

---

## Enquête auprès du public du Centre national d'art et de culture Georges Pompidou

FABIANI, Jean-Louis, MENGER, Pierre-Michel

Introduction de Pierre Bourdieu

Date de publication : 1977

**Provenance du document : Service Études et recherche, Bibliothèque publique d'information**  
**Document déposé dans la bibliothèque numérique de l'Enssib**  
**Couverture réalisée par l'Enssib pour les besoins de la numérisation le 3 novembre 2016**



Le titulaire des droits autorise l'utilisation de l'œuvre originale à des fins non commerciales, mais n'autorise pas la création d'œuvres dérivées.

## INTRODUCTION

Un ensemble d'enquêtes organisées par Jean-Louis Fabiani et Pierre-Michel Menger sous la direction de Pierre Bourdieu, a permis d'établir les principales caractéristiques du public de Beaubourg. Dans les premiers jours de l'ouverture, c'est-à-dire à un moment où s'exerçaient au maximum l'effet d'évènement" (lié à l'inauguration par des personnalités et au battage publicitaire, etc.) et aussi ce qu'on peut appeler l'"effet Roissy" (c'est-à-dire la curiosité suscitée par tout bâtiment moderne de quelque importance), ce public présentait des caractéristiques assez différentes de celui qui se rencontre ordinairement dans les musées : en gros la proportion des classes supérieures y était deux fois moins forte et la proportion des classes moyennes deux fois plus forte, les classes populaires ayant leur poids habituel. La nouvelle enquête menée en juin, c'est-à-dire à un moment où ces deux effets s'étaient atténués, a montré que la structure du public selon la catégorie socio-professionnelle, le niveau d'instruction et autres variables se rapprochait de la structure du public des musées : la part des classes supérieures augmentait tandis que la part des classes moyennes diminuait, et on voyait apparaître une proportion importante d'étudiants.

Pour isoler rigoureusement ce que l'on pourrait appeler l'"effet Beaubourg", c'est-à-dire l'effet propre d'un bâtiment relativement désacralisé et désacralisant, qui fait coexister des objets culturels de "niveaux d'offre" très différents (de la peinture moderne aux timbres-poste) et des fonctions culturelles très diverses (du musée d'art moderne à la bibliothèque), il faudrait d'une part comparer les caractéristiques de la fraction du public qui visite les salles de peinture (et dont l'enquête montre qu'il est encore plus proche du public d'un musée ordinaire que l'ensemble du public), et d'autre part isoler l'effet propre des transformations survenues, depuis la dernière enquête sur les musées (l'Amour de l'art 1964), dans le rapport entre les différentes classes sociales et le titre scolaire (dont on sait qu'il constitue le facteur déterminant de la pratique) du fait de l'intensification de l'utilisation du système d'enseignement secondaire et supérieur : concrètement, cela signifie que les classes moyennes présentes à Beaubourg ont des titres scolaires incomparablement supérieurs aux catégories socio-professionnelles équivalentes en 1964. Il serait tout aussi naïf d'attribuer à l'effet d'offre exercé par Beaubourg ce qui est plutôt un effet d'accroissement de la demande lié aux effets de l'éducation, qu'injuste de nier complètement un effet d'offre spécifique qui se traduit de deux façons : par l'accroissement du flux résultant du fait que les catégories à l'intérieur desquelles se recrutent ordinairement les pratiquants intensifient leur pratique (l'enquête de 1964 le montrait déjà à propos du public visitant les expositions temporaires) et par une légère ouverture du musée à des catégories jusque là complètement étrangères au monde de l'art.

La première enquête auprès du public du Centre Georges Pompidou, effectuée le premier dimanche après l'ouverture, avait permis de décrire les effets de l'évènement politico-culturel auquel avait donné lieu l'inauguration. La structure du public interrogé le 6 février 1977 apparentait visiblement la fréquentation de ce nouveau lieu culturel à celle d'un vaste succès touristique. La dynamique de l'évènement politique et les effets possibles d'une offre intégrée de produits culturels étaient dès lors confondus. Cependant, les observations diffuses sur les types de parcours et les usages du Centre, interdisaient déjà d'interpréter les premières statistiques de fréquentation en termes de "démocratisation culturelle".

La deuxième enquête a eu lieu au moment où la dynamique de l'évènement inaugural s'estompait (8 au 12 juin 1977). C'était l'occasion de préciser dans quelle mesure les publics se différenciaient par leur importance et leur structure aux divers moments de la semaine et selon les espaces du Centre fréquentés.

Nous avons distingué quatre moments d'intervention très caractéristiques (mercredi après-midi, vendredi soir, samedi midi, dimanche après-midi) et trois types de lieu : les espaces fonctionnels, les lieux consacrés à l'art moderne et ceux qui se rattachaient à la bibliothèque. Un tel échantillonnage des lieux <sup>(1)</sup> autorisait une analyse plus fine des parcours et des caractéristiques des

.../...

---

(1) sept lieux de passation du questionnaire :

le Musée d'Art Moderne, l'exposition Paris-New-York, la Bibliothèque, la salle d'actualité, le Centre de Création Industrielle, le Forum, escalators et dégagements.

publics ainsi distribués.

