



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère de la Culture



Juin 2022

RAPPORTS

Monique **BORSENBARGER**
Nathalie **LORENTZ**

LE PUBLIC DES MUSÉES EN 2020

Etude commanditée par le ministère de la
Culture

Table des matières

Table des matières	3
Liste des graphiques	5
Remerciements	7
INTRODUCTION	9
PARTIE 1. VUE GENERALE DU PUBLIC DES MUSEES	11
1. Le public des institutions patrimoniales.....	12
1.1 Une hausse de la fréquentation des institutions patrimoniales depuis 1999.....	12
1.2 Un public diversifié	12
2. Le public et le non-public des musées.....	15
2.1 Un public au profil plutôt marqué.....	15
2.2 Le rôle majeur des pratiques dans l'enfance	18
2.3 L'absence de familiarisation, la raison majeure de ne pas visiter de musée	20
2.4 Elargir ses connaissances, la motivation phare pour visiter des musées.....	22
3. le public selon les catégories de musées.....	23
4. Les visites muséales virtuelles	25
4.1 Des visites virtuelles encore rares	25
4.2 Des visites virtuelles associées aux visites in situ.....	26
4.3 Des visites virtuelles qui n'ont pas augmenté après les confinements.....	28
5. Les lieux et les intensités des visites muséales	28
5.1 Les publics des musées nationaux et étrangers	28
5.2 Des intensités de visites variables au Luxembourg et à l'étranger	29
6. Les pratiques muséales	30
6.1 Internet, la presse et la TV pour choisir les musées à visiter	31
6.2 Des visites de deux heures pour près des trois-quarts du public.....	32
6.3 La visite des musées, une occasion de sociabilité	33
6.4 Lire des textes sur les murs	34
6.5 Une participation plus élevée aux événements festifs	35
6.6 Les places assises dans les galeries plébiscitées par le public.....	37
PARTIE 2. FOCUS SUR LE PUBLIC DES MUSEES AU LUXEMBOURG	39
7. L'information sur les événements culturels nationaux.....	40
7.1 La moitié des résidents s'informe mensuellement sur les activités culturelles.....	40
7.2 Médias et réseaux sociaux sont les premiers canaux d'information culturelle	41

8. La connaissance du contexte muséal national.....	43
8.1 Les musées de Luxembourg-Ville sont les plus connus.....	43
8.2 La Nuit des Musées, la plus populaire et la plus fréquentée parmi les événements du patrimoine	46
8.3 Plus de la moitié des résidents estiment les prix d'entrée des musées inférieurs à 10€	49
8.4 Moins d'un résident sur deux connaît ou utilise les options de prix réduits des musées	49
8.5 Les jours et horaires d'entrée gratuite sont les plus connus et les plus utilisés par le public	51
9. La fréquence des visites muséales	53
9.1 Des visites plus fréquentes dans les musées de Luxembourg-Ville	53
9.2 Pandémie et confinement ont réduit les visites	55
10. Les pratiques du public des musées au Luxembourg.....	56
10.1 Moins d'un visiteur sur trois revient dans le même musée	57
10.2 ... le plus souvent pour découvrir une nouvelle exposition	57
10.3 Des visites guidées pour moins d'un visiteur sur deux et plutôt à l'étranger.....	58
10.4 Les raisons de ne pas participer aux visites guidées	59
11. L'appréciation générale des musées au Luxembourg.....	60
11.1 Huit visiteurs sur dix apprécient la qualité des musées	60
11.2 Une meilleure diffusion des actualités des musées pourrait inciter le public à visiter plus souvent les musées	61
11.3 ... et inciter le non-public à se rendre au musée	63
CONCLUSION	65
ANNEXES.....	66
Annexe 1. La temporalité et la période de référence de l'enquête	66
Annexe 2. Les caractéristiques régionales de la population	67

Liste des graphiques

Graphique 1. L'évolution des visites du patrimoine et des musées entre 1999 et 2020 (%)	12
Graphique 2. La fréquentation du patrimoine et des musées (%)	13
Graphique 3. Le profil du public des musées en 2020 (%)	17
Graphique 4. Le mode et la fréquence des visites des musées à 12 ans (%)	18
Graphique 5. Le mode et la fréquence des visites muséales à 12 ans pour le public des musées (%)	20
Graphique 6. Le mode et la fréquence de visites muséales à 12 ans pour le non-public des musées (%)	20
Graphique 7. Les raisons de ne pas visiter de musées (%)	21
Graphique 8. Les principales motivations du public pour visiter les musées (%)	22
Graphique 9. Les catégories de musées visités (%)	23
Graphique 10. Les visites muséales in situ et virtuelles (%)	26
Graphique 11. La fréquence des visites muséales virtuelles pour les visiteurs et non visiteurs de musées in situ, entre mars 2019 et mars 2020 (%)	27
Graphique 12. La répartition du public virtuel selon la fréquentation des musées in situ (%)	27
Graphique 13. La fréquence de visites muséales virtuelles pour les visiteurs et les non-visiteurs de musées in situ après le premier confinement (%)	28
Graphique 14. La fréquentation des musées au Luxembourg et à l'étranger (%)	29
Graphique 15. La fréquence des visites des musées selon le lieu des visites (%)	30
Graphique 16. Les sources d'influence dans les choix des visites muséales (%)	31
Graphique 17. Le nombre d'heures passées dans les musées (%)	32
Graphique 18. Les modes de visite des musées (%)	33
Graphique 19. Les préférences du public lors de l'expérience muséale (%)	34
Graphique 20. La participation aux visites guidées (%)	35
Graphique 21. La participation aux activités proposées dans les musées (%)	36
Graphique 22. L'appréciation des aménagements liés à l'accueil physique dans les musées (%)	37
Graphique 23. Détails de l'appréciation des services proposés dans les musées (%)	37
Graphique 24. La fréquence de recherche d'informations sur l'actualité des activités, événements, manifestations et animations au Luxembourg (%)	40
Graphique 25. L'utilisation des canaux d'information culturelle (%)	41
Graphique 26. Le nombre de musées connus au Luxembourg (%)	44
Graphique 27. La connaissance des événements du patrimoine et des musées (%)	47
Graphique 28. L'estimation du prix moyen d'une entrée au tarif normal pour un adulte dans un musée au Luxembourg (%)	49
Graphique 29. Le degré de connaissance des prix réduits et des entrées gratuites (%)	50
Graphique 30. Le degré de connaissances des prix réduits et des entrées gratuites chez les visiteurs de musées (%)	51
Graphique 31. Le nombre de visites muséales au Luxembourg selon la localisation régionale du musée (%)	53
Graphique 32. Le nombre de visites dans les musées au Luxembourg entre mars 2019 et mars 2020 (%)	55
Graphique 33. Le nombre de visites dans les musées au Luxembourg entre mai 2020 et septembre 2021 (%)	56
Graphique 34. Le public des musées luxembourgeois qui a visité plusieurs fois le même musée (%)	57
Graphique 35. Les raisons de visiter plusieurs fois un même musée au Luxembourg (%)	58
Graphique 36. La participation à des visites guidées selon le lieu des musées (%)	59
Graphique 37. Les raisons de ne pas faire de visites guidées au Luxembourg (%)	60

<i>Graphique 38. L'appréciation de la qualité des musées (%).....</i>	<i>61</i>
<i>Graphique 39. Les éléments qui inciteraient le public des musées à visiter plus souvent des musées au Luxembourg (%)</i>	<i>62</i>
<i>Graphique 40. Les éléments qui inciteraient le non-public à visiter des musées.....</i>	<i>63</i>
<i>au Luxembourg (%)</i>	<i>63</i>
<i>Graphique 41. Répartition régionale de la population selon la classe d'âge (%).....</i>	<i>67</i>
<i>Graphique 42. Répartition régionale de la population selon la nationalité (%)</i>	<i>67</i>
<i>Graphique 43. Répartition régionale de la population selon le niveau de formation (%)</i>	<i>68</i>
<i>Graphique 44. Répartition régionale de la population selon le niveau de revenu mensuel net du ménage (%)...</i>	<i>69</i>

Remerciements

Ce rapport est le résultat final d'une convention spécifique entre le ministère de la Culture et le LISER, relative à la réalisation d'un projet d'étude quantitative sur les pratiques muséales au Luxembourg. L'étude a bénéficié du support des membres du *Comité de pilotage*, Eugenio Peluso, *Directeur du département Conditions de vie*, Patrick Bousch, *National Policy Coordinator*, et Thierry Kruten, *Responsable du Data Centre*, de Chloë Lellinger, *Data Protection Officer*, Sylvie Herschbach et Clémence Pouget, *Project Management Office*, Benoît Lanscotte, Nicolas Stamets et Carole Wiscour-Conte, *Communication*, des membres du *Data Centre* et en particulier de Carla Martins, *Coordinatrice de l'enquête*, Maria Guadarrama Sanz et Jean-Yves Bienvenue, statisticiens responsables de la méthodologie de l'enquête, Nada Magnoni et Carla Martins pour la finalisation des traductions, Bérengère Darud pour le codage et la correction de la base de données, Benjamin Boehm pour la mise en ligne du questionnaire, Nada Magnoni, Marie-Josée München, Nermin Plavsic pour le *Call Centre* du LISER, Isabelle Bouvy, pour la mise en page du rapport. Les auteures remercient également les nombreux collègues du LISER pour leur participation active lors de la phase de test du questionnaire, ainsi que Philippe Van Kerm pour les calculs de la catégorie des revenus du ménage, Marc Scheider pour la carte des régions touristiques, Franz Clément, Blandine Lejealle et Anastase Tchicaya pour leur relecture du rapport.

Les zones touristiques au Grand-Duché de Luxembourg

This map illustrates the various tourist zones within the Grand-Duché de Luxembourg. The zones are color-coded and labeled as follows:

- Ardennes (Eislek)** (Purple): Located in the northern part of the country, including communes like Troisvierges, Weiswampach, Clervaux, Wincrange, Winseler, Wiltz, Kiischpelt, Parc Hosingen, Putscheid, Vianden, Tandel, Bourscheid, Goesdorf, Lac de la Haute Sûre, Boulaide, Esch-sur-Sûre, Feulen, Erpeldange-sur-Sûre, Diekirch, Bettendorf, Reisdorf, Rambrouch, Wahl, Grosbous, Mertzig, Ettelbruck, Schieren, Colmar-Berg, Nommern, Larochette, Heffingen, Consdorf, Mullerthal, Berdorf, Echternach, Rosport-Mompach, Beaufort, and Waldbillig.
- Guttland** (Orange): Located in the central part of the country, including communes like Mersch, Linfen, Lorentzweiler, Kehlen, Kopstal, Walferdange, Niederanven, Habscht, Koerich, Steinfort, Gamich, Mamer, Strassen, Luxembourg-Ville, Sandweiler, Schuttrange, Hesperange, Contem, Waldbredimus, Bous, Remich, Schengen, Esch-sur-Alzette, Dudelange, Kayl, Rumelange, Differdange, Pétange, Kärjeng, Dippach, Bertrange, Reckange-sur-Mess, Leudelange, Roeser, Weiler-la-Tour, Dalheim, Mondorf-les-Bains, Frisange, and Beltembourg.
- Luxembourg-Ville** (Green): Located in the central part of the country, including communes like Luxembourg-Ville.
- Moselle** (Pink): Located in the eastern part of the country, including communes like Biwer, Mantemach, Mertert, Grevenmacher, Flaxweiler, Wormeldange, and Lenningen.
- Mullerthal** (Yellow): Located in the central part of the country, including communes like Mullerthal.
- Terres Rouges (Minett)** (Blue): Located in the southern part of the country, including communes like Terres Rouges (Minett).

The map also shows the limits of the communes (white lines) and includes a scale bar (0 to 20 km) and a north arrow.

Sources : Administration du cadastre et de la topographie, 2018
Cartographie : LISER, Datacentre, Février 2021

INTRODUCTION

Cette étude sur les publics des musées, réalisée à la demande du ministère de la Culture, s'inscrit dans le cadre du plan de développement culturel - *Kulturentwécklungsplang* KEP- qui oriente la politique culturelle pour la période 2018-2028. Parmi les 62 recommandations mentionnées dans le KEP, la recommandation n°47 dans la rubrique *Citoyenneté culturelle et accessibilité* prévoit de « réaliser une enquête sur les pratiques culturelles du pays, avec une périodicité de 10 ans ». Le ministère de la Culture a mandaté le Luxembourg Institute of Socio-Economic Research (LISER) pour réaliser cette enquête sur le public des musées en 2021.

A la fin des années 1990, le ministère de la Culture initiait une série d'enquêtes décennales sur les pratiques culturelles afin de mieux cerner les publics de la culture et de disposer d'un instrument de suivi des pratiques culturelles. Les deux premières grandes enquêtes étaient conduites en 1999 et 2009 par le LISER et permettaient de brosser un portrait des publics de la culture, de mettre en lumière les pratiques culturelles de la population adulte et de mesurer leur évolution au cours de la décennie¹.

Dans l'intervalle de ces deux enquêtes décennales, des enquêtes intermédiaires ont été menées portant sur des domaines culturels spécifiques. Une série de cinq enquêtes thématiques a permis d'approfondir les questions soulevées par les premiers résultats de l'étude de 1999 dans des pratiques culturelles particulières telles que la lecture² et les concerts³. A la lumière des résultats mis en évidence dans les études précédentes, et qui confirmaient le rôle majeur des pratiques culturelles durant l'enfance, le ministère de la Culture a souhaité mieux connaître les pratiques des jeunes générations et a commandité une enquête auprès des 6-19 ans⁴. La cinquième et dernière enquête thématique concernait les pratiques liées aux équipements culturels⁵. Toutes ces enquêtes étaient menées en face-à-face par des enquêteurs auprès des personnes faisant partie d'un échantillon représentatif de la population.

La troisième enquête décennale était prévue à l'automne 2020. Cependant, la situation sanitaire exceptionnelle liée à la pandémie de COVID19 ne permettait plus de procéder avec ce mode d'enquête en face à face et nécessitait de se réorienter vers un mode d'enquête par Internet. Ces contraintes liées au mode opératoire ont eu pour conséquence de limiter le champ d'investigation et de restreindre la thématique à un seul type de pratiques culturelles. Le ministère de la Culture a alors recentré ses priorités sur les pratiques muséales en les intégrant dans leur dimension régionale. La dimension

¹ Aubrun Anne, Borsenberger Monique, Hausman Pierre et Guy Menard. 2001. « Les pratiques culturelles au Luxembourg » Etude commanditée par le ministère de la Culture, de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche. CEPS/INSTEAD. Differdange.

Borsenberger Monique, Bardes, Julia, Cassilde Stéphanie, Lamour Christian, Villeret Anne. 2011. « Les pratiques culturelles au Luxembourg en 2009. » Volumes 1 et 2. Etude commanditée par le ministère de la Culture, de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche. CEPS/INSTEAD. Esch-sur-Alzette.

Bardes, Julia, et Monique Borsenberger. 2011. « Les Pratiques culturelles et médiatiques au Luxembourg. Eléments de synthèse de l'enquête Culture 2009 ». 2011-16. Les Cahiers du CEPS/INSTEAD. Esch-sur-Alzette.

² Borsenberger Monique. 2004. « Les pratiques de lecture au Luxembourg ». Etude commanditée par le ministère de la Culture, de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche. CEPS/INSTEAD. Differdange.

³ Borsenberger Monique. 2005. « Les pratiques de concerts au Luxembourg ». Etude commanditée par le ministère de la Culture, de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche. CEPS/INSTEAD. Differdange.

⁴ Borsenberger Monique, Lorentz Nathalie, et Laetitia Hauret. 2008 « *Les pratiques culturelles des jeunes de 6 à 19 ans au Luxembourg* ». Etude commanditée par le ministère de la Culture, de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche. CEPS/INSTEAD. Differdange.

Bardes Julia. et Nathalie Lorentz. 2009. « Les sorties culturelles des jeunes de 6 à 19 ans », *Population et Emploi*, n°37. CEPS/INSTEAD. Differdange.

Bardes Julia. 2009. « Livres et multimédia. La culture chez les jeunes », *Population et Emploi*, n°39. CEPS/INSTEAD. Differdange.

⁵ Liégeois Philippe. 2007. « Les équipements culturels au Luxembourg ». Etude commanditée par le ministère de la Culture, de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche. CEPS/INSTEAD. Differdange.

régionale a été définie selon les six zones touristiques que sont l'Éislek, le Guttland, Luxembourg-Ville, la Moselle, le Mullerthal et les Terres Rouges (voir carte page 8).

Cette publication présente les principaux résultats de l'enquête sur les pratiques muséales et se développe en deux grandes parties. La première partie concerne le public des musées dans son ensemble, que les pratiques muséales se fassent au Luxembourg ou à l'étranger, et la seconde opère un focus sur le public des musées situés au Luxembourg.

La première partie intègre les six premiers chapitres. Le premier chapitre concerne le public des institutions patrimoniales et donne un aperçu de son évolution depuis 1999. Le deuxième chapitre présente le profil du public et du non-public, le rôle des pratiques enfantines, mais aussi les raisons du non-public de ne pas visiter de musées et les motivations du public à visiter des musées. Le troisième chapitre présente les profils du public selon les types de musées. Le quatrième chapitre s'intéresse au profil du public des visites in situ et des visites virtuelles. Le cinquième chapitre distingue la fréquentation du public selon que le musée soit situé au niveau national, de la Grande Région, au niveau international. Le sixième chapitre s'intéresse au contexte des pratiques muséales et expose les modes de choix des visites, la durée des visites, les manières de visiter, le mode d'appropriation des connaissances et finalement le degré d'appréciation des services proposés par les musées.

La seconde partie est recentrée sur le public des musées au Luxembourg et regroupe les chapitres sept à onze. Le septième chapitre concerne l'information sur les événements culturels nationaux et les canaux d'information utilisés et la fréquence d'utilisation. Le huitième chapitre s'intéresse à la connaissance du contexte muséal national et régional, tel que le nombre de musées connus, les événements liés au patrimoine, les prix d'entrée dans les musées, et les tarifs réduits. Le neuvième chapitre aborde les effets de la pandémie sur la fréquence des visites et décrit la fréquence des pratiques dans leur dimension régionale. Le dixième chapitre s'attache à identifier quelques pratiques du public telles les visites récurrentes et les visites guidées, ainsi que les motivations du public dans ces pratiques. Le onzième et dernier chapitre présente l'appréciation générale des musées au Luxembourg et identifie les possibles incitations pour le public à intensifier ses visites et pour le non-public à visiter des musées.

Les résultats sont basés sur une enquête en ligne auto administrée et réalisée du 15 juin au 30 septembre 2021 auprès d'un échantillon de la population résidente âgée de 15 ans et plus. Au total, une cinquantaine de questions étaient soumises aux participants à l'enquête. Elles portaient sur leurs pratiques muséales et sur leurs caractéristiques sociodémographiques, telles que l'âge, le sexe, le niveau de formation, la profession ou encore le niveau de revenu. Pour mesurer les pratiques en dehors des périodes de confinement et de fermeture des musées, les personnes enquêtées devaient renseigner leurs pratiques sur la période allant de mars 2019 à mars 2020. Finalement, 1995 questionnaires complétés constituent la base d'analyse. Les analyses sont détaillées selon les grandes catégories sociodémographiques déjà mentionnées.

PARTIE 1. VUE GENERALE DU PUBLIC DES MUSEES

1. Le public des institutions patrimoniales

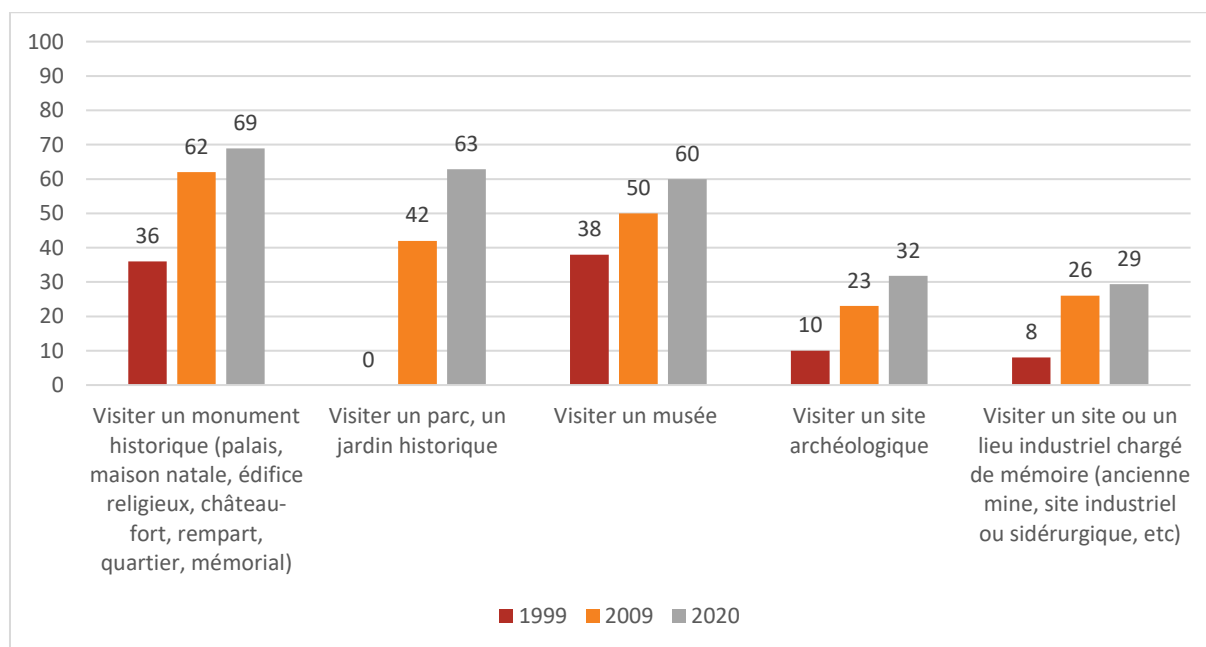
Le public des institutions patrimoniales se compose des personnes qui ont visité au moins une fois un monument historique, un parc ou un jardin historique, un musée, un site archéologique ou un site industriel durant la période de référence. Le public des sites patrimoniaux est en augmentation sur les deux dernières décennies.

1.1 Une hausse de la fréquentation des institutions patrimoniales depuis 1999

L'intérêt pour le patrimoine culturel a augmenté au cours des vingt dernières années pour l'ensemble des sites étudiés, tout en étant plus marqué pour certains d'entre eux. Ainsi, le public des monuments historiques a quasi doublé, celui des sites archéologiques a triplé et celui des lieux industriels a presque quadruplé.

Néanmoins, les plus fortes hausses sont observées entre 1999 et 2009 et concernent les monuments historiques et les lieux industriels ; tandis qu'une augmentation régulière sur chaque décennie est observée pour les musées et les sites archéologiques (environ 10 points de pourcentages). Entre 2009 et 2020, ce sont les parcs et jardins historiques qui ont gagné la plus large part du public. Précisons encore que ces derniers ne figuraient pas dans la liste des sites patrimoniaux du questionnaire de 1999. L'engouement pour les monuments historiques et les parcs et jardins historiques peut aussi s'expliquer par leur facilité d'accès, sans horaires d'ouverture pour certains.

Graphique 1. L'évolution des visites du patrimoine et des musées entre 1999 et 2020 (%)



Source : Enquête Musées 2021, ministère de la Culture et LISER

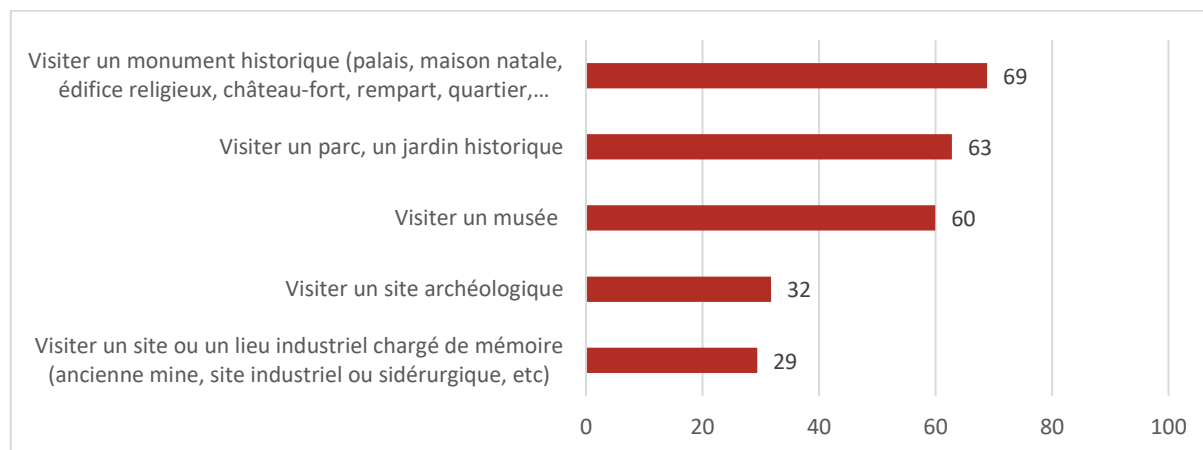
Champ : l'ensemble des participants, N=1995

1.2 Un public diversifié

Les sites les plus populaires en 2020 sont les monuments historiques, les parcs et jardins suivis des musées. Les proportions du public varient assez largement selon le type d'institution étudiée. Sept

résidents sur dix ont visité des monuments historiques et six résidents sur dix ont visité un musée, un parc ou un jardin historique tandis que seulement trois résidents sur dix ont visité des sites archéologiques et des sites industriels (32% respectivement 29%).

Graphique 2. La fréquentation du patrimoine et des musées (%)



Source : Enquête Musées 2021, ministère de la Culture et LISER

Champ : l'ensemble des participants N=1995

Si chaque type d'institution patrimoniale attire des proportions de public variables, il s'agit aussi d'un public diversifié.

Le niveau de formation introduit des différences dans les taux de fréquentation qui vont du simple au double entre les personnes avec un niveau du primaire et celles avec un niveau du supérieur long. Les différences sont les plus larges pour les visites des musées (35% contre 82%) et des sites archéologiques (20% contre 45%) et elles sont moins prononcées dans le public des autres sites.

Les écarts observés avec le niveau de formation se retrouvent dans l'analyse des catégories socioprofessionnelles. Ainsi, 81% des professions intellectuelles et scientifiques et 74% des dirigeants déclarent avoir visité un musée pour seulement 38% des ouvriers (qualifiés et non qualifiés). Et ces variations de participation s'observent aussi selon les ressources financières du ménage. Les taux de fréquentation augmentent avec le niveau de revenu du ménage et les individus vivant dans un ménage au revenu mensuel net supérieur à 8000€ ont des taux de fréquentation des sites patrimoniaux supérieurs à la moyenne, à l'exception des visites de sites industriels.

