisateurs et les lauréats des Olympiades à une soirée événementielle. C'est l'occasion, pour les jeunes apprentis, de découvrir les métiers de l'équipe technique du musée en même temps que ses collections tout en valorisant leurs réalisations et parcours de formation (ex : modes et création, peinture et décoration, art floral...).

D'autres actions éducatives et culturelles ne s'adressent pas aux seuls scolaires, mais à l'ensemble des jeunes qui bénéficient de conditions tarifaires avantageuses : tarif réduit permanent pour les moins de 26 ans et gratuité en nocturne tous les mardis entre 19h et 21h. Comme tous les publics, ils peuvent aussi profiter des premiers dimanches du mois gratuits pour aller visiter le Musée de Bretagne en profitant de la Bibliothèque, de l'Espace des sciences et de nombreuses animations culturelles pluridisciplinaires (ex : Orchestre de Bretagne jouant aux Champs Libres en avril 2014). Pour toucher les étudiants, le musée de Bretagne est présent lors de la journée d'accueil « Tam Tam » organisée à chaque rentrée universitaire par la Ville de Rennes et le Centre régional information jeunesse (CRIJ).

Pour donner aux jeunes de 15-25 ans l'envie de venir au Musée de Bretagne tout en découvrant le patrimoine de la ville de Rennes, celui-ci a développé un jeu numérique interactif, « Les Mystères de Rennes<sup>312</sup> ». Les joueurs, en utilisant les réseaux sociaux, le web et des réseaux de capteurs disposés dans Rennes, étaient invités à résoudre des énigmes en lien avec l'histoire rennaise et les collections – y compris en ligne- du Musée de Bretagne, au travers de lieux emblématiques. Le jeu concours a principalement attiré les jeunes de 18 à 35 ans (plus de 4000 joueurs inscrits). La finale a donné lieu à une soirée le 26 mars 2013 au Musée de Bretagne. A noter qu'aucun des finalistes n'avait visité le Musée de Bretagne auparavant.

Le service des publics du Musée de Bretagne mène également des actions spécifiques de médiation en direction de jeunes publics défavorisés habituellement éloignés des institutions culturelles. Ici, l'objectif n'est pas d'augmenter les chiffres de fréquentation, mais de faire un travail *qualitatif* de

---

<sup>312</sup> Ce projet, porté par le groupe Regards, est le fruit d'un partenariat entre le Musée de Bretagne/Les Champs Libres et l'Institut de recherche en informatique et systèmes aléatoires (IRISA). Il a été soutenu par le Ministère de la culture dans le cadre de l'appel à projets « Services culturels numériques innovants 2012 ». Pour en savoir plus : <http://www.lesmysteresderennes.fr/>

fond avec un petit nombre d'enfants, le plus souvent avec le relai d'acteurs associatifs et du champ social. Sa participation au dispositif national « Les portes du temps » illustre ce type de médiation spécifique. Il s'agit de proposer, pendant les vacances scolaires, à des enfants et adolescents issus de territoires urbains ou ruraux prioritaires, des activités ludiques et éducatives en lien avec la découverte du patrimoine. Des artistes ou médiateurs animent des ateliers qui permettent aux enfants de s'approprier le patrimoine dans une perspective de diffusion et de démocratisation de l'art et de la culture. Le Musée de Bretagne s'est engagé dans ce dispositif durant l'été 2013 en croisant les thèmes de son exposition temporaire « Migrations Bretagne-Monde » avec ceux de l'exposition du FRAC Bretagne « Ulysses, l'Autre Mer ». Un groupe de 17 adolescents, âgés de 14 à 17 ans, a ainsi pu réaliser un fanzine sur le thème des migrations, avec l'aide d'un artiste<sup>313</sup>.

Pour aller vers les publics éloignés ou empêchés, hors les murs, le musée de Bretagne dispose d'un médiateur spécialement dédié aux actions de rayonnement. Des expositions légères itinérantes sont ainsi mises gratuitement à disposition d'établissements scolaires, d'EHPAD, d'hôpitaux, de prisons... La seule contrainte pour l'emprunteur est de souscrire une assurance et de garantir au Musée de Bretagne le sérieux de l'utilité de l'exposition. Des malettes pédagogiques sont proposées aux emprunteurs. Le médiateur peut aussi parfois se déplacer ou « donner quelques recettes de médiation » aux organisateurs. L'enjeu est d'investir les « zones blanches », d'aller vers les publics et les territoires, de développer la « reterritorialisation des œuvres » (retour temporaire d'une œuvre sur son territoire d'origine). Le format léger de l'exposition est aussi souvent moins intimidant pour des publics éloignés que le fait de venir d'emblée au musée.

A titre d'illustration on peut mentionner une exposition itinérante prêtée aux EHPAD d'Antrain et de Saint-Brice en Coglès. Des ateliers-mémoire à visée thérapeutique ont ainsi pu être organisés en s'appuyant sur l'exposition. En s'ouvrant à la visite des écoles, cette action a aussi favorisé des temps de rencontre intergénérationnelle. Des projets à l'année sont aussi réalisés dans des territoires éloignés du musée, comme c'est le cas par exemple avec un établissement scolaire de Vitré, autour d'un projet sur les métiers des musées.

A noter que le rayonnement du Musée de Bretagne passe aussi par l'aide qu'il apporte à d'autres acteurs territoriaux en ingénierie de médiation et en expertise, comme par exemple lors de l'exposition temporaire « Terre-Neuve-Terre-Neuvas ». Il rayonne ainsi en région bien au-delà du territoire de son autorité locale, à savoir Rennes Métropole.

---

<sup>313</sup> Le Ministère de la culture et l'Agence nationale pour la cohésion sociale et l'égalité des chances (ACSE) ont subventionné l'opération. Le Secours Populaire était également partenaire de l'action. Pour en savoir plus : <http://lesportesdutemps.culture.gouv.fr/lieux/musee-de-bretagne-rennes/>

Par ailleurs, les Champs Libres et en leur sein, le Musée de Bretagne, développent une politique d'accessibilité mutualisée exemplaire en direction des personnes en situation de handicaps moteur, auditif, visuel ou cognitif<sup>314</sup>. Il est d'ailleurs détenteur du label « Tourisme et handicap ». Cette mise en accessibilité, en amélioration continue, concerne aussi bien les expositions temporaires que permanentes. Les Champs Libres disposent d'ailleurs d'une mission accessibilité dont la responsable promeut une approche transversale et mutualisée au sein des différents espaces de l'équipement (Bibliothèque de Rennes Métropole, Espace des sciences, Musée de Bretagne). Des matériels sont également mutualisés avec d'autres équipements de la ville (ex : prêt de matériel d'audiodescription par le Théâtre national de Bretagne).

La responsable du service des publics se dit convaincue que l'accessibilité des personnes en situation de handicap favorise l'accès de tous à la culture. Par exemple, une médiatrice travaille à la mise en place d'une *visite tactile* adaptée au parcours « Bretagne est Univers » *pour et avec* les personnes déficientes visuelles (groupe de consultation). Une maquette du Cairn de Douarnenez a ainsi été réalisée. Les visites tactiles ne sont pas réservées aux personnes en situation de handicap, mais ouvertes à tous. Elles sont particulièrement appréciées des enfants qui aiment toucher les objets. Des usagers déficients visuels sont aussi invités à exprimer et partager leurs ressentis lors de visites pour tous.

L'ensemble de ces actions de médiation en direction des jeunes publics et des publics éloignés, empêchés et spécifiques, illustre bien, selon la responsable du service des publics du Musée de Bretagne, que le métier de médiateur s'éloigne de celui du simple « guide-conférencier ». Le cœur du métier est l'adaptation aux publics et le passage d'une « volonté d'accès de tous à la culture à l'accès de chacun à la culture », du « prêt-à-porter au cousu main ». D'où l'importance, comme le fait le Musée de Bretagne, d'associer les médiateurs très en amont aux actions et événements du musée en direction des publics, par exemple lors de la conception des expositions temporaires : accessibilité, adaptation aux jeunes publics en lien avec les enseignants conseillers-relais, aux personnes en situation de handicap, actions hors les murs, etc.

## 2. Enquête auprès d'enseignants « conseillers-relais » dans les musées

Afin de mieux connaître le lien entre les musées et l'école, le CESER a réalisé une enquête qualitative<sup>315</sup> auprès de quatre enseignants conseillers-relais

---

<sup>314</sup> Voir le Guide de l'accessibilité à la vie culturelle pour les personnes handicapées de Rennes métropole : <http://metropole.rennes.fr/pratique/infos-demarches/personnes-en-situation-de-handicap/la-culture-accessible-aux-handicapés/>

<sup>315</sup> Enquête réalisée avec le concours de Mélisande Urcun, étudiante en 3<sup>ème</sup> année à Sciences Po Rennes

exerçant dans autant de « musées de France » situés dans l'académie de Rennes<sup>316</sup>. Qu'est ce qu'un enseignant conseiller-relais ? (1) Combien y a-t-il d'enseignants conseillers-relais dans les « musées de France » en Bretagne ? (2) Quels sont les projets menés en lien avec musées et les visites scolaires ? (3) Quelles sont les difficultés rencontrées par les enseignants conseillers-relais ? (4) Comment imaginent-ils, dans l'avenir, le « musée idéal » ? (5).

## 2.1. Qu'est ce qu'un enseignant conseiller-relais ?

Un enseignant « conseiller-relais » est un enseignant volontaire missionné par le Rectorat pour réaliser quelques heures supplémentaire par semaine dans une structure culturelle afin de servir d'interface entre celle-ci et les établissements scolaires.

Les fonctions des conseillers-relais sont précisées dans une circulaire du 30 mars 2010 relative aux missions des enseignants au sein des services éducatifs des institutions culturelles. Elles sont au nombre de quatre :

1. « Informer le milieu scolaire des activités et des ressources proposées par l'institution culturelle et promouvoir sa fréquentation par les enseignants et leurs élèves [...].
2. Concevoir et mettre en place un programme d'activités culturelles adapté au public scolaire et utile à la mise en œuvre des projets formulés par les professeurs dans le cadre des programmes d'enseignement ou de l'accompagnement éducatif [...].
3. Contribuer à la conception et à la mise en œuvre des actions de formation initiale et continue à l'intention des enseignants du premier et du second degré [...].
4. Produire et mettre à disposition des ressources pédagogiques : documents, dossiers thématiques en lien avec les programmes d'enseignement, mallettes pédagogiques, expositions itinérantes, etc. Ces ressources peuvent être élaborées en collaboration avec les centres régionaux et départementaux de documentation pédagogique. »

Chaque conseiller reçoit une lettre de mission du Recteur qui rappelle ces missions générales et précise les missions particulières liées à la structure d'accueil. En général, les professeurs concernés exercent ces missions sous la forme d'heures supplémentaires à hauteur de 4 heures rémunérées, dont 3 h de présence dans la structure culturelle et 1 h de travail à l'extérieur. En réalité, les conseillers-relais sont le plus souvent des passionnés qui y consacrent bien plus de temps et il n'est pas rare qu'ils prennent sur leur temps libre pour accomplir leurs missions. Ils ne bénéficient pas d'une formation initiale spécifique pour

---

<sup>316</sup> Musées des Beaux-arts de Rennes, de Quimper et de Pont-Aven et Musée de Bretagne

remplir ce rôle. La plupart se forment donc par eux-mêmes avec l'aide des services éducatifs de la structure accueillante. Leur formation continue dépasse rarement la forme de rencontres très ponctuelles organisées annuellement par le Rectorat. Les enseignants-relais déplorent cette situation, d'autant plus qu'ils se sentent souvent isolés et souhaiteraient pouvoir échanger plus régulièrement avec leurs collègues.

Pour faire connaître l'offre éducative et culturelle de leur structure d'accueil, ils alimentent régulièrement la Lettre d'information « Arts Sciences et Culture » de la Délégation académique à l'éducation artistique et culturelle (DAAC) qui est largement diffusée auprès des enseignants du second degré de l'académie. Ils contribuent aussi à l'Espace numérique de travail académique.

A noter que les enseignants-relais sont en contact avec l'équipe du musée et leurs collègues enseignants, mais pas directement avec les élèves visiteurs.

## 2.2. Les conseillers-relais dans les « musées de France » en Bretagne

En juillet 2013, sur les 35 « musées de France » que comptait la Bretagne, seuls 7 d'entre eux bénéficiaient en leur sein d'au moins un enseignant conseiller-relais de l'Académie. A cette date, 9 conseillers-relais exerçaient leurs fonctions dans les « musées de France » en Bretagne :

- 5 en Ille-et-Vilaine : 2 au Musée de Bretagne de Rennes (1 pour le 2nd degré et 1 pour le 1er degré), 2 au Musée des Beaux-arts de Rennes<sup>317</sup> et 1 conseiller-relais à l'Ecomusée du Pays de Rennes ;
- 3 dans le Finistère : 1 au Musée des Beaux-arts de Brest, 1 au Musée des Beaux-arts de Pont-Aven et 1 au Musée des Beaux-arts de Quimper ;
- 1 dans les Côtes d'Armor<sup>318</sup> : 1 au Musée d'Art et d'Histoire de Saint Briec ;
- 0 dans le Morbihan.

Parmi les 9 conseillers-relais des musées, 5 étaient enseignants en lycée, 3 au collège et 1 en primaire. Leurs disciplines d'enseignement étaient variées : 3 étaient professeurs d'histoire-géographie, 2 professeurs d'arts plastiques, 1 professeur d'arts appliqué, 1 professeur de lettres, 1 professeur de Sciences de la vie et de la terre et 1 professeure des écoles.

---

<sup>317</sup> Un troisième était annoncé pour le MBA de Rennes pour la rentrée 2013/2014

<sup>318</sup> Le recrutement d'un enseignant-relais était envisagé pour le Musée Mathurin Méheut pour la rentrée 2013/2014

### 2.3. Les projets menés en lien avec les musées et les visites

D'après les réponses données par les trois conseillers-relais du second degré interrogés, les enseignements les plus souvent associés aux projets et/ou aux visites sont le français, l'histoire-géographie et les arts plastiques. Viennent ensuite la philosophie, l'histoire des arts, l'anglais et les enseignements d'exploration (Littérature et Société, Méthodes et Pratiques Scientifiques) et les sciences physiques. On remarque que les matières scientifiques sont moins impliquées que les matières littéraires et artistiques (cela correspond également au profil des conseillers-relais). Il est cependant possible de mener des projets en lien avec des disciplines scientifiques comme le montre l'exemple d'un travail sur la lumière et les couleurs dans le cadre de l'enseignement d'exploration Méthodes et Pratiques Scientifiques au Musée de Pont-Aven. Certains conseillers-relais cherchent à toucher des enseignants d'une discipline particulière selon les expositions temporaires. Par exemple, pour l'exposition « *Die Brücke, aux origines de l'expressionnisme* », le conseiller-relais du Musée des beaux-arts de Quimper a organisé une visite bilingue exclusivement réservée aux professeurs d'allemand et il était envisagé de faire de même lors de l'exposition Picasso en direction des enseignants d'espagnol.

Les conseillers-relais observent que leurs collègues enseignants sont souvent en attente de visites ponctuelles « clés-en-main » plus que de projets de long terme à co-construire avec eux et le service éducatif du musée. Ils signalent aussi une forme de « timidité culturelle », voire parfois de « l'appréhension », chez des collègues enseignants peu ou pas familiers des musées. Leur rôle est justement d'informer et d'accompagner ce public enseignant éloigné. La visite scolaire au musée peut-être une finalité ou une étape d'un projet pédagogique plus large. Ils observent à ce titre que les volets culturels des Projets d'établissement sont très inégaux d'un établissement à l'autre et que le rôle du « référent-culture » est assez incertain.

### 2.4. Les difficultés signalées par les enseignants conseillers-relais

La première difficulté rencontrée est un fort décalage entre l'ampleur des missions qui leur sont confiées par le Rectorat et le petit nombre d'heures dont ils disposent, sans parler de la faiblesse de leur effectif : 9 conseillers-relais – aucun en Morbihan et 1 seul en Côtes d'Armor – disposant chacun de 4 heures par semaine dans 7 « musées de France » sur 35 pour près de 600 000 élèves<sup>319</sup> scolarisés dans l'académie de Rennes (public et privé). Comment, dans ces conditions, peut-on sérieusement imaginer pouvoir développer le rôle des « musées de France » dans le parcours d'éducation artistique et culturelle des

---

<sup>319</sup> 2012/2013 : 592 951 élèves

(source : <http://www.ac-rennes.fr/jahia/Jahia/site/academie2/accueil/pid/3192>), consulté le 05/04/2014

élèves et, plus largement, dans la démocratisation culturelle par l'école ? Quand on sait que la fréquentation des musées est une pratique socialement très discriminante<sup>320</sup>, la question de l'égalité des chances est posée. La place des musées dans les parcours scolaires d'éducation artistique et culturelle ne peut se concevoir sans considérer la place du système éducatif dans les musées et, comme nous l'avons vu, des services éducatifs eux-mêmes dans les « musées de France ».

Outre un manque de formation et de mise en réseau des enseignants conseillers-relais qui est un frein au développement, par exemple, d'actions éducatives mutualisées, leur sentiment d'isolement a déjà été signalé. Les conseillers-relais sont en attente d'actions de formation de fond leur permettant d'innover dans les projets éducatifs avec les musées (ex : innovations pédagogiques numériques dans les musées). Ils souhaitent aussi que leurs collègues enseignants soient mieux formés au parcours d'éducation artistique et culturelle, incluant les musées, tant en formation initiale que continue. Il en va de même pour les personnels de direction des établissements scolaires.

Des difficultés d'ordre matériel sont également signalées, comme le coût des transports scolaires pour atteindre les musées. Le manque d'espaces pédagogiques dans certains musées est aussi un problème. D'autres freins organisationnels apparaissent, en particulier l'organisation du temps et de la vie scolaires. Le temps n'est pas une contrainte insurmontable dans le 1er degré car il est possible d'aménager l'emploi du temps en fonction de la sortie, sous réserve qu'elle ait un lien avec le programme. En revanche, dans le secondaire, le temps est réellement un problème quand il faut se coordonner avec plusieurs professeurs (échanges de cours entre collègues), sans parler de la pression du baccalauréat au lycée.

Les programmes scolaires sont parfois vécus comme un frein aux initiatives éducatives et pédagogiques avec les musées. Par exemple, le Musée de Préhistoire de Carnac ne reçoit pratiquement que des classes de CE2 depuis que la Préhistoire n'est plus au programme du collège<sup>321</sup>... Certains conseillers-relais rencontrés sont conscients du risque d'une approche trop exclusivement scolaire des musées qui pourrait entraîner, sur le long terme, un dégoût des élèves vis-à-vis de ces derniers. L'enjeu essentiel est de faire en sorte que ceux-ci puissent acquérir une familiarité, un goût et une autonomie dans leur pratique des musées lorsqu'ils seront adultes.

---

<sup>320</sup> Voir première partie du rapport

<sup>321</sup> Audition du musée de Préhistoire de Carnac

## 2.5. Le « musée idéal » selon les enseignants conseillers-relais

Interrogés sur ce que serait à leurs yeux un « musée idéal », certains enseignants conseillers-relais suggèrent de solliciter autant la sensibilité que l'intellect pendant les visites, d'encourager les manipulations d'objets, le contact réel avec ceux-ci, de faire du musée un lieu de plaisir, d'éveil de la curiosité et de l'imaginaire, de prévoir des espaces et des temps de détente dans les musées, de rendre la muséographie plus vivante dans les expositions permanentes comme temporaires, de développer les événements artistiques pluridisciplinaires en renforçant les liens avec les artistes. Le musée idéal serait donc un lieu ouvert, accessible (y compris aux personnes en situation de handicap), convivial, capable de désacraliser l'art tout en lui donnant la place qu'il mérite, donc de réduire la distance entre le public (notamment scolaire) et les collections, tout en conservant une forme d'exigence intellectuelle et de rigueur scientifique.

Quant au numérique, il est certainement un bon moyen pédagogique et ludique pour susciter la curiosité, l'intérêt des élèves, pour favoriser l'interactivité, mais son utilisation doit rester mesurée et réfléchie : il n'est pas une finalité en soi et ne doit pas se substituer à la médiation humaine et à *la relation directe face aux œuvres* qui caractérise l'expérience de visite au musée. Un conseiller-relais va même jusqu'à penser que les jeunes baignant déjà dans l'univers numérique, il est important de les amener vers autre chose qu'ils connaissent peut-être moins. L'authenticité du musée pourrait donc, en quelque sorte, constituer un facteur équilibrant, dans les rapports au réel de la « génération numérique ».

## 3. Paroles de quelques jeunes lycéens et apprentis sur les musées

Pour son étude, le CESER a souhaité donner la parole à quelques jeunes lycéens et apprentis en Bretagne afin de mieux connaître leurs expériences des musées, leurs attentes et souhaits.

Un questionnaire écrit, élaboré par le CESER<sup>322</sup>, a été complété, dans le cadre scolaire, par une trentaine de lycéens d'une classe de 1ère économique et sociale (ES) et littéraire (L) du Lycée Chateaubriand de Rennes [3.1].

A la suite de l'analyse de cette première enquête, un entretien collectif, en face à face, a été mené avec 4 jeunes volontaires membres du Conseil régional des

---

<sup>322</sup> Le questionnaire d'enquête est joint en annexe – Enquête menée avec le concours de Mélisande Urcun, étudiante en 3<sup>ème</sup> année à Sciences-Po Rennes et du lycée Chateaubriand de Rennes

jeunes<sup>323</sup>, lycéens et apprentis de Bretagne (CRJ) : 1 apprenti en métiers de la restauration (CFA Vannes), 1 lycéen en terminale (Lycée Notre Dame du Mur, Morlaix), 1 lycéenne et 1 lycée en première (Lycée Le Likès, Quimper et Lycée Saint-Louis, Lorient) [3.2].

L'échantillon n'est pas représentatif de l'ensemble des jeunes en Bretagne, mais cela n'enlève rien à l'intérêt qualitatif des paroles recueillies lors de ces enquêtes exploratoires, même si elles seraient à approfondir à l'échelle régionale<sup>324</sup> avec un panel plus diversifié de jeunes.

### 3.1. Enquête qualitative exploratoire auprès de lycéens d'une classe de première

Une enquête exploratoire qualitative a été menée à partir d'un questionnaire distribué à 30 élèves d'une classe de lycéens de 1ère ES/L du Lycée Chateaubriand de Rennes, dont 19 filles et 11 garçons âgés de 15 à 20 ans (la majorité des élèves avait 16 ou 17 ans).

*> Une fréquentation assez rare des musées plutôt tournée vers les musées parisiens, étrangers ou très proches géographiquement*

29 élèves sur 30 sont déjà allés au musée. La majorité des lycéens interrogés va rarement au musée (19 élèves vont rarement au musée, 9 élèves vont de temps en temps au musée et une élève va régulièrement au musée). Aller au musée n'est donc pas une activité régulière de ces élèves.

Beaucoup d'élèves qui sont déjà allés au musée ont visité un musée sous appellation «Musée de France». Le Musée des Beaux-arts de Rennes est le plus cité (15 élèves y sont allés), viennent ensuite le Musée de Bretagne (5 élèves) et des musées comme l'Écomusée de la Bintinais, le Musée de Vitré, l'Écomusée de Montfort. Tous les « musées de France » visités en Bretagne se trouvent en Ille-et-Vilaine : on peut supposer que la proximité géographique joue sur les musées fréquentés. Parmi les autres « musées de France » nommés, quatre sont parisiens : Le Louvre, très visité (15 élèves), le Musée d'Orsay, le Musée du Quai Branly et le Muséum national d'histoire naturelle. Le Mémorial de Caen est mentionné à 6 reprises. 18 élèves indiquent avoir visité des musées à l'étranger (en Angleterre, en Italie, en Espagne, aux Pays-Bas) ; les musées font souvent partie des voyages qu'il s'agisse de voyages en famille, de séjours linguistiques ou de voyages scolaires à l'étranger. On remarque une assez grande hétérogénéité des musées visités dont les thématiques et contenus sont divers (musées d'histoire naturelle, du chocolat, de la guerre, des Beaux-arts...).

---

<sup>323</sup> Rencontre avec le groupe de pilotage de l'étude du CESER

<sup>324</sup> Rappel : il n'existe pas d'observatoire des publics des musées en Bretagne

> *Le musée : une activité principalement familiale et scolaire*

La famille et l'école sont les deux cadres principaux de visite au musée (26 élèves sont allés au musée en famille, 22 élèves dans le cadre scolaire) et les deux vont souvent de pair : 19 élèves disent être allés au musée en famille et dans le cadre scolaire. 1 élève y est allé seul, aucun n'est allé entre amis et aucun n'est allé dans un cadre associatif.

> *Le musée dans le cadre scolaire : des impacts et des apports très variables des visites et de rares projets avec les musées*

- *Un bilan mitigé concernant l'impact des visites au musée dans le cadre scolaire*

Le bilan est mitigé concernant les visites au musée dans le cadre scolaire pour donner envie aux élèves d'y retourner d'eux-mêmes par la suite (13 élèves ayant visité un musée dans le cadre scolaire considèrent que cette visite leur a donné envie d'y retourner hors temps scolaire, 8 pensent le contraire). La visite au musée reste plutôt une activité familiale et moins un loisir pratiqué entre pairs (sur les 13 élèves qui considèrent que la visite du musée dans le cadre scolaire leur a donné envie d'y retourner hors temps scolaire, 13 élèves disent que cette visite leur a donné envie d'y retourner en famille, 5 avec des amis et 2 élèves seuls).

- *Peu d'élèves concernés par les projets associant lycée et musée*

Seuls 8 élèves sur 28 ont participé à un *projet* impliquant leur lycée et un musée. Pour 6 des élèves il s'agit d'un projet avec le Musée des Beaux-arts de Rennes dans le cadre de l'enseignement « Littérature et société » en 2<sup>nd</sup>e. Il consistait en une analyse de tableau, une préparation d'une description et une présentation à la classe. Une élève a participé à deux projets : le projet décrit précédemment et un autre impliquant la maison de Darwin en Angleterre en lien avec l'enseignement des sciences. Une autre élève a participé à un projet avec le Musée d'histoire naturelle de Londres en lien avec une discipline non linguistique : Sciences de la Vie et de la Terre (discipline enseignée dans une classe européenne en anglais). Une élève mentionne également un projet avec le Musée des Beaux-arts de Besançon en lien avec l'art plastique. Il s'agissait d'observer les œuvres d'un même artiste pour en imiter le style.

- *Les apports personnels de ces projets : variés et dépendants des projets menés*

Les projets menés avec leur lycée ont eu un impact très variable selon les élèves. Un élève estime que ce projet ne lui a « pas apporté grand-chose », tandis que d'autres évoquent l'acquisition de connaissances sur un monde spécialisé et la découverte culturelle : « un enrichissement culturel personnel », « des notions de base sur la peinture et la découverte d'artistes », « plus de culture dans le domaine de l'art », « une ouverture culturelle ». Une élève a pris

goût à l'observation des œuvres grâce à l'acquisition de connaissances à la transmission de clés pour comprendre, analyser et apprécier une œuvre durant le projet. Elle indique : « J'arrive désormais à apprécier la peinture. ». Une autre, ayant eu l'occasion de présenter une œuvre travaillée en classe à ses camarades une fois au musée, dit avoir éprouvé « de la satisfaction et de la fierté ». Enfin, une dernière élève ayant visité le Musée d'histoire naturelle de Londres revendique l'assimilation d'un « vocabulaire pour [sa] *word-list*<sup>325</sup>. ». Sa remarque montre que la visite au musée peut aussi s'inscrire dans l'enseignement des langues en permettant d'acquérir du vocabulaire nouveau sur le thème abordé.

Sur 20 élèves qui n'ont pas participé à un projet impliquant leur lycée et un musée, 2 élèves n'aimeraient pas y participer, 18 aimeraient le faire. D'après ces réponses, il semble que mettre en place des projets pédagogiques impliquant un musée pourrait susciter l'intérêt et l'implication des élèves et constituer un bon moyen de familiariser les lycéens avec les musées en les rendant acteurs des visites.

*> Les freins à la fréquentation des musées : la primauté du manque de temps et d'intérêt*

Le manque de temps et le manque d'intérêt sont les facteurs les plus cités pour expliquer la rare fréquentation des musées de 8 élèves. Vient ensuite l'« impression de ne pas se sentir à sa place, de ne pas comprendre les œuvres »... 2 ne trouvent personne pour aller avec eux. Une élève ajoute même que « [sa] famille n'est pas très culturelle et n'est pas au courant de l'existence de certains musées ». Elle évoque ainsi son environnement familial pour expliquer qu'elle ne va presque jamais dans les musées, le manque d'informations et d'intérêt pour la culture de celle-ci. Un seul élève estime que visiter un musée est trop cher. Le coût ne semble donc pas le facteur primordial qui empêche ces élèves de se rendre au musée.

*> Une représentation des musées plutôt positive*

Il y a un plébiscite pour associer ouverture culturelle et musées (sur 29 élèves, tous voient les musées comme un lieu d'ouverture culturelle). La majorité associe également le caractère éducatif et les musées (15 élèves considèrent les musées comme un lieu éducatif, d'apprentissage). La représentation du musée comme un lieu de plaisir et de divertissement est plus importante que celle du musée comme un lieu ennuyeux (11 contre 6). Les élèves interrogés ne perçoivent pas le musée comme un lieu, une activité réservée « aux plus vieux » (1 seul élève), il n'y a pas d'assimilation du musée aux générations antérieures. Le musée paraît être un lieu élitiste aux yeux de certains (5 élèves). Pour 3 élèves, il est un lieu de sociabilité.

---

<sup>325</sup> Liste de vocabulaire

Une élève considère les musées comme un lieu ennuyeux et précise « mais pas tous ! », ce qui montre que le contenu du musée, le type du musée peut influencer la représentation du musée. De la même manière, le musée est « parfois » un lieu de plaisir et de divertissement. Elle voit les musées comme un lieu élitiste « en quelque sorte ; tout le monde ne peut pas y aller... ».

> *Un intérêt porté aux musées pour des raisons très variées*

Ce qui plaît aux lycéens interrogés dans les musées est très variable d'un élève à un autre, ce qui est sans doute lié à leurs centres d'intérêt et à leurs expériences personnelles. On retrouve tout de même des réponses similaires, puis d'autres, plus originales, à la question posée : « *Si vous allez régulièrement ou de temps en temps au musée, qu'est-ce qui vous y plaît ?* ».

- *La découverte et l'ouverture culturelles*

Beaucoup d'élèves aiment découvrir « de nouvelles choses », « de nouvelles œuvres », « de nouvelles cultures » et « différents styles de peinture » au musée. L'ouverture culturelle est un aspect qui revient à plusieurs reprises. Un élève parle ainsi de « l'apprentissage culturel et l'enrichissement intellectuel » qui lui plaisent lors de la découverte d'un musée, un autre estime que visiter un musée lui permet d'« élargir [sa] culture ». Le musée est vu comme un véritable lieu d'apprentissage par un élève. Ce qui lui plaît est « en général, acquérir de nouvelles connaissances, d'en savoir plus sur une époque, un lieu, un pays, un événement ou un artiste en particulier. »

- *Le contenu, la thématique et la diversité des œuvres*

D'autres élèves accordent de l'importance au contenu du musée comme cet élève qui exprime ses goûts pour les matières précieuses : « J'aime beaucoup les objets archéologiques en matières précieuses. Cela nous en apprend plus sur l'histoire et les manières de l'époque ». Un de ses camarades se dit, lui, plutôt attiré par « l'histoire ancienne ». La thématique du musée a son importance dans ce qui plaît aux élèves : « cela dépend du musée et de sa nature », indique un jeune lycéen. Un autre ajoute que ce qui l'attire dans les musées est « l'abondance d'œuvres (picturales) et leur diversité ».

- *L'ambiance d'un musée et la contemplation des œuvres*

Certains élèves sont plutôt sensibles à l'ambiance du musée. En réponse à la question posée, un élève s'exclame ainsi : « le calme et les œuvres évidemment ! » tandis qu'un de ses camarades évoque « l'ambiance d'ensemble, les œuvres, les couleurs, le bâtiment ». La contemplation des œuvres que permet justement le calme des musées enthousiasme un jeune lycéen : « On a l'impression que le temps s'arrête lorsqu'on observe un tableau. »

- *Les animations et les explications*

D'autres élèves apprécient les « animations », « l'explication que font les hôtesse » (sic) et les « informations » disponibles dans les musées.

- *Deux réponses plus approfondies*

Deux lycéennes apportent des réponses plus détaillées concernant ce qui les séduit dans les musées. La première cite « le sujet (si le thème du musée ou l'exposition ne plaît pas, c'est plutôt mal parti) et une certaine interactivité, que l'on ne reste pas juste à regarder devant un mur... L'attention accordée à la symbolique de plusieurs détails (comme aux Châteaux de la Loire, tout ce que l'on peut trouver dans l'architecture) est aussi très intéressante. ». La deuxième mentionne « la diversité des œuvres ; les informations et textes qui enrichissent la culture générale et permettent de comprendre les œuvres. La gratuité de certains musées, car la culture devrait être accessible à tout le monde. ».

> *De nombreuses suggestions riches et hétérogènes pour donner envie d'aller au musée*

Nombreux sont les élèves à avoir des idées pour rendre les musées plus attractifs, plus vivants, plus plaisants.

- *Introduire plus de modernité*

Beaucoup d'élèves suggèrent d'introduire plus de modernité dans les musées par divers moyens. Le premier consiste à « renouveler plus souvent les œuvres » et/ou à « présenter des œuvres plus récentes et de nouveaux artistes ». Un lycéen propose même d'« exposer les projets des jeunes des Beaux-arts », pensant que « cela pourrait peut-être plus parler aux jeunes ». Un autre moyen serait de « chercher à faire un lien entre notre monde actuel et les premiers arts ou les arts plus anciens ».

- *Jouer sur la valorisation et la transmission des œuvres*

« Mettre plus en valeur les œuvres dans les salles d'exposition » est une idée avancée par un élève. Cette valorisation des œuvres pourrait passer par la « [mise en activité] des différents sens du visiteur » propose une lycéenne en ajoutant « je pense en particulier à des expositions de peinture où l'on pourrait avoir une musique (ou un texte lu) de fond en rapport avec les tableaux ». Cela pourrait également passer par l'association de « textes de littérature avec des œuvres ». Une dimension importante est l'originalité : il faut « trouver des thèmes originaux et les présenter de manière originale ».

Les élèves ont également réfléchi à la manière dont les œuvres sont transmises et beaucoup suggèrent « plus d'animations visuelles et sonores, plus d'animations interactives », ainsi que la participation du public « pour le décryptage des œuvres » ou « grâce à des activités » dans le cadre de visites

« plus vivantes » et « plus dynamique[s] ». Ils réclament donc plus d'interactivité dans les musées, ce qui constituerait une réponse au constat d'un élève : « beaucoup de jeunes trouvent cela ennuyeux car « on regarde sans bouger ». Pour ce faire, il faudrait « plus de guides disponibles pouvant présenter brièvement les œuvres », « plus de visites avec un guide » car « ça intéresse plus » ainsi que « des services appropriés aux plus jeunes ».