Le questionnaire a repris les rubriques de la première enquête (sexe, âge, situation de famille, catégorie socio-professionnelle, diplôme, lieu de résidence, mode de visite, motif de la visite, indice de satisfaction). On y a ajouté des questions propres à préciser l'origine et la situation sociale de l'enquêté (profession du conjoint, profession du père), sa compétence culturelle (manifestations culturelles vues depuis janvier 1977) et les modes de perception et d'appropriation du Centre (fréquence des visites, choix du moment de la visite, types de parcours dans le Centre). De plus, la multiplicité des lieux de passation, le nombre des enquêteurs (12) et leur mobilité ont permis d'améliorer la valeur de l'échantillon des sujets interrogés ; de ce fait, le taux de refus de réponse est resté très faible et l'importance du nombre des réponses complètes d'un jour à l'autre et d'un lieu de passation à l'autre. 1.028 réponses complètes ont été ainsi recueillies.

L'enquête de juin a étendu le principe de la première qui s'était déroulée sur la seule journée du dimanche, mais avait déjà révélé des variations de fréquentation aux différentes heures de la journée et aux différents lieux. Les mêmes méthodes d'analyse -affinées dans la deuxième enquête- ont été appliquées et autorisent la comparaison, l'échantillon de juin était cependant plus représentatif parce que mieux constitué (1028 réponses contre 251 en février).

..../....

ANALYSE DES DONNEES1°) Sexe

	<u>2ème enquête</u>	<u>1ère enquête</u>
Hommes.....	54,1 %	60 %
Femmes.....	45,9 %	40 %

2°) Age

0 - 15 ans..	1,8 %	1,2 %
15 - 25 ans	33 %	18,5 %
25 - 35 ans	27,2 %	24,5 %
35 - 48 ans	18,2 %	23,3 %
48 - 60 ans	11,3 %	18,5 %
60 et au- dessus.....	9,5 %	14 %

3°) Structure socio-professionnelle du public

Classes po- pulaires...	5,2 %	4 %
Classes moyennes...	34,2 %	58,8 %
Classes supérieures	34,8 %	30 %
Etudiants	22,4 %	7,2 %

.../...

4°) Diplôme

	<u>2ème enquête</u>	<u>1ère enquête</u>
Sans.....	0,9 %	) ) 29,2 %
C.A.P. - C.E.P. - B.E.P.C.	19 %	) )
Baccalauréat et diplômes infé- rieurs à la li- cence.....	43,9 %	31,5 %
Licence, maîtrise et au-dessus....	36,2 %	39,4 %

5°) Profession du conjoint (2)  
(hommes et femmes ensemble)

Classes populaires	3,2 %
Classes moyennes	33,3 %
Classes supérieu- res.....	47,5 %
Etudiants.....	3,4 %
Sans profession..	12,6 %

6°) Résidence

Paris.....	40,7 %	42,1 %
Banlieue.....	20,1 %	29,8 %
Province.....	21,7 %	21,6 %
Etranger.....	17,5 %	6,5 %

.../...

---

(2) - Même remarque que plus haut : on était conduit à distinguer la 1ère fois les conjoints issus des classes populaires (3,3 %), des classes moyennes (53,4 %) et des classes supérieures (43,3 %).

7°) Mode de visite

	<u>2ème enquête</u>	<u>1ère enquête</u>
Seul.....	43 %	31,4 %
Avec les enfants) En famille.....)	28,4 %	45,6 %
En groupe.....	4 %	5,9 %
Avec des amis...	24,6 %	17,1 %

8°) Indice de satisfaction

Enthousiastes...	25,4 %	7,7 %
Favorables.....	41,4 %	25,9 %
Indécis.....	16,3 %	39,7 %
Défavorables....	4,8 %	10,9 %
Hostiles.....	2,1 %	9,7 %
Hostiles au bâti- ment, favorables au contenu.....	10 %	6,1 %

DESCRIPTION DU PUBLIC

a) Sexe

Notre échantillon comprenait 54,1 % d'hommes et 45,9 % de femmes. On peut faire plusieurs remarques sur ces chiffres :

- la surreprésentation masculine que nous avons constatée dans la première enquête (60 % d'hommes et 40 % de femmes) pouvait être attribuée à la fois aux

conditions de passation de l'enquête (le chef de famille répond très souvent en tant que porte-parole) et aux caractères propres à la fréquentation des lieux culturels.

- dans l'enquête de juin, on peut attribuer l'augmentation du pourcentage des femmes à l'affinement des techniques d'enquête (multiplicité des dates et des lieux de passation et mobilité des enquêteurs). L'origine sociale des femmes apparaît nettement plus élevée que celle des hommes (voir tableau A) : 17,4 % des hommes sont originaires des classes populaires contre 15 % des femmes ; 46,8 % des hommes des classes moyennes contre 38 % des femmes ; 47 % des femmes ont un père appartenant aux classes supérieures contre 35,9 % des hommes. Aux femmes rencontrées en février, issues en majorité des classes moyennes, ont succédé des femmes à fort capital social. Ce nouveau public féminin, plus jeune et plus cultivé reflète l'évolution du Centre Georges Pompidou : au tourisme familial des premiers mois a succédé l'usage individuel des produits culturels les plus divers. On trouve ainsi mêlées les représentantes des fractions cultivées des classes moyennes (agents occupant des positions dominées dans le système d'enseignement e.g. institutrices, animatrices, puéricultrices, bibliothécaires, etc.\*) et les filles d'enseignants, d'ingénieurs, de cadres supérieurs et de professions libérales.

.../...

