



**HAL**  
open science

## LES PRATIQUES CULTURELLES AU LUXEMBOURG

Monique Borsenberger, Stéphanie Cassilde, Christian Lamour, Julia Bardes,  
Laureen Vanni, Anne Villeret

► **To cite this version:**

Monique Borsenberger, Stéphanie Cassilde, Christian Lamour, Julia Bardes, Laureen Vanni, et al..  
LES PRATIQUES CULTURELLES AU LUXEMBOURG : Volume 1/2 – Résultats de l'enquête Cul-  
ture 2009. [Rapport de recherche] CEPS/INSTEAD, Luxembourg. 2011. halshs-01574801

**HAL Id: halshs-01574801**

**<https://shs.hal.science/halshs-01574801>**

Submitted on 16 Aug 2017

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

# **LES PRATIQUES CULTURELLES AU LUXEMBOURG**

*Volume 1/2 – Résultats de l'enquête Culture 2009*

Monique Borsenberger

Stéphanie Cassilde

Christian Lamour

Julia Bardes

Laureen Vanni

Anne Villeret

Septembre 2011



# TABLE DES MATIERES

LISTE DES TABLEAUX.....	11
LISTE DES GRAPHIQUES.....	13
INTRODUCTION.....	15
CONTEXTE.....	15
ENJEUX.....	18
L'ÉVOLUTION DECENNALE DE LA PARTICIPATION CULTURELLE.....	18
LA STRATIFICATION SOCIALE DES PRATIQUES CULTURELLES.....	22
CHAPITRE 1. LA CULTURE AUDIOVISUELLE ET MEDIATIQUE.....	24
1. L'ÉQUIPEMENT MULTIMEDIA.....	24
2. LA TELEVISION.....	26
2.1. LE POIDS CROISSANT DE LA TELEVISION DANS LES LOISIRS QUOTIDIENS.....	26
2.2. LA TELEVISION, ENCORE RAREMENT REGARDÉE AVEC D'AUTRES.....	28
2.3. LES GOUTS TELEVISUELS.....	29
2.4. L'ATTACHEMENT A LA TELEVISION.....	36
3. LA VIDEO.....	37
3.1. TEMPS CONSACRÉ AUX VIDEOS.....	37
3.2. LES ÉCHANGES DE VIDEOS.....	38
4. LA RÉVOLUTION NUMÉRIQUE.....	39
4.1. INTERNET.....	39

4.1.1. La fréquence d'utilisation.....	39
4.1.2. Les usages culturels et communicationnels d'Internet.....	41
4.1.3. L'attachement à Internet.....	48
4.2. AUTRES LOISIRS NUMERIQUES.....	49
5. LE POIDS DE LA CULTURE DE L'ÉCRAN DANS LES LOISIRS QUOTIDIENS : RECAPITULATIF .....	51
6. LA RADIO.....	53
7. LA MUSIQUE.....	54
7.1. FREQUENCE D'ÉCOUTE MUSICALE .....	54
7.2. GOUTS MUSICAUX .....	55
<b>CHAPITRE 2. LA CULTURE DE L'ÉCRIT .....</b>	<b>60</b>
1. LA PRESSE ECRITE.....	60
1.1. LA LECTURE DES QUOTIDIENS .....	60
1.1.1. Fréquence de lecture.....	60
1.1.2. Profil sociodémographique du lectorat.....	61
1.2. LA LECTURE DE MAGAZINES .....	63
1.2.1. Fréquence de lecture.....	63
1.2.2. Types de magazines lus.....	64
1.3. LES ABONNES .....	69
2. LES LIVRES.....	69
2.1. LA BIBLIOTHEQUE FAMILIALE .....	69
2.2. LES PRATIQUES D'ACHAT.....	71

2.2.1. Le nombre de livres achetés.....	71
2.2.2. La pratique d'achat des lecteurs de livres.....	73
2.2.3. Les canaux d'achat.....	73
<b>2.3. GROS ET PETITS LECTEURS.....</b>	<b>74</b>
2.3.1. Nombre de livres lus au cours de l'année écoulée.....	74
2.3.2. Evolution par rapport à 1999.....	76
2.3.3. Fréquence de lecture.....	79
2.3.4. Les représentations sociales de la pratique de lecture : appréciation objective et subjective.....	80
<b>2.4. LES GOUTS LITTERAIRES.....</b>	<b>81</b>
<b>2.5. SOCIABILITE AUTOUR DU LIVRE.....</b>	<b>83</b>
<b>2.6. INCITATIONS ET OBSTACLES A LA LECTURE.....</b>	<b>84</b>
2.6.1. Le choix des livres.....	84
2.6.2. Les raisons de ne pas lire.....	85
<b>2.7. LE POIDS DES HABITUDES PRISES DANS L'ENFANCE ET DE L'ENVIRONNEMENT FAMILIAL PRIMAIRE.....</b>	<b>86</b>
<b>3. LA FREQUENTATION DES BIBLIOTHEQUES.....</b>	<b>87</b>
3.1. LE NOMBRE D'INSCRITS.....	87
3.2. FREQUENCE DE VISITE.....	88
3.3. LE TYPE DE BIBLIOTHEQUES.....	89
3.3.1. Les usages de la bibliothèque.....	89
<b>CHAPITRE 3. LES SORTIES CULTURELLES.....</b>	<b>91</b>

1.	LA PARTICIPATION A LA VIE CULTURELLE : EVOLUTION SUR LA PERIODE 1999-2009 .....	91
1.1.	LE TAUX DE FREQUENTATION DES EQUIPEMENTS CULTURELS.....	91
1.2.	LES PUBLICS DE LA CULTURE .....	92
2.	LA FREQUENTATION DES EQUIPEMENTS CULTURELS : INTENSITE ET LOCALITE .....	95
2.1.	LE CINEMA .....	95
	2.1.1. Fréquence de sortie.....	95
	2.1.2. Localité.....	96
2.2.	LES SPECTACLES VIVANTS .....	97
	2.2.1. Les spectacles en général : fréquence de sortie.....	97
	2.2.2. Le théâtre, la danse et la musique.....	98
	2.2.3. Les abonnés.....	100
	2.2.4. Autres spectacles vivants.....	101
2.3.	LES FESTIVALS .....	102
	2.3.1. Taux de participation.....	102
	2.3.2. Types de festival fréquentés.....	104
2.4.	MUSEE ET PATRIMOINE.....	105
	2.4.1. Les sites les plus fréquentés.....	105
	2.4.2. Musées : intensité et localité.....	107
	2.4.3. Tourisme et patrimoine.....	108
3.	VERS UNE ANALYSE GLOBALE DES SORTIES.....	109
4.	INCITATIONS ET OBSTACLES A LA FREQUENTATION DES EQUIPEMENTS CULTURELS.....	114

4.1.	L'ABSENCE DE PARTICIPATION .....	114
4.1.1.	Les raisons de la non fréquentation.....	114
4.1.2.	Le poids de la socialisation primaire.....	116
4.2.	MOTIVATIONS ET SOURCES D'INCITATION .....	117
4.2.1.	La manière de choisir ses sorties culturelles.....	117
4.2.2.	Les bénéfices retirés de l'expérience culturelle.....	119
4.3.	L'IMPORTANCE ACCORDEE A LA CULTURE .....	120
4.4.	APPRECIATION DE L'OFFRE CULTURELLE AU LUXEMBOURG .....	121
4.4.1.	Satisfaction.....	121
4.4.2.	Les conditions d'une participation plus élevée.....	122
4.4.3.	Impact de l'Année culturelle 2007.....	124
4.5.	L'INCIDENCE DE LA CRISE ECONOMIQUE .....	125
CHAPITRE 4. LES PRATIQUES EN AMATEUR : ACTIVITES ARTISTIQUES ET NOUVELLES PRATIQUES		
	NUMERIQUES.....	127
1.	APERÇU GENERAL DE LA PRATIQUE EN AMATEUR.....	127
1.1.	EVOLUTION PAR RAPPORT A 1999.....	127
1.2.	PRATIQUES ARTISTIQUES, SPORTIVES, COURS ET STAGES .....	128
1.2.1.	Pratiques artistiques et pratiques sportives.....	128
1.2.2.	Cours et stages suivis.....	129
2.	LA MUSIQUE ET LE CHANT .....	130
2.1.	LA PRATIQUE MUSICALE .....	130
2.2.	LA MANIERE DE PRATIQUER .....	132

2.3.	SAVOIR-FAIRE MUSICAL .....	133
3.	LA PHOTOGRAPHIE ET LA VIDEO .....	134
3.1.	PRATIQUE ET EQUIPEMENT : EVOLUTION PAR RAPPORT A 1999.....	134
3.2.	LES PUBLICS CONCERNÉS .....	136
4.	AUTRES ACTIVITES ARTISTIQUES.....	137
5.	LIENS ENTRE LES PRATIQUES AMATEURS TRADITIONNELLES ET LES NOUVELLES PRATIQUES NUMERIQUES .....	138
<b>CHAPITRE 5. PRATIQUES CULTURELLES, TEMPS LIBRE ET SOCIABILITE.....</b>		<b>141</b>
1.	LES ACTIVITES DE LOISIRS .....	141
1.1.	LE SPORT .....	141
	1.1.1. Fréquence.....	141
	1.1.2. Manière de pratiquer.....	143
1.2.	LES HOBBIES .....	144
1.3.	LES SORTIES DISTRACTIVES .....	148
2.	VACANCES ET WEEK-ENDS .....	149
3.	LA PARTICIPATION SOCIALE .....	151
3.1.	L'ENGAGEMENT BENEVOLE .....	151
	3.1.1. Fréquence.....	151
	3.1.2. Les secteurs d'activité de l'engagement bénévole.....	153
3.2.	LES CLUBS SERVICES.....	154
4.	SORTIES ET SOCIABILITE .....	155

4.1.	LES SORTIES .....	155
4.1.1.	Les types de sorties les plus fréquentes.....	155
4.1.2.	Fréquence des sorties nocturnes.....	157
4.2.	PRATIQUES DE SOCIABILITE.....	157
4.2.1.	Recevoir à déjeuner ou à dîner.....	157
4.2.2.	Les réseaux sociaux les plus mobilisés : fréquence de rencontres avec les différents membres de son entourage.....	158
4.3.	IMPORTANCE ET DIVERSITE DU RESEAU SOCIAL : AUTO-APPRECIATION.....	160
4.3.1.	Importance et diversité sociale du réseau amical.....	160
4.3.2.	Cosmopolitisme du réseau amical.....	162
5.	VERS UNE ANALYSE GLOBALE DES PRATIQUES CULTURELLES ET DE LA SOCIABILITE.....	163
5.1.	ARTICULER L'ENSEMBLE DES PRATIQUES CULTURELLES .....	163
5.2.	UNE ANALYSE GLOBALE DE LA SOCIABILITE.....	169
	<b>CHAPITRE 6. CULTURE ET MULTICULTURALISME .....</b>	<b>175</b>
1.	PROFILS « CULTURELS » DES RESIDENTS .....	175
1.1.	MULTICULTURALISME.....	175
1.2.	PLURILINGUISME .....	177
1.2.1.	Les relations langagières.....	177
1.2.2.	Les capacités linguistiques.....	178
1.3.	LES CONTACTS INTERCOMMUNAUTAIRES .....	180
2.	LES LANGUES PRIVILEGIEES DE LA CULTURE .....	181
2.1.	LES CHAINES DE TELEVISION LES PLUS REGARDEES .....	181

2.2.	LA PRESSE ECRITE.....	183
2.2.1.	Langues de lecture.....	183
2.2.2.	Presse nationale et presse étrangère.....	185
2.3.	LA LECTURE DE LIVRES .....	187
3.	LA CONNAISSANCE DES PERSONNALITES DE LA CULTURE LUXEMBOURGEOISE .....	189
	CONCLUSION.....	192
	LA CONSECRATION DE LA CULTURE DE L'ÉCRAN .....	192
	UNE PARTICIPATION CULTURELLE A LA HAUSSE .....	193
	PRATIQUES CULTURELLES, SORTIES ET DIFFERENCIATION SOCIALE .....	197
	PRATIQUES CULTURELLES ET SOCIABILITE DANS UNE SOCIETE MULTICULTURELLE .....	197
	ANNEXE 1 : METHODOLOGIE .....	200

# LISTE DES TABLEAUX

## CHAPITRE 1

Tableau 1 : Equipement multimédia - évolution 1999-2009.....	24
Tableau 2 : Temps quotidien consacré à la télévision - évolution 1999-2009.....	26
Tableau 3 : Regarder la télévision avec des personnes autres que les membres du ménage...	28
Tableau 4 : Les programmes les plus regardés.....	29
Tableau 5 : Les programmes regardés - évolution sur la période 1999-2009.....	30
Tableau 6 : L'attachement à la télévision.....	36
Tableau 7 : Les usages culturels et communicationnels des internautes.....	41
Tableau 8 : Le temps quotidien passé devant un écran.....	51
Tableau 9 : Les goûts musicaux.....	55

## CHAPITRE 2

Tableau 10 : Fréquence de lecture de la presse quotidienne.....	60
Tableau 11 : Fréquence de lecture ds magazines.....	63
Tableau 12 : Types de magazines lus le plus souvent.....	64
Tableau 13 : Nombre de livres achetés au cours des 12 derniers mois.....	71
Tableau 14 : Pratique d'achat du lectorat en 2009.....	73
Tableau 15 : Les canaux d'achat.....	73
Tableau 16 : Fréquence de lecture.....	79
Tableau 17 : Appréciation subjective et objective de la pratique de lecture.....	80
Tableau 18 : Catégories de livres lus le plus souvent (3 choix possibles).....	81
Tableau 19 : La sociabilité autour du livre.....	83
Tableau 20 : La manière de choisir ses livres.....	84
Tableau 21 : Les obstacles à la pratique de lecture.....	85
Tableau 22 : L'influence de la socialisation primaire et des habitudes prises dans l'enfance sur les pratiques de lecture actuelles.....	86
Tableau 23 : L'influence de la socialisation primaire et des pratiques de lecture actuelles.....	86
Tableau 24 : Les bibliothèques les plus fréquentées.....	89
Tableau 25 : Les usages de la bibliothèque.....	89

## CHAPITRE 3

Tableau 26 : Evolution des taux de fréquentation des équipements au sein de quelques catégories sociales types.....	93
Tableau 27 : Lieu principal de fréquentation des salles de cinéma.....	96
Tableau 28 : Nombre de sorties annuelles.....	98
Tableau 29 : Types de festival les plus fréquentés.....	104
Tableau 30 : Sites du patrimoine les plus visités.....	105
Tableau 31 : La dimension touristique associée à la fréquentation des musées et autres sites patrimoniaux.....	108
Tableau 32 : Les motifs invoqués à l'absence de sorties culturelles.....	114
Tableau 33 : L'influence des habitudes parentales durant l'adolescence sur les pratiques actuelles.....	116
Tableau 34 : Les sources d'influence dans l'orientation des sorties culturelles.....	117
Tableau 35 : Les bénéfices retirés ou attendus des sorties culturelles.....	119

Tableau 36 : La place de la culture relativement à d'autres réalités.....	120
Tableau 37 : Les conditions d'une participation plus élevée.....	122

## CHAPITRE 4

Tableau 38 : La pratique en amateur - évolution sur la période 1999-2009.....	127
Tableau 39 : Pratiques artistiques et pratiques sportives.....	128
Tableau 40 : La manière de pratiquer - pratiques collectives et apprentissage musical.....	132
Tableau 41 : Evolution de l'équipement et de la pratique en amateur dans le domaine de la photo et de la vidéo.....	134
Tableau 42 : Lien entre pratiques amateurs traditionnelles et nouvelles activités numériques.....	138

## CHAPITRE 5

Tableau 43 : Fréquence de la pratique sportive.....	141
Tableau 44 : La manière de pratiquer - où et avec qui.....	143
Tableau 45 : Fréquence des activités de loisirs.....	144
Tableau 46 : Membre d'un Club service.....	154
Tableau 47 : Les sorties les plus fréquentes.....	155
Tableau 48 : A quelle fréquence avez-vous invité, reçu ou êtes-vous sorti avec.....	158

## CHAPITRE 6

Tableau 49 : Les relations langagières.....	177
Tableau 50 : Les capacités linguistiques .....	178
Tableau 51 : Chaînes de télévision regardées le plus souvent.....	181
Tableau 52 : Langues de lecture de la presse - évolution sur la période 1999-2009 .....	183
Tableau 53 : Langues de lecture des livres et des BD.....	187
Tableau 54 : Les grands noms de la culture luxembourgeoise.....	190

# LISTE DES GRAPHIQUES

## CHAPITRE 1

Graphique 1 : Regarder la télévision - fréquence.....	26
Graphique 2a : Les goûts télévisuels – analyse en correspondance multiple et classification ascendante hiérarchique sur l’ensemble de la population.....	32
Graphique 2b : Les goûts télévisuels – analyse en correspondance multiple et classification ascendante hiérarchique sur une population hors élèves et étudiants.....	33
Graphique 3 : Evolution de la consommation de vidéos 1999-2009.....	37
Graphique 4 : Nombre de vidéos échangées avec des gens de son entourage.....	38
Graphique 5 : Fréquence d'utilisation d'Internet à des fins personnelles.....	39
Graphique 6a : Les usages d'Internet – analyse en correspondance multiple et classification ascendante hiérarchique sur l’ensemble des internautes au moins mensuels.....	44
Graphique 6b : Les usages d'Internet – analyse en correspondance multiple et classification ascendante hiérarchique sur les internautes au moins mensuels adultes ....	45
Graphique 7 : L’attachement à Internet.....	48
Graphique 8 : L'usage de l'ordinateur à des fins culturelles et artistiques.....	49
Graphique 9 : Fréquence de l'écoute radiophonique - évolution sur la période 1999-2009....	53
Graphique 10 : Fréquence de l'écoute musicale - évolution sur la période 1999-2009.....	54
Graphique 11a : Les goûts musicaux – analyse en correspondance multiple et classification ascendante hiérarchique sur l’ensemble de la population.....	58
Graphique 11b : Les goûts musicaux – analyse en correspondance multiple et classification ascendante hiérarchique sur l’ensemble de la population hors élèves et étudiants.....	59

## CHAPITRE 2

Graphique 12a : Les types de magazines lus – analyse en correspondance multiple et classification ascendante hiérarchique sur l’ensemble de la population.....	67
Graphique 12b : Les types de magazines lus – analyse en correspondance multiple et classification ascendante hiérarchique sur la population hors élèves et étudiants.....	68
Graphique 13 : Proportion de ménages abonnés.....	69
Graphique 14 : Nombre de livres dans le foyer.....	69
Graphique 15 : Nombre moyen de dictionnaires et d'encyclopédies par ménage évolution sur la période 1999-2009.....	70
Graphique 16 : Nombre de livres et de BD lus au cours des 12 derniers mois.....	74
Graphique 17 : Evolution de la pratique de lecture de livres sur la période 1999-2009.....	76
Graphique 18 : Evolution de la pratique de lecture au sein de quelques catégories sociales types.....	77
Graphique 19 : Le taux d'inscription à une bibliothèque.....	87
Graphique 20 : Rythme de fréquentation des bibliothèques.....	88

## CHAPITRE 3

Graphique 21 : La participation culturelle - évolution sur la période 1999-2009.....	91
Graphique 22 : Fréquence des sorties au cinéma - évolution sur la période 1999-2009.....	95
Graphique 23 : Fréquence des sorties à un spectacle - évolution sur la période 1999-2009....	97

Graphique 24 : La proportion d'abonnés à un théâtre ou autre lieu culturel.....	100
Graphique 25 : Pourcentage de la population s'étant rendu à l'un des spectacles suivants au cours des 12 derniers mois.....	101
Graphique 26 : Nombre de festivals fréquentés au cours de l'année écoulée.....	102
Graphique 27 : Localité des festivals fréquentés.....	102
Graphique 28 : Nombre de musées fréquentés au cours des 12 derniers mois.....	107
Graphique 29 : Localité des musées fréquentés.....	107
Graphique 30a : Les sorties culturelles – analyse en correspondance multiple et classification ascendante hiérarchique sur l'ensemble de la population.....	112
Graphique 30b : Les sorties culturelles – analyse en correspondance multiple et classification ascendante hiérarchique sur la population hors élèves et étudiants.....	113
Graphique 31 : Appréciation de l'offre culturelle du Luxembourg.....	121
Graphique 32 : L'impact de l'événement "Luxembourg et Grande région, capitale européenne de la culture 2007" sur les sorties culturelles.....	124
Graphique 33 : L'incidence de la crise économique sur les consommations culturelles.....	125

## CHAPITRE 4

Graphique 34 : Cours ou stages suivis en dehors du travail au cours des 12 derniers mois...	129
Graphique 35 : Pratiques musicales en amateur au cours des douze derniers mois.....	130
Graphiques 36 : Savoir faire musical .....	133
Graphique 37 : Autres pratiques artistiques amateurs.....	137
Graphique 38 : Pratiques en amateur traditionnelles et sur ordinateur.....	139

## CHAPITRE 5

Graphique 39 : Loisirs, hobbies - évolution de la pratique.....	146
Graphique 40 : Sorties distractives effectuées au cours des 12 derniers mois.....	148
Graphique 41 : Nombre de séjours en vacances et en week-end.....	149
Graphique 42 : L'engagement dans une activité bénévole et fréquence de cette activité.....	151
Graphique 43 : Les principaux secteurs d'activité de l'engagement bénévole.....	153
Graphique 44 : Fréquence des sorties le soir.....	157
Graphique 45 : Fréquence de réception à domicile.....	157
Graphique 46 : Diriez-vous que vous avez beaucoup ou peu d'amis ?.....	160
Graphique 47 : Diriez-vous que votre réseau d'amis est composé surtout de gens.....	161
Graphique 48 : Nombre de nationalités différentes fréquentées au sein du cercle amical.....	162
Graphique 49a : Les pratiques culturelles – analyse en correspondance multiple et classification ascendante hiérarchique sur l'ensemble de la population.....	167
Graphique 49b : Les pratiques culturelles – analyse en correspondance multiple et classification ascendante hiérarchique sur la population hors élèves et étudiants .....	168
Graphique 50a : La sociabilité – analyse en correspondance multiple et classification ascendante hiérarchique sur l'ensemble de la population.....	173
Graphique 50b : La sociabilité – analyse en correspondance multiple et classification ascendante hiérarchique sur la population hors élèves et étudiants.....	174

## CHAPITRE 6

Graphique 51 : Evolution de la composition de la population.....	175
Graphique 52 : La lecture de la presse luxembourgeoise et étrangère.....	185

# INTRODUCTION

## CONTEXTE

A l'instar des enquêtes menées au sein de la plupart des pays européens, le Ministère de la Culture a souhaité disposer à la fin des années 1990 d'une enquête sur les pratiques culturelles afin d'améliorer sa connaissance des publics de la culture. Cette première enquête, réalisée en 1999 par le CEPS/INSTEAD (Centre d'Etudes de Populations, de Pauvreté et de Politiques Socio-Economiques) a permis de dresser un état des lieux (représentatif) des différentes pratiques culturelles, médiatiques et activités socioculturelles de la population luxembourgeoise<sup>1</sup>. Ce questionnaire a par ailleurs été conçu de manière à pouvoir comparer les résultats luxembourgeois avec ceux obtenus d'autres pays européens, comme la France. L'un des principaux résultats de cette étude a été la mise à jour d'un certain clivage entre « pratiques cultivées » et « pratiques domestiques » ; les premières rappelant le fonctionnement de la culture traditionnelle, plus élitiste, davantage réservée à des initiés et prétexte à la différenciation sociale.

Suite à cette première étude, le Ministère de la Culture a souhaité approfondir ses connaissances sur les publics de différents domaines culturels à travers une série d'enquêtes dites « thématiques ». En 2001, le Ministère de la Culture a commandité une enquête sur les pratiques de lecture de la population luxembourgeoise<sup>2</sup>. En 2002, ce furent les pratiques de concerts qui furent passées au crible<sup>3</sup>. Dans un cas comme dans l'autre, il s'agissait d'enrichir le descriptif de ces deux types d'activités culturelles et d'affiner la compréhension des mécanismes favorisant ou, inversement, entravant la participation culturelle.

En 2004, le Ministère de la Culture a confié au CEPS/INSTEAD la réalisation d'une enquête relative aux pratiques culturelles des 6-19 ans, catégorie d'âge de la population non couverte par l'enquête sur les pratiques culturelles de 1999 et généralement absente de l'approche

---

<sup>1</sup> Aubrun A., Borsenberger M., Hausman P. et Menard G. (2001) *Les pratiques culturelles au Luxembourg*, étude commanditée par le Ministère de la Culture, de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche, Differdange : CEPS/INSTEAD

<sup>2</sup> Borsenberger M. (2004) *Les pratiques de lecture au Luxembourg*, étude commanditée par le Ministère de la Culture, de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche, Differdange : CEPS/INSTEAD

<sup>3</sup> Borsenberger M. (2005) *Les pratiques de concerts au Luxembourg*, étude commanditée par le Ministère de la Culture, de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche, Differdange : CEPS/INSTEAD

statistique et sociologique. Ces résultats<sup>4</sup> forment une source d'informations précieuse car, comme le soulignent un certain nombre d'études<sup>5</sup>, l'intérêt pour la culture naît souvent dès l'enfance et les habitudes prises à cet âge de la vie jouent un rôle déterminant sur les pratiques culturelles adultes. La comparaison avec les pratiques culturelles adultes, recueillies par les enquêtes successives de 1999 et de 2005, a permis de souligner les spécificités de la jeunesse dans son rapport à l'art et à la culture, et, par là, d'apprécier le rôle de l'école, en tant qu'instance de socialisation commune à cette frange de la population, dans la découverte et la poursuite de certaines activités culturelles. Cette étude a montré toutefois que, malgré le rôle initiateur incontestable de l'école dans nombre de sorties et pratiques culturelles, celui-ci ne suffit pas à faire disparaître les inégalités sociales qui se manifestent dès le plus jeune âge dans l'accès à la culture<sup>6</sup>. Cette enquête sur les jeunes était également l'occasion de s'interroger sur les effets de la montée en puissance des médias audiovisuels sur la relation au savoir, à l'art et à la culture mais aussi sur les conditions d'une démocratisation possible de l'accès à la culture. Force est de constater, à ce sujet, la persistance de fortes disparités sociales dans l'orientation des loisirs audiovisuels et culturels juvéniles. On remarquera, par ailleurs, l'emprise toujours plus forte des consommations audiovisuelles sur les loisirs culturels domestiques avec, en corollaire, un certain déclin de la culture du livre et de l'écrit au sein des jeunes générations. Malgré l'environnement hautement incitatif à la lecture que forme l'école, cette pratique semble accuser, en partie, les effets de la concurrence des loisirs audiovisuels<sup>7</sup>.

En 2005, le Ministère de la Culture a commandité une enquête sur les pratiques de la population en matière d'équipements culturels<sup>8</sup>. Cette nouvelle enquête s'est intéressée plus particulièrement aux habitudes de visites des équipements culturels, questions soulevées par l'enquête de référence de 1999.

En 2009, le Ministère de la Culture a souhaité réitérer l'enquête *Pratiques culturelles au Luxembourg*, dix ans après la première enquête du genre dans ce pays, assurant ici un premier suivi dans le temps de l'ensemble des activités de consommation ou de participation liées de près ou de loin à la vie intellectuelle et artistique du pays.

---

<sup>4</sup> Borsenberger M., Lorentz N., Hauret L. (2008) « *Les pratiques culturelles des jeunes de 6 à 19 ans au Luxembourg* », (CEPS/INSTEAD), Etude commanditée par le Ministère de la Culture, de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche ; Luxembourg.

<sup>5</sup> Tavan C. (2003), « Les Pratiques culturelles : le rôle des habitudes prises dans l'enfance », *INSEE PREMIERE*, n°883

<sup>6</sup> Bardes J. et Lorentz N. (2009) « Les sorties culturelles des jeunes de 6 à 19 ans », *Population et Emploi*, n°37, Differdange : CEPS/INSTEAD

<sup>7</sup> Bardes J. (2009) « Livres et multimédia. La culture chez les jeunes », *Population et Emploi*, n°39, Differdange : CEPS/INSTEAD

<sup>8</sup> Liégeois P. (2007) *Les équipements culturels au Luxembourg*, étude commanditée par le Ministère de la Culture, de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche, Differdange : CEPS/INSTEAD

Dans un souci de comparaison, cette étude s'est donc attachée à reproduire un certain nombre de questions de l'enquête de 1999. Elle a également cherché à affiner la compréhension des mécanismes favorisant ou inversement entravant l'accès à l'art et à la culture. Par delà les grands clivages socioculturels bien connus de la sociologie (niveau d'éducation, statut social, origine sociale,...), cette enquête s'est également intéressée à la question des sociabilités culturelles (importance du réseau social dans la formation des goûts et des préférences culturelles<sup>9</sup>, formes de sociabilité créées par les activités culturelles), des habitudes culturelles prises dans l'enfance, des raisons invoquées à l'absence de pratique ou encore des sources d'incitation à la participation culturelle. A la demande du Ministère, nous avons également recueilli une appréciation globale de l'offre culturelle luxembourgeoise et des souhaits exprimés par la population en vue d'une participation plus élevée.

Cette enquête s'est également engagée dans une description plus détaillée des univers culturels en interrogeant le rapport à l'art et à la culture non seulement sous l'angle des consommations culturelles (récurrence de la pratique), mais également d'un point de vue plus qualitatif, en introduisant la question des goûts et des préférences culturelles (types de livres lus le plus souvent, styles de musique préférés, émissions de télévision les plus regardées,...). En effet, la pratique télévisuelle n'a peut-être pas la même signification selon que l'on regarde essentiellement des programmes culturels ou des émissions de télé-réalité, de même que la pratique de lecture n'a pas le même sens selon qu'il s'agit de livres de cuisine ou d'œuvres de littérature classique. Si les hiérarchies culturelles mises en avant dans la sociologie de la Distinction<sup>10</sup> tendent aujourd'hui à être remises en question, des études qualitatives<sup>11</sup> montrent que les pratiques continuent à être hiérarchisées : toutes les pratiques ne se valent pas, mais font l'objet de jugements sociaux de la part de ceux qui s'y adonnent, jugements qui, selon la thèse de Bourdieu, contribuent à la reproduction de la différenciation sociale et des phénomènes de domination. Enfin, l'appréhension du rapport à l'art et la culture pouvant encore se faire sous l'angle de la connaissance, un « quiz » de connaissances, relatives à un certain nombre d'auteurs et artistes luxembourgeois, a été introduit dans le questionnaire de 2009.

Au final, plus d'une centaine de questions touchant aux pratiques culturelles, médiatiques et de loisirs ont été proposées à un échantillon représentatif de la population résidente luxembourgeoise âgée de plus de 15 ans, dans le cadre d'interviews menées en situation de face-à-face d'une durée moyenne d'une heure environ : 1880 questionnaires ont ainsi pu être

---

<sup>9</sup> Gire F., Pasquier D. et Granjon F. (2007) « Les pratiques de loisirs des Français », *Réseaux*, vol. 25, n°145-146.

<sup>10</sup> Bourdieu P. (1979) *La Distinction*, Paris : Éditions de minuit

<sup>11</sup> Lahire B. (2004) *La Culture des individus*, Paris : La Découverte

récoltés. Nous renvoyons, concernant les méthodologies d'enquête et d'échantillonnage retenues, aux documents techniques remis au Ministère de la Culture.

## ENJEUX

### L'ÉVOLUTION DECENNALE DE LA PARTICIPATION CULTURELLE

La réalisation en 2009 d'une nouvelle enquête *Pratiques culturelles au Luxembourg*, dix ans après la première enquête du genre dans ce pays, est l'occasion de faire le point sur les principales évolutions qui ont affecté le champ des pratiques culturelles au cours de cette décennie.

La participation à la vie culturelle a-t-elle augmenté depuis 1999 ? Les conditions d'accès à l'art et à la culture se sont-elles démocratisées ? Elargissement des publics de la culture ou bien intensification des pratiques culturelles au sein des catégories sociales les plus familières aux équipements culturels voire gonflement structurel des catégories sociales les plus impliquées dans la vie artistique et culturelle ?

Dans quelle mesure certaines tendances observées dans d'autres pays se retrouvent-elles au Luxembourg ? La cartographie des pratiques culturelles est-elle, comme ailleurs, perturbée par la montée d'un éclectisme des goûts et des pratiques venant brouiller le découpage des frontières symboliques entre les groupes sociaux ? Assiste-t-on, comme en France, à une emprise toujours plus forte des médias audiovisuels sur les modes de vie contemporains au détriment ou prétendu tel de la culture savante ou consacrée ? La pratique de lecture continue-t-elle à décliner au sein des jeunes générations au profit de la consécration définitive de la culture de l'écran ? Les tendances à la féminisation des pratiques culturelles relevant de la culture cultivée ou consacrée (lecture, fréquentation des arts savants) et à une mixité accrue des pratiques audiovisuelles se confirment-elles à l'échelle de la population luxembourgeoise ?

Avant de répondre à ces questions, il convient d'avoir en tête certains grands changements qui ont récemment affecté les conditions d'accès à l'art et à la culture.

En dix ans, le paysage culturel a profondément évolué. De nouveaux lieux culturels, comme le MUDAM, la Rockhal ou encore la Philharmonie, ont vu le jour. La programmation culturelle a par ailleurs largement bénéficié de la dynamique culturelle créée par l'évènement *Luxembourg et Grande Région, capitale européenne de la culture 2007*. Dans quelle mesure

l'élargissement de l'offre culturelle a-t-il eu un impact sur la vie sociale et culturelle des résidents du Luxembourg ? La fréquentation des équipements culturels a-t-elle augmenté depuis 1999 en raison de cette nouvelle dynamique culturelle ?

