****

**Musée du Louvre, service études et recherche**

[anne.krebs@louvre.fr](mailto:anne.krebs@louvre.fr)

Au sein de la Direction de la politique des publics et de l’éducation artistique, le service études et recherche, créé en 2002, conduit des études qualitatives et quantitatives sur les publics, les usages et la réception de l’offre éducative et culturelle. Ces études, dont une synthèse annuelle est disponible sur le site internet du Louvre (<http://www.louvre.fr/llv/musee/publics.jsp>) explorent plusieurs champs complémentaires et couvrent des périmètres variés : musée du Louvre *in situ*, public national ou européen, activités partenariales ou de développement du Louvre à l’international (Louvre-Lens, Louvre Abou Dabi, *MuseumLab* à Tokyo, *High Museum of Art* d’Atlanta…) :

* **Fréquentation et profil-sociodémographique des visiteurs** ; **usages, bénéfices et expérience de la visite**, à travers le *Baromètre des Publics du Louvre*, enquête quantitative en continu qui permet de collecter environ 10 000 questionnaires par an ;
* **Etudes *ad hoc*, à visée stratégique** (impact de la politique tarifaire ; impact économique du Louvre ; prospective de la fréquentation touristique du Louvre à horizon 2020 ; enquête d’attractivité du Louvre-Lens auprès d’échantillons représentatifs des populations belge, française et britannique…) ;
* **Etudes évaluatives de l’offre éducative et culturelle** (expositions temporaires ; nocturnes événementielles ; *MuseumLab* de Tokyo…) ;
* **Etudes sociologiques et ethnographiques** (réception de l’art contemporain au Louvre, image et représentations du Louvre-Lens et de ses œuvres …) ;
* **Etudes à visée marketing** (Gestion de la relation client, pré-tests de campagnes…).

Le deuxième domaine d’activités du service études et recherche porte sur un programme de recherche appliquée, inscrit au Rapport de performance 2009-2011 du musée du Louvre. Il vise à faire connaitre et à diffuser les connaissances acquises sur les publics, les usages et les politiques mises en œuvre à leur intention. Ce programme vient en soutien de thèmes dont le caractère novateur ou stratégique et la dimension d’expérimentation justifient d’en accompagner l’analyse et le développement. Les thèmes retenus relèvent de l’analyse et de la prospective sur les usages et les publics ; des apprentissages et bénéfices retirés de l’expérience muséale et notamment de la place des technologies de l’information et de la communication ; enfin, de la finalité du musée comme espace de production de biens et de valeurs. Ces trois volets font l’objet de partenariats de recherche :

* Recherche sur les formes de la médiation et les aides à la visite (en partenariat avec le Laboratoire *Culture et Communication* de l’Université d’Avignon et des Pays de Vaucluse) ;
* Recherche sur les publics « réels » et « virtuels » (en partenariat avec HEC Paris) ;
* Recherche sur la valeur sociale, culturelle et économique du Louvre (en partenariat avec le Centre d’économie de la Sorbonne - Université Paris I Sorbonne).

Le service études et recherche a également initié un groupe de travail rassemblant des responsables d’études ou des services producteurs de données chiffrées, réseau informel qui accueille 17 organismes ou équipements culturels, patrimoniaux et touristiques[[1]](#footnote-1) afin de partager et d’analyser en continu les résultats et les tendances de fréquentation.

Un deuxième réseau, international, a été constitué en lien avec des musées situés dans diverses régions du monde, avec la même visée d’échanges et de partage des évolutions et des tendances conjoncturelles en matière de publics, de fréquentation, ou de politiques culturelles et tarifaires.

L’activité du service inclut aussi la participation à des conférences généralistes ou académiques ; des publications à visée généraliste ou au sein de revues à comité de lecture ; enfin, des responsabilités régulières ou ponctuelles d’enseignement au sein de mastères spécialisés ou de séminaires de recherche (Sciences Po Paris, Université Paris Dauphine, Université Paris Descartes).

**Dernières publications**

Stéphane Debenedetti, Florence Caro, Anne Krebs (2009), « I’d rather play than look at statues »: The experiences of children with art works and interactive devices at an Art exhibition, *International Journal of Art Management*, vol. 11, n°3, pp. 46-58.

Anne Krebs (2009), Musées et sociétés. Catégories d’action, catégories d’analyse et catégories d’usages, in, *Musées et collections publiques de France*, n° 255/2009/1, pp. 28-31.

Xavier Greffe et Anne Krebs (2011), *Les relations entre les musées et les municipalités en Europe*, rapport du Groupement d’analyse politique E=MU2, financé par l’Union européenne. Le rapport, en français ou en anglais, ainsi qu’un corpus de 14 études de cas sont accessibles en ligne : <http://www.encatc.org/pages/index.php?id=189>

1. Bibliothèque Nationale de France, Centre Georges Pompidou, Centre des monuments nationaux, Château du Haut-Koenigsbourg, Château de Versailles, Cinémathèque française, Cité de l’architecture & du patrimoine, Cité des Sciences et de l’Industrie, Domaine de Chantilly, Domaine national du château de Chambord, Galeries Nationales du Grand-Palais, musée Guimet, musée du Louvre, musée d’Orsay, musée du quai Branly, Palais des Papes d’Avignon et Tour Eiffel. [↑](#footnote-ref-1)