---

\* Le tableau (B) fait apparaître une surreprésentation des femmes parmi les titulaires du baccalauréat et de diplômes faiblement supérieurs (47,5 % contre 40,7 % d'hommes) : c'est certainement chez les titulaires de ces diplômes en voie de dévaluation que se recrute le public modal d'évènements dispersant fortement l'offre de culture en un même lieu.

b) Age

Dans son ensemble, le public interrogé au mois de juin est beaucoup plus jeune : nous avons compté 62 % de moins de 35 ans contre 44 % en février. Alors que l'âge des visiteurs de février, à peu près également distribués en tranches de 15 à 60 ans, apparentait visiblement la fréquentation du Centre aux succès touristiques traditionnels, le rajeunissement exprime en fait la forte relation entre l'offre culturelle et le niveau d'instruction (1), et d'autre part une sensibilité plus grande des membres jeunes des fractions cultivées des classes moyennes et surtout des classes supérieures, proportionnellement plus nombreux en juin, aux contenus spécifiques de cet équipement culturel intégré. En particulier, le grand nombre des étudiants (22,4 %) a constitué le public le plus assidu des espaces de la bibliothèque.

Le rajeunissement varie selon les classes sociales :

- l'échantillon de la première enquête, qui ne comprenait que neuf membres des classes populaires, interdit toute comparaison. L'épuisement, au-delà de l'âge de 30 ans, du capital de bonne volonté culturelle que les classes populaires sont traditionnellement disposées à investir dans l'évènement culturel, est atténué ici : alors que 51,2 % des membres des classes populaires ont moins de 35 ans, ils sont 31,2 % entre 35 et 60 ans et 18,6 % après 60 ans. Proportionnellement moins nombreux, très classés entre 35 et 60 ans, par rapport aux membres des autres classes, les visiteurs issus des classes populaires fréquentent

.../...

---

(1) - Voir tableau (L). Au sein d'un public dans sa très grande majorité, très fortement diplômé, les moins de 35 ans, qui constituent à eux seuls les 2/3 du public du Centre, sont titulaires d'un diplôme égal ou supérieur au baccalauréat à plus de 80 %.

(18,6 % contre 8,6 % des classes moyennes et 10 des classes supérieures) davantage Beaubourg après 60 ans.

- plus de la moitié des visiteurs issus des classes moyennes avaient moins de 35 ans en juin (53,3 %) et la petite bourgeoisie traditionnelle (commerçants, employés, cadres moyens), plus nombreuse, plus âgée et moins diplômée a fait place à une proportion importante de représentants des fractions nouvelles de la petite bourgeoisie, plus cultivées : 16 % de plus de 60 ans en février contre 8,6 % en juin.

- les membres des classes supérieures sont plus jeunes : mais là encore le niveau d'instruction et le capital culturel croissent, avec le rajeunissement : c'est ainsi que les représentants des professions intellectuelles et libérales, plus nombreux dans l'ensemble, comptent parmi les visiteurs les plus jeunes dans les classes supérieures.

### c) Structure socio-professionnelle du public

A mesure que Beaubourg perdait son caractère d'évènement politico-culturel, la structure socio-professionnelle du public <sup>(1)</sup> se transformait : si la part des classes populaires est restée globalement stable (4,7 % en juin contre 4 % en février), la part des classes moyennes a fortement diminué (33 % en juin contre 58,8 % en février), les faits les plus remarquables sont la progression des classes supérieures (39,9 % contre 30 %) et l'afflux des étudiants (22,4 % contre 7,2 %).

---

(1) - Les chiffres donnés dans ce rapport diffèrent légèrement des résultats publiés de la première enquête. Afin d'établir des comparaisons, nous avons soustrait les étudiants qui étaient distribués, selon le type d'études entre les classes moyennes et les classes supérieures. On passe ainsi respectivement de 62 % à 58,8 % de classes moyennes, et de 34 % à 30 % de classes supérieures. La catégorie des étudiants représente alors 7,2 % des visiteurs de février. Ces corrections ne modifient en rien nos conclusions sur la structure professionnelle du public.

Beaubourg n'est pas un lieu magique : la dynamique de l'évènement politico-culturel n'annule pas la tendance à des classes populaires à l'auto-exclusion. Les rares représentants des classes populaires, en grande majorité ouvriers et manoeuvres, viennent de Paris et de la proche banlieue.

L'afflux des classes moyennes avait constitué la grande nouveauté du Centre Pompidou à son ouverture. En juin, elles étaient d'une part moins nombreuses, mais surtout elles appartenaient à des fractions très différentes de celles qui avaient répondu à l'évènement politico-culturel. L'indice majeur de cette transformation apparaît dans le haut niveau d'instruction de ces classes enregistré en juin. L'élévation générale du niveau d'instruction est sans doute le facteur décisif . On ne doit pas analyser en termes de "démocratisation" ce qui n'est en fait qu'une modification du rapport entre le niveau d'instruction et la position dans la structure de classe (voir tableau M).

Sous le rapport du niveau d'instruction comme sous celui de l'origine sociale (voir tableau N), on peut distinguer deux grandes fractions dans les classes moyennes : au monde traditionnel des petits commerçants et des employés s'opposent les représentants de la "petite bourgeoisie nouvelle" ; les fractions traditionnelles sont d'origine sociale plus basse (93,9 % des petits commerçants sont issus des classes populaires et moyennes, pour les employés de bureau, la proportion est de 84,2 %) ; les nouvelles professions se recrutent dans un milieu social d'origine très différent : ainsi 45,4 % des agents des services médico-sociaux, nébuleuse d'activités en voie de professionnalisation, sont issus des classes supérieures.