Ces premiers résultats indiquent que le niveau de formation – qui se prolonge par la catégorie sociale et le revenu - reste le point d'ancrage pour s'approprier les valeurs culturelles véhiculées par la plupart des institutions patrimoniales.

Le taux de fréquentation des sites patrimoniaux varie aussi selon le lieu de résidence du public. Outre les caractéristiques sociodémographiques du public déjà mentionnées, d'autres facteurs peuvent contribuer à expliquer ces écarts régionaux, tels que le lien entre lieu de résidence et opportunité de visites, comme l'illustre le taux de fréquentation des résidents des Terres Rouges pour les sites industriels (38%), ou des résidents de Luxembourg-Ville pour les monuments historiques et les musées. Ces différences régionales peuvent aussi refléter le contexte environnemental urbain-rural, qui expliquerait que 80% des résidents de Luxembourg-Ville visitent des parcs et des jardins pour seulement 56% des résidents de la région Nord-Est, qui regroupe l'Éislek, la Moselle et le Mullerthal.

Le genre ne conditionne pas la pratique, et hommes et femmes fréquentent les différents sites patrimoniaux dans des proportions équivalentes, à l'exception cependant des sites industriels pour lesquels le taux de fréquentation est légèrement supérieur chez les hommes (32% contre 27%).

Les principales caractéristiques des publics de chacun des cinq types d'institution sont présentées ci-dessous.

Le public des monuments historiques

Les individus de nationalités autres que luxembourgeoise et portugaise, les individus ayant une formation du supérieur long (84%) ou du supérieur court (74%), les dirigeants et professions intellectuelles et scientifiques (78% respectivement 82%), les salariés et les indépendants (73% respectivement 74%), les résidents de Luxembourg-Ville (82%), les individus vivant dans un ménage au revenu mensuel net supérieur à 8000€ (81%) ont des taux de fréquentation supérieurs à la moyenne (69%).

Le public des parcs et jardins historiques

Les femmes (65% contre 61%), les 30-49 ans, les individus de nationalités autres que luxembourgeoise et portugaise, les individus ayant une formation du supérieur long (80%), les dirigeants et professions intellectuelles et scientifiques (75% respectivement 74%) et les employés de bureau (67%), les salariés, les indépendants et les étudiants (68%), les résidents de Luxembourg-Ville (80%), les individus vivant dans un ménage au revenu mensuel net supérieur à 8000€ (75%) présentent des taux de fréquentation supérieurs à la moyenne (63%).

Le public des musées

Les 30-49 ans (66%), les individus de nationalités autres que luxembourgeoise et portugaise, les monoparentaux (68%), les individus ayant une formation du supérieur long (82%), les dirigeants et professions intellectuelles et scientifiques (74% respectivement 81%), les salariés et les indépendants (65-63%), les résidents de Luxembourg-Ville (80%) et du Guttland (62%), les individus vivant dans un ménage au revenu mensuel net supérieur à 8000€ (75%) ont des taux de fréquentation supérieurs à la moyenne (60%).

Le public des sites archéologiques

Les individus vivant en couple sans enfant (39%), les individus ayant une formation du supérieur long (45%) ou du supérieur court (33%), les dirigeants et professions intellectuelles et scientifiques (41-43%), les professions intermédiaires (37%), les résidents de Luxembourg-Ville (44%), les individus vivant dans un ménage au revenu mensuel net supérieur à 8000€ ont des taux de fréquentation supérieurs à la moyenne (32%).

Le public des sites industriels

Les hommes (32% contre 27%), les 50-64 ans (32%), les individus vivant en couple sans enfant (34%) et les monoparentaux (32%), les individus ayant une formation du supérieur long (34%) ou du supérieur court (32%), les professions intellectuelles et scientifiques (36%), les résidents des Terres Rouges (38%) ont des taux de fréquentation supérieurs à la moyenne (29%).

2. Le public et le non-public des musées

Cette section présente le public et le non-public des musées et leurs caractéristiques sociodémographiques. Elle met en lumière le rôle déterminant de la familiarisation avec les musées durant l'enfance sur la fréquentation des musées à l'âge adulte. Elle explore les motivations du public pour visiter des musées ainsi que les freins aux visites muséales cités par le non-public.

2.1 Un public au profil plutôt marqué

Le public des musées est composé de tous les individus qui ont déclaré avoir visité au moins une fois un musée en s'y rendant physiquement, que ce soit au Luxembourg ou à l'étranger, entre mars 2019 et mars 2020.

C'est 60% de la population qui a déclaré avoir visité un musée au cours de cette période. Cette proportion est bien supérieure à la moyenne UE qui s'établissait à 50% en 2017⁶. Cependant, la fréquentation des musées n'est pas répartie uniformément au sein de la population et les caractéristiques sociodémographiques font apparaître de larges écarts selon les groupes sociaux.

Les proportions du public les plus élevées se comptent parmi les 30-49 ans (66%), tandis qu'elles sont équivalentes dans les autres tranches d'âge. Si l'on utilise une classification par âge plus fine, on observe cependant que les plus de 75 ans et les moins de 25 ans offrent les proportions de visiteurs les plus faibles, à peine une personne sur deux ayant visité des musées (49% respectivement 53%), tandis que les 25-44 ans offrent les proportions de visiteurs les plus élevées (67%).

Des contrastes s'affichent selon la nationalité et la situation familiale. Près des trois-quarts des autres ressortissants de l'UE27 et non UE27 visitent des musées contre moins d'un résident portugais sur deux. Les personnes vivant en familles monoparentales ou en couple sans enfant sont proportionnellement plus nombreuses à visiter les musées que celles vivant dans d'autres types de familles (68% et 64%). Enfin, le genre ne conditionne pas les visites, les femmes et les hommes fréquentant les musées dans les mêmes proportions.

Le niveau de formation introduit des écarts de participation importants. Avec un niveau de formation du secondaire, c'est moins d'un individu sur deux qui fréquente les musées (47%), et à peine un individu sur trois avec une formation du primaire (35%). A l'inverse, avec une formation du supérieur long, ce sont quatre individus sur cinq qui fréquentent les musées (82%).

Le niveau de scolarité reste la caractéristique la plus déterminante associée à la visite des musées. Il conditionne la plupart des autres caractéristiques sociales telle la catégorie socioprofessionnelle et le revenu, mais aussi la région de résidence. On retrouvera donc ces associations de caractéristiques tout au long de l'analyse. Ainsi, parmi les professions intellectuelles et scientifiques huit personnes sur dix visitent des musées contre moins de quatre sur dix parmi les ouvriers (81% contre 38%). Et parmi les dirigeants, les trois-quarts fréquentent les musées contre moins d'une personne sur deux parmi les personnels des services et vente (74% contre 45%). Au niveau de la région de résidence, huit personnes sur dix qui habitent Luxembourg-Ville ont visité un musée contre moins d'une sur deux parmi les résidents des Terres Rouges (80% contre 49%). Enfin, la part du public croît avec le niveau de revenu. Avec un revenu du ménage mensuel net inférieur ou égal à 4000€,

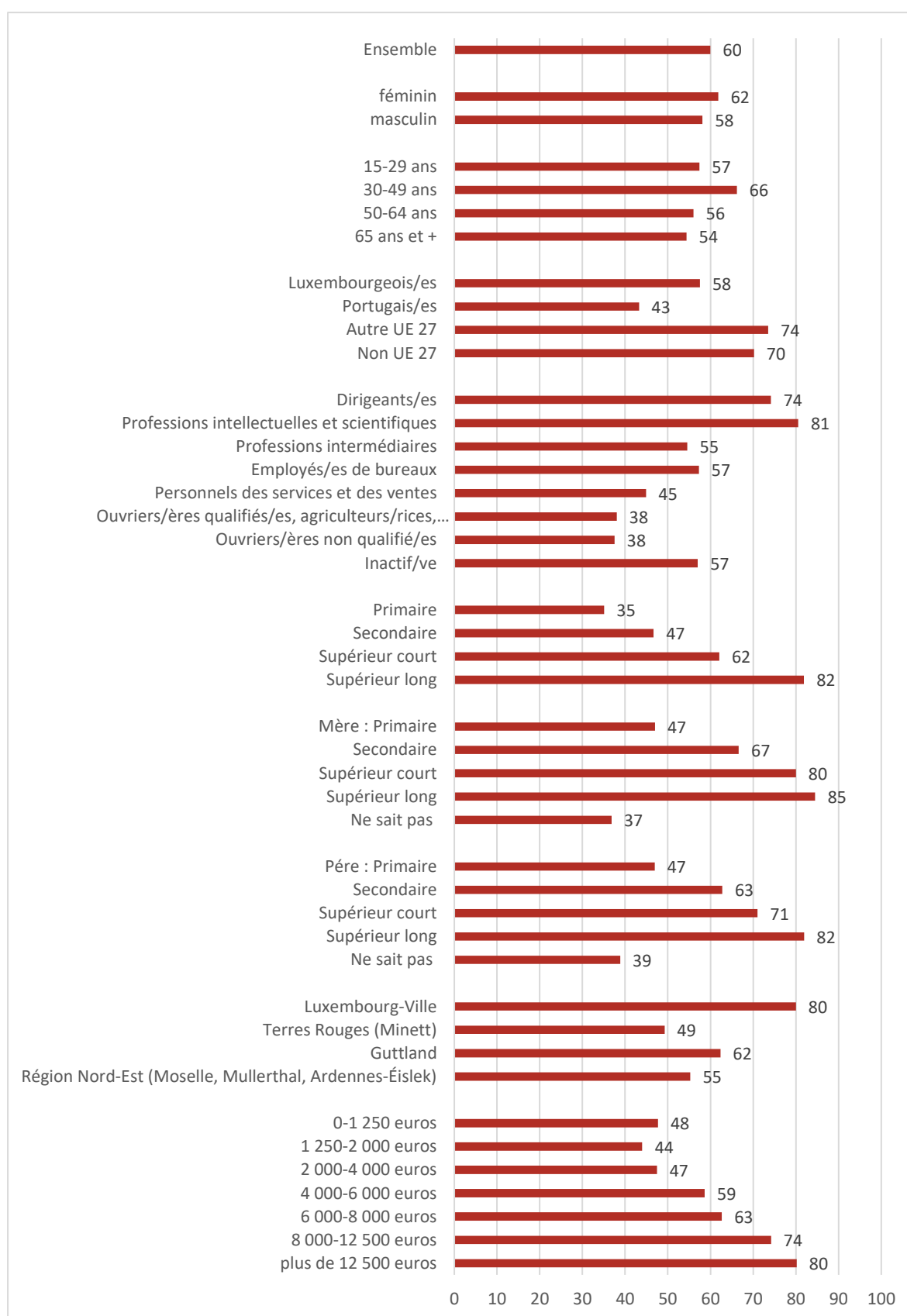
⁶ Commission européenne. 2017. Eurobaromètre Spécial 466 « Le Patrimoine culturel » p.51

moins d'une personne sur deux a visité un musée alors qu'avec un revenu supérieur à 12500€, ce sont huit personnes sur dix qui ont fréquenté un musée.

Outre le niveau de scolarité de l'individu, un autre facteur déterminant dans la fréquentation des musées est le niveau de scolarité des parents, et plus encore celui de la mère. Plus il est élevé, plus la part du public des musées augmente. Ce sont huit personnes sur dix qui fréquentent les musées lorsque la mère a un niveau de formation du supérieur contre moins d'une personne sur deux lorsque la mère a un niveau de formation du primaire.

Visiter un musée s'inscrit dans un continuum de connaissances. L'association toujours observée entre la durée de la scolarité et la fréquentation des musées illustre simplement le fait qu'une base de savoirs est une condition préalable à la visite des musées. Elle montre les rôles déterminants des institutions scolaire et familiale pour donner les outils nécessaires à l'appropriation de ces connaissances et pour jouer le rôle de médiateur dans la familiarisation de l'individu avec le patrimoine, et la culture. Ce socle de savoirs est nécessaire pour donner du sens, et va s'élargir au fil des visites muséales qui vont contribuer à renforcer les connaissances, et élargir les liens entre les savoirs. La section suivante va permettre d'approfondir la compréhension de l'influence des pratiques durant l'enfance sur les pratiques adultes.

Graphique 3. Le profil du public des musées en 2020 (%)



Source : Enquête Musées 2021, ministère de la Culture et LISER

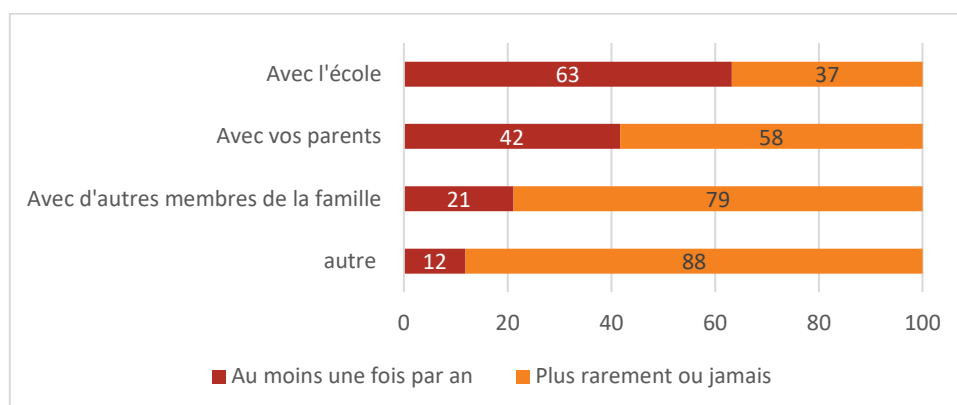
Champ : l'ensemble des participants N=1995

2.2 Le rôle majeur des pratiques dans l'enfance

De nombreuses études ont mis en évidence le lien entre pratiques culturelles enfantines et pratiques culturelles durant l'âge adulte⁷. Cette nouvelle étude confirme ces résultats mettant en lumière, d'une part le rôle majeur de la familiarisation avec les musées dans l'enfance et, d'autre part, la place essentielle de l'institution scolaire dans cette étape.

Pour mesurer l'influence des pratiques enfantines sur les pratiques adultes, les participants à l'enquête ont été interrogés sur leur fréquentation des musées à l'âge de 12 ans, et sur le mode et la fréquence de ces visites, à savoir s'ils visitaient les musées avec l'école, leurs parents, d'autres membres de la famille ou dans d'autres circonstances, et à quel rythme.

Graphique 4. Le mode et la fréquence des visites des musées à 12 ans (%)



Source : Enquête Musées 2021, ministère de la Culture et LISER

Champ : l'ensemble des participants N=1995

Durant l'enfance, l'école est le premier médiateur entre l'enfant et le musée. Plus de six personnes sur dix déclarent qu'elles allaient visiter un musée au moins une fois par an avec l'école. La familiarisation avec le patrimoine muséal se fait aussi au sein de la famille, mais dans une proportion bien moindre. Ce sont à peine quatre personnes sur dix qui déclarent avoir visité des musées au moins une fois par an avec leurs parents (42 %) et seulement deux sur dix avec d'autres membres de la famille (21%). Les autres modes de visites jouent un rôle mineur dans ces pratiques, concernant un peu plus d'une personne sur dix (12%).

Quel que soit le mode de visite, un effet générationnel certain caractérise ces pratiques, la fréquentation des musées durant l'enfance augmentant au fil des générations.

Les visites de musées avec l'école au moins une fois dans l'année concernent 42% des 65 ans ou plus contre 80% des moins de 30 ans. Et la fréquence des visites s'est dans le même temps intensifiée, seulement 14% des plus de 65 ans visitaient les musées quelques fois dans l'année contre 48% des moins de 30 ans.

Les visites avec les parents ont doublé entre les plus âgés et les plus jeunes. Seulement une personne sur cinq âgée de 65 ans ou plus visitait des musées au moins une fois par an avec ses parents contre une personne sur deux âgée de moins de 30 ans (22% contre 46%). Le rythme des visites s'est également intensifié et la fréquence des visites pluriannuelles a doublé entre les générations les plus âgées et les plus jeunes (19% des 65 ans ou plus contre 40% des moins de 30 ans).

⁷ C. Tavan, « Les Pratiques culturelles : le rôle des habitudes prises dans l'enfance », INSEE PREMIERE, n°883, Février 2003.

Le niveau de formation individuel est associé à des écarts élevés de fréquentation des musées durant l'enfance pour les visites avec l'institution scolaire et plus encore pour celles avec les parents.

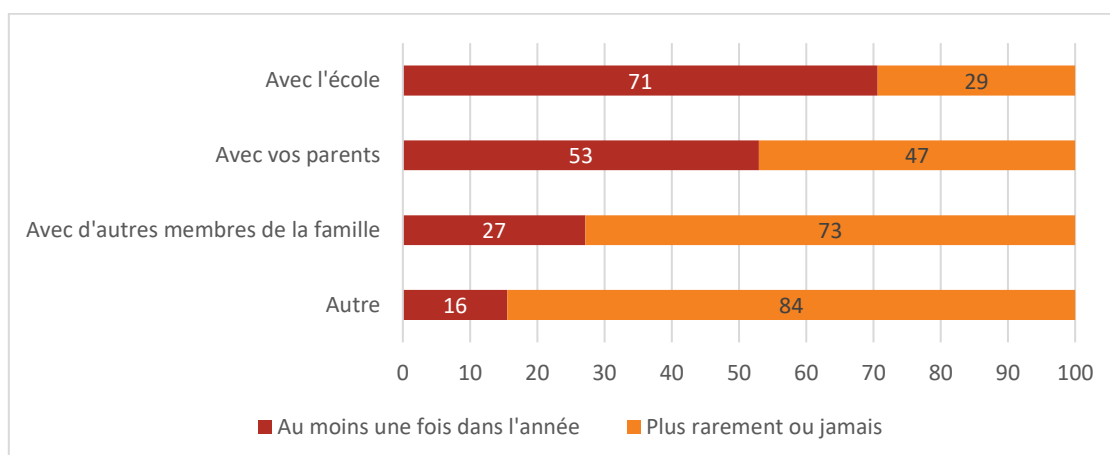
Avec une formation du primaire, quatre personnes sur dix visitaient un musée au moins une fois dans l'année avec l'école à 12 ans (42%). A l'inverse, avec une formation du supérieur long, sept personnes sur dix visitaient un musée au moins une fois dans l'année avec l'école à 12 ans (73%). En outre, l'intensité des visites scolaires à 12 ans est elle aussi associée au niveau de formation actuel, et plus le diplôme actuel est élevé et plus les visites à 12 ans étaient nombreuses. Ainsi, la part des personnes avec un niveau du supérieur long est deux fois supérieure à celle des personnes avec un niveau du primaire à avoir visité des musées plusieurs fois dans l'année avec l'école (38% contre 18%).

Par ailleurs, l'analyse des visites au moins annuelles avec les parents fait apparaître des écarts de fréquentation du simple au triple entre les individus avec une formation du primaire et ceux avec une formation du supérieur long (18% contre 61%). Et les intensités de fréquentation distinguent également ces deux populations aux niveaux de formation différents, avec des écarts de 1 à 3,6 pour les visites plusieurs fois dans l'année (13% contre 45%).

Les pratiques muséales de la population à 12 ans sont extrêmement différenciées lorsque l'on distingue le public et le non-public des musées, pour les visites scolaires et plus encore pour les visites avec les parents.

Ainsi, près des trois-quarts du public des musées visitait au moins une fois des musées avec l'école à 12 ans contre la moitié seulement du non-public (71% contre 53%). Les différences de socialisation familiale sont plus larges entre public et non-public et les écarts de fréquentation entre public et non public vont du simple au double lorsque l'on considère les visites faites avec les parents (53% contre 25%) et vont de 1 à 6 avec les autres membres de la famille (2% contre 12%).

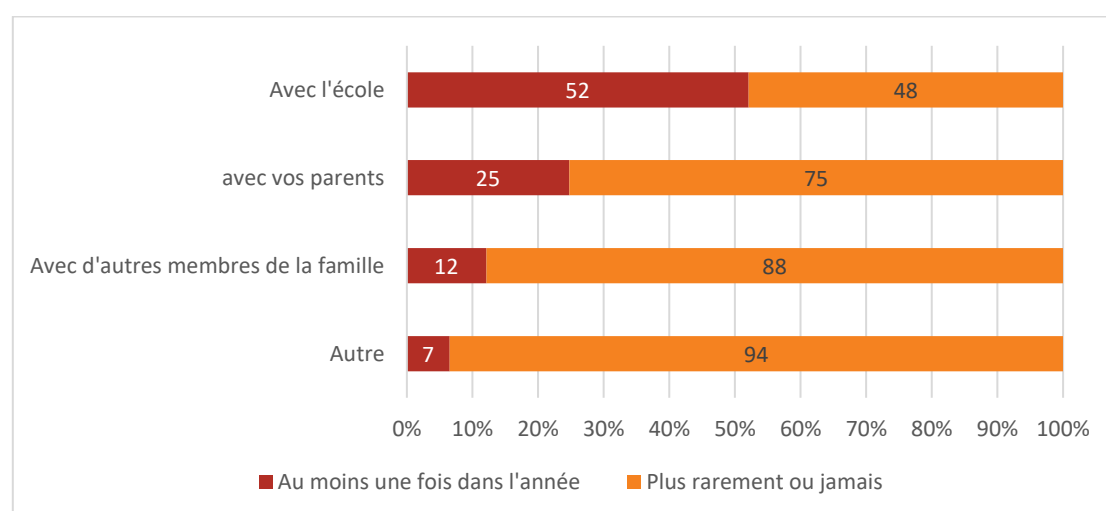
Graphique 5. Le mode et la fréquence des visites muséales à 12 ans pour le public des musées (%)



Source : Enquête Musées 2021, ministère de la Culture et LISER

Champ : le public des musées N=1197

Graphique 6. Le mode et la fréquence de visites muséales à 12 ans pour le non-public des musées (%)



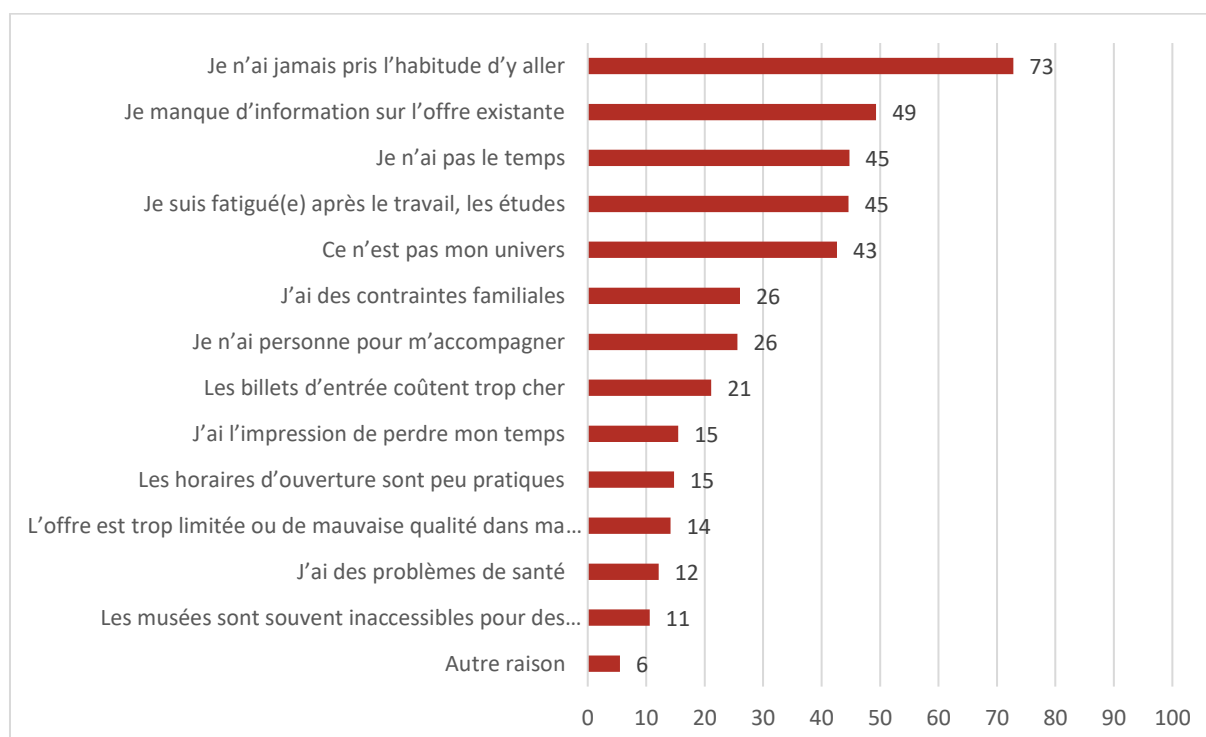
Source : Enquête Musées 2021, ministère de la Culture et LISER

Champ : le non-public des musées, N=798

2.3 L'absence de familiarisation, la raison majeure de ne pas visiter de musée

Aux personnes qui n'avaient pas visité de musées entre mars 2019 et mars 2020, soit 40% des répondants, on a demandé les raisons de leur non-participation en leur proposant une dizaine de motifs auxquels ils devaient répondre à chacun par oui ou par non. Dans l'ensemble, les réponses illustrent la notion d'habitus mise en évidence par Bourdieu dans les années 70, à savoir que les obstacles à la fréquentation des musées relèvent bien plus du champ culturel et symbolique que des obstacles matériels.

Graphique 7. Les raisons de ne pas visiter de musées (%)



Source : Enquête Musées 2021, ministère de la Culture et LISER

Champ : le non-public des musées N=798

La raison majeure invoquée pour expliquer l'absence de visite des musées est le manque d'habitude, citée par les trois-quarts du non-public. C'est également 43% du non-public qui affirme que les musées « ce n'est pas [leur] univers » et 15% qui déclarent avoir l'impression de perdre leur temps. Ces réponses peuvent aussi être interprétées comme une confirmation du rôle déterminant des pratiques durant l'enfance sur les pratiques à l'âge adulte.

Un deuxième ensemble de réponses regroupe des contraintes plutôt personnelles telles que le manque d'information, le manque de temps, et la fatigue de fin de journée et dans une moindre mesure des contraintes familiales et l'absence d'amis ou de membres de la famille pour aller au musée (26%).

Un troisième groupe (15%-11%) inclut des contraintes matérielles liées aux musées telles que les horaires d'ouverture peu pratiques, une offre limitée dans la région, l'inaccessibilité des musées, mais aussi des contraintes physiques personnelles telles que des problèmes de santé.

Enfin, le coût des billets est évoqué par une personne sur cinq qui ne visite pas les musées (21%).