Dans le même temps, les conditions de production et de diffusion de la culture ont connu une transformation de tout premier ordre avec l'arrivée du numérique et de l'Internet. En moins d'une décennie, les nouvelles possibilités technologiques ouvertes par la numérisation ont radicalement changé nos modes de vie et de consommation mais aussi les conditions de création, de diffusion et de consommation des œuvres et des produits culturels. Avec la dématérialisation des biens culturels, concomitante d'un certain esprit de gratuité – quotidiens d'information gratuits, téléchargements gratuits (qui peuvent aussi être illégaux) ou illimités (dans le cadre de formules d'abonnement) de films ou de morceaux de musique, etc. –, s'ouvre un formidable accès à l'art et à la culture, en permettant d'accéder depuis chez soi, de manière instantanée et parfois gratuitement, aux œuvres artistiques et littéraires les plus diverses. La culture s'est-elle démocratisée sous l'effet des nouvelles possibilités culturelles ouvertes par la numérisation (accès aux œuvres facilité mais aussi nouvelles pratiques amateurs dans le domaine de la vidéo, de la photographie ou encore de la création musicale générées par le numérique) renforcées en cela par le mouvement plus général d'enrichissement considérable du parc audiovisuel domestique (home cinéma, lecteurs MP3, consoles de jeux, téléphones multimédias) ? Dans le même temps, on est en mesure de se demander si Internet ne contribue pas aussi au renforcement de cette tendance, observée maintenant depuis plusieurs décennies, d'une emprise toujours plus forte des médias audiovisuels sur la vie des citoyens, impliquant, de fait, un certain repli sur la sphère privée ou domestique. Cette consécration de la culture de l'écran se fait-elle au détriment, ou prétendu tel, de la culture savante ou consacrée (lecture de livres, sorties culturelles, etc.) ? Quelles sont finalement les conséquences de la nouvelle culture numérique sur les pratiques culturelles traditionnelles ? Assiste-t-on à des effets de substitution, de complémentarité, de renforcement ?

Parallèlement à ces mutations technologiques et culturelles majeures, la société luxembourgeoise, elle-même, a connu certains changements sociodémographiques non négligeables, au premier rang desquels, une évolution notable de sa composition par nationalités. En dix ans, la proportion d'étrangers est passée, dans les enquêtes PSELL-2/1999 et Culture 2009<sup>12</sup>, de moins de 33% à plus de 38% de la population de 16 ans et plus vivant au

---

<sup>12</sup> Il s'agit là des chiffres relatifs aux deux enquêtes réalisées sur le thème de la culture par le CEPS/INSTEAD, obtenus après redressement des échantillons. Ils sont représentatifs de la population mais avec quelques marges d'erreur inhérentes à toute méthode d'échantillonnage. En 2009, la proportion d'étrangers est officiellement de 43 % sur l'ensemble des résidents (et non les 16 ans et plus), selon le document « Le Luxembourg en chiffres : 2009 ». Quelles

Grand-Duché et une bonne partie de cette augmentation est due à celle du nombre de résidents portugais (10 % en 1999 contre 16% en 2009, soit une hausse de 6 points en 10 ans).

Aussi, les évolutions éventuelles constatées dans le domaine des pratiques culturelles ne sont peut-être pas tant le fruit des transformations récentes intervenues dans le champ de l'offre culturelle que le reflet d'un changement structurel de la population luxembourgeoise. Est-ce finalement la culture ou la structure qui a changé ? Évolution culturelle affectant les rapports à l'art et à la culture ou évolution structurelle des publics de la culture ?

D'où l'intérêt de prendre en compte, en préalable à toute analyse rétrospective, les principales évolutions intervenues au cours de cette période dans la structure sociodémographique de la population luxembourgeoise, tant du point de vue de sa composition ethnique que sur le plan socio-économique (niveau d'éducation, statut social, etc.) voire démographique (vieillesse ou féminisation).

---

que soient les marges d'erreur éventuelles, l'important est de considérer ici l'évolution sociodémographique de nos deux échantillons, sur lesquels vont se baser les analyses des pratiques culturelles.

**Evolution du paysage sociodémographique de la société luxembourgeoise 1999-2009**

		1999	2009	évolution sur la période
Sexe	homme	49%	49%	+1
	femme	51%	51%	-1
Age	16-24 ans	10%	14%	+4
	25-34 ans	21%	15%	-6
	35-44 ans	21%	23%	+2
	45-54 ans	16%	19%	+4
	55-64 ans	13%	14%	+1
	65-74 ans	11%	10%	-1
	75 ans ou +	9%	5%	-4
Nationalité	Luxembourgeois	67%	62%	-6
	Portugais	10%	16%	+6
	autres UE	18%	17%	-1
	non UE	5%	6%	+1
formation scolaire	primaire et moins	35%	25%	-10
	secondaire inférieur	12%	13%	+1
	secondaire supérieur	33%	38%	+6
	postsecondaire	20%	24%	+4
PCS de l'individu	dirigeants	8%	5%	-3
	professions intellectuelles et scientifiques	9%	15%	+6
	professions intermédiaires	14%	16%	+2
	employés de bureaux	13%	10%	-3
	personnels des services, vendeurs	13%	12%	-1
	ouvriers qualifiés, agriculteurs, artisans	20%	20%	0
	ouvriers non qualifiés	14%	9%	-5
	inactifs n'ayant jamais travaillé	9%	13%	+4
statut d'activité	salarié	49%	52%	+3
	Indépendant	3%	6%	+2
	retraité/pensionné	23%	18%	-5
	au foyer sans autre activité	18%	12%	-6
	étudiant ou élève	5%	11%	+5
	chômeur	2%	2%	0

Source : Enquêtes Culture 2009 et PSELL-2/1999, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Par delà les changements ethniques déjà mentionnés, on constatera un certain rajeunissement de la population enquêtée, avec une augmentation du poids relatif des jeunes de 16-24 ans de 4 points, soit une hausse équivalente à la perte enregistrée chez les plus de 74 ans. On aurait pu attribuer ce rajeunissement de la population à l'augmentation du nombre de résidents portugais, catégorie de la population dont la moyenne d'âge se situe très en deçà de la moyenne nationale. Hors, ce rajeunissement s'observe de manière équivalente dans le sous groupe national des Luxembourgeois. Il tient en fait à une sous représentation de la catégorie des jeunes dans l'enquête de 1999.

On notera, par ailleurs, une hausse importante, au cours des dix dernières années, des catégories socioculturelles les plus favorisées : avec une augmentation importante du poids relatif occupé par les plus diplômés (niveau secondaire supérieur et postsecondaire) et une baisse corrélative des individus de formation primaire et moins, ainsi qu'une augmentation

significative des représentants des professions intellectuelles et scientifiques au détriment de la classe ouvrière non qualifiée.

Au final, on assiste ici à un certain gonflement structurel des catégories sociodémographiques généralement les plus impliquées dans la vie culturelle et artistique, à savoir les jeunes, les diplômés et les professions intellectuelles et scientifiques ; une donnée qu'il conviendra de garder en mémoire dans l'analyse des évolutions potentielles des pratiques culturelles au Luxembourg.

## LA STRATIFICATION SOCIALE DES PRATIQUES CULTURELLES

La question des inégalités sociales dans l'accès à l'art et à la culture demeure une problématique incontournable de l'analyse sociologique des pratiques culturelles. Toutes les données disponibles à ce sujet confirment la permanence de fortes inégalités sociales dans l'accès à l'art et à la culture et viennent rappeler l'existence d'une forte stratification sociale, avec des écarts qui ont souvent peu évolué au cours de ces dernières décennies.

L'idée selon laquelle les goûts, les préférences esthétiques et les attitudes culturelles fonctionnent comme des marqueurs de statut et de position sociale n'est pas une idée neuve dans le domaine sociologique. Déjà à la fin des années 1970, Bourdieu démontrait, preuves à l'appui, les fortes régularités sociales qui ordonnent le champ des préférences culturelles. La force de la thèse de Bourdieu est d'avoir mis en évidence les obstacles avant tout culturels et symboliques (socialisation, habitus) et non matériels (distance géographique, prix...) qui se manifestent dans l'accès à l'art et la culture.

Il apparaît toutefois que la différenciation sociale dans le domaine des loisirs et des préférences culturelles a cessé de répondre à ce clivage traditionnel mis en avant par Bourdieu entre culture savante ou cultivée et culture populaire pour s'apparenter de plus en plus à une logique de cumul et de diversité. Marquée par la montée en puissance de l'audiovisuel, par le recul de l'écrit et par un certain repli sur la sphère domestique, la cartographie des styles de vie culturelle est aujourd'hui perturbée par la montée d'un éclectisme des goûts et des pratiques qui vient troubler le découpage des frontières symboliques entre les groupes sociaux, mais qui n'est pas nécessairement synonyme d'un effacement des hiérarchies culturelles. La variété des préférences et des pratiques ne serait-elle pas devenue, en effet, la quintessence de la « distinction » ? Pour d'autres, à l'inverse, on assisterait à une sorte d'uniformisation des pratiques culturelles sous l'effet du développement de médias de masse et d'une industrie du divertissement.

Sans occulter la question des inégalités sociales – toutes les données disponibles confirment à ce propos la force du lien entre pratiques culturelles et capital culturel (ou position sociale) – d'autres facteurs de différenciations doivent également être pris en compte pour saisir la diversité des rapports à l'art et à la culture. Ces mécanismes de segmentation secondaire, selon l'âge, le genre, l'appartenance ethnique occupent, à cet égard, une place croissante au sein de la littérature sociologique.

De fait, toutes les analyses présentées dans ce rapport seront couplées d'un regard transversal, découpant les résultats par catégories sociodémographiques, selon l'âge, le genre, la nationalité d'origine, le niveau d'étude, la catégorie socioprofessionnelle, le statut d'activité et le niveau de vie<sup>13</sup>. Ces résultats détaillés figurent dans un second rapport annexe. Par ces découpages sociodémographiques, on tentera alors de savoir si les pratiques et préférences culturelles fonctionnent (ou non) comme des marqueurs d'identité, de classe sociale, de classe d'âge, ou encore de genre et dans quelle mesure les écarts éventuels constatés se sont atténués ou inversement accentués au cours de ces dix dernières années. Peut-on, au final, parler d'une démocratisation des conditions d'accès à l'art et à la culture sur la période considérée ?

---

<sup>13</sup> Cette variable a été construite en découpant, pour 2009 comme pour 1999, les revenus en équivalent adulte par tranches de déciles correspondant aux 10% les plus pauvres (R--), aux deux déciles supérieurs suivant (R-), aux quatre prochains déciles, soit des revenus se situant dans la moyenne de notre échantillon (R), puis aux 2 déciles supérieurs suivant (R+), et enfin au 10% les plus riches (R++).

# CHAPITRE 1. LA CULTURE AUDIOVISUELLE ET MEDIATIQUE<sup>14</sup>

## 1. L'ÉQUIPEMENT MULTIMEDIA

Tableau 1 : **Équipement multimédia : évolution 1999-2009**

	foyers équipés		taux moyen d'équipement	
	1999	2009	1999	2009
<b>télévision</b>	99%	99%	1,5	2,1
<b>magnétoscope</b>	70%	90%	0,9	1,6
<b>console de jeu</b>	25%	49%	0,3	1,8
<b>appareil photo</b> (*numérique en 2009)	80%	84%	1,2	1,6
<b>caméscope</b> (*numérique en 2009)	32%	42%	0,3	1,1
<b>chaîne hi-fi</b>	72%	73%	1,0	1,4
<b>Ordinateur</b>	39%	84%	0,5	2,0
<b>lecteur CD</b>	71%	-	-	-
<b>téléphone portable</b>	53%	-	-	-
<b>connexion Internet</b>	18%	80%	-	-
	<b>équipement personnel</b>			
<b>baladeurs CD/MP3</b>	-	37%	-	-
<b>téléphone portable simple</b>	-	87%	-	-
<b>téléphone portable i phone, Smartphone...</b>	-	22%	-	-

Source : Enquêtes Culture 2009 et PSELL-2/1999, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

L'évolution des techniques et les rapports société-technologie ont permis de démultiplier les supports médiatiques appropriés par une plus ou moins grande partie de la population. Au cours de la décennie 2000, une proportion croissante de foyers luxembourgeois a accru son type d'équipements médiatiques, un comportement d'achat contribuant à renforcer les possibilités d'individualisation des pratiques culturelles. La télévision, déjà présente chez la quasi-totalité des ménages en 1999, ne mobilise pas davantage de foyers dix ans plus tard, mais le taux moyen de cet équipement spécifique continue de progresser. L'afflux de nouveaux outils ne met donc pas en péril la progression du nombre de téléviseurs au sein du foyer, lesquels gardent une certaine capacité de séduction étant donné les innovations permanentes offertes par les constructeurs et la diversification de l'offre programmatique produisant une consommation toujours plus fragmentée et la nécessité d'avoir plusieurs postes récepteurs. Par ailleurs, les outils permettant une pratique médiatique nomade ont fortement progressé, et notamment ceux pouvant être générateurs d'interactivité sociale. Ainsi, la proportion de foyers équipés en ordinateur et en connexion Internet a

---

<sup>14</sup> Les auteurs remercient Laetitia Hauret pour sa relecture attentive et ses commentaires concernant ce chapitre.

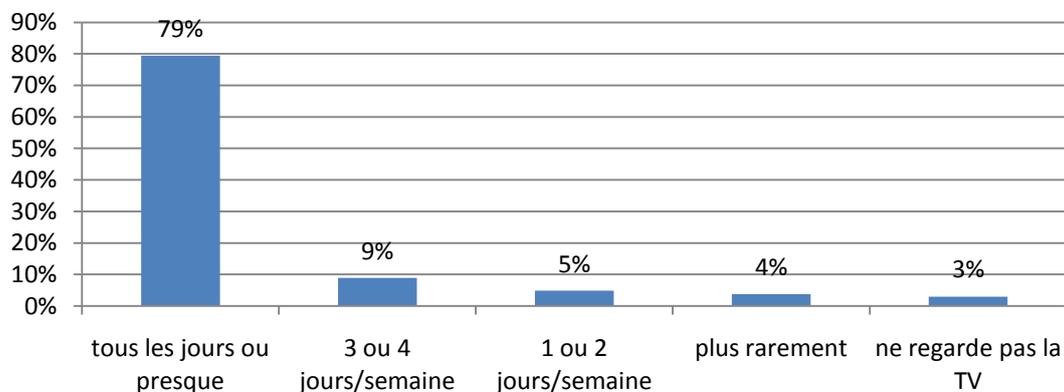
respectivement doublé et quadruplé en dix ans. La diffusion rapide de ces équipements induit une meilleure maîtrise des choix médiatiques par les usagers ainsi qu'une croissance exponentielle des types d'usages à partir d'un seul format associant langages textuel et audiovisuel : le terminal d'ordinateur. Mais la révolution numérique ne conduit pas à une concentration des activités médiatiques autour d'un terminal universel. On assiste au contraire, comme les chiffres le montrent, à une démultiplication des équipements au sein des foyers, chaque support médiatique présentant des caractéristiques et une dynamique d'innovation lui assurant une capacité d'attraction particulière.

Par ailleurs, des écarts existent en fonction des caractéristiques sociodémographiques des individus enquêtés en 2009. Comme on peut s'y attendre, l'âge est un des éléments essentiels permettant de différencier la présence des équipements au sein du foyer. La part des personnes de 65 ans ou plus dont le foyer s'inscrit dans une logique de multi-équipements est bien inférieure à celle des jeunes générations. Le niveau de formation des répondants est également une donnée conduisant à un processus cumulatif d'outils médiatiques variables. La proportion de personnes disposant d'un niveau d'éducation primaire et possédant un équipement rattaché aux hautes technologies (appareil photo numérique, caméscope, ordinateur, Internet, mp3, portable « complexe ») est entre 10 et 20 points de pourcentage inférieurs à celles des autres catégories. Les hautes technologies requièrent une capacité d'utilisation en partie rattachée à la formation de base des usagers potentiels. Enfin, le niveau de vie est un élément essentiel permettant de distinguer les comportements d'acquisition. A l'exception des équipements traditionnels (télévision, radio) et des portables simples, on constate qu'il y a généralement une correspondance étroite entre le potentiel d'achat et la présence effective d'outils médiatiques au sein des foyers. Ainsi, par exemple, 78% des individus dont le niveau de vie est très bas (R - -) sont équipés d'un ordinateur et 67% d'une connexion Internet alors que la présence de ce genre d'outils est signalée respectivement par 90% et 88% des individus ayant le plus haut niveau de vie (R + +).

## 2. LA TELEVISION

### 2.1. LE POIDS CROISSANT DE LA TELEVISION DANS LES LOISIRS QUOTIDIENS

Graphique 1 : Regarder la télévision - fréquence



Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Le temps télévisuel est devenu dans nos sociétés occidentales le troisième temps quotidien après le sommeil et le travail (Gabszewicz et Sonnac, 2006)<sup>15</sup>. De fait, la télévision constitue l'équipement le plus communément présent au sein des foyers grand-ducaux et elle conduit à une consommation médiatique soutenue au quotidien. Les 4/5<sup>ème</sup> des individus regardent des programmes télévisuels tous les jours ou presque en 2009. Si l'on ajoute à cela, les personnes dont la pratique s'inscrit dans un rythme uniquement hebdomadaire (entre 1 et 4 jours/semaine), le public télévisuel approche alors les 95 % de la population.

Tableau 2 : Temps quotidien consacré à la télévision : évolution 1999-2009

	ne regarde pas la TV	moins d'1 heure	de 1 à 2 heures	de 2 à 3 heures	de 3 à 4 heures	de 4 à 5 heures	plus de 5 heures
<b>en semaine</b>							
en 1999	2%	12%	34%	27%	12%	5%	8%
en 2009	3%	10%	31%	24%	11%	7%	14%
<b>le week-end</b>							
en 1999	2%	10%	27%	29%	15%	8%	9%
en 2009	3%	10%	23%	29%	15%	8%	12%

Source : Enquêtes Culture 2009 et PSELL-2/1999, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Le temps consacré quotidiennement aux pratiques télévisuelles reste très variable. Une majorité relative d'utilisateurs a une consommation située entre une et deux heures par jour en semaine alors que ceux consacrant une heure de plus constituent le public le plus large lors

<sup>15</sup> Gabszewicz J. et Sonnac N. (2006) *L'Industrie des médias*, Paris : La Découverte

du week-end. De fait, la moitié des auditeurs regarde le petit écran entre une et trois heures par jour (semaine et weekend confondus). Cette part relative diminue légèrement en dix ans au profit d'une augmentation des gros consommateurs de produits télévisuels, et ce, notamment en cours de semaine. Ainsi, la part de ceux consacrant journalièrement plus de quatre heures aux plaisirs cathodiques passe de 12 à 22 % en une décennie. Les personnes considérées comme « téléphages », c'est-à-dire celles dédiant plus de trois heures quotidiennes à la télévision (semaine et weekend confondus), représentaient le quart de la population à la fin des années 1990. Elles regroupent le tiers du public télévisuel dix ans plus tard.

La proportion de « téléphages » augmente dans la quasi-totalité des types d'utilisateurs entre 1999 et 2009. On peut même parler, dans certains cas, de phénomènes de rattrapage. Ainsi, les différentes classes socio-économiques (CSP) ont des proportions de gros usagers qui tendent à se rapprocher. Certes, les ouvriers qualifiés et les ouvriers non qualifiés restent les CSP parmi lesquelles se concentrent les plus fortes proportions de téléphages en 2009 (approximativement les 2/5<sup>ème</sup> de ces catégories regardent la télévision plus de trois heures par jour). Cependant, on constate également que les dirigeants et les actifs rattachés aux professions intellectuelles et scientifiques comptent une proportion grandissante de téléphages au cours des années 2000 puisqu'elle double sur la période. Le tiers des dirigeants sont de gros consommateurs de programmes télévisuels en 2009 contre seulement 15 % en 1999. Ce rééquilibrage se retrouve aussi lorsqu'on considère le niveau de vie des individus. Ainsi, la classe des individus dont le niveau de vie est le plus élevé (R + +) a une part de téléphages doublant sur la période (35 % du total en 2009) alors que dans le même temps, la proportion de gros consommateurs chez les personnes à faible niveau de vie (R - -) baisse très légèrement de 38 % à 35%. La télévision a donc une capacité de plus en plus grande à attirer les élites traditionnellement considérées comme le groupe social le moins enclin à faire le choix « cathodique » au sein des activités de loisirs.

## 2.2. LA TELEVISION, ENCORE RAREMENT REGARDEE AVEC D'AUTRES

Tableau 3 : **Regarder la télévision avec des personnes autres que les membres du ménage**

	toutes les semaines	tous les mois	plus rarement	jamais
ensemble des usagers de la télévision	24%	9%	23%	44%
<b>selon le profil des usagers de la télévision</b>				
petit consommateur (moins de 2 heures/ jour)	19%	8%	23%	50%
consommateur moyen (entre 2 et 3 heures/ jour)	21%	11%	25%	43%
gros consommateur (plus de 3 heures/jour)	32%	9%	20%	39%

Source : *Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD*

Champ : *Les usagers de la télévision*

Il est tout d'abord intéressant de noter que le fait de regarder la télévision reste rattaché à la sphère du foyer. Les 2/3 des usagers ne regardent jamais ou rarement (moins d'une fois par mois) le petit écran en compagnie d'individus venant de l'extérieur. Le partage du petit écran avec d'autres est d'autant plus fréquent que l'on est un gros consommateur de télévision. Ainsi un tiers des téléphages s'adonne à cette communion cathodique à un rythme hebdomadaire (contre un cinquième des autres usagers de la télévision).

Les hommes sont légèrement plus nombreux que les femmes, en part relative, à regarder le petit écran en compagnie d'une personne venant de l'extérieur en 2009 (59 % contre 53 %). Cette différence se situe avant tout au niveau de la pratique hebdomadaire. Par ailleurs, plus les individus avancent en âge et moins ils sont enclins à partager leur consommation télévisuelle avec des personnes venant de l'extérieur. Les jeunes (16-24 ans, jeunes vivant chez leur parent, étudiants ou élèves), en revanche, sont les plus nombreux en part relative à partager leur temps cathodique avec une population externe au ménage et ce notamment à un rythme hebdomadaire. Outre les étudiants, les chômeurs forment également une catégorie sociale plus touchée par cette sociabilité télévisuelle hors foyer. Le loisir télévisuel entre amis et membres de la famille (hors foyer) ne constitue pas une pratique typique des milieux plus populaires (classe ouvrière, personnes ayant un niveau de vie modeste), mais se retrouve de manière relativement homogène au sein des différentes classes sociales et économiques de la population.

## 2.3. LES GOUTS TELEVISUELS

Tableau 4 : **Les programmes les plus regardés**

	fréquence d'audience						programme préféré
	tous les jours	plusieurs fois par semaine	1 fois par semaine	tous les 15 jours	plus rarement	jamais	
informations	71%	16%	5%	1%	5%	2%	26%
séries	27%	20%	15%	2%	13%	23%	18%
films (cinéma)	13%	31%	24%	10%	14%	8%	13%
téléfilms	13%	24%	21%	8%	19%	15%	4%
sport	13%	15%	15%	6%	21%	30%	11%
programmes pour enfants	8%	7%	9%	5%	16%	55%	1%
documentaires	7%	29%	28%	13%	14%	9%	17%
émissions musicales, clips	7%	11%	16%	7%	27%	32%	3%
débats politiques	4%	11%	13%	10%	30%	32%	1%
talk-show	5%	11%	13%	9%	25%	37%	1%
émissions culturelles	4%	15%	20%	11%	29%	21%	1%
jeux télévisés	4%	6%	6%	5%	15%	64%	1%
divertissement	3%	11%	18%	14%	28%	26%	1%
émissions de télé-réalité	2%	5%	8%	7%	19%	59%	1%
programmes religieux	1%	2%	5%	2%	13%	77%	0%

Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Les genres télévisuels sont multiples. On peut cependant les rassembler dans des groupes plus ou moins cloisonnés. Ainsi, la sphère « informationnelle » regroupe outre les informations, les débats politiques, les documentaires, les émissions culturelles, les talk-shows, les émissions religieuses. Elle se distingue de l'ensemble « fictionnel » dans lequel on retrouve les séries, les téléfilms et les films. Enfin, la télévision se caractérise par la gestation d'une programmation axée sur l'esprit ludique (sport, divertissement, programme pour enfants, jeux télévisés, émissions musicales/clips). Cependant, la frontière entre les genres et les trois types majeurs de programmes est souvent ténue. Ainsi la télé-réalité est à mi-chemin entre le monde réel, informationnel d'une part et le monde fictionnel d'autre part (Jost, 2004).<sup>16</sup>

Les informations ont une forte capacité mobilisatrice au quotidien comparée aux autres programmes regardés. Plus des deux tiers de l'ensemble des enquêtés regardent les informations chaque jour. Les séries télévisées arrivent très loin derrière avec une audience journalière ne rassemblant que le quart des individus. Ces écarts de consommation par genre tiennent à un équilibre entre demande et offre programmatiques. Chaque genre et produit

<sup>16</sup> Jost F. (2004) *Introduction à l'analyse de la télévision*, Paris : Ellipses

individuel capable de capter une audience n'a pas forcément une récurrence journalière car les habitudes sont calées sur des temporalités diverses. Parallèlement à cela, ils n'ont pas tous nécessairement pour but de séduire l'ensemble des publics télévisuels. Les assembleurs de contenus organisent une grille de programmes basée sur un horizon d'attente supposé de différents publics afin d'équilibrer une activité économique générale et/ou rendre une mission de service public aux critères évolutifs. Les différents groupes de consommateurs font un choix parmi ce qui est proposé. La sélection des individus parmi les différents contenus offerts et la récurrence temporelle de leur choix sont donc à relier à la logique de renouvellement de l'offre, mais également au degré de spécialisation des genres proposés. Ainsi, le journal télévisé, étant donné sa capacité à séduire un large public au quotidien, le renouvellement rapide de ses contenus et ses diffusions multiples en cours de journée mobilise au jour le jour une proportion majoritaire d'auditeurs. A l'inverse, plus les programmes sont spécialisés, plus les publics seront étroits et plus la diffusion massive va s'inscrire dans une temporalité espacée dans la programmation horizontale (sur 24 heures) et/ou verticale (sur la semaine, le mois et l'année). Ainsi les  $\frac{3}{4}$  des individus ne regardent jamais de programmes religieux et moins de 1 % d'entre eux regardent ce type d'émissions chaque jour.

Tableau 5 : **Les programmes regardés : évolution sur la période 1999-2009**

	<b>1999</b>	<b>2009</b>
informations	94%	98%
films	83%	92%
documentaires	78%	91%
téléfilms	63%	85%
programmes culturels <sup>17</sup>	44%	79%
séries	46%	77%
divertissements	40%	74%
sport	53%	70%
émissions musicales	55%	68%
débats politiques	47%	68%
talkshow	42%	63%
émissions pour enfants	23%	45%
jeux télé	24%	36%
programmes religieux	12%	23%

Source : *Enquêtes Culture 2009 et PSELL-2/1999, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD*

Le tableau 5 montre la capacité d'attraction de chaque genre télévisuel au sein de la population luxembourgeoise. Les informations restent lors des deux enquêtes, le type de

<sup>17</sup> Il s'agit des « événements culturels » en 1999 et des « émissions culturelles » en 2009.

programme mobilisant le plus d'individus. Cependant on constate également que les films et les documentaires séduisent presque autant d'auditeurs que les informations en 2009 alors que ce n'était pas le cas dix ans auparavant. Tous les contenus médiatiques mobilisent toujours plus d'auditeurs. De fait, un nombre croissant de consommateurs a diversifié sa pratique télévisuelle entre 1999 et 2009. Les hausses les plus fortes concernent tant des programmes ludiques (comme les divertissements) que des contenus rattachés à la sphère du réel (comme les débats politiques ou les programmes culturels).

Pour rendre compte de la manière dont s'organisent les goûts télévisuels, une analyse nous permet d'appréhender conjointement l'ensemble de ces différents programmes télévisuels ainsi que les fréquences auxquelles ils sont regardés. Les résultats sont représentés dans les graphiques 2a et 2b, qui concernent respectivement l'ensemble de la population et une sous population hors élèves et étudiants. Par extension, cette sous population sera nommée population adulte.<sup>18</sup>

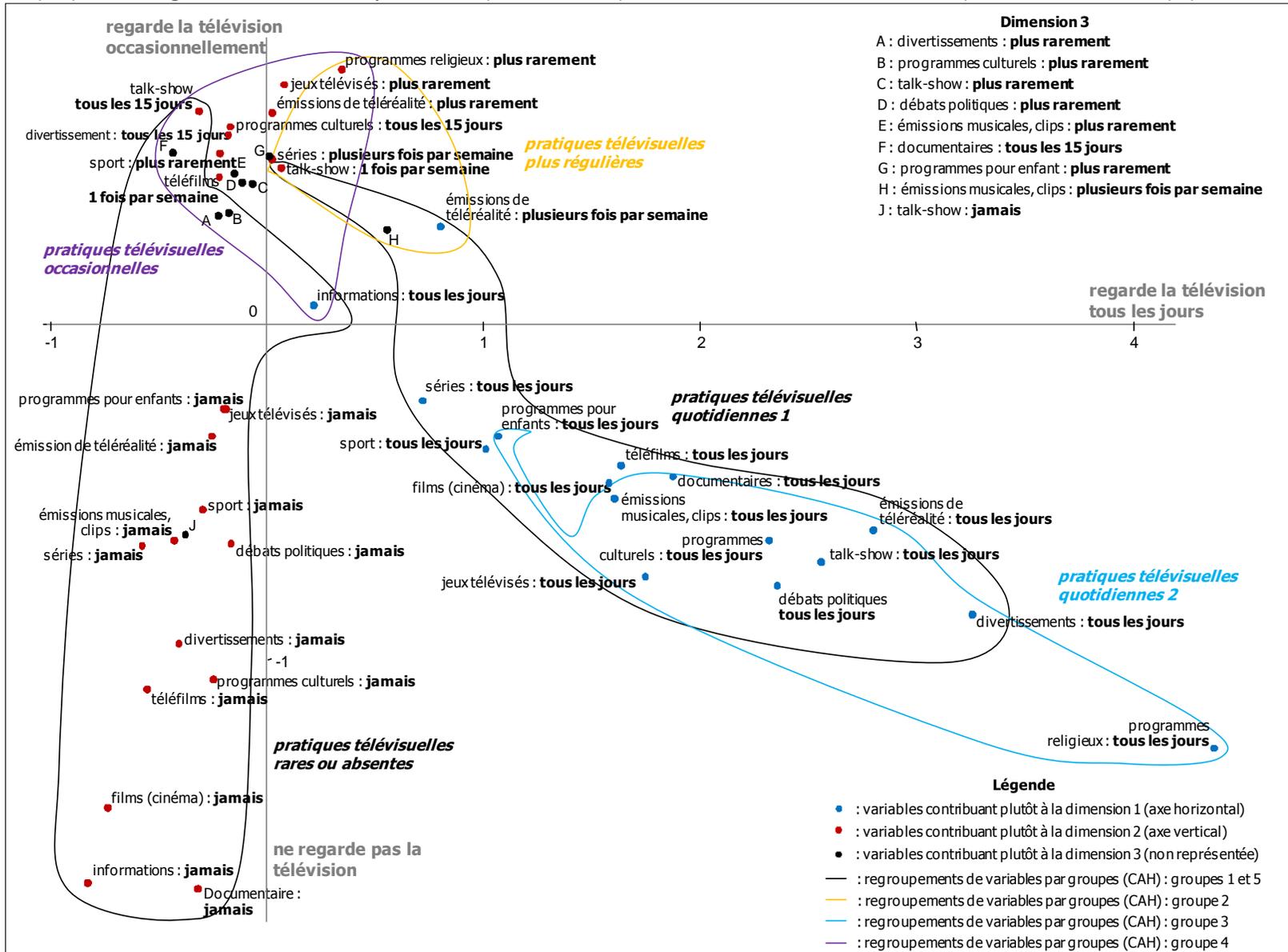
L'espace télévisuel comporte trois à quatre dimensions<sup>19</sup>. Les deux premières dimensions sont communes aux deux graphiques. La première dimension est uniquement polarisée par le fait de regarder la télévision tous les jours, quel que soit le type de programme. La deuxième dimension oppose le fait de regarder occasionnellement la télévision à celui de ne jamais la regarder, quel que soit le type de programme. Ces deux dimensions rendent ainsi compte d'un espace télévisuel organisé selon la fréquence à laquelle sont regardés les différents programmes.

---

<sup>18</sup> Pour une présentation globale de la méthodologie employée, voir l'annexe 1.