Quoique ces classes moyennes apparaissent globalement très instruites, le capital est un principe de division au sein des différentes catégories décrites : par exemple, 64,3 % des petits commerçants se déclarent titulaires du baccalauréat ou d'un diplôme supérieur : même si l'on tient compte de la surestimation du diplôme déclaré, produite par la situation d'enquête, ces chiffres manifestent la présence majoritaire, parmi des catégories sociales qui disposent en général d'un faible capital culturel, d'individus travaillant dans des secteurs d'activité de développement récent et au renouvellement rapide, liés aux modes de la consommation symbolique (commerces de la nouvelle cuisine, de la mode vestimentaire, de l'art de vivre, des biens culturels de grande production).

Les classes supérieures sont davantage représentées en juin (si l'on ne prend en compte que les personnes actives, 34,5 % contre 30 % en février). On retrouve surtout à Beaubourg les fractions cultivées de la classe dominante : 31,8 % sont professeurs (dont un tiers dans l'enseignement supérieur), 25,5 % de producteurs artistiques et d'intermédiaires culturels, 18,1 % de membres des professions libérales (dont près d'un tiers d'architectes). La très faible représentation du monde des affaires est remarquable : elle rappelle que le capital culturel est un des principes du fractionnement des classes supérieures.

Le fait le plus nouveau dans l'enquête de juin est peut-être l'importance du nombre des étudiants (22,4 % des personnes interrogées). Un cinquième d'entre eux fait des études artistiques (histoire de l'art, beaux arts). Pour plus des deux tiers, ils en sont au début du cursus universitaire. Beaubourg joue le rôle d'une "université du soir" (c'est le vendredi soir que la proportion d'étudiants est

la plus forte) : c'est à de tels besoins que le Centre Pompidou répond le plus directement et le plus continûment.

d) diplôme

Le titulaire d'un diplôme équivalent ou supérieur au baccalauréat est le visiteur modal de Beaubourg. Extérieurement, le niveau d'instruction apparaît comme le principe unificateur de ce public (80,1 % des visiteurs interrogés déclarent avoir le baccalauréat ou plus). Bien qu'il ne soit pas un indicateur mécanique de la compétence culturelle et un principe absolu de détermination des pratiques culturelle, il est la barrière la plus forte aux tentatives de démocratisation. Si l'Ecole joue donc aujourd'hui, plus que jamais un rôle actif dans la production de l'aspiration à la culture, elle le remplit d'autant mieux que le Centre Pompidou juxtapose l'offre culturelle la plus élevée et les produits banalisés de la culture moyenne (disques, photo, télévision). Sous cette homogénéité apparente, la hiérarchie demeure et ne se manifeste jamais mieux que dans la relation entre le niveau de diplôme et le type d'activité fréquentée : parmi les titulaires des diplômes les plus élevés (agrégation, diplôme d'une grande école, doctorat), 60 % ont été interrogés dans les espaces consacrés à l'art moderne. La tendance déjà observée au mois de février- la représentation importante des fractions intellectuelles fortement diplômées des classes moyennes et supérieures- s'est accentuée en juin.

e) les effets de l'intégration culturelle

L'analyse de la structure globale du public du Centre Pompidou, telle que nous l'avons menée jusqu'à présent, privilégiait l'unité de lieu : la comparaison des types de publics saisis en divers points du Centre et à di-

vers moments de la semaine interdit de substantialiser ces résultats : nous avons constaté en effet d'importantes variations sous le rapport de l'ensemble des variables passées en revue. A Beaubourg, plus que dans les lieux culturels traditionnels, la logique des parcours, la fréquence des visites et la complémentarité des pratiques manifestent la variété des modes d'appropriation de la culture.

- 1°) les espaces fonctionnels

Cet ensemble de lieux ne constitue pas un département d'activités : on le retient très rarement comme but de visite (seuls 12,3 % des personnes interrogées au Forum lui portaient un intérêt en tant que tel) : c'est l'indice d'un affaiblissement de la simple curiosité pour l'objet Beaubourg (les visiteurs venus pour la première fois au Centre sont proportionnellement plus nombreux dans les espaces de l'art moderne que dans les espaces fonctionnels). Le public de juin, plus instruit et plus cultivé, éprouve moins de difficultés à s'orienter dans le Centre que les visiteurs de février.

Le Centre de Création Industrielle est le lieu le plus ambigu aussi bien par son emplacement que par son contenu. Lieu de passage, il n'a pas vraiment de public spécifique : la structure socio-professionnelle et le niveau d'instruction du public du C.C.I. sont pratiquement identiques à ceux du public de Beaubourg dans son ensemble. Le C.C.I. n'est pas cependant un simple appendice du Forum, aussi ouvert et aussi accessible : alors que le Forum concentre davantage les classes populaires et moyennes (6,1 % de classes populaires et 38 % des classes moyennes contre respectivement 3,7 % et 27,5 % au C.C.I -voir tableau L), le public du C.C.I. est plus jeune (2,7 % du public du C.C.I. a plus de soixante ans contre 10,5 % au Forum - voir tableau L) et d'appartenance sociale plus élevée.

.../...

Le C.C.I. contribue fortement à l'incertitude sur la nature et l'usage du Centre Pompidou : tout en suscitant souvent la perception du Centre comme supermarché ou foire exposition chez les représentants des classes moyennes, il fonde une lecture esthétisante de l'environnement quotidien, qui est généralement le fait des fractions intellectuelles et jeunes des classes supérieures, car elle suppose une sensibilité aux débats sur le design.