Plusieurs élèves insistent sur l'approche ludique des musées. Aux yeux d'une lycéenne, il faut « créer des jeux autour des visites pour les enfants », pour une autre, il faut ajouter des « activités ludiques et des jeux divers incitant jeunes et vieux à s'intéresser aux œuvres anciennes et à découvrir d'autres mondes » ou encore « des activités manuelles ».

- *Faire du musée un lieu moins solennel*

Pour faire du musée un lieu moins solennel, certains lycéens interrogés suggèrent d'« instaurer une ambiance moins conventionnelle », de prévoir « une salle de jeu au cas où on s'ennuie », « une salle de divertissement pour se détendre ». Un musée moins formel est aussi un musée où il y a « plus de sièges pour pouvoir contempler assis les tableaux » et qui s'adapte aux jeunes en proposant « des expositions plus axés sur ce qui plaît aux jeunes (BD, jeux vidéos...) » et une « entrée gratuite comme dans d'autres pays européens » car « ça pourrait motiver les jeunes à se déplacer au musée ».

- *Faire des liens avec les programmes scolaires*

Un élève propose de « croiser des cours de lycée avec certaines œuvres du musée ».

- *Utiliser des technologies numériques*

Des lycéens conseillent des films, des visites virtuelles sur l'exemple du Louvre, des tablettes numériques, notamment pour « donner plus d'exemples et de détails sur des œuvres parfois implicites. », des jeux de lumière, des bornes interactives, « sur, par exemple, la vie de l'artiste, dans quelles circonstances il a peint/fait son œuvre... », « des bornes interactives plutôt que des fiches plastifiées rangées dans une boîte », des écrans géants.

> *La gratuité des musées : une incitation à aller au musée avec des amis pour ces élèves*

La gratuité des musées inciterait ces lycéens à les fréquenter davantage, surtout avec des amis (15 élèves iraient plus souvent avec des amis), mais aussi seul(e) (10 élèves iraient plus souvent les visiter seul(e)s). 2 ont rajouté qu'ils iraient avec leur famille. 6 n'iraient pas plus souvent au musée. A souligner que l'élève qui n'est jamais allée au musée a indiqué : « ça ne change rien pour moi ». Pour elle, la levée de la barrière financière est donc, à elle seule, insuffisante.

### 3.2. Entretien avec des membres du Conseil régional des jeunes, lycéens et apprentis de Bretagne

Une seconde enquête a été menée sous la forme d'un entretien collectif en face à face avec 4 membres du Conseil régional des jeunes, lycéens et apprentis de Bretagne (CRJ - 1 apprenti et 3 lycéens). Ce micro-échantillon n'est bien sûr ni représentatif de l'ensemble des jeunes en Bretagne, ni de celui des jeunes représentés au CRJ. Ceci n'enlève rien à la richesse, à la qualité et à la pertinence des réflexions et préconisations formulées par ces jeunes, élus par leurs pairs au CRJ, et qui sont tous assez familiers des musées et connaissent donc bien leur sujet. Plusieurs observations recourent celles de l'enquête présentée au point précédent.

*> Les 4 jeunes rencontrés ont tous une bonne expérience des musées*

Les quatre jeunes rencontrés, 3 lycéens et 1 apprenti, ont tous une bonne expérience des musées. Ils ont en effet visité de nombreux musées d'art et des musées d'histoire et de société, en Bretagne, en France ou à l'étranger, que ce soit leurs collections permanentes ou des expositions temporaires. Il est à noter que, s'agissant des musées situés en Bretagne, ceux qu'ils ont fréquentés ne sont pas nécessairement des « musées de France ». La distinction entre les « musées de France » et les autres n'a d'ailleurs pas été faite, les échanges ayant été centrés sur l'expérience muséale des jeunes, de quelque nature qu'elle soit.

*>« On est très pris »*

Les jeunes disent manquer de temps libre pour visiter les musées. : « On est très pris ». D'un côté, ils sont mobilisés par leurs études, de l'autre, ils doivent arbitrer entre plusieurs activités de loisirs : sport, temps entre amis... Le plus souvent, « l'idée d'aller au musée ne vient pas toute seule » et les visites ont lieu dans le cadre familial ou scolaire. Toutefois une lycéenne dit « aimer s'y rendre avec ses amis, pour partager ses impressions sur les œuvres » ou seule « pour y ressentir ses propres émotions ».

*>« Des visites scolaires imposées plutôt que proposées »*

S'agissant des visites scolaires, ils regrettent qu'elles soient toujours « imposées plutôt que proposées », qu'elles soient habituellement soumises à évaluation ou à notation en lien avec les programmes. Elles sont alors davantage vécues comme une contrainte que comme un plaisir. L'attention des élèves pendant ces visites scolaires est très variable. Elle dépend de la thématique du musée mais surtout de leurs centres d'intérêt personnels, divers et variés. Par ailleurs, il y a toujours des élèves, souvent « à l'arrière du bus », que les musées ennuiant ou indifférent : « si la personne ne veut pas, elle ne veut pas », et cela peut aller jusqu'à l'irrespect des lieux et des autres.

*> Des visites plus courtes et personnalisées pour captiver et donner l'envie de revenir*

D'après eux, « les musées sont parfois trop riches » en œuvres, ce qui explique que certains élèves décrochent lors de visites trop denses et surtout trop longues. Pour capter l'attention des jeunes, il ne faudrait pas rester plus de 5 mn sur un point particulier et ne pas dépasser 30 mn pour l'ensemble de la visite. L'idéal serait d'effectuer plusieurs visites courtes sur une durée d'un an, de découvrir les collections par partie, quitte à créer à chaque fois une « frustration »... qui donne envie de revenir ! Une lycéenne préférerait une offre de visites plus personnalisée et à durée variable pour s'adapter aux goûts et temps de chacun : visite express, parcours approfondi...

*> Des innovations numériques qui favorisent la dimension interactive et ludique de la visite...*

Conscients de faire partie de la « génération numérique », ils apprécient les innovations numériques qui viennent enrichir l'expérience de visite. A la fois ludiques et pédagogiques, elles rendent les parcours et expositions plus interactifs : « il faut que le visiteur soit impliqué dans l'exposition ». Ils apprécieraient qu'il y ait davantage d'écrans, de tablettes, de consoles, de possibilités de prendre et partager des photos. Des « QR Codes » pourraient être flashés à proximité des œuvres pour activer des vidéos sur écran qui expliquent le contexte de l'œuvre et de l'artiste, comme cela existe déjà dans certains musées.

*>... Mais rien ne remplace l'émotion et l'ambiance d'une visite réelle : « il faut garder le facteur humain »*

Pour autant, les visites numériques et virtuelles seront-elles un jour préférées aux visites physiques « dans la vie réelle » ? Tous répondent négativement à cette question :

- « Il ne faut pas s'éloigner de ce qu'est un musée, un lieu de sérénité, de calme, de ressourcement. Si tous les tableaux dans un musée deviennent numériques, alors je reste chez moi ! »
- « Je suis mieux au musée que sur mon ordi ! »
- « Il faut se rendre compte de la taille réelle d'une œuvre pour l'apprécier, ce que ne permet pas un *smartphone* ou une tablette »
- « Le musée, c'est de l'émotion, de l'authentique, une énergie différente, une ambiance, une odeur...qui font qu'on a envie d'y aller ! »
- « Le guide vit ce qu'il raconte, j'apprécie les anecdotes alors qu'un audioguide délivre le même message pour tout le monde. Il faut garder le facteur humain. On retient mieux quand on a un bon guide. Il y a vraiment des guides extraordinaires. Ils savent faire rire, nous toucher ».
- « Le musée doit être un lieu vivant, mais aussi de calme ».

*> Les musées, un lieu pour s'ouvrir et apprendre*

Ils apprécient aussi les musées comme un lieu pour élargir ses connaissances et enrichir sa formation. Par exemple, l'élève apprenti aime visiter les musées sur les boissons en lien avec sa formation aux métiers de la restauration. Une lycéenne s'est inscrite à des cours du soir d'histoire de l'art au Musée des Jacobins de Morlaix et les apprécie beaucoup (1h30/semaine pour 3,10 € la séance pour les étudiants). Ces « Mardis du musée » peuvent aussi être l'occasion de découvertes, avec une artiste, de monographies d'artistes ou d'œuvre selon une formule « 1 h, 1 œuvre ». Elle y prend un tel plaisir que cela lui « donne envie de transmettre » ce qu'elle y apprend.

*> A côté des enseignants conseillers-relais, pourquoi pas des « jeunes-relais » des musées ?*

Que pensent-ils d'ailleurs de l'idée d'élèves ou de jeunes-relais dans les musées qui pourraient contribuer à des médiations en direction d'autres jeunes ou lors de visites familiales, pendant leurs temps libres ? La proposition est accueillie très favorablement à condition qu'ils parviennent à libérer du temps pour cela. Une lycéenne propose de mobiliser les bureaux des élèves des lycées pour trouver des lycéens-relais des musées, à l'image des enseignants-relais qui existent déjà dans certains musées. Les jeunes volontaires pourraient être formés pendant un WE par exemple.

*> Le prix d'entrée peut-être un frein réel, il faut créer un PASS Musées pour les jeunes*

Qu'en est-il des politiques d'accès aux musées, en particulier de la question des tarifs d'entrée ? Ils rappellent que de nombreux jeunes ont de faibles ressources et que cette question du prix d'entrée est importante. Ils sont favorables à la gratuité pour les moins de 30 ans, tant pour l'accès aux collections permanentes qu'aux expositions temporaires. Cela pourrait aider les jeunes qui le désirent à se rendre plus souvent au musée. Ils trouvent bonne aussi l'idée « un ticket gratuit pour un ticket acheté », pour inciter à revenir, pour fidéliser. Le projet d'un PASS MUSEES pour les jeunes fait l'unanimité. Le support pourrait être la carte KORRIGO, sauf que tous les jeunes n'en sont pas détenteurs. Pourquoi, dès lors, ne pas envisager « un forfait d'accès » à intégrer à la Carte lycéenne ou à la carte étudiante/apprentis ? Les Lycées, les CFA et les universités pourraient délivrer ce PASS à chaque rentrée scolaire universitaire.

*> Améliorer l'accessibilité en transport pour se rendre au musée en autonomie*

Ce PASS doit inclure l'amélioration de l'accessibilité en transport des musées, car c'est une vraie difficulté et une forte inégalité entre les jeunes, selon leurs lieux d'étude et de résidence. La question de la localisation des musées doit aussi être posée : « il faudrait pouvoir y aller sans les parents ». L'élève apprenti met en avant l'existence d'une petite navette gratuite permettant à tout public d'accéder aux lieux culturels dans le pays vannetais.

*> Les musées doivent mieux communiquer en direction des jeunes pour « donner envie »*

Tous insistent sur la communication à améliorer auprès des jeunes sur les musées, leurs expositions, leurs événements, sur les facilités d'accès existantes. Il est suggéré par exemple d'utiliser les abribus fréquentés quotidiennement par les jeunes lors de leurs déplacements. Il faut que les musées aillent à la rencontre des jeunes, par exemple en faisant venir aux lycées, les conservateurs, les médiateurs, les expositions d'œuvres ou de copies... Un lycéen cite l'exemple des pianos qui sont en libre service dans les gares SNCF : ceux-ci sont régulièrement utilisés pour jouer et ne semblent pas détériorés : « il faut amener les musées vers les jeunes ». Les musées, comme la musique, doivent aller à la rencontre des gens dans leurs lieux de vie. Les musées doivent être capables de séduire les jeunes, de leur donner envie, de susciter du désir : « la semaine prochaine, j'enlève le haut ! ». Il faut sortir les musées de leur isolement en les rapprochant d'autres équipements culturels, tout en gardant des antennes de proximité. Les centres d'intérêt culturels des jeunes sont très divers et les collections le sont aussi, c'est une chance ! Une meilleure communication de l'ensemble des musées, au niveau régional, devrait permettre de toucher davantage de jeunes.

*> Les bâtiments ne doivent pas être des « repoussoirs », même si la beauté de la collection peut être toute intérieure*

L'élève apprenti dit être sensible à l'aspect extérieur du bâtiment du musée qui peut être attrayant ou, au contraire, repoussant ; ce que ne partage pas une lycéenne qui dit être avant tout attirée par la beauté intérieure des collections, indépendamment de celle de l'architecture.

*> Innover dans l'événementiel jeunes-musées : pour des musées « lieux de vie et de calme »*

Pour élargir les publics jeunes, ils pensent important de développer l'événementiel autour des musées. L'idée d'organiser de temps en temps des « nocturnes » au musée pour les jeunes (en plus de la manifestation annuelle de la Nuit des Musées) est accueillie avec enthousiasme : « en soirée, il y a une meilleure ambiance, on est plus zen, plus détendus, plus ouverts, plus réceptifs... ». L'exemple de la « Nuit des 4 jeudis » à Rennes est citée (Ville de Rennes, CRIJ Bretagne). Elle a bien été organisée dans une prison il y a peu, avec succès, alors pourquoi pas dans un musée ? L'événementiel ne doit pas se répéter trop souvent au risque de se banaliser et de lasser : « 2-3 fois par an, c'est bien ». On pourrait, selon eux, imaginer aussi « une semaine ou un mois des musées » pour les jeunes, par exemple en mars/avril, avec une campagne de publicité qui casse l'image des musées vus comme des « bâtisses poussiéreuses ». Pour démocratiser les musées, ils doivent être présentés comme des « lieux de vie... et de calme, avec le respect de l'environnement ».

> *Priorité au « Pass musées » et à « l'accessibilité par les transports »*

Interrogés en conclusion de l'entretien sur les mesures phares qu'ils souhaiteraient mettre en avant, les jeunes placent en premier la création d'un Pass Musées en Bretagne, puis l'amélioration, pour les jeunes, de l'accessibilité en transport des musées.

## 4. Numérique et rôle éducatif et culturel des musées

Comme tous équipements culturels, les « musées de France » sont confrontés à la révolution numérique, *in situ* et en ligne. Les médiations numériques peuvent-elle se substituer aux médiations humaines ou n'en constituent-elles qu'un outil complémentaire ?

Nous présenterons dans un premier temps, à grands traits, une étude internationale réalisée par Anne Krebs, chef du département des études et des recherches au Musée du Louvre, qui apporte des éléments généraux sur la réception des dispositifs numériques par les publics des musées *in situ* (4.1). De cette approche internationale au développement numérique des « musées de France » en région, il n'y a qu'un pas et nous verrons, à travers plusieurs exemples d'expérimentations innovantes, que la Bretagne dispose de nombreux atouts en ce domaine (4.2).

### 4.1. Éléments généraux sur la réception des dispositifs numériques par les publics des musées *in situ*

Nous restituons ici, à grands traits, les principaux éléments exposés par Anne Krebs<sup>326</sup>, chef du département d'études et de recherches au Musée du Louvre, rendant compte, lors d'une conférence donnée en 2013 à Paris, de travaux internationaux sur les usages et la réception des dispositifs numériques *in situ*<sup>327</sup> par les publics des musées de beaux-arts<sup>328</sup>.

Quelles sont les familles de dispositifs multimédias dans les musées ? Comment les visiteurs les approchent-ils ? Quels sont les bénéfices mais aussi les limites de ces outils numériques ?

---

<sup>326</sup> Anne Krebs, Chef du département études et recherches au Musée du Louvre, « Les dispositifs multimédias et leurs publics ». Intervention aux Rencontres Nationales Cultures et Innovation, 1/02/2013, Paris (CLIC- club innovation culturel), [http://www.dailymotion.com/video/xxs5fu\\_rnci-2013-intervention-d-anne-krebs-musee-du-louvre\\_creation](http://www.dailymotion.com/video/xxs5fu_rnci-2013-intervention-d-anne-krebs-musee-du-louvre_creation)

<sup>327</sup> Les travaux internationaux présentés ne portaient pas sur les dispositifs numériques mobiles, hors les murs

<sup>328</sup> Les recherches se sont déroulées dans 3 grands musées internationaux : Musée du Louvre + expo Pompidou, Museum Lab Tokyo, High Museum of art Atlanta

#### 4.1.1. Quatre familles de dispositifs multimédias dans les musées

Selon Anne Krebs, il existe actuellement 4 grandes familles d'objets numériques ayant chacun une fonction particulière :

- guider, construire un sens de parcours (ex : audioguide multimédia),
- analyser et comprendre les contenus des œuvres exposées (usage classique et dominant),
- permettre au visiteur de créer et de produire par lui-même / de donner son avis et de s'exprimer sur les objets,
- jouer.

#### 4.1.2. Cinq approches du rapport des visiteurs aux outils numériques

Cinq grandes approches des dispositifs multimédias par les visiteurs peuvent être distinguées :

> *Les dispositifs dans l'espace d'exposition*

Selon Anne Krebs, la visite d'un espace d'exposition est « une activité de déambulation et d'observation plus ou moins attentive dans un espace relativement sacralisé ». Il y a une « physiologie de la visite » : le visiteur doit « travailler son expérience de visite avec le corps, la marche, la main, l'œil, le cerveau ». Les outils numériques peuvent favoriser ses relations complexes ou les limiter au sein d'une scénographie générale. L'enjeu de la *localisation* des dispositifs multimédias dans le parcours de visite est donc essentiel.

> *La disposition et la familiarité du visiteur envers les outils numériques*

D'une manière générale, il existe une forte *relation de confiance* entre le visiteur et l'institution du musée. Cette confiance favorise une disposition à utiliser les dispositifs numériques des musées et une mobilisation des compétences culturelles et technologiques. Les visiteurs ont de fortes attentes en termes de qualité technologique et de contenu qui varient selon les profils d'usage. Par exemple, les jugements des visiteurs sur les dispositifs peuvent différer selon les générations. Les jeunes, plus familiers des technologies, procéderont plus par essai/erreur en critiquant le dispositif lui-même s'il ne leur convient pas, alors que les seniors auront plus tendance à abandonner l'expérience ou à solliciter de l'aide.

> *Le « corps à corps » du visiteur avec la machine*

Les dispositifs multimédias, qu'ils soient fixes ou mobiles, provoquent « *un corps à corps* » avec le visiteur. Ils sont en effet d'abord des objets matériels dont les qualités ergonomiques et plastiques (*design*) sont importantes aux yeux des visiteurs. En rapport avec le lieu même du musée, les objets doivent être beaux, maniables, propres (hygiène), légers, confortables... Ils doivent pouvoir être manipulés confortablement, dans une position assise ou debout favorisant l'apprentissage pendant la visite.

> *L'utilisation collective de ces dispositifs*

Les visites de musées sont le plus souvent collectives. Il existe donc des attentes fortes des visiteurs pour que le dispositif ne provoque pas de l'isolement mais au contraire des interactions entre les membres du groupe, voire avec des visiteurs extérieurs au groupe. Les dispositifs numériques doivent permettre de valoriser les compétences culturelles et technologiques de chaque membre du groupe, à travers des interactions gratifiantes (ex : aide des parents dans la transmission aux enfants ou enfants fiers de montrer des choses à leurs parents). Il y a donc un enjeu fort à concevoir les outils numériques pour un *usage collectif* au sein d'une unité de visite.

> *Fonctionnement et rôle du dispositif dans le cadre de l'expérience de la visite*

Dès la conception des outils (organisation, contenu), il faut penser à répondre aux attentes des visiteurs en termes de « guidage » sur 3 plans :

- le guidage vers *l'utilisation des technologies* pour aller au contenu (« comment faire »),
- le guidage vers *les contenus eux-mêmes* (organisation des contenus),
- le guidage vers *l'usage général* du visiteur, à savoir la mise en relation entre des dispositifs, des objets, des salles et des publics (« pourquoi faire »).

L'enjeu est ici que le visiteur parvienne à maîtriser un outil, des contenus et une visite dans son entier. Anne Krebs observe que « les implicites de guidage sont nombreux, les visiteurs passant leur temps à bricoler techniquement et conceptuellement ».

#### 4.1.3. Quelques bénéfices et limites des outils numériques de visite *in situ*

Du point de vue des bénéfices, les travaux internationaux menés montrent que les dispositifs multimédias sont porteurs d'innovations au plan éditorial et permettent une variété très stimulante d'approches en termes de propositions culturelles, d'accompagnement, de guidage, de repérage, de mémorisation, de capacité à se concentrer et à concentrer un regard sur les œuvres... Aux yeux des visiteurs, ils donnent une image moderne du musée et lui montrent que

celui-ci se soucie d'eux. D'une manière générale, les visiteurs ne voient pas de concurrence entre les différents supports de médiation, mais plutôt une *complémentarité* permettant de s'adresser à une plus grande diversité de publics.

S'agissant des *limites* de ces outils technologiques, selon Anne Krebs, ils « ne changent pas en profondeur le paradigme de la relation au musée, ni celui des attentes des visiteurs. On vient au musée pour découvrir, pour comprendre, pour apprendre, d'une manière plus agréable et plus moderne, néanmoins l'outil numérique ne transforme pas le rapport au musée. Ce qui le transforme c'est la posture, la familiarité et le goût initial que le visiteur a avec le musée ». D'autre part le visiteur imaginé initialement par les concepteurs des dispositifs ne correspond pas toujours au visiteur réel. Les usages « détournés ou déviants » ne sont pas rares (ex : visiteurs adultes utilisant des dispositifs conçus pour les enfants parce qu'ils sont plus faciles d'accès et ludiques).

Par ailleurs, elle observe chez certains visiteurs une tension entre la dimension ludique de certains dispositifs et une représentation plus classique, voire sérieuse, d'une visite de musée. Des outils multimédias peuvent ainsi être disqualifiés symboliquement parce qu'ils ne correspondent pas, du point de vue des représentations, aux modes d'apprentissage traditionnels. Le rapport aux objets varie beaucoup selon les compétences culturelles et technologiques des visiteurs.

En conclusion, selon Anne Krebs, on ne fait pas apprécier le musée à un jeune ou à une personne peu connaisseuse du simple fait que ces outils multimédias existent lorsque « le goût du musée n'est pas là ». En fait, les travaux menés montrent que la réception de ces dispositifs multimédias et leurs usages fonctionnent mieux auprès des *publics habituels et familiers* des musées, ceux-ci ayant une disposition favorable vis-à-vis du musée et des objets qui leur permettent des apprentissages et des approfondissements d'un point de vue éducatif et culturel.

## 4.2. Quelques exemples d'expérimentations et d'innovations numériques dans les musées du Grand Ouest

Une personne auditionnée pour l'étude dans le cadre de la thématique « musées et numériques » s'interrogeait : « Pourquoi y a-t-il si peu de musées numérisés aujourd'hui en Bretagne alors qu'il existe un écosystème favorable à l'innovation numérique ? ». Les exemples de stratégies ou d'actions numériques innovantes menées dans des musées du Grand Ouest amènent à nuancer ce constat d'un retard numérique des musées. Il se pourrait même que certains soient en avance dans l'intégration des technologies et usages numériques à leur stratégie en direction des publics.

Nous présenterons tout d'abord la stratégie numérique d'un musée du Grand Ouest à la pointe de l'innovation en ce domaine : le Musée d'histoire de Nantes (4.2.1). Puis, à travers l'exemple de l'évènement « Muséomix », nous verrons comment il est possible d'inventer, de manière collaborative et festive, de nouvelles médiations numériques (4.2.2). La politique d'ouverture des données publiques (*Open data*) du Centre Culturel des Champs Libres à Rennes, incluant le Musée de Bretagne, est un autre exemple d'innovation numérique (4.2.3). Les technologies de la réalité augmentée peuvent aussi être utilisées de manière ludo-éducative, ce qu'illustre le dispositif GAMME expérimenté au Musée des beaux-arts de Rennes (4.2.4). La Bretagne dispose, dans le champ du numérique, de réels atouts avec la présence d'entreprises innovantes telles qu'Artefacto par exemple (4.2.5), qui est associée à une scénographe indépendante, Laurence Chabot, dont le regard sur le développement des médiations numériques est éclairant (4.2.6). Enfin, nous verrons que la Région Bretagne n'est pas en reste, puisqu'elle intervient déjà à travers sa stratégie « Bretagne numérique », dans le champ muséal (4.2.7).

#### 4.2.1. Un musée à la pointe des stratégies numériques : le Musée d'histoire de Nantes

La stratégie numérique du Musée d'histoire de Nantes est une référence au niveau national, voire au-delà<sup>329</sup>.

##### > *Un musée pionnier dans le numérique*

Le Musée d'histoire de Nantes, au Château des Ducs de Bretagne, est un pionnier des technologies et usages numériques dans les musées. Depuis sa rénovation et sa réouverture en 2007, il a en effet développé de nombreux outils multimédias, en appui des médiations humaines (équipe de 16 médiateurs). Technologies et œuvres font l'objet d'une approche muséographique intégrée.

Même s'il figure dans les obligations de la Loi de 2002 sur les « musées de France », l'enjeu du rôle citoyen des musées, impliquant le développement de leur accessibilité et de la médiation auprès des publics, n'est apparu que tardivement en France. Il existe un décalage entre le temps des musées et celui des technologies et usages numériques, d'où la nécessité d'anticiper l'évolution de ces usages, d'investir en permanence et d'évaluer les actions menées.

##### > *Les objets ne se suffisent pas à eux-mêmes : il faut créer un récit interactif*

L'une des spécificités du Musée d'histoire de Nantes est qu'il n'a pas de « chefs d'œuvre » : les objets ne se suffisent pas à eux-mêmes pour attirer les visiteurs. Lors de la rénovation du musée, les conservateurs ont repensé la muséographie

---

<sup>329</sup> Audition de M. Christophe Courtin, Responsable des projets numériques au Musée d'histoire de Nantes - [http://www.chateaunantes.fr/fr/chateau\\_musee/le\\_musee/musee\\_d\\_histoire\\_urbaine/](http://www.chateaunantes.fr/fr/chateau_musee/le_musee/musee_d_histoire_urbaine/)

autour d'un  *récit*  médiatisé par les œuvres. Le musée a une histoire à raconter à travers les objets et pour cela, tous les moyens sont bons, y compris à travers une stratégie numérique : bornes interactives à un doigt ( *trackball* ) puis à deux (table tactile), écrans tactiles, applications, visite en 3 D de Nantes au XVIIIème, programmes interactifs en haute définition (depuis 2005)... Pour le musée, il faut être visionnaire et anticiper les mutations rapides des usages numériques, et cela même sans être sûr de pouvoir amortir ces investissements du fait de l'obsolescence rapide des technologies.

>  *S'adapter aux âges et capacités numériques de chacun*

Le musée doit par ailleurs évaluer régulièrement la réception de ces programmes innovants par les publics, la manière dont ils se les approprient... En la matière, il n'y a pas de règles : les attentes des publics face aux dispositifs numériques sont variées, évolutives dans le temps et au cours de la visite, changeantes selon l'âge. Sur ce dernier critère par exemple, Christophe Courtin constate que la visite virtuelle de Nantes en 3D qui se fait à l'aide d'un  *joystick*  est bien adaptée aux 6-35 ans. En revanche, pour des publics plus âgés, non familiarisés avec les jeux vidéo, le format plus classique d'une borne interactive est souvent préféré...

>  *Une stratégie numérique autour de 3 axes : réseaux sociaux, événements participatifs, bases de données collaboratives*

Aujourd'hui, la stratégie numérique du Musée d'histoire de Nantes s'organise autour de trois axes de développement :

- *le développement sur les réseaux sociaux : Facebook, Twitter, Dailymotion, blogs...*  L'enjeu, aux yeux du musée, est de rajeunir la pyramide des âges des visiteurs. A ce jour 30 % des visiteurs ont moins de 18 ans (gratuité, y compris pour les scolaires). On observe un creux de fréquentation entre 20 et 35 ans, puis celle-ci remonte ensuite. Ainsi, la fréquentation du musée selon l'âge est à l'inverse de celle des réseaux sociaux, d'où la nécessité de les investir... Par exemple, le musée a rencontré du succès en lançant un concours photos sur le réseau «  *Flickr*  » : photos de jardins japonais intégrables dans des programmes interactifs lors d'une exposition sur les samouraïs. A l'occasion du centenaire du début de la Première Guerre mondiale, un collectage d'articles, «  *Histoires de guerres*  » a été fait auprès de 15 structures de Loire-Atlantique, par l'intermédiaire du réseau social «  *Scoopit*  ».

- *l'organisation d'événements participatifs* tels que *Muséomix* en novembre 2013<sup>330</sup> qui a rassemblé près de 100 personnes pendant 3 jours au musée afin d'inventer de nouvelles formes et outils de médiation alliant art, numérique, fabrication d'objets...
- *les bases de données collaboratives*. L'idée est ici, selon la philosophie de *l'Open data*, de créer des bases de données ouvertes au public, qui puissent servir à la médiation, y compris par la création de nouvelles applications (ex : géolocalisation dans la ville d'objets confiés par le public sur le thème des deux Guerres mondiales).

> *3 enjeux d'avenir : géolocalisation intérieure, parcours géolocalisés dans la ville, ouverture des données*

S'agissant des perspectives de développement numérique du musée de Nantes, 3 enjeux d'avenir sont mis en avant :

- la géolocalisation en intérieur (le contenu d'une médiation se déclenche là où l'on est)
- les parcours géolocalisés dans la ville à partir de bases de données<sup>331</sup>
- l'ouverture des données publiques (*Open data*). En luttant contre les résistances à ce partage, dans un esprit de citoyenneté (ex : développer les images en format ouvert dans WIKIMEDIA<sup>332</sup>).

> *KJING : un projet expérimental de médiation numérique multi-supports*

Le Musée d'histoire de Nantes travaille actuellement sur un projet de nouvelles formes de médiation utilisant simultanément plusieurs supports numériques. Il le fait avec le laboratoire Erasme (*Muséolab*) du Département du Rhône<sup>333</sup> autour du projet KJING<sup>334</sup> : « La tablette du médiateur affiche un plan de l'exposition, les différents écrans disponibles et de tous ses médias. D'un geste du doigt, il peut envoyer instantanément des contenus (images, films, sons ou textes) sur n'importe quel écran, y compris *le smartphone* du visiteur. Pour ajouter un nouveau point de diffusion, il suffit de connecter un navigateur Web sur la bonne adresse. On ajoute très simplement des contenus à l'exposition, en les glissant-déplaçant (*drag and drop*) sur la page web de KJING ».

---

<sup>330</sup> L'événement Muséomix est présenté au point suivant

<sup>331</sup> Pour un exemple, voir ArtMaps, projet lancé en février 2014 par la Tate Gallery de Londres : <http://www.club-innovation-culture.fr/avec-artmaps-la-tate-propose-au-public-de-geolocaliser-les-oeuvres-de-sa-collection/>

<sup>332</sup> - Photos et images libres de droit sur Wikimedia : [http://commons.wikimedia.org/wiki/Main\\_Page](http://commons.wikimedia.org/wiki/Main_Page)

<sup>333</sup> <http://www.erasme.org/>

<sup>334</sup> <http://www.erasme.org/k-jing>

#### 4.2.2. Muséomix : « Passer de la conservation à la conversation »

Muséomix<sup>335</sup> est un événement réunissant, pendant quelques jours, dans un musée, des communautés pluridisciplinaires de créateurs pour inventer de nouvelles formes de médiations en lien avec les technologies, usages et objets numériques.

> « *People make museums* » : *co-créer de nouvelles expériences muséales sur le modèle du design*

« *People make museums* » (« les gens font les musées ») et « *Let's remix museums !* » (« Remixons les musées »), telle est la philosophie de Muséomix. L'un de ses co-fondateurs auditionné par le CESER, Samuel Bausson, définit Muséomix comme un événement de 3 jours où des *designers*, des développeurs, des créateurs, des professionnels des musées et de l'éducation, toutes sortes de gens divers et talentueux, se rassemblent, pour co-créer des prototypes qui inventent de nouvelles expériences dans les musées. Muséomix est une médiation entre des communautés et des collections. L'appropriation du musée se fait par la libre expression, la personnalisation et la co-création, selon les méthodes créatives inspirées du monde du *design*.

> *Passer « de la conservation à la conversation » : mettre en lien des communautés qui se prennent en main en « Open source »*

L'enjeu est de passer « de la conservation à la conversation » : Muséomix est d'abord un événement social avant d'être technologique. Le musée est mis en réseau, selon les méthodes du Web. Il devient un laboratoire participatif. Il s'agit de catalyser l'envie d'être et de faire ensemble. Par exemple, des techniciens et des codeurs se rencontrent, comme dans un « *fablab*<sup>336</sup> », pour construire un vrai prototype qui sera mis à l'épreuve du public.

Comment créer l'attention et l'envie d'en savoir plus ? Comment créer du lien avec les collections du musée ? A partir d'une idée, d'un scénario résumé (*pitch*), une équipe est constituée et animée par un *coach*. Les équipiers ont différents profils et partagent leurs savoirs et savoir-faire autour d'une idée (ex : faire vivre des meubles, faire danser un tableau...). L'objectif est de co-construire une médiation innovante qui contribue à faire changer le rapport du musée aux publics et réciproquement. Un scénario de visite est imaginé, par exemple à l'aide de briques de « Lego ». L'outil fabriqué n'est pas neutre, il est un langage.

Il n'y a pas de directeur à Muséomix : les communautés de créateurs se prennent en main elles-mêmes. Le concept est gratuit et ouvert au monde entier

---

<sup>335</sup> Audition de M. Samuel Bausson, co-fondateur Muséomix, Webmestre aux Champs libres à Rennes - - Diaporama d'audition de Samuel Bausson : <http://www.slideshare.net/samuelbausson/museomix>  
- Vidéo de Muséomix 2013 à Nantes : <http://www.youtube.com/user/Museomix>

<sup>336</sup> <http://www.labfab.fr/>

et se diffuse d'ailleurs rapidement : musées, bibliothèques<sup>337</sup>... Tous les prototypes créés sont en « *Open source* », c'est à dire sans droits d'auteurs. Ils peuvent être repris et améliorés par tout un chacun, comme un logiciel libre.

#### 4.2.3. La stratégie globale d'*Open data* des Champs Libres de Rennes, incluant le Musée de Bretagne

L'équipement culturel des Champs Libres<sup>338</sup> est engagé dans le mouvement d'ouverture des données publiques, ou *Open data*, et cela concerne le Musée de Bretagne<sup>339</sup>.

> *L'Open data pour se réapproprier les biens publics des musées, avant, pendant et après la visite*

Pour les Champs Libres, le numérique doit apporter une plus grande autonomie au citoyen, en lui permettant de se réapproprier les données du domaine public. L'équipement culturel de Rennes Métropole s'est donc engagé fortement dans le mouvement d'ouverture des données publiques ou *Open data*<sup>340</sup>.

Au Musée de Bretagne, comme dans d'autres lieux culturels, le numérique bouleverse le rapport au temps et à l'espace du visiteur : *avant, pendant et après* la visite. Le musée n'est plus seulement un lieu de transmission pédagogique mais aussi un espace de création que s'approprie l'utilisateur-citoyen.