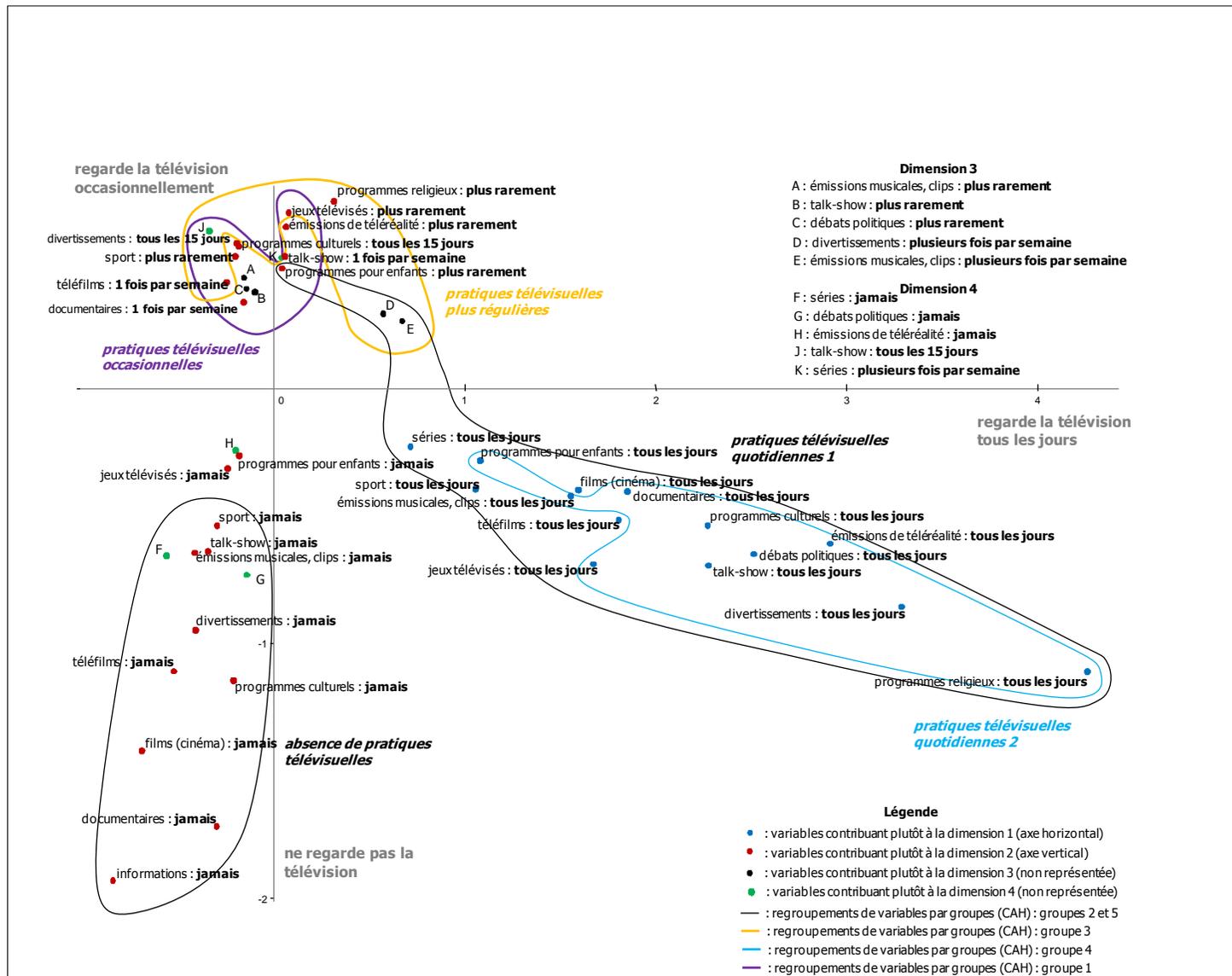
<sup>19</sup> Par souci de clarté, seules les deux premières dimensions sont représentées graphiquement.

Graphique 2a : **Les goûts télévisuels** – analyse en correspondance multiple et classification ascendante hiérarchique sur l'ensemble de la population



Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Graphique 2b : **Les goûts télévisuels** – analyse en correspondance multiple et classification ascendante hiérarchique sur une population hors élèves et étudiants



Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Pour l'ensemble de la population, la troisième dimension rend compte de la fréquence occasionnelle à laquelle les programmes culturels et d'informations sont regardés. Pour la population adulte, la troisième dimension concerne également ces programmes, mais en opposant une fréquence occasionnelle (plus rarement que tous les 15 jours) à une fréquence plus régulière (plusieurs fois par semaine). La quatrième dimension de la population adulte concerne les programmes de divertissement en opposant une fréquence occasionnelle à une fréquence nulle (jamais). Ainsi, l'espace télévisuel de l'ensemble la population est organisé selon l'intensité des pratiques télévisuelles, en distinguant particulièrement les programmes culturels et d'informations dans la troisième dimension. L'espace télévisuel des adultes est, quant à lui, plus complexe, en ce sens que les dimensions trois et quatre renvoient à des types de programmes distincts sans les opposer. Il est ainsi possible d'observer une articulation entre les programmes culturels et d'informations et les programmes de divertissement : ils ne sont pas opposés les uns aux autres.

Concernant les caractéristiques sociodémographiques, le fait de séparer la population adulte de l'ensemble de la population permet de souligner plus d'éléments saillants que le seul niveau de scolarisation, relié à la première dimension dans les deux espaces télévisuels. Pour la population adulte s'y ajoutent les professions intellectuelles et scientifiques (pour la première dimension) et le fait d'être retraité, salarié, d'avoir entre 25 et 34 ans ou entre 55 et 64 ans (quatrième dimension). Notons que le niveau de vie ne semble pas jouer dans la définition des espaces télévisuels.

Dans ces deux espaces télévisuels, cinq groupes de pratiques peuvent être identifiés, dont deux, englobés l'un dans l'autre, sont communs à l'ensemble de la population et aux adultes. Ces deux groupes rassemblent les fréquences quotidiennes (tous les jours), quel que soit le type de programme (pratiques télévisuelles quotidiennes 1 et 2 – graphiques 2a et 2b). En termes de caractéristiques sociodémographiques, le groupe le plus englobant, qui rassemble respectivement 18 % de la population totale comme de la population adulte, se caractérise par un niveau de scolarisation primaire. Pour la population adulte s'y ajoutent le fait d'être retraité, d'avoir entre 55 et 64 ans ou entre 25 et 34 ans. En revanche, le deuxième groupe, inclus dans le premier, n'est pas caractérisé du point de vue sociodémographique. Autrement dit, respectivement 1 % et 2 % de la population totale et de la population adulte regardent de manière intensive la télévision, quel que soit le programme et quelles que soit leurs caractéristiques sociodémographiques propres.

Pour l'ensemble de la population, les trois autres groupes se répartissent et sont caractérisés de la manière suivante (graphique 2a). Les pratiques télévisuelles rares ou

absentes rassemblent 44 % de l'ensemble de la population. Il s'agit du groupe le plus important. Il est caractérisé par un niveau de scolarisation supérieur. Les pratiques télévisuelles occasionnelles constituent le deuxième groupe le plus important (24 %), qui est également caractérisé par un niveau de scolarisation supérieur. Par ailleurs, ce groupe rassemble les pratiques télévisuelles polarisées par la troisième dimension, qui met en avant les programmes culturels et d'informations. Enfin, les pratiques télévisuelles plus régulières (majoritairement « plusieurs fois par semaine ») rassemblent 13 % de l'ensemble de la population. Aucune caractéristique sociodémographique ne ressort concernant ce dernier groupe.

Pour la population adulte, les trois autres groupes se répartissent et sont caractérisés de la manière suivante (graphique 2b). L'absence de pratiques télévisuelles rassemble 20 % des adultes. Il s'agit essentiellement de retraités (par ailleurs également bien représentés dans le groupe de l'audience quotidienne). Les pratiques télévisuelles occasionnelles (majoritairement « plus rarement ») constituent le groupe le plus important avec 40 % des adultes. Il est caractérisé par un niveau de scolarisation supérieur, le fait d'avoir une profession intellectuelle ou scientifique et d'avoir entre 25 et 34 ans. Enfin, les pratiques télévisuelles plus régulières (majoritairement « plusieurs fois par semaine ») rassemblent 20 % des adultes, plutôt ayant une profession intellectuelle ou scientifique, étant retraité et ayant entre 55 et 64 ans. Ces deux derniers groupes sont imbriqués l'un dans l'autre et rendent tous deux compte de la troisième dimension, qui met en avant les programmes culturels et d'information, respectivement avec une fréquence occasionnelle (plus rarement) pour le groupe des pratiques télévisuelles occasionnelles et avec une fréquence plus régulière (plusieurs fois par semaine) pour le groupe des pratiques télévisuelles plus régulières. Ces deux groupes sont également ceux rendant compte d'une pratique télévisuelle occasionnelle concernant plus spécifiquement les programmes de divertissement (dimension quatre), tandis que le groupe relatif à l'absence de pratique télévisuelle indique également une absence des programmes de divertissement.

L'analyse sur l'ensemble des programmes télévisuels et leurs fréquences d'audience souligne l'existence d'un espace télévisuel et de groupes similaires pour l'ensemble de la population ainsi que pour la population adulte. Toutefois, l'analyse de la seule population adulte (hors élèves et étudiants) permet de souligner deux phénomènes. Premièrement, cela clarifie le rôle de certaines caractéristiques sociodémographiques, notamment celui de l'âge et du niveau de scolarisation. En dehors d'un petit groupe indéterminé sociodémographiquement, les pratiques télévisuelles quotidiennes (pratiques télévisuelles

quotidiennes 1) sont liées à un niveau de scolarisation primaire, tandis que les pratiques télévisuelles occasionnelles (avec un focus particulier sur les programmes culturels et d'information) sont liées à un niveau de scolarisation supérieur. Deuxièmement, cette distinction souligne la nécessité de mener des analyses séparées pour les populations jeunes et adultes afin d'identifier les liens avec les autres caractéristiques sociodémographiques, dont les jeunes sont, par définition, dépourvus, car ils sont définis comme étant élèves et étudiants. Cela est le cas ici pour le lien entre professions intellectuelles ou scientifiques et les pratiques télévisuelles occasionnelles et plus régulières, ainsi qu'un plus grand éclectisme des pratiques télévisuelles (avec la prise en compte croisée des dimensions trois et quatre), qui n'apparaissent pas sur l'analyse de l'ensemble de la population.

## 2.4. L'ATTACHEMENT A LA TELEVISION

Tableau 6 : L'attachement à la télévision

	Si vous ne pouviez plus regarder la télévision pendant 2 mois, pensez-vous que cela vous manquerait ?				total
	beaucoup	assez	peu	pas du tout	
ensemble des usagers de la télévision	28%	20%	30%	22%	100%
<b>selon la fréquence d'audience de la télévision</b>					
faible consommateur (-2h/j)	11%	16%	40%	33%	100%
consommateur moyen (2-3 h/j)	31%	25%	29%	15%	100%
gros consommateur (+3h/j)	43%	21%	22%	14%	100%

Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Champ : les usagers de la télévision

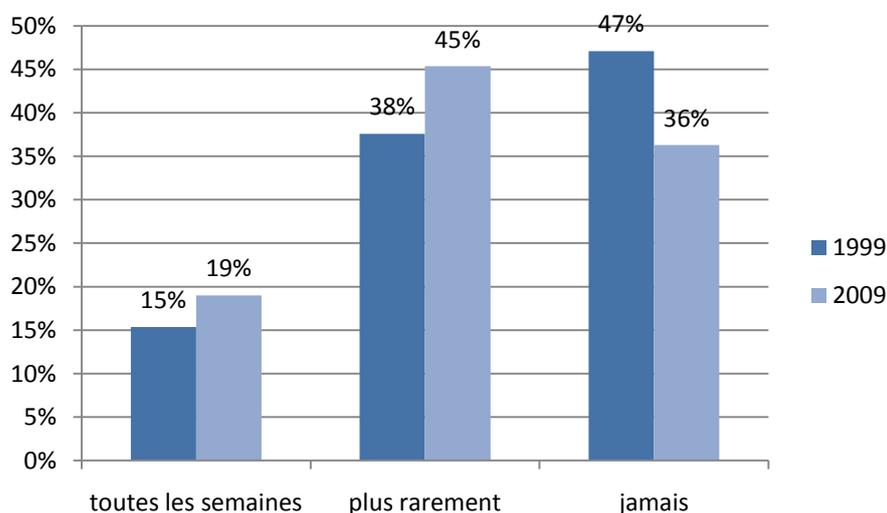
La télévision conduit à des phénomènes d'accoutumance, plus ou moins prononcés en fonction des individus. L'enquête réalisée en 2009 montre que près de la moitié des utilisateurs de la télévision estiment qu'ils éprouveraient un sentiment de manque du petit écran assez ou fortement développé en cas d'absence de pratique sur une période de deux mois. La forte dépendance télévisuelle concerne un peu plus du quart de l'ensemble des usagers de la télévision : la télévision manquerait beaucoup à 28 % des individus au bout de deux mois sans usage. Par ailleurs, plus le temps journalier passé devant la télévision est important et plus le sentiment de manque, en cas de coupure prolongée, serait fort. Ainsi, 63 % des téléphages (plus de trois heures par jour) estiment qu'ils se trouveraient en situation de manque très ou assez prononcé après l'arrêt prolongé de leur pratique télévisuelle alors que la part des faibles consommateurs (moins de deux heures par jour) éprouvant ce même sentiment n'est que de 27 %.

Cette plus ou moins grande soif de produits télévisuels varie en fonction de l'âge des usagers. Les personnes âgées (75 ans ou plus) concentrent deux fois plus de « forts dépendants » que les jeunes âgés de 16 à 24 ans (40 % contre 19 %). Un écart similaire existe entre les individus de nationalité portugaise ou non membres de l'Union européenne des 15 d'une part, et ceux de nationalité luxembourgeoise d'autre part. Parmi ces derniers, 23 % seraient en situation de manque aigu après 2 mois sans télévision contre respectivement 39 % et 40 % pour les deux groupes précédemment cités. Le niveau d'éducation et la profession de l'individu mais également l'importance du niveau de vie sont des facteurs de segmentation des usagers en matière de dépendance télévisuelle. L'absence prolongée d'une pratique TV va susciter un manque plus prononcé chez les personnes vivant seules et les monoparentaux, celles disposant uniquement d'une formation scolaire primaire, les ouvriers qualifiés ou non, et enfin les individus dotés d'un faible niveau de vie. On peut supposer que ceci est lié au fait qu'il s'agit là de leur principal mode de loisirs et de fenêtre sur l'extérieur du point de vue des pratiques culturelles.

### 3. LA VIDEO

#### 3.1. TEMPS CONSACRE AUX VIDEOS

Graphique 3 : **Evolution de la consommation de vidéos 1999-2009**



Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

L'arrivée sur le marché des magnétoscopes et des produits vidéo a permis aux individus de mieux maîtriser leur choix télévisuels. Elle a fait évoluer les rapports homme-machine liés aux activités ludiques médiatiques au cours des dernières décennies. Les enquêtes successives de 1999 et 2009 montrent que la proportion d'individus visionnant des vidéos s'est accrue en

dix ans. Ce sont presque les deux tiers de la population qui s'adonnent, en 2009, à cette pratique contre seulement un peu plus de la moitié de la population 10 ans auparavant. Le visionnage de vidéos continue sinon à s'effectuer le plus souvent à un rythme mensuel.

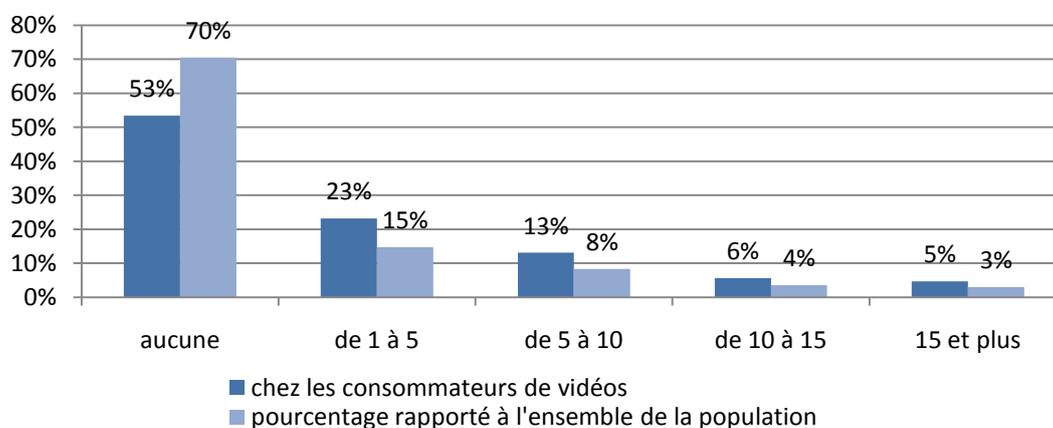
Il est intéressant de remarquer que l'usage de la vidéo est sans lien avec le fait de regarder la télévision, tout au moins en termes d'intensité. Les gros consommateurs de télévision ne sont pas forcément des utilisateurs de vidéos, ils sont même plus nombreux à se détourner de la vidéo. Par contre la consommation de vidéo va de pair avec une pratique plus ciblée ou « sélective » de la télévision, privilégiant le visionnage de programmes enregistrés ou téléchargés plutôt que la diffusion en direct.

La fréquence des consommations vidéo varie fortement en fonction de l'âge. Plus on avance dans le cycle de vie et moins on trouve de consommateurs de produits vidéo. Ainsi, 90 % des plus de 75 ans ne regardent jamais de vidéos alors que les non usagers sont seulement 12 % pour la tranche d'âge 16-24 ans. Les jeunes (16-34 ans) vont également concentrer les proportions les plus élevées des visionneurs fréquents (toutes les semaines). La situation familiale reste un élément discriminant dans les usages. Les personnes seules et les couples sans enfant sont, pour moitié, non intéressés par ce genre de pratique médiatique alors que cette proportion se situe au niveau du tiers chez les individus vivant en couple avec enfants ou composant les familles monoparentales.

Par ailleurs, le niveau de formation est générateur de différenciation. Les personnes possédant exclusivement un niveau d'étude primaire ou inférieur sont moins enclines à opter pour ce type de loisir que les autres. Plus de la moitié d'entre elles (55 %) ne regarde pas de vidéos, contre un tiers voire un quart des individus dotés d'un niveau de formation supérieur.

### 3.2. LES ECHANGES DE VIDEOS

Graphique 4 : **Nombre de vidéos échangées avec des gens de son entourage**



Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

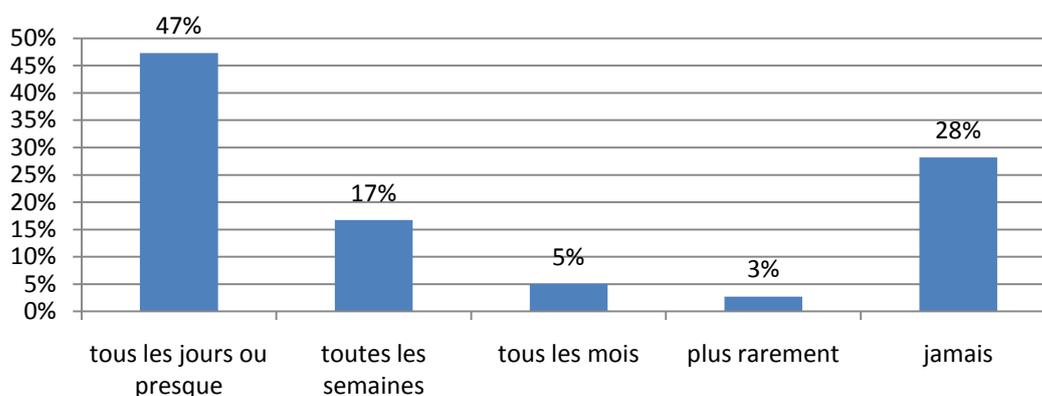
La vidéo reste un produit médiatique ne s'inscrivant pas dans une logique d'échange pour une majorité écrasante d'individus. Par ailleurs, plus le nombre de vidéos échangées augmente et plus la proportion d'individus concernés diminue.

## 4. LA REVOLUTION NUMERIQUE

### 4.1. INTERNET

#### 4.1.1. La fréquence d'utilisation

Graphique 5 : **Fréquence d'utilisation d'Internet à des fins personnelles**



Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

La révolution numérique a permis de faire évoluer d'une manière structurelle les processus informationnels dans le cadre des relations économiques, mais également les échanges médiatisés inscrits dans la sphère privée. L'Internet utilisé à des fins personnelles, au même titre que la télévision, est un média capable d'engendrer une forte capacité de mobilisation des publics puisque 47 % des individus l'utilisent journalièrement et 64 % au moins une fois par semaine. A l'opposé, presque 30 % des individus ne se connectent jamais pour des raisons privées. Les fréquences d'utilisation apparaissent donc relativement tranchées entre les extrêmes.

L'Internet séduit davantage les hommes que les femmes : 53 % d'entre eux en ont un usage quotidien (contre 42 % des femmes) tandis que près d'un tiers des femmes ne se connectent jamais, contre un quart de leurs homologues masculins. Les écarts se creusent entre les gros utilisateurs et ceux ne participant pas à la sphère Internet personnelle lorsque

l'on examine l'âge des individus. En effet, l'Internet séduit avant tout la jeunesse qui a développé un goût, mais aussi une technicité, propres à ce média. Près des trois quarts des 16-34 ans se connectent au quotidien alors qu'à l'opposé les 75 ans ou plus ne sont que 10 % à avoir un comportement identique et 84 % d'entre eux ne se connectent jamais. La fréquence d'utilisation d'Internet est également liée à la formation initiale de l'individu. Un peu plus des deux tiers des répondants disposant d'une éducation « postsecondaire » ont une pratique journalière alors qu'une proportion équivalente, de personnes ayant une formation « primaire ou moins », ne se connecte jamais. Une fracture de la consommation numérique se lit également à travers les données relatives à la catégorie socioprofessionnelle. Ainsi, 70 % des individus appartenant aux professions intellectuelles et scientifiques utilisent l'Internet non professionnel quotidiennement. A l'inverse, 60 % des ouvriers non qualifiés ne développent aucune pratique privée sur le Net. Enfin, le niveau de vie est un dernier facteur fortement discriminant. Plus le niveau de vie est faible et plus cette pratique médiatique est faible. Plus du tiers des individus dont le niveau de vie se situe dans les trois déciles inférieurs (R - et R - - ) ne se connectent jamais à Internet à des fins personnelles contre seulement 13 % de ceux ayant un niveau de vie très élevé (décile supérieur). Près de 70 % des individus dont le niveau de vie est très élevé se connectent de manière quasi quotidienne, un usage pratiqué par 21 % des personnes appartenant à un ménage ayant un niveau de vie très faible.

Les prochaines sections, consacrées respectivement aux usages culturels et communicationnels d'Internet et à l'attachement à ce média, ne concernent qu'une partie de la population : les usagers au moins mensuels du web.

Aussi avant d'analyser ces dimensions, il convient de garder en mémoire les spécificités de cet échantillon. La plus grande différence se situe notamment au niveau de l'âge. Cette pratique au moins mensuelle de l'Internet concerne en effet la quasi totalité des 16-24 ans et des étudiants/élèves contre seulement 12 % des 75 ans ou plus, 28 % des 65-74 ans et 35 % des retraités/pensionnés. L'analyse des usages netziens des 75 ans ou plus correspond donc à un échantillon extrêmement limité de cette catégorie d'âge.

Par ailleurs cette pratique au moins mensuelle du web représente à proportions variables les différentes classes socioculturelles : on y retrouve, en effet, à minima, 72 % des individus dotés d'un niveau de formation scolaire au moins secondaire (36 % pour les niveaux primaire ou moins), 80 % des catégories socioprofessionnelles moyennes ou supérieures (par opposition aux classes ouvrières, qui comptent la moitié d'internautes réguliers, et aux personnes au foyer avec 39 % d'usagers au moins mensuels) et plus de 80 % des individus dont le niveau de vie se situe dans les trois déciles supérieurs (contre 40% seulement des personnes ayant le plus faible niveau de vie). Enfin, les hommes sont un peu plus représentés

que les femmes dans cette pratique au moins mensuelle du Web (respectivement 74 % et 65 %).

#### 4.1.2. Les usages culturels et communicationnels d'Internet<sup>20</sup>

Tableau 7 : **Les usages culturels et communicationnels des internautes**

envoyer/recevoir des mails	93%
rechercher des informations sur des produits ou évènements culturels	88%
acheter un produit culturel en ligne	56%
mettre en ligne des photos, vidéos, de la musique pour les archiver ou les partager	47%
écouter la radio ou de la musique	47%
créer ou mettre à jour un profil sur un site comme My Space, Facebook,	46%
télécharger de la musique	40%
aller sur un site de partage de fichiers	39%
visiter des forums de discussion, chatter	36%
regarder des chaînes TV	21%
visiter un musée ou une exposition en ligne	16%
télécharger des films, séries ou émissions TV	16%
créer ou mettre à jour un blog	9%
aller sur un site de rencontre	5%

Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Champ : les usagers au moins mensuels d'Internet (69% de la population)

Les usages d'Internet montrent à la fois le caractère hybride de ce média et son rôle dans la reconfiguration des mobilités culturelles et des relations sociales. Tout d'abord, les chiffres montrent que l'Internet ne se construit pas en opposition aux autres pratiques médiatiques. Au contraire, il permet aux usagers de compléter et de mieux cibler leur consommation de produits rattachés aux médias traditionnels. Ainsi, un peu moins de la moitié des usagers au moins mensuels d'Internet pratiquent une écoute radiophonique ou musicale via Internet. La télévision diffusée sur le Net mobilise pour sa part 21 % des usagers au moins mensuels. La toile permet, dans un deuxième temps, une pratique d'achats culturels sans déplacement. L'internaute mobilise sa technicité pour se mouvoir dans les réseaux netziens et choisir les informations et les artefacts plus communément inscrits dans une réalité physique (bibliothèque, magasins...). Ainsi, plus de la moitié des internautes achètent des produits culturels en ligne et 16 % d'entre eux visitent des musées ou des expositions représentés dans l'espace virtuel.

Outre cette pratique associant logique d'achat, plaisirs culturels traditionnels et virtualité, on constate que ce nouveau média est en mesure de générer des activités suscitant de

<sup>20</sup> Le texte qui suit se réfère au champ du Tableau 7. Précision qui ne sera pas reprise dans le corps du texte de cette sous-partie par souci d'en alléger la lecture.

l'interactivité et de potentielles relations dans l'espace public physique. La pratique d'Internet n'est pas antinomique avec des usages ludiques situés hors du foyer. Elle peut permettre au contraire une meilleure planification des pratiques sociales collectives hors des réseaux numériques et des flux informationnels médiatisés (rencontre, participation à des spectacles vivants...). Il s'avère qu'en 2009, la réception et l'envoi de mails est l'usage le plus fréquemment rencontré parmi les internautes au moins mensuels. Ces échanges plus ou moins épistolaires participent à une communication phatique<sup>21</sup>, mais également à une coordination de relations sociales de vis-à-vis. A cela s'ajoute une pléthore d'usages rendant l'internaute non seulement consommateur, mais également producteur et/ou coproducteur de contenus médiatiques offerts à un auditoire plus ou moins élargi. Près de la moitié des personnes utilisant Internet au moins mensuellement créent ou mettent à jour leur profil sur un site dédié. Le tiers d'entre eux se rend sur des forums de discussion et contribue potentiellement aux débats développés.

L'Internet « plateforme communicationnelle » est en mesure de séduire un nombre considérable d'usagers étant donné la rapidité des transactions informationnelles, le coût minimal de production d'un flux médiatique individualisé (une fois l'abonnement pour une connexion acquitté) et enfin le relatif anonymat de la sphère netzienne. Internet permet aux usagers de mieux organiser une partie de leurs réseaux sociaux, mais également de maîtriser avec plus d'aisance leur affirmation identitaire et leur personnalité. L'âge, le sexe, la nationalité, la profession, le niveau de vie, qui structurent à bien des égards les relations sociales dans l'espace public réel, n'ont pas la même prégnance dans le cyberespace. Certains internautes peuvent ainsi masquer certaines données relatives à leur identité et proposer en ligne une personnalité plus en phase avec leur souhait du moment, une promotion relevant un mal être intérieur et/ou un goût prononcé du jeu d'acteurs. L'Internet offre des opportunités pour décroquer l'horizon relationnel et maximiser des interconnexions dont la durée et la force restent cependant aléatoires.

Une analyse nous permet d'appréhender conjointement l'ensemble des différents usages au moins mensuels d'Internet. Les résultats sont représentés dans les graphiques 6a et 6b, qui concernent respectivement l'ensemble des utilisateurs au moins mensuels d'Internet (69 % de

---

<sup>21</sup> « Se dit de la fonction du langage lorsque celui-ci ne sert pas à communiquer un message, mais à maintenir le contact entre le locuteur et le destinataire » (Le Petit Larousse illustré 2012).

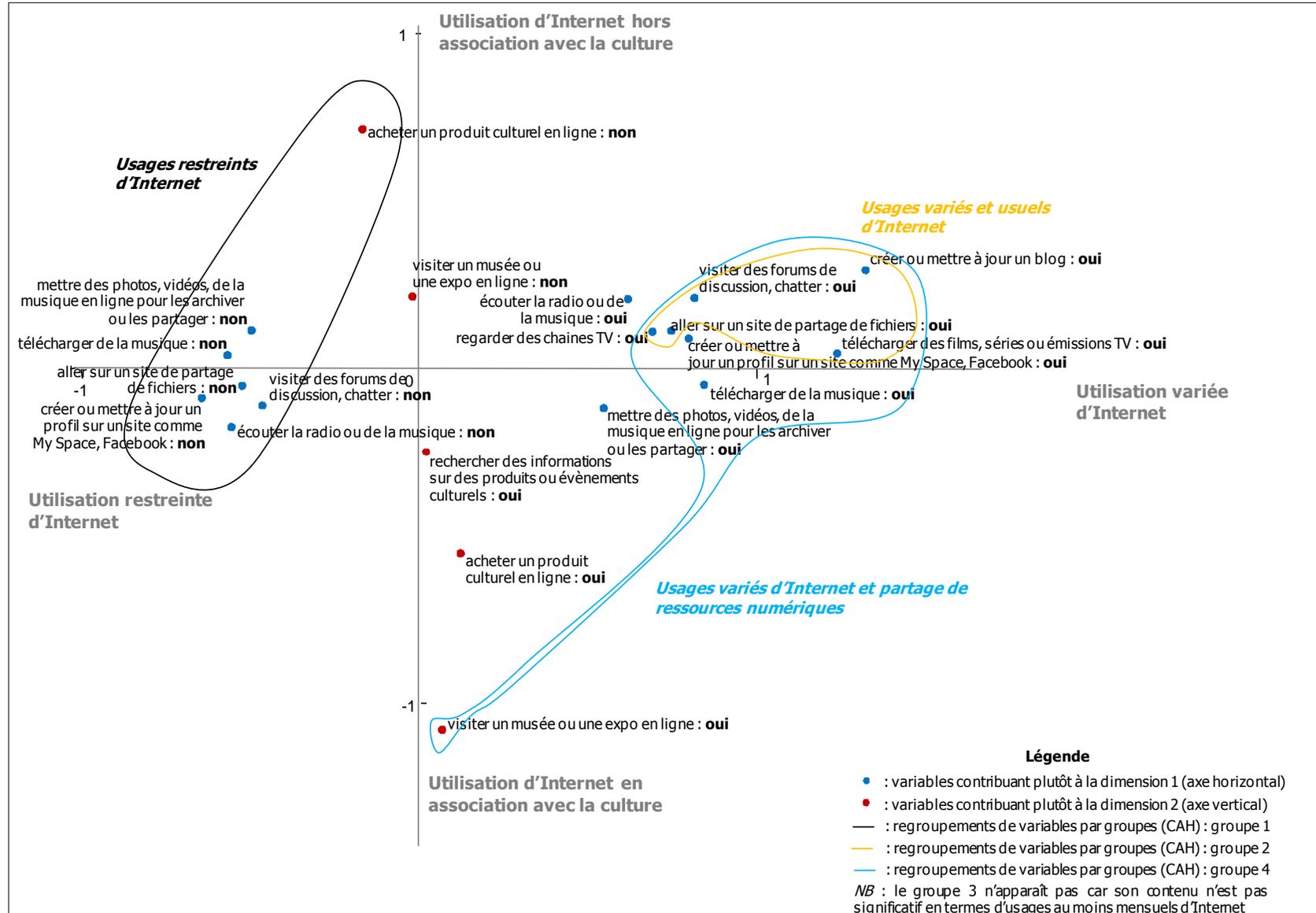
la population totale) puis cette population hors élèves et étudiants, nommée ici, par extension, « les internautes adultes ».<sup>22</sup>

L'espace des usages d'Internet comporte deux dimensions, communes aux deux graphiques. La première dimension est polarisée par une opposition entre une utilisation variée et une utilisation restreinte d'Internet. Dans le premier cas, les internautes répondent par l'affirmative aux différents usages culturels et communicationnels proposés dans le questionnaire. Dans le second cas, ils répondent par la négative. La seconde dimension oppose une utilisation d'Internet en association avec la culture à une utilisation en dehors d'une telle association.

