

les zooms
de L'Observatoire Cetelem**Thème 2 : « La culture dans tous ses états »*****Enquête 2/3 – Mai 2018 : « Entre tradition et modernité : une révolution culturelle ? »***

Enquête réalisée par Harris Interactive en ligne du 15 au 17 mai 2018. Échantillon de 1 007 personnes, représentatif des Français âgés de 18 ans et plus. Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle et région de l'interviewé(e).

*_**

Les zooms de L'Observatoire Cetelem s'intéressent aux nouveaux modes de vie et proposent d'investiguer en profondeur des grands thèmes de société, sollicitant l'avis des Français sur chacun de ces thèmes au travers de trois vagues de sondage. Les zooms viennent ainsi compléter et enrichir le dispositif d'observation et d'études de L'Observatoire Cetelem.

La culture est-elle un objet de consommation comme les autres ? En choisissant la culture pour second grand thème des Zooms 2018, l'Observatoire Cetelem se propose d'explorer le rapport des Français à un objet dont les contours kaléidoscopiques sont définis aussi bien individuellement que collectivement. Élitiste ou ouverte, sclérosée ou toujours en mouvement, objet de contemplation ou de consommation, qu'est-ce après tout, que la culture et comment les Français entrent-ils en dialogue avec elle ? Après avoir travaillé à la définition du périmètre de la culture, le second sondage explore les tensions entre œuvres classiques et contemporaines, en cherchant à mesurer notamment l'impact du numérique et de la dématérialisation.

Que retenir de cette enquête ?

→ Œuvres d'hier, œuvres d'aujourd'hui

S'ils comparent la production artistique actuelle avec les œuvres d'il y a 50 ans, la plupart des Français ne font pas d'opposition majeure. Néanmoins, ils imaginent quelques transformations de fond, imaginant une culture aujourd'hui plus diversifiée (43%), plus accessible (42%) mais également peut-être plus commerciale (61%), et dont la qualité et la capacité à produire des chefs d'œuvre sont davantage questionnées.

→ Classiques et contemporaines, une connaissance des œuvres contrastée

Les Français restent relativement modestes concernant leur connaissance des œuvres, et notamment celles issues de la création contemporaine, que seuls 27% déclarent bien connaître. Ils sont plus nombreux, mais à peine majoritaires (51%) à déclarer avoir une bonne connaissance des œuvres classiques, davantage chez les plus âgés et les catégories les plus aisées. Les canaux traditionnels comme les médias classiques et l'école apparaissent comme les premiers vecteurs d'appropriation, malgré un rôle plus important d'Internet chez les plus jeunes.

→ Une vision complexe de la culture entre référence et indépendance

75% des Français affirment que pour eux, la connaissance des œuvres classiques est importante, 23% allant même jusqu'à déclarer qu'un manque de culture classique leur a déjà porté préjudice. Néanmoins, ils mettent en valeur leur capacité d'indépendance face aux classiques, 45% affirmant qu'ils aiment chercher par eux-mêmes de nouvelles œuvres ou artistes, 70% allant même jusqu'à affirmer qu'ils ne conditionnent pas leurs goûts ou leur appréciation des œuvres à la valorisation extérieure (par la société, les médias, leurs proches).

→ La dématérialisation, un changement structurel

Pour la grande majorité des Français (80%), la dématérialisation est un bouleversement profond du rapport aux œuvres, qui agit non seulement pour les parties prenantes de la culture (artistes, producteurs, etc.) mais également à leur échelle personnelle, en tant que spectateurs. Les supports dématérialisés, s'ils ne représentent pas encore le mode principal d'accès aux biens culturels, occupent une place non négligeable dans leur consommation, notamment chez les plus jeunes.

→ La dématérialisation, quelle culture ?

La dématérialisation se présente comme un outil ayant surtout des effets positifs sur la vie culturelle, qu'il s'agisse de la diffusion (84%), de la conservation des œuvres (75%) ou encore de la culture générale (75%). Les avis sont néanmoins plus modérés quant à la capacité des œuvres numériques à atteindre la même valeur que les œuvres matérielles (57%) voire à devenir des chefs d'œuvre (55%)...

Dans le détail...

Œuvres d'hier, œuvres d'aujourd'hui

- Les Français perçoivent-ils un avant et après Mai 68 dans la production des œuvres culturelles ? **Lorsqu'on leur demande de comparer la production actuelle et celle d'il y a 50 ans, ils mettent aujourd'hui en avant la diversité (43% plus qu'avant) et la facilité d'accès aux œuvres (42%), signe d'une démocratisation progressive de la culture au fil des années.** Cependant, cette démocratisation s'accompagne pour eux d'un véritable questionnement sur la valeur de la production actuelle, le sentiment que les œuvres sont devenues **plus commerciales (61%) étant majoritairement exprimé.** La remise en cause de la qualité (pour 34% moindre que par le passé) et de la capacité à produire des chefs d'œuvre (33% moindre qu'avant) sont par ailleurs les critiques les plus saillantes qui sont adressées aux œuvres d'aujourd'hui, quoi que la majorité penche davantage vers une absence d'évolution sur ces deux points (respectivement 51% et 55%).