> « *Les mystères de Rennes* » : un jeu interactif sur smartphone pour faire découvrir aux jeunes le patrimoine de la ville les inciter à se rendre au Musée de Bretagne

Le jeu « *Les mystères de Rennes*<sup>341</sup> » illustre les possibilités nouvelles du numérique. En partenariat avec la Société Regards, les Champs Libres ont répondu à un appel à projet du Ministère de la culture pour concevoir un jeu-concours ciblant les publics jeunes de 18-25 ans qui fréquentent assez peu, par eux-mêmes, le Musée de Bretagne. Le principe est de répondre à des questions sur la ville de Rennes en faisant le lien avec les collections du musée de Bretagne. Pour commencer le jeu, le joueur n'est pas obligé de se rendre physiquement au musée. Entre janvier et juin 2013, le jeu a rassemblé près de 4 000 joueurs dont la majorité avait entre 18 et 35 ans. Même s'il reste très difficile de toucher les 15-18 ans, le numérique permet d'aller vers de nouveaux publics et usages. Au vu du succès de la saison 1 du jeu, il est envisagé une

---

<sup>337</sup> Muséomix appliqué aux bibliothèques (ex : Rennes 2013) <http://biblioremix.wordpress.com/>

<sup>338</sup> Site des Champs Libres : <http://www.leschampslibres.fr/>

<sup>339</sup> Audition de M. Lilian Madelon, responsable du service des relations extérieures aux Champs Libres, Rennes métropole

<sup>340</sup> Site de Rennes métropole sur l'Open data : <http://www.data.rennes-metropole.fr/>

<sup>341</sup> Site Web du jeu « *Les mystères de Rennes* » : <http://www.lesmysteresderennes.fr/>

saison 2 en lien avec les acteurs du tourisme avec une possibilité de suivi des joueurs, dans la ville, par géolocalisation.

> *Ouvrir les données publiques du patrimoine, par exemple celles du Musée de Bretagne*

L'*Open data* ne va pas de soi : il faut en effet souvent acquitter une redevance, même minime, pour partager les données (ex : photo d'une œuvre dans certains musées<sup>342</sup>). Les Champs Libres, notamment le Musée de Bretagne et la Bibliothèque de Rennes Métropole, souhaitent s'inspirer des principes de l'*Open Knowledge Foundation*<sup>343</sup> (OKF), une association à but non lucratif de droit britannique promouvant la culture libre, en particulier les contenus libres et l'*Open data*. Le Ministère de la culture français a noué un partenariat avec l'OKF afin de créer un « Calculateur du domaine public français » (projet de démonstrateur au premier trimestre 2014) à partir d'un *corpus* de métadonnées culturelles issues de la Bibliothèque nationale de France et de la Médiathèque de la Cité de l'architecture et du patrimoine. Ce « calculateur » doit permettre d'identifier automatiquement les œuvres du domaine public pouvant faire l'objet d'une diffusion libre et gratuite auprès du public. Le Portail des cultures de Bretagne, *Bretania*, ouvert depuis février 2014, va en ce sens<sup>344</sup>.

#### 4.2.4. Un « Guide augmenté mobile pour les musées et les expositions » (GAMME) expérimenté au Musée des beaux-arts de Rennes

Le Musée des beaux-arts de Rennes a expérimenté auprès de jeunes publics un dispositif innovant de guide multimédia utilisant la technologie de la réalité augmentée. Nous présentons ici le bilan qui en a été fait par le service des publics du musée<sup>345</sup>, en lien avec ses partenaires.

> *Un outil expérimental et collaboratif pour une médiation en réalité augmentée*

Le service des publics du Musée des beaux-arts de Rennes (MBAR) existe depuis une vingtaine d'années. Composé d'une conservatrice et de 4 médiatrices, il est au cœur d'un réseau ouvert au jeune public scolaire et hors temps scolaire, de la maternelle au lycée, au public adulte. Il propose des visites accompagnées pour les adultes et pour les jeunes ainsi que des ateliers pour ces derniers. Ses offres culturelles visent à permettre au visiteur d'être autonome et instruit dans sa visite des collections permanentes et des expositions temporaires.

Déjà sensibilisé aux technologies nouvelles (ex : visites d'œuvres avec MP3, visites en 3 D sur une borne lors de travaux), le MBAR a été contacté par une

---

<sup>342</sup> De plus en plus de musées autorisent aujourd'hui la prise de photos par les visiteurs.

<sup>343</sup> Open Knowledge Foundation en France et Calculateur du domaine public : <http://fr.okfn.org/> et <http://fr.okfn.org/calculateur-du-domaine-public/>

<sup>344</sup> Voir présentation de *Bretania* ci-après.

<sup>345</sup> Audition de Mme Laurence Imbernon, Conservateur au Musée des beaux-arts de Rennes, responsable du service des publics du Musée des beaux-arts de Rennes

équipe d'Orange Labs en 2007 pour développer et expérimenter, sur un mode collaboratif, un guide de visite individuelle du musée en réalité augmentée (RA). D'un côté, pour Orange, il s'agissait de répondre à des enjeux scientifiques : concevoir de nouvelles formes d'interaction entre monde réel et virtuel, avec leurs implications techniques et économiques. De l'autre, pour le service de médiation du musée, l'enjeu était de préparer un guide multimédia à destination des visiteurs en conservant ce qu'est l'apport spécifique du musée, à savoir transmettre des connaissances substantielles sur les œuvres, en l'occurrence des peintures. Le musée souhaitait en effet, à travers ce guide, pouvoir se livrer à des explorations sur les œuvres, entreprendre des recherches pour enrichir les connaissances du visiteur, préserver la relation directe à l'œuvre en faisant en sorte que la technologie ne soit pas un obstacle à la contemplation (ce qu'a permis en particulier le travail avec une ergonome de l'équipe d'Orange).

Le service de médiation a dû réfléchir très vite à un contenu et cibler un public : les 15-24 ans, qui fréquentent assez peu le musée par eux-mêmes et ont une forte « culture de l'écran ». A partir de recherches documentaires, de connaissances et médiations existantes, le service des publics a pu concevoir la mise en forme, en image et en son de ses propres ressources photographiques, cinématographiques et sonores. A partir de ces bases, un dialogue incessant entre essais techniques et demandes de contenu s'est établi avec les partenaires d'Orange.

La demande du musée à l'égard de ce système de documentation et d'information de pointe était la suivante : l'outil technique devait intégrer les théories pédagogiques de la médiation en étant au service de la connaissance de l'œuvre. En effet, selon la responsable du service des publics du Musée des beaux-arts de Rennes : « Dans notre principe pédagogique, l'accès à l'œuvre prévaut dans toute l'animation, elle est la base à partir de laquelle le processus pédagogique se fonde. Notre théorie pédagogique repose sur l'interaction entre l'humain et l'objet ». Dans une médiation, le temps de l'observation est primordial. Le visiteur doit être capable, à un moment donné, de décrire ce qu'il voit. Enfin, il doit pouvoir placer l'objet dans un contexte d'ordre pratique, historique et sociologique. Une médiation, c'est l'accès à l'objet et à l'information. La visite est recréée pour chaque visiteur, le musée restant le lieu où peut advenir l'expérience créatrice de la découverte de l'œuvre. Tout en gardant une présentation ludique, le musée a donc veillé à conserver sans cesse un contenu de qualité, ce qui a été possible car la technologie de la réalité augmentée fonctionne bien avec ces principes de médiation.

*> Un « avatar » et un scénario pour relier les œuvres entre elles de manière ludique et pédagogique*

Dans la « version 1 » du guide est introduit un petit personnage, « M. Aliviou », avatar<sup>346</sup> virtuel d'un conservateur du patrimoine faisant une étude sur les collections. Un scénario relie les œuvres entre elles à travers un récit. Il s'agissait d'inventer un langage parlé, ludique mais qui ne soit « ni emprunté, ni mièvre ». Le thème retenu, relié à l'histoire de l'art, est celui de l'inspiration. Il permet d'effectuer des rapprochements entre les œuvres de périodes différentes et ainsi, de parcourir les salles du musée de manière non chronologique. Quatre sous-thèmes ont été retenus : la copie pour apprendre, la référence ou « artiste sous influence », l'hommage et l'appropriation.

La « réalité augmentée » permet de faire connaître de manière ludique des informations sur le contenu des œuvres, celles figurant habituellement sur les « cartels », souvent rebutantes pour les jeunes publics. Le musée est très attaché à cette « version 1 » qui a demandé un investissement de plusieurs mois aux médiatrices et qui permet une véritable invention du parcours, qui correspond bien à sa manière de travailler en termes de médiation.

La « version 2 » du guide concerne quant à elle le parcours de la salle Rubens autour de peintures du XVII<sup>e</sup> siècle. Plus classique, il est dépourvu de scénario. L'activité de la tablette tactile se déclenche seule, le visiteur est plus passif. Pour le musée, l'intérêt est de disposer d'une plus grande liberté d'action sur le plan de la médiation, car il s'agit d'un « outil-auteur » mis à disposition par Orange pour lancer d'autres parcours de médiation.

*> Malgré l'intérêt de l'expérimentation, le bilan n'est pas à la hauteur du fort investissement des partenaires*

*- Les apports positifs de la démarche pour le service des publics du musée*

Pour Laurence Imbernon, l'expérience a permis au service de médiation, d'une part, une réévaluation de ses connaissances en pédagogie, d'autre part, une nouvelle prise de conscience du musée en tant que lieu, espace que l'on peut parcourir autrement que de manière linéaire ou chronologique. Le guide mobile a permis, dans les recherches, de rester très libre dans l'approche des œuvres entre elles : la juxtaposition de contenus s'est avérée utile. GAMME permet aussi une visite individuelle qui résout la question de la simultanéité des médiations dans une même salle. Cette technologie, qui concernait l'ensemble de la *collection permanente* du musée -une première en France- était non intrusive. Les capteurs électroniques étaient en effet invisibles : la muséographie était respectée (pas besoin de QR Codes à afficher à côté des œuvres).

---

<sup>346</sup> Personnage virtuel à travers lequel le visiteur se projette pour effectuer sa visite

Mais, pour le musée, la technologie ne remplace pas *le contenu*. Elle est un outil pour que le visiteur se pose des questions, réfléchisse face à l'œuvre. Pour cela, la collaboration, le dialogue, la réflexion intellectuelle, très en amont, entre ingénieurs, techniciens, ergonomes et médiateurs du musée ont été très positifs. Ils ont même permis d'inventer un nouveau langage par questionnement, un nouveau mode de transmission de l'information. L'essentiel, pour le musée, était que la lisibilité permette de rester dans le contenu didactique. La méthodologie est donc bien restée celle de la médiation utilisée à travers la technologie.

- *Les limites de l'expérimentation*

Les résultats restent, malgré tout, à relativiser au regard de la longueur et de la lourdeur de la démarche. Le coût global de GAMME est estimé à 1,5 M€ HT. Entre le temps de conception du projet et sa mise à disposition des visiteurs, il s'est écoulé près de 4 ans (2007-2010/2011) : la technologie utilisée (5 tablettes et 1 table numérique tactile) était déjà presque caduque. A signaler aussi le problème de la recharge des tablettes avant chaque utilisation. Des visiteurs n'étaient pas à l'aise pour jouer du fait de la lourdeur et de la lenteur du dispositif. L'expérience n'a concerné que 5 à 12 visiteurs par semaine, plutôt dans la tranche d'âge des 12-18 ans (alors que la cible initiale était plutôt les 15-25 ans), ce qui constitue un public relativement restreint. Le temps de la visite avec GAMME était d'environ 1h15, ce qui a pu paraître un peu long à certains jeunes.

- *Les suites de l'expérimentation*

L'expérience a été suspendue depuis l'été 2013 du fait du décrochage de certains tableaux du parcours, ceux-ci ayant été prêtés temporairement à d'autres musées. En l'attente du retour des œuvres jalonnant le parcours de GAMME, le service des publics du Musée des beaux-arts de Rennes pense que le handicap de la lourdeur du dispositif pourrait être résolu par le développement de nouvelles applications de visite plus légères sur *smartphone*, ce qui serait, de surcroît, moins coûteux. Cela pose la question de l'arbitrage financier entre accompagnement humain (médiateurs) et outils technologiques<sup>347</sup>...

#### 4.2.5. Exemple d'une entreprise bretonne à la pointe de la réalité virtuelle et augmentée dans la muséographie : Artefacto

Créée par deux architectes en 1998, Artefacto<sup>348</sup> est une entreprise régionale de haute-technologie qui conçoit et produit des outils de communication en 3 D, en particulier dans le champ de la réalité virtuelle et augmentée. Parmi ses

---

<sup>347</sup> Sur cette problématique, voir notamment l'article de François Coulon, Conservateur au Musée des beaux-arts de Rennes, « *Dupont, Martin, Lebrun et les autres* » dans la revue ATALA du Lycée Chateaubriand de Rennes (N°16, 2013, pp 103-117).

<sup>348</sup> <http://www.artefacto.fr/>

nombreux champs d'intervention (architecture, urbanisme...), on trouve en particulier celui des arts et de la culture, incluant la muséographie. Lors de son audition, Erwan Mahé, son gérant, a présenté les technologies actuelles (2014) et celles en cours de développement qui permettent de concevoir des visites et médiations en réalité augmentée dans les musées et leurs expositions :

- GPS, accéléromètre, gyroscope,
- Recalage 2D,
- Recalage 3D,
- Recalage 2D/3D (formes et textures),
- SLAM (reconnaissance de points dans l'espace, l'ordinateur peut alors faire apparaître,
- n'importe quoi),
- Fusion de capteurs (combinaison de toutes les technologies précédentes, actuellement au stade du laboratoire).

Parmi quelques acteurs incontournables du secteur on peut citer l'INRIA (en partenariat avec Artefacto), Orange (notamment sur le SLAM), Total immersion, METAIO<sup>349</sup> (Allemagne), QUALCOMM...

Les dispositifs d'affichage en 3 D sont un autre axe de développement de la réalité augmentée :

- écrans,
- projection/holographie (cf. programme de recherche IRT B-COM, concrétisation d'ici 3-6 ans),
- casques : casques traditionnels (Sony), *Google glass*, Casques « Optivent » (entreprise rennaise, informations projetées sur l'écran)... en attendant les lentilles de contact numériques.

Ces dispositifs numériques innovants font l'objet de recherches en Bretagne (ex : IRT B-COM, Pôle Images et réseaux<sup>350</sup>) et les musées, comme d'autres espaces scientifiques et culturels, peuvent en constituer à la fois un terrain d'expérimentation (technologies et usages) et une vitrine technologique. Parmi quelques expérimentations en réalité augmentée ayant eu lieu ou toujours en cours en Bretagne, on peut citer, en lien avec Artefacto :

- le Château de Trévarez<sup>351</sup> dans le Finistère : reconstitution virtuelle de l'ancien décor d'une pièce du château visible par les visiteurs sur tablette numérique et application pour la journée du patrimoine en 2011 ;

---

<sup>349</sup> <http://www.metaio.com/>

<sup>350</sup> <http://www.images-et-reseaux.com/fr>

<sup>351</sup> Château de Trévarez [http://www.youtube.com/watch?v=2egNufiRG\\_0](http://www.youtube.com/watch?v=2egNufiRG_0)

- la visite en réalité augmentée du futur Centre des congrès de Rennes au Couvent des Jacobins (2010) ;
- le dispositif vidéo de l'exposition temporaire « Parce Queue », « Queuematon<sup>352</sup> » créé pour l'Espace des sciences des Champs libres à Rennes (vidéo interactive du visiteur avec une queue de dragon)
- les projections d'images en Très haute définition (THD) lors du Festival interceltique de Lorient (apparition de dragons virtuels sur la scène) ;
- le jeu pédagogique en réalité augmentée « Les seigneurs de Montfort » (*serious game*) pour la visite du château de Montfort-sur-Meu (35) en lien avec l'Ecomusée du Pays de Brocéliande en 2013 ;
- le spectacle interactif « Anne de Bretagne »<sup>353</sup>, Place du Parlement à Rennes (été 2013), en partenariat avec la société Spectaculaires<sup>354</sup> (ex : *mapping*<sup>355</sup> interactif avec les spectateurs par le biais d'une application téléchargeable sur *smartphone*).

Ces quelques exemples illustrent la créativité de la Bretagne dans le champ de l'innovation numérique culturelle et patrimoniale. Cet écosystème numérique régional favorable est une réelle chance à saisir par les « musées de France » et leurs services des publics.

#### 4.2.6. Regard d'une scénographe indépendante sur le développement de la médiation numérique dans les musées

Laurence Chabot est scénographe indépendante à Nantes<sup>356</sup>. Considérant que les technologies numériques sont « un nouveau langage pour les médiations », elle participe à de nombreux projets culturels innovants en Bretagne et au-delà. Certains concernent directement des musées. Lors de son audition, elle a pu en présenter quelques exemples en faisant part de son regard et de ses réflexions de scénographe.

> *Les technologies numériques : un nouveau langage pour les médiations*

Laurence Chabot constate une demande croissante de techniques de médiation. Aujourd'hui, dans son activité de scénographe, elles représentent près de 90 % de ses projets de travail. Elle définit la scénographie avant tout comme une démarche de traduction entre les experts et le grand public. Les techniques

---

<sup>352</sup> - « Queuematon » <http://www.youtube.com/watch?v=ntVpxgPGmbs>

<sup>353</sup> <http://rendez-vous-parlement.com/>

<sup>354</sup> - <https://fr-fr.facebook.com/pages/Spectaculaires/389208004439097>

<sup>355</sup> *Mapping* : technologie multimédia permettant de projeter du son, de la lumière, des images, des vidéos sur des structures en relief, tels que des murs de monuments.

<sup>356</sup> Voir les actions et projets de Laurence Chabot : <http://www.laurencechabot.fr/>

numériques représentent un nouveau langage pour y contribuer auprès de visiteurs en attente d'approches innovantes.

> *Déjà plusieurs expérimentations innovantes en Bretagne*

Laurence Chabot a participé à la création du jeu en réalité augmentée « Les seigneurs de Montfort ». Un avatar virtuel permet au visiteur de progresser sur un plateau de jeu dont l'objectif est la conquête du château de Montfort-sur-Meu. Le jeu n'est pas une fin en soi, il sert l'interprétation.

Elle participe aussi au programme de recherche intitulé « Machine à explorer le temps<sup>357</sup> » (MAELT) soutenu dans le cadre des investissements d'avenir et du pôle de compétitivité « Images et réseaux ». Ce projet utilisant la réalité augmentée multi-supports, fait l'objet d'un partenariat entre les entreprises « Artefacto » et « Spectaculaires » (voir point précédent).

La scénographe cite aussi l'exemple du centre d'interprétation des fouilles archéologiques de Carhaix qui développe des outils numériques pour mener une enquête sur les objets. Ainsi, à travers un simple fragment, une amphore entière peut apparaître, au visiteur, en réalité augmentée sur un écran.

Les technologies numériques permettent aussi au visiteur d'interagir sur son environnement bâti ou naturel (ex : visite du Couvent des Jacobins à Rennes avec visualisation en 3 D du futur Centre des congrès). Grâce à une tablette, le visiteur du Château de Trévarez dans le Finistère, peut visualiser la beauté de ses anciens décors.

> *L'écran interactif enrichit l'expérience de visite*

Pour Laurence Chabot, le fait qu'un écran « s'intercale » entre le visiteur et l'œuvre n'est pas un problème. La réalité augmentée vient au contraire « enrichir l'expérience de visite<sup>358</sup> ». Elle permet de concentrer l'attention sur certains détails et d'agir, par des effets de sensation et d'émotion, sur le ressenti du visiteur. Elle cite l'exemple du Musée du loup au Cloître Saint-Thégonnec (29) où le visiteur voit son image se transformer en loup garou (*morphing*) !

L'immersion numérique permet, selon elle, une vraie rencontre avec le visiteur. Par exemple, il existe un projet pour replacer de l'eau devant le Château des Ducs de Bretagne à Nantes ou pour représenter des scènes de vie dans le Château avec des personnages. Il ne s'agit pas ici de « faire du Disney » mais de répondre à une demande du public *sous contrôle scientifique*. Un autre exemple d'immersion numérique est le projet « Mers et merveilles » qui donne au visiteur, à l'aide d'un casque de plongée virtuel, l'impression de « plonger dans

---

<sup>357</sup> Investissement d'avenir, programme de recherche « Machine à explorer le temps » : <http://www.maelt.fr/>

<sup>358</sup> Cette notion « d'enrichissement » fait débat, le numérique ayant aussi ses limites et parfois, ses illusions, comme l'ont souligné les conservateurs et médiateurs rencontrés pour l'étude du CESER.

le bleu infini de l'océan ». Si cette animation rencontre du succès auprès des jeunes publics, elle intéresse aussi les publics plus âgés, ce qui illustre, selon elle, que la segmentation des dispositifs par l'âge est de moins en moins opérantes.

> *Rendre le visiteur acteur, plus autonome et favoriser l'accessibilité*

Laurence Chabot voit plusieurs autres bénéfices associés aux technologies et usages numériques. Il est ainsi possible de rendre le visiteur davantage acteur de sa visite en lui permettant de créer son propre parcours personnalisé, selon son âge, ses centres d'intérêt, sa culture... Les outils numériques pourraient donc rendre le public plus autonome, comme l'illustre le succès de l'utilisation des tablettes en réalité augmentée au Château de Trévarez.

Une autre application importante des outils numériques est l'amélioration de l'accessibilité des lieux et collections aux personnes en situation de handicap. Par exemple, l'accès à la Tour Vauban de Camaret-sur-mer étant matériellement impossible pour des personnes à mobilité réduite, un espace d'accueil a été créé avec remise de tablette numérique permettant une visite virtuelle à 360°. L'outil numérique est ici un des moyens de compensation du handicap.

*Pour aller plus loin sur les musées et le numérique :*

- Club innovation&Culture France : <http://www.club-innovation-culture.fr/>
- Quelques musées exemplaires sur le numérique :  
<http://www.museum.toulouse.fr/>  
<http://www.louvre.fr/visites-en-ligne>  
[http://www.marseille.fr/siteculture/jsp/site/Portal.jsp?page\\_id=57](http://www.marseille.fr/siteculture/jsp/site/Portal.jsp?page_id=57)  
<http://www.parismuseesjuniors.paris.fr/>  
<https://www.rijksmuseum.nl/>  
<http://www.tate.org.uk/visit/tate-modern/things-to-do/bloomberg-connects-interactive-activities>  
<http://www.vam.ac.uk/channel/>  
<http://www.clevelandart.org/gallery-one> et  
<http://www.youtube.com/watch?v=qWJqd6lyJ-E>  
[http://www.museedelagrandequerre.eu/au\\_coeur\\_du\\_quotidien\\_dun\\_poilu](http://www.museedelagrandequerre.eu/au_coeur_du_quotidien_dun_poilu) et <https://fr-fr.facebook.com/leon1914>
- Mouvement artistique « *Bring your own beamer* » (*beamer* : vidéoprojecteur) :  
<http://www.byobworldwide.com/>
- Se prendre en photo en sautant dans les musées pour se les approprier :  
<http://jumpinginartmuseums.blogspot.fr/>
- Réseau social *Tweeter* utilisé pour promouvoir la Nuit des Musées ou partager ses expériences de visite lors de la « Museum Week »  
<https://twitter.com/NuitdesMusees>  
<https://twitter.com/TheMuseumWeek>
- Réseau social *Pinterest* : ex : *Maurice Denis et la Bretagne* :  
<http://www.pinterest.com/mauricedenis/maurice-denis-et-la-bretagne/>  
Ex : *MuseumWeek au musée de Bretagne 24-30/03/2014* -  
<http://www.pinterest.com/leschampslibres/museumweek/>

#### 4.2.7. Actions de la Région Bretagne en lien avec les musées et le numérique

S'il est un enjeu majeur pour l'avenir des « musées de France » en Bretagne, c'est bien celui de leur développement numérique qui ne doit pas se substituer mais compléter leur développement humain : il s'agit d'utiliser l'outil numérique et l'écran pour aller au réel. La Région Bretagne est très investie dans le développement des infrastructures, technologies et usages numériques, à travers sa stratégie « Bretagne numérique » et d'accès au très haut débit pour tous. Nous présenterons ici deux dimensions de cette stratégie concernant très directement les musées et dans lesquels ils sont d'ailleurs d'ores et déjà impliqués : le Portail des cultures de Bretagne (*Bretania*) et les futurs Espaces numériques de la connaissance (ENC).

> *Les musées et « Bretania », le nouveau portail des cultures de Bretagne*

- *Les musées sont déjà partie-prenante de Bretania*

*Bretania*<sup>359</sup>, le « portail des cultures de Bretagne » (aussi intitulé « Bibliothèque numérique de Bretagne »), est un service d'accès à des archives patrimoniales et culturelles numérisées provenant de fonds divers : livres, patrimoine oral, photothèques, collections des musées, manuscrits anciens, fonds radios-TV-presse quotidienne régionale, archives audiovisuelles... Les musées sont donc directement concernés. L'Association régionale des Conservateurs des Musées de Bretagne (ARCMB) en est d'ailleurs partie-prenante.

- *Faire le lien avec les portails GALLICA et EUROPEANA*

Pour créer ce service, la Région Bretagne s'est inspirée du portail européen EUROPEANA et du portail national de la Bibliothèque nationale de France (BNF), GALLICA. Le principe est celui d'un moteur de recherche culturel permettant l'accès à des données partagées entre différents fonds documentaires. Ce « portail-moteur de recherche » est souvent plus performant et plus fiable, dans les résultats obtenus, qu'un moteur généraliste de type Google.

La création du Portail des cultures de Bretagne depuis février 2014 s'inscrit dans la politique culturelle de la Région : patrimoine culturel immatériel, diversité culturelle et numérique. Il est l'un des 10 projets phares de la stratégie « Bretagne numérique ». Le Conseil régional souhaite en particulier valoriser, diffuser et transmettre les cultures populaires de Bretagne.

---

<sup>359</sup> <http://www.bretania.fr/exploitation/>

- *Donner de la visibilité aux nombreux fonds numériques existants en Bretagne.*

La création du Portail régional résulte de plusieurs séries de constats :

- il existe de très nombreux fonds culturels et patrimoniaux numérisés en Bretagne : Institut National de l'Audiovisuel Atlantique (INA), bibliothèques municipales, Archives départementales et municipales, Universités, Cinémathèque de Bretagne, photothèques, médias locaux, musées... Le patrimoine numérique régional est riche. Son *corpus* est en devenir et il existe d'importantes opportunités : appétence des publics, partenariats potentiels (avec des entreprises régionales à la pointe), des dynamiques autour du patrimoine culturel immatériel...
- la visibilité de ces fonds est perfectible et leur valorisation est limitée. Les collaborations entre détenteurs de données sont rares et celles avec des partenaires extérieurs restent ponctuelles.
- le Conseil régional entend jouer un rôle « d'ensembliser » pour disséminer et valoriser les fonds.

Au vu de cet état des lieux, la Région s'est fixée 3 objectifs : améliorer la visibilité de ce patrimoine, faciliter les partenariats pour permettre une meilleure valorisation des fonds, offrir une nouvelle perspective aux projets de numérisation/production numériques. A l'exception du fond du service de l'inventaire (GLAD<sup>360</sup>), le Conseil régional n'est pas propriétaire de fond. Il entend jouer un rôle « d'ensembliser », de mise en réseau des détenteurs de fonds, d'encouragement des partenariats publics et privés. Le Portail est une co-construction dont la gestion a été confiée à l'association Bretagne Culture Diversité (BCD) dont le siège est à Lorient.

Le Conseil régional identifie 5 principaux enjeux du Portail « Bretania » :

- l'accord et la coopération des détenteurs de patrimoine numérisé,
- le volume et la pertinence des contenus,
- la dissémination des données,
- la médiation,
- le développement des partenariats.

S'agissant de l'enjeu central de « la dissémination », il s'agit d'inscrire le Portail des cultures de Bretagne au cœur des réseaux existants et en lien avec les autres portails existants, notamment EUROPEANA<sup>361</sup> et GALLICA<sup>362</sup>. Cette dissémination en réseau s'effectue au-delà des portails nationaux et européens : réseaux sociaux, sites touristiques, sites universitaires... ce moissonnage

---

<sup>360</sup> <http://patrimoine.region-bretagne.fr/main.xsp>

<sup>361</sup> - <http://www.europeana.eu/>

<sup>362</sup> <http://gallica.bnf.fr/>

régional suppose un très important travail de mise en compatibilité technique des fonds, à travers le partage d'une « grammaire » et d'un vocabulaire techniques communs.

- *Les « musées de France » sont un gisement de contenus pour le portail et réciproquement*

En quoi les « musées de France » sont-ils concernés ? Ils sont, on l'a vu, détenteurs de fonds numérisés et sont déjà partie-prenante de Bretania à travers la participation de l'Association régionale des Conservateurs. Ils sont donc des contributeurs potentiels. Le Portail pourra aussi constituer un gisement de données pour l'activité scientifique des conservateurs. Chaque institution détenteur de fonds a ses spécificités. La composition du groupe de travail chargé de co-construire le portail reflète cette hétérogénéité des partenaires. L'association Bretagne Culture Diversité<sup>363</sup> (BCD) se donne pour mission de les faire se rencontrer et de les accompagner. Il est important de noter que les documents auxquels renvoie le portail restent chez les contributeurs. Seules les notices descriptives figurent sur Bretania. Quant aux données des fonds, elles sont libres de droit. Pour diffuser le patrimoine de Bretagne, BCD a pour mission de créer des médiations entre les collections et les usagers. Par exemple, elle travaille avec des partenaires pour réaliser une rubrique « Découvrir la Bretagne » qui renverra à plus de 60 dossiers thématiques. Cette rubrique sera consultable à partir d'une application mobile avec une entrée chronologique et géographique (carte interactive). BCD souhaite s'inspirer, pour ce faire, du portail numérique réalisé en Aquitaine<sup>364</sup> (ex : fouilles archéologiques pour les jeunes publics).

- *Pourquoi ne pas relayer et prolonger numériquement les expositions temporaires des « musées de France » ?*

Enfin, le Portail pourrait constituer un relais des expositions physiques permanentes et surtout temporaires : en amont, pendant et en aval. Il est donc un moyen, pour les musées, de trouver un partenaire de plus pour leurs expositions. Le portail pourrait ainsi préparer, faire vivre et *prolonger l'expérience des visiteurs* de musées.

---

<sup>363</sup> <http://bcddiv.org/>

<sup>364</sup> Banque numérique du savoir d'Aquitaine (BNSA) sur les patrimoines : <http://bnsa.patrimoines.aquitaine.fr/>

> *Les futurs Espaces numériques de la connaissance et les musées*

Les Espaces numériques de la connaissance (ENC) s'inscrivent également dans la stratégie globale « Bretagne numérique » de mai 2011 qui définit 3 axes de développement :

- le Très haut débit pour tous (*Megalis*),
- l'aide à l'économie numérique,
- le développement des usages : portail des cultures de Bretagne et Espaces numériques de la connaissance.

Les ENC nécessitent une cohérence numérique globale pour être développés. Ils sont au carrefour, d'une part, de plusieurs politiques du Conseil régional : formation, culture, patrimoine, tourisme, aménagement du territoire... D'autre part, d'un important réseau de détenteurs de connaissances : données de la Région elle-même (Portail des cultures de Bretagne « Bretania », *Open data*...), données des partenaires (associations, enseignement/recherche, équipements culturels...), autres données issues du *crowdsourcing* auprès des partenaires ou du grand public...

- Encore en phase expérimentale, les ENC visent la haute qualité numérique : Web 3D, Réalité augmentée, Immersion en réalité virtuelle

Les ENC, qui sont encore en 2014, en phase expérimentale, visent des technologies et usages à très haute qualité numérique. L'idée est de mutualiser autant que possible les coûts élevés de R&D pour qu'ils ne pèsent pas sur les acteurs et utilisateurs des ENC, qui pourront être des musées par exemple. Pour ce faire, la Région s'est liée à quelques partenaires afin de développer « des démonstrateurs » dans les 3 domaines suivants :

- portail Web avec de la 3D,
  - réalité augmentée (RA),
  - réalité virtuelle (immersion).
- Les « démonstrateurs » en cours d'expérimentation : des ENC sans frontières

Le marché des « démonstrateurs<sup>365</sup> » a été attribué à l'entreprise rennais Artefacto<sup>366</sup>. Par exemple, celle-ci travaille sur un projet d'immersion virtuelle pour l'Abbaye de Bon Repos dans les Côtes d'Armor. Un démonstrateur a également été réalisé sous la forme d'un jeu pédagogique en réalité augmentée, « Les seigneurs de Montfort », pour la visite du château de Montfort/Meu en Ille-et-Vilaine. On peut aussi citer l'expérimentation d'une application pour préparer les visites dans le cadre de la manifestation « L'art dans les chapelles » (56 et

---

<sup>365</sup> Actions expérimentales avant éventuel développement

<sup>366</sup> Voir ci-avant

22). Cette application permet au visiteur d'obtenir des explications des artistes sur les œuvres exposées mais aussi d'avoir des données touristiques comme par exemple, la possibilité de réserver un hôtel...

L'application des ENC est très diverse : enseignement, tourisme, culture... Les données générées deviennent des données publiques, libres de droit, ce qui permet aux utilisateurs d'en faire leurs propres usages. Par exemple, un enseignant peut télécharger des données sur les chevaliers de Montfort pour travailler sur les armures médiévales avec ses élèves.

- Un enjeu central : fiabiliser les données

L'enjeu des ENC est non seulement de constituer une plate-forme de diffusion de connaissances mais surtout de *fiabiliser* les données qu'on y trouve. Il ne s'agit pas de faire un moteur de recherche de type « Google », mais bel et bien de mettre en réseau des *données de référence* : INSEE, Musées, Universités, service de l'Inventaire de la Région... L'enjeu de la *validation scientifique* des données est donc essentiel pour les ENC. C'est un préalable indispensable à toute exploitation pédagogique des ENC par les enseignants ou les élèves par exemple.

- Donner l'envie d'apprendre, de découvrir, de s'ouvrir sur le monde et... de ne pas rester devant son écran

Pour le Conseil régional, les ENC doivent donner l'envie d'apprendre, de découvrir et « surtout pas de rester devant son écran ». Par exemple, une réflexion a lieu avec le service de valorisation du patrimoine du Conseil régional sur l'application des ENC à la valorisation du patrimoine archéologique sous-marin. L'idée serait de créer une application avec géolocalisation permettant de faire apparaître, en réalité augmentée, des épaves qui sont à proximité des lieux de visites touristiques sur le littoral. On peut imaginer aussi des applications permettant d'effectuer des visites virtuelles des phares en mer, avec des renvois vers des sites, équipements et contenus culturels locaux : musées, bibliothèques... Les progrès de la numérisation 3D à haute vitesse (ex : scanners 3D) permettront même bientôt de pouvoir scanner un menhir en quelques instants et à moindre coût. Les ENC sont aussi un moyen de s'ouvrir sur le monde en créant des liens avec des lieux de connaissances étrangers, européens...

## 5. Les actions du Conseil régional concernant plus ou moins directement les « musées de France »

La Région Bretagne mène une politique volontariste de soutien aux « musées de France » en Bretagne. Elle le fait directement, à travers sa politique de sauvegarde et de valorisation du patrimoine (5.1), mais aussi par ses actions en

faveur de la jeunesse (5.2). D'autres politiques sectorielles sont concernées telles que la formation, le transport, la culture, le tourisme, le numérique... (5.3)

Le rôle éducatif et culturel des musées apparaît ainsi à la croisée de plusieurs enjeux et politiques régionales qui sont, le plus souvent, partenariales.