---

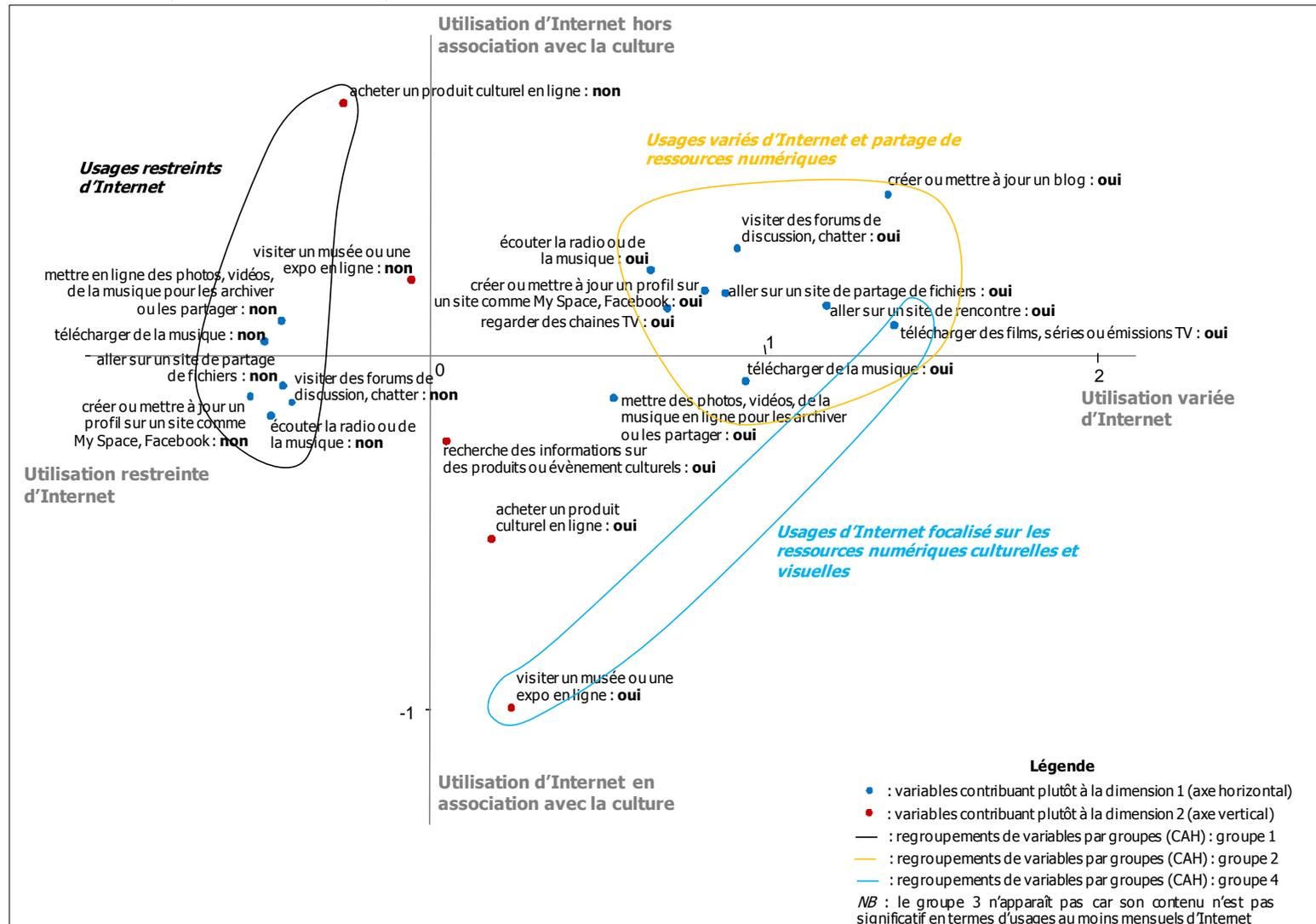
<sup>22</sup> Pour une présentation globale de la méthodologie employée, voir l'annexe 1.

Graphique 6a : **Les usages d'Internet** – analyse en correspondance multiple et classification ascendante hiérarchique sur l'ensemble des internautes au moins mensuels



Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD  
 Champ : les usagers au moins mensuels d'Internet (69 % de la population)

Graphique 6b : **Les usages d'Internet** – analyse en correspondance multiple et classification ascendante hiérarchique sur les internautes au moins mensuels adultes (hors élèves et étudiants)



Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Champ : les usagers au moins mensuels d'Internet (69 % de notre échantillon) hors élèves et étudiants

Concernant les caractéristiques sociodémographiques, le fait de séparer l'ensemble des internautes des internautes adultes n'induit pas de changement pour la première dimension (usage varié *versus* restreint) et touche partiellement la seconde dimension (usage culturel *versus* non culturel). En effet, la première dimension concerne essentiellement les 16-34 ans (usage varié), les 55-64 ans et les retraités (usage restreint), quelle que soit l'analyse<sup>23</sup>. La seconde dimension est stable concernant l'importance du niveau de scolarisation (primaire ou supérieur), des professions intellectuelles ou scientifiques, des professions d'ouvriers qualifiés, d'agriculteurs et d'artisans, d'un niveau de vie très faible (R--) et des personnes de nationalité portugaise. En revanche, la tranche d'âge des 16-24 ans ressort sur l'ensemble des Internautees tandis qu'elle laisse la place à une mise en avant d'un niveau de vie élevé (R+) et des métiers du service et de la vente lorsque l'on retire les élèves et étudiants de l'analyse. Autrement dit, le fait de retirer les élèves et étudiants de l'analyse souligne une prégnance plus importante du niveau de vie et d'une polarisation en termes de catégories socioprofessionnelles pour la seconde dimension (usage culturel *versus* non culturel).

Pour ces deux espaces des usages au moins mensuels d'Internet, quatre groupes peuvent être identifiés, dont un (le troisième groupe) n'apparaît pas de manière significative sur les graphiques 6a et 6b, tout en représentant respectivement 8 % et 9 % de l'ensemble des utilisateurs au moins mensuels d'Internet et de cette population hors élèves et étudiants. Ce groupe rassemble, pour les deux analyses, des personnes retraitées, les personnes ayant un niveau de scolarisation primaire et un niveau de vie très faible (R--)<sup>24</sup>. Son absence significative sur les graphiques ne permet pas d'avancer d'interprétation au sein de l'espace des usages au moins mensuels d'Internet. Les trois autres groupes apparaissent bien de manière significative sur les graphiques 6a et 6b. Les usages restreints d'Internet rassemblent respectivement 44 % et 50 % de l'ensemble des internautes et des internautes adultes (hors élèves et étudiants). Il s'agit du plus gros groupe dans chacun des deux espaces des usages au moins mensuels d'Internet. Il rassemble les 55-64 ans, des personnes retraitées, les personnes ayant un niveau de scolarisation supérieur et les professions intellectuelles ou scientifiques<sup>25</sup>.

Pour les deux derniers groupes, se focaliser sur la population adulte des internautes modifie le contenu des usages ainsi que les caractéristiques sociodémographiques associées.

---

<sup>23</sup> Notons que, pour la première dimension, le fait d'être élève ou étudiant ou de n'avoir jamais travaillé ressort sur l'ensemble des utilisateurs au moins mensuel d'Internet alors que les salariés ressortent lorsque les élèves et étudiants sont retirés de l'analyse.

<sup>24</sup> Notons que sur l'ensemble des utilisateurs au moins mensuel d'Internet le fait d'être ouvrier qualifié, agriculteur ou artisan ressort tandis que c'est le cas pour la nationalité portugaise et les métiers du service et de la vente pour les usagers hors élèves et étudiants.

<sup>25</sup> Retirer les élèves et étudiants de l'analyse fait par ailleurs ressortir le fait d'avoir un niveau de vie élevé (R+).

Concernant l'ensemble des internautes (graphique 6a), le deuxième groupe est inclus graphiquement dans le quatrième groupe car ils partagent un certain nombre de caractéristiques communes relatives aux usages d'Internet. Le deuxième groupe (17, %) se focalise sur des usages variés et usuels d'Internet (regarder des chaînes TV, télécharger des films, séries ou émissions TV, visiter des forums de discussions, chatter, créer ou mettre à jours un blog) tandis que le quatrième groupe (31 %) y ajoute des usages approfondissant le partage de ressources numériques (visiter un musée ou une exposition en ligne, créer ou mettre à jour un profil sur un site comme My Space, Facebook, aller sur un site de partage de fichiers). Concernant les internautes adultes (graphique 6b), c'est le quatrième groupe (25 %) qui est, en partie, inclus graphiquement dans le deuxième. Il correspond aux usages variés et usuels d'Internet augmentés d'un partage des ressources numériques, tandis que le quatrième groupe (16 %) se focalise sur l'accès à des ressources numériques culturelles et visuelles (téléchargement de films, séries ou émissions TV, visiter un musée ou une exposition en ligne).

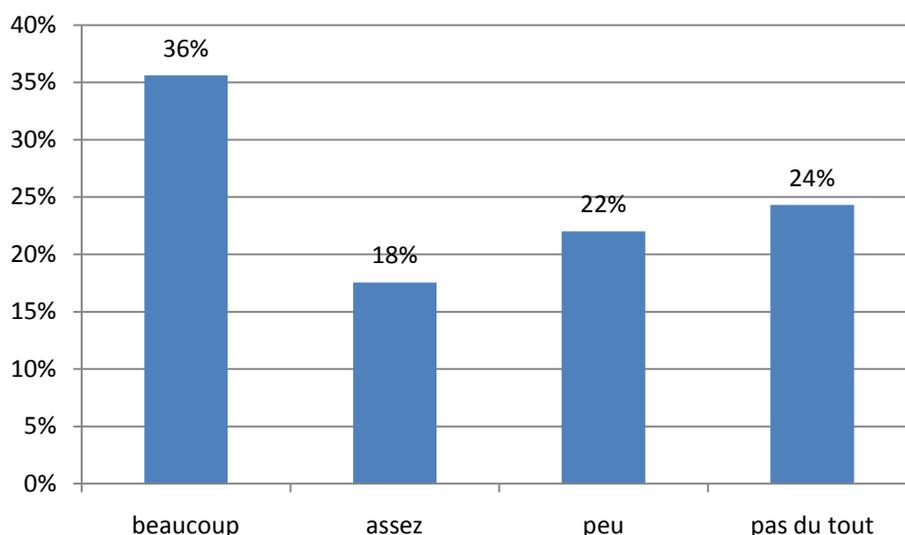
L'emboîtement constaté entre les groupes 2 et 4 au niveau des usages au moins mensuels d'Internet ne se vérifie pas de manière stricte en termes de caractéristiques sociodémographiques. Concernant l'ensemble des internautes, ces deux groupes ont en commun la tranche d'âge des 16-34 ans, le fait d'être élève ou étudiant et de n'avoir jamais travaillé. En revanche, le groupe 4 met en avant les retraités, les personnes ayant un niveau de scolarisation supérieur et les professions intellectuelles ou scientifiques, tandis que le groupe 3 (inclus dans le groupe 4) met en avant un niveau de scolarisation primaire, un niveau de vie très faible (R--), la nationalité portugaise et le fait d'être ouvrier qualifié, agriculteur ou artisan. Autrement dit, les usages variés d'Internet semblent bien diffusés en termes de caractéristiques sociodémographiques, c'est-à-dire que des personnes très différentes ont un tel usage, tandis que le passage à un approfondissement des partages de ressources numériques couvre un champ sociodémographique plus restreint. Concernant les internautes adultes, les groupes 2 et 4 ont uniquement en commun la tranche d'âge des 16-24 ans. Par ailleurs, le groupe 2 (qui inclut partiellement le groupe 4) met en avant une moindre variété sociodémographique que le groupe des usages variés d'Internet et de partage de ressources numériques, pour se concentrer sur les ouvriers qualifiés, agriculteurs et artisans, un niveau de vie très faible (R--), la nationalité portugaise et les métiers du service et de la vente. Le groupe 4 (usages d'internet focalisé sur les ressources numériques culturelles et visuelles) met en avant le fait d'être retraité.

Ces deux analyses, menées sur l'ensemble des internautes et sur les internautes adultes (hors élèves et étudiants) soulignent l'existence d'un espace similaire. En revanche, se

focaliser sur la population adulte de ces utilisateurs permet de souligner la stabilité du profil sociodémographique des utilisateurs restreints et l'importance de l'âge dans l'analyse des usages variés d'Internet. Par ailleurs, comparer les résultats présentés sur les deux graphiques permet de souligner que la diversité sociodémographique des usages au moins mensuels d'Internet provient des jeunes, dont le comportement face à Internet serait moins en lien avec leurs propres caractéristiques sociodémographiques que celui des adultes. Il semble donc qu'il y ait une rupture générationnelle dans l'approche d'Internet, ce qui impliquerait de distinguer les adultes et les jeunes lors d'analyses plus approfondies de leur comportement respectif par rapport aux usages d'Internet.

#### 4.1.3. L'attachement à Internet

Graphique 7 : **L'attachement à Internet**



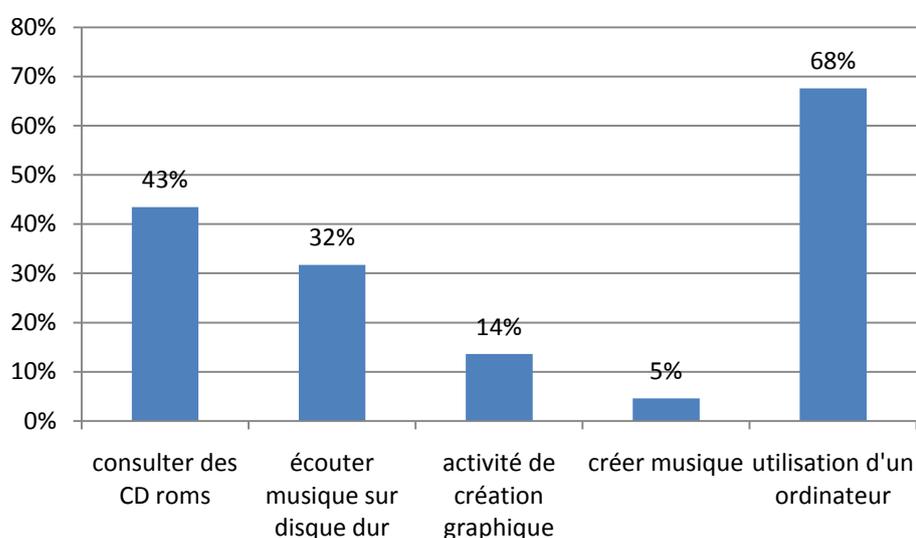
Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD  
Champ : les usagers au moins mensuels d'Internet (69 % de la population)

Tout support médiatique conduit à des phénomènes d'accoutumance et Internet n'échappe pas à la règle. En 2009, plus du tiers des personnes se connectant à Internet au moins chaque mois se trouverait en situation de fort manque après une hypothétique coupure pendant deux mois. Il est intéressant de remarquer que la dépendance télévisuelle forte, c'est-à-dire après une coupure temporelle équivalente, ne concernerait que le quart des auditeurs. Cependant, il faut noter que l'échantillon de base est sensiblement différent. La quasi totalité de la population est prise en compte pour l'attachement à la télévision (avec 97 % d'auditeurs) et seulement 69 % en ce qui concerne l'Internet.

Les phénomènes de forte dépendance (manque élevé après 2 mois sans consommation médiatique) se retrouvent proportionnellement plus chez les dirigeants d'entreprise (54%). On remarque également que les personnes disposant d'une formation scolaire de niveau postsecondaire, celles appartenant à la CSP « professions intellectuelles et scientifiques » et les individus dont le niveau de vie est très élevé (R + +) sont pour moitié très dépendants et se distinguent ainsi de la plupart des autres classes situées dans les catégories formation scolaire, CSP et niveau de vie et dont les membres sont proportionnellement moins liés au Net.

## 4.2. AUTRES LOISIRS NUMERIQUES

Graphique 8 : **L'usage de l'ordinateur à des fins culturelles et artistiques**



Source : *Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD*

L'ordinateur est devenu un outil incontournable dans la sphère professionnelle en même temps qu'il occupe une place non négligeable hors du monde du travail. L'enquête 2009 montre que l'usage de cet outil à des fins personnelles mobilise près des deux tiers des individus au cours de l'année de référence. Pour ce qui est des usages culturels et artistiques de l'ordinateur, un peu moins de la moitié (43 %) des individus consultent des cd-rom et un tiers utilise un ordinateur comme support d'une écoute musicale non rattachée à un espace de stockage externe. Le potentiel de créativité permis grâce aux différents logiciels est exploité par une infime minorité d'individus (5 % des individus créent, par exemple, de la musique via ordinateur). Le support informatique ne conduit pas à révolutionner l'orientation générale des loisirs entre création et consommation. Il permet avant tout de reproduire, de faciliter, de maximiser les opportunités déjà présentes hors de la sphère numérique.

La diffusion du terminal numérique grand public s'inscrit dans une histoire récente. Il a donc une capacité de séduction très différente en fonction de l'âge des usagers potentiels. L'ordinateur est lié aux nouvelles générations qui sont donc les plus enclines à l'adopter massivement dans un cadre privé. Par ailleurs, les loisirs créatifs sont plus communément liés aux jeunes dont l'esprit d'apprentissage est plus aiguisé que celui de leurs aînés. De fait, l'enquête signale que les jeunes générations sont les plus nombreuses à développer un penchant pour les loisirs numériques créatifs, reproduisant ainsi un comportement préexistant. Les 16-24 ans et les étudiants ou élèves sont à plus de 90 % des utilisateurs de l'ordinateur à des fins privées sur les 12 derniers mois. Dans le même temps, pas loin d'un tiers d'entre eux l'utilisent pour développer une activité de création graphique et 13 % pour développer des contenus musicaux. A l'inverse, les populations plus âgées sont, dans leur très grande majorité, des non utilisateurs de l'ordinateur à des fins personnelles (65 % des 65-74 ans, 84 % des 75 ans ou plus et 61 % des retraités). L'écoute musicale sur ordinateur, et plus encore les activités de création graphique et musicale, ne concernent alors plus qu'une infime partie de ces populations (entre 1 et 7 %). Les hommes étant de plus grands amateurs d'ordinateurs que les femmes, ils sont aussi plus nombreux à utiliser les différents potentiels de l'ordinateur pour un usage culturel et artistiques (avec des écarts pour chacune des pratiques se situant entre 5 et 10 points de pourcentage), la consultation de cd rom échappe, toutefois, à cette règle puisque femmes et hommes sont proportionnellement aussi nombreux à s'y adonner. Le niveau de formation scolaire, la catégorie socioprofessionnelle des usagers et le niveau de vie induisent également des comportements différents. Ainsi, les catégories socioculturelles très en retrait de l'usage de l'ordinateur (les moins diplômés, les classes ouvrières et les individus ayant un faible niveau de vie<sup>26</sup>) tendent à être proportionnellement moins nombreuses que les autres à avoir des usages culturels et artistiques assistés par ordinateur. A titre d'exemple, 15 % des personnes de niveau scolaire primaire ou inférieur consultent des cd rom alors que la part des auditeurs appartenant aux trois autres échelons supérieurs se situe entre 42 et 63 %.

---

<sup>26</sup> Excepté pour l'écoute de la musique via un ordinateur.

## 5. LE POIDS DE LA CULTURE DE L'ÉCRAN DANS LES LOISIRS QUOTIDIENS : RECAPITULATIF

Tableau 8 : **Le temps quotidien passé devant un écran**

temps journalier consacré à...			temps total
télévision	vidéo	ordinateur	
2h 37min (2h 22 min en 1999)	20 min	53 min	3h50 min

Source : Enquêtes Culture 2009 et PSELL-2/1999, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Les différents écrans ont une présence de plus en plus forte dans les modes de vie quotidiens occidentaux. L'enquête réalisée au Luxembourg ne fait que confirmer cette tendance lourde. Le temps quotidien passé devant un écran à des fins ludiques s'approche allègrement des quatre heures en 2009 avec une légère augmentation de la durée d'audience télévisuelle entre les deux enquêtes (un quart d'heure de plus qu'en 1999) et une fragmentation du minutage entre plusieurs supports médiatiques induisant une plus ou moins grande maîtrise des choix de la part des visionneurs ainsi qu'une interactivité homme-machine variable. Le temps lié à l'outil télévisuel reste dominant. Cette consommation est calée sur une programmation définie encore principalement par les diffuseurs. Certes, la télévision numérique permet d'inclure un supplément de maîtrise des contenus de la part des récepteurs et l'arrivée récente des téléviseurs avec disque dur intégré ouvre un monde de télévision à la carte. Cependant, la pratique télévisuelle commune s'inscrit encore dans une logique de consommation passive. Le consommateur laisse aux programmeurs télévisuels le soin de l'informer sur ce qu'il faut savoir et de définir ce qui va alimenter le débat social et structurer une « communauté médiatique imaginée ». Cette logique d'« agrégation de contenus » et de « passivité des usages » existe également via l'ordinateur et les flux informationnels netziens même si l'internaute apparaît souvent comme l'individu le plus en mesure d'orienter ses choix. La vidéo (au poids cependant très limité) a été, en cela, le précurseur de l'outil informatique dont les fonctionnalités et les logiques d'utilisation conduisent à une croissance exponentielle des choix médiatiques individualisés, mieux maîtrisés et interactifs.

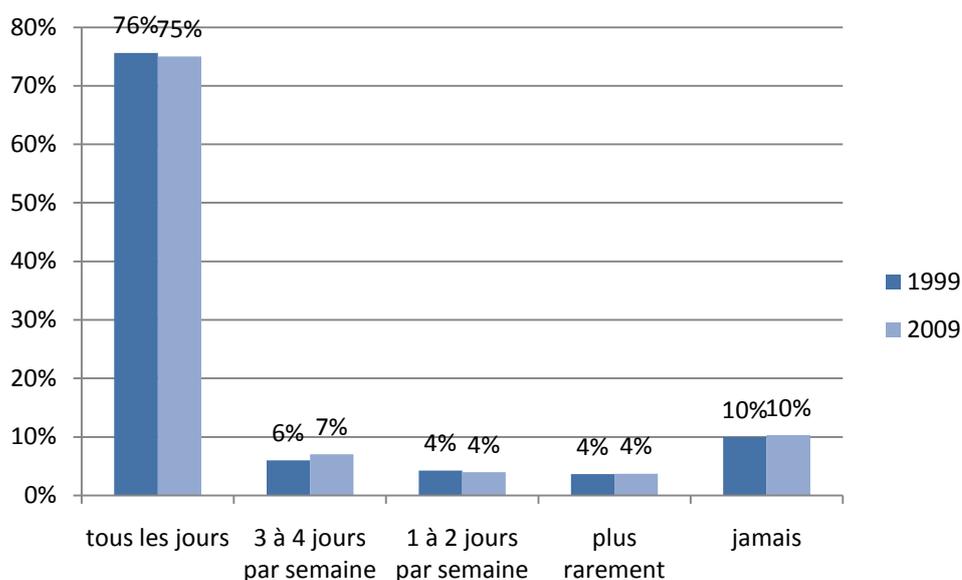
Une analyse plus détaillée nous montre que les jeunes (16-24 ans, étudiants ou élèves) et les chômeurs ont une consommation quotidienne globale bien supérieure à la moyenne (4,8 et 5,01). Ces derniers passent chaque jour une heure de plus que la moyenne des usagers devant un écran. La différence fondamentale se situe au niveau du temps consacré à l'ordinateur. Les jeunes générations et les chômeurs sont les seuls groupes passant plus de

100 minutes quotidiennes devant un tel écran à des fins personnelles. Le niveau d'étude et la catégorie socioprofessionnelle permettent également de différencier la répartition du temps « écrans médiatiques ». Les plus faiblement scolarisés (primaire ou moins) consacrent quotidiennement presque une heure de plus à la télévision que les diplômés du postsecondaire et passent de 2 fois moins de temps (30 minutes de moins) sur l'ordinateur que les autres catégories de formation scolaire. De même, la classe ouvrière ne passe pas loin d'une heure de plus chaque jour devant la télévision et 45 minutes de moins devant l'ordinateur que les professions intellectuelles et scientifiques. Cette répartition temporelle socialement différenciée se retrouve lorsqu'on s'intéresse au niveau de vie. Toutefois, si les individus dont le niveau de vie est très faible passent, en moyenne, moins de temps devant un écran d'ordinateur que les autres individus, ils ne se distinguent pas quant au temps moyen passé devant un écran de télévision.

Cette fragmentation de l'usage des écrans masque cependant une diffusion de contenus identiques sur des supports différents, comme nous avons pu le constater dans l'analyse des utilisations de l'Internet à des fins ludiques (la consommation télévisuelle sur le Net par exemple). Par ailleurs, les modes de consommation ne sont pas nécessairement en concurrence. On peut envisager un développement du temps de loisir rattaché aux différents écrans car l'ordinateur et les autres outils communicationnels nomades (comme le Smartphone) offrent des potentialités de visionnage en temps caché (lors du temps de déplacement domicile-travail, par exemple). La télévision en tant qu'objet reste encore rattachée au foyer et suppose donc une disponibilité à domicile. C'est une des raisons pour lesquelles on peut constater que les personnes âgées, les retraités, les personnes au foyer sans autre activité et les chômeurs consacrent un temps à la télévision bien souvent supérieur à celui accordé par les actifs et les étudiants. On peut faire l'hypothèse que le temps passé face au téléviseur traditionnel, fixe et à domicile va progresser plus lentement voire stagner dans les années futures et que, parallèlement à cela, les usages liés aux ordinateurs et autres terminaux nomades vont occuper une place plus importante au quotidien car les jeunes, gros consommateurs d'Internet, ont de fortes chances de poursuivre et de diversifier ce type de pratique en avançant en âge. Par ailleurs, les futures jeunes générations vont probablement suivre les logiques de consommation de leur parents relatives à ce « nouveau » média tout en intensifiant leur pratique et en développant les usages de nouvelles technologies qui verront le jour.

## 6. LA RADIO

Graphique 9 : **Fréquence de l'écoute radiophonique : évolution sur la période 1999-2009**



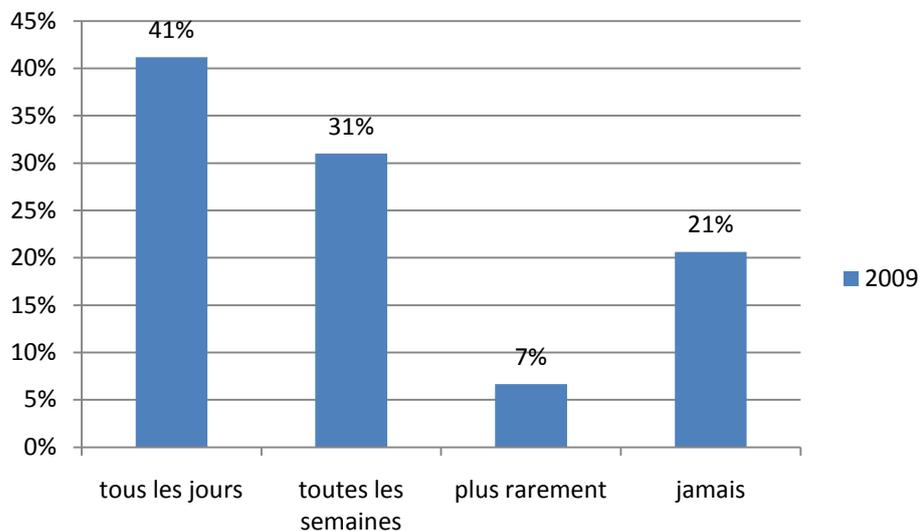
Source : Enquêtes Culture 2009 et PSELL-2/1999, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

La radio constitue un média toujours important malgré la diversification actuelle des outils et des procédures de diffusion des informations de masse. Cela tient peut-être au fait que ses contenus de base avant tout sonores peuvent être ainsi diffusés via une plus grande palette de supports fixes et nomades. La fréquence de l'écoute radiophonique est stable au cours de la décennie 2000. Les pratiques restent très majoritairement quotidiennes. Par ailleurs, les individus déclarent écouter en moyenne plus de deux heures par jour la radio en 2009. Il s'agit d'une fréquence et d'un taux d'écoute équivalents à ceux observés en matière de télévision. Alors que les jeunes, les inactifs (personnes n'ayant jamais travaillé), les chômeurs et les ressortissants extracommunautaires ont une consommation sensiblement inférieure à la moyenne pour se situer entre 60 et 90 minutes par jour, les indépendants se distinguent par l'écoute quotidienne la plus intensive, proche de trois heures trente. La radio compte, par ailleurs, un peu moins d'auditeurs quotidiens chez les 16-24 ans, les étudiants, les chômeurs, les personnes au foyer, les étrangers, les moins diplômés, les ouvriers non qualifiés et les individus dotés d'un faible niveau de vie. Hormis la question de l'âge, la radio apparaît ici donc comme un média d'autant plus prisé que l'on se situe dans les classes sociales plus privilégiées. On remarquera, encore, une baisse significative en dix ans du taux d'auditeurs quotidiens chez les jeunes (16-24 ans, étudiants et élèves) ce qui témoignerait d'une certaine désaffection de ce média auprès des nouvelles générations.

## 7. LA MUSIQUE

### 7.1. FREQUENCE D'ÉCOUTE MUSICALE

Graphique 10 : **Fréquence de l'écoute musicale en 2009**



Source : *Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD*

L'écoute musicale en dehors de la radio reste une des activités de loisir centrales. En 2009, les contenus musicaux rassemblent quotidiennement 40 % des individus et un tiers hebdomadairement. Seul, un individu sur cinq n'écoute jamais de musique<sup>27</sup>. Une analyse détaillée de l'écoute quotidienne montre qu'elle connaît un pic parmi les jeunes générations (77 % des 16-24 ans), décroissant ensuite régulièrement jusqu'à ne plus concerner que 20 % des 65 ans ou plus. Outre cette distinction générationnelle, l'écoute musicale quotidienne reste prégnante parmi les dirigeants, professions intermédiaires et employés de bureau et les indépendants.

---

<sup>27</sup> Du fait de formulations différentes dans les deux enquêtes, les comparaisons des résultats de 1999 et 2009 ne sont pas permises pour l'écoute musicale. En 1999, la question s'intitulait « Écoutez-vous de la musique ? » tandis que son libellé était plus restrictif en 2009 : « en dehors de la radio, écoutez-vous de la musique ? » Les résultats fort différents qui en résultent vont à l'encontre des tendances générales de boom musical attestées sur plusieurs décennies, par exemple en France (Donnat O. et Lévy F. (2006) « Approche générationnelle des pratiques culturelles et médiatiques », *Ministère de la Culture et de la Communication*).

## 7.2. GOUTS MUSICAUX

Tableau 9 : **Les goûts musicaux**

styles de musique	2009			1999
	écoutés le plus souvent	jamais écoutés car n'aime pas	pas cités	le plus écouté
classique	35%	24%	41%	22%
lyrique	12%	34%	54%	4%
musique du monde	41%	20%	39%	8%
rock, pop	65%	15%	20%	26%
variété nationale et internationale	48%	16%	36%	18%
musiques électriques	19%	36%	45%	6% *
rap	27%	31%	42%	
jazz, blues	36%	24%	40%	2%
hard rock	18%	40%	42%	2%
folk, traditionnelle	28%	25%	47%	10%
autre	6%	1%	93%	2%

\*dance, tecno, funk, rap

Source : *Enquêtes Culture 2009 et PSELL-2/1999, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD*

Champ : les auditeurs de musique

Les questions relatives aux goûts musicaux, posées lors des enquêtes réalisées en 1999 et 2009, sont sensiblement différentes. A la fin des années 1990, les individus devaient signaler un seul type de musique favori alors que dix ans plus tard, chaque personne enquêtée pouvait mettre en avant plusieurs centres d'intérêt musical dans l'optique de mieux cerner l'éclectisme des goûts des consommateurs. Par ailleurs, l'autre objectif de la dernière enquête était de mesurer les styles induisant des phénomènes de rejet (sur le terrain de la sociologie du goût, la position dans l'espace des préférences tient au moins autant à l'expression d'un corpus de préférences positives qu'à la manifestation d'une somme de rejets). Les styles de musique ne suscitant ni préférence ni rejet ont été classés dans la catégorie « indifférent ».

Malgré ces différences dans le mode de questionnement, l'analyse permet de dégager des tendances lourdes. Tout d'abord, le pop rock reste, sans conteste, le style musical réunissant le plus large public lors des deux enquêtes (26 % en 1999 et 65 % en 2009). La musique classique et la variété se maintiennent également comme des courants dominants. Parallèlement à cela, les réponses multi-choix possibles en 2009 conduisent à un renforcement de la plupart des styles, et notamment la musique du monde et le jazz-blues qui intéressent plus du tiers de la population.

En 2009, on constate que, généralement, la proportion de personnes n'écoutant jamais certaines musiques, parce qu'elles ne les aiment pas, est d'autant plus élevée que ces styles mobilisent une part limitée d'inconditionnels. Ainsi, le lyrique, la musique électrique et le hard

rock, qui réunissent le public le plus restreint, sont également les styles auxquels une part relative maximale d'auditeurs reste sourde. Il est important de noter, par ailleurs, que l'écoute s'organise autour de familles musicales, rassemblant des genres plus ou moins divers.

Une analyse nous permet d'appréhender conjointement l'ensemble des goûts musicaux. Les résultats sont représentés dans les graphiques 11a et 11b, qui concernent respectivement l'ensemble de la population et une sous population hors élèves et étudiants, nommée par extension population adulte.<sup>28</sup>

L'espace des goûts musicaux comporte deux dimensions, communes aux deux graphiques. La première dimension oppose l'expression d'aversion musicales à celle d'une certaine indifférence face à un ensemble de styles musicaux. La seconde dimension se focalise sur une différenciation en termes de culture musicale, classique dans un cas (musique classique, lyrique, folk et traditionnelle), et liée à des styles musicaux plus actuels dans l'autre cas (rap, hard rock, rock, pop).

Concernant les caractéristiques sociodémographiques, le fait d'analyser successivement l'ensemble de la population et les adultes permet de souligner la stabilité de l'ancrage sociodémographique de ces deux dimensions. En effet, quelle que soit l'analyse, la première dimension est uniquement liée aux goûts musicaux *per se*, tandis que la seconde dimension met en avant l'importance de l'âge en relation avec l'opposition entre culture musicale classique ou actuelle (la tranche des 55 ans ou plus en opposition avec celle des 25-34 ans)<sup>29</sup>.

Le nombre de groupes pouvant être identifiés dans les espaces des goûts musicaux est différent selon l'analyse. Concernant l'ensemble de la population, il y a quatre groupes (graphique 11a). Le premier rend compte d'un rejet d'une culture musicale en lien avec d'autres cultures. En effet, les musiques du monde, le jazz et le blues ne sont pas appréciés ; s'y ajoute le rejet de la musique folk et traditionnelle. Ce groupe rassemble 13 % de la population et concerne les élèves et étudiants, les 16-34 ans et les personnes n'ayant jamais travaillé. Le deuxième groupe rend compte d'une culture musicale indifférenciée et représente 47 % de la population. Il s'agit donc du groupe le plus important en taille. Les styles de musiques, quels qu'ils soient, ne sont « pas cités » : ils ne sont donc ni écoutés le plus souvent,

---

<sup>28</sup> Pour une présentation globale de la méthodologie employée, voir l'annexe 1.