Classiques et contemporaines, une connaissance des œuvres contrastée

- Les Français maintiennent une certaine réserve quant à l'affirmation de leur connaissance des œuvres culturelles : une courte majorité seulement (51%) déclare avoir une *bonne connaissance des œuvres culturelles classiques*, parmi lesquels 6% seulement revendiquent une *très bonne connaissance*. Les Français les plus âgés (58% chez les 50 ans et plus), évoluant dans des professions intellectuelles supérieures (59%) ou issus de région parisienne (59%) affirment une plus grande proximité avec cette culture classique que les plus jeunes, les personnes issues des catégories populaires avouant davantage de lacunes. **La connaissance déclarée des œuvres classiques s'avère néanmoins bien plus importante que celle de la création contemporaine que seuls 27% déclarent bien connaître (dont 4% très bien).** Si à nouveau, les catégories aisées se démarquent par une meilleure connaissance affichée (35%), le rapport générationnel s'inverse et les plus jeunes revendiquent une meilleure connaissance des œuvres d'aujourd'hui (36%) que leurs aînés.
- Qu'il s'agisse de la culture classique ou contemporaine, force est de constater que **l'acquisition des connaissances apparaît comme un acte de recherche personnel, nourri principalement par les médias traditionnels tels que la télévision, la radio, etc. (57%).** Mais au-delà de ce canal majoritaire pour les deux types de culture apparaît une vraie diversité des parcours d'accès. On note ainsi la prédominance de l'école et des études dans l'acquisition des œuvres classiques (53%) sur les autres

médias tels qu'Internet ou l'entourage (famille, amis), une préséance qui est concurrencée par Internet (35% contre 31%) dans le cas de la culture contemporaine. **L'âge joue également un rôle majeur dans les canaux choisis, les plus jeunes affirmant avoir développé leur connaissance des œuvres classiques principalement par l'école et les études (55%), mettant également en avant un rôle important d'internet (40%), quand les plus âgés accentuent une connaissance acquise par les médias traditionnels (66%).** Force est de constater également que, pour développer leur culture classique ou contemporaine, les personnes issues des milieux aisés déclarent avoir eu recours, à tous les canaux, se démarquant principalement sur l'influence exercée par le cadre familial ou l'entourage proche.

Une vision complexe de la culture entre référence et indépendance

- **Si 38% des Français indiquent apprécier autant la création classique que la création contemporaine, 29% reconnaissent apprécier surtout les classiques pour 9% seulement qui affirment préférer la création contemporaine.** Les œuvres classiques apparaissent ainsi comme un socle culturel fédérateur pour les Français : 75% d'entre eux estiment en effet qu'il est important de connaître les classiques, un jugement qui est d'autant plus partagé par les amateurs et connaisseurs de ce type d'œuvres (Français de 50 ans et plus, catégories aisées, habitants de région parisienne). Cette importance sociale de la culture classique transparaît concrètement dans la vie de certains Français, dont 23% indiquent que leurs lacunes à ce sujet leur ont déjà porté préjudice (jusqu'à 40% chez les moins de 35 ans, qui déclaraient, rappelons-le, une moins bonne connaissance que la moyenne).
- Maîtriser les œuvres classiques représente donc un enjeu social important, sans pour autant écraser l'univers culturel dans sa totalité. Dans le même temps qu'ils prônent un maintien du socle de connaissances classiques, les Français revendiquent une indépendance de leurs propres coups de cœur culturels. **70% indiquent en effet qu'il n'est pas important pour eux que les œuvres et artistes qu'ils apprécient soient validés par les autres, qu'il s'agisse d'une curation effectuée par la critique médiatique ou par le cercle proche.** 45% affirment par ailleurs leur esprit de curiosité et indiquent apprécier de chercher par eux-mêmes de nouvelles œuvres et artistes encore peu connus.
- La perception qu'ont les Français des adaptations d'œuvres classiques reflète le rapport complexe qu'ils entretiennent avec la culture classique, nécessaire sans être impérieuse. Deux visions des adaptations prédominantes coïncident ainsi dans l'esprit des Français. **Si 38% estiment qu'adaptations et œuvres originales sont des créations détachées, 38% voient plutôt dans les**

adaptations une opportunité de raviver les classiques et de les donner à voir à de nouveaux publics.

Une minorité seulement perçoit l'adaptation comme une déperdition systématique face aux œuvres originales.