L'analyse sociodémographique met en évidence que les femmes, davantage que les hommes, estiment avoir des problèmes de santé (15% contre 10%), des contraintes familiales (31% contre 22%), n'avoir personne pour les accompagner (31% contre 21%), manquer d'information sur l'offre existante (55% contre 45%), ou encore que les billets coûtent trop cher (25% contre 18%).

Les réponses varient en fonction de l'âge, reflétant la position dans le cycle de vie. Ainsi, les plus de 65 ans considèrent davantage que les autres avoir des problèmes de santé (27%) et que les musées ne sont pas accessibles aux personnes à mobilité réduite (22%). Les moins de 50 ans expliquent plus souvent leur absence de participation par la fatigue de fin de journée, le manque de

temps, des horaires peu pratiques, le coût des billets, mais aussi une offre trop limitée dans leur région. Enfin, les plus jeunes déclarent massivement manquer d'information sur l'offre existante, soit 70% des moins de 30 ans et près de 60% des 30-49 ans.

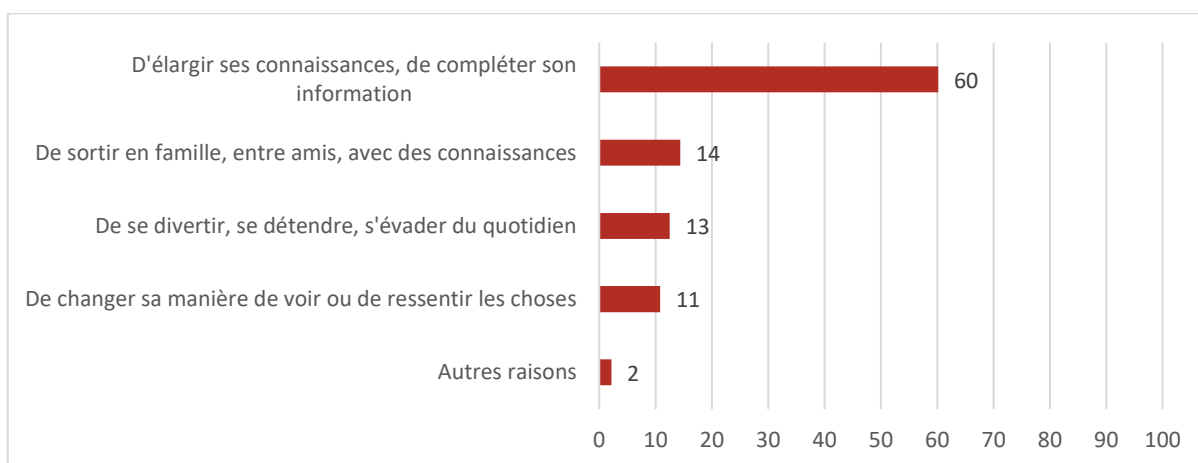
Les résidents de nationalité portugaise considèrent plus souvent que les autres nationalités n'avoir pas pris l'habitude de visiter des musées (80%), que ce n'est pas leur univers (58%), la fatigue de fin de journée (55%), des contraintes familiales (37%), le prix des billets (40%), des horaires d'ouverture peu pratiques (27%).

Avec un niveau de formation du primaire, les personnes déclarent plus souvent que le musée n'est pas leur univers (56%), avoir l'impression de perdre leur temps (33%), que les horaires d'ouverture sont peu pratiques (25%), avoir des problèmes de santé (17%), alors qu'avec une formation du supérieur long, les personnes déclarent plus souvent manquer d'information sur l'offre existante (62%), ou encore d'autres raisons (14%).

2.4 Elargir ses connaissances, la motivation phare pour visiter des musées

Le public des musées pouvait choisir parmi cinq propositions pour identifier la motivation principale de la visite des musées. Une majorité du public associe la visite d'un musée, d'une exposition, avant tout à une occasion d'apprendre et d'élargir ses connaissances (60%). Ensuite, pour un quart du public, c'est une occasion de sociabilité ou de divertissement, soit sortir en famille ou avec ses amis (14%) ou se divertir (13%). C'est enfin l'occasion de changer sa manière de voir pour 11% du public.

Graphique 8. Les principales motivations du public pour visiter les musées (%)



Source : Enquête Musées 2021, ministère de la Culture et LISER

Champ : le public des musées N=1197

Les motivations du public varient en fonction de certaines caractéristiques sociodémographiques, à l'exception du genre, du statut d'activité et de la région de résidence.

Les motivations pour visiter un musée sont différentes aux différents âges, une occasion de sociabilité et de divertissement chez les plus jeunes, une occasion d'apprentissage chez les plus âgés. Chez les moins de 50 ans, la visite d'un musée est plus souvent que chez leurs aînés l'occasion de

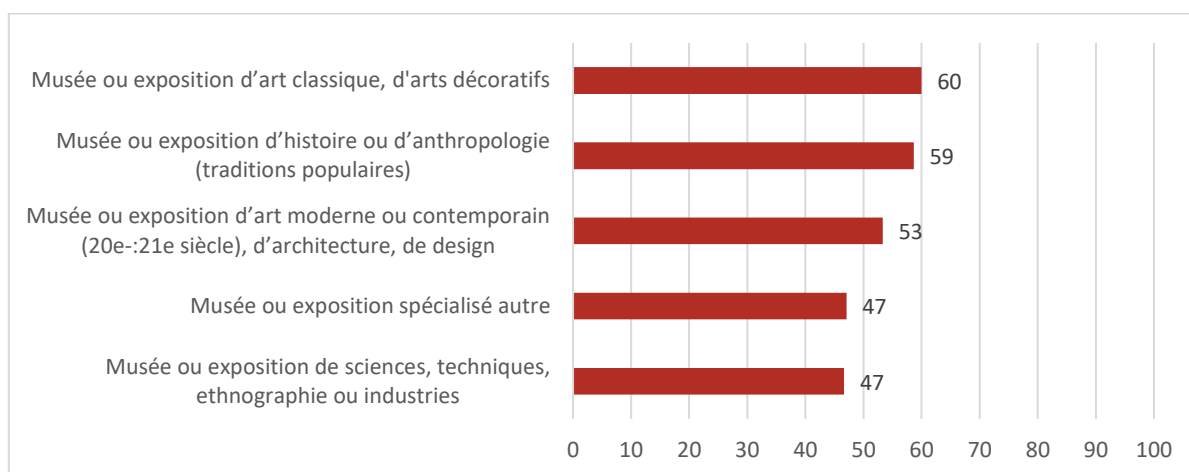
sortir en famille ou entre amis (18% contre 8%) ou de se divertir et s'évader du quotidien (15% contre 9%). Chez les 50 ans et plus, élargir ses connaissances motive plus souvent les 50-64 ans (67%) et davantage encore les 65 ans et plus (73%) que leurs cadets (53%). Les Luxembourgeois se retrouvent plus que les autres dans le plaisir d'élargir leurs connaissances tandis que les autres UE27 (19%) et plus encore les non UE27 (25%) associent la visite des musées au plaisir des sorties familiales et amicales. Les personnes qui vivent seules et celles qui vivent en couple sans enfant visitent des musées avant tout pour élargir leurs connaissances (64-66%) tandis que les plus jeunes qui vivent avec d'autres membres de leur famille et les adultes qui vivent avec des enfants, en couple ou en famille monoparentale, associent plus la visite des musées aux sorties familiales et amicales (20-25%).

Le niveau de formation joue un rôle non négligeable dans les manières d'aborder les visites muséales. Les personnes avec un niveau du primaire associent plus que les autres les visites de musées aux sorties en groupe, que ce soit dans le cadre familial ou amical (22%), et moins au divertissement (6%). Celles avec un niveau du secondaire ou du supérieur court visitent davantage les musées pour élargir leurs connaissances (63%). Celles avec un niveau du supérieur, court ou long, sont plus que les autres motivées par l'expérience esthétique et l'élargissement de la vision du monde (12%).

3. le public selon les catégories de musées

Toutes les catégories de musées n'attirent pas le public de manière équivalente. Les musées les plus visités sont les musées ou expositions d'art classique, d'arts décoratifs et les musées ou expositions d'histoire et d'anthropologie, fréquentés par 60% du public, et dans une moindre mesure les musées d'art moderne fréquentés par 53% du public. En revanche, les musée ou exposition de sciences et technique et les musées spécialisés autres que ceux précédemment mentionnés attirent moins d'un visiteur sur deux.

Graphique 9. Les catégories de musées visités (%)



Source : Enquête Musées 2021, ministère de la Culture et LISER

Champ : le public des musées N=1197

Au sein du public, le profil sociodémographique des visiteurs varie selon la catégorie de musées visité, à l'exception cependant des musées ou exposition d'histoire ou d'anthropologie (traditions populaires) et des musées spécialisés autres. L'intérêt pour les musées d'art classique, et plus encore d'art moderne présuppose une familiarisation préalable pour apprécier l'œuvre d'art.

Ainsi, en comparant les publics des différents musées, on observe que le taux de fréquentation des musées ou exposition d'art, est plus élevé chez les femmes que chez les hommes, tant pour les musées ou expositions d'art classique (64% contre 56%) que d'art moderne (58% contre 49%). A l'inverse, les hommes composent majoritairement le public des musées ou expositions de science (51% contre 42%). Les moins de 50 ans (50%) composent largement le public des musées ou expositions de sciences et techniques tandis que les 65 ans et plus composent majoritairement celui des musées d'art classique.

Le taux de fréquentation croît proportionnellement avec le niveau de formation et les plus larges écarts s'observent parmi le public des musées d'art. Ainsi près de 70% des individus avec une formation du supérieur long ont visité un musée d'art classique ou moderne (67%) tandis que pour les individus avec une formation du primaire, ces proportions tombent à 42% pour les musées d'art classique et à 22% pour les musées d'art moderne. Le public des musées ou expositions de science affiche lui aussi de larges écarts entre les taux de fréquentation, soit 52% pour les individus du supérieur long et 32% pour les individus du primaire.

Les taux de fréquentation sont aussi différenciés pour ces trois catégories de musées lorsque l'on considère le revenu. Ainsi, 73% du public des musées vivant dans un ménage au revenu mensuel net supérieur à 12500€ ont visité un musée d'art classique pour 57% respectivement 56% de celui vivant dans un ménage au revenu compris entre 2000€ et 6000€. Ces écarts sont encore plus marqués pour les visiteurs de musées d'art moderne puisque 70% du public des musées vivant dans un ménage au revenu mensuel net supérieur à 12500€ ont visité un musée d'art moderne pour 50% environ de celui vivant dans un ménage au revenu inférieur.

Les taux de fréquentation des musées d'art classique et d'art moderne sont également associés au lieu de résidence. Les trois-quarts des visiteurs de musées résidant à Luxembourg-Ville ont visité un musée d'art classique tout comme 60% de ceux du Guttland, mais ces proportions tombent à 56% pour ceux habitant la région Nord-Est et à 52% pour ceux habitant les Terres Rouges. Les écarts sont plus marqués pour les musées d'art moderne, fréquentés par les trois quarts du public des musées résidant à Luxembourg-Ville mais par la moitié de celui habitant la région Nord-Est ou celle du Guttland et seulement 40% de ceux habitant les Terres Rouges.

Les principales caractéristiques des publics des musées d'art et des musées de sciences sont présentées ci-dessous⁸

Le public des musées ou expositions d'art classique, d'arts décoratifs

C'est 60% du public des musées qui a visité des musées ou exposition d'art classique, d'arts décoratifs. Parmi le public des musées, les femmes plus que les hommes ont visité ces musées (64% contre 56%). Le taux de fréquentation croît avec le niveau de formation, de 42% pour les individus avec un niveau de formation du primaire à 67% pour ceux avec un niveau du supérieur long. Enfin, les 65 ans et plus (72%), les personnes seules et celles vivant en couple sans enfant (66%), les diplômés du supérieur long (67%), les professions intellectuelles et scientifiques (68%) et les employés de bureau (66%), les indépendants et les retraités (68%), les résidents de Luxembourg-Ville (71%) et les personnes vivant dans un ménage au revenu mensuel net supérieur à 12500€ (73%) ont des taux de fréquentation supérieurs à la moyenne.

⁸ Les pourcentages présentés dans l'encadré se rapportent au public des musées en général, soit N=1197.

Le public des musées ou expositions d'art moderne ou contemporain (20-21^e siècle) d'architecture, de design

Les musées ou exposition d'art moderne ou contemporain ont attiré plus d'un visiteur sur deux (53%). Parmi le public des musées, plus de la moitié des femmes mais moins de la moitié des hommes a visité ces musées (58% contre 49%). Le taux de fréquentation va du simple au triple entre les personnes avec un niveau de formation du primaire et celles avec un niveau de formation du supérieur long (22% contre 67%). Les résidents de nationalité autre UE27 (64%), le dirigeants (60%) et les professions intellectuelles et scientifiques (62%), les résidents de Luxembourg-Ville (73%) et les personnes vivant dans un ménage au revenu mensuel net supérieur à 12500€ (70%) ont des taux de fréquentation supérieurs à la moyenne.

Le public des musées ou expositions de sciences, techniques, ethnographie ou industries

Moins de la moitié du public des musées a visité des musées ou exposition de sciences, techniques, ethnographie ou industries (47%). Le genre conditionne la pratique. Parmi le public des musées, les hommes se montrent plus intéressés que les femmes par (51% contre 42%). Les visiteurs se recrutent aussi davantage parmi les moins de 50 ans (50% des 15-29 ans et 52% des 30-49 ans), les personnes vivant en couple avec des enfants (54%), les diplômés du supérieur long (52% contre 32% de ceux du primaire), les professions intermédiaires (57%) et les professions intellectuelles et scientifiques (52%), les indépendants (52%), les étudiants (51%) et les salariés (50%), les personnes vivant dans un ménage au revenu mensuel net compris entre 8000 et 12500€ (57%).

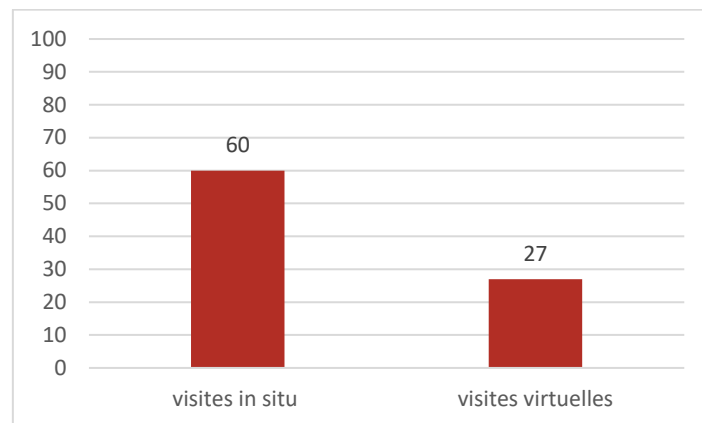
4. Les visites muséales virtuelles

La digitalisation de nombreuses collections muséales permet de visiter des musées du monde entier en les rendant accessibles à tous, éliminant les contraintes matérielles, qu'elles soient physiques, liées à l'éloignement, ou budgétaires. Mais suffit-il d'une connexion Internet et d'un smartphone pour accéder à la richesse du patrimoine culturel mondial et réduire les écarts de fréquentation entre groupes sociaux ?

4.1 Des visites virtuelles encore rares

L'essor des pratiques numériques n'est pas venu concurrencer les visites des musées dans leur modalité physique, les visites muséales étant deux fois plus souvent des visites in situ que des visites virtuelles. Ainsi, si 60% des résidents ont visité un musée physiquement, moins de 30% des résidents l'ont fait de manière virtuelle.

Graphique 10. Les visites muséales in situ et virtuelles (%)



Source : *Enquête Musées 2021, ministère de la Culture et LISER*

Champ : *ensemble de la population, N=1995*

L'opportunité des visites virtuelles a séduit un public plutôt âgé et composé de personnes retraitées, mais aussi de personnes au foyer. Ce sont environ 40% des 65 ans et plus (39%) qui ont visité des musées virtuellement alors que seulement 25% ou moins de leurs cadets l'ont fait (21% des 15-29 ans et 25% des 30-64 ans). Plus ou moins un tiers des retraités et des personnes au foyer (36% et 32%) ont fait des visites virtuelles pour 22% des salariés. Les visiteurs virtuels se comptent aussi plus souvent parmi les résidents de Luxembourg-Ville et du Guttland (29%). Quant au niveau de formation, il n'est pas associé aux pratiques muséales virtuelles.

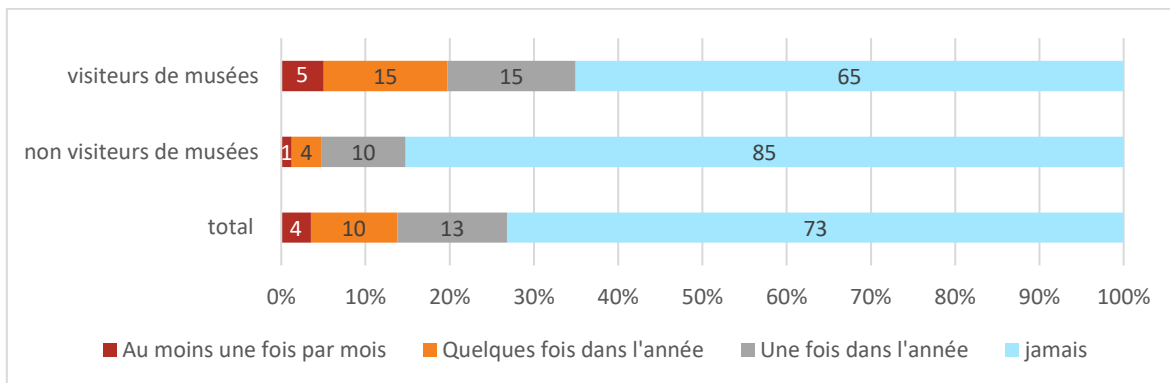
4.2 Des visites virtuelles associées aux visites in situ

L'engouement pour la digitalisation des œuvres d'art est souvent soustendue par l'idée de pouvoir dépasser la reproduction sociale à l'œuvre dans les pratiques culturelles et dans les pratiques muséales en particulier. Ainsi, la facilité d'accéder aux œuvres d'art devrait permettre de contourner les obstacles symboliques dont les institutions peuvent être chargées.

Cependant, les résultats indiquent une tendance plus nuancée, qui confirme un cumul de pratiques in situ et virtuelles plutôt qu'une diversification du public des musées. Dans un premier temps, on comparera les pratiques virtuelles du public in situ, qui se déplace physiquement pour visiter des musées, et du non-public in situ, et dans un deuxième temps, on examinera les pratiques in situ du public virtuel

La comparaison des pratiques virtuelles du public in situ et du non public in situ révèle de larges différences dans les usages. Le public in situ se distingue par un taux de pratique virtuelle deux fois supérieur à celui du non public et par une assiduité accrue. Parmi le public in situ, 35% font des visites virtuelles pour seulement 15% du non-public in situ. En outre, 5% du public in situ font des visites virtuelles mensuelles pour 1% du non public, et 15% font des visites quelques fois dans l'année pour 4% du non-public.

Graphique 11. La fréquence des visites muséales virtuelles pour les visiteurs et non visiteurs de musées in situ, entre mars 2019 et mars 2020 (%)

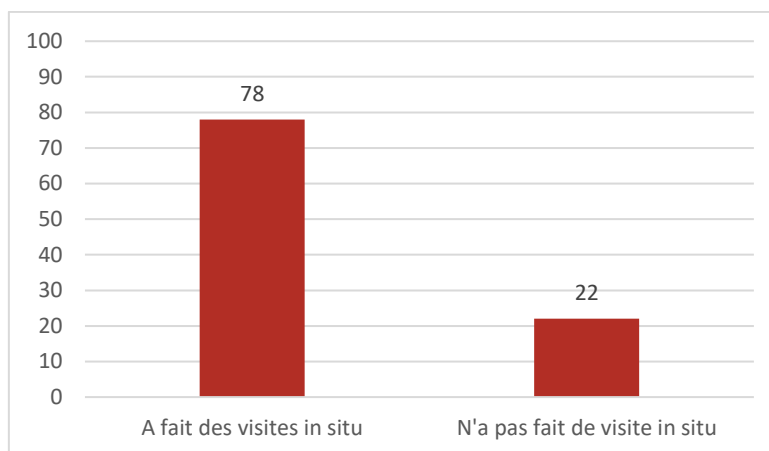


Source : Enquête Musées 2021, ministère de la Culture et LISER

Champ : ensemble des répondants, N = 1995 ; le public des musées, N=1197 ; le non-public, N=798

Dans un second temps, l'examen du public virtuel, selon qu'il visite ou non des musées physiquement, montre que près de l'ensemble du public virtuel fait des visites in situ (78%), confirmant que pour l'instant, l'accès en ligne n'a pas permis d'élargir la base du public des musées mais reste étroitement associé aux visites physiques.

Graphique 12. La répartition du public virtuel selon la fréquentation des musées in situ (%)



Source : Enquête Musées 2021, ministère de la Culture et LISER

Champ : le public virtuel des musées, N=536

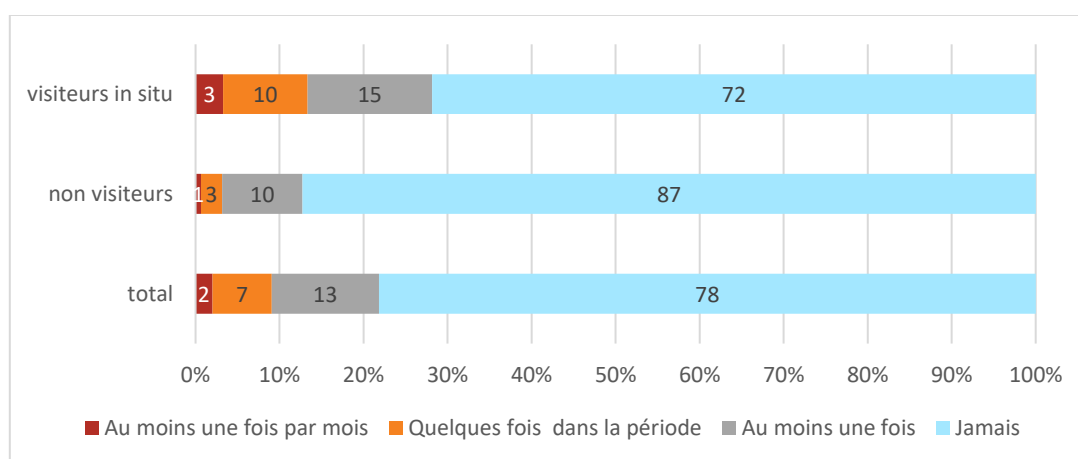
L'analyse détaillée du public virtuel qui fait des visites in situ fait apparaître un profil marqué par les caractéristiques sociales les plus discriminantes associées aux pratiques culturelles, telles que niveau de formation, catégorie sociale et niveau de revenu. Ainsi, la quasi-totalité du public virtuel avec un niveau de formation du supérieur long fait des visites in situ (90%). Parmi les professions intellectuelles et scientifiques et les dirigeants, la quasi-totalité des personnes ont des pratiques virtuelles et in situ associées (92% et 85%). Ces pratiques associées s'observent aussi majoritairement parmi les résidents de Luxembourg-Ville plutôt que parmi ceux des Terres Rouges (89% contre 71%) et parmi les personnes vivant dans un ménage au revenu mensuel net supérieur à 12500€ que parmi les revenus inférieurs à 4000€ (91% contre 70% ou moins).

4.3 Des visites virtuelles qui n'ont pas augmenté après les confinements

La pandémie de Covid19 a donné lieu à deux confinements et a vu la fermeture des institutions culturelles et des musées sur deux périodes en 2020⁹. Durant ces phases de repli sur la sphère domestique, la consommation de biens culturels en ligne a augmenté et on aurait pu s'attendre à ce que ces nouvelles pratiques perdurent.

Cependant, concernant les musées, l'examen des visites virtuelles après le premier confinement montre une légère diminution des visites virtuelles (27% à 22%). Cette baisse s'observe surtout auprès du public in situ dont le rythme de fréquentation a diminué. Ceci peut s'expliquer par le fait que le public faisant moins de visites in situ, faisait aussi moins de visites virtuelles, de nombreux musées étant encore soumis à des règles d'accès strictes et accueillant un nombre réduit de visiteurs.

Graphique 13. La fréquence de visites muséales virtuelles pour les visiteurs et les non-visiteurs de musées in situ après le premier confinement (%)



Source : Enquête Musées 2021, ministère de la Culture et LISER

Champ : ensemble des répondants, N = 1995 ; le public des musées, N=1197 ; le non-public, N=798

5. Les lieux et les intensités des visites muséales

5.1 Les publics des musées nationaux et étrangers

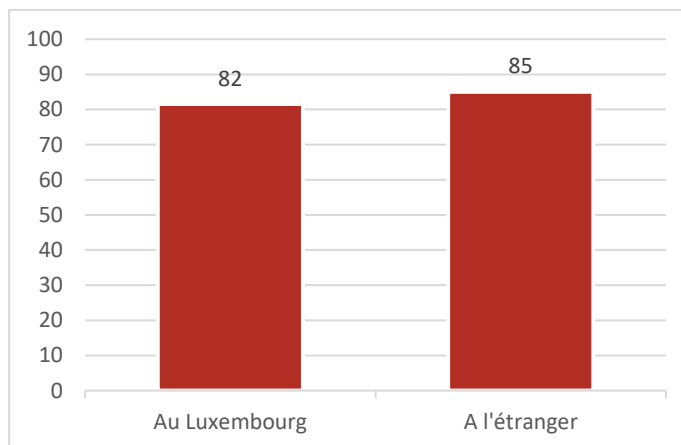
Le public des musées visite les musées luxembourgeois et étrangers dans des proportions équivalentes (82% et 85%). Néanmoins, les similitudes s'arrêtent là car on observe un public différencié dans les deux cas.

D'une part, le public qui visite les musées luxembourgeois ne se distingue pas selon les caractéristiques sociodémographiques, mise à part la région de résidence qui est associée à un taux de fréquentation supérieur des musées nationaux. Le public résidant à Luxembourg-Ville (86%) est proportionnellement plus nombreux à visiter des musées au Luxembourg que ceux des autres régions, la capitale concentrant les grands musées nationaux et offrant une plus large palette d'opportunités de visites.