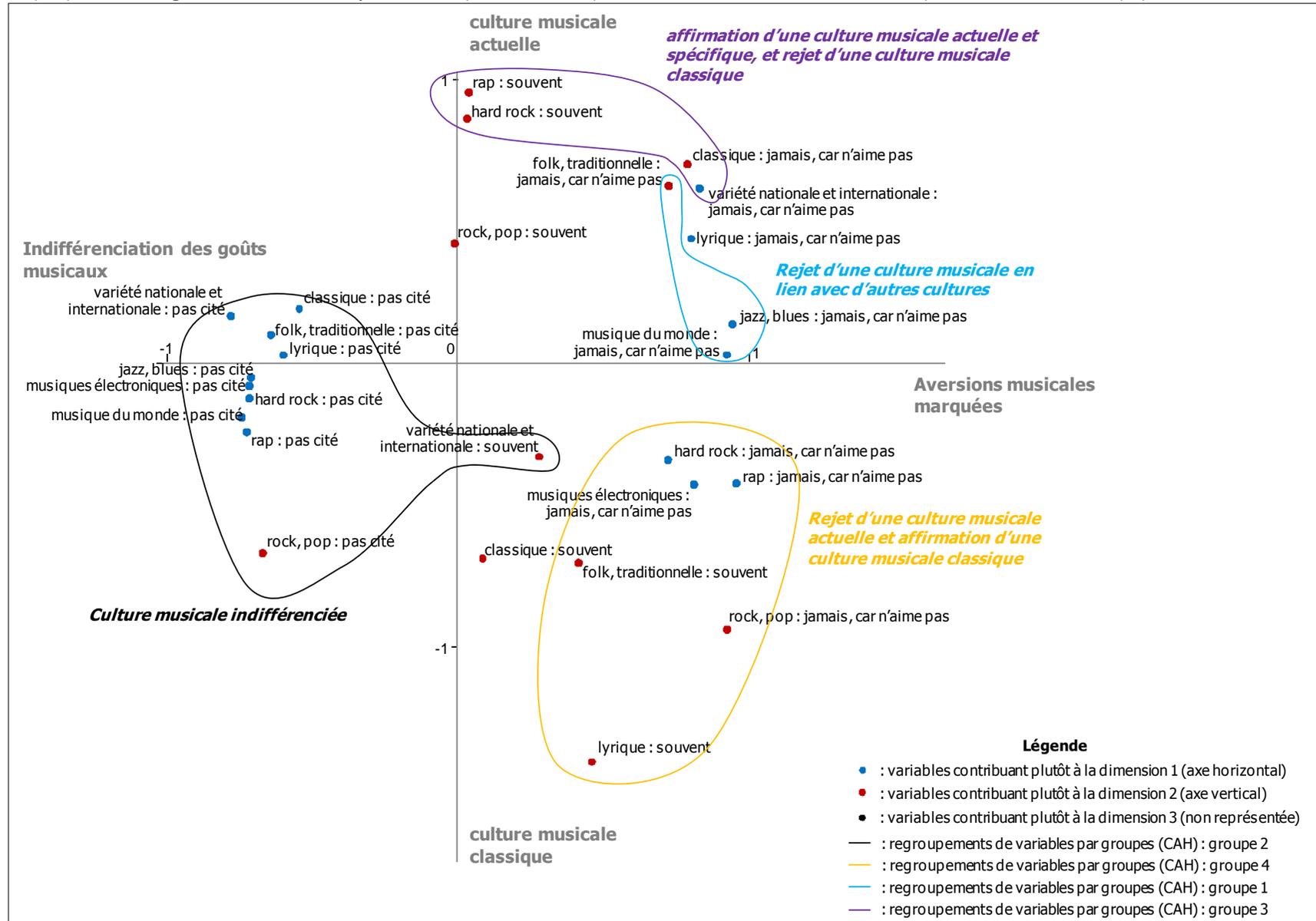
<sup>29</sup> Notons que sur l'ensemble de la population le fait d'être élève ou étudiant, de n'avoir jamais travaillé et d'avoir entre 16 et 24 ans ressort pour la seconde dimension. Ce résultat laisse la place à une mise en avant des salariés lorsque nous retirons les élèves et étudiants de l'analyse.

ni désignés comme n'étant pas appréciés. Ce groupe concerne les retraités et couvre la tranche d'âge des 55 ans ou plus. Le troisième groupe rassemble 21 % de la population et souligne l'affirmation d'une culture musicale actuelle et spécifique (rap, hard rock) couplée à un rejet d'une culture musicale classique. Le profil sociodémographique de ce groupe est identique à celui du premier groupe. Enfin, le quatrième groupe rend compte d'un rejet d'une culture musicale actuelle (rap, hard rock, musiques électroniques, rock, pop) couplé à l'affirmation d'une culture musicale classique (lyrique). Il rassemble 19 % de la population et a le même profil sociodémographique que le deuxième groupe. Il y aurait donc deux manières de concevoir ses goûts musicaux au sein d'un même groupe sociodémographique, et cela serait valable pour les deux tranches d'âge qui s'opposent selon la seconde dimension : les 16-34 ans et les 55 ans ou plus.

Concernant la population adulte, on distingue trois groupes (graphique 11b). Le premier rend compte d'une culture musicale indifférenciée et représente 31 % de la population adulte. Les styles de musiques mentionnés ne sont « pas cités » : ils ne sont donc ni écoutés le plus souvent, ni désignés comme n'étant pas appréciés. Notons que le nombre de styles musicaux est moins élevé que pour l'analyse sur l'ensemble de la population. Par ailleurs, ce groupe concerne les retraités et couvre la tranche d'âge des 55 ans ou plus. Le deuxième groupe rassemble 26 % de la population adulte et rend compte du rejet d'une culture musicale actuelle couplé à l'affirmation d'une culture musicale classique. Le profil sociodémographique de ce groupe est identique à celui du premier. Enfin, le troisième groupe est le plus important en nombre : il représente 43 % de la population adulte. Il concerne les 25-34 ans et se focalise sur le rejet d'une culture musicale classique ou de variété.

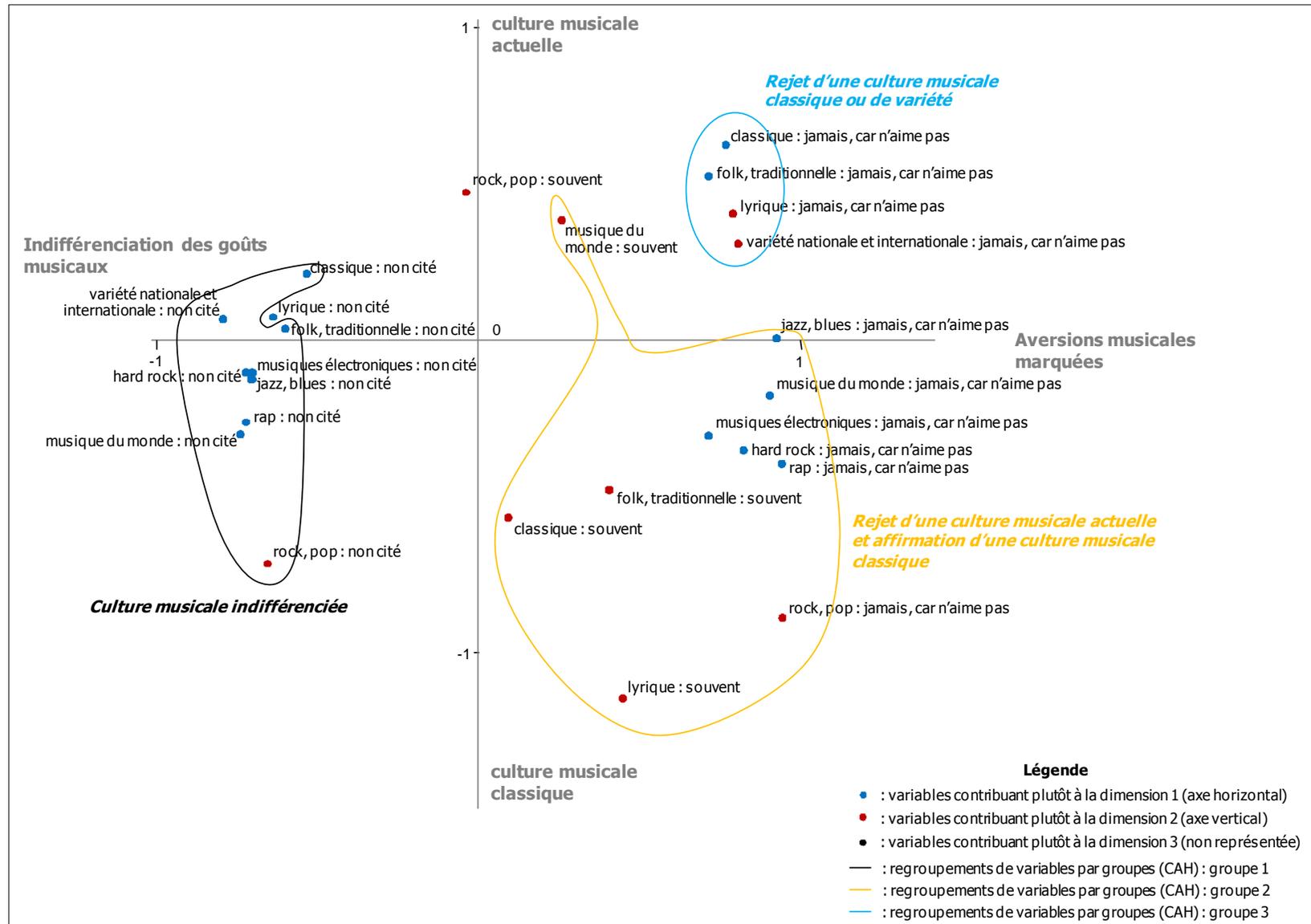
La comparaison des résultats dans les deux espaces des goûts musicaux (graphiques 11a et 11b) permet de souligner trois phénomènes. Premièrement, la culture musicale indifférenciée semble être l'apanage des retraités et de la tranche d'âge des 55 ans ou plus. En effet, ce profil sociodémographique est stable quelle que soit la population d'analyse. Deuxièmement, dans la mesure où il en est de même concernant l'affirmation d'une culture musicale classique couplée à un rejet d'une culture des musiques plus actuelles, il est possible d'avancer que différents types de goûts musicaux coexistent au sein d'une même tranche d'âge, tout en restant spécifique à ladite tranche. Cela est corroboré par les résultats concernant les groupes 1 et 3 sur l'ensemble de la population et le groupe 3 sur la population adulte. Enfin, troisièmement, l'analyse de l'espace des goûts musicaux semble peu ou pas sensible à l'agrégation des populations jeunes et adultes.

Graphique 11a : **Les goûts musicaux** – analyse en correspondance multiple et classification ascendante hiérarchique sur l'ensemble de la population



Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Graphique 11b : **Les goûts musicaux** – analyse en correspondance multiple et classification ascendante hiérarchique sur l'ensemble de la population hors élèves et étudiants



Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

## CHAPITRE 2. LA CULTURE DE L'ÉCRIT

### 1. LA PRESSE ECRITE

#### 1.1. LA LECTURE DES QUOTIDIENS

##### 1.1.1. Fréquence de lecture

Tableau 10 : **Fréquence de lecture de la presse quotidienne**

	tous les jours	toutes les semaines	plus rarement	jamais	total
<b>évolution sur la période 1999-2009</b>					
1999	59%	19%	3%	19%	100%
2009	57%	8%	2%	33%	100%
<b>le papier et l'Internet (2009)</b>					
version papier	53%	9%	3%	35%	100%
version Internet	10%	5%	6%	79%	100%
<b>presse luxembourgeoise et presse étrangère (2009)</b>					
presse luxembourgeoise	50%	9%	4%	37%	100%
presse étrangère	14%	10%	11%	65%	100%
<b>les quotidiens gratuits (2009)</b>	31%	19%	20%	30%	100%

Source : Enquêtes Culture 2009 et PSELL-2/1999, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

L'évolution décennale montre une érosion non négligeable du lectorat de la presse quotidienne. Le tiers de la population ne lit plus de quotidiens en 2009 contre moins de 20 % à la fin des années 1990. Cette diminution se concentre avant tout au niveau du public hebdomadaire. On peut constater également que le mode de consommation de cette presse reste principalement traditionnel. Internet n'est pas une plateforme médiatique fédératrice d'un lectorat majoritaire au sein de la population étudiée : 15 % des individus consultent la presse via le Web alors qu'ils sont près des deux tiers à choisir le format papier. La révolution Internet n'a pas bouleversé ces modes de consommation, qui semblent évoluer lentement. En effet, la lecture de la presse s'effectue plutôt sur la base de la version papier et marginalement sur celle de la version Internet.

La presse éditée au Grand-Duché a un public dont la pratique se cale sur la moyenne générale, à l'opposé de la presse étrangère, qui attire un lectorat bien plus restreint puisque les deux tiers des individus ne la consultent jamais. Mais n'oublions pas que la presse quotidienne s'adresse en très grande partie à un public national, voire régional dans un cadre national. Il n'est donc guère étonnant que la presse étrangère attire moins l'attention des

lecteurs que les médias luxembourgeois. On peut, par ailleurs, faire l'hypothèse que cette consommation de journaux étrangers soit relativement importante, en comparaison à d'autres pays européens, étant donné la forte composante étrangère de la population.

Enfin, si les quotidiens gratuits séduisent une proportion importante de lecteurs, l'écart avec la presse payante luxembourgeoise n'est que de 7 points (70 % de la population lit des gratuits contre 63 % pour les quotidiens payants nationaux). Notons cependant qu'au jour le jour, la proportion de personnes consultant un quotidien acheté sera presque deux fois plus importante que celle captée par les gratuits dont le lectorat s'équilibre entre un public assidu, hebdomadaire et très occasionnel.

### 1.1.2. Profil sociodémographique du lectorat

Le profil sociodémographique du lectorat a globalement peu évolué au cours de ces dix dernières années. Les tendances lourdes se maintiennent et la baisse proportionnelle du public touche la plupart des segments de la population. Les lecteurs restent légèrement plus nombreux que les lectrices. Par ailleurs, plus les enquêtés sont âgés, plus ils seront nombreux à pratiquer une lecture de quotidiens et ce notamment au jour le jour. On remarque également que les ressortissants Luxembourgeois représentent un lectorat journalier bien supérieur à celui des autres groupes nationaux résident au Grand-Duché. Ainsi, en 2009, plus des deux tiers des ressortissants luxembourgeois lisent quotidiennement la presse contre 44 % des autres résidents membres de l'Union européenne (Portugais exclus) et un quart des Portugais. La profession et le niveau de vie des personnes sont des critères discriminants en matière de lecture. Les individus faisant partie des catégories les plus aisées et dont l'emploi est rattaché aux professions dites supérieures (dirigeants, professions intellectuelles et scientifiques) seront proportionnellement les plus nombreux à lire la presse tous les jours. La seule modification sensible sur la décennie concerne le niveau de formation du lectorat. Si le niveau d'étude apparaissait, en 1999, sans influence sur la pratique quotidienne de lecture de la presse, il intervient de manière significative dix ans plus tard : plus de 60 % des diplômés du secondaire supérieur ou encore du postsecondaire lisent quotidiennement la presse contre 45 % des diplômés du primaire ou moins. C'est bien au sein des catégories de la population les moins scolarisées (primaire ou moins) que l'on constate une érosion importante de ce type de lectorat, avec une baisse de près de 16 points au cours de la période 1999-2009.

L'analyse des pratiques de lecture en fonction du support choisi (papier *versus* numérique) pour l'année 2009 montre qu'Internet mobilise un lectorat sensiblement différent de celui de la presse sortant des rotatives. Tout d'abord, les individus de plus de 64 ans

montrent un désintérêt total pour le numérique dans leur écrasante majorité (90 %) alors qu'ils constituent, par ailleurs, le lectorat le plus assidu (plus de 85 % d'entre eux lisent quotidiennement les journaux contre 57 % en moyenne). On n'observe pas, en retour, un changement fondamental des pratiques de lecture au sein de la jeunesse sous l'effet de la nouvelle presse numérique, à l'exception des jeunes adultes de 25-34 ans qui développent une pratique de l'Internet supérieure à la moyenne. Ainsi, la jeunesse continue à former, tous supports confondus, la catégorie la moins consommatrice de journaux ainsi qu'à privilégier, à l'instar du lecteur lambda (/moyen), la presse papier au numérique. La moitié des moins de 35 ans ne lit pas la presse papier et les deux tiers d'entre eux ne consultent pas la presse en ligne.

On retrouve, par ailleurs, dans l'usage d'Internet certains attributs sociodémographiques similaires à ceux du lectorat de la presse quotidienne en général, avec une consultation de la presse numérique plus fréquente que la moyenne par des diplômés du postsecondaire, des catégories socioprofessionnelles supérieures (dirigeants, professions intellectuelles et scientifiques), les professions intermédiaires et des classes sociales disposant du niveau de vie le plus élevé (R++). Les Luxembourgeois consultent plus rarement la presse sur le Net que les autres nationalités, les Portugais sont les plus nombreux à ne jamais la consulter tandis que les autres ressortissants européens offrent la plus forte concentration de cybernautes « presse » (15%).

Des différences existent également en fonction de l'origine géographique de la presse. La presse luxembourgeoise mobilise un lectorat dont le profil est équivalent à celui des journaux en général. A l'inverse, les quotidiens venant de l'étranger ont un public dont le profil est moins typé. Les hommes, les 45-54 ans, les individus ayant une formation du post-secondaire, les dirigeants, les professions intellectuelles et les indépendants sont plus nombreux que les autres à consulter la presse étrangère.

Enfin, en ce qui concerne la presse quotidienne gratuite, on remarquera un profil de lectorat souvent diamétralement opposé à celui de la presse prise dans son ensemble. Ainsi, plus les personnes avancent en âge et moins elles sont nombreuses à s'intéresser à ce type de presse. Plus de 75 % des moins de 35 ans lisent les gratuits contre seulement la moitié des plus de 65 ans. Les individus de nationalité luxembourgeoise ont un usage de ces journaux très en retrait par rapport aux autres groupes nationaux. Enfin, ce sont les catégories socioprofessionnelles les moins élevées (ouvriers non qualifiés, inactifs) qui rassemblent le plus fort lectorat. L'identité de ces journaux (gratuité, information brute de type agence de presse, mise en avant des people, publicité du sensationnel et de l'évènement anecdotique international...) peut rebuter autant les élites à la recherche de contenus sérieux et approfondis que les personnes âgées souhaitant savoir ce qui se passe dans leur environnement immédiat (le non-évènement local, les petites annonces fouillées...). Mais il

faut souligner également qu'il peut y avoir un écart entre les réponses déclarées et les usages réels, le sensationnalisme développé par cette presse pouvant inciter une partie des élites à nier une pratique qui existe dans les faits.

## 1.2. LA LECTURE DE MAGAZINES

### 1.2.1. Fréquence de lecture

Tableau 11 : **Fréquence de lecture des magazines**

	toutes les semaines	tous les mois	plus rarement	jamais
<b>évolution sur la période 1999-2009</b>				
1999	57%	13%	5%	25%
2009	52%	15%	4%	29%
<b>le papier et l'Internet (2009)</b>				
papier	50%	16%	4%	30%
Internet	7%	3%	4%	86%

Source : Enquêtes Culture 2009 et PSELL-2/1999, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

La lecture de magazines est relativement stable au cours de la décennie 2000 en comparaison avec celle des journaux quotidiens et mobilise un public aussi large que celui de la presse journalière (71 % *versus* 67 %). Enfin, les magazines comme les journaux induisent des usages liés à un support traditionnel : le papier. On remarque même que les magazines diffusés sur le Net ont une capacité de mobilisation inférieure à celle de la presse quotidienne en ligne (86 % de la population ne lit jamais les magazines sur Internet contre 79 % en ce qui concerne la presse quotidienne positionnée dans l'espace virtuel en 2009).

Le profil sociodémographique du lectorat de magazines est globalement stable au cours de la décennie, à l'exception toutefois des moins de 25 ans dont la part des non lecteurs a augmenté et atteint 35%. Il est également moins tranché que celui des quotidiens. Une des raisons essentielles de cette différence vient du simple fait que l'offre en magazines est plus diverse que celle diffusée journalièrement. Chaque segment de la société luxembourgeoise peut se retrouver dans des contenus produits par des magazines. Ainsi, on peut constater que chaque classe d'âge a un lectorat global de magazines relativement équivalent (entre 65 et 80 % en 2009).

Globalement, les personnes de nationalité luxembourgeoise, les catégories socioprofessionnelles supérieures, les retraités et les milieux sociaux les plus aisés ont plus tendance à lire des magazines que les populations étrangères, les catégories situées en bas de l'échelle sociale et les groupes au niveau de vie le plus modeste, mais ce lectorat reste moins

clivé que celui de la presse quotidienne. Il en va de même au niveau de la fréquence des pratiques médiatiques. Les moins de 25 ans adoptent moins souvent la lecture hebdomadaire, tandis que les 25-34 ans ont une consommation qui se répartit avant tout sur le mois. A l'inverse des 55-74 ans sont les lecteurs les plus assidus, 65% privilégiant un rythme hebdomadaire.

Le public le plus attiré par les magazines en ligne se recrute au sein des mêmes catégories sociodémographiques que celles mobilisées par la presse numérique quotidienne : les hommes, les jeunes adultes (25-34 ans), les diplômés du postsecondaire, les catégories socioprofessionnelles supérieures et celles disposant du niveau de vie le plus élevé. Mais les proportions restent cependant très réduites. Les dirigeants constituent le groupe dans lequel on retrouve un volume relatif maximal de lecteurs en ligne. Ils ne sont, pour autant, que 28 % à consulter un « cybermagazine » en 2009.

### 1.2.2. Types de magazines lus

Tableau 12 : **Types de magazines lus le plus souvent**

programme TV	55%
santé, famille	53%
maison et travaux	46%
culture, feuilletons	45%
cuisine	44%
people	42%
sciences	39%
mode	39%
sport	39%
écologie, environnement	37%
politique	36%
auto-moto	29%
informatique, multimédia	23%
finance/économie	20%

Source : *Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD*  
 Champ : lecteurs de magazines

D'une manière générale, on constate que les magazines les plus à même de capter un grand public abordent des thématiques très larges pouvant concerner des segments importants de la population, c'est-à-dire les programmes TV qui orientent des pratiques médiatiques audiovisuelles plus ciblées et la presse concernant les conditions et les modes de vie du ménage (maison, famille, santé). A l'inverse, les revues les moins consultées sont celles s'adressant à un public de « niche » (informatique et multimédia, finance/économie).

Une analyse nous permet d'appréhender conjointement l'ensemble des différents types de magazines lus, ou non, par les lecteurs de magazines. Les résultats sont représentés dans les graphiques 12a et 12b, qui concernent respectivement l'ensemble des lecteurs de magazines et cette même population hors élèves et étudiants. Par extension, cette sous population sera nommée les lecteurs adultes de magazines.<sup>30</sup>

L'espace des types de magazines comporte trois dimensions<sup>31</sup>, communes aux deux graphiques. La première dimension oppose une lecture régulière des magazines à une lecture plus occasionnelle. Elle est liée à une distinction par genre, qu'il s'agisse de l'ensemble des lecteurs ou des lecteurs adultes. La deuxième dimension se focalise sur une distinction des types de magazines, opposant ceux liés à un contenu de divertissement à ceux rendant compte d'informations et d'une diffusion du savoir. Cette dimension est également polarisée par le genre ainsi que par le fait d'être au foyer, d'avoir un niveau de scolarisation supérieur, d'être ouvrier non qualifié ou d'avoir un métier dans les secteurs du service ou de la vente. La troisième dimension oppose les lecteurs de magazines lisant des revues d'auto-moto et de sport à ceux n'en lisant pas. En termes de caractéristiques sociodémographiques, cette dimension met en avant un niveau de scolarisation supérieur *versus* un niveau de scolarisation primaire, et les professions intellectuelles ou scientifiques *versus* celles d'ouvrier qualifié, d'agriculteur et d'artisan. Soulignons d'ores et déjà que l'espace des types de magazines pour son lectorat ne semble pas touché par le retrait des élèves et étudiants de l'analyse.

Dans ces deux espaces des types de magazines, trois groupes de pratiques peuvent être identifiés. Ils ont une répartition relative majoritairement similaire dans les deux espaces, puisque l'on retrouve notamment l'opposition entre les deux premiers groupes de chaque analyse, à la fois en termes de types de magazines mentionnés (respectivement par la négative ou de manière positive) et des caractéristiques sociodémographiques saillantes. En effet, le premier groupe relatif à l'ensemble de la population des lecteurs de magazines (graphique 12a) rend compte d'un rejet des magazines relevant de la presse féminine (réponse négative pour les magazines de mode, people, de cuisine, de maison et travaux et relatifs à la santé ou la famille). Il rassemble 42 % de cette population et constitue ainsi le groupe le plus important. En termes de caractéristiques sociodémographiques, ce groupe est plutôt composé d'hommes, de personnes ayant un niveau de scolarisation supérieur et des

---

<sup>30</sup> Pour une présentation globale de la méthodologie employée, voir l'annexe 1.

<sup>31</sup> Par souci de clarté, seules les deux premières dimensions sont représentées graphiquement.

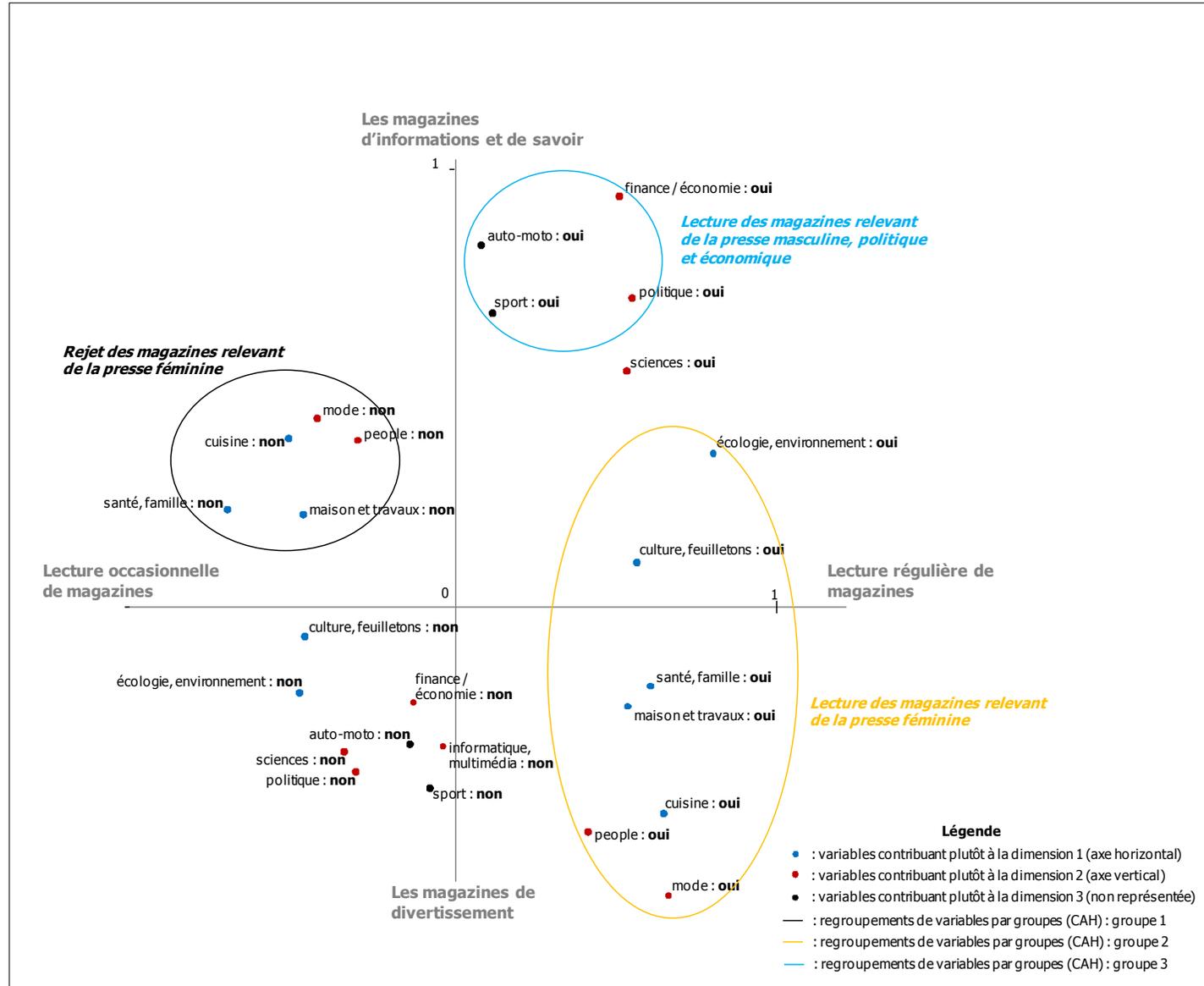
professions intellectuelles ou scientifiques. S’y oppose le deuxième groupe, qui rassemble 38 % de la population des lecteurs de magazines et qui rend compte d’une lecture des magazines relevant de la presse féminine (l’opposition au premier groupe se situe dans la réponse positive pour les magazines de mode, people, de cuisine, de maison et travaux et relatifs à la santé ou la famille). Ce deuxième groupe met en avant le fait d’être une femme, d’être au foyer, d’avoir un métier dans le secteur des services ou de la vente, d’être un ouvrier non qualifié et d’avoir un niveau de scolarisation primaire. Cette opposition se retrouve dans l’espace des types de magazines du lectorat adulte de magazines (graphique 12b). S’y ajoute le fait que le rejet des magazines relevant de la presse féminine est couplé à une lecture de ceux relevant de la presse masculine<sup>32</sup>. Le troisième groupe de l’espace des types de magazines de l’ensemble du lectorat (graphique 12a) rend compte de la lecture relevant de la presse masculine, politique et économique. Il rassemble 20 % du lectorat de magazines et est caractérisé par le fait d’être ouvrier qualifié, agriculteur ou artisan. Lorsque les élèves et étudiants sont retirés de l’analyse, le troisième groupe se restreint en termes des types de magazines, qui relèvent de la presse masculine et économique (auto-moto, finance, économie) (graphique 12b). Cela concerne 11 % du lectorat adulte de magazines, caractérisé alors par le fait d’être ouvrier non qualifié.

L’analyse de l’ensemble des types de magazines souligne l’existence d’un espace et de groupes similaires pour l’ensemble des lecteurs de magazines ainsi que pour les lecteurs adultes (hors élèves et étudiants). La distinction entre presse masculine et presse féminine est particulièrement prégnante pour structurer cette pratique de lecture.

---

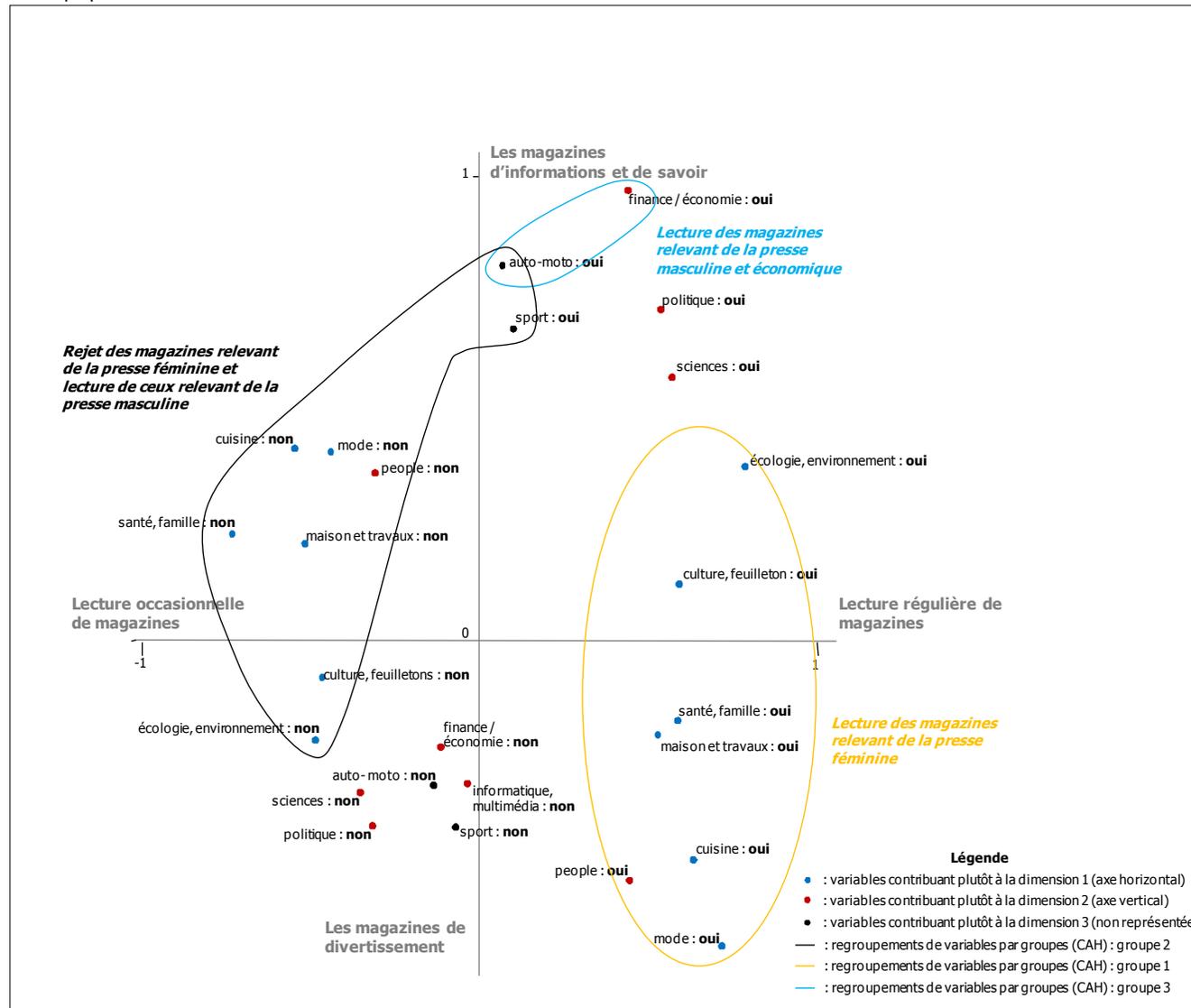
<sup>32</sup> La seule différence en termes sociodémographiques est que le fait d’être ouvrier qualifié, agriculteur ou artisan s’ajoute à la définition du deuxième groupe (graphique 12b) lorsque l’on retire les élèves et étudiants.