- 2°) lecture et information

Les différents niveaux de la B.P.I. et la salle d'actualité concentrent le public le plus homogène : il est très jeune (voir tableau I) ; 42,6 % des usagers ont moins de vingt cinq ans ; 52,4 % viennent de Paris même (77,6 % si l'on regroupe Paris et la proche banlieue). La proportion des Parisiens est encore plus forte dans la Salle d'actualité (59,4 % du public). Les visiteurs sont plus nombreux que partout ailleurs à venir seuls (61,7 % contre 28,8 % des visiteurs de l'art moderne et 39,2 % des enquêtés des espaces fonctionnels). Ils sont les usagers les plus réguliers du Centre : la moitié sont déjà venus trois fois et plus et un peu plus de la moitié déclare ne venir à Beaubourg que pour la Bibliothèque. Le public de ce département d'activité est le moins disposé à user du Centre comme d'un équipement culturel intégré. Comparativement, le public du musée porte davantage d'intérêt à la bibliothèque (47,2 % des usagers de la B.P.I. affirment ne pas avoir l'intention d'aller au musée quand 61,2 % des visiteurs du musée déclarent être allés à la B.P.I. ou en avoir le projet). La lecture ou l'information sont moins associées aux pratiques culturelles nobles que la contemplation des oeuvres d'art moderne (parmi les personnes interrogées au M.A.M. ou à l'exposition Paris-New-York, 53 % déclaraient avoir visité une galerie d'art au cours des six derniers mois, contre 29,9 % parmi les usagers de la B.P.I.) -voir tableau R-

La B.P.I. est surtout un instrument de travail pour les étudiants, dont l'afflux en juin s'est concentré sur ce département (voir tableau L); les membres des classes moyennes, dont sont souvent issus les autodidactes, sont plutôt attirés par la salle d'actualité (31,8 % de classes moyennes à la salle d'actualité contre 20,1 % au 1er et au 3ème étage de la B.P.I.). Ce clivage B.P.I./salle d'actualité s'explique partiellement par l'origine sociale élevée des étudiants (54 % sont issus des classes supérieures).

- 3°) l'art moderne

Plus on s'élève dans le bâtiment, plus la position sociale des visiteurs est élevée : le M.A.M. et l'exposition Paris-New-York concentrent le plus de membres des classes supérieures et particulièrement des fractions cultivées de ces classes ; ils sont les plus nombreux à détenir les diplômes les plus élevés (on compte ainsi 14,2 % de titulaires de l'agrégation, d'un doctorat ou d'un diplôme de grande école parmi les visiteurs des départements d'art moderne contre 9,4 % des personnes interrogées à la B.P.I.). Pour l'ensemble des pratiques culturelles retenues dans l'enquête, à l'exception de la visite d'une foire-exposition, où le rapport s'inverse, les visiteurs du musée sont les plus assidus (voir tableau R). A la différence de la B.P.I., les départements d'art moderne attirent un grand nombre de provinciaux et d'étrangers (voir tableau Q), le plus souvent membre des fractions cultivées des classes supérieures. Les représentants des classes populaires sont encore plus rares ici (alors qu'ils constituent 4,3 % du public du Centre considéré dans son ensemble, ils ne sont plus que 2,4 % au Musée et à Paris-New-York).

Au sein même des lieux de l'art moderne, l'exposition accentuait ces traits (il y a 37,2 % de membres

des classes supérieures au M.A.M. et 45,4 % à Paris-New-York). L'exposition temporaire attire l'élite parisienne et les représentants du champ artistique (11,1 % des visiteurs de Paris New-York sont des producteurs artistiques contre 4,3 % au M.A.M. de même que 6,8 % des intermédiaires culturels contre 2,7 % au Musée). C'est le public type des galeries d'art, familier des avant-gardes : l'âge moyen des visiteurs, plus élevé que dans tous les autres départements du Centre, en est une autre expression. Les visiteurs étrangers de l'exposition appartiennent au public international de l'art contemporain (avocats, architectes, peintres etc..).

---

TABLEAU A

PROFESSION DU PERE SELON LE SEXE DES VISITEURS

	<u>Hommes</u>	<u>Femmes</u>
Agriculteurs.....	3,5 %	4,7 %
Ouvriers, manoeuvres contremaîtres.....	13,9 %	10,3 %
Employés.....	13 %	8,6 %
Petits commerçants et artisans.....	16,5 %	14,4 %
Cadres moyens, techniciens instituteurs.....	13,5 %	13,1 %
Cadres littéraires, scien- tifiques et juridiques...	1,7 %	3,6 %
Cadres supérieurs, ingé- nieurs, professeurs.....	17 %	23,6 %
Patrons de l'industrie et du commerce.....	5,4 %	7,8 %
Professions libérales et artistiques.....	11,8 %	11,9 %
Clergé, armée.....	3,5 %	1,9 %

TABLEAU 3NIVEAU D'INSTRUCTION SELON LE SEXE DES VISITEURS

	<u>Hommes</u>	<u>Femmes</u>
Sans diplôme .....	1 %	0,8 %
C.E.P. - C.A.P.....	8,1 %	5,6 %
B.E.P.C.....	10,2 %	14,2 %
Baccalauréat.....	24,8 %	30,8 %
Diplôme intermédiaire entre le bac et la licence.....	15,9 %	16,7 %
Licence, maîtrise, C.A.P.E.S..	23 %	27,3 %
Agrégation, doctorat, diplôme de grandes écoles, etc.....	17,1 %	4,8 %