⁹ Les musées ont connu deux périodes de fermeture au Luxembourg, la première du 12 mars au 10 mai 2020, et la seconde du 26 décembre 2020 au 10 janvier 2021

D'autre part, le taux de fréquentation des musées étrangers fluctue en fonction de quelques particularismes sociaux, tels que l'âge, le niveau de formation et la catégorie socioprofessionnelle. La quasi-totalité du public des musées âgée de moins de 30 ans (92%) visite des musées à l'étranger contre 80% des 65 ans ou plus. Avec un niveau d'étude du supérieur long, c'est presque l'ensemble du public qui visite les musées étrangers pour les trois-quarts du public avec un niveau du primaire (88% contre 74%). Enfin, c'est presque l'ensemble du public appartenant à la catégorie sociale des dirigeants et des inactifs qui a visité ces musées pour les trois quarts environ des personnes des services et ventes et des ouvriers (89% contre 77% respectivement 73%).

Graphique 14. La fréquentation des musées au Luxembourg et à l'étranger (%)



Source : Enquête Musées 2021, ministère de la Culture et LISER
 Champ : le public des musées N=1197

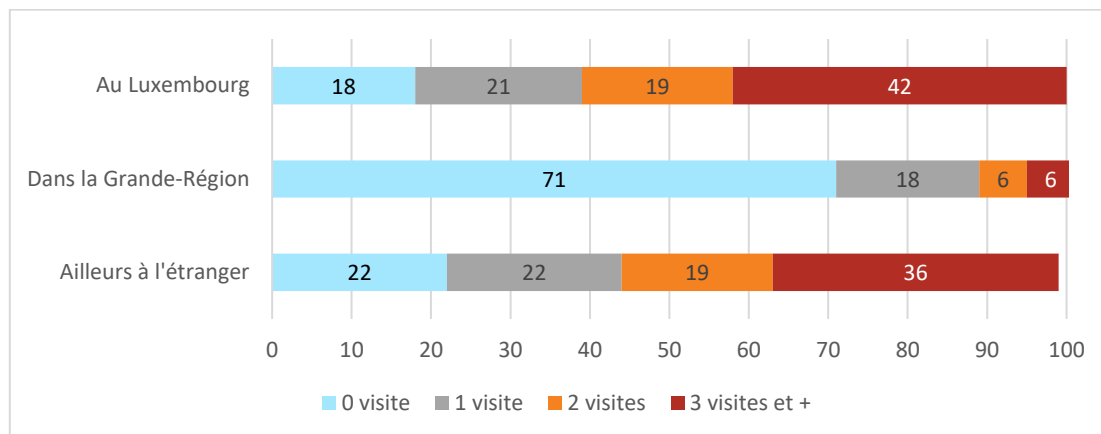
5.2 Des intensités de visites variables au Luxembourg et à l'étranger

Le public des musées a été questionné sur ses intensité de visites selon que ces visites avaient eu lieu au Luxembourg, dans la Grande région ou ailleurs à l'étranger.

Le public des musées visite plutôt les musées du Luxembourg et les musées internationaux ailleurs que dans la Grande Région. Un fait saillant est la faible attractivité des musées de la Grande Région puisque 70% du public ne s'y sont pas rendus ; et lorsque les visiteurs de musées s'y rendent c'est majoritairement pour une visite unique. Moins d'une personne sur cinq y a fait une seule visite et à peine une sur dix y a fait 2 visites ou plus.

La comparaison des fréquences de visites dans les musées au Luxembourg et les musées ailleurs à l'étranger montre une plus forte attractivité des musées au Luxembourg au-delà de 2 visites, la proximité permettant la hausse du nombre de visites. Ainsi, 42% du public a fait au moins trois visites dans des musées luxembourgeois contre 36% du public qui a fait au moins 3 visites dans des musées internationaux ailleurs que dans la Grande-région.

Graphique 15. La fréquence des visites des musées selon le lieu des visites (%)



Source : Enquête Musées 2021, ministère de la Culture et LISER

Champ : le public des musées N=1197

Les intensités de visites des publics des musées au Luxembourg ou dans la Grande Région ne se distinguent pas selon les caractéristiques sociodémographiques.

A l'inverse, les intensités de visites dans les musées à l'étranger sont associées à certaines caractéristiques sociales, telles que le niveau de formation, la nationalité, la catégorie socioprofessionnelle, la région de résidence et le niveau de revenu. L'intensité des visites augmente avec le niveau de formation et 31% des individus avec une formation du primaire pour 53% des individus avec une formation du supérieur long ont les intensités de visite les plus élevées. Ces différences se retrouvent chez les catégories professionnelles supérieures (47% respectivement 48%) mais aussi les inactifs (47%), les résidents de Luxembourg-Ville (56%), les revenus supérieurs (+12500€ 62% contre 40% environ pour les autres).

Le niveau de formation, et ses corollaires telles que la catégorie socioprofessionnelle, le revenu net du ménage et le lieu de résidence sont des facteurs contribuant à l'intensité des visites dans les musées étrangers. Le public qui fait au moins trois visites concerne un visiteur sur deux avec une formation du supérieur long contre un sur trois avec une formation du primaire (53% contre 33%), près d'un visiteur sur deux parmi les dirigeants, professions intellectuelles et scientifiques, et les inactifs contre un visiteur sur quatre parmi les ouvriers non qualifiés (46 à 48% contre 25%), plus de 62% des visiteurs vivant dans un ménage au revenu net mensuel de 12500€ contre moins de 40% des visiteurs vivant dans un ménage au revenu net mensuel inférieur à 4000€.

6. Les pratiques muséales

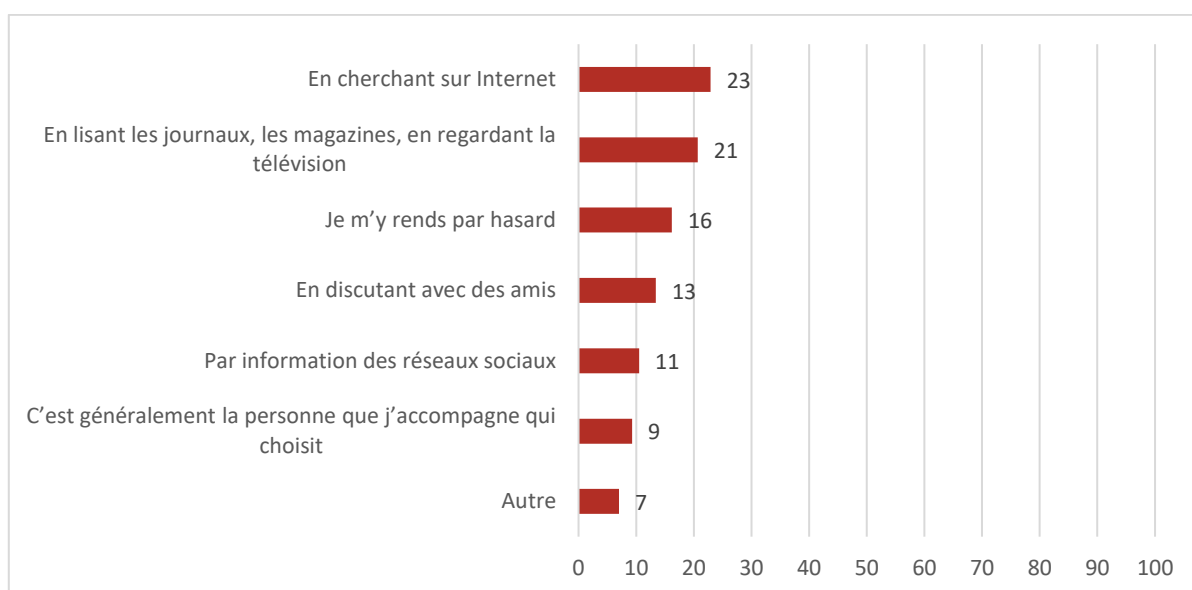
Pour mieux connaître les pratiques muséales, le public a été questionné sur les sources d'information utilisées pour choisir ses visites, le temps passé dans les musées, le mode de visite seul ou accompagné, les préférences sur le mode d'appropriation des connaissances, et la participation aux différents événements proposés. Finalement, il a pu évaluer le degré d'importance accordé aux services proposés dans les musées pour en agrémenter les visites.

6.1 Internet, la presse et la TV pour choisir les musées à visiter

Le choix de visiter un musée ou une exposition peut répondre à différentes sources d'influences. Sept possibilités étaient proposées au public, parmi lesquelles il devait indiquer celle qui déterminait le plus souvent ses choix de visites.

La sphère médiatique apparaît de loin la source la plus influente pour choisir de visiter tel musée ou telle exposition. Au moins un visiteur sur cinq consulte Internet et un sur cinq consulte les médias, ces deux sources d'informations regroupant près de la moitié du public. Le hasard reste déterminant pour 16% des visiteurs, et devance les avis du réseau amical. L'influence des réseaux sociaux sur le choix des visites est restreinte ; équivalent à celui de la personne qui accompagne le visiteur, il avoisine les 10%. Enfin, 7% du public recourt à d'autres sources d'informations.

Graphique 16. Les sources d'influence dans les choix des visites muséales (%)



Source : Enquête Musées 2021, ministère de la Culture et LISER

Champ : le public des musées N=1197

Les stratégies de choix varient largement au sein du public des musées. Les hommes s'en remettent plus souvent au choix de la personne qui les accompagne que les femmes (12% contre 7%) tandis que les femmes déterminent deux fois plus souvent leur choix via les réseaux sociaux (15% contre 6%).

Certains choix sont marqués par des différences générationnelles. Les moins de 50 ans se laissent deux fois plus souvent guider par le hasard pour visiter un musée ou une exposition (20% environ contre 10% environ), ou par information des réseaux sociaux (14% contre 7%). Plus on avance en âge et plus on recourt aux médias pour orienter ses choix de visites. Ainsi, les médias, presse et TV, orientent les choix de visites de plus de 30% des 50 ans ou plus (31% chez les 50-64 ans et 36% chez les 65 ans ou plus) contre seulement 12% environ chez leurs cadets. Quant au réseau amical, il est le plus influent parmi les moins de 30 ans (18%).

Par statut d'activité, on retrouve une part plus importante du public étudiant qui visite des musées par hasard (23%), qui choisit après avoir discuté avec des amis (19%), qui laisse choisir la personne qui les accompagne (14%) ou qui choisit après avoir consulté les réseaux sociaux (14%). Le public retraité ou au foyer consulte davantage les médias (35% et 30%) tandis que le public des salariés

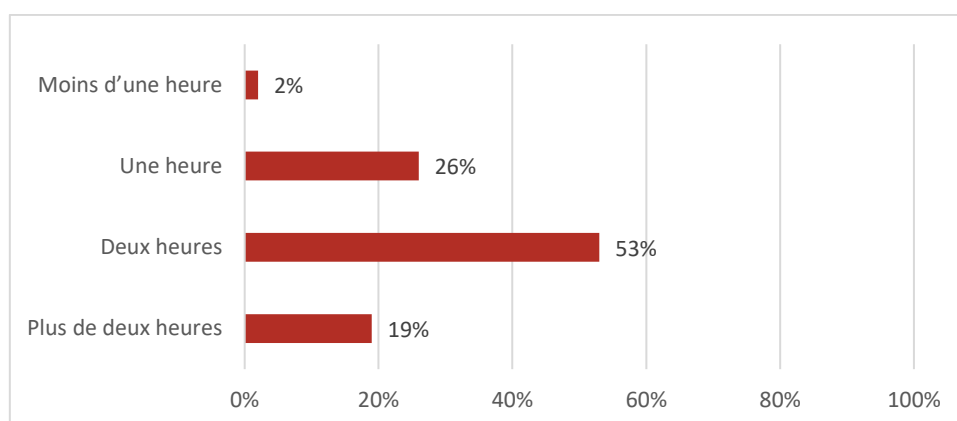
et des indépendants comprend la part la plus importante de ceux qui orientent leur choix après avoir consulté Internet (28-29%). Tout comme chez les jeunes, on retrouve chez les indépendants une part importante qui consulte les réseaux sociaux (14%).

Le niveau de formation détermine certaines pratiques. Avec une formation du primaire, les visiteurs se fient plus souvent à leurs recherches sur Internet (28%), aux discussions amicales (17%) au choix de la personne qui les accompagne (12%), ou encore à d'autres sources (11%) et bien moins aux réseaux sociaux (13%) ou à la presse (9%). Les visiteurs avec une formation du supérieur court constituent la part la plus importante à utiliser les réseaux sociaux pour arrêter leurs choix de visites (15%). Avec une formation du supérieur long, les visiteurs utilisent prioritairement Internet (26%) et les médias (23%) et laissent peu de place au choix de la personne qui les accompagne (8%) ou aux réseaux sociaux (8%).

6.2 Des visites de deux heures pour près des trois-quarts du public

Près des trois-quarts des visiteurs passent au moins deux heures dans les musées, dont plus de la moitié y passent deux heures (53%) et près de 20% y passent plus de deux heures (19%). Un quart des visiteurs passent une heure dans un musée et une infime minorité y passe moins d'une heure. Ce temps englobe toutes les activités, que ce soit la visite ou le temps passé dans la boutique.

Graphique 17. Le nombre d'heures passées dans les musées (%)



Source : Enquête Musées 2021, ministère de la Culture et LISER

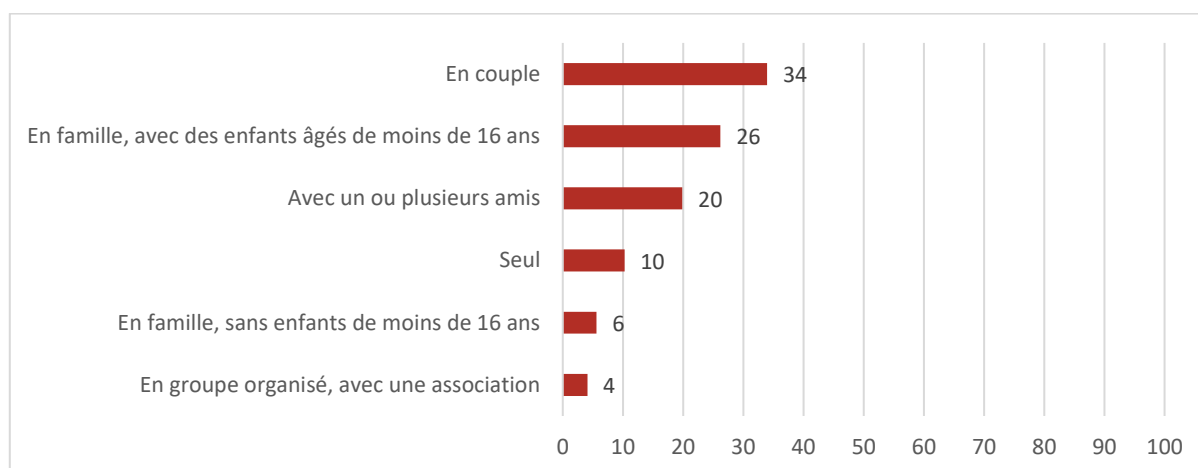
Champ : le public des musées N=1197

Le temps passé dans un musée varie essentiellement avec le niveau de formation et la région de résidence. Avec un niveau du supérieur long, plus de la moitié des visiteurs passent deux heures dans un musée (58%) et moins d'un sur quatre y passe une heure (23%). A l'inverse, avec un niveau du primaire, plus d'un visiteur sur trois y passe deux heures (37%) et 40% des visiteurs y passent une heure. Enfin, plus de la moitié du public résidant à Luxembourg-Ville ou dans la région Nord-Est passent deux heures dans un musée pour moins d'un sur deux résidant dans les Terres Rouges (56% contre 49%). C'est encore une personne sur trois résidant dans les Terres Rouges qui passe une heure ou moins dans un musée contre une sur quatre résidant dans la région Nord-Est (34% contre 23%).

Des 6.3 La visite des musées, une occasion de sociabilité

Visiter un musée, c'est avant tout une occasion de sociabilité pour 86% des visiteurs, dont 66% associent la visite à la sociabilité familiale et 20% à la sociabilité amicale. La sociabilité familiale s'articule d'abord autour des sorties en couple (34%), mais aussi des sorties en famille avec des enfants de moins de 16 ans (26%) et plus rarement en famille sans enfant de moins de 16 ans (6%). A contrario, les visites au musée se font rarement seul (10%) ou en groupe organisé (4%).

Graphique 18. Les modes de visite des musées (%)



Source : Enquête Musées 2021, ministère de la Culture et LISER

Champ : le public des musées N=1197

Les modes de visite sont fortement différenciés selon un grand nombre de caractéristiques sociodémographiques. On visite les musées différemment selon que l'on est un homme ou une femme. Les hommes se rendent davantage au musée seul (12% contre 9%) ou en couple (39% contre 30%) ; les femmes y vont plus en famille avec des enfants de moins de 16 ans (28% contre 25%) ou avec des amis (24% contre 15%).

Le mode de visite apparaît lié au cycle de vie. Avant 30 ans, on va majoritairement au musée avec ses amis (43%) mais aussi plus souvent en famille sans enfant de moins de 16 ans (13%) tandis qu'entre 30 et 49 ans, on s'y rend majoritairement en famille avec des enfants de moins de 16 ans (42%). Enfin, à partir de 50 ans, les visites se font le plus souvent en couple ; c'est le cas pour 41% des 50-64 ans et pour une personne sur deux à partir de 65 ans. Les 65 ans et plus composent aussi la plus grande part de ceux qui se rendent au musée en groupe, avec une association (12%).

Les personnes avec une formation du primaire privilégient les sorties collectives, et plutôt familiales. Elles sortent plus souvent que les autres en famille avec des enfants de moins de 16 ans (42%), en famille sans enfant (10%), mais aussi en groupe organisé (14%) et plus rarement que les autres en couple (17%), avec des amis (12%) ou seules (6%). Celles ayant une formation du supérieur court sont proportionnellement plus nombreuses à se rendre au musée avec des amis (24%). Les personnes ayant une formation du supérieur long visitent plus souvent les musées en couple (36%) ou avec des enfants de moins de 16 ans (30%) et le plus rarement en famille sans enfant de moins de 16 ans (4%) ou en groupe (2%).

Les dirigeants et professions intellectuelles et scientifiques privilégient les sorties en couple (44% et 38%). Les inactifs affichent les modes de sortie les plus diversifiés, tout en privilégiant les sorties amicales (28%). Les résidents des Terres Rouges et du Guttland font plus de sorties familiales, avec

des enfants (29-30%) mais aussi sans enfant (7-8%). Ceux de la région Nord-Est recourent plus que les autres au réseau amical (26%). Quant aux résidents de Luxembourg-Ville, ils visitent bien plus souvent les musées en couple (43%).

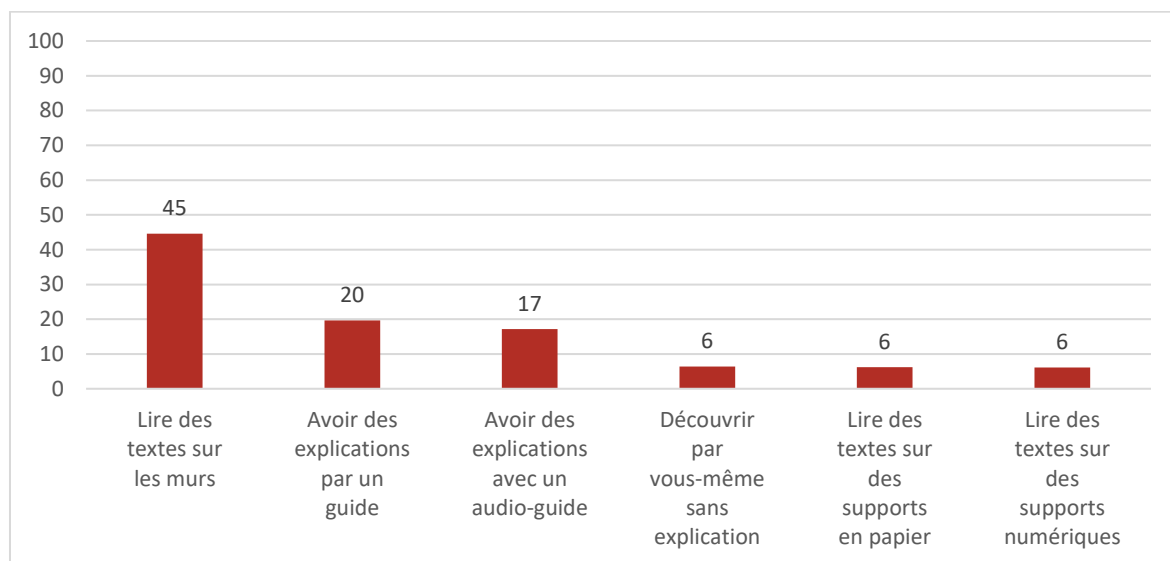
Enfin, le niveau de revenu du ménage est également associé au mode de visite. Les personnes vivant dans les ménages avec un revenu mensuel net supérieur à 8000€ visitent les musées plus souvent que les autres en couple (40-43%) ou en famille avec des enfants (32%) mais plus rarement seuls (7-8%) ou avec des amis (10-11%).

6.4 Lire des textes sur les murs

Le public peut découvrir une exposition de différentes manières, en lisant les informations sur les objets exposés, en recourant à une visite guidée ou en parcourant du regard les objets exposés sans autre explication. Pour connaître les préférences du public en matière d'expérience muséale, les personnes interrogées étaient invitées à choisir entre six options qui leur étaient proposées.

Près de la moitié des visiteurs déclarent préférer lire les textes sur les murs (45%). Avoir des explications par un guide ou un audio-guide sont retenues chacune par 20% ou moins des visiteurs. Enfin découvrir par soi-même, lire des textes sur des supports papier ou des supports numériques sont respectivement retenus par moins d'un visiteur sur dix.

Graphique 19. Les préférences du public lors de l'expérience muséale (%)



Source : Enquête Musées 2021, ministère de la Culture et LISER

Champ : le public des musées N=1197

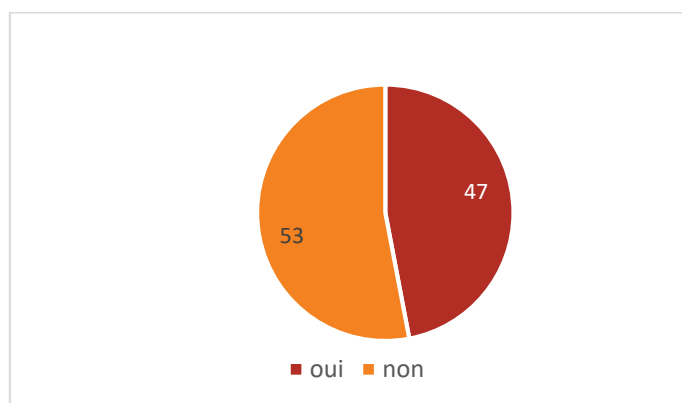
Les hommes choisissent plus souvent que les femmes de lire les textes sur les murs (47% contre 43%) ou sur les supports numériques (8% contre 5%) tandis que les femmes optent plus souvent que les hommes pour avoir des explications par un guide (22% contre 17%).

Les moins de 30 ans préfèrent davantage que leurs aînés lire les textes sur les murs (48%) mais aussi découvrir par eux-mêmes sans explication (10%) et bien moins souvent prendre un audio-guide (9%). A l'inverse, les 65 ans ou plus sont proportionnellement les plus nombreux à choisir un audioguide (23%).

Le public avec un niveau du primaire mentionne plus souvent que les autres préférer les explications par un guide (23%), découvrir par lui-même (15%) ou encore lire des textes sur des supports numériques (10%). Le public avec un niveau du supérieur, court ou long, sélectionne plus souvent que les autres les explications avec un audio-guide (20%). Enfin près de la moitié du public avec un niveau du supérieur long retient la lecture des textes sur les murs, contre un tiers parmi celui avec un niveau du primaire (50% contre 33%).

Si un visiteur sur cinq déclare préférer les visites guidées pour découvrir une exposition, c'est cependant près d'un visiteur sur deux qui a suivi des visites guidées au cours de la période étudiée (47%), que ces visites guidées aient eu lieu dans les musées luxembourgeois ou étrangers.

Graphique 20. La participation aux visites guidées (%)



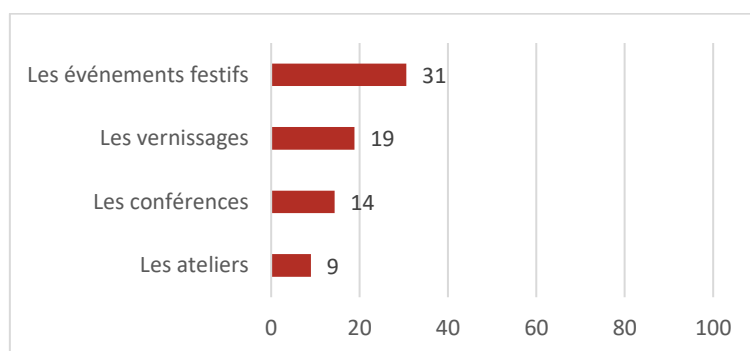
Source : Enquête Musées 2021, ministère de la Culture et LISER
Champ : le public des musées N=1197

Le taux de participation aux visites guidées se différencie surtout selon l'âge et le revenu. Il est le plus élevé parmi les 50-64 ans (55%) et le public vivant dans un ménage au revenu mensuel net supérieur à 12500€ (60%), et dans une moindre mesure chez les personnes seules et les familles monoparentales (53%).

6.5 Une participation plus élevée aux événements festifs

De nombreux musées proposent des activités diverses autour des expositions permanentes ou temporaires, telles que des vernissages, des conférences, des ateliers ou des événements festifs. Pour chacune de ces activités, les visiteurs étaient invités à indiquer s'ils y avaient participé entre mars 2019 et mars 2020, que ce soit au Luxembourg ou à l'étranger. Dans l'ensemble, la participation à ces activités reste encore assez confidentielle et concerne moins d'un tiers des visiteurs.

Graphique 21. La participation aux activités proposées dans les musées (%)



Source : Enquête Musées 2021, ministère de la Culture et LISER

Champ : le public des musées N=1197

Chacune des quatre activités répertoriées attire un public spécifique. La participation aux événements festifs apparaît surtout liée à la présence d'enfants au sein du ménage. Les vernissages et les conférences sont suivis par un public plutôt âgé ou avec un niveau de formation élevé alors que les ateliers offrent un côté ludique qui plaît aux moins de 50 ans. Les publics spécifiques sont décrits ci-dessous.

Le public des événements festifs

Les 30-49 ans (37%), les personnes en couple avec enfants (35%) ou en famille monoparentale (45%) mais aussi les femmes (34% contre 27% des hommes) ont des taux de participation aux événements festifs supérieurs à ceux des autres membres de leur catégorie.

Le public des vernissages

Les vernissages sont avant tout fréquentés par les femmes (21% contre 16% des hommes), les 65 ans ou plus (24%), les personnes avec une formation du supérieur long (22%), les indépendants (23%) et les retraités (25%).