La dématérialisation, un changement structurel

- Si la dématérialisation est difficilement l'objet d'une représentation spontanée concrète pour les Français, ils délivrent néanmoins le sentiment d'une nouvelle accessibilité de la culture. Si certains déplorent le recul des supports matériels, source d'une proximité plus grande, selon eux, avec les originaux, leur sacrifice apparaît comme une moindre perte face à la possibilité de démocratiser et de propager les œuvres.
- De manière générale, les Français ont intériorisé l'ampleur du bouleversement provoqué par la dématérialisation des biens culturels : 80% d'entre eux reconnaissant qu'il s'agit d'un changement important pour la création. Non seulement ils visualisent à quel point ce nouveau mode de consommation peut bouleverser l'univers des créatifs et professionnels du milieu culturel (artistes, musées, etc. ; 79%), mais ils prennent la mesure des changements induits dans leur propre rapport aux œuvres. 59% estiment ainsi que la dématérialisation a changé considérablement leur consommation, les plus jeunes (74%) et les personnes issues des catégories les plus aisées ayant encore davantage pris ce tournant.
- Concrètement, **c'est en ce qui concerne la musique que la consommation dématérialisée a pris le plus d'ampleur pour les Français, chaînes internet et plateformes de musique en ligne étant devenues le principal moyen d'accès aux œuvres pour 36% d'entre eux.** Les œuvres picturales, via des musées en ligne ou des pages personnelles d'artistes, des banques d'images sont également consultées principalement en ligne par un tiers des Français. Les livres (16% de recours principal aux livres numériques) et les films (23%) apparaissent comme les produits culturels dont les supports classiques (livre physique, cinéma et télévision) se maintiennent le mieux. Et si aujourd'hui, aucun des supports dématérialisés n'apparaît comme le support d'utilisation majoritaire, le rapport des plus jeunes aux plateformes numériques pourrait bien indiquer de nouveaux bouleversements à venir. **Pour les moins de 35 ans en effet, ces plateformes apparaissent comme les moyens principaux d'accès à la fois à la musique (64% contre 23% chez les 50 ans et plus) et aux les films, 51% déclarant utiliser surtout les plateformes en ligne des chaînes traditionnelles ou les pure players tels que**

Netflix ou Amazon, contre seulement 8% de leurs aînés. Pour les plus jeunes, la dématérialisation s'impose ainsi plus nettement comme un nouveau mode de consommation des biens culturels.

La dématérialisation, quelle culture ?

- Les perceptions qui accompagnent ce nouveau mode de consommation des biens culturels apparaissent par ailleurs comme principalement positives. **Les Français perçoivent ainsi l'augmentation des possibilités pour les artistes, à la fois grâce à une simplification des procédés techniques de création grâce aux outils digitaux (82%) et à la capacité de diffusion des plateformes en ligne leur permettant de se faire connaître plus facilement (87%).** Les Français voient ainsi dans la dématérialisation un soutien à l'énergie créative, démultipliant le champ des possibles, bien plus qu'un recul des compétences techniques liées à la création.
- **Plus généralement ils considèrent que la digitalisation des œuvres culturelles a et aura des apports positifs, aussi bien en termes d'accessibilité (85%) que de diffusion au plus grand nombre (84%), ainsi que de conservation des œuvres dans le temps (75%), le tout étant finalement bénéfique à la culture générale (75%).** La seule zone d'interrogation véritable des Français concerne la capacité des œuvres numériques à atteindre la même valeur que les œuvres matérielles (57%) voire à devenir des chefs d'œuvre (55%), points sur lesquels ils expriment une certaine modération.

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée d'éléments techniques tels que : la méthode d'enquête, les dates de réalisation, la taille de l'échantillon, le nom de l'institut – Harris Interactive – et le commanditaire.

À propos Les Zooms de L'Observatoire Cetelem

Les zooms de L'Observatoire Cetelem s'intéressent aux nouveaux modes de vie et proposent d'investir un grand thème en trois temps, sollicitant l'avis des Français au travers de trois vagues de sondage.

Les zooms viennent ainsi compléter et enrichir le dispositif d'observation et d'études existant de L'Observatoire Cetelem.
www.observatoirecetelem.com /@obs_cetelem

Contacts presse :

Christian Yombe : christian.yombe@bnpparibas-pf.com | +33 6 38 98 71 11

À propos de Harris Interactive

Harris Interactive France est un acteur historique du marché des études.

Dirigé par ses fondateurs Nathalie Perrio-Combeaux et Patrick Van Bloeme, l'institut propose des approches innovantes, qualitatives et quantitatives, en France comme à l'international.

Animé par l'énergie de la passion, porté par l'innovation et convaincu que le marché est en pleine mutation, Harris Interactive accompagne ses clients face à leurs nouveaux challenges et repense avec eux le métier des études.

Depuis juillet 2014, Harris Interactive Europe (regroupant Harris Interactive France, Allemagne et UK) a rejoint ITWP permettant ainsi à ce groupe international d'étendre sa présence dans la filière études.

Suivez l'actualité de Harris Interactive sur www.harris-interactive.fr, [Facebook](#), [Twitter](#) et [LinkedIn](#).

Contacts Harris Interactive en France :

Laurence Lavernhe - - 5 Avenue du Château - 94300 Vincennes – Tel : 01 44 87 60 94 - 01 44 87 60 30 -
llavernhe@harrisinteractive.fr

Jean-Daniel Lévy - Directeur du Département Politique & Opinion - 01 44 87 60 30 - jdlevy@harrisinteractive.fr