Graphique 12a : **Les types de magazines lus** – analyse en correspondance multiple et classification ascendante hiérarchique sur l'ensemble de la population



Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD  
 Champ : lecteurs de magazines

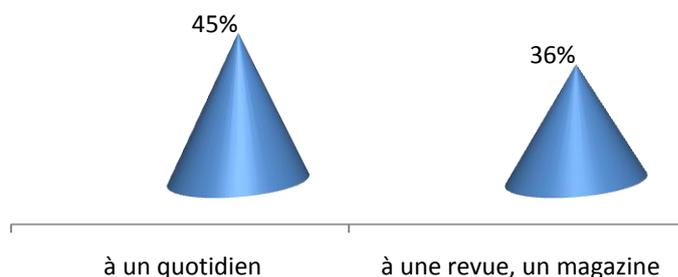
Graphique 12b : **Les types de magazines lus** – analyse en correspondance multiple et classification ascendante hiérarchique sur la population hors élèves et étudiants



Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD  
 Champ : lecteurs de magazines hors élèves et étudiants

### 1.3. LES ABONNES

Graphique 13 : **Proportion de ménages abonnés**



Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

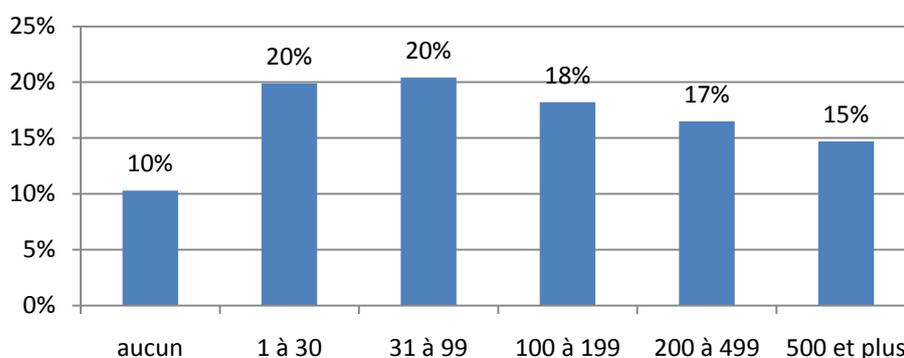
Il est intéressant de noter que près de la moitié des ménages résidant au Luxembourg sont abonnés à un quotidien et que plus du tiers ont contractualisé un abonnement à un magazine. Les publics s'abonnant à l'une ou l'autre presse sont relativement semblables et rejoignent, en toute logique, ceux des grands lecteurs de presse.

On retrouve ainsi dans une démarche de fidélisation à ces médias, les citoyens de nationalité luxembourgeoise (près de deux tiers d'abonnés contre 22 % des autres résidents de l'UE (Portugais exclus), et seulement 11 % des Portugais ou des résidents non communautaires ainsi que les classes favorisées et plus instruites de la population (les dirigeants, les professions intellectuelles et scientifiques). Les segments plus âgés de la population (les plus de 54 ans) se distinguent par une plus grande fréquence d'abonnement aux quotidiens tandis que les 25-34 ans sont moins souvent abonnés à ces deux types de média.

## 2. LES LIVRES

### 2.1. LA BIBLIOTHEQUE FAMILIALE

Graphique 14 : **Nombre de livres dans le foyer**



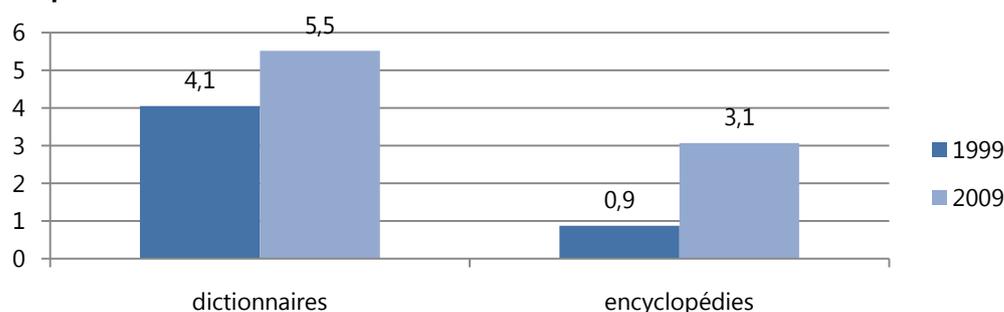
Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

La population globale se répartit d'une manière équilibrée entre les différentes catégories d'échelle proposées dans l'enquête de 2009 pour mesurer le volume de la bibliothèque familiale ; un équilibre qui cache toutefois de fortes disparités sociales. Signalons, avant cela, quelques très rares disparités selon l'âge et l'on peut ici avancer l'argument d'un processus de transmission intergénérationnelle au sein du foyer comme raison explicative à cet état de fait. La nationalité d'origine est par contre un élément de différenciation important quant au nombre de livres possédés par le ménage et l'on observe une situation inverse entre Luxembourgeois, d'une part, et Portugais et ressortissants extracommunautaires, d'autre part, les autres ressortissants européens se situant dans la moyenne. Ainsi, un cinquième des Portugais ou des résidents extracommunautaires n'ont pas de bibliothèque contre moins d'un dixième des Luxembourgeois. De même qu'ils ne sont respectivement que 1 et 5 % à posséder plus de 500 livres contre 19% des Luxembourgeois.

Des différences existent également lorsqu'on prend en considération le niveau de formation scolaire des personnes interrogées. Une majorité d'individus dont le cursus scolaire a été minimal (primaire ou moins) déclare la possession de 30 livres ou moins et seulement 3 % d'entre eux disposent un minimum de 500 ouvrages en 2009. A l'inverse, la majorité de la population ayant fait les études les plus longues (postsecondaire) se retrouve dans les catégories disposant du linéaire de bibliothèque le plus étendu (200 ouvrages et plus) et seulement 2 % de cette élite scolaire s'inscrit dans un ménage où le capital « livre » est totalement absent.

Par ailleurs, la situation socioprofessionnelle des individus et leur niveau de vie conduisent à une logique de possession différenciée. Les 3/4 des personnes se situant en haut de la pyramide sociale (dirigeants, professions intellectuelles et scientifiques, niveaux de vie les plus élevés) possèdent plus de 100 livres tandis que 75 % des individus appartenant aux classes ouvrières et aux milieux les moins aisés comptent moins de 100 ouvrages par foyer en 2009.

Graphique 15 : **Nombre moyen de dictionnaires et d'encyclopédies par ménage : évolution sur la période 1999-2009**



Source : Enquêtes Culture 2009 et PSELL-2/1999, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

En ce qui concerne la possession de dictionnaires et d'encyclopédies, on remarquera une augmentation décennale non négligeable, notamment pour ce qui est du nombre d'encyclopédies par foyer, qui a plus que triplé sur la période 1999-2009. Les étudiants et les élèves (et par conséquent les jeunes de 16-24 ans) sont les plus grands détenteurs de ces ouvrages spécialisés avec, en moyenne, 8 dictionnaires et plus de 4 encyclopédies au sein de leurs foyers en 2009. Si l'on comprend ici aisément que les études agissent comme un facteur d'acquisition clé de ces ouvrages spécialisés, on retrouve néanmoins les mêmes disparités sociales que précédemment, notamment en ce qui concerne la possession de dictionnaires, avec des rayonnages d'autant mieux fournis en la matière que l'on se situe en haut de l'échelle sociale. Il n'est pas anodin de noter ici l'importance de la question des ressources économiques dans l'acquisition de dictionnaires et d'encyclopédies, qui jouent, à cet égard, un rôle plus décisif encore que le statut social et le niveau d'éducation (2 fois plus de ces ouvrages spécialisés au sein des ménages auxquels appartiennent les personnes aux niveaux de vie les plus élevés que dans les milieux les moins aisés).

## 2.2. LES PRATIQUES D'ACHAT

### 2.2.1. Le nombre de livres achetés

Tableau 13 : **Nombre de livres achetés au cours des 12 derniers mois**

	pour le travail	pour le loisir	BD
0	72%	33%	82%
de 1 à 5	14%	28%	10%
de 6 à 10	6%	17%	3%
de 11 à 20	5%	11%	3%
de 21 à 30	2%	6%	1%
de 31 à 49	0%	2%	0%
plus de 50	1%	3%	1%
total	100%	99%	100%

Source : *Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD*

La finalité de l'acquisition (travail/loisir) induit des logiques d'achat différentes sur une période annuelle. Un peu plus du quart des individus a acheté des ouvrages pour des raisons professionnelles alors que les deux tiers d'entre elles ont effectué un achat s'inscrivant dans une démarche ludique. Par ailleurs, plus le nombre d'ouvrages achetés est important et plus l'écart entre les deux logiques d'achat est élevé. Ainsi, près de 40 % des individus ont acheté plus de 6 livres pour les loisirs au cours des 12 derniers mois, contre 14 % en ce qui concerne

les achats professionnels. L'achat de bandes dessinées se répartit, quant à lui, de manière encore plus confidentielle que celui des livres pour le travail.

L'analyse des données sociodémographiques permet de confirmer certaines tendances et de remettre en cause des idées reçues concernant les acheteurs des différents types d'ouvrages. Tout d'abord, les acheteuses sont plus nombreuses que les acheteurs uniquement pour les livres acquis dans le cadre des loisirs. Les bandes dessinées et les ouvrages permettant le développement d'une connaissance à finalité professionnelle mobilisent autant d'hommes que de femmes. L'âge permet de différencier les pratiques d'achats de différentes manières. Tout d'abord, plus on est âgé et moins on achète d'ouvrages, avec des différences plus ou moins accentuées selon leurs finalités ou leurs caractéristiques (travail, loisir, BD). Ainsi la proportion des personnes de plus de 64 ans n'achetant pas de bandes dessinées et de livres liés au travail est supérieure à 90 % alors que la moitié environ des membres de cette classe d'âge va acquérir au moins un livre pour le loisir. Par ailleurs, les bandes dessinées n'attirent pas prioritairement les plus jeunes adultes, contrairement à ce que l'on aurait pu penser. Exception faite des plus de 64 ans, la pratique d'achat de bandes dessinées se répartit relativement équitablement entre les différentes classes d'âge (en moyenne entre 20 et 24 % d'acheteurs de BD), avec cependant une concentration des gros acheteurs parmi les 25-44 ans. De fait, on peut estimer que cette pratique transversale de la BD s'explique par une poursuite d'habitude de lecture établies pendant la jeunesse et la production de contenus plus éclectiques et s'adaptant en partie au vieillissement du lectorat. La BD ne cible plus aujourd'hui avec autant de force le très jeune public et n'oublions pas que l'imaginaire développé via une partie de cette littérature imagée a toujours pu séduire un public de tout âge.

Nous pouvons noter également que l'origine nationale produit des comportements d'achats travail/loisir différents. On retrouve logiquement les mêmes tendances que celles relatives à l'accumulation de livres au sein du ménage. Les Luxembourgeois et les autres résidents de l'Union européenne (Portugais exclus) seront proportionnellement plus nombreux que les autres populations résidentes à acheter des ouvrages relevant des deux finalités. A titre d'exemple, 30 % des Luxembourgeois achètent des livres liés au travail contre moins de 15 % des Portugais. Enfin, les professions intellectuelles et scientifiques, les indépendants et les étudiants ainsi que des personnes disposant du niveau de vie le plus élevé seront celles ayant la part d'acheteurs d'ouvrages travail/loisir la plus forte.

## 2.2.2. La pratique d'achat des lecteurs de livres

Tableau 14 : **Pratique d'achat du lectorat en 2009**

	<b>achat de livres pour le travail</b>	<b>achat de livres pour le loisir</b>	<b>achat de BD</b>
0	63%	14%	76%
de 1 à 5	18%	33%	14%
de 6 à 10	9%	22%	4%
de 11 à 20	7%	15%	3%
plus de 21	4%	16%	3%
total	100%	100%	100%

Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Champ : les personnes ayant lu au moins un livre au cours des douze derniers mois

Note de lecture : En 2009, 63 % des individus ayant lu au moins un livre au cours des douze derniers mois n'ont acheté aucun livre pour le travail, 14% n'ont acheté aucun livre pour le loisir et 76% n'ont acheté aucune BD.

Les pratiques d'achat des lecteurs se concentrent sur les livres pour le loisir. Ils sont 86% à avoir cette pratique d'achat pour seulement 37% qui ont acheté des livres pour le travail et 24% qui ont acheté des BD. On constate une très nette domination des achats au profit des livres de loisirs, cette catégorie affichant quatre fois plus d'acheteurs de plus de 20 livres (16%) que celles des livres professionnels ou des BD (4% et 3%).

## 2.2.3. Les canaux d'achat

Tableau 15 : **Les canaux d'achat**

	ensemble des acheteurs	parmi les gros consommateurs 6 livres ou + achetés...		
		pour le travail	pour le loisir	BD
<i>population concernée</i>	70%	14%	39%	8%
librairies	89%	94%	91%	93%
point de vente de presse	44%	43%	49%	56%
via Internet	44%	65%	53%	38%
grandes surface non spécialisées	36%	39%	42%	63%
grandes surface spécialisées en prod. culturels	28%	43%	37%	33%
salon du livre	12%	21%	17%	20%
achat direct aux éditeurs	10%	16%	10%	9%
soldeurs/magasins spécialisés dans l'occasion	10%	11%	15%	15%
clubs de lecture	4%	5%	5%	7%
autres	3%	5%	3%	3%

Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Champ : Personnes qui ont acheté au moins un livre au cours des douze derniers mois

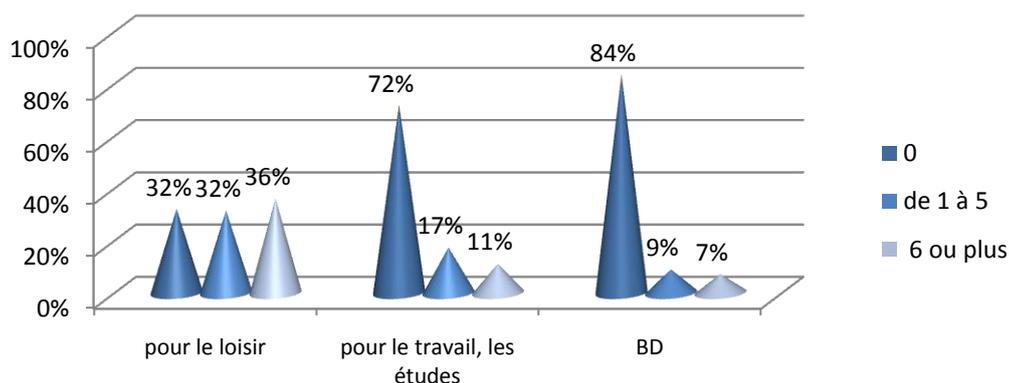
Les librairies, plateformes d'achats traditionnelles, restent globalement le point de vente privilégié des acheteurs de livres (89 %). On retrouve ensuite une série de lieux fixes et ouverts

d'ordre réel ou virtuel (Internet – sites de vente en ligne) où le livre constitue un produit plus ou moins central dans l'espace de vente : points de vente presse, sites Internet et grandes surfaces. Ces espaces de chalandise sont utilisés par une proportion d'acheteurs allant de 28 % à 44 %. Enfin, des marchés ponctuels (salon du livre, soldeurs) ou structurés par des relations émetteur/récepteur plus fermées (achat direct aux éditeurs, clubs de lecture) captent une portion plus étroite d'acheteurs (entre 4 et 10 % d'entre eux). Il est intéressant de noter qu'il y a une diversification des pratiques d'achat chez les gros consommateurs (plus de 6 livres achetés). La sphère Internet, et dans une moindre mesure les grandes surfaces en produits culturels, séduisent une proportion plus élevée de cette clientèle tournée vers le livre. En ce qui concerne les gros consommateurs de BD, on remarquera une utilisation plus fréquente des grandes surfaces non spécialisées et des points de vente presse.

## 2.3. GROS ET PETITS LECTEURS

### 2.3.1. Nombre de livres lus au cours de l'année écoulée

Graphique 16 : **Nombre de livres et de BD lus au cours des 12 derniers mois**



Source : *Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD*

L'intérêt principal du lectorat se situe dans les loisirs. Ils sont ainsi plus des deux tiers de la population à avoir lu au moins un livre pour les loisirs (contre 29 % dans le cas de la lecture à finalités professionnelles ou scolaires et 16 % dans le cas de la BD). De plus, la lecture loisir compte un nombre plus important de lecteurs conséquents, avec une lecture supérieure à 5 livres l'année pour plus d'un tiers de la population et une proportion de ce que l'on pourrait qualifier de « grands lecteurs » (plus de 10 livres) équivalente à un cinquième de la population, là où ils ne sont que 11 % à avoir lu plus de 5 livres pour le travail et 7 % à avoir lu plus de 5 BD. Ainsi, le travail, les études ou l'attrait de la BD ne sont pas des motivations clés induisant une pratique de lecture importante au sein de la population étudiée prise dans sa

globalité : la consommation liée à ces domaines s'organise principalement autour d'un nombre minimal d'ouvrages (de 1 à 5).

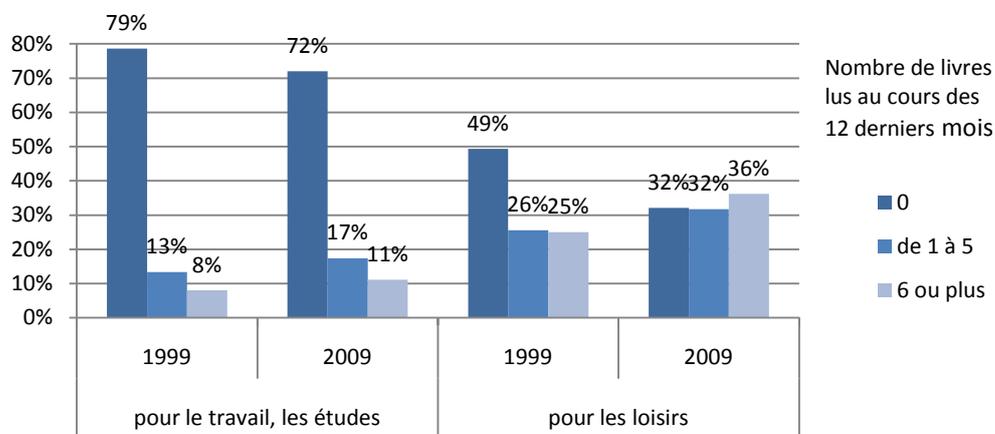
Le profil sociodémographique des différents types de lectorat nous permet de voir tout d'abord que les individus employés dans les professions intellectuelles et scientifiques, la population la plus éduquée (postsecondaire) et celle disposant du niveau de vie le plus élevé sont, en part relative, les plus nombreux à lire et à lire beaucoup, et, ce, quel que soit le type de produits considérés (travail/loisir). Ainsi, l'écrasante majorité des membres de la communauté « intellectuelle et scientifique » et des diplômés du postsecondaire (90 %) a lu au moins un livre pour le loisir en 2009 et 41 % d'entre eux peuvent être considérés comme des grands lecteurs (plus de 10 livres), contre respectivement 45 % et 12 % des ouvriers. A l'inverse, les classes ouvrières, les individus faiblement scolarisés (primaire ou moins) et ayant un faible niveau de vie (R – et R - -) ont le lectorat le plus restreint. A titre d'exemple, les individus dotés d'un niveau de formation primaire ou moins comptent 40 % de lecteurs en ce qui concerne la lecture loisir et 8 % de lecteurs pour ce qui est des ouvrages à finalités professionnelles (contre respectivement 90 % et 55 % chez les diplômés du postsecondaire). Enfin, les femmes lisent plus souvent que les hommes et composent plus largement les rangs des grands lecteurs, avec les Luxembourgeois, les 55-64 ans et les monoparentaux.

Les jeunes (16-24 ans, étudiants ou élèves) concentrent la plus grande proportion de lecteurs et ce, tout particulièrement, si l'on se tourne du côté des lectures à visée professionnelle ou scolaire. Ils constituent ainsi la seule classe d'âge dans laquelle on trouve une majorité absolue de lecteurs d'ouvrages à finalité « travail » (60 % en 2009) et composent, avec les 25-34 ans, les catégories de grands lecteurs. Cet état de fait s'explique facilement par les impératifs scolaires et la nécessaire absorption d'un savoir livresque plus ou moins étendu pour passer examens et concours. A l'inverse, en matière de loisir, les jeunes rassemblent la plus faible proportion de grands lecteurs (plus de 10 livres).

Quant au lectorat de la bande dessinée, il se distingue des deux précédents. Certes, il reste composé de la population la plus éduquée (post-secondaire), des professions intellectuelles et scientifiques, qui sont aussi les plus représentés parmi les grands lecteurs (+ 5 BD par an). Cependant il est encore composé essentiellement des moins de 25 ans et des 35-44 ans, des salariés. Enfin, les grands lecteurs se recrutent essentiellement parmi les personnes ayant un niveau de vie moyen.

### 2.3.2. Evolution par rapport à 1999

Graphique 17 : **Evolution de la pratique de lecture de livres sur la période 1999-2009**



Source : Enquêtes Culture 2009 et PSELL-2/1999, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

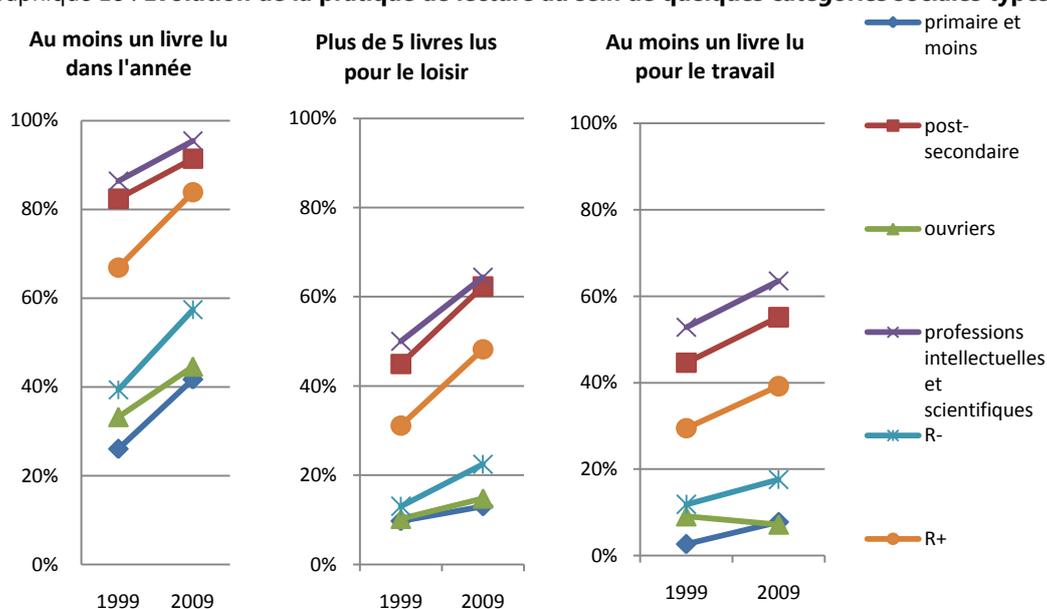
Si l'on compare les pratiques actuelles de lecture avec celles de 1999, force est de constater une hausse non négligeable du lectorat. La proportion de lecteurs augmente ainsi de 8 points dans le cas des lectures travail et de 17 points dans le cas des lectures loisirs. La part des lecteurs plus conséquents (au moins 6 livres) croît également dans l'univers des loisirs pour toucher 36 % de la population (25 % en 1999), tout comme celle des « grands lecteurs » (plus de 10 livres) qui passe alors de 14 % à 21 %<sup>33</sup>.

Ces résultats viennent donc infirmer une tendance générale observée à plus long terme dans d'autres pays (notamment en France) d'un certain déclin de la pratique de lecture de livres. De même qu'ils s'inscrivent à contresens de ce qui a pu être observé en matière de presse écrite. Si la culture de l'écrit connaît un certain déclin dans le domaine de la presse quotidienne à travers une perte générationnelle relativement affirmée de son lectorat, la lecture de livres constitue, en revanche, une activité en progression. Cette hausse du lectorat a-t-elle alors concerné tout le monde ou bien s'est-elle concentrée sur quelques segments de la population ? L'analyse du profil sociodémographique du lectorat sur les deux périodes montre que cette hausse du lectorat concerne la plupart des segments de la société luxembourgeoise.

<sup>33</sup> Précisons que les formulations de questions diffèrent en 1999 et 2009, ce qui peut participer aux différences observées entre les deux dates d'enquête. En 1999, la question était formulée de la manière suivante « Avez-vous lu un ou plusieurs livres au cours des douze derniers mois » tandis qu'en 2009 elle s'énonçait de la manière suivante : « Avez-vous lu un ou plusieurs livres et/ou BD au cours des douze derniers mois ».

Peut-on pour autant parler d'un processus de rattrapage par les catégories sociales les plus en retrait du monde du livre ? L'analyse est ici plus complexe. Pour ce faire, nous avons choisi de nous focaliser sur quelques catégories sociales types, emblématiques de fortes disparités sociales dans le rapport au livre : les plus diplômés *versus* les moins diplômés, les professions intellectuelles et scientifiques *versus* les classes ouvrières, les personnes au plus haut niveau de vie *versus* celles au plus niveau de vie le plus faible.

Graphique 18 : **Evolution de la pratique de lecture au sein de quelques catégories sociales types**



Source : Enquêtes Culture 2009 et PSELL-2/1999, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

En considérant tout d'abord la part d'individus ayant lu au moins un livre au cours des 12 derniers mois, il apparaît que ce sont les catégories sociales les moins lectrices, à savoir les classes sociales ouvrières, peu instruites et aux ressources économiques limitées, qui enregistrent la progression la plus forte. En effet, si les moins diplômés (primaire ou moins) comptaient, en 1999, 26 % de lecteurs, ils sont 42 % à avoir lu au moins un livre en 2009. Dans le même temps les plus diplômés (postsecondaire) enregistrent une hausse (de la part) de leur lectorat de 9 points pour atteindre un taux de 91 % en 2009. En part relative, on peut donc considérer que les écarts se sont réduits.

On observe le même phénomène lorsque l'on compare les membres de la classe ouvrière aux professions intellectuelles et supérieures ou encore les personnes au niveau de vie le plus faible avec celles au niveau de vie le plus élevé. Mais compte tenu de la proportion déjà très élevée de lecteurs qu'enregistrent ces segments de la population socialement privilégiés, on voit difficilement comment ceux-ci auraient pu connaître une progression similaire à ces autres groupes sociaux, sans dépasser le seuil maximal de 100 %.

Si l'on considère des types de lectorat plus restrictifs (au moins 5 livres pour les loisirs, au moins un livre pour le travail), les différences de progression se maintiennent dans le cas des moins de 25 ans et des 55-64 ans, des Luxembourgeois, du niveau d'éducation du postsecondaire, des dirigeants, des salariés et des indépendants et enfin des trois classes de niveau de vie intermédiaires (R-, R, R+) pour ce qui est des lectures loisir, et uniquement dans le cas du niveau de diplôme pour ce qui est des lectures professionnelles ou scolaires. La réduction des écarts entre catégories sociales n'est donc, de ce point de vue, pas évidente. De plus si l'on revient à un raisonnement au niveau de l'ensemble du lectorat, on voit combien les écarts demeurent importants : avec, au sein de ces segments privilégiés, 90 % de lecteurs (contre 42 à 45 % dans les autres catégories), plus de 60 % de lecteurs de livres pour le loisir dépassant un nombre annuel de 5 ouvrages (contre 13 % à 15 % dans les autres groupes), enfin, encore, entre 55 % et 64 % de lecteurs de livres avec une visée professionnelle (contre environ 8 % dans les autres milieux sociaux).

Au final, on peut parler d'un certain rattrapage dans la pratique de lecture de livres par les milieux socialement plus défavorisés uniquement dans le cas d'une lecture annuelle d'au moins un ouvrage. Lorsque l'on s'intéresse au volume de lecture ou encore aux lectures à visée professionnelle, il n'apparaît pas de processus de rééquilibrage. Enfin, rattrapage ou non, les écarts de pratiques de lecture entre milieux sociaux ou culturels demeurent très importants.

Par delà les critères socioéconomiques ou culturels, on remarquera encore certains changements liés au genre qui se sont effectués dans les pratiques de lecture au cours de ces dix dernières années. La répartition hommes/femmes montre tout d'abord que la hausse du lectorat, pris dans son ensemble, touche un peu plus les femmes que les hommes (plus 17 points pour les femmes, plus 10 points pour les hommes) donnant ainsi, pour 2009, une tonalité plus féminine à la pratique de lecture (74 % de lectrices contre 66 % de lecteurs). On remarquera par ailleurs un certain rééquilibrage entre les orientations loisirs/travail qui clivaient le lectorat de 1999 en catégories de genre : les femmes étaient alors près de trois fois moins nombreuses à avoir lu un livre pour le travail en 1999, et une fois et demi plus nombreuses à avoir lu au moins 6 livres pour les loisirs.

### 2.3.3. Fréquence de lecture

Tableau 16 : **Fréquence de lecture**

		A quelle fréquence lisez-vous des livres ou des BD ?					ne lit pas de livres
		tous les jours	plusieurs fois/semaine	une fois/semaine	plusieurs fois/mois	plus rarement	
ensemble de la population		19%	18%	9%	12%	11%	30%
Ensemble des lecteurs		27%	26%	13%	18%	16%	-
<b>selon la consommation annuelle de livres*</b>							
Pour le travail	de 1 à 10	27%	27%	16%	18%	12%	-
	de 11 à 30	46%	34%	6%	8%	6%	-
	plus de 30	77%	1%	4%	18%	0%	-
Pour le loisir	de 1 à 10	14%	24%	18%	23%	21%	-
	de 11 à 30	48%	38%	5%	6%	3%	-
	plus de 30	79%	16%	5%	0%	0%	-
Bandes dessinées	de 1 à 10	31%	27%	16%	14%	12%	-
	de 11 à 30	36%	41%	10%	11%	2%	-
	plus de 30	na	na	na	na	na	-

Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Champ : \*ensemble des individus qui ont lu au moins un livre au cours des douze derniers mois

Il apparaît que 46 % de la population lit au moins une fois par semaine. Cette proportion atteint 66% si l'on considère l'ensemble des lecteurs. En toute logique, le rythme de la lecture dépend du nombre d'ouvrages lus. Plus on lit de livres et plus la fréquence de la pratique est élevée. Au-delà de 10 livres, les lectures quotidiennes, qu'elles soient à visée professionnelle ou ludiques, concentrent les proportions de lecteurs les plus élevées. La lecture de loisir se distingue encore par le fait que près de la moitié des lecteurs moyens (11-30 livres) ont une pratique hebdomadaire. Les faibles lecteurs de livres de loisirs ont moins souvent une lecture quotidienne (14 %) mais plus souvent un rythme de lecture hebdomadaire (18 %) ou inférieur (44 %). Quant à la lecture de bande dessinée, elle s'inscrit dans les fréquences moyennes de lecture, (à l'exception des lecteurs moyens qui sont moins nombreux à lire plus rarement).

Rapportée à l'ensemble de la population, la fréquence de lecture dépend également de certains critères sociodémographiques. De fait, les personnes ayant fait des études postsecondaires, celles rattachées aux professions intellectuelles et scientifiques, et les personnes au niveau de vie le plus élevé lisent à un rythme plus soutenu que ceux dont la scolarité s'est arrêtée au primaire, qui appartiennent aux catégories ouvrières ou dont les ressources financières sont les plus basses. D'une manière générale, plus on compte de lecteurs dans la catégorie sociodémographique considérée et plus la récurrence de la pratique est rapprochée dans le temps. Ainsi les femmes sont, en part relative, plus nombreuses à lire

que les hommes (74 % contre 66 % des hommes) et plus de la moitié des lectrices lisent au moins une fois par semaine alors que les lecteurs ne sont que 42 % à en faire de même.

Un écart important se situe encore au niveau de la nationalité d'origine. Il apparaît que les Portugais, communauté regroupant le minimum de lecteurs (moins de la moitié en 2009), ne sont que 24 % à lire au moins une fois par semaine alors que les autres résidents de l'Union européenne (Luxembourgeois exclus), avec leurs 80 % de lecteurs, sont près de 60 % à en faire de même. Du point de vue de l'âge, les plus jeunes s'opposent aux plus âgés, les moins de 25 ans étant plus enclins à la lecture (83 % de lecteurs) que les plus âgés (moins de 50 % parmi les 75 ans ou plus) mais ils affichent en même temps la plus grande part de lecteurs plus occasionnels (16 %).