Le public des conférences

Les conférences connaissent plus de succès auprès du public luxembourgeois (17%), des personnes seules (23%) et des personnes en couple sans enfant (19%), des personnes avec une formation du supérieur long (19%), des indépendants et des retraités (18%), des professions intellectuelles et scientifiques (19%) et des professions intermédiaires (17%). C'est certainement l'activité dont le public est le plus différencié.

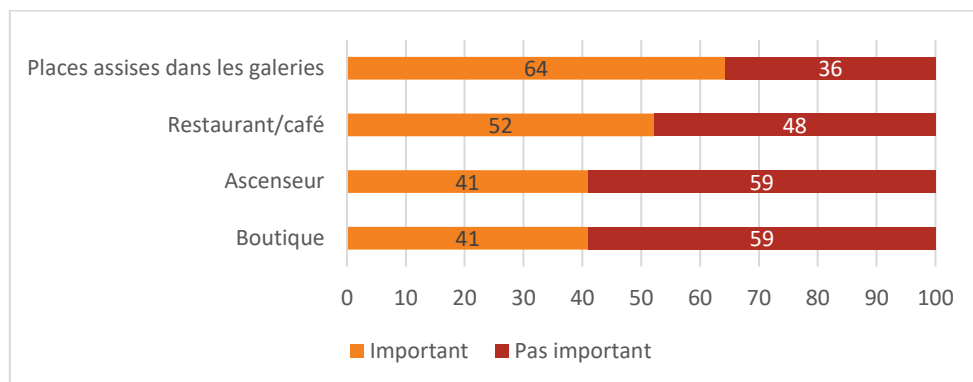
Le public des ateliers

Le public des ateliers est plutôt féminin et jeune. Les femmes participent aux ateliers près de deux fois plus que les hommes (11% contre 6% des hommes) et les moins de 30 ans y participent trois fois plus que les 65 ans ou plus (12% contre 4%).

6.6 Les places assises dans les galeries plébiscitées par le public

La plupart des musées proposent un certain nombre de services destinés à améliorer la qualité de l'accueil du public et le confort de la visite. Le public était invité à évaluer quatre types d'aménagements, en indiquant pour chacun le degré d'importance qu'il lui accordait, soit très important, important, pas important ou pas du tout important. Considérés comme autant d'atouts pour attirer les visiteurs, ces derniers les valorisent à des degrés divers.

Graphique 22. L'appréciation des aménagements liés à l'accueil physique dans les musées (%)



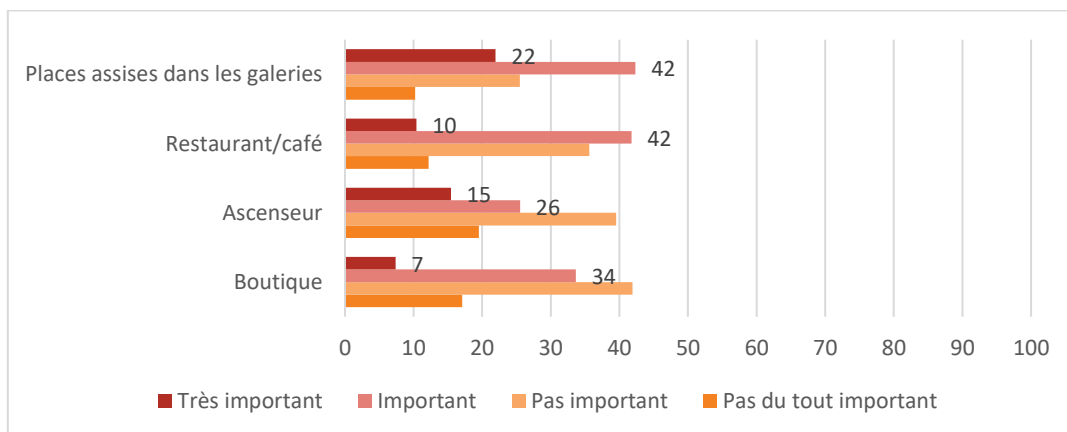
Source : Enquête Musées 2021, ministère de la Culture et LISER

Champ : le public des musées N=1197

Dans un premier temps, et pour avoir une vue d'ensemble, les quatre modalités ont été regroupées en deux catégories, « important » et « pas important ». L'analyse à partir de ce regroupement montre que plus de la moitié du public estime important de disposer de places assises dans les galeries, et de pouvoir accéder à un restaurant/café. En revanche, les ascenseurs et les boutiques sont mentionnées par moins d'un visiteur sur deux.

Dans un deuxième temps, l'analyse des réponses dans le détail montre qu'une proportion équivalente du public estime « important » de disposer de places assises et de cafés/restaurant dans les musées (42%). Mais c'est un visiteur sur cinq qui juge « très important » d'avoir des places assises dans les galeries pour un sur dix qui accorde le même degré d'importance au restaurant/café (22% contre 10%).

Graphique 23. Détails de l'appréciation des services proposés dans les musées (%)



Source : Enquête Musées 2021, ministère de la Culture et LISER

Champ : le public des musées N=1197

Le choix de services liés à la mobilité tels que les places assises dans les galeries et les ascenseurs est lié à l'âge et les 65 ans et plus y accordent plus d'importance que leurs cadets, bien qu'une proportion équivalente des moins de 30 ans estiment très important l'accès à un ascenseur (19% des moins de 30 ans et 20% des 65 ans et plus) et qu'une proportion supérieure des moins de 30 ans estime très important de disposer de places assises dans les galeries (29% contre 24%). Par ailleurs, les places assises dans les galeries sont aussi privilégiées par une personne sur deux parmi le public appartenant aux professions intellectuelles et scientifiques, catégorie professionnelle qui compose largement le public des musées.

PARTIE 2. FOCUS SUR LE PUBLIC DES MUSEES AU LUXEMBOURG

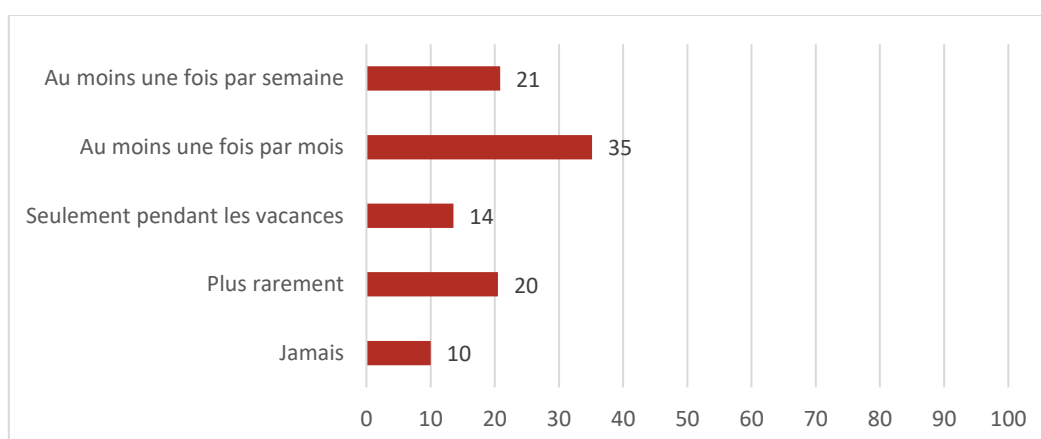
7. L'information sur les événements culturels nationaux

Les visites muséales s'inscrivent dans un contexte plus général de pratiques de sorties qui nécessite de s'informer sur les activités et les événements culturels ayant lieu dans le pays. Nous avons donc cherché à savoir à quelle fréquence les résidents s'informent sur les différents événements au Luxembourg, et pour ceux qui s'informent, quels sont les principaux canaux d'information culturelle.

7.1 La moitié des résidents s'informe mensuellement sur les activités culturelles

Plus d'un résident sur deux s'informe mensuellement sur les événements culturels au Luxembourg, dont 21% le font au moins une fois par semaine et 35% le font au moins une fois par mois. Un tiers le fait épisodiquement, donc 14% le font seulement pendant les vacances et 20% plus rarement encore. Enfin, un résident sur dix ne s'informe jamais sur les activités et manifestations dans le pays.

Graphique 24. La fréquence de recherche d'informations sur l'actualité des activités, événements, manifestations et animations au Luxembourg (%)



Source : Enquête Musées 2021, ministère de la Culture et LISER

Champ : l'ensemble des répondants N = 1995

La recherche d'informations est plus intense chez les femmes que chez les hommes, chez les 50 ans et plus, les Luxembourgeois et les autres ressortissants UE27, ainsi que les individus avec une formation du supérieur. Le lieu de résidence influence les intensités de recherche des informations culturelles, reflétant une logique territoriale associée au foisonnement des programmations culturelles à Luxembourg-Ville. Près d'un résident sur deux de Luxembourg-Ville s'informe au moins une fois par mois contre seulement un tiers de ceux de la région Nord-Est et un peu plus d'un quart des résidents des Terres Rouges (56% contre 34% et 28%).

A l'inverse, les moins de 30 ans s'informent plutôt pendant les vacances, plus rarement, ou jamais, de même que les résidents Portugais et les non UE27. La formation scolaire produit des écarts du simple au double entre les niveaux primaire et supérieur long. De larges proportions des individus avec une formation du primaire s'informent seulement pendant les vacances (19% contre 11% pour le

supérieur long), plus rarement (30% contre 13% pour le supérieur long) ou jamais (19% contre 5% pour le supérieur long).

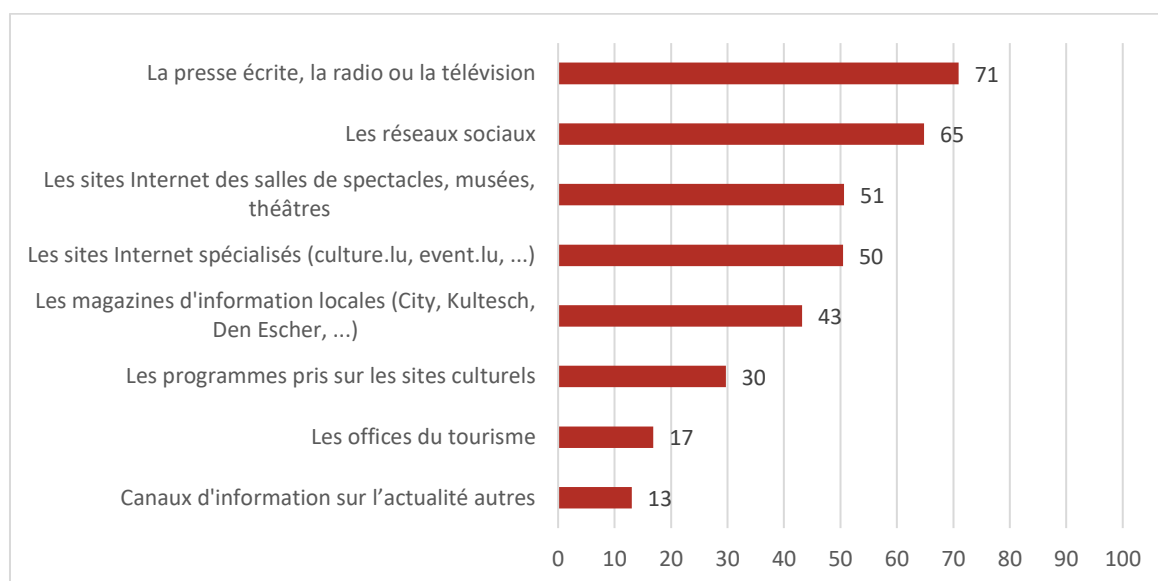
7.2 Médias et réseaux sociaux sont les premiers canaux d'information culturelle

Les personnes qui s'informent sur les événements culturels nationaux devaient ensuite préciser les canaux d'information utilisés, en répondant par oui ou par non à chacune des huit propositions qui leur étaient soumises.

Un résident sur deux recourt aux médias, aux réseaux sociaux et aux sites Internet. Les médias traditionnels tels que presse, radio et télévision restent la principale source d'information utilisée par près des trois-quarts des résidents et suivis de près par les réseaux sociaux. Ensuite c'est un résident sur deux qui utilise les sites Internet des salles de spectacles et les sites spécialisés sur l'actualité culturelle.

Les autres canaux d'information sont consultés par moins d'un résident sur deux. Ce sont 43% des résidents qui lisent des magazines d'informations locales et 30% des programmes pris sur les sites culturels. Moins de 20% des résidents utilisent les services des offices du tourisme pour s'informer sur les actualités culturelles et 13% recourent à des canaux d'information autres.

Graphique 25. L'utilisation des canaux d'information culturelle (%)



Source : Enquête Musées 2021, ministère de la Culture et LISER

Champ : les personnes qui se sont informées sur l'actualité culturelle au Luxembourg entre mars 2019 et mars 2020, N = 1795.

L'analyse de l'utilisation des différents canaux d'informations selon les principales caractéristiques sociodémographiques fait émerger des profils d'utilisateurs très variables parmi les personnes qui s'informent sur les événements culturels. D'une part le niveau de formation apparaît fortement discriminant dans la manière de rechercher des informations culturelles mis à part pour la presse, les offices du tourisme et les réseaux sociaux. D'autre part, chaque génération a son mode d'information privilégié. Les moins de 50 ans utilisent massivement les réseaux sociaux, (environ 80%),

tandis que les 50 ans et plus recourent davantage à des sources d'informations « classiques », telles que les médias (environ 80%) et les offices du tourisme (22%). Les 65 ans ou plus s'informent plus que leurs cadets via les magazines d'informations locales (58%) et les programmes pris sur les sites culturels (35%).

A l'inverse, les moins de 50 ans utilisent davantage les ressources numériques. Plus de la moitié des moins de 50 ans utilisent les sites Internet des salles de spectacles, des musées et des théâtres (53%) et plus de la moitié des 30-49 ans consultent les sites Internet culturels spécialisés (56%).

Les principales caractéristiques de chaque profil d'utilisateurs sont reprises ci-dessous.

Les médias traditionnels

La presse, la radio ou la télévision sont privilégiées par les 50 ans et plus (79% des 50-64 ans et 85% des 65 ans et plus), les trois quarts des Luxembourgeois (77%), des résidents du Guttland (74%), des personnes vivant en couple sans enfant (76%) ou en familles monoparentales (75%), des dirigeants (76%), des employés de bureaux (73%), des personnels des services et vendeurs (76%), et plus de 80% des ouvriers qualifiés, agriculteurs et artisans (86%), des retraités et pensionnés (83%).

Les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux sont largement plus consultés par les femmes que par les hommes (70% contre 59%), les moins de 50 ans (78% des 30-49 ans et 85% des moins de 30 ans contre 57% des 50-64 ans et seulement 27% des 65 ans et plus), les Portugais (75%) et les non UE27 (79%), les jeunes vivant avec d'autres membres de leur famille (84%), les personnes vivant en famille monoparentale (73%) et les personnes vivant en couple avec enfants (69%), les personnels de services et de la vente (72%), les ouvriers qualifiés, agriculteurs et artisans (71%), les ouvriers non qualifiés (73%) et les inactifs (71%), les étudiants et élèves (83%), les chômeurs (87%), les résidents des Terres Rouges (70%), les individus vivant dans un ménage dont le revenu mensuel net est inférieur à 6000€ (environ 70% contre 54% des revenus supérieurs à 12500€).

Les sites Internet des salles de spectacles, musées et théâtres

Les sites Internet des salles de spectacles, musées et théâtres sont consultés par plus de la moitié des femmes (54% contre 47% des hommes), des moins de 50 ans (53%), des Luxembourgeois (53%) et des autres UE27 (59%), des individus ayant une formation du supérieur court (53% ; long : 62%), des professions intellectuelles et scientifiques (65%) et des employés de bureau (53%), des salariés (55%) et des étudiants (59%), des résidents de Luxembourg-Ville (61%) et du Guttland (53%) et des personnes vivant dans un ménage au revenu mensuel net supérieur à 6000€ (et jusqu'à 62% des revenus supérieurs à 12500€), soit les catégories sociales les plus dotées en capital culturel et économique.

Les sites Internet culturels spécialisés

Les sites Internet spécialisés tels que « culture.lu » ou « event.lu » sont consultés par plus de la moitié des 30-49 ans (56%), des personnes vivant en couple avec enfants (56%) ou en familles monoparentales (61%), des individus ayant une formation du supérieur court (57% contre 34% du primaire), des dirigeants et des professions intellectuelles et scientifiques (53% respectivement 54%),

des employés de bureau et des personnels des services et de la vente (54% respectivement 53%), et des salariés (55%).

Les magazines d'informations locales

Les magazines d'informations locales sont des sources d'information essentiellement lus par les 65 ans et plus (58% contre 26% des moins de 30 ans), les autres UE27 (47%) et les non UE27 (50%), les personnes vivant en famille monoparentale (57%) ou en couple sans enfant (49%), les individus avec une formation du supérieur long (47%), les dirigeants (51%), professions intellectuelles et scientifiques (46%), professions intermédiaires (47%), personnels des services et de la vente (49%), employés de bureau (45%), les retraités (52%) et les personnes au foyer (50%), les résidents de Luxembourg-Ville (53%) et de la région Nord-Est (46%), les personnes vivant dans un ménage au revenu mensuel net supérieur à 6000€.

Les programmes pris sur les sites culturels

Les programmes pris sur les sites culturels sont prisés par les 65 ans ou plus (35%), les personnes seules (36%) et celles vivant en famille monoparentale (36%), les personnes ayant une formation du supérieur long (36%), les professions scientifiques (37%) et les professions intermédiaires (33%), les résidents de Luxembourg-Ville (38%).

Les offices du tourisme

Les offices du tourisme sont des sources d'information surtout utilisées par les 50 ans et plus (22% contre 10% des moins de 30 ans), les professions intermédiaires (27%) et les ouvriers qualifiés, agriculteurs et artisans (24%), les retraités et pensionnés (22%) et les chômeurs (24%).

Les canaux d'information autres

Les autres canaux d'information sont plutôt consultés par les femmes (15% contre 11%), les non UE27 (22%), les individus ayant une formation du supérieur long (17%), les dirigeants (17%), professions intermédiaires (18%), les indépendants (20%) et les chômeurs (22%).

8. La connaissance du contexte muséal national

Dans quelle mesure les résidents connaissent-ils les musées au Luxembourg mais aussi le contexte muséal national ? Nous avons ainsi interrogé les participants sur le nombre de musées qu'ils connaissent dans les différentes régions du pays, certains événements liés au patrimoine, mais aussi les prix d'entrée dans les musées et les tarifs réduits ou gratuits.

8.1 Les musées de Luxembourg-Ville sont les plus connus

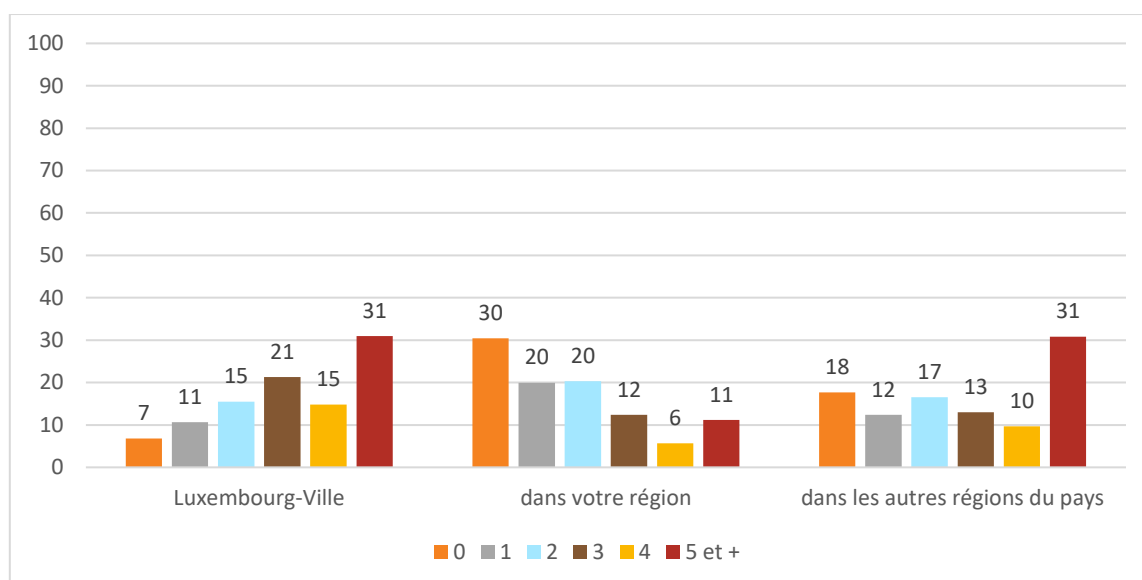
Les personnes participant à l'enquête étaient invitées à donner le nombre de musées connus, qu'elles y soient allées ou non, dans chacune des régions telle que Luxembourg-Ville, sa propre région de résidence ou les autres régions du pays. Le pays était divisé en quatre régions qui sont Luxembourg-Ville, Guttland, Terres Rouges, et la région Nord-Est (Éislek, Moselle, Mullerthal). Les résidents de Luxembourg-Ville et du Guttland devaient exclure les musées connus à Luxembourg-Ville lorsqu'ils

répondaient à la question du nombre de musées connus dans leur région. D'autre part, les résultats pour les musées connus dans les autres régions incluent les musées connus à Luxembourg-Ville.

Comme on pouvait s'y attendre, les musées de Luxembourg-Ville jouissent de la plus grande notoriété auprès des résidents. Plus on est diplômé et plus on connaît de musées, essentiellement à Luxembourg-Ville, mais aussi dans sa propre région de résidence, et, dans une moindre mesure, dans les autres régions du pays. Si l'analyse selon le positionnement sur l'échelle socioprofessionnelle montre que la connaissance des musées reste liée aux professions supérieures, elle met en avant une distinction nette entre ouvriers qualifiés, artisans et agriculteurs d'une part et ouvriers non qualifiés d'autre part. Les premiers connaissent trois fois plus de musées que les seconds à Luxembourg-Ville mais aussi dans les autres régions du pays, signalant ainsi un ancrage territorial plus profond.

Les plus jeunes, les moins diplômés, les moins fortunés offrent les proportions les plus élevées de ceux qui ne connaissent aucun musée à Luxembourg-Ville et dans leur région de résidence, alors que les plus âgés, les plus diplômés, les Luxembourgeois et les individus aux positions sociales les plus élevées sont les plus représentés parmi ceux qui y connaissent le plus grand nombre de musées.

Graphique 26. Le nombre de musées connus au Luxembourg (%)



Source : Enquête Musées 2021, ministère de la Culture et LISER

Champ : l'ensemble des répondants, N = 1995

Les musées de Luxembourg-Ville

Moins de 10% des résidents ne connaissent aucun musée à Luxembourg-Ville. Entre 11 et 21% de la population connaissent entre 1 et 4 musées, un peu moins d'un résident sur trois connaît au moins 5 musées. Les femmes connaissent davantage de musées que les hommes, 35% en connaissent 5 ou plus contre 27% pour les hommes. Les moins de 30 ans composent le plus gros contingent connaissant un ou deux musées à Luxembourg-Ville. Un tiers des Luxembourgeois (35%) et des autres ressortissants UE27 (33%) connaissent cinq musées ou plus tandis que près d'un Portugais sur deux en connaît au plus un (46%).

Le nombre de musées connus augmente avec le niveau de formation. Avec une formation du primaire, 65% des résidents connaissent entre 0 et 2 musées à Luxembourg-Ville alors qu'avec une formation du supérieur long cette proportion n'est que de 16%. Et inversement, avec une formation du primaire, 14% des résidents connaissent au moins cinq musées contre 43% de ceux avec une formation du supérieur long, soit un écart allant du simple au triple.

De larges écarts se retrouvent aussi au niveau du revenu du ménage, les individus vivant dans les ménages les plus fortunés connaissent le plus grand nombre de musées, près d'un individu sur deux vivant dans un ménage au revenu mensuel net supérieur à 12500€ connaît 5 musées ou plus pour moins d'un sur cinq vivant dans un ménage au revenu mensuel net maximum de 2000€ (49% contre 16%).

Les résidents de Luxembourg-Ville sont ceux qui y connaissent le plus grand nombre de musées, 44% des résidents y connaissent au moins 5 musées contre 23% des résidents des Terres Rouges et 29% de ceux de la région Nord-Est.

Les musées de sa région de résidence

Le nombre de musées connu dans sa région de résidence augmente avec l'âge des résidents. Près de 40% des moins de 30 ans ne connaissent aucun musée dans leur région de résidence contre 23% des 65 ans ou plus (39% contre 23%). A l'inverse, près de 40% des 65 ans ou plus connaissent au moins 3 musées contre 21% des moins de 30 ans. Seul un Luxembourgeois sur cinq ne connaît aucun musée dans sa région contre 40%-44% des résidents des autres nationalités. Les Luxembourgeois ne sont que 15% à connaître 5 musées ou plus dans leur région mais ce taux est largement supérieur à celui observé chez les Portugais (2%), les ressortissants non UE27 (7%) et les ressortissants UE27 (9%). Avec une formation du primaire ou du supérieur long, plus d'un résident sur trois ne connaît aucun musée dans sa région (38-35%). Mais 4% des premiers connaissent au moins 5 musées contre 13% des seconds. Les ouvriers qualifiés, artisans agriculteurs sont ceux qui connaissent le mieux les musées dans leur région, seul un sur cinq n'en connaît aucun contre près d'un sur trois parmi les dirigeants, professions intellectuelles et les inactifs (23% contre 30-33%). Cependant les dirigeants et professions intellectuelles restent les catégories offrant les plus grandes proportions d'individus qui connaissent au moins 5 musées (13-15%), à l'inverse des personnels des services et de la vente (7%) et des ouvriers non qualifiés (2%).

Alors que les résidents de Luxembourg-Ville et du Guttland affichaient les plus fortes proportions de ceux qui connaissent les musées de Luxembourg-Ville, ils ont des résultats inverses en ce qui concerne le degré de connaissance des musées de leur région. Ainsi, 43% des résidents du Guttland et 40% de ceux de Luxembourg-Ville déclarent ne connaître aucun musée dans leur région (les musées de Luxembourg-Ville étant exclus). Ces proportions sont réduites de moitié pour les résidents de la région Nord-Est (20%) et des Terres Rouges (24%)

Les musées dans les régions autres que sa région de résidence

Le degré de connaissance du nombre de musées existant dans les régions du pays autres que sa région de résidence est plus faible que ceux précédemment observés. Une personne sur cinq ne déclare n'y connaître aucun musée, une sur deux dit y connaître entre 1 et 4 musées et près d'une sur trois déclare y connaître 5 musées ou plus.