### 5.1. Le soutien direct de la Région aux « musées de France » via sa politique patrimoniale

La politique muséale régionale est intégrée à la politique plus globale de « révélation » (inventaire), de sauvegarde et de valorisation des patrimoines de la Région Bretagne. Au niveau administratif et budgétaire, elle est étroitement reliée à la politique touristique du Conseil régional, et non à sa politique culturelle, même si des passerelles existent avec cette dernière. D'une manière générale, si la Région Bretagne soutient principalement *l'investissement* des « musées de France », en partenariat étroit avec l'Etat en Région (DRAC Bretagne), elle se préoccupe aussi de la sensibilisation et de l'éducation au patrimoine des publics, en particulier des jeunes.

> *Politique du patrimoine et actions de soutien aux « musées de France »*

La Région intervient paritairement avec l'Etat pour l'enrichissement (Fonds régional d'acquisition pour les musées – FRAM) et la restauration (Fonds régional d'aide à la restauration – FRAR) des collections des « musées de France ». Elle subventionne leurs travaux d'investissement structurants d'intérêt régional : reconstruction, extension, modernisation, muséographie. Par exemple, elle aide financièrement les importants travaux de rénovation du Musée de Pont-Aven et du Musée de préhistoire de Carnac.

Soucieux de la présentation publique des collections des « musées de France », de leur diffusion et transmission au public le plus large possible, le Conseil régional apporte également son soutien à la réalisation d'« expositions d'intérêt national » (label national) et/ou régional (ex : « *Bretagne-Japon 2012 – un archipel d'expositions* »). Il encourage le prêt et la circulation des œuvres, l'itinérance et la mutualisation des expositions temporaires entre les « musées de France » (ex : « *Terre neuve-Terre-neuvas en 2013-2014* », « *De Véronèse à Casanova – parcours italien dans les collections de Bretagne* » en 2013-2014). A travers sa politique des transports, la Région peut aussi faciliter l'accessibilité des expositions par le train (TER) (ex. : « *Terre Neuve – Terre Neuvas* »).

La Région encourage par ailleurs les « musées de France » a élaboré leurs « projets scientifiques et culturels » (PSC), document d'orientation stratégique essentiel pour leur développement et pour leurs politiques des publics, en subventionnant les études de définition.

Elle apporte son soutien financier à l'Association régionale des conservateurs de musée de Bretagne (ARCMB) qui fédère les conservateurs professionnels des « musées de France » en Bretagne. L'aide régionale permet par exemple la réalisation annuelle de la revue « Itinéraires », un programme illustré de l'ensemble des expositions temporaires des « musées de France » en Bretagne. En partenariat avec l'Etat, la Région contribue au financement d'un poste en CDD sur des missions ponctuelles confiées à l'ARCMB (ex : financement d'un conservateur pendant 3 ans pour monter le projet d'exposition temporaire « Bretagne-Japon 2012 », création du site Web de l'association <http://www.bretagne-musees.fr/> ).

À travers le dispositif *Skoaz ouzh skoaz* (« épaule contre épaule »), le Conseil régional, en partenariat avec la Fondation du patrimoine, verse une prime aux communes qui mobilisent des habitants pour un don contribuant à financer des travaux concernant le patrimoine (exemple du Musée de Pont-Aven). Les habitants qui apportent leur soutien financier, même minime, se voient délivrés, par la Région, un diplôme de « Mécène de Bretagne ». Ce dispositif rencontre du succès et renforce l'appropriation du patrimoine par la population locale. A noter que les projets de restauration concernés doivent obligatoirement comporter un volet « valorisation » auprès du public.

La Région Bretagne agit également pour favoriser la rencontre des jeunes avec le patrimoine. Elle soutient ainsi des projets visant à la sensibilisation et à l'éducation au patrimoine. Ce soutien peut être ponctuel ou bien s'inscrire dans le cadre d'un *appel à projet pluriannuel* ce qui fut le cas sur la période 2009-2011(voir ci-après).

A noter également que la Région Bretagne contribue à diffuser et valoriser l'information sur les « musées de France » à travers son site Internet<sup>367</sup> ([www.bretagne.fr](http://www.bretagne.fr)), celui du Comité régional du tourisme (<http://www.tourismebretagne.com/> ) et le Portail des cultures de Bretagne, *Bretania* (<http://www.bretania.fr/exploitation/>).

Pour ces actions de soutien aux « musées de France » et à leur rôle éducatif et culturel, la Région a consacré 572 000 € en 2012<sup>368</sup>, soit environ 10 % du budget de sa politique du patrimoine<sup>369</sup> et, 0,0005 % du total des dépenses de la Région en 2012<sup>370</sup>.

Cette modeste contribution financière régionale a néanmoins permis de subventionner 34 opérations : 6 aides à la réalisation d'expositions, des aides à l'aménagement et ou à l'extension de 2 musées, 19 subventions accordées pour

---

<sup>367</sup> [http://www.bretagne.fr/internet/jcms/prod\\_212067/explorez-les-musees-de-bretagne?positionSelected=0](http://www.bretagne.fr/internet/jcms/prod_212067/explorez-les-musees-de-bretagne?positionSelected=0)

<sup>368</sup> Source : Région Bretagne, RAP 2012, mai 2013, pp 194-195

<sup>369</sup> 5,8 M€ en 2012 (total des crédits de paiement mandatés en fonctionnement et en investissement) – Programme budgétaire 811

<sup>370</sup> Total des dépenses en 2012 = 1 141 094 032 € (source : RAP 2012, p 8)

la restauration d'œuvres ou d'ensemble d'œuvres des collections de musées et l'acquisition de 6 ensembles d'œuvres pour 3 « musées de France ». Cette même année, la Région a apporté un soutien déterminant pour la réussite de l'exposition temporaire « Bretagne-Japon 2012 ».

## 5.2. L'action du Conseil régional en direction des publics jeunes en lien avec les musées

L'action du Conseil régional en direction des jeunes publics et des musées<sup>371</sup> prend diverses formes telles que l'appel à projets « Sensibilisation et éducation au patrimoine » (2009-2011) [5.2.1] ou le dispositif de soutien aux projets éducatifs des lycées « Karta » (5.2.2). L'appel à projet « Place aux jeunes », lié à sa politique culturelle, représente aussi un soutien potentiel d'actions éducatives et culturelles avec les « musées de France » (5.2.3).

### 5.2.1. L'appel à projets pluriannuel « Sensibilisation et éducation au patrimoine » (2009-2011)

Une démarche expérimentale a été menée par la Région Bretagne, sous la forme d'un appel à projets pluriannuel entre 2009 et 2011, visant à placer le jeune public au cœur de sa propre découverte du patrimoine. Elle a sélectionné et accompagné une quarantaine d'actions très diverses<sup>372</sup>.

*> Un appel à projets aux méthodes innovantes ciblant et accompagnant un vaste public jeune*

L'appel à projets « sensibilisation et éducation au patrimoine », lancé en 2009 visait à soutenir des projets innovants où le jeune public était cible et/ou acteur. Étale sur trois ans, il ne créait pas de sanctions de délai et le financement dédié était important afin de pouvoir accompagner les projets (par exemple, si un projet ne rentrait pas totalement dans les critères, ses porteurs pouvaient recevoir une aide financière mais aussi une formation nécessaire à la mise en œuvre du projet ou des indications pour l'améliorer afin de le rendre éligible). Sa mise en place a permis de compléter le dispositif régional existant «Karta<sup>373</sup>» de soutien aux projets éducatifs des lycées en lien avec l'éducation artistique et culturel. L'appel à projets a en effet permis de toucher un public d'enfants et d'adolescents, plus large que les seuls lycéens. Il a fait l'objet de plusieurs journées de rencontres qui ont permis d'échanger sur les projets et d'en faire le bilan.

---

<sup>371</sup> Point 5.2. réalisé avec le concours de Mélisande Urcun, étudiante à Sciences Po Rennes

<sup>372</sup> Elle poursuit depuis son soutien annuel aux projets pédagogiques innovants allant en ce sens

<sup>373</sup> Voir plus loin, la présentation de ce dispositif

> Exemples de projets soutenus par la Région Bretagne en lien avec des musées

- *Les musées dans l'appel à projets : un projet pédagogique à l'Écomusée des Monts d'Arrée*

Certains projets soutenus concernent les musées comme un projet de l'Écomusée des Monts d'Arrée («musée de France») ayant pour objectif de sensibiliser les élèves à l'architecture rurale locale en relation avec les programmes scolaires. Ce projet a pris la forme d'ateliers pédagogiques de découverte du bâti ancien sur deux jours, une journée d'ateliers en classe, une sortie sur le terrain et un jour consacré à un travail d'étude produit par la classe (élèves de cycle 3). L'Écomusée a décidé de répondre à cet appel à projets face au constat d'une désaffection des scolaires. Cette volonté de se tourner vers le public scolaire a poussé l'Écomusée à se rapprocher des conseillers pédagogiques de l'académie pour la mise en place d'ateliers adaptés au programme scolaire. Pour résoudre les difficultés de transport, la solution adoptée a été de se concentrer sur les écoles proches.

- *« Les marins pêcheurs de Groix sur les chalutiers de Keroman » : un projet avec l'Écomusée de Port-Tudy*

« Les marins pêcheurs de Groix sur les chalutiers de Keroman » est un projet mené autour des marins pêcheurs avec une classe de 4ème, dans le cadre de cours d'arts plastiques, réalisé avec l'aide du conservateur de l'Écomusée de Groix et d'un cinéaste professionnel. Il s'est appuyé sur les objets de l'Écomusée de Port-Tudy en vue de réaliser des documentaires sur ces marins et leur migration vers le port de pêche de Keroman au lendemain de la 2ème Guerre mondiale. Les élèves choisissent un objet, se mettent en relation avec le donateur et en font un portrait numérique en travaillant sur son rôle, son histoire, son lien avec la collection (à l'aide de photos, de films, de témoignages liés au contexte...).

- *« Classes au Trésor » : la sensibilisation au patrimoine scolaire grâce au Musée de l'éducation de Saint-Brieuc.*

« Classes au Trésor » est un projet porté par le Centre d'Etudes et de Recherches en Histoire de l'Education et le Musée de l'éducation de Saint-Brieuc pour sensibiliser les élèves au patrimoine scolaire et à sa valorisation pour permettre de collecter des objets et d'enrichir les collections du musée. Il a pris la forme d'un inventaire du patrimoine scolaire en invitant les élèves à repérer un élément patrimonial scolaire et à en réaliser le descriptif muséographique à l'aide des ressources du Centre régional de Documentation pédagogique-Réseau Canopé (CRDP) et du Musée de l'éducation. Les notices élaborées ont ensuite été publiées sur une interface de type musée virtuel. Ce projet concernait des CM1, CM2, collégiens et lycéens.

- « *Regards sur nos villages* » : la valorisation du patrimoine rural du territoire en lien avec l'Écomusée de Saint-Déjan

« *Regards sur nos villages* » a été conduit par l'Écomusée de Saint-Déjan («musée de France»). Il consistait à valoriser le patrimoine rural du territoire et son histoire pour mieux appréhender les problématiques actuelles et les mutations sociales et territoriales à travers des ateliers de découverte du patrimoine rural breton en allant sur le terrain, en faisant des recherches en classe et en archives et en réalisant une étude sur l'évolution des modes de vie en lien avec les programmes scolaires (histoire-géographie, éducation civique, éducation socioculturelle). Une mallette d'exposition itinérante, un livret d'accompagnement (fiches pédagogiques) et un ouvrage d'approfondissement des thématiques étudiées ont été produits. Les publics visés par ce projet étaient les collégiens et les lycéens de 11 à 20 ans.

> *La capitalisation et l'évaluation de l'expérimentation*

- *La création d'un portail Internet regroupant tous les acquis des projets*

Ces projets ont donné lieu à la mise en place d'un portail Internet<sup>374</sup> réalisé en partenariat avec la Fédération Patrimoine-Environnement Bretagne. Ce portail rassemble des ressources, des informations, des outils pédagogiques, des liens utiles, un partage des expériences, de la méthode, des atouts et des freins rencontrés. Il s'adresse à toute personne intéressée par les questions de pédagogie et de médiation autour du patrimoine, qu'elle soit porteuse de projet, issue du monde de l'enseignement ou du public désireux de connaître les initiatives en matière d'éducation aux patrimoines. Il pourra alimenter, par exemple, les futurs Espaces numériques de la connaissance (ENC) ainsi que la Bibliothèque numérique régionale, *Bretania*.

- *L'organisation d'une journée régionale de rencontres entre les porteurs de projets : l'occasion de faire un bilan sur l'appel à projets*

En 2011, la Fédération Patrimoine-Environnement a organisé une rencontre régionale réunissant les lauréats de l'appel à projets en 2009 et 2010 (16 projets) pour faire un échange de bonnes pratiques, partager les expériences, diffuser des informations sur les ressources existantes, favoriser l'interconnaissance des projets d'éducation au patrimoine. Les comptes-rendus des différents ateliers mettent en lumière quelques écueils ou difficultés rencontrés :

---

<sup>374</sup> <https://www.facebook.com/LesClefsDuPatrimoineBreton?ref=stream>

- Le niveau d'implication des jeunes dans le projet et l'intervention de professionnels

Les porteurs de projet s'interrogent sur la qualité du produit fini, doit-il être réalisé entièrement par les élèves, quitte à être parfois de qualité médiocre ? Ou doit-on faire appel à un professionnel, lequel imposera ses disponibilités et ses prix, en risquant de réduire l'implication des élèves (exemple du projet de l'écomusée de Groix : le montage final a été effectué par un réalisateur professionnel et non par les élèves afin de garantir une meilleure qualité du produit fini) ?

- Un atelier sur les « supports de médiation du patrimoine » : le multimédia privilégié dans les projets et une médiation humaine incontournable

Cet atelier portait sur « les supports de médiation du patrimoine », qui ont pu prendre des formes très diverses dans tous ces projets : blogs, ateliers radiophoniques, exposition « virtuelle », documentaire multimédia, films sur DVD, travaux d'arts plastiques, réalisation de maquettes... L'objectif était de faire partager les expériences de chacun sur l'utilisation de ces supports comme outils de médiation, de dégager leurs spécificités, leurs atouts, leurs limites. Il en est ressorti que le multimédia est un outil de médiation privilégié car moderne, ludique et attractif pour les jeunes. Cependant, il ne doit pas être « une fin en soi mais un outil pour valoriser autre chose ». Beaucoup d'intervenants revendiquent tout de même la nécessité d'un contact direct (avec les œuvres/objets et les personnes), d'une manipulation, d'une pratique que rien ne remplace. La dimension humaine de la médiation et de la transmission est fondamentale. L'atelier était aussi l'occasion d'une réflexion sur la pérennité de ces supports de médiation : une fois le projet achevé et le support créé, que faire des productions ? Par exemple, un site Internet risque d'être très vite laissé à l'abandon. Un documentaire ou un film a une espérance de vie plus longue (exemple du documentaire sur les marins-pêcheurs de Groix qui restera diffusé à l'écomusée).

- Un atelier sur « le patrimoine, vecteur de connaissance, pour quel apprentissage ? Construire un programme pédagogique » : la spécificité des projets avec les publics scolaires

Un autre atelier portait sur « le patrimoine, vecteur de connaissance pour quel apprentissage ? Construire un programme pédagogique. ». Les contraintes sont très différentes selon que le projet concerne des activités scolaires ou extrascolaires.

En milieu scolaire, les jeunes sont très encadrés et le discours est orienté vers la transmission d'un savoir. Le projet doit s'intégrer dans les programmes et être véritablement co-construit avec les enseignants, ce qui nécessite un important travail en amont avec l'enseignant afin de cibler les priorités et la finalité

éducative du projet, de déterminer le temps consacré et le rôle de chacun. Les enseignants manquent de temps et de moyens pour mettre en place des projets.

Les difficultés sont décuplées au collège et au lycée car le temps scolaire est découpé heure par heure entre toutes les matières avec un enseignant différent par discipline alors qu'en école élémentaire, il est possible d'organiser une journée sans provoquer trop de problèmes<sup>375</sup>.

Les structures culturelles porteuses du projet doivent faire preuve d'adaptabilité. Une réflexion a été également engagée sur les démarches à entreprendre pour capter de nouveaux publics scolaires. Les moyens privilégiés sont le déplacement et la rencontre individuelle, ce qui montre l'importance de la prise de contact, par exemple des musées (service des publics), avec les écoles.

- La difficulté récurrente des transports

Les projets ciblent surtout les écoles de proximité (cf. projet de l'Écomusée des Monts d'Arrée), pour éviter les longs et coûteux déplacements mais cela réduit souvent les projets à un territoire bien défini, ce qui écarte de fait les écoles d'autres départements et communes.

Tous les projets ont été confrontés à la difficulté des transports sans trouver de solution satisfaisante. Une action intéressante a tout de même été proposée par la Communauté de communes du Pays Rochois qui offre à toutes les écoles de son territoire 3 allers-retours par école et par an en transport en commun pour des sorties culturelles. Certaines écoles se sont alors associées pour remplir un car et celles dont les élèves pouvaient faire le trajet à pied ont donné leurs moyens de transport à une autre école. La structure peut aussi proposer des ateliers se déroulant dans l'environnement immédiat de l'école, voire dans l'école. Le déplacement des élèves reste une question primordiale et représente un budget important.

Cet appel à projets expérimental est terminé mais, dans sa continuité, la Région a élaboré une ligne d'action dédiée et continue de soutenir les projets d'éducation des jeunes au patrimoine et les pratiques pédagogiques innovantes pour la découverte du patrimoine. Au vu de son succès, la Région envisage de reconduire cet appel à projets pluriannuel.

- *Le colloque « Coup de Jeunes sur le patrimoine » (2013) : comment rendre les jeunes acteurs de leur découverte du patrimoine ?*

Afin de faire le bilan de l'appel à projets 2009-2011 et d'en diffuser les résultats, la Région Bretagne a organisé un colloque national « Jeunes et patrimoine », le

---

<sup>375</sup> Voir notre enquête auprès des enseignants conseillers-relais dans les musées, dans laquelle on retrouve certains de ces constats.

15 novembre 2013 à Rennes, en donnant la parole aux acteurs des projets soutenus, y compris aux jeunes impliqués, ainsi qu'à des chercheurs<sup>376</sup>. Parmi les nombreux témoignages de la journée, on souligne en particulier celui du très jeune Clément Quéré, 11 ans, guide touristique bénévole autodidacte du service du patrimoine de Landerneau (29), fortement impliqué dans des actions locales de médiation<sup>377</sup> auprès de jeunes ou d'adultes. Cet exemple et d'une manière générale, la journée, ont montré tout l'intérêt de faire confiance aux jeunes en leur permettant, selon différentes méthodologies participatives, d'être vraiment acteurs et créateurs d'actions de valorisation et de médiation du patrimoine et, même si peu d'actions présentées concernaient le patrimoine des musées, ceux-ci sont bien sûr concernés.

### 5.2.2. Karta : un soutien régional aux projets d'éducation artistique et culturelle des lycées

Karta est un dispositif de soutien régional aux projets éducatifs des lycées s'inscrivant dans les thématiques prioritaires de la Région. L'analyse fine des actions aidées ces dernières années montre que les visites aux musées sont bien présentes dans le parcours d'éducation artistique et culturel des lycéens de la Bretagne.

#### > *Présentation générale du dispositif Karta*

Le dispositif régional Karta<sup>378</sup> Bretagne, créé en 2005, correspond à un accompagnement financier des projets éducatifs en cohérence avec le projet d'établissement, initiés par les équipes éducatives et validés par le chef d'établissement. Il s'agit d'un contrat pluriannuel entre la Région et le lycée. Il permet aux équipes éducatives d'animer au sein de leurs établissements différentes actions agissant sur le bien être, l'estime de soi et la citoyenneté des lycéens en Bretagne<sup>379</sup>.

Ces actions doivent s'inscrire dans cinq thématiques prioritaires de la Région:

- amélioration de la santé et de la qualité de vie ;
- développement durable et agenda 21 ;
- ouverture des jeunes au monde ;
- *éducation artistique, sensibilisation à l'art, à la culture, aux sciences et aux techniques ;*
- égalité fille-garçon et lutte contre toutes les discriminations.

---

<sup>376</sup> Pour la restitution de ce colloque, voir le site dédié : <http://jeunepatrimoine.jimdo.com/>

<sup>377</sup> [http://video-streaming.orange.fr/actu-politique/landerneau-clement-quere-guide-de-11-ans\\_16982687.html](http://video-streaming.orange.fr/actu-politique/landerneau-clement-quere-guide-de-11-ans_16982687.html)

<sup>378</sup> Charte en breton.

<sup>379</sup> Source : rapport d'analyse par programme 2012.

Tous les lycées de Bretagne sont éligibles aux aides de Karta : public, privé sous contrat, agricole, maritime, sous réserve que deux thématiques au minimum sur les cinq proposées soient mises en œuvre. L'action peut être accompagnée jusqu'à 50 % du budget, éventuellement à 80% du budget pour des projets particulièrement innovants. Un plafond a été défini à hauteur de 4 000 euros par projet (sauf exception). Il n'existe pas de plafond de subvention par lycée ni pour le nombre d'actions accompagnées.<sup>380</sup> Parmi les dépenses qui peuvent être prises en charge se trouvent l'organisation de manifestations comme une exposition, la création ou la réalisation de documents autour d'un projet (ouvrages, expositions, spectacles...), les déplacements et les interventions extérieures indispensables à la réalisation du projet.<sup>381</sup> Les projets artistiques doivent impliquer les équipes pédagogiques, les artistes et les structures culturelles du territoire.

*> Quelques données chiffrées : un budget assez stable pour soutenir de plus en plus d'actions, surtout dans le domaine de l'éducation artistique et culturelle*

Le rapport d'analyse par programme 2012 du Conseil régional montre que les engagements au titre du dispositif Karta sont restés constants à hauteur de 2,3 M d'€ en 2011 et 2012. Il présente également le nombre d'actions soutenues par le dispositif Karta, classées selon les 5 thématiques. En 2009-2010, 691 actions s'inscrivant dans la thématique « Éducation artistique, sensibilisation à l'art, à la culture et aux sciences et techniques » ont été soutenues sur 1 575 au total, soit 44% des actions. En 2010-2011, le pourcentage s'élève à 46 % (772 actions sur 1 664) et en 2011-2012 à 44 % (soit 785 sur 1 776) ce qui en fait le domaine le plus présent et soutenu, en augmentation si l'on considère le nombre d'actions soutenues<sup>382</sup>.

*> Analyse d'un tableau d'actions impliquant des musées soutenues par le dispositif Karta : une présence effective des musées dans le dispositif*

Quelques données complémentaires, transmises par le Conseil régional, sur les années scolaires 2010-2011 et 2011-2012 permettent de constater que les « musées de France » sont bien présents dans le dispositif Karta. Il y a effectivement des actions menées par les lycées avec les musées qui rentrent dans ce cadre. Les données obtenues concernent le Musée Mathurin Méheut, le Musée d'Art et d'Histoire de Saint Briec, l'Ecomusée des Monts d'Arrée, le Musée des Beaux-arts de Pont-Aven, le Musée des Beaux-arts de Quimper, le Musée des Beaux-arts de Brest, le FRAC de Bretagne, le Musée de Bretagne, le Musée des Beaux-arts de Rennes, le Musée de la Résistance et le Musée de la Compagnie des Indes. Des projets concernent aussi le FRAC Bretagne mais celui-ci n'est pas un « musée de France ».

---

<sup>380</sup> Source : site de la Région Bretagne.

<sup>381</sup> Source : site de la Région Bretagne.

<sup>382</sup> Source : rapport d'analyse par programme 2012.

Ces données ne représentent pas l'exhaustivité de la fréquentation des musées en Bretagne par les lycéens car les lycées ne sollicitent pas le soutien de la Région pour chaque déplacement au musée et seulement 10 musées et 2 structures particulières sont concernés. Les projets présentés dans Karta regroupent, soit différents déplacements dans des lieux culturels pour une sensibilisation au patrimoine régional, soit s'intègrent dans un projet avec une thématique précise (historique, scientifique, citoyenne...).

À la lecture des actions impliquant ces 10 musées ainsi que le Fonds Régional d'Art Contemporain (FRAC) et les Champs Libres, quelques remarques peuvent être faites. D'abord, les actions peuvent intervenir dans des projets impliquant des domaines artistiques et culturels très divers : la photographie, le théâtre, les arts visuels, l'écriture, l'histoire, la culture religieuse, la science (« Science, art et nature, science et investigation policière »)... Pour plusieurs musées (Musée des Beaux-arts de Pont-Aven, le Musée des Beaux-arts de Quimper, le Musée de Bretagne et le Musée de la Résistance), la fréquentation est plus régionale que pour d'autres établissements (Musée d'Art et d'Histoire de Saint Brieuc par exemple où tous les lycées viennent des Côtes d'Armor, le Musée des Beaux-arts de Brest où tous les lycées sont situés dans le Finistère). Souvent, cela s'explique par un projet global de découverte de la ville ou bien par l'ancrage au programme d'Histoire (Musée de la Résistance). Bien que la vision que permettent ces données ne soit pas exhaustive, les musées qui semblent les plus associés, sur les années scolaires concernées, sont le Musée des Beaux-arts de Quimper, le Musée des Beaux-arts de Rennes et le Musée de la Résistance de Saint-Marcel. La « découverte » est un terme qui revient souvent dans les intitulés de projets. A noter également le projet « Le musée entre au lycée » entre le Lycée Chaptal de Saint Brieuc et le Musée d'Art et d'Histoire de la ville.

Des projets associent plusieurs musées : « L'affiche, témoin de l'histoire, témoin de la mémoire » du Lycée La Lande du Breil de Rennes associe le Musée de Bretagne et le Musée de la Résistance ou encore « Découverte de l'autre à travers l'art et l'écrit » du Lycée Elorn à Landerneau associe le Musée des Beaux-arts de Brest et le Musée de la Compagnie des Indes.

Certains projets sont reconduits d'une année sur l'autre (entre 2010-2011 et 2011-2012) comme « Théâtre, musée et arts visuels » associant le Lycée Ernest Renan de Saint-Brieuc et le Musée d'Art et d'Histoire ou encore « Parcours à travers l'Histoire de la Bretagne » impliquant le Lycée du Léon de Landivisiau et le Musée de Bretagne.

*> Le dispositif Karta semble mal identifié par certains enseignants conseillers-relais des musées de l'académie*

Les conseillers-relais ignorent parfois si tel ou tel projet éducatif avec les musées relève du dispositif Karta. On peut supposer que cette méconnaissance est en partie due au fait que, non seulement toutes les actions menées ne sont pas soutenues par Karta et que celles qui le sont ne sont pas identifiées comme

telles, mais aussi que le dispositif est opérationnel pour les lycées, qui ne sont pas les plus fervents usagers des musées.

### 5.2.3. Politique culturelle régionale, appel à projets « Place aux jeunes » et musées : un soutien potentiel à développer

Comme nous l'avons déjà signalé, la politique muséale du Conseil régional de Bretagne est rattachée à sa politique patrimoniale et touristique et non, directement, à sa politique culturelle. Dans le cadre de cette dernière et en lien avec la politique jeunesse de la Région (Cf. Charte d'engagement pour la jeunesse), un appel à projets annuel intitulé « Place aux jeunes » a été lancé. Aucune des actions aidées depuis 2012 par le Conseil régional ne font référence à un musée. Certaines d'entre elles pourraient pourtant inspirer des « musées de France ».

*> Des conditions d'éligibilité conformes aux engagements pris dans la Charte pour la jeunesse*

Ce dispositif vise à accompagner les projets culturels impliquant des jeunes en Bretagne. L'attribution des subventions se fait selon les critères suivants : niveau d'engagement des jeunes, choix d'impliquer des jeunes prioritaires, éloignés de l'offre culturelle ou en difficulté, ancrage des projets dans le territoire, caractère innovant et/ou original du projet, prise en compte des aspirations des jeunes, dynamiques pérennes du projet, en termes de partenariats par exemple.

Aucun des projets subventionnés (28 sur 112 projets déposés en 2012) n'a, pour le moment, directement impliqué un musée mais on peut signaler quelques initiatives intéressantes qu'il est possible de transposer aux musées ou dont il serait possible de s'inspirer. En 2012 par exemple, la Mission locale du pays de Brest a porté un projet intitulé « Spectateurs-acteurs » ayant pour but de favoriser l'accès de 150 jeunes par an aux lieux culturels pour développer leur sensibilité artistique et leur créativité *via* des rencontres avec des artistes, des interviews, des critiques, des ateliers de pratique artistique. On peut très bien imaginer que cette initiative puisse concerner des musées.

*> Aucun établissement scolaire porteur de projet à ce jour*

Aucun lycée n'a, à ce jour, porté de projets bien que les lycées soient considérés comme potentiels porteurs de projets dans ce dispositif complémentaire à celui de Karta dans le cadre de l'éducation artistique et culturelle.

*> Une action innovante : le « mapping »*

Quelques initiatives innovantes méritent d'être soulignées comme un projet reçu en 2013 autour de la découverte du « mapping », art visuel qui consiste à transformer les images, à jouer sur la perception des spectateurs en introduisant

du relief sur une surface plane ou en mettant en mouvement un objet statique par des jeux d'illusions, de projection... Une large diffusion de cet art est envisagée dans les lycées à travers la création, la conception d'un projet de *mapping* impliquant les élèves, un médiateur en histoire de l'art et un artiste. Le *mapping* pourrait constituer une piste pour rendre les œuvres des musées plus attractives, plus vivantes, plus parlantes pour les jeunes, agir sur la transmission des œuvres en incluant le numérique et fédérer les jeunes autour d'un tel projet.

> « *Odyssée : Voyages-Culture-Numérique* » : un projet autour du numérique

Le projet « *Odyssée : Voyages-Culture-Numérique* » utilise une « *Piratebox* » pour relier les spectateurs à l'aide d'un réseau WIFI pour présenter l'évènement suivi, favoriser la relation entre ceux-ci en proposant d'envoyer des messages et des photos et de les diffuser sur des supports visibles par tous pour rendre interactif et vivant l'évènement culturel. Concrètement, la « *Piratebox* » est un dispositif électronique portable créant un réseau sans fil donnant le loisir aux utilisateurs d'échanger des fichiers.

> « *Plum'FM au cœur des nouvelles technologies* » : donner la parole aux jeunes pour approfondir la connaissance de leurs pratiques culturelles à l'heure du numérique

Le projet « *Plum'FM au cœur des nouvelles technologies* » (porté par l'association Plum'FM radio) vise à approfondir la connaissance des pratiques culturelles actuelles des jeunes en réalisant des portraits radiophoniques de jeunes de 15 à 29 ans issus du milieu rural venant de lycées et de maisons des jeunes. À l'occasion de ces portraits radiophoniques, les jeunes s'expriment et échangent avec leurs pairs autour de la question « L'arrivée du numérique a-t-elle modifié votre comportement face à la culture dite « traditionnelle » (livres, musées, expos...) et les médias ? ».

> Le « *covoiturage culturel* » : une solution aux problèmes de mobilité dans les zones éloignées ?

Face aux problèmes de mobilité rencontrés fréquemment par les jeunes Ploemeurois, la mairie de Ploemeur (en associant cinq jeunes) a eu pour idée d'instaurer un site de « *covoiturage culturel* » pour leur permettre d'accéder plus facilement à l'offre culturelle, notamment lorientaise. Ce projet aborde également la question du coût du transport, fortement réduit par la pratique du covoiturage, et la question de l'autonomie des jeunes, accrue par cette initiative car ils ne sont plus forcément dépendants de leurs parents pour se déplacer. Cette initiative pourrait représenter une piste intéressante pour rendre plus accessible les musées éloignés des lieux de résidence et d'étude des jeunes, en particulier ceux vivant en milieu rural isolé.

### 5.3. D'autres politiques du Conseil régional peuvent aussi concerner les musées

Plusieurs autres politiques du Conseil régional peuvent, plus ou moins directement, concerner le rôle éducatif et culturel des « musées de France » : jeunesse, formation, enseignement supérieur/recherche, culture et politique linguistique, tourisme/développement économique, Aménagement du territoire/politique territoriale, transports et numérique.

#### 5.3.1. Jeunesse

Le Conseil régional mène une politique transversale en faveur des jeunes de 15 à 29 ans en Bretagne : formation, insertion-emploi, *culture*, santé, logement, citoyenneté, etc. Celle-ci est déclinée dans une Charte d'engagement pour les jeunes en Bretagne datant de septembre 2011 et révisée en octobre 2013.

Certains engagements peuvent être reliés aux musées. L'un d'eux consiste à développer et améliorer l'information dédiée aux jeunes *via* un portail internet<sup>383</sup> dédié aux jeunes et à leur entourage (<http://jeunes.bretagne.fr>). Ce portail d'information pourrait être mieux utilisé afin d'inciter les jeunes à se rendre aux « musées de France » : information sur les expositions temporaires, sur l'offre culturelle, sur les horaires, les tarifs, les moyens de transports, l'événementiel (ex : Nuit européenne des musées, Journées européennes du patrimoine...).

D'autres engagements visent à faciliter les déplacements des jeunes et leur mobilité infrarégionale à l'aide d'une gamme tarifaire avantageuse. Un tarif réduit pour les moins de 26 ans a été mis en place dans les TER depuis la rentrée 2013 (8€ ou 15 € selon la distance). Un tel tarif privilégié pourrait favoriser le déplacement au musée en réduisant le coût des transports pour les jeunes et en facilitant leur mobilité, y compris dans le cadre de visites scolaires.

Un autre point important de cette charte concerne l'encouragement et l'accompagnement de démarches favorisant la participation et l'engagement des jeunes dans des projets culturels, à partir du constat que les initiatives en la matière sont trop rares ou cloisonnées. L'objectif est de permettre à chaque jeune, quel que soit son lieu d'habitation, quel que soit son parcours de formation, quelle que soit son origine sociale, d'être acteur d'un projet artistique et culturel. Les appels à projets « Place aux jeunes » et « Sensibilisation et éducation au patrimoine » traduisent déjà, dans les faits, cet engagement<sup>384</sup>.

---

<sup>383</sup> Lien vers ce portail : [http://jeunes.bretagne.fr/internet/jcms/preprod\\_115658/accueil](http://jeunes.bretagne.fr/internet/jcms/preprod_115658/accueil)

<sup>384</sup> Voir ci-avant

### 5.3.2. Formation

Au-delà du dispositif « Karta », avec les lycées déjà présenté, la Région détient des compétences obligatoires dans le champ de la formation professionnelle : apprentissage, formation professionnelle continue, formation et insertion des jeunes demandeurs d'emploi, formations sanitaires et sociales, enseignement artistique professionnel initial, validation des acquis et de l'expérience... Certaines de ces formations peuvent concerner des métiers en lien avec le rôle éducatif et culturel des musées : médiateurs culturels, animateurs socioculturels, métiers d'art du patrimoine...

