

La crise sanitaire due au COVID-19
Etat et perspectives 2021 pour les musées de Bourgogne-Franche-Comté

Analyse détaillée

Le document présenté est composé comme suit :

❖ **Les caractéristiques des musées enquêtés**

- L'échantillonnage
- Le statut des musées
- Accueil et équipements

❖ **Avant la crise**

- La fréquentation
- La typologie des visiteurs
- Les moyens en personnel
- Les recettes
- Les subventions

❖ **Focus sur l'année 2020**

- Fréquentation et pertes
- Fonctionnement des structures

❖ **- Les projections et attentes sur 2021**

- Sur la capacité des musées à rebondir
- Sur leurs attentes

Les caractéristiques des musées enquêtés

Comme en 2020, la taille du visitorat est la caractéristique la plus discriminante.

Nous avons défini trois groupes :

Groupe 1 : Musée de fréquentation inférieure à 4 999 entrées par an.

Groupe 2 : Musée dont la fréquentation est comprise en 5 000 et 14 999 entrées par an.

Groupe 3 : Musée dont la fréquentation est supérieure à 15 000 entrées par an.

1 - Quel échantillonnage ?

L'enquête porte sur un échantillon de 126 musées. Leur répartition, selon les derniers chiffres de fréquentation connus antérieurs à 2020, est la suivante :

Sites inférieurs à 5 000 entrées :	54 %
Sites compris entre 5 000 et 15 000 entrées :	26 %
Sites supérieurs à 15 000 entrées :	20 %

Le panel des répondants respecte au mieux cette répartition en se conjuguant avec une distribution équilibrée. C'est ainsi que l'on obtient la ventilation suivante :

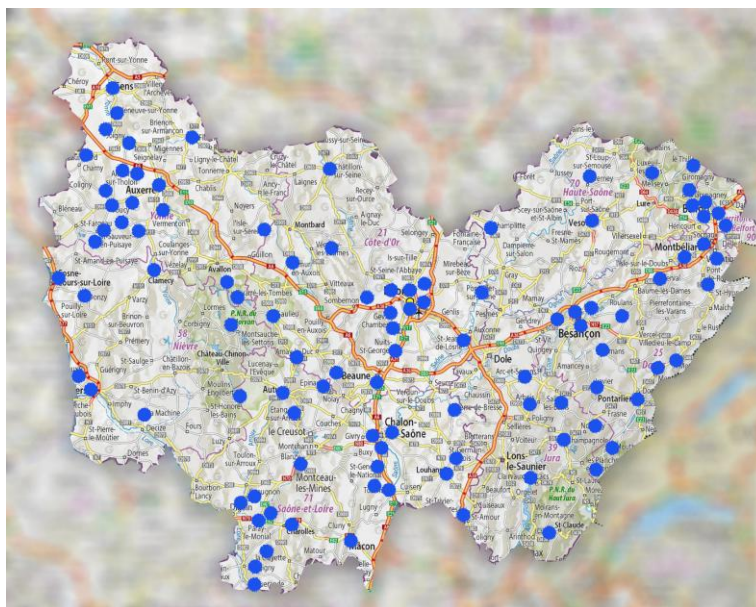
Sites inférieurs à 5 000 entrées :	51 %
Sites compris entre 5 000 et 15 000 entrées :	25 %
Sites supérieurs à 15 000 entrées :	24 %

2 - Le statut du musée

Les répondants sont le plus souvent communaux ou intercommunaux en gestion directe (53 %) ; viennent ensuite les associations (35 %), certaines étant en gestion déléguée ; 11 % sont des musées privés.

40 % sont labellisés « Musées de France » ; 6 % sont classés « Maison des illustres » et 2 % sont « Ethnopôle ».

Un report de leur situation sur une carte de la région confirme leur bonne répartition, qui est, bien évidemment, aussi corrélée à la densité des musées selon les territoires.



3 - L'accueil et les équipements offerts :

3-1 L'ouverture :

Les périodes d'ouvertures sont très variables. Cependant, un peu moins de la moitié sont ouverts toute l'année, principalement des musées municipaux (33 %) ; les musées associatifs participent à hauteur de 10 % et les musées privés de 6,5 %.