Les Luxembourgeois connaissent bien mieux les musées des autres régions que les autres ressortissants. Seulement 11% des Luxembourgeois ne connaissent aucun musée dans les autres régions alors que cette proportion est doublée chez les ressortissants UE27 et non UE27 (22% et 24%) et triplée chez les Portugais (32%). A l'inverse, 40% des Luxembourgeois connaissent 5 musées ou plus dans les autres régions alors que cette proportion est réduite de moitié chez les ressortissants non UE27 (21%) et divisée par quatre chez les Portugais (11%).

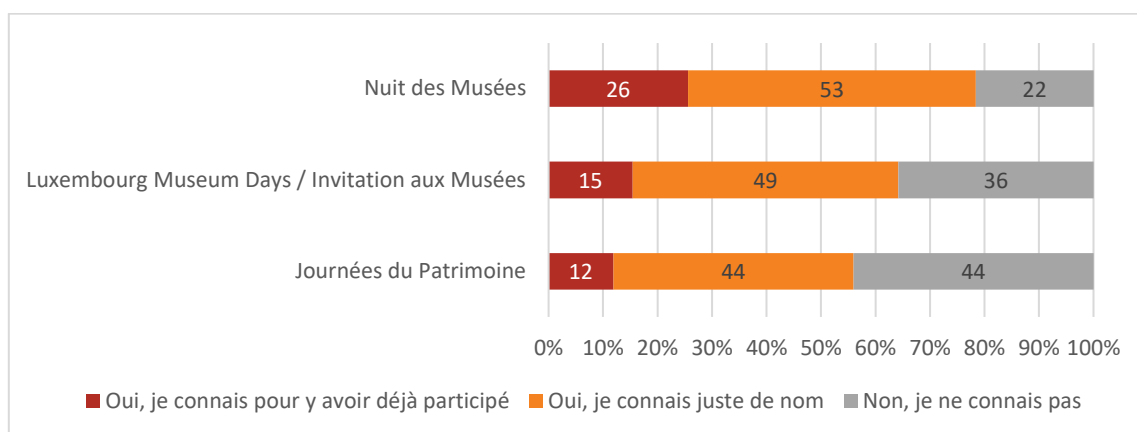
Seuls 13% des diplômés du primaire connaissent au moins 5 musées dans les régions autres que leur région de résidence contre un tiers environ des diplômés du supérieur court (36%) et du supérieur long (33%). Les résidents de la région Nord-Est et des Terres Rouges sont parmi ceux qui connaissent le mieux le contexte muséal des autres régions, puisque seulement 13% respectivement 15% ne connaissent aucun musée dans les autres régions contre 26% des résidents de Luxembourg-Ville et 19% de ceux du Guttland.

8.2 La Nuit des Musées, la plus populaire et la plus fréquentée parmi les événements du patrimoine

Les connaissances des résidents en matière d'événements patrimoniaux sont assez mitigées et les taux de participation très contrastés. Parmi les trois événements sur lesquels les participants étaient interrogés, la Nuit des musées et les Luxembourg Museum Days sont plus connus et ont un taux de fréquentation plus élevé que les Journées du patrimoine.

Si la grande majorité des résidents connaît les événements liés aux musées, en revanche, ils restent encore peu nombreux à y participer. Ainsi, que ce soit juste de nom ou pour y avoir participé, 79% de la population connaissent la Nuit des musées, 64% connaissent les Luxembourg Museum Days et 56% connaissent la Journée du patrimoine. En revanche, un résident sur quatre a participé à la Nuit des Musées, contre un peu plus d'un sur dix qui a participé à l'un des deux autres événements.

Graphique 27. La connaissance des événements du patrimoine et des musées (%)



Source : Enquête Musées 2021, ministère de la Culture et LISER

Champ : l'ensemble des répondants N = 1995

Pour les trois événements, on observe des clivages générationnel et sociaux entre les résidents. Bien que gratuites, ces manifestations semblent être « réservées » aux couches privilégiées de la société, qui sont proportionnellement plus susceptibles d'en avoir connaissance et d'y assister.

Les personnes seules, celles ayant une formation du supérieur long, les dirigeants, professions intellectuelles et scientifiques, les résidents de Luxembourg-Ville et du Guttland, les personnes vivant dans un ménage au revenu mensuel net supérieur à 8000€ affichent les taux les plus élevés de participation et de sensibilisation à ces événements patrimoniaux.

La Nuit des Musées

La Nuit des Musées a été lancée au Luxembourg en 2001, à l'initiative d'un groupement de musées de Luxembourg-Ville, « d'stater muséeën » et permet de visiter les musées participants jusqu'à après minuit. Elle s'inscrit dans le cadre de la Nuit européenne des musées.

Les femmes sont proportionnellement plus nombreuses à connaître la Nuit des musées, que ce soit de nom ou pour y avoir participé. Plus on avance en âge, plus on connaît cet événement, seulement 44% des moins de 30 ans le connaissent pour 66% des 65 ans ou plus. Cependant les 65 ans ou plus y participent significativement moins que les 30-49 ans ou les 50-64 ans (17% contre 28% et 27%). Près de la moitié des non UE27 et des Portugais ne connaissent pas cet événement contre 22% des autres UE27 et 13% des Luxembourgeois. C'est également près d'un tiers des Luxembourgeois qui ont participé à la Nuit des Musées contre un quart des autres UE27 (31% contre 25%), le taux de participation des non U27 et plus encore des Portugais étant inférieur (18% et 11%).

Avec un niveau du primaire, une personne sur deux ne connaît pas cet événement contre seulement 14% de ceux du supérieur long (50% contre 14%), et moins d'une personne sur dix avec un niveau du primaire y a participé contre près de quatre sur dix parmi celles avec un niveau du supérieur long (7% contre 37%), soit un écart de 1 à 5 entre ces deux groupes. Les indépendants (37%), les professions intellectuelles et scientifiques (38%), les employés de bureau (29%) et les dirigeants (28%) y participent significativement plus que les autres catégories socioprofessionnelles. C'est environ un tiers des résidents de Luxembourg-Ville et du Guttland qui participent à la Nuit des Musées (36% respectivement 30%) contre environ un sur cinq parmi ceux des Terres Rouges et de la région Nord-Est (22% respectivement 18%). Près d'un résident sur deux vivant dans un ménage au revenu mensuel

net inférieur à 2000€ ne connaît pas cette manifestation nocturne contre environ un sur dix parmi ceux vivant dans un ménage au revenu mensuel net supérieur à 8000€. Et un gros tiers des personnes vivant dans un ménage avec ces revenus supérieurs a déjà participé à l'événement contre moins de 20% de celles vivant dans un ménage avec des revenus inférieurs à 4000€.

Les Luxembourg Museum Days

Les Luxembourg Museum Days sont organisés en mai par l'ICOM Luxembourg (International Council of Museums), dans le cadre de la Journée internationale des musées. Lancé en 1977, cet événement a vu le jour au Luxembourg en 1998 sous l'impulsion de « d'stater muséeën » et propose l'accès gratuit aux musées participants sur le temps d'un weekend ainsi qu'un programme spécifique d'animations. Initialement appelé « Invitation aux Musées », il a été renommé depuis « Luxembourg Museum Days ».

Les Luxembourg Museum Days sont peu connus des jeunes : un jeune sur deux de moins de 30 ans ne connaît pas cette manifestation pour un sur quatre parmi les 65 ans ou plus (49% contre 25%). Et moins de 10% des moins de 30 ans y ont déjà participé contre 16% des 30 ans ou plus. Moins d'un Luxembourgeois sur trois ne connaît pas cette manifestation contre près d'un Portugais sur deux (31% contre 47%). Ce sont les Luxembourgeois et les autres UE27 qui ont les taux de participation les plus élevés, mais cette part reste inférieure à 20% (17%).

Les participants aux Museum Days se recrutent surtout parmi les personnes seules (22%), deux fois plus parmi les dirigeants et professions intellectuelles (19% respectivement 22%) que parmi les ouvriers qualifiés, artisans et agriculteurs (10%) et quasiment pas parmi les ouvriers non qualifiés (1%). Le taux de fréquentation est le plus élevé parmi les résidents de Luxembourg-Ville (20%) comparé à ceux de la région Nord-Est (13%) ou des Terres Rouges (12%).

Des écarts du simple au double séparent les personnes qui ne connaissent pas les Museum Days tout comme celles qui y ont déjà participé selon qu'elles se situent en bas ou en haut de l'échelle des revenus. Avec un revenu du ménage mensuel net inférieur à 2000€, un résident sur deux ne connaît pas cette manifestation et moins d'un sur dix y a déjà participé, tandis qu'avec un revenu supérieur à 12500€, seulement un résident sur quatre ne la connaît pas et près d'un sur quatre y a déjà participé.

Les Journées du patrimoine

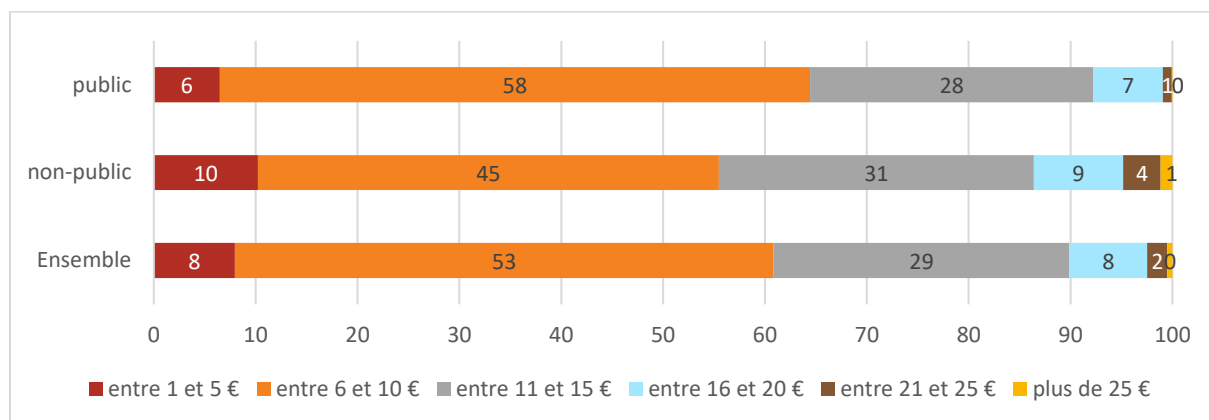
Les Journées du patrimoine sont organisées dans le cadre des journées européennes du patrimoine en septembre. Créées en France en 1985, à l'initiative du ministre de la Culture, Jack Lang, il s'agissait de rendre accessible les monuments généralement fermés au public. En 1991, le Conseil européen a repris cette idée pour l'étendre aux pays européens.

La connaissance et la participation aux Journées du Patrimoine fluctue largement en fonction des particularismes sociaux. Plus de la moitié des jeunes ne connaissent pas cet événement contre moins d'un tiers des personnes âgées de 65 ans ou plus (59% contre 29%) et sont aussi trois fois moins nombreux à y participer (7% contre 18%). Un Luxembourgeois sur deux connaît cet événement contre moins d'un sur trois parmi des ressortissants hors UE et des Portugais (50% contre 30%).

8.3 Plus de la moitié des résidents estiment les prix d'entrée des musées inférieurs à 10€

Dans l'ensemble la moitié des résidents estiment les prix des musées au Luxembourg entre 6 et 10€ et un peu moins d'un tiers les estiment entre 11 et 15€. Moins de 10% les estiment à moins de 5€ et une proportion équivalente les estiment entre 16 et 20€.

Graphique 28. L'estimation du prix moyen d'une entrée au tarif normal pour un adulte dans un musée au Luxembourg (%)



Source : Enquête Musées 2021, ministère de la Culture et LISER

Champ : l'ensemble des répondants N = 1995 ; le public des musées N=1197 ; le non-public des musées N=798

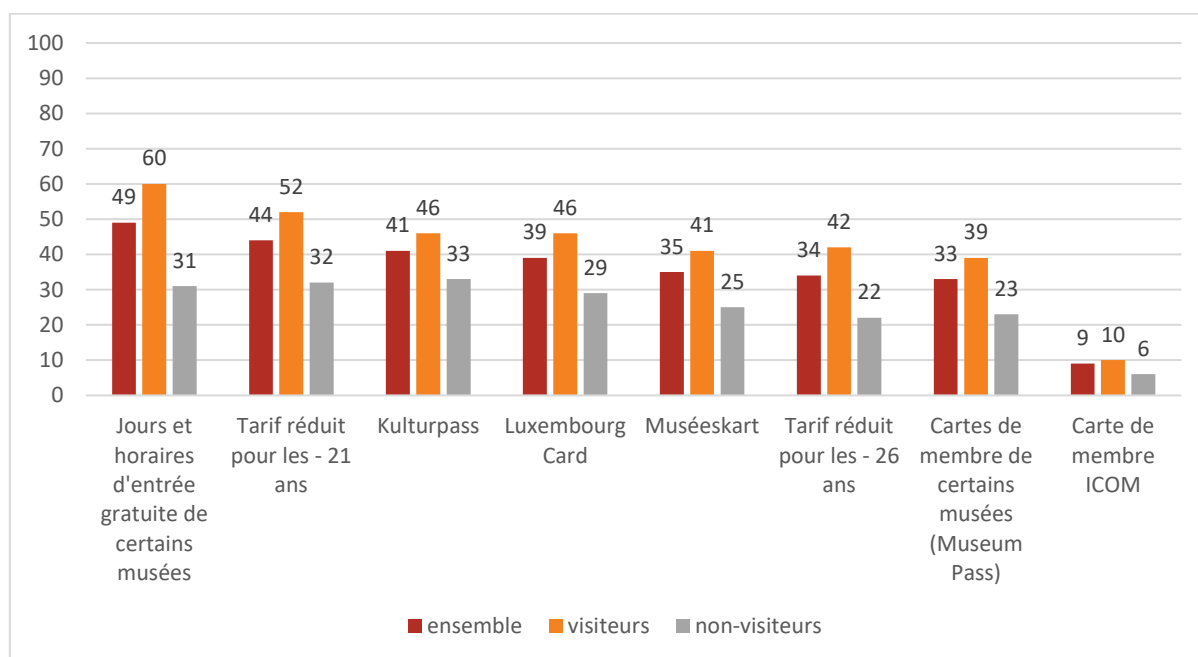
Des proportions équivalentes du public et du non-public estiment le prix des billets entre 11 et 15€ (28% et 31%) ou encore entre 16 et 20€ (7% et 9%). En revanche, une large majorité du public estime le prix des billets entre 6 et 10€ pour moins de la moitié du non-public (58% contre 45%) tandis que le non-public est proportionnellement plus nombreux à estimer des prix inférieurs à 5€ (10% contre 6%) ou supérieurs à 20€ (5% contre 1%). Au sein de chaque groupe, les estimations sont similaires selon les différentes catégories sociodémographiques.

8.4 Moins d'un résident sur deux connaît ou utilise les options de prix réduits des musées

Il existe de nombreuses possibilités de visiter les musées en bénéficiant de prix réduits ou de visites gratuites. Huit possibilités de visiter les musées au Luxembourg à prix réduit étaient proposées aux participants à l'enquête pour évaluer leur degré de connaissance et le taux d'utilisation de ces options.

Pour chacune des huit possibilités, les participants pouvaient choisir parmi les trois réponses suivantes : ils ne connaissent pas cette formule, ils la connaissent juste de nom, ils la connaissent pour l'avoir déjà utilisée.

Graphique 29. Le degré de connaissance des prix réduits et des entrées gratuites (%)



Source : Enquête Musées 2021, ministère de la Culture et LISER

Champ : l'ensemble des répondants, N = 1995 ; les visiteurs, N=1197, les non-visiteurs, N=798

A l'exception des jours et entrées gratuits des musées, les différentes options proposées sont majoritairement juste connues de nom plutôt que pour avoir déjà été utilisées. Aussi, pour simplifier la lecture du graphique, les deux catégories connaît juste de nom et connaît pour les avoir utilisées sont regroupées. La distinction a également été faite entre visiteurs et non-visiteurs de musées.

Au niveau global, les jours et horaires d'entrée gratuite sont certes les plus connus, mais à peine par un résident sur deux. Ce sont ensuite entre 44 et 39% des résidents qui connaissent les tarifs réduits pour les - 21 ans, le Kulturpass et la Luxembourg Card. Enfin, un tiers de la population connaît la Museeskart, les tarifs réduits pour les -26 ans et les cartes de membre de certains musées (Museum Pass) tandis que moins de 10% de la population connaissent la carte de membre ICOM (International Council of Museums) (9%).

Le degré de connaissance des différentes options d'entrées gratuites ou réduites varie largement entre les visiteurs et les non-visiteurs de musées et, le Kulturpass mis à part, des écarts de 1,6 à 2 séparent ces deux groupes. Plus d'un visiteur sur deux connaît les jours et horaires d'entrée gratuite, soit une part deux fois supérieure à celle des non-visiteurs (60% contre 31%). C'est encore un écart du simple au double qui sépare les visiteurs et les non-visiteurs qui connaissent les tarifs réduits pour les moins de 26 ans (42% contre 22%). Un visiteur sur deux connaît le tarif réduit pour les -21 ans, et un peu moins d'un sur deux le Kulturpass et la Luxembourg-Card. Parmi les non-visiteurs, seulement une sur trois connaît les tarifs réduits pour les - 21 ans et le Kulturpass et un sur quatre la Muséeskart.

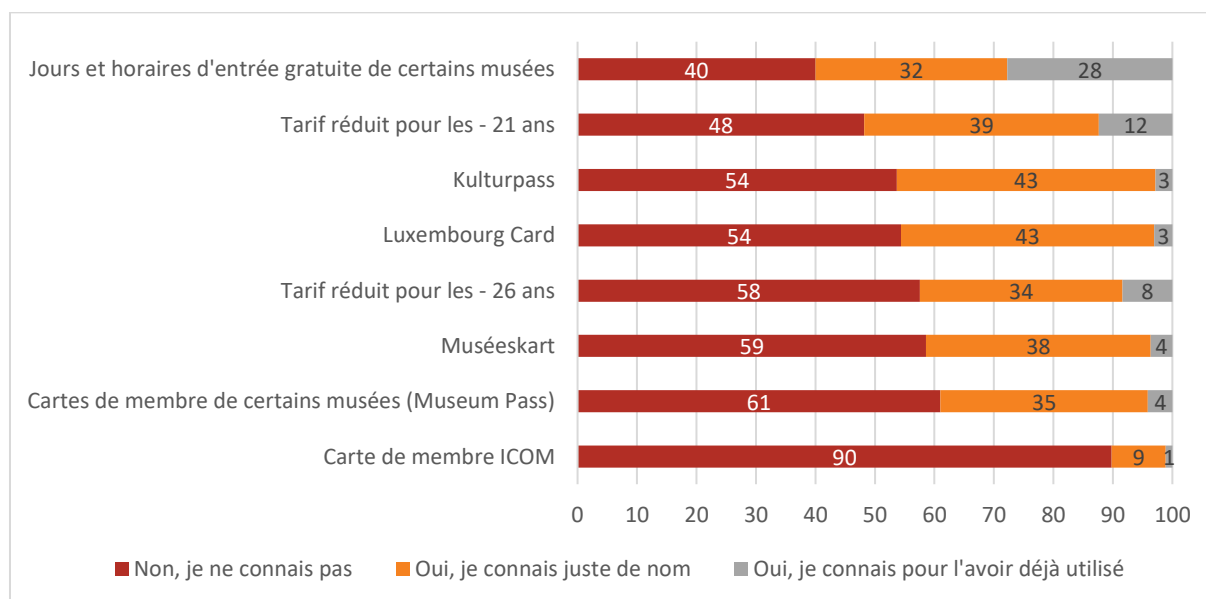
8.5 Les jours et horaires d'entrée gratuite sont les plus connus et les plus utilisés par le public

Une grande partie du public connaît les formules réduites ou gratuites sans les avoir nécessairement utilisées.

Les jours et horaires d'entrée gratuite sont les plus connus et aussi les plus utilisés. Un visiteur sur trois connaît cette formule et un peu plus d'un visiteur sur quatre l'a déjà utilisée (32% et 28%). Ils sont suivis du tarif réduit pour les - 21 ans, connu par près de 40% des visiteurs mais utilisé par seulement 12% d'entre eux. Notons encore le tarif réduit pour les - 26 ans, moins connu et moins utilisé (34% respectivement 8%) que le tarif réduit pour les – 21 ans.

Les autres formules, telles que le Kulturpass et la Luxembourg Card, sont juste connues de nom par moins d'un visiteur sur deux (43%) tandis que la Muséeskart et le Museum Pass sont connus par un peu plus d'un tiers des visiteurs. Ces différentes options de prix réduits sont utilisées par moins de 5% des visiteurs. Quant à la carte ICOM, sorte de carte professionnelle, elle reste confidentielle, connue par près d'un visiteur sur dix et utilisée par un sur cent.

Graphique 30. Le degré de connaissances des prix réduits et des entrées gratuites chez les visiteurs de musées (%)



Source : Enquête Musées 2021, ministère de la Culture et LISER

Champ : le public des musées N=1197

La popularité et l'utilisation de ces différentes options sont associées aux niveaux de formation et de revenu et à la nationalité. Ce sont les catégories les plus familières des musées, formation et revenus supérieurs, qui connaissent le mieux le contexte muséal et comptent le plus d'utilisateurs.

Les **jours et horaires d'entrée gratuite** de certains musées sont plus connus et plus utilisés par les visiteurs féminins que masculins. Cette formule est la plus populaire parmi les visiteurs non UE27 (37%), ceux ayant une formation du supérieur (31% contre 26% pour les formations du secondaire ou du primaire), les personnes au foyer ou retraitées (33%), les résidents de Luxembourg-Ville et de la

région Nord-Est (31%), les personnes vivant dans un ménage au revenu mensuel net supérieur à 8000€ (33%).

Cette option a les proportions d'utilisateurs les plus élevées parmi les - 30 ans (27%), les Luxembourgeois ou les autres UE27 (21%), les visiteurs avec une formation du secondaire supérieur (27% contre 8% pour le primaire), les professions intellectuelles et scientifiques (28%) et les inactifs (23%), les étudiants ou élèves (32%), les résidents de Luxembourg-Ville (26% contre 15% pour ceux des Terres Rouges), les individus vivant dans un ménage au revenu mensuel net supérieur à 8000€ mensuels (22% et 24% pour +12500€).

Le profil des visiteurs connaissant ou utilisant **les tarifs réduits pour les – 21 ans et celui connaissant ou utilisant les tarifs réduits pour les – 26 ans** présente quelques similitudes. Dans les deux cas, la part des visiteurs qui connaissent et celle des visiteurs qui utilisent ces formules est supérieure chez les femmes que chez les hommes et dans les professions intellectuelles et scientifiques que dans les autres professions. La part des seuls utilisateurs est supérieure chez les moins de 30 ans, les Luxembourgeois, les formations du supérieur, les étudiants ou élèves, et les personnes vivant dans un ménage au revenu mensuel net compris entre 6000 et 8000€.

Le **Kulturpass** est plus populaire auprès des femmes que des hommes (43% contre 34%), des Luxembourgeois (43%) que des Portugais ou des non UE27 (31%), des personnes vivant en famille monoparentale (59%), des individus avec une formation du secondaire que du primaire (41% contre 28%), des individus de la région Nord-Est que ceux de Luxembourg-Ville (41% contre 35%), des individus vivant dans un ménage au revenu mensuel net supérieur à 12500€ (45%) ou compris entre 4000€ et 6000€ (42%). Il est trois fois plus souvent utilisé par les personnes vivant en famille monoparentale que par celles vivant dans les autres types de familles (10% contre au plus 3%), les individus ayant une formation du supérieur court que du primaire (3% contre 1%). La part des utilisateurs parmi les visiteurs résidant aux Terres Rouges est deux fois supérieure à celle des visiteurs résidant à Luxembourg-Ville ou dans la région Nord-Est (4% contre 2%), et quatre fois supérieure à celle des visiteurs résidant au Guttland (1%).

La **Luxembourg Card** est davantage connue par les 50 ans et plus et surtout utilisée par les 65 ans et plus (5%). Elle est encore connue de nom par près d'un visiteur luxembourgeois sur deux (47%) et un visiteur sur deux qui vit dans un ménage avec un revenu mensuel net d'au moins 8000€. Elle est utilisée par 5% des visiteurs au revenu mensuel net compris entre 2000-4000€ ou au revenu supérieur à 12500€.

La **Muséeskart** est plus populaire auprès des 65 ans et plus (38%) et aussi plus utilisée par les visiteurs dans cette tranche d'âge (6% contre 2 % ou moins chez leurs cadets). Elle est plus populaire auprès des Luxembourgeois (36%) que des non UE27 (22%), des diplômés du secondaire (35%) que de ceux du primaire (25%), des retraités (38%) que des indépendants (27%) ou des salariés (30%), des résidents du Guttland (34%), et des individus vivant dans des ménages au revenu mensuel net supérieur à 12500€ (38%). Elle connaît un taux d'utilisation supérieur dans cette même catégorie de revenu (6%), chez les résidents de Luxembourg-Ville (5%), les retraités (5%), les professions intellectuelles et scientifiques et les dirigeants (4%), les individus avec une formation du supérieur long (5%).

La **carte de membre de certains musées** est utilisée par moins de 3% des visiteurs. Les utilisateurs se recrutent surtout parmi les visiteurs luxembourgeois (4%), ceux avec une formation du supérieur long (4%), les dirigeants et professions intellectuelles (4%), les résidents de Luxembourg-Ville

(5%). Le taux d'utilisation croît avec le revenu et atteint 7% chez les visiteurs vivant dans un ménage avec un revenu supérieur à 12500€.

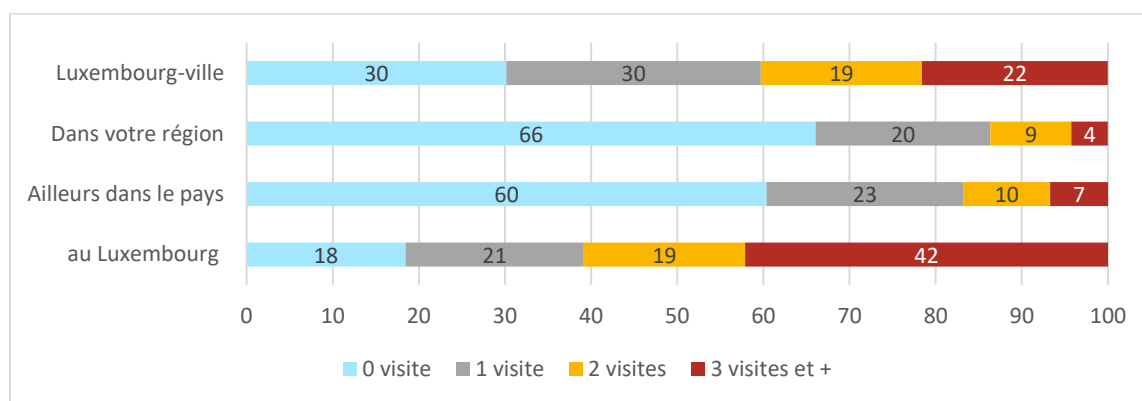
9. La fréquence des visites muséales

Le public des musées a été interrogé sur le nombre de visites faites dans les musées luxembourgeois. Il s'agissait dans un premier temps d'évaluer le nombre de visites faites dans les musées selon une répartition régionale. Dans un deuxième temps, il s'agissait d'évaluer l'effet de la pandémie et des mesures sanitaires sur la fréquentation des musées.