### 5.3.3. Recherche/enseignement supérieur

La Région soutient l'enseignement supérieur en Bretagne. Or, les « musées de France », nous l'avons vu, ont des liens historiques avec l'Université et la recherche. Leurs conservateurs qui ont le plus souvent une formation de haut niveau, ont une activité d'étude et de recherche scientifiques faisant partie de leurs missions essentielles, par exemple lorsqu'ils conçoivent des expositions temporaires. L'Université forme aussi de nombreux médiateurs culturels susceptibles d'exercer leur métier dans des musées (ex : Master Arts Spécialité Histoire des arts Parcours : Gestion et mise en valeur des œuvres d'art, des objets ethnographiques et techniques-MAGEMI, à l'Université de Rennes 2).

Les musées sont aussi des lieux de recherche appliquée pour de nombreux scientifiques : histoire des arts, préhistoire, sciences de la vie et de la terre, ethnologie... Ils peuvent aussi, comme nous l'avons vu, être des lieux d'expérimentation technologique pour des entreprises privées (ex : Orange et les médiations numériques au Musée des Beaux-arts de Rennes, Artefacto et le jeu en réalité augmentée « Les seigneurs de Montfort »). La Région encourage aussi la présence des ressources muséales au sein des Espaces numériques de la connaissance... Les musées peuvent être des lieux d'innovation technologique ou autre (ex : liens avec l'IRTBCOM, le Pôle images et réseaux...).

### 5.3.4. Culture et politique linguistique

Nous avons mentionné l'appel à projets « Place aux jeunes », mais de nombreuses autres actions culturelles de la Région peuvent concerner les musées : liens avec le spectacle vivant lors d'événements culturels (ex : Orchestre de Bretagne aux Champs Libres à Rennes), avec d'autres équipements culturels (ex : FRAC Bretagne), présence artistique dans les territoires (ex : résidence d'artiste), audiovisuel, politique linguistique (breton, gallo) et autres soutiens à la dynamique culturelle bretonne, bibliothèque numérique régionale (*portail Bretania*)...

### 5.3.5. Tourisme/Développement économique

La politique muséale de la Région étant rattachée à sa politique patrimoniale et touristique, les liens avec cette dernière sont nombreux. Les musées sont en effet des lieux culturels contribuant à l'attractivité touristique de la Bretagne, donc à son développement économique. Le Comité régional du tourisme en fait la promotion. On pense par exemple au tourisme individuel ou familial, à celui des seniors ou des groupes scolaires en visite en Bretagne. La fréquentation de certains musées en Bretagne est d'ailleurs très liée aux saisons touristiques (ex : Musée de la Compagnie des Indes à Port-Louis, Musée des Beaux-arts de Pont-Aven...).

### 5.3.6. Aménagement du territoire/politique territoriale

Le maintien de la présence des musées de France dans des territoires isolés ou en fragilité est également un enjeu d'aménagement du territoire et d'équité territoriale. Le soutien de la Région peut y contribuer (ex : Musée de la Résistance de Saint-Marcel, Musée Mathurin Méheut à Lamballe, Ecomusée des Monts d'Arrée à Commana et Saint-Rivoal<sup>385</sup>, ...). Ils sont par conséquent susceptibles de trouver une place dans les projets de développement des territoires (Cf. futurs contrats de partenariats Région-Pays).

### 5.3.7. Transports

En 2011, la Région Bretagne a expérimenté l'instauration d'un tarif avantageux « TER + exposition » pour faciliter l'accès à l'exposition temporaire « *De Turner à Monet* » au Musée des Beaux-arts de Quimper. Les bénéficiaires payaient 50% du billet de train et 50% du billet de l'exposition. La mesure s'est révélée difficile à mettre en place juridiquement et financièrement. Elle nécessite en effet une bonne campagne de communication auprès des bénéficiaires potentiels, ainsi qu'une gare dans la ville où il y a l'exposition, la possibilité d'y acheter le billet d'entrée et il faut que ce soit un thème qui attire le grand public. En 2013-2014, le Conseil régional a renouvelé l'opération avec des tarifs avantageux pour se rendre en TER sur les lieux de l'exposition « Terre-Neuve-Terre-Neuvas » (Rennes et Saint-Brieuc notamment). Il faut rappeler que les jeunes de moins de 26 ans bénéficient en permanence, depuis la rentrée 2013, de tarifs très avantageux dans les TER<sup>386</sup> susceptibles de favoriser l'accessibilité des musées de France, lorsqu'ils sont situés à proximité d'une gare desservie.

La Région Bretagne a également mis en place des tarifs solidaires en direction de certains publics en difficulté (carte « Actuel ») ainsi que des réductions pour les

---

<sup>385</sup> Dont le principal soutien est le département du Finistère

<sup>386</sup> [http://www.bretagne.fr/internet/icms/c\\_12466/le-ter-bretagne-pour-tous](http://www.bretagne.fr/internet/icms/c_12466/le-ter-bretagne-pour-tous)

familles voyageant avec des enfants de moins de 12 ans (gratuité pour ces derniers avec le billet « Ribambèl »). Ces avantages tarifaires pourraient concerner des trajets pour se rendre au musée.

Notons aussi l'existence de la carte multiservices « Korrigo » favorisant l'intermodalité entre transports (ex : TER, métro, bus, vélos...), ainsi que le site [www.breizhgo.com](http://www.breizhgo.com) regroupant toute l'information sur les différents moyens de transports en Bretagne.

Enfin, gares et rames de TER, ports et aéroports placés sous la responsabilité de la Région peuvent aussi constituer des lieux d'information sur les musées et sur leurs expositions, voire être eux-mêmes des lieux d'expositions (ex : œuvres contemporaines exposées dans les gares SNCF à l'occasion de l'exposition du FRAC Bretagne « *Ulysses, l'autre mer* », en 2013). Et pourquoi ne pas imaginer du « *mapping* » dans les gares bretonnes avec des projections multimédias d'œuvres des « musées de France » ?

### 5.3.8. Numérique

« Bretagne numérique », la stratégie régionale de développement des infrastructures (Très haut débit), des technologies et usages numériques, concerne fortement les musées et leur avenir : Portail des cultures de Bretagne « Bretania », Espaces numériques de la connaissance, arts numériques, éducation artistique et culturelle par les médiations numériques couplées aux médiations humaines... Tous ces points ont été développés précédemment<sup>387</sup>.

Au final, la Région Bretagne soutient beaucoup d'actions, de projets en faveur de la culture mais les musées sont assez peu présents si on les compare à la musique (de nombreux festivals de musique bénéficient de financements de la Région), le cinéma (Lycéens et apprentis au cinéma), la littérature (prix Goncourt des lycéens, Étonnants voyageurs) et le théâtre (Lycées en Avignon). Pourtant les musées mériteraient une plus grande attention. Du côté des musées, il est possible de passer par l'intervention du Conseil régional en faveur des « projets scientifiques et culturels » pour les inciter à intégrer une politique davantage tournée vers les jeunes publics (dont les publics scolaires). Du côté des établissements scolaires, le dispositif Karta est une base solide sur laquelle s'appuyer en y intégrant peut-être un volet « musées » ou en valorisant davantage les actions menées avec les musées (en jouant sur la communication, sur le fléchage « d'actions musées », sur l'information aux enseignants conseillers-relais). Du côté des jeunes, les appels à projets semblent être un mode d'action pertinent.

---

<sup>387</sup> Voir point 4. ci-avant

## 6. Quelques actions culturelles territoriales dont pourrait s'inspirer la Région Bretagne

Des dispositifs intéressants pour inciter à la fréquentation des musées et pallier la barrière financière (bien qu'elle ne soit pas la seule barrière à la fréquentation des musées) ont été mis en place<sup>388</sup> au niveau de la Métropole rennaise, la « carte Sortir ! » (6.1) et au niveau régional, pour deux autres : la carte « Avantage jeunes » en Franche-Comté (6.2) et le « Pack 15-30 » en Pays de la Loire (6.3).

### 6.1. La carte « Sortir ! »<sup>389</sup> : une carte destinée aux (non) publics défavorisés incluant des entrées gratuites au musée et permettant de monter des projets

La carte « Sortir ! » est une carte nominative et gratuite, instaurée à l'échelle de Rennes Métropole, qui permet de pratiquer des activités régulières ou de se rendre à des spectacles en bénéficiant de tarifs préférentiels. Elle est cofinancée par 9 partenaires institutionnels dont le Conseil régional et peut être obtenue sous condition de revenus et de situation familiale. Cette carte permet, entre autres, de bénéficier d'entrées libres dans les musées (gratuité des expositions au musée des Beaux-arts de Rennes et aux Champs-Libres) et de profiter des sorties de groupe organisées par les équipements de quartiers, les centres sociaux...

Un autre aspect intéressant de cette carte est qu'elle permet de monter un *projet collectif* (qui pourrait être une visite au musée par exemple) en bénéficiant d'une aide financière (avec un plafond de 500€) et d'un *accompagnement par des travailleurs sociaux et/ou médiateurs culturels*. Elle est le fruit d'un partenariat impliquant de nombreux acteurs (collectivités territoriales, associations, équipements culturelles, citoyens) et associe 200 structures culturelles et sportives. L'accompagnement social et la médiation culturelle sont mis au cœur de ce dispositif. Quelques indications sur l'utilisation de cette carte sont disponibles : il y avait 17 000 titulaires en 2011 soit 60% des 28 000 potentiels bénéficiaires, elle a été utilisée 25 000 fois pour des activités ponctuelles en 2010 surtout pour aller à la piscine, au cinéma, à la patinoire et dans les salles de spectacles (pas beaucoup pour les musées) et deux projets de sorties organisées (ne concernant pas de musée) initiés par des habitants ont été aidés. Le nombre des utilisations montre que certains détenteurs ne l'utilisent pas, ce qui signifie que posséder la carte ne suffit pas pour pousser la porte d'un musée ou d'une salle de spectacle. La mobilisation, l'information des travailleurs et des relais sociaux sont des facteurs-clés du succès.

---

<sup>388</sup> Point 6 réalisé avec le concours de Mélisande Urcun, étudiante à Sciences Po Rennes

<sup>389</sup> [http://www.resovilles.com/media/basedoc/sortir\\_rennes.pdf](http://www.resovilles.com/media/basedoc/sortir_rennes.pdf)

Bien que cette carte ne soit pas exclusivement destinée à faciliter l'accès au musée, il est intéressant d'observer les effets d'un tel dispositif pour s'inspirer de ce qui fonctionne, chercher des explications et tirer des leçons de ce qui ne fonctionne pas. Une extension au niveau régional pourrait ensuite être envisagée.

## 6.2. La carte « Avantages Jeunes » en Franche-Comté : une carte facilitant l'accès des jeunes à la culture, y compris au musée

La carte « Avantages Jeunes » est un dispositif soutenu par le Conseil régional de Franche-Comté<sup>390</sup> pour faciliter l'accès à la culture des publics jeunes (tous les jeunes de moins de 30 ans). Cette carte coûte 7€ et permet d'obtenir des réductions et, dans certains cas, la gratuité pour des activités culturelles et des loisirs, notamment des entrées gratuites dans les principaux sites patrimoniaux de la région (à Besançon l'entrée dans les principaux musées est gratuite pour les titulaires de cette carte). Elle donne l'opportunité de s'inscrire à une « Journée culturelle » dans une grande ville européenne durant laquelle les jeunes peuvent visiter gratuitement certains musées (une journée culturelle a, par exemple, été organisée à Paris pour 10€). La carte offre également des réductions sur les trains régionaux.

## 6.3. « Pack 15-30 » et « Pass culture-sport » en région Pays de la Loire

En région Pays de la Loire, les jeunes de 15 à 30 ans bénéficient d'un bouquet de services gratuits ou à tarifs réduits. Ceux-ci sont rassemblés dans différents PASS : Logement, Culture-sport, Ordipass, Santé, Transport...L'accès facilité aux sites patrimoniaux, musées ou expositions est expressément mentionné dans le Pass «culture-sport<sup>391</sup> », comportant un volet « Pass patrimoine ». Celui-ci donne droit à :

- une entrée gratuite pour *la visite d'un site patrimonial* (ex : Musée du Château des Ducs de Bretagne), un tarif réduit pour les personnes accompagnantes (5 maxi) ou une réduction de 20 € pour une inscription à un chantier de jeunes bénévoles avec le Pass patrimoine ;

---

<sup>390</sup> [http://www.jeunes-fc.com/carte\\_index.php](http://www.jeunes-fc.com/carte_index.php)

<sup>391</sup> <http://www.pack15-30.fr/index.php?id=36> , consulté le 11/04/2014

- deux entrées gratuites pour un spectacle, une séance de ciné « art et essai », *un musée ou une exposition dans le cadre d'une sortie scolaire ou en groupe encadrée* (6 personnes minimum) avec le Pass « classe & groupe » (ex : Musée des beaux-arts de Nantes, Muséum d'histoire naturelle de Nantes).



Troisième partie

Agir pour développer le  
rôle éducatif et culturel  
des « musées de  
France » en Bretagne

---



Comment développer le rôle éducatif et culturel des « musées de France » en Bretagne, notamment auprès des jeunes publics et des publics éloignés ? Que peut faire le Conseil régional en lien avec les autres acteurs des « musées de France » ?

Au terme de cette étude, le CESER de Bretagne distingue 5 enjeux stratégiques dont découlent des préconisations s'adressant prioritairement au Conseil régional :

1. *Enjeu politique* : promouvoir une « culture des publics » plaçant le visiteur au cœur des musées ;
2. *Enjeu scientifique* : mieux connaître les publics et les « non publics » des musées en région ;
3. *Enjeu organisationnel et économique* : renforcer la structuration régionale des « musées de France » pour plus d'efficacité et de créativité ;
4. *Enjeu technologique* : relever le défi technologique du développement numérique des musées ;
5. *Enjeu éducatif et culturel* : renforcer le soutien régional aux actions éducatives et culturelles des « musées de France ».



## 1. Un choix politique à faire : promouvoir une « culture des publics » plaçant le visiteur au cœur des musées

Il ne revient pas à la Région de se substituer au contrôle scientifique et technique de l'Etat, dans son rôle de garant national des exigences légales et réglementaires liées à l'appellation « Musée de France ». Elle peut en revanche continuer à agir en bonne intelligence territoriale avec ce dernier, pour contribuer, à travers ses politiques régionales, à promouvoir, dans toutes les actions soutenues, une « culture des publics » qui place le visiteur au cœur de l'ensemble des projets et activités des « musées de France » en Bretagne. Déjà soucieuse d'inciter les acteurs patrimoniaux à inclure systématiquement une dimension de valorisation dans leurs projets de sauvegarde du patrimoine, la Région pourrait affirmer plus expressément cette exigence dans ses soutiens aux « musées de France ». Il s'agit, ni plus ni moins, de s'inspirer des principes structurants de sa politique touristique qui sont de « séduire, bien recevoir et enchanter le visiteur », tout en préservant les spécificités scientifiques et culturelles des musées.

Un choix politique est donc à faire, celui de s'attacher simultanément à combiner, dans tous les projets soutenus, les missions de conservation, de transmission et de délectation des musées. Pour citer, une conservatrice auditionnée : « *un musée sans collection, ce n'est pas un musée ; mais un musée sans public, ce n'est pas un musée non plus* ». Cette culture des publics implique d'investir massivement dans les moyens humains, matériels et technologiques de *la médiation* dont le rôle est justement de mettre en relation des publics et des œuvres. Le défi est donc, à travers cette « culture des publics », de mieux combiner *la conservation* des collections et *la conversation* avec les publics...

## 2. Un enjeu scientifique : mieux connaître les publics et les « non publics » des musées en région

Comment imaginer une stratégie politique fondée sur la culture *des* publics sans une culture *sur* les publics ? Et pourtant, le constat est inquiétant : en 2014, les seules données régionales concernant les publics des « musées de France » en Bretagne sont de simples statistiques de fréquentation annuelle publiées deux ans après par le Ministère de la culture. Qui fréquente ou ne fréquente pas les « musées de France » ? Pourquoi ? Avec quelles attentes, avec quels comportements de visite et avec quelle satisfaction ? Comment sont mises en œuvre, en direction des publics, les grandes finalités et missions légales des « musées de France », en particulier dans le champ éducatif et culturel ? Chaque

institution, prise isolément, dispose de ses propres données et analyses sur le sujet, mais il n'existe à l'heure actuelle aucune connaissance scientifique approfondie et régionalisée des publics des « musées de France » en Bretagne et encore moins, de leurs « non publics ».

Pour pallier cette lacune majeure, le CESER préconise que le Conseil régional prenne l'initiative, en partenariat avec l'Etat en région et l'Association régionale des conservateurs des musées de Bretagne, de créer *un pôle régional d'expertise et de ressources des publics des « musées de France » en Bretagne*. Ce pôle régional aurait une fonction d'observation des publics mais aussi d'évaluation des politiques des publics des musées, en lien avec les exigences des missions découlant de l'appellation «Musée de France».

Le pôle aurait également pour mission de développer la mise en réseau des musées et de faciliter la mutualisation de leurs actions, en particulier dans le champ de la médiation, des actions d'éducation artistique et culturelle en lien avec le Rectorat, et de leur développement numérique.

Le pôle régional d'expertise et de ressources pourrait, par exemple, être adossé à l'Association régionale des conservateurs de musées de Bretagne, en s'inspirant du modèle de « Bretagne-japon 2012 – un archipel d'exposition ». Un tel pôle n'a de sens que s'il s'inscrit dans une action durable, permettant de suivre l'évolution des publics à long terme, y compris par des études longitudinales. Pour ce faire, sans qu'il s'agisse de créer une structure nouvelle, la mutualisation des informations étant l'essentiel, le recrutement d'au moins un professionnel qualifié à temps plein en contrat à durée indéterminée est indispensable, en garantissant un mode de financement partenarial pérenne.

### 3. Un défi organisationnel autant qu'économique : renforcer la structuration régionale des « musées de France » pour plus d'efficacité et de créativité

Les 35 « musées de France » ont autant de politiques des publics que d'autorités institutionnelles. Le CESER préconise que la Région et l'Etat en région innovent ensemble dans la gouvernance régionale des musées en expérimentant en Bretagne une nouvelle fonction d'« ensemblier » des « musées de France » visant à renforcer leur structuration régionale.

Dans un contexte d'aggravation des contraintes financières, en particulier d'une raréfaction dommageable des ressources publiques, ainsi que dans la perspective de réforme territoriale, cette gouvernance régionale novatrice, en favorisant la mise en réseau, la coordination et la mutualisation des actions et des acteurs des « musées de France », serait de nature à améliorer leur efficacité, tant du point de vue économique – y compris touristique – que culturel. Pour relever ce défi organisationnel et économique, le CESER préconise

d'engager une réflexion régionale sur la gouvernance et le modèle économique des « musées de France » en Bretagne avec pour objectif la sauvegarde et le développement de leur rôle éducatif, culturel et touristique.

Pour les « musées de France » à rayonnement régional, national voire international, le CESER préconise d'étudier l'intérêt d'une gouvernance régionalisée de type « établissement public de coopération culturelle » (EPCC), par exemple pour le Musée de Bretagne (dimension régionale) ou le Musée de Préhistoire de Carnac (dimension internationale avec le projet d'inscription du site au patrimoine mondial de l'UNESCO). Par ailleurs, au vu de la richesse du patrimoine naturel de la Bretagne, le CESER suggère d'engager une étude sur la création d'un muséum régional d'histoire naturelle en Bretagne, « musée de France » dont la vocation serait autant scientifique, éducative et culturelle que touristique. Dans un souci d'efficacité, celui-ci pourrait être créé à partir de la mutualisation de ressources, de la coopération et de la mise en réseau de structures existantes (ex : Océanopolis, Universités, sites locaux du Muséum national d'histoire naturelle, Muséum d'histoire naturelle de Nantes, mécénat, etc.).

#### 4. Relever le défi technologique du développement numérique des musées

La Bretagne dispose d'un écosystème numérique favorable, or les musées accusent un certain retard en ce domaine, malgré quelques expérimentations prometteuses. Les technologies et usages numériques ont déjà de nombreuses applications dans les musées, *in situ* ou à distance *avant, pendant* ou *après* la visite. La Région est déjà partie prenante de plusieurs actions dans le cadre de sa stratégie « Bretagne numérique ». Le CESER préconise de renforcer cette dynamique par l'élaboration d'une *stratégie numérique régionale des « musées de France »*, en s'appuyant sur la nouvelle gouvernance présentée au point précédent. Il s'agit là d'un enjeu autant éducatif et culturel que touristique ou d'aménagement du territoire. Cette stratégie numérique devrait être centrée sur les usages du visiteur *in situ* ou en ligne, en ayant pour fil conducteur la culture des publics que le CESER appelle de ses vœux. Elle pourrait être expérimentée dans un premier temps, à l'échelle régionale, sur des actions éducatives et culturelles en direction des jeunes publics, dans le cadre scolaire et en dehors, en y associant le Conseil régional des jeunes lycéens et apprentis de Bretagne, les autorités académiques, et en s'appuyant sur l'Institut de Recherche Technologique « B-COM » (IRT « BCOM »).

Afin d'être à la pointe de l'innovation technologique dans les musées et lieux patrimoniaux, de bénéficier de ressources nationales et internationales mutualisées, le CESER préconise que la Région Bretagne adhère au Club Innovation&Culture France (CLIC), comme l'ont fait d'autres collectivités territoriales.

En aucun cas, ces outils, usages et médiations numériques ne devraient se substituer aux médiations humaines, ni même servir d'« alibi » au non développement des moyens humains et à la non amélioration de la qualité des emplois, ô combien nécessaires, des équipes professionnelles qualifiées des services des publics des « musées de France » en Bretagne, en place ou à créer. En effet, la numérisation ne remplace pas mais complète et enrichit l'accompagnement assuré par les équipes professionnelles.

## 5. Renforcer le soutien régional aux actions éducatives et culturelles des « musées de France »

Toutes les préconisations qui précèdent sont à mettre au service du développement du rôle éducatif et culturel des « musées de France », notamment, pour ce qui concerne la Région Bretagne, en donnant la priorité aux jeunes publics, dans le prolongement de sa Charte d'engagement pour la jeunesse, sans oublier les jeunes éloignés.

Les « musées de France » mènent déjà de nombreuses actions éducatives et culturelles en direction des jeunes publics, des petits enfants aux jeunes adultes, mais celles-ci ne sont pas toujours suffisamment connues par leurs bénéficiaires ou relais potentiels, ni valorisées. Le CESER recommande donc de renforcer le soutien régional à la mutualisation de la communication des musées sur leurs actions éducatives et culturelles. Cette stratégie régionale de communication pourrait être confiée au pôle de ressources et d'expertise des publics, en s'appuyant par exemple sur le modèle de la revue « Itinéraires » mais en la diffusant plus largement, y compris sous forme numérique et interactive (sites web, réseaux sociaux, application smartphone, médias régionaux...). Le CESER préconise de diffuser l'information sur les « musées de France » par le biais du site <http://jeunes.bretagne.fr> : expositions temporaires, offre culturelle, événementiel, tarifs jeunes, horaires, moyens de transports...

Faute d'un nombre suffisant d'enseignants-relais dans les musées mais aussi du fait d'une certaine « timidité culturelle » de certains enseignants vis-à-vis de l'univers des musées, faute aussi de services des publics qualifiés dans tous les « musées de France », leurs ressources éducatives et pédagogiques sont sous-exploitées dans le cadre des *parcours d'éducation artistique et culturelle* des élèves, que ce soit *in situ* ou hors les murs (y compris en ligne). Le CESER préconise donc l'organisation d'une « *biennale régionale de l'éducation artistique et culturelle* » en Bretagne, avec tous les acteurs concernés, y compris les « musées de France ». Le comité régional de l'éducation artistique et culturelle créé en novembre 2013, dont fait partie la Région, pourrait être le pilote de ces rencontres régulières. En ce sens, le CESER suggère que la Région conditionne dorénavant son aide à l'élaboration des « projets scientifiques et culturels » des musées à la présence d'un volet « parcours d'éducation d'artistique et

culturelle » s’inscrivant dans une stratégie plus large en direction des jeunes publics, y compris des jeunes éloignés. Les réflexions actuelles et à venir portant sur les rythmes scolaires peuvent également soutenir l’engagement des communautés éducatives locales vers un renforcement de leur implication dans des actions éducatives avec les musées. La biennale de l’éducation artistique et culturelle devrait donc inclure l’enjeu de l’organisation des temps de l’enfant, des adolescents et des jeunes dans ses réflexions.

S’agissant du dispositif régional « Karta » qui soutient déjà des projets d’éducation artistique et culturelle dans les lycées, le CESER recommande de créer une rubrique « Karta patrimoine » afin de donner une plus grande visibilité à ce dernier, incluant les « musées de France ». L’aide régionale devrait inclure une prise en charge totale ou partielle du coût des transports scolaires lié à ces actions, lorsqu’elles ont lieu en Bretagne (ex : gratuité des trajets en TER pour les groupes scolaires en visite patrimoniale). Les jeunes dont la fréquentation des lieux culturels, incluant les musées, est la moins habituelle devraient être aidés prioritairement avec une égale attention à l’ensemble des filières d’enseignement, y compris aux centres de formation d’apprentis.

En complément, au-delà des établissements scolaires, le CESER souhaite que la Région renouvelle et pérennise son appel à projets « *Sensibilisation et éducation des jeunes au patrimoine* » (politique du patrimoine), en y intégrant de manière plus explicite les « musées de France » et en y associant étroitement le Conseil régional des jeunes, lycéens et apprentis de Bretagne. Il souhaite qu’il en soit de même pour l’appel à projets régional « Place aux jeunes » (politique culturelle) qui prévoit notamment pour 2014<sup>392</sup> un renforcement des coopérations avec les acteurs accompagnant les jeunes de Bretagne dans le cadre du Dispositif régional d’insertion professionnelle (DRIP). Le CESER préconise aussi d’expérimenter en Bretagne un dispositif de type « *Lycéens et apprentis au cinéma* » mais avec les musées – « *Lycéens et apprentis au musée* » - en rendant les jeunes acteurs, voire « médiateurs-relais » des actions, dans l’esprit du nouveau dispositif national « *La classe, l’œuvre !* » mis en place pour la Nuit européenne des musées.

S’agissant des jeunes les plus éloignés des musées, les actions qualitatives « sur-mesure », en petits-groupes et sur la durée sont à privilégier *-in situ* et hors les murs -avec des partenaires relais (associations de solidarité, éducation populaire, bénévoles et professionnels de l’action sociale, artistes, CCAS, Conseils généraux, CAF/MSA, Missions locales, Maisons familiales rurales, Réseau information jeunesse...). Les actions en lien avec les musées dans l’esprit du dispositif national « *Les portes du temps* », en direction des jeunes publics de territoires prioritaires, urbains comme ruraux, sont à soutenir et multiplier en Bretagne.

---

<sup>392</sup> Région Bretagne, BP 2014, Mission VII, p VII\_13, III.2.

Au-delà des jeunes publics, le CESER préconise de renforcer le soutien régional aux initiatives territoriales permettant d'élargir et de diversifier les publics des « musées de France ». A cette fin, il suggère le lancement d'un appel à projets régional « *Musées pour tous* » afin d'aider les initiatives exemplaires, notamment lorsqu'elles concernent des publics éloignés, empêchés ou favorisent l'accessibilité des musées et de leurs actions éducatives et culturelles aux personnes en situation de handicap. Les objectifs qualitatifs doivent ici primer sur ceux visant à augmenter les chiffres de fréquentation du musée : l'enjeu est de passer de « la culture pour tous » à « la culture pour chacun » par la voie de parcours et de médiations adaptés. La Région et l'Etat pourraient prendre l'initiative de cet appel à projets, en s'appuyant sur des acteurs relais, en invitant d'autres partenaires à s'y associer : Départements, autres collectivités, CAF, MSA, associations, fondations<sup>393</sup> et autres mécènes privés (y compris le mécénat de compétences à finalité sociale ou culturelle<sup>394</sup>)...

Développer le rôle éducatif et culturel des « musées de France » suppose aussi des moyens matériels pour améliorer le confort, la pédagogie et le plaisir de la visite. Le CESER préconise que le soutien financier de la Région aux investissements structurants des bâtiments des musées (création, extension, rénovation) soit désormais conditionné à la présence d'espaces architecturaux dédiés à la pédagogie et à la médiation (ex : ateliers créatifs, accueil de groupes scolaires...) favorisant la participation active des visiteurs (y compris avec des outils numériques), ainsi que des lieux de convivialité, de partage, de respiration et de détente (ex : « cafés-musées », aires de jeux pour enfants à l'intérieur ou à l'extérieur...).

Enfin, tout ce qui précède n'aurait pas de sens si la priorité des priorités n'était pas donnée au *développement des moyens humains des services des publics* des « musées de France » en Bretagne. La question du maintien de l'appellation « Musée de France » et du soutien de la Région devrait être posée lorsque les musées ne respectent pas l'obligation légale et réglementaire de la présence d'un service des publics doté d'au moins un professionnel permanent qualifié dans le champ de la médiation. Près de 12 ans après la Loi de 2002 sur les « musées de France », est-il encore acceptable que, malgré les progrès réalisés, près d'un musée sur deux en Bretagne ne dispose toujours pas d'un tel service et que lorsqu'il existe, celui soit souvent précaire, dévalorisé statutairement et avec des effectifs en nombre insuffisant pour répondre aux besoins et attentes des publics ?

Le CESER préconise que la Région et l'Etat agissent de concert pour inciter les autorités locales des « musées de France » à se doter à l'échéance de 2020, d'un

---

<sup>393</sup> Exemple : Fondation du Patrimoine, Fonds Hélène & Edouard Leclerc pour la Culture, Fondation Orange...

<sup>394</sup> Exemple de mécénat de compétences, Fondation Orange : <http://www.fondationorange.com/mecenat-de-competences> - Voir également le dossier du Ministère de la culture : <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Politiques-ministerielles/Mecenat/Entreprises/Le-mecenat-en-nature-ou-en-competence> - Les « musées de France » sont éligibles aux projets de mécénat de compétence. Voir plaquette de présentation en annexe du présent rapport.

tel service professionnel, en conditionnant leurs aides à la qualification appropriée des personnels recrutés ainsi qu'à la qualité et à la pérennité de leurs emplois et conditions de travail (financement pérenne, contrats à durée indéterminée, temps plein, statut réglementaire, rémunération, formation continue...). Pour les musées de petite taille et disposant de faibles moyens financiers, la mutualisation de services des publics entre plusieurs musées ou sites patrimoniaux est à encourager, ce que permet déjà le Code du patrimoine.

Le CESER préconise également que la Région, dans le cadre de ses compétences dans le champ de la formation, prenne l'initiative d'une réflexion sur la formation initiale et continue des professionnels des musées en charge des services des publics et de la médiation, de l'évolution de leurs métiers, de la qualité de la pérennité et de la valorisation de leurs emplois. Cette réflexion devrait être élargie à la formation de l'ensemble des « *acteurs relais* » des musées : enseignants et enseignants conseillers-relais, personnel de direction des établissements d'enseignement, agents territoriaux en charge des actions sociales et culturelles, organismes de formation sanitaires et sociales, associations d'éducation populaire, professionnels et bénévoles associatifs en lien avec les jeunes et les publics éloignés, associations d'Amis de musées, chambres consulaires et entreprises privées... Cette initiative régionale, à mener avec l'ensemble des acteurs concernés dont l'Université, le CNFPT et l'Association régionale des conservateurs de musées de Bretagne, devrait s'ouvrir à des expériences européennes et internationales, certains pays étant beaucoup plus avancés que la France dans la priorité donnée au visiteur à travers les métiers de la médiation (ex : Québec<sup>395</sup>, Pays-Bas, Royaume-Uni, Etats-Unis d'Amérique...).

---

<sup>395</sup> Sur les musées au Québec, voir notamment le site de la Société des musées québécois : <http://www.smq.qc.ca/> . Sur l'histoire des musées de société au Québec : voir en particulier, l'article d'Yves Bergeron, Mnemosine, Revista Catalana de Museologia, 2007, numéro 4 : « Du Musée de l'Homme du Québec au Musée de la civilisation-Transformations des musées d'ethnographie au Québec » - <http://www.raco.cat/index.php/QuadernseICA/article/viewFile/73514/131233>



# Conclusion

---



**Conclusion : De la conservation... à la conversation**

La Bretagne et ses « musées de France » disposent de nombreux atouts pour développer leur rôle éducatif et culturel. Que ce soit dans le cadre des parcours d'éducation artistique et culturelle scolaires ou en dehors, une réelle dynamique est à l'œuvre dans les territoires, malgré des situations et des moyens très hétérogènes. La Région Bretagne et l'Etat en région coopèrent déjà de manière fructueuse sur de nombreuses actions liées aux « musées de France ». L'enjeu essentiel est aujourd'hui d'affirmer une fonction d'ensemblier régional permettant de soutenir, fédérer et structurer régionalement les dynamiques existantes au niveau local, en commençant par les stratégies envers les jeunes publics.

Favoriser l'accès de tous aux musées par des médiations humaines et technologiques adaptées à chacun est un enjeu d'égalité républicaine et de cohésion sociale qu'il faut parvenir à mieux conjuguer avec celui du développement économique régional, en particulier sur le plan de l'attractivité touristique. Les perspectives de réforme territoriale et les contraintes financières sont à considérer comme une opportunité pour la réflexion, l'anticipation et le développement de nouvelles coopérations et mutualisations plus efficaces et créatives entre tous les acteurs des « musées de France », voire au-delà.

*De la conservation à la conversation*, les « musées de France » ont tous les arts pour continuer à être ces lieux de mémoire, de sciences et de culture, d'éducation, d'inspiration, de partage et de délectation qui attirent et enchantent leurs visiteurs de Bretagne et d'ailleurs.



# Auditions

---



Les titres et mandats correspondent à la situation au moment de l'audition.