Ils ne sont que 14 % à fermer durant la période d'hiver, avec une répartition indépendante du statut et de la taille.

3-2 Les équipements :

Les trois-quarts des musées disposent d'un parking pour voitures et / ou autocars. Il s'agit principalement des sites hors grande agglomération. 62 % possèdent une boutique et 22% une cafétéria ou un distributeur automatique.

A noter que 43 % des musées disposent de lieux de verdure comme des parcs ou jardins.

Pour la visite en elle même, tous ne proposent pas les mêmes services. Plusieurs musées, nécessitant des commentaires, des témoignages ou une interactivité avec des compétences, ne proposent que des visites guidées (12 %).

La moitié ne met pas à disposition de documents de visite autres que les cartels ou panneaux explicatifs dans les salles.

Les visiteurs bénéficient d'audioguides ou de présentation audiovisuelle pour 16 % des lieux.

Avant la crise

1 - La fréquentation :

En cohérence avec les 86,5 % de réponses et avec la représentativité de l'échantillon, l'étendue est importante, allant de 316 000 visiteurs par an à ... 100 visiteurs annuels.

La fréquentation moyenne sur le territoire par site est 15 000 visiteurs par an, sachant qu'il convient de tenir compte de l'influence des plus grands sites. Les 74 % des musées situés en milieu rural, petites villes ou bourgs représentent une moyenne de 8 700 visiteurs par an.

Sur l'ensemble, 83% des musées ont un visitorat stable (48 %) ou en progrès (36 %) sur les dernières années avant la pandémie.

Les trois catégories de sites se partagent les hausses à la même hauteur de 12 % chacun. Se sont des sites que l'on peut considérer majoritairement comme thématiques, illustrant un personnage célèbre, un savoir-faire, une technique ou technologie mondialement reconnue, un ancrage historique unique, un fait ayant marqué notre humanité... Les musées relevant des beaux-arts se partagent cette hausse à égalité avec les autres thématiques, avec une mention spéciale pour le musée de la capitale régionale qui a été entièrement rénové pendant la décennie précédente.

Notons qu'il n'y a pas de localisation particulière, ce qui invite à penser à une évolution plutôt générale de l'appétence de nos concitoyens. C'est aussi le moyen de découvrir les territoires notamment ruraux, justifiant les équipements en cafétéria ou les simples distributeurs si « l'on part » pour la journée.

2 - Sur les sites recevant moins de 5 000 visiteurs par an :

Nous avons réalisé des sous-découpages afin de restreindre le champ d'analyse et de donner une interprétation plus fine des situations rencontrées.

- 20 % des musées reçoivent **moins de 1 000 visiteurs** par an. Si 15 % d'entre eux sont en baisse, 25 % sont en hausse et 60 % affichent une belle stabilité. Les sites en hausse sont thématiquement semblables à ce qui a été décrit ci-dessus. La taille ou la situation géographique ne sont pas les facteurs explicatifs. Cependant, il apparaîtrait qu'une mention dans un guide ou un ouvrage de référence puisse être un déclencheur de visite. De même, un site Internet est incitatif à la visite.

- 25 % reçoivent entre **1 000 et 4 999 visiteurs** par an. 26 % d'entre eux enregistrent une hausse, 56 % sont stables et 18 % sont en baisse de fréquentation. On constate que la majorité des sites en croissance concerne des musées associatifs (72 %). On peut appliquer les mêmes remarques relatives au faire connaître. Il apparaît que le sujet proposé et une communication sur les réseaux sociaux sont de nature à développer le visitorat. A noter que la période d'ouverture n'est pas discriminante. En revanche, on ne connaît pas l'incidence d'une modification, en plus ou en moins, de la période d'ouverture sur la fréquentation.

3 - Sur les sites médians de 5 000 à 14 999 visiteurs par an :

- 16 % des musées reçoivent entre 5 000 et 9 999 visiteurs par an. 41 % d'entre eux affichent une hausse et 59 % ont une fréquentation stable. Aucune baisse n'est enregistrée dans cette sous-catégorie.
- 7 % reçoivent entre 10 000 et 14 999 visiteurs par an. 42 % sont en hausse ; aucune baisse n'est enregistrée.