9.1 Des visites plus fréquentes dans les musées de Luxembourg-Ville

Cette enquête sur le public des musées était l'occasion pour la première fois d'observer les pratiques muséales dans leur dimension régionale. Le Luxembourg compte entre 50 et 80 musées répartis sur le territoire¹⁰. Il était donc opportun de découvrir dans quelle mesure le public fréquente les musées nationaux mais aussi les musées régionaux, qu'il s'agisse des musées de sa propre région de résidence ou de ceux des autres régions. Le public des musées devait donc renseigner le nombre de visites dans les musées luxembourgeois, en distinguant les musées selon leur localisation, soit les musées de Luxembourg Ville, de sa région de résidence ou des autres régions. Les régions de résidence comptent le Guttland, les Terres Rouges et la région Nord-Est (Éislek, Mullerthal et Moselle). Rappelons qu'il s'agit du nombre de visites, et non du nombre de musées visités sur la période allant de mars 2019 à mars 2020.

Graphique 31. Le nombre de visites muséales au Luxembourg selon la localisation régionale du musée (%)



Source : Enquête Musées 2021, ministère de la Culture et LISER

Champ : le public des musées N=1197

Dans l'ensemble, 82% du public des musées a visité des musées au Luxembourg. Sans surprise, les musées de Luxembourg-Ville sont plébiscités, visités par 70% du public des musées, dont un visiteur sur cinq y a fait 3 visites ou plus (22%), et un sur cinq y a fait 2 visites (19%) tandis que moins

¹⁰ Robin, Philippe. 2016. « Portrait statistique des musées luxembourgeois ». *Question(s) de culture* #2, avril 2016. Lettre d'information d'analyse statistique du secteur culturel luxembourgeois. Luxembourg

d'un sur trois y a seulement fait une visite (30%). A l'inverse de ce qui est observé pour les musées de Luxembourg-Ville, les visiteurs de musées montrent peu d'engouement pour les musées de leur région de résidence ou des autres régions puisqu'ils ne sont que 34% respectivement 40 % à en avoir visités.

Comme mentionné, le public des musées luxembourgeois ne diffère pas du public général des musées en termes d'intensité des visites (voir point 5.2). Cependant, il se différencie lorsque l'on considère la localisation des musées, les particularismes sociaux étant surtout associés au public des musées de Luxembourg-Ville.

L'intensité des visites du public dans les musées de Luxembourg-Ville

Le niveau de formation, la catégorie socioprofessionnelle, le revenu et la région de résidence déterminent les intensités de visites du public dans les musées de Luxembourg-Ville, et ce sont les catégories sociales les plus familières des musées qui y ont les intensités de visites les plus élevées. Parmi le public avec une formation du supérieur long, une personne sur deux y a fait au moins deux visites contre une personne sur trois parmi le public avec une formation inférieure. La part du public ayant fait 2 visites est plus élevée parmi les dirigeants et les professions intellectuelles et scientifiques (23%) et celle ayant fait 3 visites est la plus élevée parmi les professions intellectuelles et scientifiques (27%) également. La part du public résidant à Luxembourg-Ville ayant fait trois visites ou plus est deux fois supérieure à celle du public des Terres Rouges ou de la région Nord-Est (34% contre 16%). Enfin 30% des visiteurs vivant dans un ménage avec un revenu mensuel net supérieur à 12500€ ont fait 3 visites ou plus contre moins de 20% de ceux vivant dans un ménage avec un revenu mensuel net inférieur à 4000€.

L'intensité des visites du public dans les musées de sa région de résidence

Dans l'ensemble, un visiteur sur trois a visité un musée dans sa région de résidence, les musées de Luxembourg-Ville étant exclus pour les résidents de Luxembourg-Ville et du Guttland. Le nombre de visites de musées dans sa propre région est lié à l'âge, la nationalité, la situation familiale, la catégorie socioprofessionnelle, et la région de résidence. Les trois quarts des moins de 30 ans ne visitent pas de musée dans leur région et seulement 17% y ont fait une seule visite et 6% y ont fait 2 visites. A l'inverse, 61% des 65 ans et plus n'ont pas fait de visite mais 11% y ont fait 2 visites et près de 10% y ont fait 3 visites ou plus. Ce sont surtout les Portugais, mais aussi les Luxembourgeois, qui visitent les musées de leur région de résidence, plus d'un sur cinq y a fait une visite et 15-11% y ont fait deux visites contre 4-7% des autres nationalités.

Parmi le public des musées, les ouvriers non qualifiés et les ouvriers qualifiés, artisans, agriculteurs visitent le plus les musées de leur région : près d'un sur trois y a fait une visite (34% respectivement 29%) et près d'un sur cinq y a fait deux visites (20% respectivement 17%), à l'inverse du public des inactifs et des professions intermédiaires dont 77 respectivement 70% n'ont pas visité de musée dans leur région. Une plus grande part des visiteurs résidant dans les Terres Rouges et la Région Nord-Est visitent les musées de leur région que ceux résidant à Luxembourg-Ville et dans le Guttland (43% contre 28% respectivement 21%). Un quart des visiteurs résidant dans les Terres Rouges de ceux résidant dans la région Nord-Est ont fait une visite dans un musée de leur région et 18% y ont fait au moins deux visites. La part du public qui a fait seulement une visite dans sa région est de 16% parmi le public résidant à Luxembourg Ville et de 14% parmi celui résidant au Guttland, et la part du public qui a fait au moins 2 visites est respectivement de 12% et 7%.

L'intensité des visites du public dans les musées des autres régions

Quatre visiteurs sur dix ont visité un musée dans une autre région. L'intensité des visites de ces musées est associée au niveau de formation, à la catégorie socioprofessionnelle et à la nationalité.

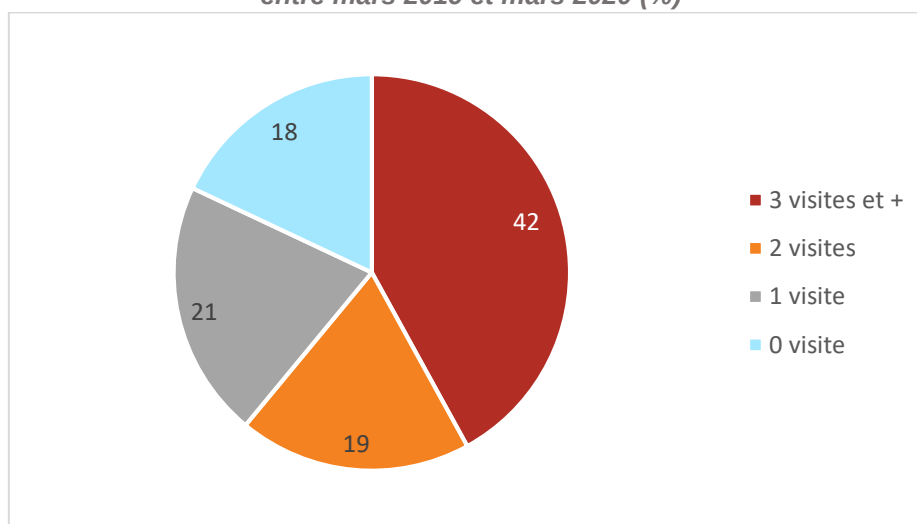
Près de la moitié du public avec un niveau de formation du primaire a visité un musée dans une autre région contre moins de 40% de celui avec un niveau du secondaire (48% contre 37%). Et c'est encore le public avec un niveau de formation du primaire qui a les pratiques les plus intenses, 20% y ont fait 3 visites ou plus, contre environ 5% du public avec un niveau de formation autre. Enfin, les visiteurs ressortissants hors UE27 sont proportionnellement les plus nombreux à visiter les musées des autres régions (43% contre 37% des autres UE27), et à le faire deux ou trois fois (11% et 9%). Quant aux visiteurs portugais, ils concentrent la plus grande proportion des visiteurs ayant fait 3 visites ou plus (12%).

9.2 Pandémie et confinement ont réduit les visites

Le public des musées était invité à indiquer le nombre de visites effectuées dans les musées luxembourgeois au cours de la période de référence qui s'étendait de mars 2019 à mars 2020 afin d'éviter la répercussion des effets de la pandémie, tels que les confinements et les fermetures des musées, sur le nombre de visites. Ces effets ont pu être mesurés dans un deuxième temps, en interrogeant le public sur le nombre de visites dans les musées nationaux entre mai 2020 et septembre 2021.

Comme déjà mentionné, entre mars 2019 et mars 2020, 82% du public des musées ont visité des musées au Luxembourg, dont la moitié environ a fait trois visites ou plus (42%). Un visiteur sur cinq a fait 2 visites et un sur cinq a fait 1 seule visite (20% et 19%).

Graphique 32. Le nombre de visites dans les musées au Luxembourg entre mars 2019 et mars 2020 (%)



Source : Enquête Musées 2021, ministère de la Culture et LISER

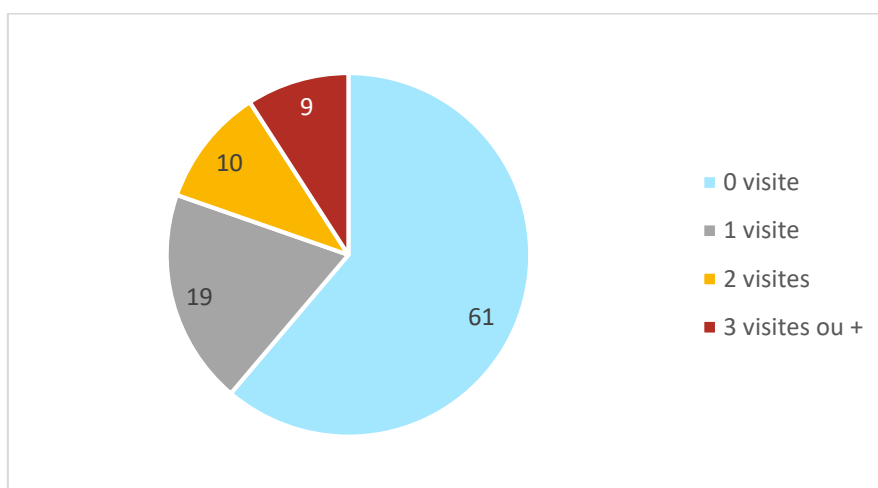
Champ : le public des musées N=1197

La pandémie a fortement impacté à la baisse les pratiques muséales des visiteurs. Plus de la moitié du public n'a visité aucun musée (61%) et un visiteur sur cinq a fait une seule visite (19%).

Seulement 10% du public ont fait deux visites, soit une proportion réduite de moitié comparé à la période prépandémie (10% contre 19%) et 9% du public ont visité au moins trois fois des musées au Luxembourg entre mai 2020 et septembre 2021, soit une part du public près de cinq fois inférieure à celle de la période précédente.

Cependant les effets de la pandémie ont eu des effets variables en fonction des catégories de public. Parmi le public qui a visité un ou des musées après mai 2020, on compte une surreprésentation des catégories sociales les plus familières des musées, soit le public avec une formation du supérieur long, appartenant aux catégories socioprofessionnelles supérieures, ou résidant à Luxembourg-Ville. Ainsi, 45% du public avec une formation du supérieur long ont visité des musées, dont 13% ont fait 3 visites ou plus, 12% ont fait 2 visites et 19% ont fait une seule visite. Parmi le public avec un niveau du supérieur court, 40% ont visité des musées dont 22% ont fait une seule visite. Et parmi le public avec un niveau du primaire, 25% ont visité des musées dont 2% ont fait 3 visites ou plus, 9% ont fait 2 visites et 15% ont fait une seule visite.

Graphique 33. Le nombre de visites dans les musées au Luxembourg entre mai 2020 et septembre 2021 (%)



Source : Enquête Musées 2021, ministère de la Culture et LISER
Champ : le public des musées N=1197

Parmi les professions intellectuelles et scientifiques, près de la moitié du public a visité un musée (48%), dont 22% ont fait une seule visite, 13% ont fait 2 visites et 13% ont fait 3 visites ou plus. Un visiteur sur deux résidant à Luxembourg-Ville (49%) a visité un musée après mai 2020, dont 23% ont fait une seule visite, 14% ont fait deux visites et 12% ont fait au moins trois visites. Par contraste, un visiteur sur trois résidant aux Terres Rouges (32%) a visité un musée au cours de cette période, dont 14% ont fait une seule visite, 10% ont fait 2 visites et 8% ont fait trois visites ou plus.

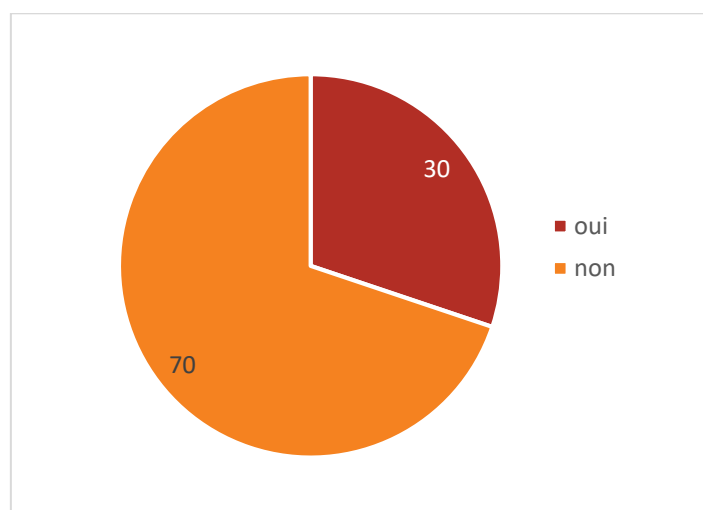
10. Les pratiques du public des musées au Luxembourg

Après avoir analysé les pratiques de l'ensemble du public des musées, nous nous sommes penchés sur les pratiques des visiteurs de musées au Luxembourg pour découvrir s'ils retournaient visiter les mêmes musées au Luxembourg et ce qui pouvait les motiver à le faire, s'ils participaient aux visites guidées et le cas échéant, les raisons de ne pas y participer.

10.1 Moins d'un visiteur sur trois revient dans le même musée

Moins d'un visiteur sur trois visite plusieurs fois un même musée au Luxembourg (30%). Les visiteurs récurrents se comptent davantage parmi les femmes que parmi les hommes (35% contre 26%). Les moins de 30 ans sont plus dynamiques en la matière et près d'un sur deux a visité plusieurs fois le même musée (44%). Les 65 ans offrent le second contingent le plus élevé avec 35% de visiteurs récurrents. Ce sont surtout les personnes avec un niveau du supérieur long (35%) mais aussi avec un niveau du primaire (32%) que l'on retrouve ici, et principalement des Luxembourgeois et des autres ressortissants UE27 (32% et 33%), des étudiants ou élèves (42%), des indépendants (33%) et des retraités (34%), et des résidents de Luxembourg-Ville (37%).

Graphique 34. Le public des musées luxembourgeois qui a visité plusieurs fois le même musée (%)



Source : Enquête Musées 2021, ministère de la Culture et LISER

Champ : les visiteurs de musées au Luxembourg, N = 966

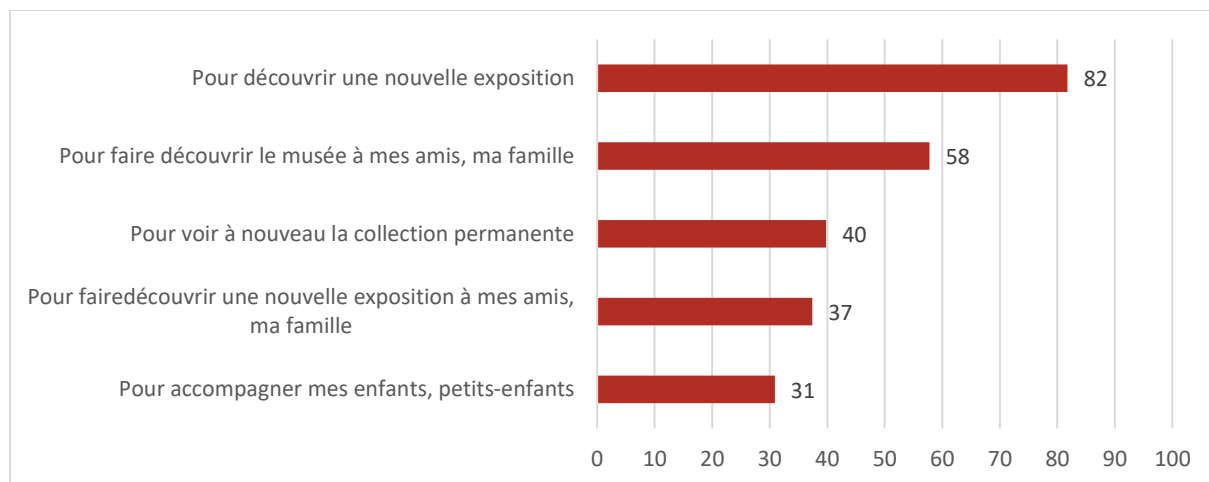
Ces visiteurs récurrents étaient invités à répondre par oui ou par non à cinq raisons possibles qui leur étaient proposées pour expliquer leurs visites multiples dans un même musée. Les principales motivations pour visiter plusieurs fois un même musée sont la découverte d'une nouvelle exposition (82%), et faire découvrir le musée à ses amis ou sa famille (58%). Les autres propositions recueillent moins de la moitié des suffrages. Ainsi, pour 40% des visiteurs récurrents, il s'agit de voir à nouveau la collection permanente ou encore de faire découvrir une nouvelle exposition à son cercle amical ou familial. Enfin, accompagner ses enfants ou petits-enfants est aussi un motif pour revisiter un musée évoqué par près d'un visiteur sur trois.

10.2 ... le plus souvent pour découvrir une nouvelle exposition

Les motivations à visiter plusieurs fois un musée peuvent être multiples. Cinq possibilités étaient répertoriées et pour chacune d'elles, le public pouvait répondre par oui ou par non. Dans leur grande majorité, les visiteurs de musées au Luxembourg qui ont visité plusieurs fois un même musée y retournent pour visiter une nouvelle exposition (82%) mais aussi pour faire découvrir le musée à leurs amis ou aux membres de leur famille (58%). C'est moins souvent pour voir à nouveau la collection

permanente (40%) ou faire découvrir une nouvelle exposition à leurs amis (37%). C'est plus rarement encore pour accompagner leurs enfants ou petits-enfants (31%).

Graphique 35. Les raisons de visiter plusieurs fois un même musée au Luxembourg (%)



Source : Enquête Musées 2021, ministère de la Culture et LISER

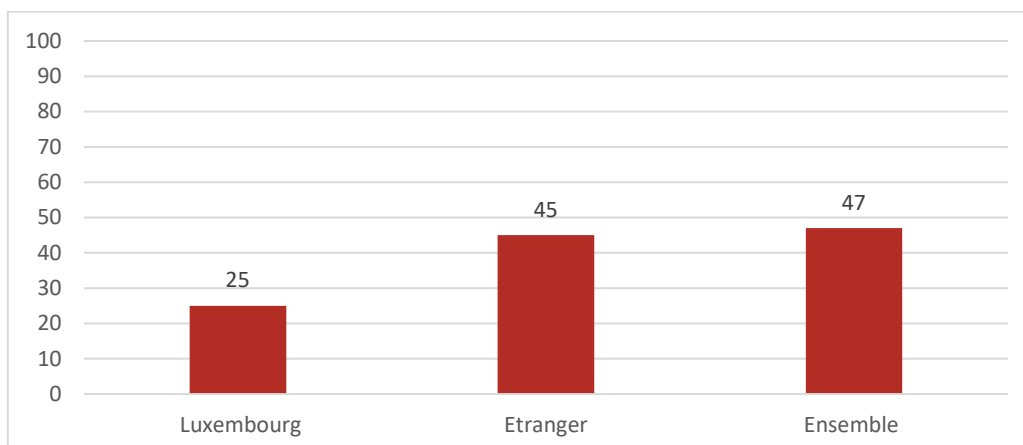
Champ : les visiteurs de musées qui ont visité un musée plusieurs fois au Luxembourg entre mars 2019 et mars 2020 N = 291

Rien de particulier ne distingue le public qui retourne au musée pour découvrir une nouvelle exposition. En revanche, pour faire découvrir le musée à leurs amis et leur famille, ce sont plutôt les moins de 50 ans qui font des visites récurrentes, et plutôt des non Luxembourgeois. Les personnes qui vivent seules, les jeunes qui vivent avec d'autres membres de leur famille et les indépendants sont proportionnellement les plus nombreux à retourner dans un musée pour faire découvrir une nouvelle exposition à leurs amis ou leur famille. Enfin, retourner au musée pour accompagner ses enfants et ses petits-enfants est une pratique liée au cycle de vie et qui s'observe surtout chez les 30-49 ans (45%) et les 65 ans ou plus (43%), les couples avec enfants (58%), mais aussi davantage chez les indépendants (47%), les résidents du Guttland (44%) et ceux des Terres Rouges (38%) plutôt que ceux de Luxembourg-Ville ou de la région Nord-Est (22 et 23%).

10.3 Des visites guidées pour moins d'un visiteur sur deux et plutôt à l'étranger

Un peu moins d'un visiteur sur deux a suivi des visites guidées (hors audio-guide) au cours de la période étudiée, que ce soit dans les musées luxembourgeois ou internationaux. La participation aux visites guidées est liée à l'âge et au revenu. Ce sont surtout les 50 ans et plus qui suivent des visites guidées, et particulièrement les 50-64 ans (55%), et les visiteurs vivant dans un ménage au revenu mensuel net supérieur à 12500€ (60%).

Graphique 36. La participation à des visites guidées selon le lieu des musées (%)



Source : Enquête Musées 2021, ministère de la Culture et LISER

Champ : Luxembourg : le public des musées luxembourgeois, N=966 ;

Etranger : le public des musées étrangers, N=1007 ; Ensemble : le public des musées, N=1197.

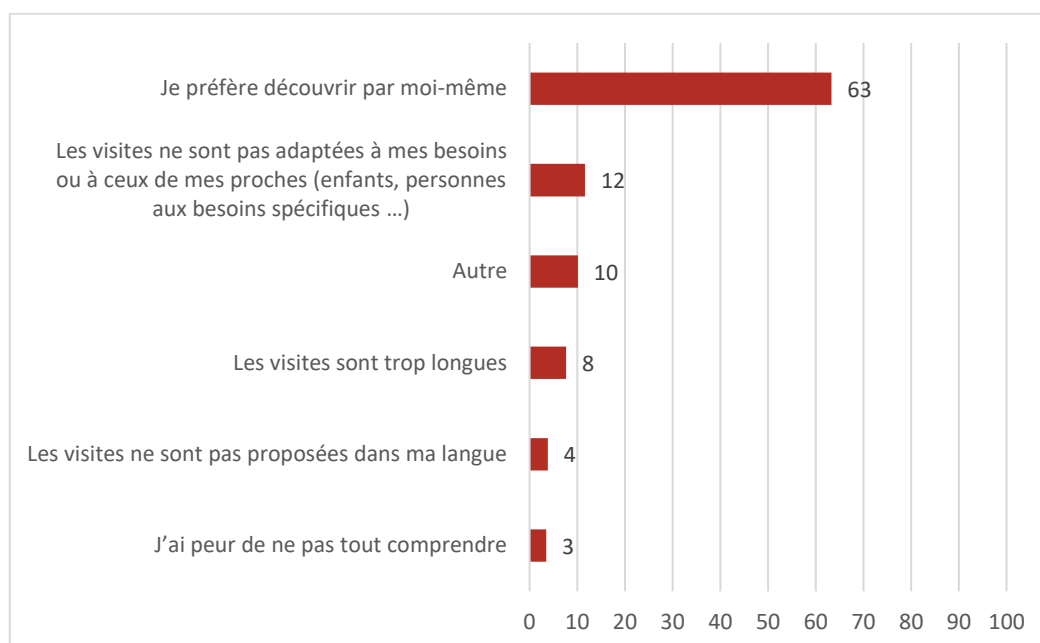
La participation aux visites guidées est presque deux fois plus élevée dans les musées étrangers que dans les musées luxembourgeois (45% contre 25%). Quelques caractéristiques saillantes distinguent les deux groupes de participants. Les visiteurs qui font des visites guidées au Luxembourg sont plutôt des retraités (33%) et des femmes (28% contre 21% pour les hommes). Dans les musées étrangers, les participants aux visites guidées se comptent davantage parmi les 50-64 ans (55%) et parmi les autres ressortissants UE27 (51%).

10.4 Les raisons de ne pas participer aux visites guidées

Le public des musées au Luxembourg qui n'a pas participé aux visites guidées a été interrogé sur les raisons de sa non-participation et pouvait choisir une réponse parmi les six proposées.

Parmi les visiteurs de musées au Luxembourg, 75% n'ont pas suivi de visite guidée dans les musées luxembourgeois. La première et principale raison de ne pas faire de visite guidée est le plaisir de découvrir le musée par soi-même (63%) en toute autonomie et à son rythme. Les autres raisons regroupent seulement entre 3% et 12% des réponses.