<b>Vincent BAROT</b>	Directeur des affaires culturelles à la ville de St Brieuc
<b>Samuel BAUSSON</b>	Co-fondateur de « Muséomix », Webmestre aux Champs Libres à Rennes, Rennes métropole
<b>Anne BELAUD DE SAULCE</b>	Conservatrice et administratrice au Musée national de la Marine à Port-Louis
<b>Jean-François BERTRAND</b>	Directeur adjoint à la Direction de la culture du Conseil régional de Bretagne
<b>Brigitte BLÉVIN</b>	Adjointe à la culture, chargée des ressources humaines, des relations publiques, de la culture et de la coopération décentralisée à la ville de St Brieuc
<b>Sylvie BLOTTIERE-DERRIEN</b>	Présidente du Groupement régional des Associations d'Amis des musées de Bretagne
<b>Christian BUSNEL</b>	Directeur de la culture, Ville de Lorient
<b>Claire CESBRON</b>	Médiatrice culturelle au Musée de Pont-Aven
<b>Laurence CHABOT</b>	Scénographe indépendante à Nantes, associée aux projets muséographiques au sein d'ARTEFACTO à Rennes
<b>Céline CHANAT</b>	Directrice du Musée de Bretagne, Rennes Métropole
<b>Céline CORNET</b>	Adjointe à la direction, en charge du service des publics au Musée de Préhistoire de Carnac
<b>Christophe COURTIN</b>	Responsable des projets numériques au Musée d'histoire de Nantes
<b>Philippe DAGRON</b>	Médiateur au Musée de Bretagne à Rennes, Rennes Métropole
<b>Karine DEBORD</b>	Responsable de l'action culturelle et des publics au Musée de Bretagne à Rennes, Rennes Métropole
<b>Nathalie DEFRADE</b>	Responsable de l'animation, de l'architecture et du patrimoine à la ville de Lorient
<b>Pascale DELMOTTE</b>	Chargée d'étude médiation/valorisation au service de valorisation et de protection du patrimoine du Conseil régional de Bretagne
<b>Janick DUVAL</b>	Médiatrice du patrimoine à la ville de Lorient
<b>Laurent FLAMAND</b>	Chef de projets numériques au Conseil régional de Bretagne
<b>Jérôme FLOURY</b>	Responsable du projet « Bibliothèque numérique » (Portail des cultures de Bretagne, <i>Bretania</i> ), Association Bretagne Culture Diversité (BCD)
<b>Jean-Pierre GESTIN</b>	Président fondateur de l'association « Les amis de l'Écomusée des Monts d'Arrée »
<b>Thierry GOYET</b>	Chargé des Espaces numériques de la connaissance au Conseil régional de Bretagne
<b>Adeline GRAO</b>	Étudiante en formation d'interprète au CPIE de Franche-Comté, stagiaire en médiation à l'Écomusée des Monts d'Arrée
<b>Estelle GUILLE DES BUTTES-FRESNEAU</b>	Directrice des équipements culturels de Concarneau Cornouaille Agglomération, Conservatrice en chef du Musée des beaux-arts de Pont-Aven et du Musée de la pêche à Concarneau
<b>Laurence IMBERNON</b>	Conservatrice au Musée des Beaux-arts de Rennes, Responsable du service des publics, Présidente de l'Association régionale des conservateurs des musées de la région Bretagne (ARCMB)
<b>Rachel KEREBEL</b>	Chargée des Collections des musées de Concarneau Cornouaille Agglomération

- Madeline LAGADEC** Lycéenne, membre du Conseil régional des Jeunes, lycéens et apprentis de Bretagne (CRJ)
- Aymeric LANIEL** Apprenti, membre du Conseil régional des Jeunes, lycéens et apprentis de Bretagne (CRJ)
- Georges LAVIE** Lycéen, membre du Conseil régional des Jeunes, lycéens et apprentis de Bretagne (CRJ)
- Ronan LE BACCON** Adjoint au Directeur, en charge de la coordination et de la stratégie pour le patrimoine à la Direction du tourisme et du patrimoine au Conseil régional de Bretagne
- Nadine LOISEAU** Déléguée académique à l'éducation artistique et culturelle au Rectorat d'Académie de Rennes (DAAC)
- Yannick LOUIS** Professeur d'histoire-géographie au Collège de Saint-Brice en Coglès, enseignant conseiller-relais au Musée des Beaux arts de Rennes
- Todd LUBART** Professeur des Universités, Directeur du Laboratoire Adaptations Travail –individus à l'Université de Paris- Descartes Paris 5, enseignant-chercheur en psychologie de la créativité
- Lilian MADELON** Responsable du service des relations extérieures aux Champs Libres à Rennes, Rennes Métropole, co-fondateur de « Muséomix »
- Erwan MAHÉ** Gérant de la société ARTEFACTO à Rennes
- Manuel MOREAU** Médiateur au Musée de Bretagne à Rennes, Rennes Métropole
- Gwénaëlle NEVEU** Médiateur au Musée de Bretagne à Rennes, Rennes Métropole
- Brigitte NICOLAS** Directrice et conservatrice au Musée de la Compagnie des Indes de Port-Louis, Ville de Lorient
- Paskal NIGNOL** Médiateur au Musée de Bretagne à Rennes, Rennes Métropole
- Sylvie OCTOBRE** Sociologue des pratiques culturelles des jeunes, Chargée d'études au Ministère de la culture et de la communication, Département des études, de la prospective et des statistiques (DEPS)
- Ariane QUIGNON** Lycéenne, membre du Conseil régional des jeunes, lycéens et apprentis de Bretagne (CRJ)
- Charles QUIMBERT** Directeur de l'association Bretagne Culture Diversité (BCD)
- Élisabeth RENAULT** Directrice et Conservatrice du Musée d'Art et d'Histoire de Saint-Brieuc
- Évelyne SCHMITT-MARCHAL** Conseiller pour les musées à la DRAC Bretagne
- Mélanie THOMAS** Directrice et Conservatrice de l'Écomusée des Monts d'Arrée (Commana et Saint-Rivoal)
- Énora UDO-LE MAPIHAO** Étudiante en Licence de breton à l'Université de Bretagne occidentale à Brest, stagiaire en médiation à l'Écomusée des Monts d'Arrée
- Maria VADILLO** Vice-présidente du Conseil régional de Bretagne, en charge du tourisme et du patrimoine, Présidente du Comité régional du tourisme
- Emmanuelle VIGIER** Conservatrice et directrice du Musée de Préhistoire de Carnac
- Emmanuelle WILLIAMSON** Adjointe, chargée de la culture à la ville de Lorient

Ont également apporté leur contribution aux travaux du CESER :

<b>Gilles ARNOULD</b>	Chargé de mission « Arts et culture », coordonnateur à la Délégation académique à l'éducation artistique et à l'action culturelle (DAAC) auprès du Directeur académique des services de l'Éducation nationale – Rectorat d'Académie de Rennes
<b>François COULON</b>	Conservateur au Musée des Beaux arts de Rennes
<b>Patrice DUCLOS</b>	Responsable du service des projets éducatifs, citoyens et de la mobilité des jeunes au Conseil régional de Bretagne
<b>Serge FRALEUX</b>	Proviseur du Lycée Chateaubriand de Rennes
<b>Bénédicte GICQUEL</b>	Professeure des écoles et enseignante conseillère-relais au Musée de Bretagne
<b>Christian GOUBIN</b>	Adjoint à la Délégation académique à l'éducation artistique et à l'action culturelle (DAAC) – Rectorat d'Académie de Rennes
<b>Martine LE BRAS</b>	Conseillère à l'éducation artistique et culturelle à la Direction régionale des affaires culturelles de Bretagne (DRAC)
<b>Yvon LE BRAS</b>	Professeur d'histoire-géographie et d'histoire des arts, enseignant conseiller-relais au Musée des Beaux arts de Quimper
<b>Jean-Pierre LE COQ</b>	Retraité de l'Éducation nationale, ancien chef de travaux au Lycée d'enseignement général et technologique Joliot-Curie de Rennes
<b>Franck OGIER</b>	Proviseur au Lycée Félix Le Dantec à Lannion
<b>Geneviève POUIT-GODIN</b>	Professeure d'histoire-géographie, enseignante conseillère-relais au Musée de Pont-Aven
<b>Claire ROUGÉ-URCUN</b>	Professeure de Lettres classiques et de Lettres modernes au Collège des Gayeulles de Rennes
<b>Claude URCUN</b>	Professeur de Lettres modernes au Lycée Chateaubriand de Rennes
<b>Services de la Direction de la culture et des pratiques culturelles du Conseil régional de Bretagne</b>	Agents en charge de l'appel à projets : « Place aux jeunes »
<b>Services de la Direction de la formation initiale, de l'enseignement supérieur, de la recherche et des sports du Conseil régional de Bretagne</b>	Agents en charge du dispositif « KARTA »
<b>Tous les élèves de la classe de 1<sup>ère</sup> ES/L du Lycée Chateaubriand de Rennes (année 2012/2013)</b>	Participation à l'enquête du CESER sur les jeunes et les musées (questionnaire)



# Annexes

---



# Annexe 1

## Sites Web des « musées de France » en Bretagne

---

### « MUSEES DE FRANCE » EN BRETAGNE au 1<sup>er</sup> mai 2014

#### **Côtes-d'Armor (22) :**

- Dinan, Musée du château, <http://mairie-dinan.com/sports-loisirs-et-culture/musees-galleries/les-musees/>
- Lamballe, Musée Mathurin Méheut, <http://www.musee-meheut.fr/fr/accueil.html>
- Saint-Brieuc, Musée d'art et d'histoire, <http://www.saint-brieuc.fr/Musee-d-art-et-d-histoire.736.0.html>

#### **Finistère (29) :**

- Brest, Musée des beaux-arts, <http://www.musee-brest.com/>
- Brest, annexe du Musée national de la Marine, [http://www.musee-marine.fr/site/fr/histoire\\_chateau\\_brest](http://www.musee-marine.fr/site/fr/histoire_chateau_brest)
- Commana/Saint-Rivoal, Ecomusée des Monts d'Arrée, <http://ecomusee-monts-arree.fr/>
- Concarneau, Musée de la pêche, <http://www.musee-peche.fr/>
- Douarnenez, Port-musée, <http://www.port-musee.org/>
- Morlaix, Musée des Jacobins, <http://www.musee.ville.morlaix.fr/fr/visite/la-collection/la-peinture.php>
- Ouessant, Musée des phares et balises, <http://www.pnr-armorique.fr/Visiter/Le-reseau-des-musees-et-maisons-a-themes/Musee-des-Phares-et-Balises>
- Ouessant, Écomusée de l'île d'Ouessant, <http://www.pnr-armorique.fr/Visiter/Le-reseau-des-musees-et-maisons-a-themes/Ecomusee-du-Niou>
- Pont-Aven, Musée des beaux-arts, <http://www.museepontaven.fr/-Histoire-du-musee-.html>
- Pont-l'Abbé, Musée bigouden, <http://www.museebigouden.fr/>
- Quimper, Musée des beaux-arts, <http://www.mbaq.fr/>
- Quimper, Musée départemental breton, <http://www.museedepartementalbreton.fr/>
- Trégarvan, Musée de l'école rurale en Bretagne, <http://www.musee-ecole.fr/>

**Ille-et-Vilaine (35) :**

- Montfort-sur-Meu, Écomusée (Maison du patrimoine en Brocéliande) : <http://www.maisondupatrimoine-enbroceliande.com/>
- Rennes, Musée des beaux-arts, <http://www.mbar.org/>
- Rennes, Musée de Bretagne, <http://www.musee-bretagne.fr/>
- Rennes, Écomusée du pays de Rennes-La Bentinais, <http://www.ecomusee-rennes-metropole.fr/>
- Saint-Malo, Musée d'histoire de la ville et d'ethnographie du pays malouin, <http://www.ville-saintmalo.fr/culture/les-musees/musee-dhistoire-chateau-et-tour-solidor/>
- Saint-Malo, Musée du Long-Cours Cap-hornier, <http://www.ville-saint-malo.fr/culture/les-musees/museedhistoire-chateau-et-tour-solidor/>
- Vitré, Musée du château, <http://www.mairie-vitre.com/-Musees-.html>
- Vitré, Musée des Rochers-Sévigé, <http://www.mairie-vitre.com/-Musees-.html>
- Vitré, Musée Saint-Nicolas, <http://www.mairie-vitre.com/-Musees-.html>

**Morbihan (56) :**

- Brec'h, Écomusée de Saint-Degan, <http://www.ecomusee-st-degan.fr/>
- Carnac, Musée de préhistoire Miln-le-Rouzic, <http://www.museedecarnac.com/>
- Inzinzac-Lochrist, Écomusée industriel des forges, <http://www.inzinzac-lochrist.fr/Ecomusee-desForges.6681.0.html#c13997>
- Le Faouët, Musée des beaux-arts du Faouët, <http://www.museedufaouet.fr/>
- Groix, Écomusée de l'île de Groix, <http://ecomusee.groix.free.fr/>
- Port-Louis, Musée de la Compagnie des Indes, [http://musee.lorient.fr/Un\\_musee\\_unique\\_en\\_Fra.2222.0.html](http://musee.lorient.fr/Un_musee_unique_en_Fra.2222.0.html)
- Port-Louis, annexe du Musée national de la Marine – citadelle, [http://www.museemarine.fr/site/fr/port\\_louis\\_histoire\\_de\\_la\\_citadelle](http://www.museemarine.fr/site/fr/port_louis_histoire_de_la_citadelle)
- Saint-Marcel, Musée de la Résistance bretonne Morbihan (56), <http://www.resistance-bretonne.com/>
- Vannes, Musée d'histoire et d'archéologie, <http://www.mairie-vannes.fr/vannesloisirs/musees/museedhistoire-et-darcheologie/>
- Vannes, Musée des beaux-arts – La Cohue, <http://www.mairie-vannes.fr/vannesloisirs/musees/musee-desbeaux-arts/>

# Annexe 2

## Circulaires relatives à l'éducation artistique et culturelle

---

### **Circulaire n°2013-073 du 03-5-2013 sur le parcours d'éducation artistique et culturelle**

#### **Le parcours d'éducation artistique et culturelle**

NOR : MENE1311045C

Circulaire n°2013-073 du 3-5-2013

MEN - DGESCO

---

Texte adressé aux préfets de région ; aux rectrices et recteurs d'académie ; aux vice-recteurs ; aux directrices et directeurs régionaux des affaires culturelles

---

Le présent texte s'inscrit dans le cadre de la priorité gouvernementale donnée à l'éducation artistique et culturelle, et a pour but de développer les principes et les modalités de mise en œuvre des parcours d'éducation artistique et culturelle.

Au cours de sa scolarité, chaque jeune suit des enseignements qui constituent l'un des fondements d'une éducation artistique et culturelle ; ce fondement est souvent complété par des actions éducatives et s'enrichit d'expériences personnelles ou collectives, à l'école et en dehors de l'école.

Cette éducation artistique et culturelle est encore trop inégale d'un jeune à l'autre, pour des raisons diverses (socioculturelles, géographiques, etc.) et en fonction des écoles ou établissements fréquentés.

La mise en place du parcours d'éducation artistique et culturelle a pour ambition de viser un égal accès de tous les jeunes à l'art et à la culture, dans le respect de la liberté et des initiatives de l'ensemble des acteurs concernés.

Le parcours d'éducation artistique et culturelle a donc pour objectif de mettre en cohérence enseignements et actions éducatives, de les relier aux expériences personnelles, de les enrichir et de les diversifier. La mise en place du parcours doit à la fois formaliser et mettre en valeur les actions menées, en leur donnant une continuité.

Il doit permettre au jeune, par l'expérience sensible des pratiques, par la rencontre des œuvres et des artistes, par les investigations, de fonder une culture artistique personnelle, de s'initier aux différents langages de l'art et de diversifier et développer ses moyens d'expression.

Le parcours d'éducation artistique et culturelle conjugue l'ensemble des connaissances acquises, des pratiques expérimentées et des rencontres organisées dans les domaines des arts et de la culture, dans une complémentarité entre les temps scolaire, périscolaire et extra scolaire. Ce parcours contribue pleinement à la réussite et à l'épanouissement de chaque jeune par la découverte de l'expérience esthétique et du plaisir qu'elle procure, par l'appropriation de savoirs, de compétences, de valeurs, et par le développement de sa créativité. Il concourt aussi à tisser un lien social fondé sur une culture commune.

Sa mise en œuvre résulte de la **concertation entre les différents acteurs d'un territoire** afin de construire une offre éducative cohérente à destination des jeunes, qui aille au-delà de la simple juxtaposition d'actions, dans tous les domaines des arts et de la culture.

Le présent texte vise à en définir l'organisation, le pilotage et le suivi en s'appuyant sur les enseignements et sur les dispositifs nationaux ou territoriaux.

## Organisation

### Dans le cadre scolaire

Durant son parcours d'éducation artistique et culturelle, à l'école, au collège et au lycée, **l'élève doit explorer les grands domaines des arts et de la culture** dans leurs manifestations patrimoniales et contemporaines, populaires et savantes, nationales et internationales.

Le parcours se fonde sur les enseignements, tout particulièrement les enseignements artistiques et l'enseignement pluridisciplinaire et transversal d'histoire des arts, propice à la construction de projets partenariaux. Dans le cadre des futurs travaux du conseil supérieur des programmes, notamment la réécriture du socle commun de connaissances, de compétences et de culture et des programmes d'enseignement de l'école primaire et du collège, l'histoire des arts, enseignement de culture artistique, évoluera pour nourrir le parcours d'éducation artistique et culturelle en articulant mieux l'acquisition de savoirs et la rencontre des œuvres, des lieux et des professionnels des arts et de la culture.

Des actions éducatives, s'appuyant sur les partenariats territoriaux, complètent le parcours.

Pour la construction du parcours, les enseignants et équipes éducatives peuvent avoir recours à la **démarche de projet, dans le cadre des enseignements et des actions éducatives**. Une telle démarche doit permettre de conjuguer au mieux les trois piliers de l'éducation artistique et culturelle : connaissances, pratiques, rencontres (avec des œuvres, des lieux, des professionnels de l'art et de la culture). Les projets élaborés sont inscrits dans les projets d'école ou d'établissement.

Pour **faciliter la démarche de projet et le partenariat**, les équipes pédagogiques peuvent proposer différentes formes de regroupements horaires, dans le respect d'une part des volumes horaires annuels des disciplines concernées, d'autre part des programmes d'enseignement en vigueur.

À l'école primaire et au collège, au moins une fois par cycle, il est souhaitable qu'**un des grands domaines des arts et de la culture soit abordé dans le cadre d'un projet partenarial conjuguant les trois piliers de l'éducation artistique et culturelle**.

Pour chacune de ces étapes, **le volet culturel du projet d'école ou d'établissement**, élaboré par les équipes éducatives, **est le garant de la cohérence du parcours d'éducation artistique et culturelle** de chaque élève. Ce mode d'organisation au niveau de l'école ou de l'établissement permet de **favoriser la démarche de projet** entre les services déconcentrés des ministères en charge de l'éducation et de la culture, les autres ministères concernés, les collectivités territoriales et les associations et institutions culturelles, en s'appuyant notamment sur les ressources et les atouts locaux.

### En dehors du cadre scolaire

En dehors du cadre scolaire, le parcours d'éducation artistique et culturelle est complété par une offre de rencontres ou de pratiques qui peuvent soit être élaborées dans une démarche partenariale associant structures ou acteurs culturels et milieux socioéducatifs, notamment ceux de l'éducation populaire, soit relever d'une démarche personnelle en réponse à une offre culturelle, ou se développant dans le cadre d'échanges entre pairs, notamment en termes de pratiques numériques.

Ces rencontres, quand elles sont proposées par les structures culturelles, prennent place dans le cadre des projets d'actions éducatives qu'elles développent, en lien avec les politiques éducatives territoriales et les politiques de développement culturel que mènent les collectivités territoriales. Quand ces rencontres s'inscrivent dans une démarche de projet avec les acteurs socioéducatifs, leurs contenus doivent rechercher la complémentarité des trois piliers de l'éducation artistique et culturelle.

Ces rencontres et pratiques peuvent prendre la forme :

- des enseignements spécialisés dans les domaines de la musique, de la danse ou du théâtre, en conservatoires notamment ;
- de tout dispositif ou projet éducatif permettant cette rencontre, mis en œuvre par des établissements d'enseignement spécialisé ;
- de tout dispositif ou projet éducatif permettant cette rencontre, mis en œuvre par des structures culturelles et/ou les milieux socioéducatifs ;

- de tout dispositif d'initiation ou de sensibilisation à l'initiative des structures culturelles ;
- de toute activité de fréquentation des œuvres et des lieux culturels dans un cadre collectif, familial ou individuel.

Tous les champs de l'art et de la culture sont concernés, selon les modalités qui seront précisées par le ministère de la culture et de la communication (arts visuels, arts du son, spectacle vivant, cinéma, musées, archives, patrimoine, architecture, livre et lecture, etc.).

Lorsque sont élaborées, sur le temps scolaire, des actions éducatives conduites dans le cadre d'une démarche de projet partenarial, des rencontres visant à accroître le rayonnement de ces projets hors de l'école sont proposées afin de bénéficier au plus grand nombre d'enfants et de jeunes sur le temps périscolaire et le temps de loisirs, dans le cadre, le cas échéant, du projet éducatif territorial. Les acteurs éducatifs peuvent se saisir de cet outil pour favoriser la continuité du parcours d'éducation artistique et culturelle entre les différents temps éducatifs de l'enfant.

### Le suivi pour chaque élève

Chaque élève doit pouvoir conserver la mémoire de son parcours pour qu'il se l'approprie pleinement. Les actions auxquelles l'élève a participé, notamment celles menées dans le cadre défini par le projet d'école ou d'établissement, pourront être recensées dans un document individuel sous forme papier ou sous forme électronique.

À cet effet, une application, proposée à titre expérimental aux écoles et aux établissements dès la rentrée 2013, permettra d'ouvrir des portfolios en ligne pour enregistrer les étapes du parcours d'éducation artistique et culturelle de chaque élève. Une évaluation des différentes modalités de suivi et des usages de ces outils sera réalisée à la fin de l'année scolaire.

## Pilotage et suivi

### À l'échelon territorial

Afin d'assurer la mise en cohérence et la continuité des propositions et de veiller au rééquilibrage des territoires, il est mis en place, à l'initiative des préfets de région et des recteurs qui y associent les collectivités territoriales, des **comités territoriaux de pilotage**. Ces instances politiques réunissent annuellement le recteur, le préfet de région et le DRAC, les autres chefs de services déconcentrés de l'État concernés, le président du conseil régional, les présidents des conseils généraux, les présidents des associations départementales des maires ou leurs représentants. Ces comités ont pour objectif de définir et mettre en œuvre les grands axes stratégiques de développement de l'éducation artistique et culturelle, sur la base de diagnostics et de bilans régionaux, en portant une attention particulière aux territoires ruraux et périurbains. Ils impulsent une dynamique auprès des acteurs locaux et identifient des territoires porteurs de projets qui maillent l'ensemble de la région pour un égal accès de tous les jeunes aux arts et à la culture. Ils veillent à la mise en synergie des actions et des budgets. Ils peuvent également initier des expérimentations et des actions innovantes. Enfin, ils assurent le suivi et l'évaluation de ces politiques, dans le dialogue entre l'État dans ses diverses composantes (éducation nationale, culture et communication, agriculture, jeunesse et sport, ville, etc.) et les collectivités territoriales.

Ce comité peut s'appuyer sur les travaux d'une **commission technique**. Réunie à l'initiative du recteur et du DRAC, cette commission associe les services du rectorat (DASEN, DAAC, corps d'inspection territoriaux, directeur de l'école supérieure du professorat et de l'éducation, directeur du CRDP), les services des différentes directions régionales (DRAC, DRAAF, DRJSCS, etc.), des représentants des services des collectivités territoriales concernés par l'éducation artistique et culturelle. Elle établit notamment une carte des ressources culturelles de l'éducation artistique et culturelle pour faciliter la mise en œuvre des projets.

**Les territoires porteurs de projets** s'organisent à l'initiative de l'ensemble des acteurs locaux. Ces acteurs locaux (écoles et établissements scolaires, services de l'État concernés, structures culturelles, collectivités territoriales, associations d'éducation populaire) constituent des comités locaux de pilotage pour articuler et mettre en complémentarité leurs différentes approches de l'ÉAC (volet culturel des projets d'école ou d'établissement, volet éducatif du projet artistique et culturel des structures

culturelles, politique d'éducation artistique et culturelle des collectivités territoriales, actions des associations). Leur collaboration peut se formaliser selon plusieurs modalités (convention, CLÉA, volet d'éducation artistique et culturelle des projets éducatifs territoriaux, etc.), afin de permettre la mise en œuvre opérationnelle des parcours d'éducation artistique et culturelle.

**Afin de mettre en cohérence axes stratégiques régionaux et projets locaux**, les territoires porteurs de projets peuvent être accompagnés dans leur démarche par les conseillers ÉAC des DRAC et par les DAAC en collaboration étroite avec les corps d'inspection. À cet effet, les liens entre DAAC et corps d'inspection sont consolidés et le réseau des DAAC est renforcé.

#### À l'échelon national

Les services des ministères en charge de l'éducation et de la culture élaborent **chaque année un bilan de l'éducation artistique et culturelle, quantitatif et qualitatif**. Il permet de suivre la mise en œuvre du parcours d'éducation artistique et culturelle.

Ce bilan est adressé au Haut conseil de l'éducation artistique et culturelle, qui formule un avis et fait des recommandations.

Le Ministre de l'Éducation nationale, Vincent Peillon. La Ministre de la culture et de la communication Aurélie Filippetti

## **Circulaire n°2010-012 du 29-1-2010 Favoriser l'accès de tous les lycéens à la culture**

### **Favoriser l'accès de tous les lycéens à la culture**

NOR : MENE1002846C RLR : 520-1 -Circulaire n°2010-01 2 du 29-1-2010 MEN - DGESCO B2-3

Texte adressé aux rectrices et recteurs d'académie ; aux inspectrices et inspecteurs d'académie, directrices et directeurs des services départementaux de l'Éducation nationale ; aux inspectrices et inspecteurs d'académie, inspectrices et inspecteurs pédagogiques régionaux ; aux chefs d'établissement d'enseignement ; aux enseignants du second degré.

#### Préambule

Le Président de la République a rappelé lors de son discours sur la réforme du lycée, du 13 octobre 2009, que le lycée doit donner à la culture la place centrale qui lui revient. Le lycée, lieu de transmission des savoirs, doit permettre l'accès de tous les élèves à la culture, afin qu'ils deviennent des acteurs de leur parcours scolaire et culturel. Chaque élève, quelle que soit son origine sociale ou géographique, doit en effet bénéficier d'un égal accès à la culture. Les enseignements et les pratiques artistiques, la rencontre avec les artistes et les œuvres, les projets de classe, etc., contribuent donc à mettre en place, tout au long de la scolarité, un véritable parcours culturel. Les projets collectifs menés dans le cadre de la vie lycéenne conduisent les élèves à acquérir autonomie et initiative. Les conseils des délégués pour la vie lycéenne et les maisons des lycéens constituent à cet égard des vecteurs essentiels pour faire du lycée un lieu de culture concernant tous les élèves.

Le parcours culturel repose sur une offre riche et diversifiée assurant une connaissance du patrimoine national et local, ainsi qu'une ouverture sur les autres cultures, y compris dans leur dimension européenne et internationale. Il améliore la connaissance des formations et des métiers culturels, et contribue à l'implication des lycéens dans leurs choix d'orientation.

Un « référent culture » est chargé de l'animation de la vie culturelle du lycée, qui s'appuie notamment sur l'enseignement de l'histoire des arts pour tous les élèves et un plus large accès au patrimoine cinématographique.

#### **I - Essor de la vie culturelle au lycée**

##### **A. Généralisation des partenariats**

Porté par tous les enseignants, le développement de l'histoire des arts (cf. arrêté du 11 juillet 2008 relatif à l'organisation de l'enseignement de l'histoire des arts à l'école primaire, au collège et au lycée publié au Bulletin officiel du ministère de l'Éducation nationale n° 32 du 28 août 2008) permet de renforcer la cohérence du parcours culturel des lycéens. Pour donner sa pleine mesure, cet enseignement demande à être complété par une fréquentation accrue des lieux de culture. Cela suppose de généraliser les liens entre les établissements scolaires et le monde artistique et culturel, en collaboration notamment avec les directions régionales des affaires culturelles (DRAC) et les collectivités territoriales. Désormais chaque lycée doit avoir un partenariat avec une structure culturelle conduisant à la mise en place d'actions diversifiées et inscrites dans la durée, tant dans les institutions culturelles qu'au sein des lycées.

En fonction des ressources et des partenaires locaux, différentes actions peuvent être privilégiées : concerts et spectacles, expositions d'œuvres au sein du lycée (création d'artothèques), espaces culturels, galeries d'art, rencontres d'écrivains, etc.

Les lycéens pourront aussi profiter de l'accueil d'artistes ou d'équipes artistiques dans le cadre des résidences d'artistes. Ils participeront alors à la conception et à la réalisation de créations. Pour encourager la diffusion de ces pratiques, chaque académie recherchera le parrainage d'un artiste de renom particulièrement engagé dans l'éducation artistique et culturelle.

Enfin, à un moment où il est plus que jamais nécessaire d'encourager les vocations scientifiques, la vie culturelle du lycée doit accorder une véritable place à la culture scientifique et technologique. Atteindre cet objectif repose notamment sur le développement des partenariats avec les établissements de culture scientifique et technique, en lien avec les délégations régionales à la recherche et à la technologie (DRRT) et les centres de culture scientifique, technique et industrielle (CCSTI).

Lieu de vie et lieu de culture, le lycée permet ainsi l'acquisition de connaissances, de capacités et d'attitudes dans le domaine culturel, ainsi que l'implication des élèves et des équipes pédagogiques dans la démarche partenariale.

### B. Développement de la culture cinématographique

Afin d'assurer la transmission d'une culture cinématographique commune et de développer l'éducation à l'image, les lycéens pourront accéder aux œuvres majeures du patrimoine cinématographique, dans le cadre de projections organisées au sein des lycées professionnels, généraux et technologiques à compter de la rentrée 2010.

Grâce à un service de vidéo à la demande, les élèves pourront approfondir leur connaissance du patrimoine cinématographique et acquérir une culture inscrite dans la complémentarité du dispositif « Lycéens et apprentis au cinéma ».

Pour les films en langue étrangère, on privilégiera les versions originales, en cohérence avec la circulaire relative aux langues vivantes étrangères au lycée général et technologique (incluse dans ce BO spécial).

Des séances « cinéma au lycée » seront organisées en lien étroit avec les conseils des délégués pour la vie lycéenne afin d'impliquer les élèves dans la vie culturelle de leur établissement et de les préparer aux responsabilités de l'âge adulte.

### C. Une pratique renforcée

Tout lycéen doit pouvoir accéder, en complément des enseignements offerts dans son établissement, à la pratique artistique.

Pour cela, les dispositifs partenariaux tels que les classes à projet artistique et culturel, les ateliers artistiques, les ateliers scientifiques et techniques, les chorales scolaires, etc., doivent se développer. Ils doivent en particulier bénéficier aux élèves les plus éloignés de l'offre culturelle (ces dispositifs sont encadrés par un enseignant auquel est associé, pour certains domaines, un artiste, un professionnel de la culture ou un expert scientifique - cf. annexe 2 de la [circulaire interministérielle n°2008-059 du 29 avril 2008](#) relative au développement de l'éducation artistique et culturelle, Bulletin officiel du ministère de l'Éducation nationale n°18 du 8 mai 2008).

### D. Éducation aux médias

Les moyens d'information et de communication enrichissent le parcours culturel des élèves et facilitent l'accès à la culture sous tous ses aspects : littéraire, historique, artistique, scientifique, mais aussi politique, économique, sociologique, etc. Dans la mesure où l'éducation aux médias concerne toutes les disciplines, il convient d'engager une exploitation plus grande de tous les médias : journaux, magazines, radios, télévisions, etc. Au sein du lycée, l'expression des élèves est également à encourager : journaux scolaires et lycéens, radios et vidéos d'établissement, sites internet, etc. L'éducation aux médias prépare ainsi les lycéens à exercer leurs responsabilités de citoyen.

## II - Mise en œuvre et pilotage

### A. Un « référent culture » dans chaque lycée

Un « référent culture » est désigné dans chaque lycée. Il s'agit d'un professeur volontaire qui a pour mission d'assurer la cohérence, la qualité et le suivi de la mise en œuvre du volet culturel du projet d'établissement.

Au sein du lycée, le « référent culture » s'attachera notamment à :

- contribuer à l'élaboration du volet culturel du projet d'établissement ;
- travailler en lien avec le conseil pédagogique et le conseil des délégués pour la vie lycéenne ;
- informer la communauté éducative, notamment grâce au site internet de l'établissement, de l'offre culturelle de proximité, en lien avec la délégation académique à l'éducation artistique et à l'action culturelle (DAAC) et les services éducatifs des institutions culturelles locales ;
- veiller au développement et à la mise en œuvre de projets culturels dans le cadre du temps scolaire et/ou périscolaire (classes à projet artistique et culturel, ateliers artistiques, ateliers scientifiques et techniques, espace culturel, etc.), et au développement des projets culturels proposés par le conseil des délégués pour la vie lycéenne et la maison des lycéens ;
- encourager et faciliter les démarches partenariales mises en place entre le lycée, les institutions culturelles et les collectivités territoriales ;
- valoriser sur le site internet de l'établissement les actions pédagogiques particulièrement innovantes dans le champ culturel.

Il doit pouvoir bénéficier d'actions spécifiques de formation dans le cadre des plans académiques de formation (PAF) et par le biais des pôles de ressources pour l'éducation artistique et culturelle (PREAC). En outre, une attention particulière doit être portée à la formation des chefs d'établissement dans le domaine de l'éducation artistique et culturelle.

## B. Volet culturel du projet d'établissement

Le volet culturel du projet d'établissement confère à chaque lycée une identité propre (cf. [circulaire n° 2007-022 du 22 janvier 2007](#) relative aux dimensions artistique et culturelle des projets d'école et d'établissement). Fondé sur le respect de l'égalité des chances, il doit garantir l'ambition et le rayonnement de la vie culturelle de l'établissement et concerner l'ensemble de la communauté éducative. À l'échelle locale, il permet un pilotage inscrit dans une démarche partenariale définissant pour tous les élèves un parcours culturel équilibré et continu.

Le volet culturel :

- intègre l'organisation de l'enseignement d'histoire des arts ;
- dresse un état des lieux qui se fonde sur le contexte artistique et culturel singulier de chaque établissement (population scolaire, ressources culturelles locales, actions déjà mises en place, etc.) ;
- fixe les enjeux de l'éducation artistique et culturelle pour les élèves, détermine les objectifs à atteindre ainsi qu'un calendrier en cohérence avec l'ensemble du projet d'établissement et/ou le contrat d'objectifs ;
- définit les moyens nécessaires pour mener les actions et projets artistiques et culturels.

Le lycée élabore le volet culturel de son projet d'établissement dans le cadre d'un partenariat étroit avec les institutions culturelles régionales et en lien avec les collectivités territoriales. Ce volet culturel s'intègre ainsi naturellement dans les dynamiques artistiques et culturelles locales.

## C. Les technologies de l'information et de la communication (TIC) au service de la découverte culturelle

Afin de permettre à tous les élèves de se constituer une culture personnelle tout au long de leur parcours scolaire, il convient de mobiliser l'ensemble des ressources numériques disponibles dans le champ des arts et de la culture et d'en favoriser l'accès au sein de l'établissement (CDI, salles dédiées, internats, etc.).

À cet égard, le portail interministériel de l'éducation artistique et culturelle <http://www.education.arts.culture.fr/>, hébergé par le Centre national de documentation pédagogique (CNDP), constitue un outil privilégié pour offrir à la communauté scolaire des ressources culturelles et pédagogiques mieux signalées et plus accessibles.

Les sites Éducnet <http://www.educnet.education.fr/> et Éduscol <http://www.eduscol.education.fr/> prévoient l'accompagnement pédagogique de l'enseignement d'histoire des arts, et plus généralement de l'éducation artistique et culturelle.

Dans le cadre d'une convention avec le ministère de l'Éducation nationale et le ministère de la Culture et de la Communication, la Réunion des musées nationaux (RMN) met à la disposition des

enseignants et des élèves 300 000 photographies documentées et utilisables en classe <http://www.photo.rmn.fr/>.

En outre, les ressources proposées par les sites académiques, qu'il s'agisse des sites disciplinaires ou des sites des délégations académiques à l'éducation artistique et à l'action culturelle (DAAC), seront développées afin d'enrichir l'offre culturelle et pédagogique locale. On pourra également se référer aux sites des DRAC et aux pages culturelles développées sur les sites des conseils régionaux. Les technologies de l'information et de la communication (TIC) seront mobilisées pour permettre la diffusion d'événements culturels majeurs. Cette diffusion pourra s'appuyer sur le répertoire des œuvres déjà disponibles sur les sites internet des établissements culturels couvrant différents domaines artistiques (danse, musique, théâtre, etc.).