TABLEAU CPART DES FEMMES DANS DES CATEGORIES SOCIO-PROFESSIONNELLES TYPE

	<u>Hommes</u>	<u>Femmes</u>
Employés de bureau.....	32,9 %	67,1 %
Instituteurs.....	25 %	75 %
Professeurs du secondaire.....	45,3 %	54,7 %
Professeurs du supérieur.....	70,4 %	29,6 %
Professions libérales.....	66,7 %	33,3 %
Etudiants (sauf en art et histoire de l'art).	50,3 %	49,7 %
Etudiants (en art et en his- toire de l'art)....	39,6 %	60,4 %

TABLEAU D

SEXE DES PERSONNES INTERROGÉES PAR LIEU D'ENQUÊTE

	<u>Hommes</u>	<u>Femmes</u>
Art Moderne.....	51,5 %	48,5 %
Bibliothèque (Salle d'actualité).....	60,1 %	39,9 %
Rez-de-chaussée (Forum/C.C.I.).....	51,1 %	48,9 %

TABEAU E

MODE DE VISITE SELON LE SEXE

	<u>J U I N 1 9 7 7</u>		<u>F E V R I E R 1 9 7 7</u>	
	<u>Hommes</u>	<u>Femmes</u>	<u>Hommes</u>	<u>Femmes</u>
Seul.....	51,4 %	32,6 %	38,4 %	18 %
Avec les enfants..	2,9 %	4,9 %	8,3 %	10,7 %
En famille.....	21,2 %	28,3 %	30 %	49 %
En groupe.....	3,5 %	4,5 %	7 %	4,3 %
Avec des amis.....	21 %	29,6 %	16,2 %	18 %

TABLEAU F

AGE DES VISITEURS SELON LE SEXE

	<u>Hommes</u>	<u>Femmes</u>
15 ans .....	1,1 %	2,2 %
25 ans .....	31,6 %	34,3 %
35 ans .....	27,6 %	27,1 %
48 ans .....	19,6 %	15,8 %
60 ans .....	10,3 %	11,9 %
Plus de 60 ans.....	9,8 %	8,7 %

TABLEAU G

\* (1)

AGE DES VISITEURS SELON LA CLASSE SOCIALE

	<u>classes populaires</u>	<u>classes moyennes</u>	<u>classes supérieures</u>
15 - 25 ans.....	23,3 %	22,2 %	10,1 %
25 - 35 ans.....	27,9 %	31,1 %	37,4 %
35 - 48 ans.....	14 %	25,4 %	25,7 %
48 - 60 ans.....	16,3 %	12,7 %	16,7 %
Plus de 60 ans...	18,6 %	8,6 %	10,1 %

(1) étudiants et sans profession exclus.

\* pour février, les chiffres étaient les suivants :

Agés de	- de 35 ans	entre 35 et 60 ans	plus de 60 ans
- classes populaires	90	0	10
- classes moyennes	46	38	16
- classes supérieures	42	50	8

TABEAU H

	<u>0-15</u> ans	<u>15-25</u> ans	<u>35-48</u> ans	<u>35-48</u> ans	<u>48-60</u> ans	<u>60 et +</u> ans
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Agriculteurs.....	13,3 %	2,3 %	4,3 %	4,7 %	4,6 %	7,7 %
Ouvriers, contremaîtres, manoeuvres.....	13,3 %	12,7 %	9 %	16,3 %	10,3 %	13,8 %
Employés.....	0 %	11 %	13,3 %	8,5 %	10,3 %	13,8 %
Petits commerçants, artisans.....	6,7 %	12,7 %	11,7 %	19,4 %	26,6 %	16,9 %
Cadres moyens, institu- teurs, techniciens.....	26,7 %	13,7 %	17,6 %	7,8 %	9,2 %	12,3 %
Cadres littéraires, scientifiques et juri- diques.....	0 %	3 %	3,2 %	2,3 %	1,1 %	1,5 %
Cadres supérieurs, in- génieurs, professeurs..	20 %	27,3 %	17 %	17,8 %	13,8 %	7,7 %
Patrons de l'indus- trie et du commerce....	0 %	4,7 %	9,6 %	4,7 %	8 %	9,2 %
Professions libérales et artistiques.....	20 %	11 %	12,2 %	14 %	11,5 %	10,8 %
Clergé, armée.....	0 %	1,7 %	2,1 %	4,7 %	3,4 %	6,2 %

TABLEAU IAGE DES VISITEURS SELON LE LIEU DE PASSATION.

	<u>Art Moderne</u>	<u>B.P.I.</u> <u>Salle d'actualité</u>	<u>Forum</u> <u>C.C.I.</u>
0 - 15 ans	2,2 %	1,3 %	1,8 %
15 - 25 ans	25,4 %	41,3 %	32,2 %
25 - 35 ans	29,5 %	26,1 %	26,4 %
35 - 48 ans	21 %	11,9 %	19,8 %
48 - 60 ans	12,9 %	9 %	11,2 %
+ 60 ans	9,1 %	10,3 %	8,6 %

TABLERAU J

NIVEAU D'INSTRUCTION SELON L'AGE DES VISITEURS

		<u>0-15</u> <u>ans</u>	<u>15-25</u> <u>ans</u>	<u>25-35</u> <u>ans</u>	<u>35-48</u> <u>ans</u>	<u>48-60</u> <u>ans</u>	<u>60 et +</u> <u>ans</u>
(n = 8)	Sans diplôme	25 %	25 %	0 %	12,5 %	12,5 %	25 %
(n = 62)	( C.E.P. ( C.A.P.	0 %	24,2 %	16,1 %	25,8 %	12,9 %	21 %
(n = 106)	B.E.P.C.	4,7 %	36,8 %	21,7 %	12,3 %	13,2 %	11,3 %
(n = 245)	BAC	0 %	52,2 %	13,5 %	16,3 %	7,8 %	10,2 %
(n = 145)	Intermédiaire BAC et LICENCE	0 %	39,3 %	29 %	18,6 %	7,6 %	5,5 %
(n = 221)	Licence, maî- trise, CAPES	0 %	24,4 %	44,8 %	14,5 %	12,2 %	4,1 %
(n = 103)	Agrégation, doctorat, di- plôme de gran- de école.....	0 %	5,8 %	42,7 %	25,2 %	17,5 %	8,7 %