4 - Sur les sites supérieurs à 15 000 visiteurs par an :

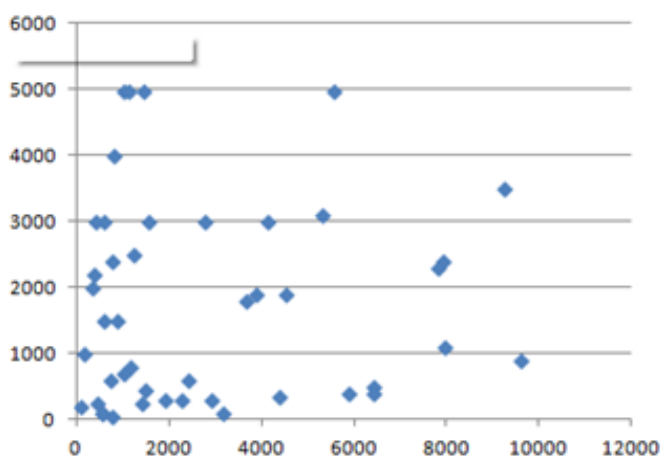
- 19 % reçoivent de 20 000 à 50 000 visiteurs par an, dont 45 % affichent une hausse et 35 % sont stables.

5 - Relation entre visitorat et taille de la commune

Il nous est apparu qu'il pourrait être utile de trouver des concordances explicatives sur les raisons de la fréquentation. Une première idée serait de vérifier s'il existe une liaison entre ces visites, notamment leurs évolutions, et la taille de l'agglomération support.

La réponse se trouve dans les graphiques qui suivent, mettant les populations en abscisse et les visitorats en ordonnées.

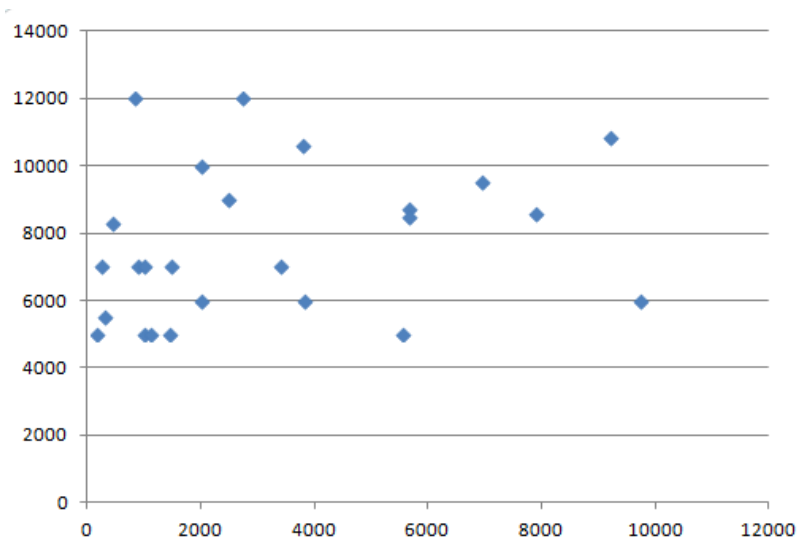
Sur les sites inférieurs à 4 999 visiteurs par an :