Pour le ministre de l'Éducation nationale, porte-parole du Gouvernement, et par délégation, le directeur général de l'enseignement scolaire. Jean-Michel Blanquer.

# Annexe 3

## Questionnaire d'enquête du CESER de Bretagne « Les lycéens et les musées »

---

Sexe :       F                       M  
Âge : .....

### 1. Votre fréquentation des musées

- Vous vous rendez dans les musées :
  - jamais
  - rarement
  - de temps en temps
  - régulièrement
  
- Avez-vous déjà fréquenté un ou plusieurs musée(s) ?  Oui  
 Non
  
- Au cours des douze derniers mois?  Oui  
 Non

- **Si vous avez fréquenté un ou des musée(s) :**

- Le(s)quel(s) ?

- Vous y êtes allé:
  - en famille
  - entre amis
  - dans un cadre associatif, précisez : .....
  - seul(e)
  - dans le cadre scolaire
  - autre : .....

- Si vous avez fréquenté un musée dans le cadre scolaire, diriez-vous que cette visite vous a donné envie d'y retourner hors temps scolaire ?

- Oui
- Non

- **Si oui :**
  - seul(e)
  - avec des amis
  - en famille

- Avez-vous déjà participé à un projet impliquant votre lycée et un musée ?
  - Oui
  - Non

- **Si oui :**

- Avec quel musée ? .....

- En lien avec quelle(s) matière(s) ? .....

- En quoi consistait ce projet (en quelques mots) ? .....

.....

- Que vous a-t-il apporté personnellement ? .....

.....

.....

- **Si non : aimeriez-vous participer à un projet de ce genre ?**

- Oui

- Non

- **Si vous n'avez pas fréquenté de musées :**

- Pourquoi ?

- manque d'intérêt

- trop cher (coût du transport, coût éventuel de l'entrée...)

- manque de temps

- impression de ne pas me sentir à ma place, de ne pas comprendre les œuvres...

- personne pour y aller avec moi

- autre : .....

## 2. Votre représentation des musées

- Considérez-vous les musées comme (*plusieurs réponses possibles*) :

- un lieu ennuyeux

- une activité pour les « seniors »

- un lieu élitiste

- un lieu éducatif, d'apprentissage

- un lieu de plaisir et de divertissement

- un lieu d'ouverture culturelle

- un lieu de sociabilité

- autre : .....

**3. Votre intérêt porté aux musées**

- *Si vous allez régulièrement ou de temps en temps au musée : Qu'est-ce qui vous y plaît ?*

.....  
.....  
.....  
.....

**4. Vos suggestions pour donner envie d'aller au musée**

- Avez-vous des idées pour rendre les musées plus attractifs, plus vivants, plus plaisants ?

.....  
.....  
.....  
.....

- Pour ce faire, faudrait-il, selon vous, utiliser davantage les technologies numériques dans les musées (visites virtuelles, applications pour smartphones, bornes interactives...) ?

- Oui  Non

- **Si oui** : Lesquelles ?

.....  
.....

- Si l'entrée aux musées était gratuite, ainsi que les transports pour s'y rendre, iriez-vous plus souvent les visiter ?

- Oui, seul(e)
- Oui, avec des amis
- Non

- Autres remarques et propositions éventuelles :

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....



# Annexe 4

## Contribution du Comité Régional des Associations de Jeunesse et d'Education Populaire (CRAJEP) Bretagne

---

**Avertissement** : cette contribution n'engage que ses auteurs et non le CESER de Bretagne

### **L'éducation populaire, les musées et les jeunes...**

Au cours de l'étude sur les « musées de France » et les jeunes de la commission Qualité de Vie du CESER de Bretagne, la question s'est naturellement posée du rôle que peuvent ou pourraient avoir les fédérations d'éducation populaire dans l'incitation des jeunes à, dans un premier temps, entrer dans les musées, et dans un deuxième temps à se les approprier comme lieux de développement personnel et de collaborations citoyennes collectives.

Avant toute argumentation, il nous semble important de revenir sur plusieurs concepts :

- l'éducation populaire
- l'émancipation
- la culture.

Si l'on se réfère à l'ouvrage de Christian Maurel (1) l'éducation populaire est tout d'abord une forme d'apprentissage dans laquelle l'individu est le sujet, une singularité agissante. Elle se fait dans l'action et par l'action collective, à partir de ce qui affecte, d'une situation propre. En d'autres termes, l'éducation populaire est bien un espace qui conduit tous et chacun à interagir afin de mieux se connaître et se comprendre et par là même à s'approprier le monde autour de soi dans une démarche politique de transformation sociale (plus équitable et plus juste). Le peuple (*populus*) est, alors, au fondement même de la légitimité du pouvoir et l'éducation n'est plus réduite au seul fait de l'école (2). Il s'agira, donc, de favoriser l'accès au savoir et à la culture du plus grand nombre et de

considérer l'éducation de tous comme la condition de l'exercice de la citoyenneté et de la démocratie.

Afin de devenir un citoyen politique (*stricto sensu* « gestion de la cité »), il apparaît fondamental de maîtriser le monde qui nous entoure. Par des méthodes diverses (entraînement mental, cercles d'études, conscientisation, ateliers etc.

(3) l'éducation populaire répond, notamment, à trois grands objectifs :

- être un lieu de militantisme permettant à tous et à chacun de prendre en compte le fonctionnement défectueux du système social
- être un lieu de démocratie et non pas de démocratisation : c'est bien le sujet agissant qui construit individuellement et collectivement
- être un lieu d'émancipation individuelle, tous et chacun deviennent acteurs de leur histoire et de leur vie et sont, finalement, acteurs à part entière de l'Histoire.

On comprend donc que l'éducation populaire participe pleinement au développement individuel et collectif des citoyens. De simple habitant des territoires, l'homme devient citoyen du territoire : il comprend son territoire de vie et ses enjeux, il se les approprie, il déconstruit pour reconstruire un territoire qui réponde à son besoin de plus de justice et d'équité et non pas seulement à des besoins matériels. Ce processus est un processus d'émancipation s'il en est.

Il n'est pas simple de définir l'émancipation. Le petit Robert propose « action d'affranchir ou de s'affranchir d'une autorité, de servitudes ou de préjugés ». Pour l'éducation populaire l'intelligence des hommes n'est pas subordonnée à la mise en forme par une autre intelligence mais elle découvre elle même son propre cheminement et son propre pouvoir (4). L'émancipation subordonne l'acquisition des savoirs aux choix des citoyens à partir de leurs expériences et besoins. L'émancipation est une notion hautement politique car l'individu expérimente l'apprentissage de la démocratie (fond) en pratiquant, verbalisant et construisant la démocratie de l'apprentissage (forme). L'échange de pratiques, d'expériences et de savoirs (chacun étant détenteur de savoirs mais aucun n'étant élève apprenant ou maître transmettant) permet l'interconnaissance et donc la capacité de construction collective et participative. La formation dispensée est une auto-formation collective. C'est ensemble et par tous que chacun acquière de l'expertise – expertise qui induit une appropriation de soi, de tous et de son environnement. Cette appropriation engendre une prise de recul et participe à la remise en cause des systèmes sociaux véritables fondements des sociétés.

Or, la culture dans son acception plurielle est un élément fondamental de l'être humain. La culture est inhérente à chacun. Encore faut-il définir la culture...

Selon Franck Lepage (5), la culture est l'ensemble des stratégies mobilisées par un individu pour survivre à la domination. La culture est un outil d'émancipation. Ceci étant, il est certain que le terme « culture » est apprécié différemment par les uns et les autres...notamment par les pouvoirs publics.

Les ministères successifs ont adoubé la culture universaliste (l'art du beau ...) qui pose une hiérarchisation de la culture. Ce phénomène n'est pas nouveau. Déjà au 19<sup>ème</sup> siècle se tenaient des salons officiels au sein desquels ne pouvaient être présentées que des œuvres acceptables pour la société et les normes sociales.... On savait ce qu'était le beau en référence aux dogmes sociétaux en cours. On assiste toujours à ce type de définition du beau. Une œuvre d'art n'est œuvre d'art que si elle est considérée comme telle par l'ensemble des acteurs de la sphère artistique et, de fait, politique. Or la culture ne peut se réduire à cette seule acception car, alors, elle devient officielle et omet toutes les autres formes de culture. La culture n'est alors que mythes et grandeur inaccessible.

Cette mystification de la culture est un frein évident à l'avènement de la culture de tous. On notera que le terme culture de tous n'est pas choisi au hasard. Les pouvoirs publics ont développé au cours des précédentes décennies (notamment Après-guerre avec le Ministère de Malraux) des politiques de démocratisation de la culture (la culture pour tous) : chacun devrait et doit être en mesure de participer à la lecture et l'appréciation de la culture « affirmée » par l'universalité esthétique. Ceci induit qu'il y aurait deux formes de culture : la Culture et la subculture. Bien entendu, ceci implique également qu'il y aurait les personnes cultivées et ... les autres. Cette posture ne peut convenir à l'Éducation Populaire. En effet, pour l'éducation populaire (et comme le montre Franck Lepage dans son ouvrage (6), la culture n'est ni universelle ni une fin en soi : elle est multiple et un outil de compréhension mutuelle et de cohésion sociale. La cohésion sociale ne peut être l'apanage des pouvoirs publics et des « bien pensants ». La cohésion sociale ne peut exister que par le biais de l'interconnaissance et de l'acceptation de l'autre dans toutes ses spécificités. C'est bien là un des objets de l'éducation populaire : permettre à tous et à chacun de connaître, de se connaître et de reconnaître – l'interconnaissance passe alors par l'autoconnaissance et le partage collectif de toutes les connaissances. Ce qui compte c'est le rapport d'une culture à une autre et non la capacité de chacun de s'acculturer au modèle dominant (7). La culture ne peut être cantonnée comme instrument de domination et de reproduction de l'idéologie dominante.

Ceci étant posé, revenons au sujet de la présente étude du CESER de Bretagne : *« Les « musées de France » en Bretagne : de la conservation à la conversation ».*

Il nous semble important dans un premier temps de nous poser la question de la représentation qu'ont les jeunes de la culture. Nombre d'entre eux ont intériorisé l'idée que les cultures populaires n'étaient pas une culture, ce qui les amène souvent à une autodépréciation de leurs propres pratiques, voire au déni de celles-ci (8). Lorsqu' une grande part de la créativité et de l'innovation artistique est portée par la jeunesse, il est particulièrement « triste » que les jeunes ne se sentent pas acteurs de la culture.

Cette vision qu'ils ont de la culture (induite par la notion de démocratisation de la culture alors qu'eux construisent la démocratie culturelle...) ne peut, certes, pas les conduire systématiquement dans les musées.

Une enquête a questionné des jeunes franciliens sur leur conception des musées.(9). Elle a conclu à un certain nombre de paradigmes :

- Les jeunes ont une image scolaire du musée. C'est un lieu d'apprentissage qui diffuse un savoir « savant ». Bien entendu cette affirmation découle naturellement du fait que la plupart des jeunes questionnés affirme que la principale raison qui les pousse à se rendre au musée sont les sorties scolaires. L'école se révèle donc comme le principal prescripteur de visite au musée. Le musée est alors assimilé à un lieu complémentaire de l'école où l'on approfondit les connaissances abordées dans le cadre scolaire.
- Cette notion pose question. En effet, force est de constater que les jeunes (notamment les adolescents) se construisent en réaction contre – contre le système familiale, contre le système scolaire, contre le système social. Or si l'on s'en tient à une telle représentation, les jeunes ne peuvent que refuser les propositions muséales qui peuvent leur être faites sur leur temps de loisirs qui pour eux est opposé au temps scolaire. Il s'agit bien pour les musées de se poser cette question et, dans ce cas précis, la médiation ne semble pas suffire à palier cette posture. On se situe plus dans la communication : il appartient aux musées de donner à voir en se positionnant comme outil de communication interactive auprès des jeunes. Il leur appartient aussi de faire connaître toutes les initiatives qu'ils proposent et qui sont souvent méconnues.
- Le musée est un lieu qui s'adresse à tous mais.... Même si certains jeunes considèrent les musées comme des lieux associés à l'école, qu'ils ne s'adressent pas à eux et ne peuvent leur proposer un contenu attractif, la majorité pense que le musée est un lieu intéressant et qu'il s'adresse à tous. Il devient pour eux un lieu de découverte. On assiste là à un paradoxe puisque la plupart d'entre eux ne vont au musée que par le biais des visites scolaires quand, lorsqu'on leur pose la question de savoir à qui s'adresse les musée, ils répondent que les musées s'adressent à tous les groupes d'âge, les touristes et ensuite seulement aux groupes scolaires. Cependant lorsqu'il s'agit pour eux de définir ce qu'est un musée, ils le considèrent comme une institution variée qui aborde de nombreux domaines mais ne font pas la différence entre un musée et un média exposition. Pour eux ce qui ressort le plus de l'enquête est le fait que le musée leur permette de « voir en vrai » des choses dont ils ont parlé à l'école etc. Ils souhaitent confronter leurs connaissances avec la réalité des collections muséales et soulignent leur intérêt pour les objets de la vie quotidienne, plus faciles à interpréter. C'est une des raisons qui font que les jeunes se sentent un peu délaissés par l'institution musée.
- Le musée un lieu de passé et d'histoire. Pour les adolescents, le musée est un lieu privilégié pour évoquer le passé et le relier à l'histoire. On

retrouve, encore dans cette partie de l'enquête, l'envie de concrétisation de l'Histoire par l'objet....

- Pour ce qui concerne les préférences et pratiques déclarées des adolescents dans les musées, l'enquête met en exergue trois paradigmes :
- La visite avec les pairs est plébiscitée car elle permet le partage et la discussion. Le musée serait alors un lieu de sociabilité – ce qui n'est pas souvent compris par les adultes puisque traditionnellement, le musée est un lieu de silence et de contemplation.
- La visite libre qui permet de flâner, de ne pas respecter le sens de la visite mais bien de prendre du plaisir et de se laisser conduire par ses ressentis est privilégiée par les jeunes.
- L'interactivité dans les musées et l'accueil personnalisé est une des demandes fortes des jeunes. Ils déclarent préférer des activités dynamiques offrant une large part à la discussion et au partage.

L'enquête est plutôt optimiste : contrairement à ce que l'on croit, les adolescents ne rejettent pas les musées en bloc. Ils rejettent l'image archaïque du musée telle qu'elle est souvent perçue autant par les adultes que par eux comme ils rejettent le musée en tant que mode d'expression et de valorisation de la culture « officielle », plus traditionnelle des adultes. Finalement ils rejettent la démocratisation de la culture puisqu'ils sont des acteurs importants de la culture démocratique. On retrouve là la vision de l'objet de la culture selon les principes de l'éducation populaire ce qui devrait impacter fortement les propositions faites aux jeunes par les musées. Un tel rapprochement des points de vue demande indéniablement un rapprochement entre les musées et les fédérations d'éducation populaire afin de concevoir POUR les jeunes, AVEC les jeunes et PAR les jeunes des outils facilitateurs. Il s'agit bien d'accompagner les jeunes et surtout pas de « faire à la place de ».

La collaboration entre les « musées de France » et les fédérations d'éducation populaires n'est ni nouvelle ni saugrenue. Ces deux mondes se rejoignent quelque peu notamment en termes d'objectifs (même s'ils ne sont pas fondamentalement identiques) :

- instruire le citoyen en rassemblant le savoir humain,
- faire connaître les pratiques culturelles issues de différentes origines à l'échelle locale, nationale et internationale,
- conserver la mémoire, les racines,
- construire un sens dynamique de solidarités entre les générations,
- créer un élan de transmission,
- donner un sens à la perpétuation de l'espèce (10).

Le musée a et doit avoir une mission sociale si l'on veut qu'il soit un espace d'interaction qui participe à la construction de la cohésion sociale. « nos musées,

lieu par excellence de la légitimation culturelle, ont un devoir d'élucidation, d'explication,, de déconstruction des idées reçues ou construites par les intérêts conjoncturels » (11). Cette proposition pose le musée comme un lieu de débat, de prise de recul face aux idées préconçues et se rapproche, en l'état, de l'idée que l'éducation populaire se fait de la transmission culturelle non pas comme une fin en soi mais bien comme un moyen mis à disposition des populations pour exercer pleinement leurs droits démocratiques.

A cet égard, un certain nombre d'expérimentations ont cours dans les territoires. Il est intéressant de noter que nombre de ces expériences ne s'adressent pas seulement à des enfants de moins de 12 ans (plus réceptifs aux propositions qui leur sont faites) mais bien à des adolescents dont on sait qu'ils désertent les musées entre 15 et 24 ans. Nous ne relaterons pas, ici, toutes les expériences que nous avons découvertes. Mais nous nous attarderons sur une expérimentation entre le musée d'art moderne de Saint Étienne et un centre social et culturel.(12) Depuis 1988 le musée et le centre social et culturel Henri Matisse travaillent ensemble en proposant des projets sur le long terme et non pas des projets courts et ponctuels. Une véritable démarche est mise en place sous la forme de conduite de projet. L'objectif global de ces projets est d'amener les adolescents à s'approprier le musée et ses collections. En ce qui concerne l'art moderne, on peut distinguer trois types de réactions (13) : Un familier de l'art contemporain disposant des outils culturels adéquat pourra admirer les œuvres comme des « dispositifs » ; Un profane dépossédé de ces ressources se révoltera contre une « supercherie », se dira qu'il peut en faire autant, maudira tous les artistes et éprouvera un sentiment d'infériorité sociale ; entre les deux, le visiteur imprégné de « bonne volonté culturelle » se convaincra qu'il y a une démarche, une intention, quelque chose de supérieur qu'il convient d'apprécier – acquiescement soumis qui signe son appartenance aux classes moyennes cultivées ».

Forte de ces constats, il apparaît que l'objectif global des projets du musée d'art moderne n'est pas seulement d'amener les jeunes des milieux « défavorisés » à s'approprier les lieux musées mais, par l'appropriation, à aller au delà des positionnements convenus et de s'en affranchir. En conséquence, l'appropriation devient objectif spécifique et les ateliers mis en place moyens et outils de l'émancipation des jeunes. Notons, que les ateliers nomades, les ateliers de pratiques artistiques et les ateliers multimédias sont en lien étroit avec les représentations et préférences des jeunes évoquées au cours de l'enquête francilienne. L'atelier nomade propose la découverte déambulatoire du musée ; les ateliers de pratiques artistiques proposent la découverte de techniques souvent en présence de l'artiste – ce qui induit un échange de pratiques des uns et des autres ainsi qu'un dialogue et des discussions ; les ateliers multimédias s'inscrivent tout naturellement dans les outils de communication et de création les plus familiers aux jeunes. On est bien là face à une démarche esthétique concertée et collaborative comme le sont les démarches de projets de l'éducation populaire. Sans cette démarche concertée, il est quasi impossible de faire se rencontrer les artistes et les jeunes de tous les horizons. Le musée est, alors, outil de construction de soi et de démocratie et n'est plus réservé aux classes

dirigeantes ou moyennes de la société. L'accès à tous n'est donc pas suffisant, il s'agit bien pour les musées et les fédérations d'éducation populaire d'élargir la démarche esthétique à la construction de la démocratie culturelle dans un but d'émancipation et de reconnaissance du rôle fondamental des jeunes dans l'innovation culturelle par la créativité.

Cette expérimentation ne s'est pas faite naturellement. Certes, les parties prenantes étaient volontaires et enthousiastes. Mais ces deux mondes, même s'il existe des similitudes entre leurs objectifs globaux, n'ont pas l'habitude de travailler ensemble notamment autour de projets jeunesse. Il a fallu que chacun s'approprie et entende les problématiques des uns et des autres tout en comprenant les enjeux posés par chacun. Un des freins que l'on pourrait constater est la méconnaissance. Méconnaissance du public jeunesse et de la structuration des politiques jeunesse par les médiateurs et méconnaissance des musées et de leur structuration par les animateurs.

Il est important que les animateurs partagent leur expérience de la jeunesse avec les médiateurs et que les médiateurs partagent leur expérience du musée avec les animateurs. On retrouve là la notion d'auto-formation collective chère à l'éducation populaire.

Cependant cette auto-formation peut s'avérer insuffisante et des savoirs théoriques deviennent indispensables (savoirs qu'il convient, bien sûr de partager le moment venu).

Des formations existent en ce qui concerne les animateurs qu'elles soient professionnalisantes ou non (BAFA, BAFD, BPJEPS etc.). Ces formations existent bien parce que le métier d'animateur est reconnu comme un métier à part entière par les institutions (DDCS etc.) et, de fait, structuré autour d'apprentissage codifiés.

Pour ce qui concerne le métier de médiateur culturel les choses ne semblent pas aussi construites. Force est de constater que ce métier n'est pas structuré, ni codifié et que les qualifications requises ne sont pas à la hauteur des missions qui leur sont confiées. On remarque aisément la surqualification des intervenants notamment en termes de technicité esthétique ou muséale sans pour autant qu'ils soient formés à la pédagogie spécifiquement adaptée au public jeunesse. C'est de notre point de vue une carence qui génère le découragement récurrent des médiateurs. Nombre de projets s'adressent aux enfants jusqu'à 12 ans mais peu s'adressent finalement à des jeunes entre 13 et 24 ans.

Ce travail de recherche ne peut, bien entendu, se résumer à la présente rédaction. Il importe que des propositions soient posées. C'est ce que nous allons tenter de faire maintenant. Lors du groupe de travail animé par l'INJEP autour de la culture comme levier pour la socialisation et l'autonomie des jeunes, plusieurs propositions ont été faites. Nous reprendrons là une partie de celles qui peuvent être adaptées aux musées.

**Propositions du CRAJEP Bretagne :**

- 1- Diversifier l'offre faisant l'objet de soutiens tarifaires et l'élargir à des propositions de pratiques artistiques. Mettre en place systématiquement des démarches d'accompagnement spécifiquement destinées aux jeunes dans le cadre de stratégies concertées d'accès à l'offre culturelle. Mettre en réseau l'ensemble des acteurs, quels que soient leurs statuts. Assortir ces dispositifs d'un système d'évaluation régulier.
- 2- Construire les politiques territoriales de déplacement en associant les acteurs culturels aux urbanistes dans la perspective d'y intégrer les transports liés aux pratiques culturelles des jeunes.
- 3- Inciter les musées à proposer des horaires d'ouverture davantage compatibles avec les rythmes et les attentes des jeunes (nocturnes etc.).
- 4- Apporter un soutien supplémentaire aux circuits itinérants de diffusion.
- 5- Renforcer le rôle de relais d'information des points et bureaux d'information jeunesse.
- 6- Introduire dans les cahiers des charges des structures conventionnées des objectifs de programmation d'expositions temporaires et d'accompagnement des publics jeunes hors temps scolaire. Les inciter à construire des projets en partenariat avec les structures associatives et les jeunes.
- 7- Inciter à la création de pôles de ressources et d'échanges d'expériences entre les jeunes ainsi qu'entre les collectivités territoriales. Un site Web paraît être la meilleure solution.
- 8- Réaliser un état des lieux des projets existants pour permettre une meilleure information et donner une meilleure visibilité des actions mise en place par les musées seuls ou, de préférence, en collaboration avec les fédérations d'éducation populaire.
- 9- Créer, valoriser et soutenir les espaces d'expression artistique de proximité (MJC, antennes délocalisées de musées...). Mettre ces lieux en réseau. Valoriser les pratiques des jeunes dans les musées. Favoriser la prise en charge par les jeunes des lieux musées et d'expositions temporaires. Encourager les autres formes de valorisation (courts métrages sur la construction d'une exposition etc.).
- 10- Favoriser les rencontres amateurs/pro.
- 11- Consacrer à l'accompagnement ou à la médiation un pourcentage significatif du budget de fonctionnement des musées.

- 12- Accompagner les jeunes dans la découverte des traces du passé et la confrontation à toutes les sortes de patrimoine.
- 13- Mettre en place des parcours de découverte des musées accessibles tant matériellement qu'immatériellement.
- 14- Soutenir l'intégration de l'accompagnement des pratiques artistiques et culturelles des jeunes dans les formations initiales destinées aux animateurs.
- 15- Organiser des formations croisées entre animateurs, artistes et médiateurs ainsi que des passerelles entre certifications.
- 16- Intégrer des modules sur les pratiques artistiques et culturelles des jeunes, la transmission entre pairs et les pratiques numériques dans les formations destinées aux professionnels de la culture, aux animateurs et aux enseignants.
- 17- Étendre aux Centres de Formation des Apprentis tous les dispositifs mis en place dans les écoles, les collèges et les lycées.
- 18- Définir un plan de relance de l'activité culturelle dans les universités.
- 19- Mettre en réseau les lieux de culture universitaires avec les équipements culturels des territoires, notamment les musées.
- 20- Valoriser et soutenir les actions éducatives et projets conduits hors temps scolaire en partenariat avec les musées.
- 21- Favoriser le décloisonnement et les articulations des politiques territoriales scolaires, éducatives, sociales, culturelles et de jeunesse.
- 22- Agir contre le déclassé des personnes employées dans le secteur culturel notamment celles qui bénéficient d'emplois aidés en favorisant la construction de parcours professionnels qualifiés dans la durée.
- 23- Développer la filière culturelle de la fonction publique territoriale en valorisant les cadres d'emploi correspondant aux métiers d'animation, de médiation ...
- 24- Mutualiser les ressources entre les petits musées
- 25- Dans la mesure où la grande majorité des actions culturelles bénéficient d'un financement public, privilégier un conventionnement pluriannuel, gage de continuité d'action et cadre plus favorable à un emploi pérenne.

Notes de bas de pages :

- (1) « Éducation populaire et puissance d'agir : les processus culturels de l'émancipation », MAUREL C., Paris, L'Harmattan (travail social) , 2010.
- (2) Injep, octobre 2010 Cinq contributions autour de l'éducation populaire.
- (3) « L'héritage de l'éducation populaire dans l'action culturelle. » GEORGET Emilie, Lyon, 2009, page 27-29.
- (4) « L'émancipation, entre l'éducation permanente et l'aide sociale », NOSENT J.P, Université d'été du Centre Inter facultaire de formation des enseignants, août 2009.
- (5) « Education Populaire une utopie d'avenir », Ouvrage collectif, Les Liens qui Libèrent, Cassandre Hors Champs, 2012,p. 159.
- (6) Idem 5.
- (7) Idem 4.
- (8) « La culture un levier pour la socialisation et l'autonomie des jeunes » Contribution du groupe de travail informel animé par l'INJEP sur les politiques culturelles de jeunesse.
- (9) « Représentations sociales et pratiques déclarées d'adolescents franciliens dans les musées », Timbart N. et GIRAULT Y, Colloque « adolescence : entre défiance et confiance », avril 2006 Roubaix.
- (10) « La collaboration entre les « musées de France » et les fédérations d'éducation populaire », Acte du Colloque- Musée National de la Renaissance - Château d'Ecouen - 21 mars 2006.
- (11) Idem page 26.
- (12) Idem 11 page 46.
- (13) « De l'éducation populaire à la domestication par la culture », Lepage F., Le monde diplomatique, mai 2009.

# Annexe 5

## Données du Ministère de la culture et de la Communication - Patrimostat 2011-Fréquentation des « musées de France » en Bretagne

---

## BRETAGNE

## FRÉQUENTATION DE 2007 à 2011 (Sources : Musées et Sagemor Morbihan en 2009)

N°REF	ETABLISSEMENTS	LOCALITE	TOTAL 07	GRAT 07	TOTAL 08	GRAT 08	Evolution 08/07 en %	TOTAL 09	GRAT 09	Evolution 09/08 en %	TOTAL 10	GRAT 10	Evolution 10/09 en %	TOTAL 11	GRAT 11	Evolution 11/10 en %
2205001	MUSEE DU CHATEAU DE DINAN	DINAN	23 000	7 144	21 395	8 237	-7	23 706	8 368	11	63 536	15 677	168	24 140	7 793	-62
2209301	MUSEE MATHURIN MEHEUT	LAMBALLE			8 657	1 305		5 081	1 008	-41	6 340	1 208	25	6 164	1 319	-3
2227801	MUSEE D'ART ET D'HISTOIRE	SAINT-BRIEUC	38 592	38 592	35 859	35 859	-7	43 668	43 668	22	39 422	39 422	-10	34 380	34 380	-13
2901901	MUSEE DES BEAUX ARTS	BREST	15 116	12 983	23 175	18 389	53				22 382	18 767		19 179	15 409	-14
2903801	ECOMUSEE DES MONTS D'ARREE	COMMANA	20 302	4 650	21 522	6 183	6	19 961	5 477	-7	18 594	4 990	-7	20 294	9 822	9
2903901	MUSEE DE LA PECHE	CONCARNEAU	34 252	3 497	33 844	3 540	-1	32 554	4 475	-4	32 576	4 427	0	29 183	4 058	-10
2904601	LE PORT-MUSEE	BOUARNENEZ	51 648	13 289	44 496	13 364	-14	44 657	9 873	0	68 869	39 364	54	45 572	12 471	-34
2915101	MUSEE DES JACOBINS	MORLAIX	19 203	9 605	34 410	17 374	79	18 857	8 819	-45	19 792	11 701	5	18 741	9 271	-5
2915501	ECOMUSEE DE L'ILE D'OUESSANT	ILE D'OUESSANT	11 181	4 799	10 714	3 931	-4	9 864	3 975	-8	10 151	4 313	3	10 223	3 834	1
2915502	MUSEE DES PHARES ET BALISES	ILE D'OUESSANT	20 800	4 711	16 262	3 358	-22	16 174	3 460	-1	16 556	4 077	2	15 396	2 254	-7
2	ILE D'OUESSANT		31 981	9 510	26 976	7 289		26 038	7 435		26 707	8 390		25 619	6 088	
2921701	MUSEE DE PONT-AVEN	PONT-AVEN	40 902	9 173	43 575	9 459	7	53 290	11 460	22	43 273	11 858	-19	39 456	12 151	-9
2922001	MUSEE BIGOUDEN	PONT-L'ABBE												17 718	4 893	
2923201	MUSEE DES BEAUX-ARTS	QUIMPER	79 123	31 176	55 644	26 695	-30	65 048	32 184	17	57 174	28 456	-12	119 371	39 210	109
2923202	MUSEE DEPARTEMENTAL BRETON	QUIMPER	49 397	19 649	45 111	20 208	-9	42 445	17 711	-6	40 175	11 944	-5	37 112	11 882	-8
2	QUIMPER		128 520	50 825	100 755	46 903		107 493	49 895		97 349	40 400		156 483	51 092	
2928901	MUSEE DE L'ECOLE	TREGARVAN	11 756	1 390	9 297	1 242	-21	12 012	1 857	29	12 763	2 239	6	11 814	2 138	-7
3518801	ECOMUSEE DU PAYS DE MONTFORT	MONTFORT-SUR-MEU						4 516	1 547		5 002	1 451	11	4 735		-5
3523801	MUSEE DE BRETAGNE	RENNES	54 281	14 837	99 553	50 774	83	68 943	13 887	-31	47 236	12 606	-31	44 839	17 005	-5
3523802	MUSEE DES BEAUX-ARTS	RENNES	59 316	43 084	56 339	33 025	-5	35 146	23 416	-38	67 510	45 479	92	65 281	48 750	-3
3523803	ECOMUSEE DU PAYS DE RENNES	RENNES	41 637	29 401	39 026	26 649	-6	46 002	33 535	18	45 185	32 438	-2	43 834	30 400	-3
3	RENNES		155 234	87 322	194 918	110 448		150 091	70 838		159 931	90 523		153 954	96 155	
3528801	MUSEE INTERNATIONAL DU LONG-COURS	SAINT-MALO	8 937	2 632	10 712	3 462	20									
3528802	MUSEE D'HISTOIRE ET D'ETHNOGRAPHIE	SAINT-MALO	44 821	14 142	27 355	7 698	-39									
2	SAINT-MALO		53 758	16 774	38 067	11 160										
3519401	MUSEE DE LA FAUILLONNAIE	VITRE	1 641	504	1 292	490	-21	1 374	410	6	196	181	-86	Retrait appelation		
3536001	MUSEE SAINT-NICOLAS	VITRE	2 209	799	1 960	565	-11	1 981	621	1	1 804	1 621	-9	1 563	1 423	-13
3536002	MUSEE DU CHATEAU	VITRE	17 669	5 970	16 817	6 697	-5	21 363	7 628	27	20 992	6 978	-2	18 242	5 476	-13
3536003	CHATEAU-MUSEE DES ROCHERS-SEVIGNE	VITRE	7 661	2 173	7 200	2 257	-6	8 024	2 384	11	9 223	5 422	15	8 205	4 681	-11
4	VITRE		29 180	9 446	27 269	10 009		32 742	11 043		32 215	14 202		28 010	11 580	
5602301	ECOMUSEE DE SAINT-DEGAN	AURAY/ BRECH	14 529	2 487	14 727	2 937	1	14 824	2 867	1	13 062	2 346	-12	13 332	2 734	2
5603401	MUSEE DE LA PREHISTOIRE	CARNAC	32 317	6 136	31 314	6 157	-3	30 036	5 510	-4	31 156	5 824	4	33 767	6 279	8
5606901	ECOMUSEE DE L'ILE DE GROIX	GROIX	9 520	1 496	8 196	1 028	-14	7 171	940	-13	7 577	980	6	7 155	1 003	-6
5609001	ECOMUSEE INDUSTRIELLES FORGES	INZINZAC LOCHRIST									5 000	2 270		4 379	1 691	-12
5618102	MUSEE DE LA COMPAGNIE DES INDES	PORT-LOUIS	62 090	20 625	58 312	19 194	-6	68 683		18	61 299	25 472	-11	67 815	26 464	11
5622801	MUSEE DE LA RESISTANCE BRETONNE	ST MARCEL MALESTROIT														
5624001	MUSEE DU CHATEAU DE SUSCINIO	SARZEAU	95 462	15 204	91 603	16 303	-4	103 472		13	Retrait appelation		Retrait appelation			
5626003	MUSEE DE LA COHUE	VANNES	44 747	28 723	36 662	26 191		15 677	9 083		18 667	9 513	19	16 887	9 272	-10
5626002	MUSEE D'HISTOIRE ET D'ARCHEOLOGIE	VANNES	4 468	1 441	Voir musée la Cohue			5 271	2 903		5 827	3 154	11	7 444	4 129	28
2	VANNES		49 215	30 164	36 662	26 191	-26	20 948	11 986	-43	24 494	12 667		24 331	13 401	
32	MUSEES		973 270	360 503	952 395	380 210	0	921 947	293 688	-1	868 485	371 719	7	845 782	343 377	-2
		nb réponses par année	34		34		moyenne	34		moyenne	33		moyenne	32		moyenne

Chiffres à ne pas diffuser

BRETAGNE

- Augmentation de la fréquentation en 2010 grâce à l'exposition consacrée à Doisneau du 10 juillet au 30 septembre qui a accueilli 37 357 personnes
- Baisse en 2007 à cause de la disparition d'un marché du terroir sur St-Rivoal, perte d'environ 3 000 visiteurs durant l'été, des conditions climatiques ont empêché certaines visites et actions en plein air, et de la fermeture pour travaux durant 4 mois. Entrée gratuite en 2011 à Rivoal.
- Travaux sur bateaux à flot, ouverture début juillet au lieu de début avril 2008, ce qui explique la baisse de la fréquentation. Progression de la fréquentation en 2010 grâce aux fêtes maritimes, entrée libre au musée du 22 au 25 juillet.
- Augmentation de la fréquentation du musée en 2008 grâce à l'exposition "Mathurin Méheut" organisée du 13 juin au 10 novembre qui a accueilli 20 624 visiteurs
- L'exposition Yves Tanguy du 29 juin au 30 septembre a accueilli 50 251 visiteurs en 2007. L'expo "de Turner à Monet, les paysages en Bretagne au 19<sup>e</sup> siècle" organisée du 31 mars au 4 septembre 2011 a accueilli 95 252 visiteurs
- Les gratuits de 2009 correspondent aux jeunes de moins de 14 ans, à la nuit des musées et aux journées du patrimoine
- Fréquentation importante de l'exposition "le Roi Arthur, une légende en devenir" du 17 juillet 2008 au 04 janvier 2009 : 67 970 visiteurs en 2008
- Augmentation de la fréquentation en 2010 grâce aux expositions (4 expos organisées qui représentent 44 % de la fréquentation totale de l'établissement)
- Fermeture définitive du musée le 1<sup>er</sup> avril 2010 - Un retrait d'appellation a été demandé en 2011
- Retrait de l'appellation musée de France en novembre 2009, cependant les données de fréquentation pour 2009 ont été enregistrées. Source fréquentation 2009 - Sagemor Morbihan.