## AGE DES VISITEURS SELON LE LIEU DE PASSATION (AFFINEMENT DE LA VARIABLE LIEUX) \*

	<u>M.A.M.</u>	<u>PARIS NEW-YORK</u>	<u>B.P.I. (1er, 3ème)</u>	<u>B.P.I. (2ème)</u>	<u>Salle d'actualité</u>	<u>C.C.I.</u>	<u>Forum</u>	<u>Dégagements</u>
15 ans	0,5 %	4,8 %	0,8 %	1,7 %	1,4 %	0,9 %	2,7 %	0 %
25 ans	27,3 %	22,2 %	41 %	42,4 %	42 %	34,2 %	28,2 %	41,3 %
35 ans	29,4 %	29,4 %	28,7 %	22,9 %	26,1 %	32,4 %	24,5 %	23,8 %
48 ans	21,6 %	19,8 %	8,2 %	16,1 %	11,6 %	21,6 %	21,4 %	11,1 %
	12,9 %	13,5 %	9 %	9,3 %	7,2 %	8,1 %	12,7 %	11,1 %
60 ans	10,3 %	12,3 %	7,6 %	11,6 %	2,7 %	10,5 %	10,5 %	12,7 %

\* On a distingué à l'intérieur des principaux départements d'activité des espaces plus ou moins directement accessibles (le deuxième étage de la B.P.I. mêlait touristes et usagers réguliers, alors que les deux autres étages retenaient davantage le public habituel de la bibliothèque), et des manifestations de caractère plus ou moins sélectif (l'exposition temporaire Paris-New York, payante même le dimanche, se distinguait du Musée . On a cherché enfin à évaluer la consistance propre du public du C.C.I., lieu et non lieu, ouvert et ambigu.

TABLEAU L

## STRUCTURE SOCIO-PROFESSIONNELLE DU PUBLIC SELON LE LIEU DE PASSATION (AFFINE)

	<u>M.A.M.</u>	<u>PARIS NEW-YORK</u>	<u>B.P.I.</u> (1er, 3ème)	<u>B.P.I.</u> (2ème)	<u>Salle d'actualité</u>	<u>C.C.I.</u>	<u>Forum</u>	<u>Dégagement</u>
* Classes popu- laires..... (4,3 %)	2,1 %	2,7 %	4,9 %	4,3 %	4,8 %	3,7 %	6,1 %	8 %
Classes moyennes (28,4 %)	27,1 %	21,4 %	20,1 %	29,3 %	31,8 %	27,5 %	38 %	28,9 %
Classes supé- rieures..... (29 %)	37,2 %	45,4 %	21 %	23,3 %	27 %	30,4 %	23,1 %	20,9 %
Etudiants..... (22,3 %)	20,5 %	19,6 %	34,5 %	28,2 %	19,1 %	21,1 %	16,7 %	24,2 %
Sans profes- sion..... (15,7 %)	13,4 %	11,1 %	19,3 %	15,4 %	17,5 %	17,4 %	16,2 %	17,7 %

\* Nous avons indiqué, entre parenthèses, la part de chaque groupe dans la structure globale du public.

TABLEAU M

NIVEAU D'INSTRUCTION DES VISITEURS SELON LA CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE DES VISITEURS  
APPARTENANT AUX CLASSES MOYENNES

	Sans	C.E.P./C.A.P.	B.E.P.C.	BAC	Intermédiaire entre BAC et licence	C.A.P.E.S Licence Maîtrise	Agrégation Doctorat Gdes Ecoles
Petits commerçants	7,1 %	7,1 %	21,4 %	35,7 %	14,3 %	14,3 %	0 %
Artisans.....	0 %	75 %	25 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Artisans d'art Comm. d'art.....	0 %	0 %	50 %	50 %	0 %	0 %	0 %
Employés de bureau.....	1,4 %	20,5 %	30,1 %	32,9 %	11 %	4,1 %	0 %
Employés de commerce.....	0 %	35,7 %	28,6 %	28,6 %	7,1 %	0 %	0 %
Techniciens.....	0 %	6,3 %	10,4 %	31,3 %	29,2 %	22,9 %	0 %
Cadres moyens administratifs....	0 %	3,3 %	10 %	33,3 %	16,7 %	36,7 %	0 %
Cadres moyens commerciaux.....	0 %	8,7 %	8,7 %	26,1 %	17,4 %	30,4 %	8,7 %
Services médico- sociaux.....	0 %	0 %	12 %	24 %	48 %	16 %	0 %
Instituteurs.....	0 %	0 %	0 %	81,1 %	13,3 %	6,7 %	0 %
Police.....	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	50 %	50 %
Clergé.....	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	50 %	50 %

TABLEAU N

ORIGINE SOCIALE DE FRACTIONS CARACTERISTIQUES DES CLASSES MOYENNES

	<u>classes populaires</u>	<u>classes moyennes</u>	<u>classes supérieures</u>
Petits commerçants.....	12,6 %	81,3 %	6,1 %
Employés de commerce....	40 %	60 %	0 %
Employés de bureau.....	26,3 %	57,9 %	15,8 %
Techniciens.....	29,7 %	51,4 %	18,9 %
Cadres moyens adminis- tratifs.....	8,3 %	62,5 %	29,2 %
Services médico-sociaux	18,1 %	36,5 %	45,4 %