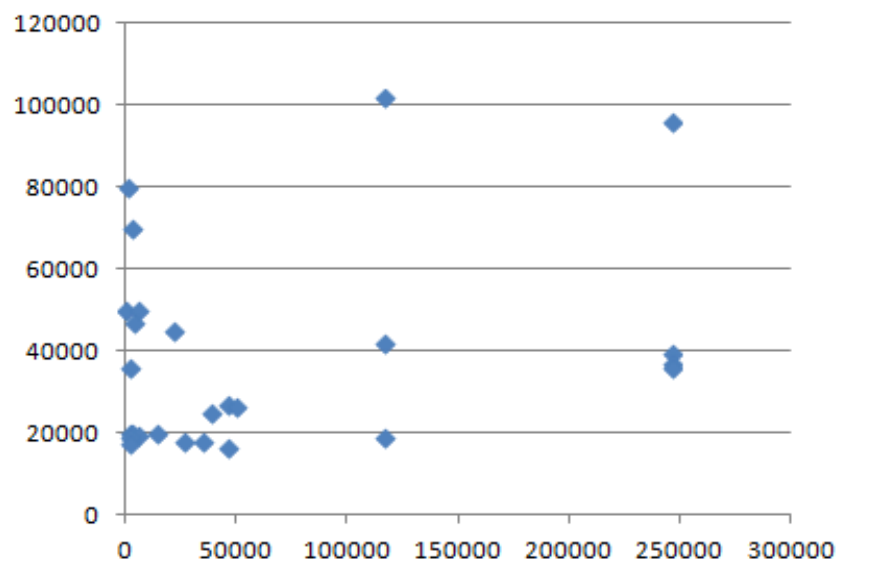
Le graphe établit clairement que la distribution est aléatoire : le nombre de visiteurs ne tient pas compte de la population de la commune. Ainsi, à l'intérieur de cette catégorie, une commune de 378 habitants ou une commune de 7 400 habitants peuvent avoir un musée qui reçoit également 2 600 visiteurs par an en moyenne. Le visitorat se décide bien évidemment selon d'autres critères, attachés à l'objet même du musée, mais confirmer que l'importance de la commune n'influence aucunement son choix n'est pas sans intérêt pour le développement des territoires. **Cela donne toutes leurs chances aux petites communes de pouvoir participer au développement culturel en pleine ruralité.**

La même approche sur les autres catégories donne un résultat similaire. Ce graphe des « petits musées » est parfaitement transposable et conduit au même constat.

Sur la catégorie « musées médians » :



Sur les musées supérieurs à 15 000 visiteurs / an



Ainsi, les facteurs clés de succès ne sont pas liés une implantation dans un milieu à forte densité de population, mais résultent de bien d'autres éléments comme le sujet même de la proposition faite au visiteur, des objets d'exception quelle que soit leur nature, la qualité et le rafraîchissement des messages, leur ciblage, la médiation en général, une scénographie adaptée, un fléchage proactif des lieux, un faire-venir efficace, une intégration dans l'ensemble du dispositif institutionnel régional, voire national, notamment touristique, mais aussi dans les réseaux culturels, une notoriété acquise au fil des années,...

6 - La typologie des visiteurs :

Près des deux-tiers sont des visiteurs individuels adultes (62 %). Un autre tiers du visitorat (32 %) est constitué par des groupes sur réservation.

67 % des musées accueillent des groupes scolaires, quasi uniformément répartis sur les trois catégories. Ils représentent 17,3 % du visitorat pour les musées supérieurs à 15 000 visiteurs par an, 17 % pour les musées « médians » et 19 % pour les « petits musées ».

L'immense majorité des musées accueille surtout des visiteurs français en temps normal, 86 % en moyenne, mais ce chiffre cache des disparités non négligeables. Un seul musée déclare formellement un visitorat entièrement français, tandis que 16 % des musées déclarent de 20 % à 67 % de visiteurs étrangers. Ils sont pour la plupart thématiques et situés non seulement dans des zones très touristiques, mais aussi dans des zones rurales hors des grands axes.

Si l'on peut se féliciter de recevoir principalement des habitants de la Région Bourgogne-Franche-Comté, le taux d'accueil des 14 % d'étrangers n'est pas sans poser question.

Parmi les visiteurs étrangers, on retrouve tout d'abord les principales clientèles européennes du tourisme régional : Allemands, Belges, Suisses, Néerlandais et Britanniques. Les Allemands arrivent en tête avec 59 citations dont 24 en 1^e position, 21 en 2^e et 14 en 3^e, devant les Belges avec 56 citations (respectivement 17 puis 19 puis 20). Les visiteurs suisses, particulièrement présents dans les départements frontaliers et en Bresse, ainsi que les Néerlandais, ressortent ex-aequo comme 3^{es} publics étrangers des musées avec 39 citations pour chacune des deux nationalités, les Suisses étant cités 15 fois en 1^e position, 16 fois en 2^e et 8 fois en 3^e position, et les Néerlandais 11 fois en 1^e position, 18 fois en 2^e et 10 fois en 3^e. Les Britanniques, enfin, sont 5^{es} avec un total de 28 citations (10 en 1^e position, 8 en 2^e et 10 en 3^e). Quelques mentions concernent des visiteurs d'autres pays européens (Espagne, Italie, pays scandinaves) et extra-européens (Etats-Unis, Australie).