Graphique 37. Les raisons de ne pas faire de visites guidées au Luxembourg (%)



Source : Enquête Musées 2021, ministère de la Culture et LISER

Champ : les visiteurs de musées au Luxembourg qui n'ont pas participé à des visites guidées N = 726

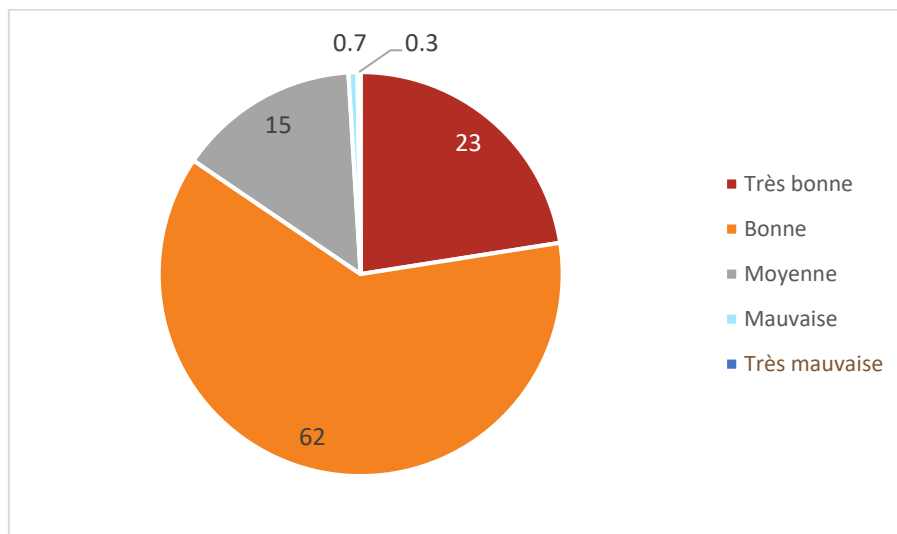
Les personnes qui préfèrent découvrir par elles-mêmes regroupent les trois quarts des moins de 30 ans et des 65 ans et plus (76% respectivement 73%), et majoritairement des individus qui ont un niveau de formation du secondaire ou encore du primaire (70% respectivement 67%). Les moins de 30 ans sont aussi proportionnellement plus nombreux à trouver les visites trop longues (13%). Les visiteurs qui renoncent aux visites guidées parce qu'ils estiment que les visites ne sont pas adaptées à leurs besoins ou à ceux de leurs proches sont majoritairement les 30-49 ans (19%) et les visiteurs avec une formation du supérieur long (16%).

11. L'appréciation générale des musées au Luxembourg

11.1 Huit visiteurs sur dix apprécie la qualité des musées

Plus de 80% des visiteurs des musées au Luxembourg jugent favorablement la qualité des musées, dont 23 % la jugent très bonne et 62 % la jugent bonne. Seuls 15% la jugent moyenne et 1% la juge mauvaise ou très mauvaise. Il n'y a pas de différence significative selon les catégories sociodémographiques.

Graphique 38. L'appréciation de la qualité des musées (%)



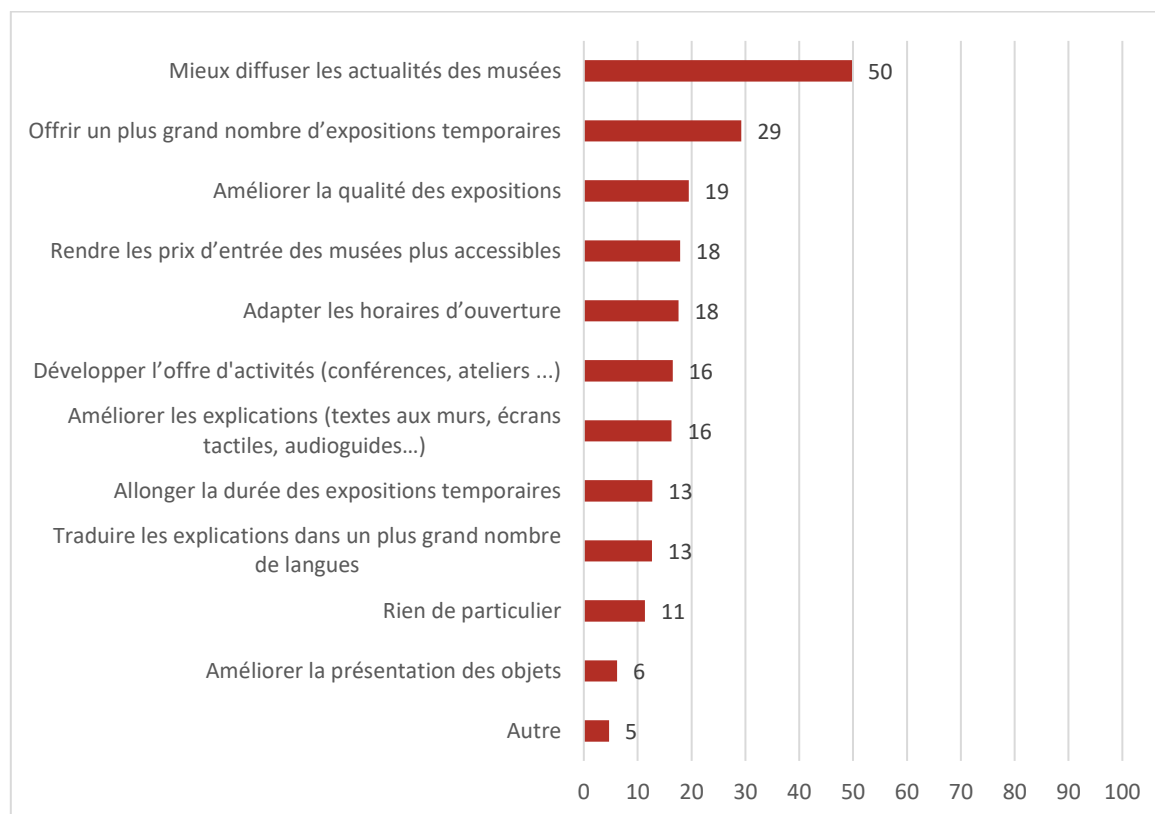
Source : Enquête Musées 2021, ministère de la Culture et LISER

Champ : les visiteurs de musées au Luxembourg, N = 966

11.2 Une meilleure diffusion des actualités des musées pourrait inciter le public à visiter plus souvent les musées ...

Quels pourraient être les incitatifs à visiter des musées ou à les visiter plus souvent ? Une liste de 10 propositions était soumise aux visiteurs de musées dans leur ensemble, qu'ils aient visité ou non un musée au Luxembourg. Dans cette liste, chacun pouvait choisir jusqu'à trois propositions. Notons d'emblée que 11% des visiteurs jugent que rien de particulier ne pourrait les inciter à visiter davantage les musées au Luxembourg

Graphique 39. Les éléments qui inciteraient le public des musées à visiter plus souvent des musées au Luxembourg (%)



Source : Enquête Musées 2021, ministère de la Culture et LISER

Champ : le public des musées N=1197

La moitié des visiteurs de musées estime qu'une meilleure diffusion des actualités des musées les amènerait à visiter les musées plus souvent et 30% plébiscitent un grand nombre d'expositions temporaires.

Les propositions suivantes recueillent des soutiens équivalents juste au-dessous de la barre des 20%, soit améliorer la qualité des expositions, rendre les prix des musées plus accessibles, adapter les horaires d'ouverture, et améliorer les explications. Un troisième groupe de propositions recueille 13% des suffrages, il s'agirait d'allonger la durée des expositions temporaires, de traduire les explications dans un plus grand nombre de langues. Enfin un dernier groupe autour de 5-6% souhaiterait voir améliorée la présentation des objets, ou fait encore d'autres propositions.

Les deux premières options sont choisies par des publics aux profils éloignés. Mieux diffuser les actualités des musées est retenu par plus d'une personne sur deux parmi les moins de 30 ans et les 50-64 ans (55% et 53%), les Portugais et les autres UE27 (60% et 54%), les résidents de la région Nord-Est (57%), les personnes vivant dans un ménage au revenu mensuel net compris entre 6000 et 8000€ (57%), et plus d'un tiers des ouvriers non qualifiés (36%). A l'inverse, la demande d'un plus grand nombre d'expositions temporaires est exprimée par près d'un tiers du public au niveau de formation du supérieur court ou long (32%), de nationalité luxembourgeoise (32%), et plus d'un tiers des résidents de Luxembourg-Ville (37% contre 21% des résidents des Terres Rouges).

11.3 ... et inciter le non-public à se rendre au musée

Le non-public était lui aussi invité à répondre à la question sur les améliorations et changements potentiels qui pourraient l'inciter à visiter les musées. Il pouvait choisir au maximum 3 réponses parmi les mêmes dix possibilités. Un tiers du non public estime qu'une meilleure diffusion des actualités des musées l'amènerait à visiter des musées au Luxembourg et un tiers estime que rien de particulier ne serait susceptible de le faire (35% et 32%). Les trois premières options qui ont recueilli plus de 15% des suffrages sont détaillées ci-dessous, soit la diffusion des actualités, les prix des entrées et la traduction des explications des objets exposés.

Tout comme le public, le non-public demande prioritairement une meilleure diffusion des actualités sur les musées, mais dans une proportion moindre (35%). Cette demande émane majoritairement des moins de 50 ans (42%), des autres UE27 et des Portugais (50% et 40%), des jeunes vivant avec d'autres membres de leur famille et des personnes vivant en couple avec enfants (45% et 40%), des personnes avec une formation du supérieur long (46%), des indépendants et des étudiants (49% et 45%).

Graphique 40. Les éléments qui inciteraient le non-public à visiter des musées au Luxembourg (%)



Source : Enquête Musées 2021, ministère de la Culture et LISER

Champ : le non-public des musées N=798

La question des prix plus accessibles est surtout mentionnée par les femmes (26% contre 16% des hommes), les moins de 30 ans et les 30-49 ans (29% et 24%), les Portugais (31%), les jeunes vivant avec d'autres membres de leur famille (31%), les ouvriers non qualifiés (35%), les professions intermédiaires et les inactifs (26%), les étudiants ou élèves (29%), les personnes vivant dans un ménage au revenu mensuel net inférieur à 6000€.

La traduction dans un plus grand nombre de langues est retenue par 16% du non-public. Cette mesure est surtout demandée par les 30-49 ans (20%), les Portugais (34%) et les non-UE27 (58%), les personnes vivant en couple avec enfants (23%), les personnes avec une formation du primaire (29%), les ouvriers non qualifiés (42%), les personnes vivant dans un ménage au revenu mensuel net inférieur à 4000€.

CONCLUSION

Cette étude a permis de mettre en évidence plusieurs caractéristiques liées aux pratiques muséales telles que l'évolution des pratiques au cours du temps, le facteur déterminant du capital culturel et de la transmission culturelle, le rôle des territoires.

Le public des institutions patrimoniales a augmenté au cours des 20 dernières années et celui des musées a connu une hausse de 10 points de pourcentages par décennie. En 2020, 60% de la population a visité un musée au cours de la période de référence (mars 2019 – mars 2020), contre 38% en 1999 et 50% en 2009.

Le capital culturel opère une polarisation sociale à deux niveaux : d'une part entre public et non public et, d'autre part, au sein du public dans les intensités de pratiques et les variétés de pratiques. Ainsi, les classes socialement favorisées sont surreprésentées au sein du public des musées par rapport aux classes sociales les moins favorisées. En outre, les franges les plus diplômées et les plus favorisées du public des musées sont aussi celles qui fréquentent les catégories de musées les plus emblématiques de la culture que sont les musées d'art, et particulièrement les musées d'art moderne.

Le capital culturel est un facteur déterminant dans la fréquentation des musées. S'il se mesure à travers le niveau de formation acquis au sein de l'institution scolaire, il opère aussi à travers la transmission familiale. Les personnes dont les parents ont les niveaux de formation les plus élevés et qui ont grandi dans un environnement familial qui les a familiarisés à l'art et à la culture en les habituant à visiter des musées durant leur enfance, composent largement le public des musées à l'âge adulte. L'institution scolaire joue certes un rôle important dans la familiarisation avec les musées mais elle ne permet pas de compenser les différences de capital culturel liées au milieu familial. En outre, les institutions scolaires ont des niveaux de pratiques très variables

La gratuité et l'accès digital n'ont pas pour principal effet d'élargir les bases du public mais plutôt de conforter les pratiques des publics existants. Le musée est un lieu de transmission du savoir où se retrouvent les franges de la population qui se sentent le plus à l'aise dans cet environnement. Ce sont celles qui ont eu les scolarités les plus longues et donc des expériences plutôt positives avec l'institution scolaire.

Le capital culturel sépare aussi les modes de sortie au musée, plutôt familiales pour les personnes avec un niveau du primaire et plutôt amicales ou en couple pour les personnes avec un niveau du supérieur long.

Au niveau territorial, les résidents de Luxembourg-Ville sont surreprésentés parmi le public des musées. La capitale affiche en effet une plus grande proximité des musées, une émulation, et un dynamisme culturel qui semble avoir un effet stimulant sur les résidents. Sur le plan culturel, Luxembourg-Ville concentre les grands musées nationaux et offre une programmation d'expositions plus variée que dans le reste du pays. Sur le plan social, la capitale concentre aussi les catégories sociales aux capitaux culturel et économique les plus élevés, à l'opposé des Terres Rouges par exemple. Cette conjonction culturelle et sociale contribue à expliquer la prééminence des résidents de Luxembourg-Ville sur ceux des autres régions au sein du public des musées. Néanmoins, les effets de l'événement de ESCH2022 capitale européenne de la culture devraient pouvoir être mesurés dans les prochaines années et contribuer à réduire les écarts de participation constatés entre Luxembourg-Ville et les Terres Rouges.

ANNEXES

Annexe 1. La temporalité et la période de référence de l'enquête

L'enquête a été réalisée par Internet du 15 juin 2021 au 30 septembre 2021. L'échantillon final est composé de 1995 individus répartis dans 4 régions.

La période de référence de l'enquête s'étend de mars 2019 à mars 2020. Cette période a été déterminée par rapport à la pandémie et aux fermetures des musées. Pour mémoire les musées ont été fermés du 12 mars 2020 au 10 mai 2020, et du 26 décembre 2020 au 10 janvier 2021.

Seules deux questions portent sur les visites in situ et les visites virtuelles post-confinement, soit à partir de mai 2020.

En 2021, 99% des ménages avaient accès à Internet et ont utilisé Internet au cours des 3 derniers mois précédant l'enquête (STATEC, TIC Ménages, 2021). 71% des ménages consultent des journaux et magazines et 68% effectuent des recherches d'informations relatives à des biens et services. 71% ont fait des achats en ligne au cours du 1^{er} trimestre de l'année de référence. En 2019 (dernière année disponible), 45% ont acheté des billets de spectacle ou autre événement en ligne.

Au niveau individuel, l'utilisation quotidienne d'Internet est le fait de 99% des 16-24 ans, 95% des 25-54 ans, 76% des 55-64 ans et 71% des 65-74 ans. Mais 91% des 55-64 ans et 84% des 65-74 ans l'ont utilisé au cours des 3 derniers mois¹¹.

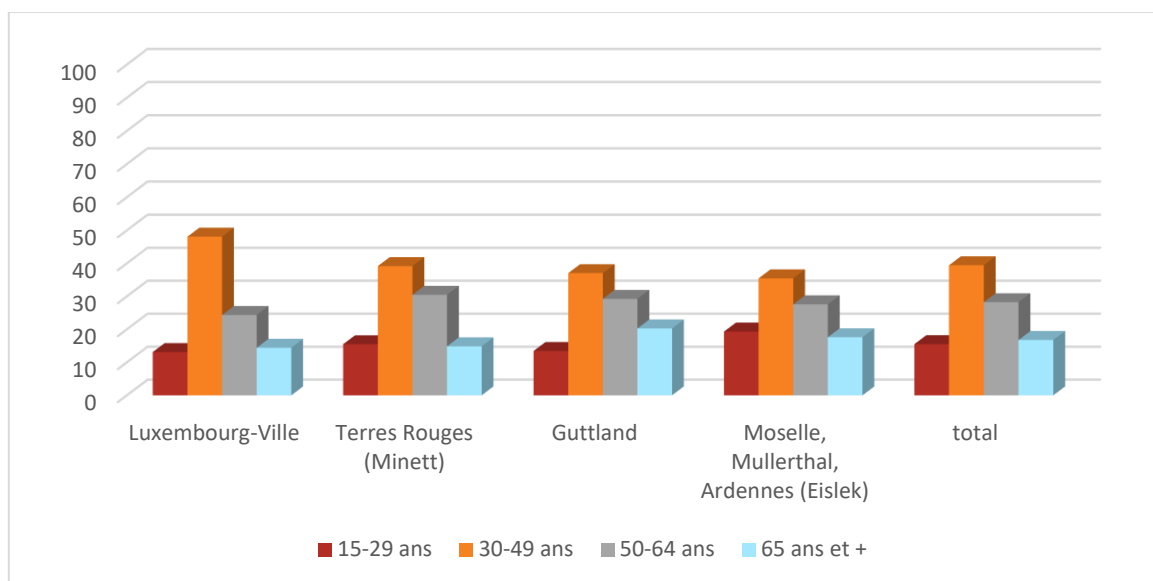
Il conviendra de nuancer la représentativité des 65-74 ans dans l'échantillon et de garder à l'esprit que les données présentées ne représentent pas 100% de la population de cette tranche d'âge mais uniquement celle utilisant Internet.

¹¹ Frising Armande et Guillaume Osier. 2020. « Au Luxembourg, tous les jeunes et 82% des 65-74 ans ont un accès à Internet ». Regards n°13/2020. STATEC. Luxembourg.

Annexe 2. Les caractéristiques régionales de la population

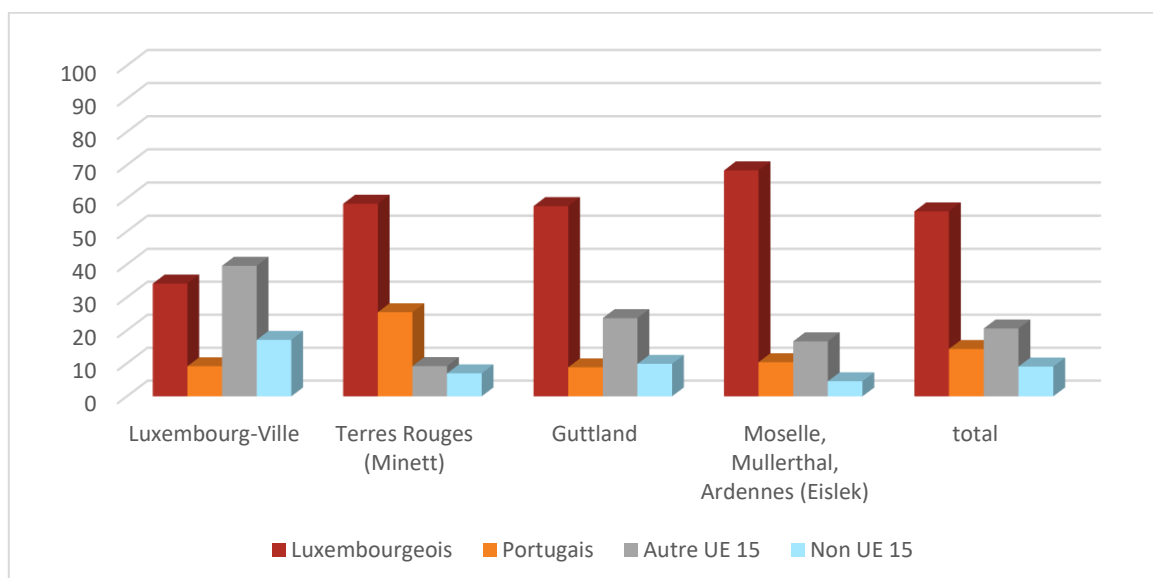
Des différences sociales dans la répartition régionale de la population qui impactent largement les résultats. Sont reprises ci-dessous les principales qui sont l'âge, la nationalité, le niveau de formation et le niveau de revenu.

Graphique 41. Répartition régionale de la population selon la classe d'âge (%)



- 48% des résidents de Luxembourg Ville ont entre 30-49 ans pour 35-39% dans les autres régions ;
- 19% des résidents du Nord-Est ont entre 15-29 ans pour 13% à Lux-Ville et dans le Guttland.

Graphique 42. Répartition régionale de la population selon la nationalité (%)

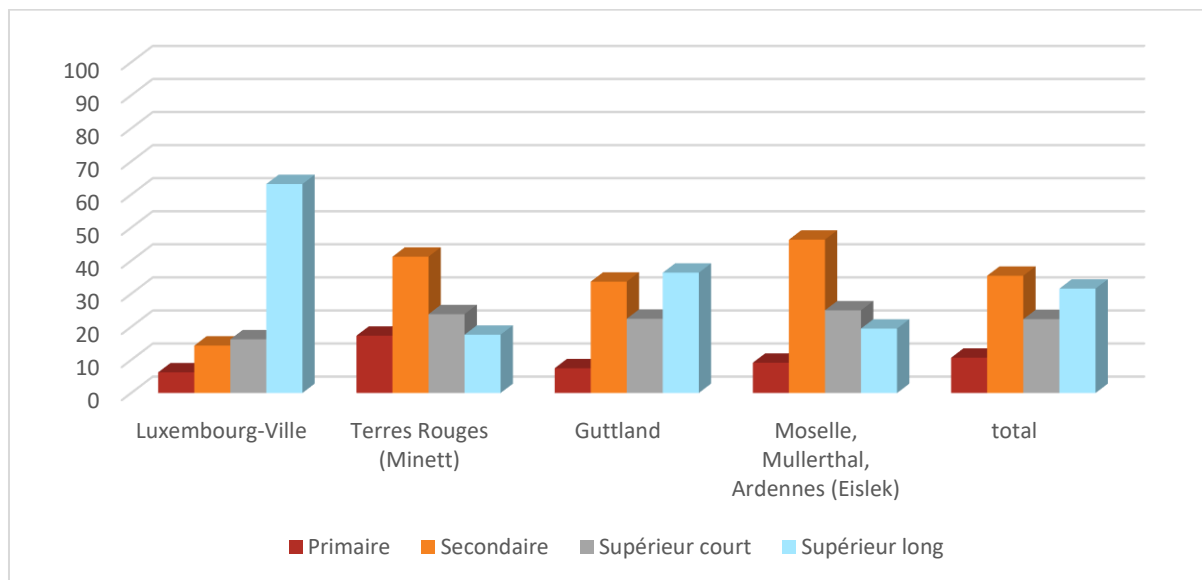


- 68% de Luxembourgeois dans le Nord-Est et 58% dans les Terres Rouges et Guttland, pour 34% à Luxembourg-Ville ;

- 25% de Portugais dans les Terres Rouges ;
- 39% de UE15 à Luxembourg-Ville et 24% dans le Guttland, (17% dans le Nord-Est et 9% dans les Terres Rouges) ;
- 17% de nonUE15 à Luxembourg-Ville pour 10% dans le Guttland, 7% dans les Terres Rouges et 5% dans le Nord-Est.

Certaines caractéristiques se retrouvent ainsi dans la situation familiale : 16% de jeunes vivant avec d'autres membres de la famille dans le Nord-Est pour 8% à Lux-Ville.

Graphique 43. Répartition régionale de la population selon le niveau de formation (%)

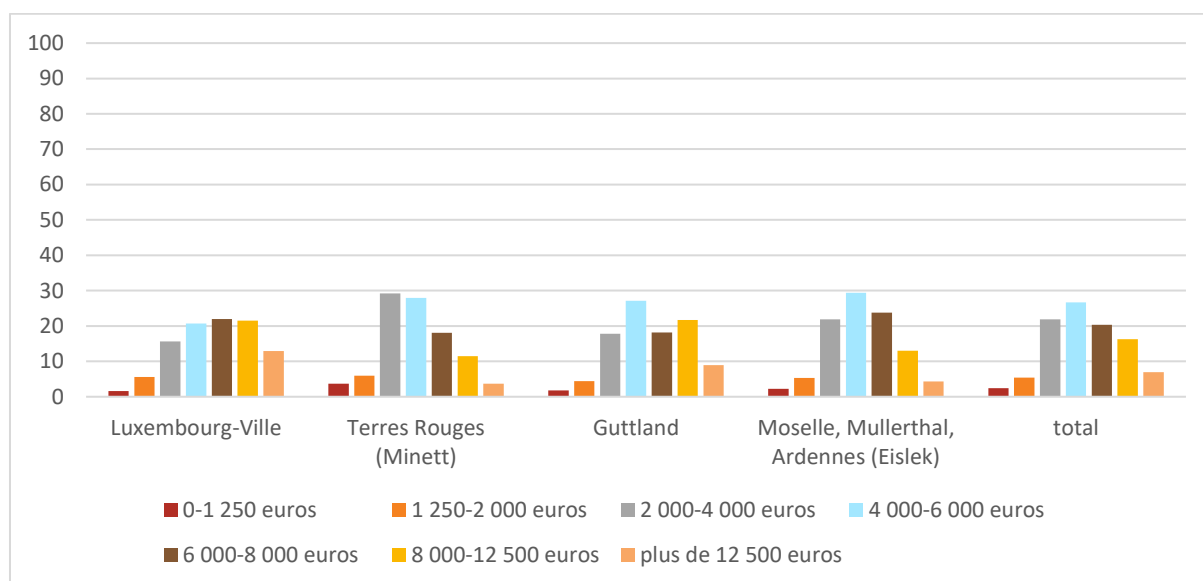


- Une concentration du supérieur long à Luxembourg-Ville : 63% contre 32% en moyenne nationale, (18% dans les Terres Rouges, 36% dans le Guttland et 20% dans le Nord-Est) ;
- Formation du secondaire : 41% dans les Terres Rouges et 46% dans le Nord-Est contre 14% à Luxembourg-Ville et 34% dans le Guttland

Ces caractéristiques recouvrent celle des professions et catégories sociales utilisées pour représenter les positions sociales :

- Luxembourg-Ville concentre 16% des dirigeants (10% moyenne nationale) et 34% des professions intellectuelles et scientifiques (23% moyenne nationale) et seulement 6% d'ouvriers qualifiés non qualifiés (17% moyenne nationale) ;
- Les Terres Rouges comptent 5% de dirigeants, 18% de professions intellectuelles et scientifiques mais 14% d'ouvriers qualifiés, artisans, agriculteurs et 13% d'ouvriers non qualifiés ;
- Le Guttland compte la 2^e plus forte proportion de dirigeants (12%) et de professions intellectuelles et scientifiques 25% ;
- Le Nord Est compte la 2^e plus forte proportion d'ouvriers, artisans, agriculteurs :14%.

Graphique 44. Répartition régionale de la population selon le niveau de revenu mensuel net du ménage (%)



Les caractéristiques liées à la formation et à la profession impliquent une répartition inégale de la population selon le revenu :

- Une concentration des revenus les plus élevés à Luxembourg-Ville, et dans le Guttland
 - o 12 500€ un écart de 1 à 3 entre Lux-Ville et Terres rouges, Nord Est 13% pour 4% dans Terres rouges ou dans Nord-Est ;
 - o 8 000 à 12 500€ un écart quasi de 1 à 2 entre Luxembourg-Ville / Guttland et Terres Rouges /Nord-Est : 21% à Luxembourg-Ville et 22% dans le Guttland pour 12% dans les Terres Rouges et 13% dans le Nord-Est.
- Un écart quasi de 1 à 2 entre Luxembourg-Ville et Terres Rouges pour les revenus faibles. Une concentration du revenu bas dans les Terres Rouges : 29% entre 2 000 et 4 000€ pour 16% à Luxembourg-Ville.