*Dans cette région on trouve deux annexes du musée de la Marine (Brest et Port-Louis)*

*Total des musées répertoriés à partir du panel, du questionnaire et de la liste des musées de France*



# Annexe 6

## Mécénat culturel

---

**Extrait du site Internet du Ministère de la culture et de la communication<sup>396</sup> (11/05/2014)**

### **Qu'est-ce que le mécénat ?**

Le mécénat se définit comme "le soutien matériel apporté, sans contrepartie directe de la part du bénéficiaire, à une œuvre ou à une personne pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général." (Arrêté du 6 janvier 1989 relatif à la terminologie économique et financière).

**Si les notions centrales de cette définition, - soutien, absence de contreparties et intérêt général -, conservent toute leur valeur, le développement du mécénat en France doit beaucoup aux mesures incitatives apportées par [la loi du 1er août 2003 relative au mécénat, aux associations et aux fondations](#), et à ses avancées successives.** Il se traduit par le versement d'un don (en numéraire, en nature ou en compétence) à un organisme pour soutenir une œuvre d'intérêt général. Si le bénéficiaire est éligible au mécénat déductible, le don ouvre droit, pour les donateurs (entreprises et particuliers), à certains avantages fiscaux.

Le mécénat doit donc être clairement distingué du parrainage, terme assimilable à l'anglais "sponsoring".

### **Qui peut en bénéficier ?**

Avant de s'engager dans une démarche de recherche de mécénat, il convient de vérifier que l'organisme est éligible au mécénat ouvrant droit, pour le donateur, à un avantage fiscal.

#### **1. Le bénéficiaire doit être un organisme d'intérêt général**

Cette condition est remplie si :

- L'activité est non lucrative et non concurrentielle. Il est important de noter que l'assujettissement de son activité à la TVA et autres impôts commerciaux exclut a priori un organisme du champ de l'éligibilité au mécénat. Toutefois, l'activité d'un

---

<sup>396</sup> <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Politiques-ministerielles/Mecenat/Qu-est-ce-que-le-mecenat>, consulté le 11/05/2014

organisme peut être "sectorisée". Dans ce cas, les activités non assujetties à la TVA peuvent être compatibles avec des actions de mécénat. Il convient de souligner enfin que ne sont pas éligibles au mécénat les organismes constitués en sociétés telles que SA, SCOOP, SARL, etc... qui sont des organismes à but lucratif (au sens fiscal du terme) ;

- La gestion est désintéressée ;
- L'activité ne profite pas à un cercle restreint de personnes.

Sur les critères d'appréciation du caractère non lucratif et de la gestion désintéressée d'un organisme sans but lucratif (notamment une association loi 1901) et sur la sectorisation des activités, on se réfèrera notamment à l'instruction fiscale 4 H-5-06 n° 208 du 18 décembre 2006.

## **2. L'œuvre doit être d'intérêt général**

Cette condition est remplie si l'œuvre revêt un caractère philanthropique, éducatif, scientifique, social, humanitaire, sportif, familial, culturel ou concourant à la mise en valeur du patrimoine artistique, à la défense de l'environnement naturel ou à la diffusion de la culture, de la langue ou des connaissances scientifiques françaises.

## **3. Comment vérifier qu'un organisme peut bénéficier du mécénat déductible ?**

En principe, ce sont les organismes recevant des dons qui apprécient s'ils remplissent ou non les conditions pour bénéficier de dons de particuliers. Le système est purement déclaratif. La délivrance de « reçus dons aux œuvres » relève donc de leur seule responsabilité. Ce n'est que dans le cadre d'un contrôle fiscal que les services fiscaux détermineront si le reçu a été émis à bon droit. Dans le cas où un organisme a délivré à tort un reçu, il encourt une amende égale à 25 % du montant du don. En revanche, le contribuable de bonne foi ne voit pas sa réduction d'impôt remise en cause.

Aux termes de la loi du 1er août 2003, un organisme peut cependant demander, s'il le souhaite, à la Direction des Services fiscaux du département où son siège social est établi, s'il relève bien des catégories bénéficiant du mécénat. Cette demande de « rescrit fiscal » doit être formulée par écrit, en fournissant tous éléments utiles pour apprécier l'activité de l'organisme. Les modalités en sont définies par l'instruction fiscale 13 L-5-04 n°164 du 19 octobre 2004. Un formulaire est disponible. Cette disposition vise à assurer aux organismes d'intérêt général ainsi qu'aux donateurs une plus grande sécurité juridique. Voir aussi à ce sujet : BOI 5 B-27-05, n° 168 du 13 octobre 2005

## **4. Le cas des personnes physiques**

Il convient de souligner que les personnes physiques (artistes, par exemple) ne peuvent bénéficier du mécénat en régie directe des entreprises ni du mécénat des particuliers. Néanmoins, ils peuvent recevoir des subventions de fondations d'entreprise ou de fondations reconnues d'utilité publique.

## Quels sont, dans le domaine culturel, les principaux organismes éligibles ?

Sous réserve de vérification au cas par cas, ce sont :

- L'État, les collectivités locales et leurs établissements (voir l'article 28 de l'instruction fiscale 4-C 5 04 de juillet 2004),
- Les organismes d'intérêt général (en particulier les associations loi 1901 dont la gestion est désintéressée et l'activité non lucrative et non concurrentielle, et dont l'activité ne profite pas à un cercle restreint de personnes),
- Les fondations et associations reconnues d'utilité publique, et les fondations abritées,
- Les fondations d'entreprise (dons des salariés de l'entreprise fondatrice et des salariés du groupe)
- Les fonds de dotation
- **Les « musées de France » (au sens de la loi 2002-5 du 4 janvier 2002 relative aux « musées de France »)**
  - La plupart des monuments historiques privés (pour leurs travaux de restauration sur les parties protégées, ou leurs travaux d'accessibilité aux personnes handicapées),
  - Les organismes dont la gestion est désintéressée et qui ont pour activité principale la diffusion du spectacle vivant ou l'organisation d'expositions d'art contemporain (à l'exclusion des organismes constitués en sociétés, exception faite des sociétés de capitaux dont le capital est entièrement public),
  - Certains établissements de recherche ou d'enseignement publics ou privés agréés d'intérêt général.
- **Le devoir de transparence des organismes bénéficiaires**

Les organismes bénéficiaires de dons de personnes physiques ou morales doivent assurer, dans des conditions déterminées par décret en Conseil d'Etat, la publicité par tous moyens et la certification de leurs comptes annuels au-dessus d'un montant de dons de 153.000 euros par an. Cette disposition étend une obligation de tenue d'une comptabilité non seulement pour toutes les associations et fondations, mais aussi pour tout organisme public.

La Cour des Comptes est désormais en charge de l'exercice des contrôles. En cas de doute concernant la possibilité, pour un organisme, de recevoir des dons éligibles aux réductions d'impôt et d'émettre des reçus fiscaux, il est possible de vérifier cette possibilité auprès de l'administration fiscale.

- **La possibilité de dons transnationaux en Europe**

La loi de finances rectificative pour 2009, article 35, modifie les articles 200, 238 bis et 885-0 V bis-A du Code général des impôts pour étendre, sous certaines conditions, le bénéfice du mécénat à des organismes agréés dont le siège est situé dans un État membre de la Communauté européenne ou dans un État partie à l'Espace économique européen ayant conclu avec la France une convention fiscale contenant une clause d'assistance administrative en vue de lutter contre la fraude ou l'évasion fiscale.



# Tables

---



# Glossaire

---

- AGCCPF** Association Générale des Conservateurs des Collections Publiques de France
- ARCMB** Association régionale des conservateurs de musées de la région Bretagne
- BCD** Association Bretagne Culture Diversité
- BNSA** Banque numérique du savoir d'Aquitaine
- CCA** Concarneau Cornouaille Communauté
- CCAS** Centre communal d'action sociale
- CFA** Centre de formation d'apprentis
- CLEA** Contrat local d'éducation artistique et culturelle
- CLIS** Classe pour l'inclusion scolaire
- CNRS** Centre national de la recherche scientifique
- CRDP-Réseau Canopé** Centre régional de documentation pédagogique-Réseau Canopé
- CRIJ** Centre régional information jeunesse (Réseau Information Jeunesse)
- CUI** Contrat unique d'insertion
- CVL** Conseil pour la vie lycéenne
- DAAC** Délégation académique à l'éducation artistique et culturelle (Rectorat d'académie)
- DRAC** Direction régionale des affaires culturelles
- EAC** Éducation artistique et culturelle
- EHPAD** Établissement d'hébergement pour personnes âgées dépendantes
- ENC** Espaces numériques de la connaissance
- EPCC** Établissement public de coopération culturelle
- ESPE** Ecole supérieure du professorat et de l'éducation (ESPE)
- FRAM** Fonds régional d'acquisition des musées
- FRAR** Fonds régional d'aide à la restauration pour les musées
- GIP** Groupement d'intérêt public
- GIPC** Groupement d'intérêt public à caractère culturel
- HCMF** Haut conseil des Musées de France
- ICOM** Conseil international des Musées
- IME** Institut médico-éducatif
- INRAP** Institut national de recherches archéologiques préventives
- INSEE** Institut national de la statistique et des études économiques
- IUFM** Institut universitaire de formation des maîtres de Bretagne (aujourd'hui Ecole supérieure du professorat et de l'éducation (EPSE))
- MAELT** « Machine à explorer le temps » (Projet de recherche)

- MAGEMI** Master « Gestion et mise en valeur des œuvres d'art, des objets ethnographiques et techniques » (Université Rennes 2)
- MCC** Ministère de la culture et de la communication
- MDL** Maison des lycéens
- MJC** Maison des jeunes et de la culture
- NPS** *Net Promoter Score*
- PADC** Projet d'animation et de développement culturel
- PREAC** Pôle de ressources pour l'Éducation artistique et culturelle
- PSC** Projet scientifique et culturel (« musées de France »)
- RAM** Relais d'assistantes maternelles
- RSA** Revenu de solidarité active
- SAAP** Service de l'animation, de l'architecture et du patrimoine (Ville de Lorient)
- SEGPA** Section d'enseignement général et professionnel adapté
- SEM** Syndicat d'économie mixte locale
- SIVU** Syndicat intercommunal à vocation unique
- SPIP** Service pénitentiaire d'insertion et de probation
- SPL** Société publique locale
- TER** Train express régional
- THD** Très haute définition

# Liste des tableaux et cartes

---

Tableau 1.	Liste des 35 musées sous appellation « Musée de France » en Bretagne au 1er mai 2014	52
Tableau 2.	Budget 2012 du Musées de la Compagnie des Indes de Port-Louis	71
Carte 1.	Nombre de « musées de France » par région en France en 2011	47
Carte 2.	Carte des 35 « musées de France » en Bretagne au 1er mai 2014	51
Carte 3.	Fréquentation des « musées de France » par région en France en 2011	105



# Liste des figures

---

Figure 1.	Le système d'acteurs des « musées de France » vu par les conservateurs	64
Figure 2.	Fréquence d'utilisation de l'internet et pratiques culturelles des Français, dont la visite des musées en 2008	81
Figure 3.	Indicateur global de fréquentation des équipements culturels en 1997 et 2008 parmi les Français de 15 ans et plus	83
Figure 4.	Taux de fréquentation des établissements culturels et patrimoniaux, des bibliothèques et des cinémas selon le niveau de diplômes (en %)	87
Figure 5.	Visites patrimoniales à plusieurs ou en solitaire	89
Figure 6.	Part de la population française qui, au cours des douze derniers mois, a visité un musée ou une exposition selon la typologie de ces derniers (en %) en 2012	91
Figure 7.	Part des visiteurs de « musées et expositions » dans la population française selon le niveau de diplôme en 2012	92
Figure 8.	Tarifs et visites patrimoniales en France en 2012	94
Figure 9.	Pratiques culturelles et tarification des visites patrimoniales (sensibilité à l'effet prix)	96
Figure 10.	Au cours des 12 derniers mois, avez-vous pratiqué les activités suivantes sur Internet... (en %)	98
Figure 11.	Type d'utilisation d'Internet en rapport avec les lieux culturels selon l'âge en France en 2012	100
Figure 12.	Impact de différentes variables sur la probabilité de se déclarer « très souvent heureux », dont le fait d'avoir visité « un musée, une exposition ou un monument » dans l'année en France en 2012	102
Figure 13.	Appréciation des différentes activités du temps libre en 2010 (INSEE)	103
Figure 14.	Évolution de la fréquentation des « musées de France » dans les 27 régions françaises entre 2006 et 2010	107
Figure 15.	Les 10 « musées de France » les plus fréquentés en 2011 en Bretagne	111
Figure 16.	Évolution de la fréquentation des « musées de France » des régions dotées de 30 à 40 « musées de France » entre 2007 et 2011	112
Figure 17.	Fréquentation des Musées nationaux sous tutelle du Ministère de la culture et de la communication (MN-MCC) entre 2002 et 2011	113

Figure 18.	Hiérarchie des motifs de visite des musées nationaux (Enquête « A l'écoute des visiteurs » 2010)	117
Figure 19.	Pyramide des ressentis des visiteurs de musée (Enquête « A l'écoute des visiteurs » - 2012)	119
Figure 20.	Répartition sociale des visiteurs de musées nationaux selon le régime de gratuité	124
Figure 21.	Part des visiteurs mobilisés par l'expérimentation de la gratuité dans 14 musées et monuments nationaux en France au premier semestre 2008	126
Figure 22.	Mobilisation des visiteurs par la gratuité selon le milieu social en France, hors Île-de-France (en%)	127
Figure 23.	Familiarité avec les musées et monuments et mobilisation chez les visiteurs informés de l'expérimentation de la gratuité au premier semestre 2008	127
Figure 24.	Mobilisation par la gratuité selon la proximité géographique des visiteurs (en%)	128
Figure 25.	Hypothèse de gratuité généralisée et changement des habitudes de visites	130
Figure 26.	Visites accompagnées d'enfants selon le type de musées ou d'expositions fréquentés en France en 2012	134
Figure 27.	Évolution des sorties au cinéma, aux musées et monuments, à la bibliothèque selon l'avancée en âge des enfants entre 11 et 17 ans	138
Figure 28.	Sorties culturelles « musée ou monument » au cours de l'année selon le sexe, l'origine sociale et l'âge (à 11 ans et 17 ans)	139
Figure 29.	Sorties culturelles « musée ou monument », accompagnement scolaire et avancée en âge	141
Figure 30.	Culture, âge et articulation identitaire	143
Figure 31.	Proportion de personnes au sein d'une génération (F/H) ayant visité un musée au cours des 12 derniers mois en 2008	145
Figure 32.	Proportion de non public (F/H) des musées dans la population française selon la génération d'appartenance en 2008	147
Figure 33.	Taux de visite de « musées et d'expositions » dans la population étudiante pendant l'année écoulée par catégorie d'établissement visité en France en 2012	149
Figure 34.	Répartition des visiteurs « élèves/étudiants » dans les musées nationaux selon leur catégorie en 2012	150
Figure 35.	Proportion de visiteurs ayant effectué une visite virtuelle de musées, d'expositions ou de monuments sur Internet par tranche d'âge en France en 2012	151
Figure 36.	Proportion de visiteurs ayant partagé sur Internet leurs impressions après la visite d'un musée, d'une exposition ou d'un monument par tranche d'âge en France en 2012	151

# Table des matières

---

<b>Introduction</b>	<b>1</b>
<b>Première partie</b>	
<b>Éléments de contexte sur les « musées de France » et leurs publics</b>	<b>9</b>
<b>Chapitre 1</b>	
<b>Des musées aux « musées de France »</b>	<b>13</b>
<b>1. Qu'est-ce qu'un musée ?</b>	<b>17</b>
1.1. Une brève histoire des musées : un lien originel entre musées, éducation et culture	17
1.2. Qu'est-ce qu'un musée ? Quelques définitions générales...	22
<b>2. Qu'est-ce qu'un « musée de France » ?</b>	<b>24</b>
2.1. Pourquoi une appellation unique « Musée de France » concernant une catégorie particulière de musées ?	24
2.2. Les « musées de France » : des musées reconnus d'intérêt public par l'Etat ayant de nombreuses obligations... qui ne sont pas toujours respectées	26
2.2.1. <i>L'appellation « Musée de France » est définie par la loi</i>	26
2.2.2. <i>Les quatre grandes missions permanentes des « musées de France » ne sont pas des options mais des obligations légales</i>	27
2.2.3. <i>Les dispositions générales et les obligations liées à l'appellation « Musée de France » : une mise en œuvre à géométrie variable.</i>	27
2.3. Quelques droits et bénéfices liés à l'appellation « Musée de France »	33
<b>Chapitre 2</b>	
<b>Le paysage très hétérogène des « musées de France »</b>	<b>35</b>
<b>1. De multiples typologies coexistent</b>	<b>39</b>
1.1. Typologie par statut juridique du propriétaire des collections	39
1.1.1. <i>Les musées nationaux appartenant à l'Etat : ceux du Ministère de la culture... et les autres</i>	40
1.1.2. <i>Les musées appartenant à d'autres personnes morales de droit public : les collectivités territoriales et leurs groupements</i>	41
1.1.3. <i>Les « musées de France » relevant d'une personne de droit privé à but non lucratif sont essentiellement associatifs</i>	44
1.1.4. <i>Un cas atypique dans le paysage des « musées de France » en Bretagne : la collection du Musée des Rochers-Sévigé à Vitré</i>	45
1.2. Typologies par catégorie de collection	45
1.2.1. <i>Typologie simplifiée en guise de première approche</i>	45
1.2.2. <i>Typologie nationale du Ministère de la culture</i>	46

<b>2. Les « musées de France » sont diversement répartis et fréquentés</b>	<b>46</b>
2.1. Une répartition géographique disparate des « musées de France »	46
<b>3. Les principaux acteurs des « musées de France » en Bretagne : sous le contrôle de l'Etat et de leurs autorités de rattachement, les musées sont au cœur d'un important réseau relationnel</b>	<b>54</b>
3.1. Les grandes catégories d'acteurs : du visiteur à la DRAC, en passant par l'autorité de rattachement	55
3.1.1. <i>Les musées eux-mêmes d'abord, en tant que collection et institution</i>	55
3.1.2. <i>Les publics du musée et les associations d'Amis : du visiteur passif à « l'ami » impliqué</i>	56
3.1.3. <i>Les autorités de rattachement des « musées de France » : les musées sont finalement très peu autonomes</i>	56
3.1.4. <i>La DRAC est garante en dernier ressort du contrôle scientifique et technique des « musées de France »</i>	58
3.1.5. <i>Les nombreux autres acteurs en lien avec les « musées de France » en Bretagne</i>	59
3.2. Schéma de synthèse : le système d'acteurs des musées vu par les conservateurs	63
<b>4. Quelques repères sur les moyens très disparates des « musées de France » en Bretagne</b>	<b>64</b>
4.1. Les moyens humains du musée : « la plus précieuse des richesses »	65
4.1.1. <i>Eléments généraux : le musée fonctionne en équipe</i>	65
4.1.2. <i>Quelques exemples régionaux : des ressources humaines très diverses selon les musées, notamment pour leurs services des publics</i>	65
4.2. Les moyens financiers varient eux-aussi selon les musées	67
4.2.1. <i>Eléments généraux : les financements publics dominent</i>	67
4.2.2. <i>Quelques exemples régionaux illustrant une grande disparité de moyens financiers</i>	68
4.3. Moyens liés à l'accessibilité et aux politiques tarifaires	71
4.4. Moyens liés à l'environnement, à l'architecture et à l'aménagement du musée : le musée, c'est d'abord du « contenu », mais c'est aussi un « contenant » qui importe	72
4.5. Moyens numériques : les musées accusent un certain retard mais le rattrapage est en cours	73

### Chapitre 3

#### **Les publics des musées en France et leurs visites : une connaissance embryonnaire, très fragmentaire et rarement régionalisée** **75**

<b>1. Les publics et « non-publics » des musées, tous types confondus, dans le contexte des pratiques culturelles et des visites patrimoniales des Français</b>	<b>80</b>
1.1. Les visiteurs et non visiteurs de musées dans le contexte des pratiques culturelles des Français (Ministère de la culture, Olivier Donnat, 2009)	80
1.1.1. <i>Les musées, comme les autres équipements culturels, sont dans un contexte de « montée de la culture d'écran »</i>	81
1.1.2. <i>La fréquentation des équipements culturels reste globalement stable, y compris dans sa répartition en quatre catégories de visiteurs : non publics, exceptionnels, occasionnels, réguliers.</i>	82
1.1.3. <i>Focus sur les non-publics et les publics des musées</i>	84

1.2.	Les publics des musées dans le contexte des visites patrimoniales (CREDOC, 2012)	85
1.2.1.	<i>Les comportements généraux liés aux visites patrimoniales, dont celles des musées et expositions</i>	85
1.2.2.	<i>Comportements de visite patrimoniale et tarification</i>	94
1.2.3.	<i>Les visiteurs patrimoniaux et leurs usages d'Internet, avant, pendant et après la visite</i>	97
1.2.4.	<i>Des attentes à la satisfaction, puis au bonheur des visiteurs patrimoniaux</i>	100
<b>2.</b>	<b>Quels sont les publics des musées sous appellation « Musée de France » ?</b>	<b>103</b>
2.1.	La fréquentation des « musées de France » (MCC, Patrimostat 2011)	104
2.1.1.	<i>Les « musées de France » en 2011 : 60 millions d'entrées en France, dont 1 million en Bretagne</i>	104
2.1.2.	<i>Parmi les régions ayant un nombre assez proche de musées, la Bretagne est en deuxième position pour la fréquentation</i>	111
2.2.	Quelques éléments de connaissance des publics des musées nationaux en France (Ministère de la culture et de la communication –MCC)	112
2.2.1.	<i>Publics des musées : « bilan d'une décennie entre reproduction et changement » (Ministère de la culture, juin 2012)</i>	112
2.2.2.	<i>« A l'écoute des visiteurs » des musées nationaux</i>	115
2.2.3.	<i>Les visiteurs de musées nationaux et la gratuité</i>	125
<b>3.</b>	<b>Focus sur les jeunes publics : des jeunes enfants aux jeunes adultes</b>	<b>131</b>
3.1.	Les visites scolaires dans les « musées de France » (MCC-Patrimostat 2011)	132
3.2.	Les visites en famille et avec enfants (CREDOC, 2012)	133
3.2.1.	<i>« Musées et expositions », tous types confondus</i>	133
3.2.2.	<i>Se rendre au musée en famille (A. Jonchery)</i>	135
3.3.	Les visites aux « musées et monuments » des adolescents de 11 à 17 ans (MCC, S. Octobre, 2010)	136
3.4.	Les visites des jeunes et étudiants	144
3.4.1.	<i>Éléments sur les visites de musées des 15-30 ans (MCC, O. Donnat, 2008)</i>	144
3.4.2.	<i>Les visites de « musées et d'expositions » chez les jeunes de 18-24 ans et les étudiants (CREDOC 2012 et MCC)</i>	148
3.4.3.	<i>Jeunes, pratiques culturelles et institutions de transmission (MCC, S. Octobre, 2009)</i>	155

## **Deuxième partie**

### **Une approche du rôle éducatif et culturel des « musées de France » en Bretagne**

**159**

#### **Chapitre 1**

##### **Le contexte général du rôle éducatif et culturel des « musées de France »**

**163**

##### **1. Le rôle éducatif et culturel au cœur de la définition des musées**

**167**

##### **2. Les musées sous appellation « Musée de France » ont une mission éducative et culturelle imposée par la Loi**

**168**

<b>3. Le rôle éducatif et culturel des « musées de France » intègre aujourd'hui l'enjeu plus vaste de l'éducation artistique et culturelle</b>	<b>169</b>
3.1. La consultation nationale sur l'éducation artistique et culturelle de fin 2012	169
3.1.1. <i>Une définition large de l'éducation artistique et culturelle</i>	170
3.1.2. <i>L'éducation artistique et culturelle : des objectifs ambitieux</i>	170
3.1.3. <i>La richesse et la diversité des propositions actuelles d'éducation artistique et culturelle</i>	171
3.1.4. <i>L'éducation artistique et culturelle : des progrès à faire, mais une réalité encourageante</i>	175
3.2. La circulaire du 3 mai 2013 sur le parcours d'éducation artistique et culturelle	177
3.3. La Loi du 8 juillet 2013 sur la refondation de l'école de la République consacre le parcours d'éducation artistique et culturelle des élèves	180
<b>4. Eléments de diagnostic sur les musées nationaux et l'éducation artistique et culturelle en France</b>	<b>180</b>
4.1. Définitions et missions de l'éducation artistique et culturelle dans les musées	181
4.2. Les publics de l'éducation artistique et culturelle dans les musées	183
4.3. Les acteurs de l'EAC dans les musées	184
4.4. Les moyens de l'éducation artistique et culturelle dans les musées	186
4.5. La valorisation de l'éducation artistique et culturelle	188
4.6. L'évaluation et l'étude des actions d'éducation artistique et culturelle	189
4.7. Principales recommandations de la mission	189
<b>Chapitre 2</b>	
<b>La dynamique éducative et culturelle des « musées de France » en Bretagne : exemples de contributions</b>	<b>191</b>
<b>1. A la rencontre de quelques musées et de leurs contributions éducatives et culturelles</b>	<b>195</b>
1.1. Dans le département du Finistère	195
1.1.1. <i>L'Ecomusée des Monts d'Arrée à Commana et Saint-Rivoal</i>	196
1.1.2. <i>Le Musée des beaux-arts de Pont-Aven et le Musée de la Pêche de Concarneau</i>	197
1.2. Dans le département du Morbihan	199
1.2.1. <i>Musée de la Compagnie des Indes et annexe du Musée national de la Marine de Port-Louis</i>	199
1.2.2. <i>Musée de Préhistoire de Carnac</i>	201
1.3. Dans le département des Côtes d'Armor	203
1.3.1. <i>Musée d'art et d'histoire de Saint-Brieuc</i>	203
1.4. Dans le département d'Ille-et-Vilaine	205
1.4.1. <i>Musée de Bretagne</i>	206
<b>2. Enquête auprès d'enseignants « conseillers-relais » dans les musées</b>	<b>209</b>
2.1. Qu'est ce qu'un enseignant conseiller-relais ?	210
2.2. Les conseillers-relais dans les « musées de France » en Bretagne	211
2.3. Les projets menés en lien avec les musées et les visites	212
2.4. Les difficultés signalées par les enseignants conseillers-relais	212
2.5. Le « musée idéal » selon les enseignants conseillers-relais	214

<b>3. Paroles de quelques jeunes lycéens et apprentis sur les musées</b>	<b>214</b>
3.1. Enquête qualitative exploratoire auprès de lycéens d'une classe de première	215
3.2. Entretien avec des membres du Conseil régional des jeunes, lycéens et apprentis de Bretagne	221
<b>4. Numérique et rôle éducatif et culturel des musées</b>	<b>225</b>
4.1. Éléments généraux sur la réception des dispositifs numériques par les publics des musées in situ	225
4.1.1. <i>Quatre familles de dispositifs multimédias dans les musées</i>	226
4.1.2. <i>Cinq approches du rapport des visiteurs aux outils numériques</i>	226
4.1.3. <i>Quelques bénéfices et limites des outils numériques de visite in situ</i>	227
4.2. Quelques exemples d'expérimentations et d'innovations numériques dans les musées du Grand Ouest	228
4.2.1. <i>Un musée à la pointe des stratégies numériques : le Musée d'histoire de Nantes</i>	229
4.2.2. <i>Muséomix : « Passer de la conservation à la conversation »</i>	232
4.2.3. <i>La stratégie globale d'Open data des Champs Libres de Rennes, incluant le Musée de Bretagne</i>	233
4.2.4. <i>Un « Guide augmenté mobile pour les musées et les expositions » (GAMME) expérimenté au Musée des beaux-arts de Rennes</i>	234
4.2.5. <i>Exemple d'une entreprise bretonne à la pointe de la réalité virtuelle et augmentée dans la muséographie : Artefacto</i>	237
4.2.6. <i>Regard d'une scénographe indépendante sur le développement de la médiation numérique dans les musées</i>	239
4.2.7. <i>Actions de la Région Bretagne en lien avec les musées et le numérique</i>	242
<b>5. Les actions du Conseil régional concernant plus ou moins directement les « musées de France »</b>	<b>246</b>
5.1. Le soutien direct de la Région aux « musées de France » via sa politique patrimoniale	247
5.2. L'action du Conseil régional en direction des publics jeunes en lien avec les musées	249
5.2.1. <i>L'appel à projets pluriannuel « Sensibilisation et éducation au patrimoine » (2009-2011)</i>	249
5.2.2. <i>Karta : un soutien régional aux projets d'éducation artistique et culturelle des lycées</i>	254
5.2.3. <i>Politique culturelle régionale, appel à projets « Place aux jeunes » et musées : un soutien potentiel à développer</i>	257
5.3. D'autres politiques du Conseil régional peuvent aussi concerner les musées	259
5.3.1. <i>Jeunesse</i>	259
5.3.2. <i>Formation</i>	260
5.3.3. <i>Recherche/enseignement supérieur</i>	260
5.3.4. <i>Culture et politique linguistique</i>	260
5.3.5. <i>Tourisme/Développement économique</i>	261
5.3.6. <i>Aménagement du territoire/politique territoriale</i>	261
5.3.7. <i>Transports</i>	261
5.3.8. <i>Numérique</i>	262

<b>6. Quelques actions culturelles territoriales dont pourrait s'inspirer la Région Bretagne</b>	<b>263</b>
6.1. La carte « Sortir ! » : une carte destinée aux (non) publics défavorisés incluant des entrées gratuites au musée et permettant de monter des projets	263
6.2. La carte « Avantages Jeunes » en Franche-Comté : une carte facilitant l'accès des jeunes à la culture, y compris au musée	264
6.3. « Pack 15-30 » et « Pass culture-sport » en région Pays de la Loire	264

<b>Troisième partie</b>
-------------------------

<b>Agir pour développer le rôle éducatif et culturel des « musées de France » en Bretagne</b>	<b>267</b>
---	------------

<b>1. Un choix politique à faire : promouvoir une « culture des publics » plaçant le visiteur au cœur des musées</b>	<b>271</b>
<b>2. Un enjeu scientifique : mieux connaître les publics et les « non publics » des musées en région</b>	<b>271</b>
<b>3. Un défi organisationnel autant qu'économique : renforcer la structuration régionale des « musées de France » pour plus d'efficacité et de créativité</b>	<b>272</b>
<b>4. Relever le défi technologique du développement numérique des musées</b>	<b>273</b>
<b>5. Renforcer le soutien régional aux actions éducatives et culturelles des « musées de France »</b>	<b>274</b>

<b>Conclusion</b>	<b>279</b>
-------------------	------------

Auditions	283
Annexes	289
Tables	323
Glossaire	325
Liste des tableaux et cartes	327
Liste des figures	329
Table des matières	331

**Copyright © Région Bretagne – Conseil économique, social et environnemental  
de Bretagne**

7, rue du Général Guillaudot – CS 26918 - 35069 RENNES Cedex

Les rapports du CESER peuvent faire l'objet d'une présentation orale publique  
par les rapporteurs.

Les demandes doivent être adressées au Président du Conseil économique, social et  
environnemental de Bretagne.

Pour mieux connaître le fonctionnement et les activités du CESER, venez visiter le site Internet de la  
Région Bretagne : [www.ceser-bretagne.fr](http://www.ceser-bretagne.fr)

Les musées sont des lieux de mémoire qui, depuis leur origine, entretiennent une relation étroite avec les arts, les sociétés, les sciences et l'éducation. Le Code du patrimoine les définit comme « *toute collection permanente composée de biens dont la conservation et la présentation revêtent un intérêt public et organisée en vue de la connaissance, de l'éducation et du plaisir du public* ».

La Bretagne compte environ 200 musées, parmi lesquels 35 ont reçu l'appellation nationale « musée de France ». Ils relèvent majoritairement de collectivités territoriales ou de leurs groupements, plus rarement d'associations. Très divers, ils sont placés sous le contrôle scientifique et technique de l'État en région et soutenus par la Région Bretagne.

Parmi leurs missions figure un rôle éducatif et culturel d'intérêt général : « *rendre leurs collections accessibles au public le plus large* » et « *concevoir et mettre en œuvre des actions d'éducation et de diffusion visant à assurer l'égal accès de tous à la culture* ».

Comment ces missions sont-elles mises en œuvre ? Qui sont les publics des « musées de France » ? Comment développer leur rôle éducatif et culturel, notamment auprès des jeunes publics et des publics habituellement éloignés des musées ?

Le Conseil économique, social et environnemental régional de Bretagne (CESER) s'est autosaisi de ces interrogations. À partir de visites de « musées de France » et d'auditions de leurs conservateurs et médiateurs, d'enseignants, de jeunes publics et d'experts, en s'appuyant sur de nombreux exemples d'actions et sur des travaux nationaux, il constate que, malgré la précarité des moyens de nombreux services des publics, une réelle dynamique éducative et culturelle est à l'œuvre en Bretagne.

Le CESER préconise de soutenir cette dynamique dans un contexte financier contraint, avec 5 enjeux prioritaires pour promouvoir une « culture des publics » plaçant le visiteur au cœur de la vie du musée. Ses préconisations invitent le Conseil régional et l'État en région à agir de concert, en mobilisant leurs partenaires, pour progresser dans cette voie.

Les rapports du CESER peuvent être :

- Téléchargés sur le site Internet : [www.ceser-bretagne.fr](http://www.ceser-bretagne.fr)
- Envoyés gratuitement sur demande
- Présentés publiquement sur demande



**CESER**  
Conseil économique, social  
et environnemental régional