#### 2.3.4. Les représentations sociales de la pratique de lecture : appréciation objective et subjective

Tableau 17 : **Appréciation subjective et objective de la pratique de lecture**

	Concernant la lecture de livre et de BD, diriez-vous que vous êtes plutôt quelqu'un qui lit...				total
	beaucoup	moyennement	peu	pas	
ensemble de la population	23%	33%	30%	14%	100%
ensemble des lecteurs	32%	41%	25%	2%	100%
<b>Fréquence de lecture*</b>					
tous les jours	74%	21%	5%	0%	100%
plusieurs fois par semaine	37%	51%	10%	2%	101%
une fois par semaine	8%	61%	31%	0%	99%
plusieurs fois par mois	4%	58%	38%	0%	100%
plus rarement	4%	26%	65%	5%	100%

Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

\*Champ : ensemble des individus qui ont lu au moins un livre au cours des douze derniers mois

Il apparaît tout d'abord que 44 % des résidents luxembourgeois ont le sentiment de lire peu ou pas du tout alors que moins du quart d'entre eux estiment lire beaucoup et un tiers se considèrent le faire moyennement. Le sentiment de lecture est globalement lié à la fréquence de lecture. Autrement dit, les appréciations subjectives de la pratique de lecture restent globalement fidèles à la fréquence de lecture déclarée. Les trois quarts des individus qui lisent tous les jours se considèrent comme de « gros lecteurs » alors que seulement plus d'un tiers de ceux qui lisent plusieurs fois par semaine se classent dans cette catégorie. Le lecteur moyen se révèle polymorphe, cette catégorie regroupant la majorité des individus ayant des pratiques de lecture pluri-hebdomadaires, hebdomadaires ou encore pluri-mensuelles mais

également et de manière étonnante, un cinquième de lecteurs quotidiens et un quart de lecteurs plus occasionnels. Les durées de lecture, non interrogées ici, pourraient sans doute contribuer à expliquer des différences d'appréciation.

L'analyse par critères sociodémographiques montre des situations très contrastées. Les femmes, les autres UE 15, les personnes ayant acquis un niveau scolaire postsecondaire et les professions « intellectuelles et scientifiques », les indépendants et les personnes au niveau de vie le plus élevé occupent une position dominante dans la catégorie de ceux qui estiment lire beaucoup. A l'inverse, ce sont plus souvent les hommes, les Portugais, les individus ayant un niveau de qualification du primaire, les ouvriers qualifiés et les individus au niveau de vie le plus faible qui estiment lire peu. Quant au lecteur moyen, il s'agit plus souvent des étudiants et des individus au niveau de vie élevé et moins souvent des Portugais, des personnes au foyer et des individus ayant un niveau de formation du primaire ou moins et dont le niveau de vie se situe dans les tranches les plus basses.

## 2.4. LES GOUTS LITTÉRAIRES

Tableau 18 : **Catégories de livres lues le plus souvent (3 choix possibles)**

	cité en 1er	cité en 2ème	cité en 3ème	<b>total</b>
romans policiers ou d'espionnage	20%	11%	6%	36%
romans autres que policiers ou d'espionnage	17%	12%	8%	36%
livres de cuisine	8%	11%	14%	31%
livres sur l'histoire	9%	9%	7%	25%
biographies	4%	8%	10%	21%
livres techniques	5%	8%	6%	18%
œuvres de littérature classique	8%	5%	5%	18%
livres de jeux	4%	5%	7%	15%
livres reportage d'actualité	5%	6%	4%	15%
livres sur le mieux-être	4%	6%	4%	13%
albums de BD	3%	4%	5%	12%
ouvrages scientifiques	2%	3%	6%	11%
essais politiques	3%	4%	4%	10%
livres de science-fiction	4%	4%	2%	10%
essais religieux	2%	2%	2%	6%
<i>autres livres</i>	2%	2%	10%	13%

Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Champ : ensemble des individus ayant lu au moins un livre au cours des douze derniers mois

Les goûts littéraires de la population luxembourgeoise montrent une prédominance du roman et, notamment, de celle des romans policier ou d'espionnage cités comme genre littéraire lu le plus souvent par 36 % des individus. La sphère romanesque capte

prioritairement la moitié du lectorat si l'on assemble tous les livres associés à ce genre littéraire (policiers et espionnage, romans autres que policiers ou d'espionnage, livres de science-fiction et œuvres de la littérature classique dont une partie non négligeable est rattachée à cette catégorie). Il est possible de distinguer ensuite un ensemble d'ouvrages à finalité pratique et/ou ludique aut centrée (cuisine, livres techniques, jeux, mieux-être, BD) et un ensemble de livres connectés au réel et à la vie sociale (livres sur l'histoire, biographies, livres reportage d'actualité, ouvrages scientifiques, essais politiques et essais religieux).

La répartition sociodémographique de la population montre que les choix littéraires varient plus ou moins en fonction des segments de la société luxembourgeoise. Il est tout d'abord intéressant de noter que certains types de littérature sont relativement transversaux et touchent tous les publics dans des proportions généralement proches les unes des autres. Il s'agit des romans policiers ou d'espionnage, des autres romans et des livres de cuisine (avec toutefois, pour les deux derniers, une forte connotation sexuée) et, dans une moindre mesure, des livres sur l'histoire et des biographies. Il y a ensuite des décalages plus importants pour les autres genres de lecture.

On peut remarquer le caractère sexué de certains goûts. Les livres de cuisine et ceux en lien avec le mieux-être sont cités par trois fois plus de femmes que d'hommes. Les femmes continuent, par ailleurs, à former le lectorat privilégié des romans non policiers, avec 46 % d'entre elles qui l'intègrent dans leurs choix littéraires préférés (contre 24 % des hommes). A l'inverse, les livres de jeux et les livres techniques sont signalés par presque quatre fois plus d'hommes que de femmes dans les trois choix prioritaires (à titre d'exemple, 29 % des hommes signalent les livres techniques contre 8 % des femmes). Les ouvrages scientifiques, les livres sur l'histoire et les livres de jeux s'apparentent également à des genres de lecture plus masculins.

L'âge peut conduire également à des différences quant au rapport aux grandes familles de la littérature. Les plus de 64 ans sont bien plus sensibles aux livres d'histoire et bien moins aux bandes dessinées. A l'inverse, l'intérêt pour la bande dessinée et la science fiction, est le plus marqué chez les moins de 25 ans.

L'approche des résultats par nationalité fait apparaître des différences sur les seuls essais religieux, qui intéressent davantage les Portugais (12 %) et les ressortissants non européens (19 %) que les Luxembourgeois (3 %) et les autres résidents de l'Union européenne (7 %).

Le niveau de formation scolaire conduit également à des priorités littéraires différentes. L'intérêt pour les essais politiques, les œuvres de littérature classique, les livres techniques et les ouvrages scientifiques est le plus élevé chez les diplômés du postsecondaire contre. Ainsi, les ouvrages scientifiques intéressent ainsi entre trois et quatre fois plus les diplômés du

postsecondaire que les autres catégories de la population (20 % contre 5-6 %). A l'inverse, les livres de cuisine ne sont considérés que par 19 % de cette élite scolaire contre 35 à 40 % des autres niveaux de formation. Les moins diplômés (primaire ou moins) se distinguent, quant à eux, par leur penchant plus prononcé pour les reportages d'actualité (25%), les livres de cuisine (41%) et leur désintérêt pour les livres techniques (6%) ou de science-fiction (4%).

L'approche par catégorie socioprofessionnelle montre tout d'abord que les œuvres de la littérature classique intéressent le quart des élites socioéconomiques (dirigeants et professions intellectuelles et scientifiques) contre moins de 10 % des employés et vendeurs. A l'inverse, 15 % de ces mêmes élites citent les livres de cuisine alors que ce genre de lecture recueille au minimum 30 % des attentions dans les autres classes d'actifs. Les livres techniques réussissent, quant à eux, à capter un lectorat équivalent chez les élites (dirigeants et professions intellectuelles et scientifiques) et les ouvriers qualifiés (28% et 27 %). Enfin les ouvriers non qualifiés marquent un profond désintérêt pour les livres techniques, les biographies et les ouvrages scientifiques (moins de 5%).

Peu de différences significatives sont à observer à partir du niveau de vie des individus. Signalons que l'intérêt pour les essais religieux est le plus élevé chez les personnes aux ressources financières les plus limitées, 15 % d'entre elles citant ce type de littérature pour seulement 2 % des individus disposant des ressources financières les plus élevées. L'intérêt pour la bande dessinée suit la même tendance (18% et 3%). Enfin, c'est encore chez les personnes aux moyens financiers les plus faibles que l'on trouve l'intérêt le plus marqué pour les livres de reportage sur l'actualité (38%).

## 2.5. SOCIABILITE AUTOUR DU LIVRE

Tableau 19 : **La sociabilité autour du livre**

	nombre moyen de livres/BD...			participation à un club de lecture (soi-même ou un membre du ménage)
	reçu en cadeau	offert en cadeau	échangé avec d'autres (hors ménage)	
dans l'ensemble du lectorat	2,31	2,91	3,18	5,9%*
selon l'appréciation personnelle quelqu'un qui lit :				
beaucoup	4	5	7	6,7%
moyennement	2	2	2	5,1%
peu	1	2	1	6,5%

Source : *Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD*

\* 11,3 % en 1999

Le livre est un produit culturel qui se prête relativement bien à l'objet de cadeau puisque, dans l'ensemble du lectorat (70 % de la population), le nombre de livres offerts tout comme ceux reçus en cadeau au cours des 12 derniers mois, se situe entre 2 et 3. Ce sont donc près de 5 livres qui sont offerts ou reçus dans un cadre cérémoniel, soit 2 livres de plus que ceux échangés dans un cadre plus informel. Plus on s'estime un gros lecteur et plus les échanges sont importants, ce qui s'explique facilement par le fait que l'on aime d'autant plus partager ses goûts littéraires que l'on s'intéresse aux livres.

La sociabilité autour du livre peut également se faire au sein de clubs de lecture qui concerne ici près de 6 % des lecteurs (membres du ménage inclus), soit près de deux fois moins qu'en 1999.

Les diplômés du postsecondaire et les professions intellectuelles et scientifiques offrent et reçoivent davantage de livres que les individus appartenant aux autres niveaux de scolarité et que les ouvriers, tout comme ils concentrent les plus fortes proportions de grands lecteurs. Les Luxembourgeois et les autres ressortissants européens reçoivent plus de livres en cadeau que les Portugais, ce qui n'est guère étonnant au regard de leur penchant plus fort pour la lecture. Enfin, comparés aux moins de 25 ans, les 45-74 ans aiment tout particulièrement offrir des livres en cadeau.

## 2.6. INCITATIONS ET OBSTACLES A LA LECTURE

### 2.6.1. Le choix des livres

Tableau 20 : **La manière de choisir ses livres**

	choix 1	choix 2	<b>total</b>
en vous rendant en librairie	36%	20%	55%
en discutant avec des amis	20%	18%	37%
en lisant les journaux	12%	14%	26%
en surfant sur Internet	11%	13%	24%
en discutant avec membres famille	7%	9%	16%
en écoutant les émissions de TV	4%	9%	13%
en vous rendant en supermarché	2%	8%	10%
en vous rendant en bibliothèque	3%	4%	7%

Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Champ : ensemble des individus qui ont lu au moins un livre au cours des douze derniers mois

Pour près de 80 % des lecteurs c'est encore de la confrontation avec l'ouvrage que naît le choix du livre. Choisir ses livres s'effectue aussi via la sphère sociale proche (discussion avec la famille et les amis), les médias (journaux, TV et Internet). Il est intéressant de noter que le déplacement en librairie garde un rôle dominant dans la détermination des préférences : 55 % des lecteurs évoquent cette situation comme un élément déclencheur de leurs choix. On

remarque ensuite que la discussion avec les amis arrive en deuxième position avec plus du tiers des lecteurs mentionnant cette source d'influence. La presse et Internet constituent, de leur côté, les deux mass médias clé dans la gestation des préférences.

### 2.6.2. Les raisons de ne pas lire

Tableau 21 : **Les obstacles à la pratique de lecture**

Pour quelle raison ne lisez-vous pas de livres ni de BD ?	
pas le temps	35%
n'ai jamais eu l'habitude de lire	22%
n'arrive pas à me concentrer	11%
fatigué après travail	8%
impression de perdre mon temps	7%
ça m'endort	5%
problèmes de santé	4%
livres coûtent trop cher	3%
style difficile	1%
autres raisons	4%
total	100%

Source : *Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD*

Champ : *ensemble des individus qui ont déclaré n'avoir lu aucun livre au cours des douze derniers mois*

Le manque de temps apparaît comme l'obstacle essentiel à la lecture puisqu'il est signalé par le tiers des individus qui n'ont lu aucun livre au cours des douze derniers mois. Parallèlement à cela, plus de 20 % des non lecteurs évoquent le manque d'habitude, un aspect non négligeable dans le façonnement d'une pratique, comme nous le verrons par la suite. Enfin, il y a ceux qui estiment perdre leur temps (7 %). On trouve également un ensemble de raisons rattachées à une indisponibilité mentale (manque de concentration, endormissement, fatigue après le travail, problèmes de santé). Le coût des livres et leur style n'apparaissent pas en revanche comme des obstacles à la pratique de lecture, en n'étant mentionnés que par une infime minorité des non lecteurs.

## 2.7. LE POIDS DES HABITUDES PRISES DANS L'ENFANCE ET DE L'ENVIRONNEMENT FAMILIAL PRIMAIRE

Tableau 22 : **L'influence des habitudes prises dans l'enfance sur les pratiques de lecture actuelles**

	ensemble	lecteurs	non lecteurs
tous les jours ou presque	34%	38%	22%
au moins 1 fois/semaine	29%	32%	23%
au moins 1 fois tous les 15 jours	6%	7%	4%
au moins une fois par mois	5%	4%	6%
plus rarement	5%	5%	6%
ne lisait pas	21%	14%	38%

Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Il apparaît tout d'abord que 63 % des personnes enquêtées en 2009 lisaient au moins une fois par semaine lorsqu'elles avaient entre 8 et 12 ans, soit un peu plus que les pratiques actuelles avec, rappelons-le, 46 % des individus déclarant lire à un rythme au moins hebdomadaire. Ces habitudes prises dans l'enfance déterminent en grande partie le rapport actuel au livre. En effet seuls 38 % des non lecteurs actuels ne lisaient pas lorsqu'ils étaient enfants pour seulement 14 % des lecteurs. Enfin, le rapport à la lecture varie très fortement entre lecteurs et non lecteurs ; près des trois-quarts des lecteurs actuels lisaient au moins une fois par semaine durant leur enfance, tandis qu'à peine la moitié des non lecteurs faisaient cette expérience.

Tableau 23 : **L'influence de la socialisation primaire sur les pratiques de lecture actuelles**

	oui vraiment	oui plutôt	peu	non, vraiment pas
<b>Ma mère aimait lire des livres*</b>				
lecteurs	35%	14%	21%	31%
non lecteurs	20%	10%	12%	58%
ensemble de la population	30%	13%	18%	39%
<b>Mon père aimait lire des livres**</b>				
lecteurs	26%	15%	23%	37%
non lecteurs	14%	6%	15%	65%
ensemble de la population	22%	12%	20%	45%

Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Champ : \*ensemble des individus qui ont vécu avec leur mère ; \*\* ensemble des individus qui ont vécu avec leur père

L'environnement familial durant l'enfance est tout aussi déterminant sur les pratiques futures de lecture. Les habitudes des parents en matière de livres jouent, en effet, un rôle important dans le rapport actuel au livre. Plus on vivait dans un environnement familial sensible au monde du livre et plus on a de chance d'être devenu un lecteur aujourd'hui. De fait, les enfants dont la mère aimait vraiment lire et /ou le père aimait vraiment ou plutôt lire

sont les plus à même d'intégrer le lectorat une fois l'âge adulte atteint. La situation des pères fervents amateurs de littérature est plus atypique encore que celle des mères. Les pères apparaissent dans la très grande majorité des cas comme des personnes peu ou pas du tout intéressées par les livres (dans 45 % des cas contre 39 % pour les mères), tandis que les mères sont plus nombreuses à être considérées comme de grandes lectrices (30 % contre 22 % des pères).

### 3. LA FREQUENTATION DES BIBLIOTHEQUES

#### 3.1. LE NOMBRE D'INSCRITS

Graphique 19 : **Le taux d'inscription à une bibliothèque**

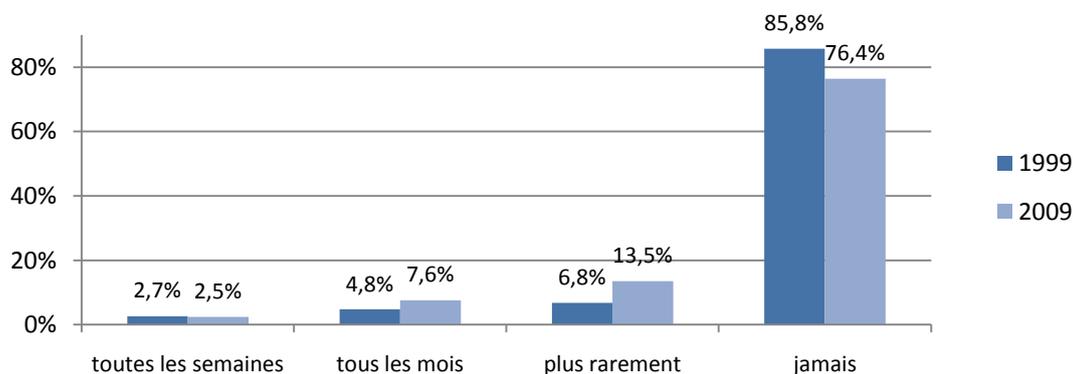


Source : *Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD*

Une minorité de la population luxembourgeoise est inscrite à une bibliothèque en 2009 (15 %). D'une manière générale, on constate que plus on avance en âge et moins on s'inscrit en bibliothèque. Les 16-24 ans, et les étudiants-élèves forment les catégories les plus enclines à disposer d'une carte de bibliothèque. Parallèlement à cela, on remarque que le taux d'inscription progresse avec le niveau de formation scolaire acquise et l'importance du niveau de vie. Plus du quart des personnes ayant atteint une scolarité postsecondaire et un cinquième de celles appartenant aux milieux les plus aisés (décile supérieur) sont inscrites. La répartition par catégories socioprofessionnelles permet de distinguer les seules professions intellectuelles et scientifiques avec un tiers d'inscrits.

### 3.2. FREQUENCE DE VISITE

Graphique 20 : Rythme de fréquentation des bibliothèques



Source : Enquêtes Culture 2009 et PSELL-2/1999, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Bien que l'on puisse lire en consultation libre une série de publications mises à disposition dans les salles communes, un lien fort persiste entre l'inscription à une bibliothèque et sa fréquentation. De fait, 85 % de la population n'a pas de carte d'adhérent et les trois quarts des résidents luxembourgeois ne sont jamais entrés dans ces enceintes du savoir livresque en 2009. Aussi, le profil sociodémographique des usagers de la bibliothèque ressemble très fortement à celui des inscrits mais on y décèle un renforcement de l'effet « jeunes ». Plus de la moitié des moins de 25 ans ou des jeunes vivant chez leurs parents et près des trois quarts des élèves ou étudiants en font partie. Cette forte présence des jeunes générations explique que les usagers se recrutent aussi souvent parmi les individus de niveau « secondaire inférieur » que parmi ceux ayant atteint l'échelon « postsecondaire ».

Si l'on compare ces résultats avec ceux de l'enquête de 1999, on constate une légère hausse de la fréquentation globale des bibliothèques en 10 ans (passage de 14 à 24 % de la population concernée). Mais cette pratique en croissance s'effectue à un rythme très espacé (base mensuelle et au-delà). L'évolution des pratiques n'est pas la même pour tous les segments de la société luxembourgeoise. Certes, la quasi-totalité des différentes catégories de la population voit son taux de fréquentation augmenter. Mais la progression est plus ou moins marquée et cela peut conduire, soit à des situations de rattrapage, soit à un développement des écarts au sein de chaque catégorie. Ainsi, le niveau de formation scolaire est moins un facteur discriminant de la fréquentation des bibliothèques en 2009 qu'en 1999. Plus on est formé et plus le taux d'usagers augmentait à la fin de la décennie 1990, ce qui n'est plus le cas 10 ans plus tard. L'analyse par nationalité montre, en revanche, une très nette augmentation chez les Luxembourgeois qui, en 2009, sont deux fois plus nombreux à franchir la porte d'une bibliothèque (27 % contre 13 %) que 10 ans plus tôt.

### 3.3. LE TYPE DE BIBLIOTHEQUES

Tableau 24 : **Les bibliothèques les plus fréquentées**

bibliothèques scolaires ou universitaire luxembourgeoises	39%
Bibliothèque Nationale	35%
bibliothèque/médiathèque municipale	29%
autre bibliothèque publique	14%
Bicherbus	8%
autres bibliothèques luxembourgeoises	4%

Source : *Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD*

Champ : *personnes ayant fréquenté une bibliothèque ou une médiathèque au cours des 12 derniers mois*

On peut tout d'abord constater le rôle central des bibliothèques s'adressant à un public très ciblé : les personnes inscrites dans un processus de formation scolaire ou académique (39 %). Il est également tout à fait intéressant de remarquer la forte centralité exercée par la Bibliothèque Nationale. Cette dernière parvient à capter à elle seule, prioritairement, le tiers des personnes ayant fréquenté une bibliothèque ou une médiathèque au cours des 12 derniers mois, c'est-à-dire presque autant que l'ensemble des autres bibliothèques publiques (dont celles gérées par les municipalités). La taille réduite du pays, l'offre disponible dans ce lieu unique par rapport aux autres centres et les habitudes développées au sein de la population peuvent être avancées comme des raisons explicatives de cette polarité.

#### 3.3.1. Les usages de la bibliothèque

Tableau 25 : **Les usages de la bibliothèque**

	1999	2009
faire des recherches, rassembler des informations	44%	64%
lire en bibliothèque	18%	35%
dont lire des livres	-	25%
dont lire des journaux, des revues ou des magazines	-	18%
emprunter des livres	67%	62%
emprunter des journaux, des magazines, d'autres imprimés	14%	14%
emprunter du matériel audio-visuel	38%	18%
emprunter du matériel audio	19%	9%
écouter de la musique	-	6%
utiliser Internet hors recherches bibliographiques	-	20%
voir des expositions	-	12%

Source : *Enquêtes Culture 2009 et PSELL-2/1999, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD*

Champ : *personnes ayant fréquenté une bibliothèque ou une médiathèque au cours des 12 derniers mois*

La mission la plus courante de la bibliothèque en 2009 est de servir de centre de ressource à des fins d'analyse, ce qui n'était pas le cas une décennie auparavant, où l'emprunt

de livres avait une position dominante dans les usages de la bibliothèque. On constate, à cet égard, une régression importante de cette fonction première et traditionnelle des bibliothèques, qu'est l'emprunt de produits culturels pour une pratique dans d'autres lieux (et notamment le foyer), particulièrement pour les matériels audio-visuel et audio (entre 10 et 20 points de moins qu'en 1999). Parallèlement à cela, les usages tendent de plus en plus à avoir une finalité ancrée exclusivement dans cet espace public : les recherches mais aussi la lecture en bibliothèque progressent ainsi très nettement au cours de cette période 1999-2009.

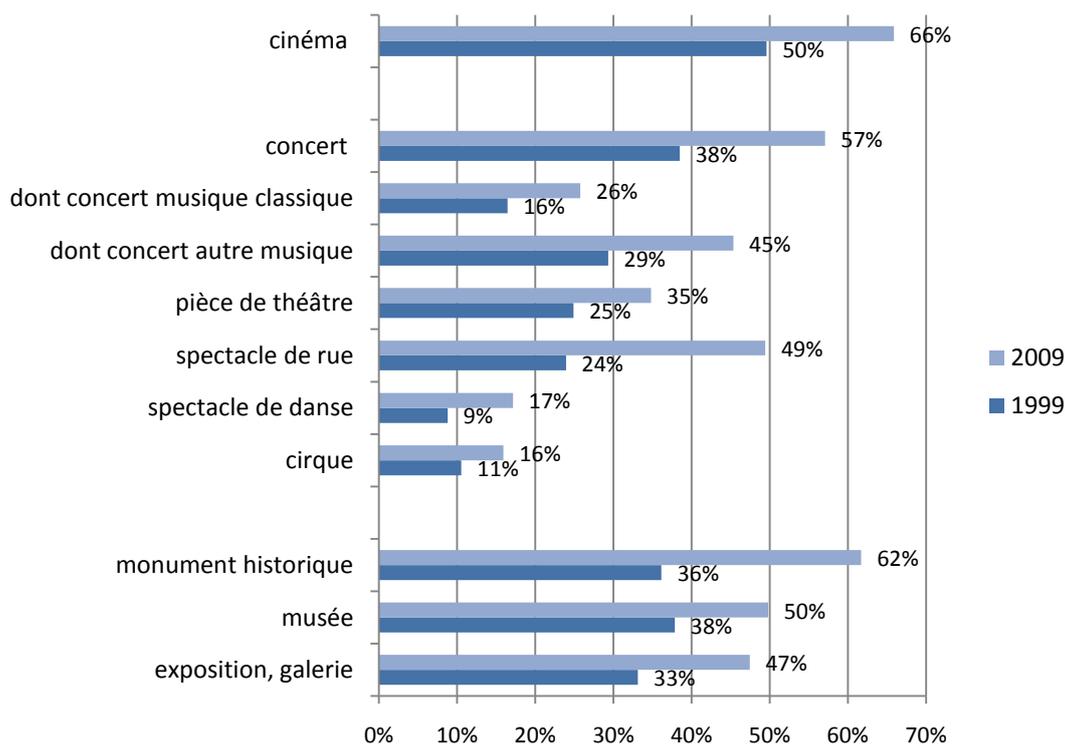
D'autres usages inscrits exclusivement dans ce lieu ont été mis en lumière par l'enquête conduite en 2009. Ainsi les fonctionnalités numériques de cet espace du savoir sont utilisées par 20 % des résidents. Par ailleurs, les expositions plus communément associées avec les musées attirent l'intérêt de 12 % des personnes entrant dans une bibliothèque.

## CHAPITRE 3. LES SORTIES CULTURELLES

### 1. LA PARTICIPATION A LA VIE CULTURELLE : EVOLUTION SUR LA PERIODE 1999-2009

#### 1.1. LE TAUX DE FREQUENTATION DES EQUIPEMENTS CULTURELS

Graphique 21 : La participation culturelle : évolution sur la période 1999-2009



Source : Enquêtes Culture 2009 et PSELL-2/1999, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

L'offre culturelle du Luxembourg a connu des changements importants au cours de ces dix dernières années, au premier rang desquels, une multiplication de ses infrastructures, avec la naissance de nouveaux lieux culturels comme le MUDAM, la Rockhal ou encore la Philharmonie. La programmation culturelle a par ailleurs largement bénéficié de la dynamique culturelle créée par l'évènement *Luxembourg et Grande Région, capitale européenne de la culture 2007*. Parallèlement à cela, on peut supposer certaines tendances similaires à celles observées en France : programmation de plus en plus éclectique des lieux de spectacles (ouverture progressive au jazz, à la danse contemporaine et plus récemment aux musiques amplifiées, aux arts de la rue et aux arts de la piste), patrimonialisation d'objets ou de lieux considérés auparavant comme ordinaires, multiplication des évènements « hors les murs » (festivals, spectacles de rue, journées du patrimoine).

Les enquêtes successives de 1999 et 2009 montrent, à cet égard, que les différentes expressions culturelles ont une capacité d'attraction qui se renforce au cours de la décennie. Le cinéma, sortie culturelle la plus populaire, attire en 2009 les deux tiers de la population grand-ducale contre la moitié d'entre elle dix ans plus tôt. Viennent ensuite les monuments historiques qui rencontrent, à la fin des années 2000, un public quasiment aussi large que celui des salles obscures, ce qui était loin d'être le cas au tournant du 21<sup>ème</sup> siècle. Les spectacles vivants, qu'ils se jouent dans un lieu confiné ou dans l'espace public, s'adressent également à un auditoire plus élargi. Ainsi la part des résidents s'étant rendus à un spectacle de rue au cours des 12 derniers mois a été multiplié par deux en une décennie. Les concerts de musique enregistrent, quant à eux, une hausse de leur public de 19 points et les pièces de théâtre de 10 points.

Cette hausse globale de la participation culturelle peut très bien s'interpréter à la lueur des changements intervenus dans le domaine de l'offre culturelle, et s'expliquer par le développement et la diversification de l'offre en présence ou encore la médiatisation accrue faite autour des événements culturels. Assiste-t-on alors à un élargissement des publics de la culture ou bien à une intensification des pratiques culturelles au sein des catégories sociales les plus familières aux équipements culturels ? Mais cette hausse apparente de la participation culturelle peut tout autant être due à un simple artefact lié au gonflement structurel des catégories sociales les plus impliquées dans la vie artistique et culturelle. Autrement dit, ce ne serait pas les pratiques culturelles qui auraient augmenté mais le poids relatif des groupes sociaux les plus intéressés par l'art et la culture.

## 1.2. LES PUBLICS DE LA CULTURE

En s'appuyant ici sur six sorties culturelles types (cinéma, théâtre, spectacle de danse, concert classique, autres concerts, musée), il apparaît que l'augmentation de la participation culturelle touche la plupart des segments de la population. Cela ne signifie pas pour autant que l'on assiste à une homogénéisation des pratiques culturelles hors de la sphère privée. L'analyse sociodémographique montre que certains facteurs conduisent à des attitudes variables face à la programmation artistique en présence.

Si l'on prend l'exemple de quelques catégories sociales types, emblématiques de la différenciation sociale des pratiques culturelles, force est de constater la permanence de fortes inégalités sociales dans l'accès aux équipements culturels mais aussi, dans quelques cas, un certain rattrapage des milieux sociaux les plus en retrait de la vie artistique et culturelle.

Tableau 26 : **Evolution des taux de fréquentation des équipements au sein de quelques catégories sociales types**

		ens. de la pop.	formation scolaire			PCS de l'individu			niveau de vie		
			primaire et moins	post- second.	écarts	ouvriers qualifiés	prof. intell. & scientif.	écarts	R-	R+	écarts
<b>cinéma</b>	1999	50%	23%	67%	3,0	31%	66%	2,1	40%	64%	1,6
	2009	66%	46%	81%	1,8	46%	84%	1,8	58%	75%	1,3
<b>théâtre</b>	1999	25%	15%	32%	2,1	18%	37%	2,1	17%	34%	2,1
	2009	35%	23%	51%	2,2	23%	54%	2,3	22%	48%	2,2
<b>spectacle de danse</b>	1999	9%	3%	12%	3,9	3%	22%	7,5	3%	15%	4,4
	2009	17%	17%	26%	1,6	13%	25%	1,9	13%	25%	1,9
<b>concert classique</b>	1999	16%	10%	28%	2,8	9%	31%	3,3	9%	24%	2,7
	2009	26%	13%	47%	3,5	14%	51%	3,7	14%	36%	2,7
<b>autre concert</b>	1999	29%	16%	41%	2,5	22%	46%	2,1	19%	39%	2,1
	2009	45%	33%	56%	1,7	33%	55%	1,7	34%	52%	1,5
<b>musée</b>	1999	38%	18%	66%	3,7	20%	67%	3,4	21%	58%	2,7
	2009	50%	30%	77%	2,6	30%	78%	2,6	39%	64%	1,7

Source : Enquêtes Culture 2009 et PSELL-2/1999, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

En effet, lorsque l'on compare les pratiques culturelles des plus diplômés à celles des moins diplômés, des professions intellectuelles et scientifiques à celles des ouvriers qualifiés, des personnes aisées à celles étant plus démunies, des écarts considérables apparaissent dans l'usage des équipements culturels, avec des taux de fréquentation qui passent le plus souvent du simple au double (voir au triple) selon que l'on se situe en bas ou en haut de la pyramide sociale (voir les écarts).

Le cinéma, activité culturelle grand public par excellence, attire en 2009 plus de 80 % des membres de ces premières catégories d'individus socialement privilégiées, pour près de la moitié, seulement, de leurs homologues plus défavorisés. Les écarts les plus importants s'observent dans le cas des concerts de musique classique, pour lesquels on compte trois fois plus d'individus issus des classes sociales les plus instruites et rattachées aux professions dites supérieures que leurs homologues situés en bas de l'échelle sociale et culturelle. Rappelons, à cet égard, que près de la moitié des diplômés du postsecondaire et des professions intellectuelles et scientifiques ont assisté à un concert de musique classique en 2009 contre 13-14 % des diplômés du primaire ou moins et des ouvriers. Le théâtre, les spectacles de danse ou encore les musées attirent, quant à eux, deux fois plus de membres de ces catégories socioculturelles et économiques privilégiées que leurs équivalents plus démunis.

A la fin des années 2010, les sorties culturelles apparaissent donc toujours socialement discriminantes. Néanmoins, si l'on compare ces résultats avec ceux de 1999, on remarquera une réduction des écarts certaine dans le cas des sorties au cinéma, très forte dans le cas des

spectacles de danse, légère dans celle des visites de musées et une quasi stagnation dans le cas de la fréquentation des concerts. En 10 ans, le taux de fréquentation des salles de cinéma des classes sociales moins instruites et des ouvriers a doublé (de 23 à 46 %), là où celui des plus diplômés est passé de 67 % à 81 %. De même, la visite de musées concernait, en 1999, près de 4 fois moins des membres de ces catégories scolaires et professionnelles moins privilégiées (18 % contre 66 % des classes instruites et des professions intellectuelles supérieures). Dix ans plus tard, la différence est réduite (30 % contre 77 %). Autrement dit, la hausse générale observée en matière de fréquentation des équipements culturels a, dans ces cas présents, davantage touché, en part relative, les catégories sociales les plus démunies et les plus en retrait de la vie culturelle et artistique du pays que les autres.

Outre les catégories sociales singularisées ici, on remarquera encore que l'élargissement général du public théâtral observé sur la période 1999-2009 a tout particulièrement touché les professions intermédiaires et les ouvriers non qualifiés. En effet, ceux-ci sont deux fois plus nombreux à se rendre à une représentation théâtrale en 2009 (passage de 21 à 44 % pour les premiers et de 9 à 21% pour les seconds) là où le public issu des professions intellectuelles et scientifiques a augmenté, mais pas au point de doubler (passage de 37 % à 54 %) tandis que la part des dirigeants allant au théâtre reste quasiment stable sur la même période (passage de 45 à 41 %).