7 - Les moyens en personnel

L'Equivalent Temps Plein (ETP) est une information simple à appréhender, tout en ayant une bonne corrélation avec l'activité principale.

Les associations ont peu d'ETP salariés puisque la moyenne s'établit à 2,2 ETP contre 11 ETP pour les musées relevant de collectivités. Les associations emploient en moyenne 4,65 ETP bénévoles contre 0,7 pour les « municipaux » et assimilés. Elles font appel à 0,4 ETP saisonniers, contre en moyenne 4,2 ETP saisonniers aux musées municipaux, départementaux ou intercommunaux. Au global, l'ETP moyen ressort à 10,95 agents.

Par catégories, les résultats sont les suivants :

Sur les sites < 5 000 visiteurs /an :

ETP permanents	4,8
ETP bénévoles	5,9
ETP saisonniers	2,6

Sur les sites de [5 000 ; 14 999] :

ETP permanents	5,36
ETP bénévoles	1,7
ETP saisonniers	2,7

Sur les sites > 15 000 hors très grands régionaux :

ETP permanents	14,3
ETP bénévoles	3,25
ETP saisonniers	4,3

8 - Les recettes :

1 - Les entrées :

Le poids moyen des entrées dans les recettes exclut les musées dont les entrées sont gratuites, souvent hors expositions temporaires, ainsi que plusieurs réponses erronées (total des recettes supérieur à 100 %). Pour ce qui concerne les réponses exploitables, le taux moyen de recettes dues aux entrées est de 39 %, influencé en cela par celui de petits musées qui affichent un niveau de 100 % des recettes pour équilibrer leur budget. En les extrayant, nous retrouvons le taux de 31 %, résultat obtenu lors de l'enquête précédente réalisée en mai 2020.

2 - Les boutiques :

En excluant celles qui contribuent à moins de 1 % à l'équilibre budgétaire, nous obtenons un taux moyen de 20 % de la part des recettes dues aux boutiques.

9 - Les subventions :

9-1 Subventions locales :

Le budget des musées municipaux est par construction équilibré par la collectivité. Aussi, nous nous attacherons ici aux aides reçues par les associations au titre de subventions locales, départementales, régionales et de l'Etat.

24 % des associations déclarent recevoir des subventions de leur commune ou intercommunalité, qui se répartissent comme suit :

- 9 % reçoivent une subvention moyenne de 4,8 %
- 6,5 % reçoivent une subvention moyenne de 13,7 %
- 4 % reçoivent une subvention supérieure à 20 % (sites à faible fréquentation)

9 - 2 Subventions départementales :

- 15 % des musées obtiennent des subventions départementales concourant à 7 % de leur budget. En excluant le quartile le plus élevé, le taux moyen d'aide départementale est de 5 %.

9 - 3 Subventions de l'Etat et de la Région :

- 6,5 % des sites obtiennent une aide de l'Etat et / ou de la Région, en moyenne à hauteur de 11 % de leur budget.

9 - 4 Par catégorie, tout rattachement confondu, l'affectation des subventions se fait comme suit :

9 - 4 - 1 Petits musées, visitorat < 4 999 :

- 26 % ont des subventions locales
- 11 % ont des subventions départementales
- 8,4 % ont des subventions de la Région ou de l'Etat

9 - 4 - 2 Musées de [5 000 ; 14 999] :

- 11 % obtiennent des subventions locales
- 7,4 % ont des subventions départementales
- 8,4 % ont des aides régionales ou de l'Etat

9 - 4 - 3 Musées ≥ 15 000 entrées :

- 12 % ont des aides locales découlant de leur régime municipal
- 5,6 % ont des aides départementales ou intercommunales
- 9 % ont des aides de la Région ou de l'Etat

Focus sur l'année 2020

Fréquentations et pertes :

Sur l'ensemble des musées, en excluant ceux qui ont dû fermer en 2020 (environ 7 % selon nos estimations), la perte d'entrées a été de 54 % en nombre et de 56,8 % en valeur.