TABLEAU 0

AGE DES MEMBRES DE FRACTIONS CARACTERISTIQUES DES CLASSES MOYENNES

	<u>moins de 35 ans</u>	<u>plus de 35 ans</u> <u>moins de 60 ans</u>	<u>plus de 60 ans</u>
	Petits commerçants.....	42,1 %	52,7 %
Employés de commerce.....	52,1 %	47,3 %	10,6 %
Employés de bureau.....	56,9 %	38 %	5,1 %
Techniciens.....	69,4 %	24,5 %	6,1 %
Cadres moyens administra- tifs.....	43,8 %	43,8 %	12,4 %
Services médico-sociaux..	71,4 %	28,5 %	0 %

TABLEAU 9

MODE DE VISITE SELON LA CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE

	<u>Seul</u>	<u>Avec les enfants</u>	<u>En famille</u>	<u>En groupe</u>	<u>Avec des amis</u>
classes populaires	5,8 %	2,6 %	4,6 %	5 %	1,6 %
classes moyennes..	28,3 %	41 %	24,4 %	19,5 %	25,7 %
classes supérieures	27,8 %	38,7 %	33,4 %	20 %	26,8 %
étudiant.....	27,4 %	2,6 %	7,2 %	22,5 %	31,8 %
sans profession....	10,5 %	15,4 %	21,3 %	40 %	14 %

## LIEU DE RESIDENCE DES VISITEURS SELON LE LIEU D'ENQUETE

	<u>M.A.M.</u>	<u>PARIS NEW-YORK</u>	<u>B.P.I. (1er, 3ème)</u>	<u>B.P.I. (2ème)</u>	<u>Salle d'actualité</u>	<u>C.C.I.</u>	<u>Forum</u>
PARIS.....	18,2 %	42,5 %	50 %	51,3 %	59,4 %	45 %	43,2 %
BANLIEUE.....	17,2 %	14,2 %	31,2 %	24,8 %	14,5 %	11,7 %	22,3 %
PROVINCE.....	32,8 %	16,5 %	13,1 %	19,7 %	17,4 %	21,6 %	21,4 %
ETRANGER.....	31,8 %	26,8 %	5,7 %	4,3 %	8,7 %	21,6 %	13,2 %

TABLEAU R

MANIFESTATIONS VUES DANS LES SIX DERNIERS MOIS  
PAR LES VISITEURS SELON LE LIEU D'ENQUETE (\*)

	<u>Art Moderne</u>	<u>Bibliothèque</u> <u>Salle</u> <u>d'actualité</u>	<u>Forum</u> <u>C.C.I.</u> <u>Dégagements</u>
FOIRE - EXPOSITION.....	18,4 %	23,8 %	27,7 %
MUSEE D'ART.....	69,7 %	54,7 %	51,8 %
GALERIE.....	53 %	29,9 %	34,5 %
MUSEE HISTORIQUE.....	25,2 %	21,9 %	21,3 %
MONUMENTS.....	40,4 %	37 %	38,8 %
MANIFESTATION SPORTIVE	17,4 %	18,3 %	15,5 %

(\*) - les chiffres indiqués correspondent aux réponses positives.

TABLEAU 9

FREQUENCE DES VISITES DU CENTRE SELON LE LIEU D'ENQUETE

	<u>Art Moderne</u>	<u>Bibliothèque</u>	<u>Forum C.C.I. Dégagements</u>
JAMAIS VENU.....	62,7 %	37,8 %	55,3 %
UNE FOIS.....	9,7 %	9 %	12,1 %
DEUX FOIS.....	3,8 %	4,2 %	4,4 %
TROIS FOIS ET PLUS....	23,8 %	49 %	28,3 %

TABLEAU TFREQUENCE DES VISITES DU CENTRE SELON L'AGE DES VISITEURS

	<u>0 - 15</u> <u>ans</u>	<u>15-25</u> <u>ans</u>	<u>25-35</u> <u>ans</u>	<u>35-48</u> <u>ans</u>	<u>48-60</u> <u>ans</u>	<u>60 et +</u> <u>ans</u>
JAMAIS VENU.....	2,4 %	24,6 %	27,6 %	21 %	12,9 %	11,4 %
UNE FOIS.....	1,9 %	41,5 %	26,4 %	15,1 %	11,3 %	3,8 %
DEUX FOIS.....	2,4 %	26,2 %	23,8 %	23,8 %	16,7 %	7,1 %
TROIS FOIS ET PLUS.....	0,6 %	43,8 %	28 %	12,8 %	7,1 %	7,7 %

TABLEAU 0

STRUCTURE SOCIO-PROFESSIONNELLE DU PUBLIC SELON LA DATE DE VISITE

	<u>Mercredi</u> <u>après-midi</u>	<u>Vendredi</u> <u>soir</u>	<u>Samedi</u> <u>midi</u>	<u>Dimanche</u> <u>après-midi</u>
classes populaires	3,4 %	5,9 %	5,6 %	2,6 %
classes moyennes	22,2 %	27,2 %	27,8 %	38,8 %
classes supérieures	31,3 %	22,8 %	32,1 %	29,6 %
étudiants.....	22,2 %	29,8 %	19,1 %	17,6 %
sans profession....	21 %	14,5 %	15,2 %	11,2 %