Si l'on segmente par catégories, on obtient une perte financière de :

- 59,1% pour les musées ayant moins de 5 000 entrées
- 59 % pour les musées ayant entre 5 000 et 14 999 entrées
- 50,5% pour les musées supérieurs à 15 000 entrées

Pour les musées associatifs et privés :

Leur cas est sensible, car ils ne sont pas adossés à une structure qui peut compenser les pertes subies, comme cela peut être le cas des musées municipaux.

On peut estimer les niveaux de pertes comme suit :

- 59,6 % pour les musées inférieurs à 5 000 entrées
- 58,9 % pour les musées de 5 000 à 14 999 entrées
- 56,6 % pour les musées ayant une fréquentation supérieure à 15 000 entrées par an

Les niveaux de pertes financières sont semblables à ceux de l'ensemble des musées. Il n'y a pas de corrélation entre les pertes et le régime juridique, ni même la taille car les taux constatés sont équivalents.

Une légère note d'optimisme : les contraintes réglementaires ont eu pour conséquences de conduire à une fréquentation de proximité aboutissant à un taux de visiteurs français plus élevé... mais cela ne compense en rien les pertes subies, et n'ouvre pas sur les visiteurs étrangers qui peuvent constituer une réserve de croissance à rechercher.

Sur le fonctionnement :

- 25 % ont eu recours au chômage partiel
- 56 % ont rencontré des problèmes dus aux contraintes techniques de mise en œuvre du protocole sanitaire
- 12 % se sont déclarés éligibles au Plan de Relance

Les projections et les attentes sur 2021

Sur leurs capacités à rebondir :

34,5% estiment pouvoir ouvrir normalement en l'absence de confinement et selon les protocoles connus actuellement.

58 % pensent ne pas ouvrir à la date habituelle.

8 % ont indiqué que l'ouverture dans les conditions actuelle est non rentable.

48 % des musées comptent sur la mise en place d'expositions temporaires pour relancer leur fréquentation.

48 % espèrent une reprise, tout en restant inquiets puisque 57 % sont préoccupés par une fréquentation qui pourrait être en retrait en regard des années précédentes le COVID.

Alors que 14 % estimaient que l'année 2020 serait une catastrophe pouvant entraîner leur disparition, ... parmi ceux qui ont répondu, seuls 4 % estiment que l'année à venir peut les voir disparaître. Il n'a pas été possible de contacter les « pessimistes 2020 », mais nous avons pu constater que plusieurs ont décidé de rester fermé en 2020 et en ce début 2021, ce qui est cohérent avec la difficulté à les interroger. Auront-ils toutefois la possibilité de « repartir » ?

Sur leurs attentes :

14 % souhaitent une aide à l'emploi. Le niveau d'intervention et l'effort demandé ne sont pas précisés.

50,5 % expriment le besoin d'avoir une aide dans le domaine de la communication, renouvelant ainsi la demande déjà formulée et non satisfaite en 2020.

14 %, en difficulté, ont besoin de subventions plus élevées pour faire face au défi de 2021, voire pour 2022. La demande est formulée autant par de petits musées de quelques centaines de visiteurs que par des musées accueillant 20000 visiteurs qui ont actuellement des niveaux de subvention de 30 à 50 %.

19 % espèrent un mécénat plus actif pour leur venir en aide, partagés à égalité entre les classes [0 ; 4 999] et [5 000 ; 70 000] contre 24 % en 2020.

12 %, concernant des musées de 3 000 à 70 000 entrées, demandent une aide scénographique.

En conclusion : L'essentiel des attentes porte sur la communication et sur l'aide à la scénographie. Il nous semble impératif d'y donner suite, soit à travers des structures existantes, soit, devant cette situation exceptionnelle, en faisant appel à une task-force provisoire durant la remise à flot des musées.