Par delà ces critères socioéconomiques, on remarquera encore certaines différences dans l'orientation des pratiques culturelles liées à l'âge ou à la nationalité. En ce qui concerne le genre, aucune différence significative n'apparaît entre les hommes et les femmes pour les six sorties culturelles considérées, exception faite du théâtre qui attire, en 2009, un peu plus les femmes que les hommes (39 % des résidentes contre 31 % des résidents). L'âge, en revanche, est un facteur important de la différenciation des pratiques culturelles. Les sorties au cinéma et à des concerts de musique, autre que classique, déclinent avec l'avancée en âge, avec une chute particulièrement prononcée chez les personnes très âgées. Ainsi, en 2009, la quasi-totalité des 16-24 ans a assisté à une projection cinématographique alors que seulement 17 % des 75 ans ou plus sont allés au cinéma ; de même que les concerts de musique sont fréquentés par plus de 60 % du jeune public et seulement 33 % des 75 ans ou plus (16 % dans le cas de la musique non classique). Les spectateurs mobilisés par le théâtre et les concerts classiques se recrutent d'une manière maximale entre 55 et 64 ans ou encore 65-74 ans pour les concerts classiques. On remarque, cependant, un regain d'intérêt non négligeable parmi les plus jeunes adultes pour ce type de spectacles. Ainsi, la part des 16-24 ans signalant avoir assisté à un concert classique passe de 2 à 17 % entre les deux enquêtes. Enfin, l'approche des pratiques par nationalité montre la permanence de fortes inégalités sociales dans l'accès à la

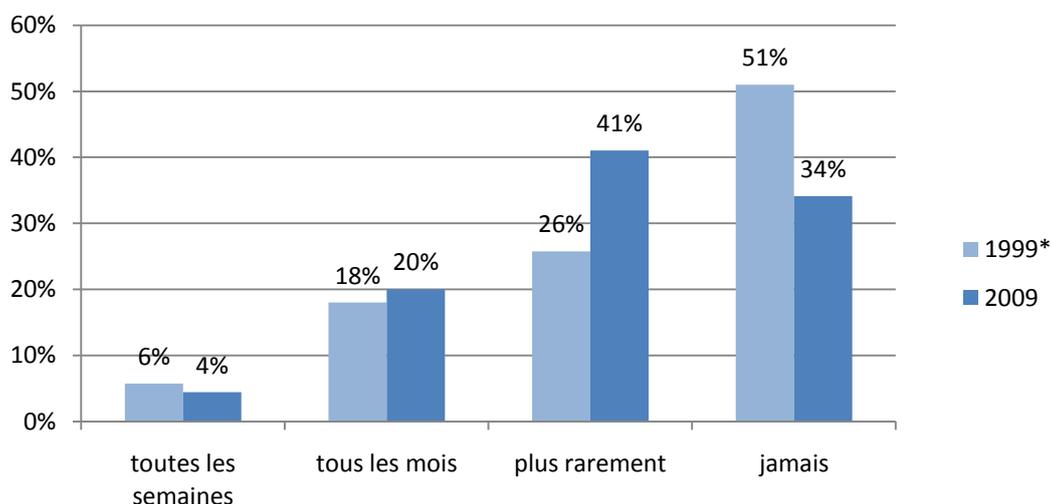
culture, mais aussi certaines évolutions notables au cours de la décennie. Les Luxembourgeois restent les plus fortement captés par le théâtre et les concerts classiques par opposition aux Portugais. Parallèlement à cela, des phénomènes de rattrapage sont perceptibles. Ainsi, la proportion de Portugais assistant à des concerts a plus que doublé sur la période 1999-2009 (21% à 46%) et les écarts avec les autres groupes nationaux se sont réduits.

## 2. LA FREQUENTATION DES EQUIPEMENTS CULTURELS : INTENSITE ET LOCALITE

### 2.1. LE CINEMA

#### 2.1.1. Fréquence de sortie

Graphique 22 : **Fréquence des sorties au cinéma : évolution sur la période 1999-2009**



*\* en 1999, la pratique n'est interrogée que sous l'angle des sorties le soir*

Source : Enquêtes Culture 2009 et PSELL-2/1999, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Le cinéma est l'expression artistique la plus intrinsèquement « grand public » car il est en mesure d'offrir une programmation s'adressant aux différents centres d'intérêts de nos sociétés mosaïques. De fait, il va susciter l'intérêt d'une large partie de la population et s'ancrer dans une pratique bien plus récurrente et ordinaire que les autres sorties culturelles considérées auparavant, comme en témoigne ici la situation luxembourgeoise. Le grand écran attire les deux tiers de la population en 2009, soit une part bien plus importante que dix ans auparavant, à travers une augmentation qui se situe majoritairement au niveau de son public occasionnel (moins d'une fois par mois).

Un seul segment de la population a une part relative d'adeptes en régression sur cette durée : les dirigeants. La proportion de cinéphiles dans ce groupe passe de 64 à 55 %. Par ailleurs, plusieurs tendances lourdes sont perceptibles à travers les deux enquêtes. L'âge, le niveau scolaire, la position dans l'échelle socioéconomique (CSP) et l'ampleur du niveau de vie sont des éléments conditionnant cette pratique. Les classes d'individus âgés, peu formés, appartenant aux CSP les plus basses ou dont le niveau de vie est modeste sont sous-représentées dans les salles obscures à l'opposé des publics juniors, fortement scolarisés, rattachés aux professions intellectuelles et scientifiques ou dont les ressources financières sont les plus hautes. Avec des différences, certes, moins marquées, ces tendances se maintiennent également lorsque l'on considère le public plus assidu, se rendant au moins mensuellement dans les salles de cinéma.

Comme nous l'avions constaté précédemment, un changement de tendance s'observe lorsque l'on s'intéresse à la nationalité des résidents. Les Portugais se singularisent, en effet, en 2009 par un taux de fréquentation inférieur à celui des autres groupes nationaux. Et si, dans l'ensemble, ils sont un peu plus nombreux à se rendre au cinéma qu'en 1999, ils enregistrent, parallèlement à cela, une baisse significative de leur nombre de cinéphiles plus réguliers (baisse de 29 % à 19 % des spectateurs mensuels).

### 2.1.2. Localité

Tableau 27 : **Lieu principal de fréquentation des salles de cinéma**<sup>34</sup>

<b>pays, villes, quartiers principaux</b>	<b>taux de fréquentation</b>
Luxembourg	93,4%
Luxembourg-Ville	79,1%
Kirchberg	69,8%
Limpertsberg	5,0%
Ville-haute	4,2%
Esch-sur-Alzette	7,9%
Dudelange	2,4%
France	3,4%
Allemagne	2,2%
Belgique	0,7%
autre pays	0,3%
total	100%

Source : *Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD*

Champ : *individus qui ont déclaré être allé au cinéma au moins une fois au cours des douze derniers mois*

L'espace cinématographique se caractérise par une relative sédentarisation dans nos sociétés occidentales contemporaines. Le cinéma ambulante allant à la rencontre des publics et

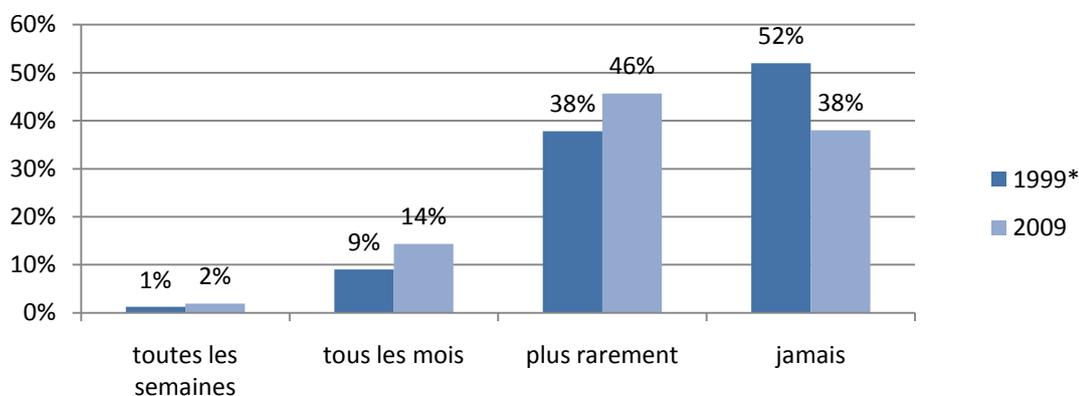
<sup>34</sup> Lieu où les individus se rendent le plus souvent pour aller au cinéma.

dont le rôle a été fondamental dans l'émergence de ce média a disparu progressivement. Ce spectacle s'organise autour de centres de projection ancrés principalement dans les villes et dont la polarité est rattachée à la capacité d'attraction plus générale des aires urbaines dans lesquelles ils se situent. Parallèlement à cela, il faut noter qu'il y a eu, au cours des trente dernières années, un changement territorial de taille concernant la mise en lumière du 7<sup>ème</sup> art. La diffusion des œuvres s'organise de plus en plus dans des complexes cinématographiques au détriment de centres plus petits, plus diffus et plus nombreux dans l'espace. Ces phénomènes de concentration spatiale sont très perceptibles à l'échelle d'un pays tel que le Luxembourg. Notamment, près de 80 % de la population fréquentent, le plus souvent, les salles situées à Luxembourg ville en 2009. Si on observe également une évasion transfrontalière des cinéphiles, l'ensemble des cinémas des trois pays voisins (Belgique, France et Allemagne) n'intéressent cependant le plus souvent que 6 % de la population nationale.

## 2.2. LES SPECTACLES VIVANTS

### 2.2.1. Les spectacles en général : fréquence de sortie

Graphique 23 : **Fréquence des sorties à un spectacle : évolution sur la période 1999-2009**



\* en 1999, la pratique n'est interrogée que sous l'angle des sorties le soir

Source : Enquêtes Culture 2009 et PSELL-2/1999, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

La proportion de la population intéressée par les spectacles vivants est inférieure à celle captée par le cinéma. A l'instar du 7<sup>ème</sup> art, le spectacle vivant suscite une mobilisation plus large pour toucher 62 % de la population à la fin des années 2010, contre la moitié dix ans plus tôt. Cet élargissement du public se répartit de manière quasi équivalente entre amateurs modérés ou occasionnels (moins d'une fois par mois) et spectateurs assidus, inconditionnels ou réguliers,

D'un point de vue sociodémographique, on retrouve les mêmes catégories sociales globalement impliquées dans la vie artistique et culturelle du pays que celles identifiées auparavant : les plus diplômés, les professions intellectuelles et scientifiques et les personnes aisées forment ici le public privilégié du spectacle vivant, de même que ce dernier touche davantage les Luxembourgeois et les autres ressortissants de l'UE (non Portugais) plutôt que les autres groupes nationaux implantés dans le pays. Alors que les professions intellectuelles et scientifiques et les professions intermédiaires apparaissent, en 1999, comme de grands amateurs de spectacles vivants, elles ont intensifié leurs pratiques en 2009. Parallèlement à cela, l'infléchissement des sorties culturelles, qui s'observe à un moment donné du cycle de vie, semble avoir reculé en âge en une décennie : si, en 1999, les sorties au spectacle commençaient à se faire plus rares à partir de 65 ans, cela n'est vrai, en 2009, que pour la catégorie des 75 ans ou plus. En outre, les 55-64 ans vont plus souvent voir des spectacles vivants que 10 ans auparavant en même temps qu'ils représentent en 2009, la tranche d'âge qui les fréquente le plus assidûment.

Le public régulier, voir inconditionnel, du spectacle vivant rencontre les mêmes caractéristiques sociodémographiques que celles définies précédemment. Il se recrute plus souvent parmi les Luxembourgeois, les 55-64 ans, les diplômés du postsecondaire, les professions intellectuelles et scientifiques et les individus au niveau de vie élevé ou très élevé.

### 2.2.2. Le théâtre, la danse et la musique

Tableau 28 : **Nombre de sorties annuelles**

	théâtre	danse	opéra	chant	concert classique	autres concerts
aucune	66%	83%	92%	82%	78%	57%
1 sortie	15%	10%	5%	9%	9%	18%
2 sorties ou plus	19%	7%	3%	9%	13%	25%
<b>parmi les participants, nombre moyen de sorties effectuées ...</b>						
au Luxembourg	2,28	1,52	1,19	2,65	2,67	2,66
en Sarre-Lorraine-Rhénanie-Palatinat-Wallonie	0,08	0,10	0,07	0,04	0,07	0,23
ailleurs à l'étranger	0,26	0,35	0,55	0,19	0,25	0,42

Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Note de lecture : En 2009, le nombre moyen de sorties au Luxembourg est de 2,28 parmi les participants au théâtre, de 1,52 parmi les participants aux spectacles de danse.

Les différents types de spectacles, pris individuellement, s'adressent à des publics relativement confinés. Par ailleurs, plus la production rattachée à chaque art scénique est diversifiée et plus la base de l'auditoire au sein de la population sera élargie. Les concerts de musique autre que classique et le théâtre forment ici les genres artistiques appréciés par le

plus grand nombre, soit des formes artistiques dont l'étendue du spectre (des comédies de boulevard contemporaines à la tragédie grecque antique, des concerts de musique traditionnelle aux concerts de rock) permet d'attirer l'attention d'une partie ou d'une autre de la société. A l'inverse, l'opéra dont le répertoire est plus ciblé et se renouvelle très peu, va séduire un public plus confidentiel, seulement 8 % des enquêtés se déplacent pour assister à une pièce d'art lyrique. La même tendance peut être remarquée au niveau du public le plus assidu (deux sorties ou plus). Parallèlement à cela, notons que le théâtre et les concerts (classiques ou pas) attirent une proportion d'aficionados (2 sorties ou plus par an) supérieure à celle du public occasionnel (une sortie par an). De manière générale, les amateurs d'arts scéniques renouvellent l'expérience 2 à 3 fois dans l'année pour chaque genre artistique considéré.

La spatialisation de cette pratique culturelle montre que la participation aux spectacles vivants s'inscrit, avant tout, dans un cadre national. Il est intéressant de remarquer, par ailleurs, que le passage de la frontière implique un déplacement lointain. Les représentations artistiques situées dans les territoires riverains du Luxembourg et inclus dans la Grande Région donnent lieu à une mobilité « loisir culturel » inférieure à celle rattachée aux œuvres jouées au-delà de cette euro région.

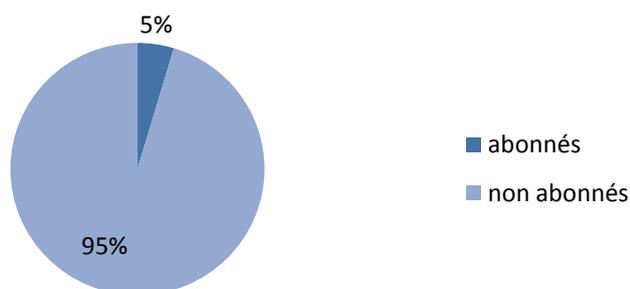
Les femmes se rendent légèrement plus souvent que les hommes à des représentations artistiques, avec un nombre moyen de sorties annuelles de 4,5 contre 3,4 chez les hommes. La différence maximale se situe au niveau de l'art théâtral (1,1 contre 0,70 sorties par an). L'âge a un impact variable sur le nombre de déplacements aux spectacles. Globalement, les 75 ans ou plus se situent très en retrait du spectacle vivant, avec un nombre moyen de sorties annuelles pour l'ensemble de ces spectacles de 1,8 contre une moyenne de 4 sorties pour l'ensemble de notre échantillon. La participation aux concerts de musique autre que classique décline avec l'avancée en âge mais elle reste la plus élevée chez les moins de 35 ans (plus de 2 sorties annuelles en moyenne dans ces tranches d'âge). A l'inverse, les concerts de musique classique, l'opéra et le théâtre captent un auditoire maximal chez les 55-64 ans et le segment supérieur à cette tranche d'âge pour l'opéra. Pour l'ensemble de ces spectacles vivants, les 55-64 ans forment la catégorie d'âge la plus impliquée dans les sorties culturelles (avec une moyenne annuelle proche de 6 sorties).

Les plus diplômés, les professions intellectuelles et scientifiques, les indépendants et les personnes les plus aisées restent les catégories sociales les plus enclines à fréquenter ces lieux culturels, avec une moyenne de sortie annuelle trois fois supérieure à celle, respectivement, des catégories les moins scolarisées, des ouvriers et des personnes les plus démunies. De

même, les Luxembourgeois sont ceux qui affichent le plus de sorties et ils ont assisté, au cours de l'année, à trois fois plus de spectacles que les Portugais.

### 2.2.3. Les abonnés

Graphique 24 : **La proportion d'abonnés à un théâtre ou autre lieu culturel**

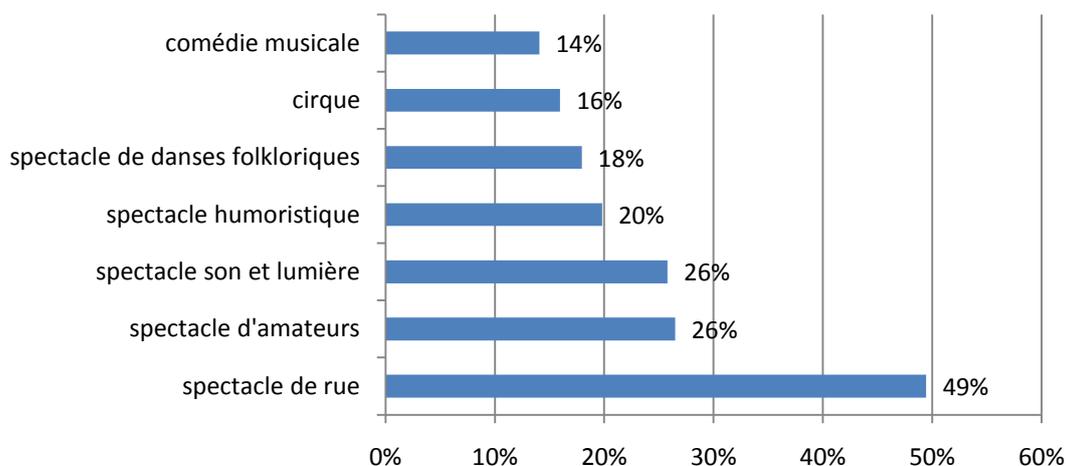


Source : *Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD*

L'abonnement est une ressource intéressante pour les salles de spectacles car il permet de disposer de moyens préalables aux représentations et bien-sûr de s'assurer d'un auditoire minimum pour celles-ci. Par ailleurs, il est un révélateur de fidélisation des publics pour certains lieux de culture. Cependant, force est de constater que seulement une infime minorité de la population est abonnée en 2009 (5 %). Les réflexions précédentes sur les éléments déterminant le niveau de fréquentation des arts de la scène sont également valables en ce qui concerne les abonnements, avec toutefois une prudence qui s'impose dans la lecture des résultats, compte tenu des très faibles effectifs que renferme cette catégorie des abonnés (les chiffres peuvent en conséquence facilement passer du simple au quintuple selon certains critères sociodémographiques). Les Portugais sont cinq à six fois moins nombreux que les Luxembourgeois et les autres ressortissants européens à s'abonner (1 % contre 5-6 %). Il est intéressant de voir ici que les ressortissants européens (Portugais exclus) forment un public tout aussi fidèle à ces lieux culturels que les individus de nationalité luxembourgeoise. La part d'abonnés reste sinon maximale chez les diplômés du postsecondaire, au sein des professions intellectuelles et scientifiques et chez les personnes aux ressources financières plus élevées. Enfin, l'abonnement est une pratique qui se retrouve plus chez les adultes d'âge mûr (exception faite des 75 ans ou plus) que chez les jeunes générations : moins de 2 % des 16-35 ans sont abonnés contre 10 % des 65-74 ans.

#### 2.2.4. Autres spectacles vivants

Graphique 25 : **Pourcentage de la population s'étant rendu à l'un des spectacles suivants au cours des 12 derniers mois**



Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Les spectacles vivants ne se limitent pas au théâtre, à la danse et à la musique mais englobent désormais (tout au moins, de plus en plus) un ensemble très varié de genres artistiques, s'adressant à des publics plus ou moins larges. Les arts de la rue, étant donné leur gratuité, leur présence dans des lieux de passage multiples et leurs contraintes de sécurité minimale (contrairement aux « sons et lumières »), ont plus de facilité à se développer dans l'espace public et à attirer l'attention des populations. De fait, la moitié des résidents a assisté à ce genre de spectacles, alors que les autres types de représentations ont séduit au maximum le quart des individus. Rappelons, à ce propos et comme nous avons eu l'occasion de le voir au début de ce chapitre, l'élargissement considérable du public pour ces spectacles « hors les murs » que sont les arts de la rue et qui a doublé entre 1999 et 2009. La comédie musicale et le cirque sont les deux arts de la scène les moins mobilisateurs avec respectivement 14 et 16 % de la population touchée (et une hausse relativement faible enregistrée pour le public du cirque au cours des dix dernières années).

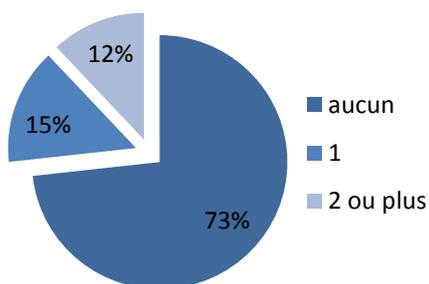
L'analyse sociodémographique montre que les spectacles de rue sont ceux qui arrivent à toucher, d'une manière identique, les différents segments de la population à l'exception des personnes les plus âgées (75 ans ou plus) qui sont très en retrait pour les différents types d'arts scéniques. Seule la pratique du cirque apparaît sexuée. Ainsi, les spectatrices sont plus enclines que les spectateurs à se rendre au cirque et aux spectacles humoristiques et les exercices sous chapiteaux intéressent 19 % d'amatrices pour seulement 13 % d'amateurs. La nationalité des individus a un impact très variable sur les pratiques. Les Portugais sont bien plus nombreux que les autres résidents à aller aux spectacles de danses folkloriques (39%

contre 13-23 %) et, dans une moindre mesure à regarder les spectacles de rue. Précisons encore que ces deux pratiques sont davantage prisées par les couples avec enfants. Les Luxembourgeois sont les plus séduits par spectacle amateur (31 %) que les autres ressortissants européens. L'appartenance aux CSP et le niveau de vie sont deux facteurs plus ou moins discriminants en fonction du type de représentations. Les professions intellectuelles et scientifiques et les professions intermédiaires fournissent un contingent de spectateurs deux fois supérieur à celui des ouvriers qualifiés dans les représentations humoristiques (28-31 %) et les spectacles amateurs (37-34 %), mais par ailleurs les dirigeants sont aussi nombreux que les ouvriers qualifiés à assister aux spectacles de danses folkloriques (19-21 %), aux comédies musicales (11-9 %) et aux représentations du cirque (13-10 %). Notons que ce dernier type de spectacles séduit presque autant d'ouvriers non qualifiés (20 %) que de membres des professions intellectuelles et scientifiques (17 %). Par ailleurs, les personnes dont le niveau de vie est le plus modeste sont bien moins nombreuses à aller au cirque que celles ayant un niveau de vie très élevé (14 contre 24 %). Le caractère populaire de cet art scénique était déjà infirmé par l'enquête de 1999, qui révélait des taux de fréquentation moins importants au sein des milieux plus défavorisés économiquement.

## 2.3. LES FESTIVALS

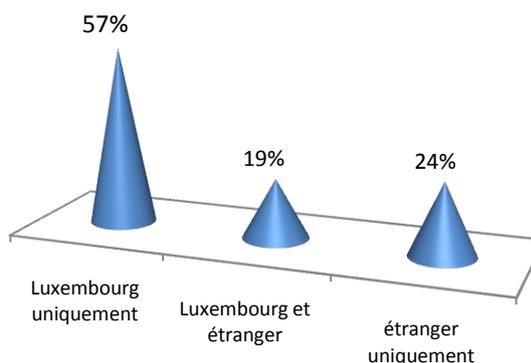
### 2.3.1. Taux de participation

Graphique 26 : **Nombre de festivals fréquentés au cours de l'année écoulée**



Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Graphique 27 : **Localité des festivals fréquentés**



Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD  
 Champ : les personnes ayant assisté à un festival au cours des douze derniers mois

Le festival est un évènementiel conduisant à une multiplication ponctuelle d'un certain type de représentations artistiques. Il va ainsi permettre d'intensifier les pratiques sur un temps court et potentiellement changer les usages sur la longue durée chez certains individus. L'enquête réalisée en 2009 montre que les trois quarts des résidents n'ont pas assisté à une telle programmation culturelle. Il est intéressant de noter, par ailleurs, que la participation aux festivals s'inscrit dans un espace national décloisonné. Un peu plus de la moitié des individus fréquentent exclusivement des festivals organisés dans le pays. Le cinquième de la population opte pour une actualité festivalière nationale et étrangère. La programmation extérieure est, quant à elle, capable d'attirer, de manière exclusive, le quart de la population, une proportion devant être assez unique pour un Etat européen. La taille du Grand-Duché, mais également ses caractères cosmopolite, polyglotte et mobile permettent d'expliquer ce phénomène.

L'âge oriente certains déplacements. D'une manière générale, plus on vieillit et moins on fréquente les festivals avec, encore une fois, une chute importante chez les personnes âgées de plus de 74 ans. Les jeunes de moins de 35 ans (tout comme les élèves et les étudiants) sont ainsi deux fois plus nombreux à s'être rendus à un festival que les adultes de 45-64 ans (40 % contre 21 %) et plus encore que les retraités (15 % de festivaliers). Parallèlement à cela, les festivals semblent un événement fédérateur du point de vue des nationalités puisqu'aucune différence n'est observée ici. Les étudiants et les membres des professions intellectuelles et scientifiques sont les catégories socioprofessionnelles les plus représentées dans les publics de ces évènements culturels (35-38 % contre 22-25 % des autres CSP et 15 % des ouvriers non-qualifiés). Enfin, la participation à des festivals n'introduit pas de différence significative selon le niveau de vie. Au final, les festivaliers offrent un profil social relativement plus hétéroclite que dans le cas des spectacles vivants de type théâtre, danse ou concert.

La localisation des déplacements festivaliers n'obéit pas nécessairement aux mêmes critères. Si aucune différence significative n'est à signaler, on observe simplement que plus on avance en âge et plus on a tendance à privilégier les évènements se tenant au Luxembourg. Ainsi, les trois quarts des 55-64 ans allant à un festival restent dans le pays alors que plus de la moitié des jeunes de moins de 35 ans se sont rendus à l'étranger. La préférence pour les festivals étrangers nous renvoie également et, de manière assez logique, à la nationalité des individus : les étrangers étant les plus nombreux à avoir une pratique exclusivement hors territoire national (de 28 à 34 % contre 19 % des Luxembourgeois).

### 2.3.2. Types de festival fréquentés

Tableau 29 : **Types de festival les plus fréquentés**

	taux de fréquentation	localité des festivals fréquentés		
		Luxembourg uniquement	Luxembourg et étranger	étranger uniquement
festival rock, variété et autre genres de musique	44%	47%	24%	30%
festival de musique classique, opéra, jazz	31%	73%	19%	8%
festival de musique du monde ou traditionnelle	30%	61%	18%	21%
festival de théâtre, danse, art de la rue	29%	57%	30%	13%
festival de cinéma	15%	56%	23%	20%
festival de livres, BD	8%	60%	28%	12%
autres	5%	52%	27%	21%

Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Champ : les personnes ayant assisté à un festival au cours des douze derniers mois

Chaque art scénique se prête à une programmation festivalière. Par ailleurs, le livre donne lieu, de plus en plus, à des foires qui ne sont pas en tant que tels des foyers d'expression artistique, mais des pôles de ventes de produits culturels et des espaces d'échanges ponctuels entre les émetteurs et les récepteurs de la communication scripturale de masse et d'ambition littéraire. Les festivals de musique sont ceux mobilisant une part maximale d'individus au Luxembourg et notamment ceux rattachés à la musique contemporaine touchant un large public (la musique rock, la variété et les autres genres non singularisés dans l'enquête). A l'inverse, les rassemblements littéraires et/ou consacrés au septième art n'intéressent qu'une proportion minimale de la population (8 %). Remarquons également que le territoire luxembourgeois a une plus ou moins grande capacité à garder exclusivement ses résidents festivaliers. Ainsi, 73 % de la population festivalière captée par le classique, l'opéra ou le jazz reste dans le pays alors que le public séduit par le rock, la variété ou les autres genres passe, à 54 %, la frontière.

L'analyse sociodémographique montre que l'âge est un élément important dans le genre des festivals fréquentés. Plus on vieillit et plus on est enclin à assister à des événements liés à la musique classique, à l'opéra ou au jazz, là où la scène rock et la variété séduisent avant tout la jeunesse. Ainsi, les trois quarts des 16-24 ans assistent aux derniers types de festivals mentionnés contre seulement 3 % des 65-74 ans. La nationalité n'a pas d'impact sur la présence dans les festivals. Le bagage scolaire influe peu sur le choix des festivals, avec toutefois une surreprésentation des diplômés du postsecondaire dans les festivals de musique classique, d'opéra ou de jazz. Le découpage des pratiques festivalières en fonction de la CSP

des individus donne ici aussi des résultats peu discriminants, parfois aussi du fait de très faibles effectifs. Le niveau de vie a généralement peu d'impact sur les pratiques festivières, sauf si l'on compare les classes extrêmes et pour certains types de festivals seulement. Ainsi, les individus dont le niveau de vie est le plus faible, sont deux fois moins nombreux à assister des festivals de musique classique, lyrique ou jazz que ceux ayant des ressources financières maximales (16 contre 36 %). Enfin, les festivals de théâtre, danse et arts de la rue et les festivals de musique du monde ou traditionnelle concernent l'ensemble de la population de manière indifférenciée.

## 2.4. MUSEE ET PATRIMOINE

### 2.4.1. Les sites les plus fréquentés

Tableau 30 : **Sites du patrimoine les plus visités**

	année		évolution sur la période 1999-2009
	1999	2009	
monument historique	36%	62%	+26
musée	38%	50%	+12
dont musée au Luxembourg	46%	67%	+ 22
dont musée à l'étranger	46%	70%	+ 24
exposition	31%	44%	+13
galerie d'art	20%	32%	+13
lieu industriel	8%	26%	+17
un itinéraire culturel	17%	24%	+8
site archéologique	10%	23%	+13
archives	2%	7%	+5
parc, jardin historique	-	42%	-
mémorial	-	29%	-

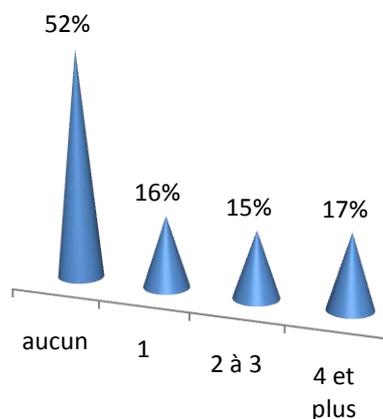
Source : Enquêtes Culture 2009 et PSELL-2/1999, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

La visite de lieux de mémoire exprime un intérêt pour les espaces porteurs d'identité collective ou individuelle. On remarque que le public luxembourgeois de tous les sites du patrimoine s'est élargi en dix ans. Il a doublé au niveau des aires archéologiques et même triplé en ce qui concerne les archives départementales et les lieux industriels. Enfin, la part de visiteurs des monuments historiques a été multipliée par 1,7 sur une décennie. Ce type de patrimoine devient ainsi très largement le plus populaire en 2009 avec 62 % de la population nationale touchée alors qu'il attirait une part d'individus équivalente à celle des musées à la fin du siècle dernier (36-38 %).

Quelques types de patrimoine intéressent plus ou moins les hommes et les femmes. Les expositions et les galeries d'art touchent respectivement 47 et 37 % de la population féminine et 40 et 28 % du public masculin. A l'inverse, les lieux industriels attirent plus de visiteurs que de visiteuses (32 contre 20 %) de même que les sites archéologiques (26 contre 20 %) et les Archives (9% contre 5%). Les personnes les plus âgées (75 ans ou plus) se distinguent des générations suivantes en étant moins présentes dans les sites archéologiques et les parcs et jardins, qui sont les deux sites plus fréquentés par les 45-54 ans, et dans les monuments historiques. La répartition des individus par nationalité montre que les Luxembourgeois se rendent généralement davantage que les autres résidents dans les lieux du patrimoine. Par ailleurs, les Portugais demeurent le plus souvent les moins intéressés par cette pratique culturelle. Ainsi, ils ne sont que 9 % à fréquenter des galeries d'art alors qu'au minimum le quart des autres groupes nationaux passe les portes de ces centres d'exposition. Notons également que la visite de l'ensemble de ces lieux patrimoniaux reste très fortement différenciée selon le niveau scolaire des individus (primaire ou moins par opposition au postsecondaire) et les ressources financières. Ainsi, les individus ayant atteint une scolarité postsecondaire sont près de quatre fois plus nombreux à se rendre à une exposition ou une galerie d'art que ceux disposant uniquement d'un niveau primaire ou inférieur (respectivement 72 % et 54 % contre 20 % et 14 %). L'analyse par CSP nous permet de constater que les classes ouvrières et les personnels des services et vendeurs sont généralement moins présents que les catégories socioprofessionnelles les plus élevées dans les espaces du patrimoine. Par ailleurs, les membres des professions intellectuelles et scientifiques se distinguent inmanquablement par une pratique très supérieure. Ainsi, les trois quarts d'entre eux vont à des expositions, lesquelles n'arrivent à capter que 57 % de la seconde catégorie la plus concernée par cet usage (les dirigeants).

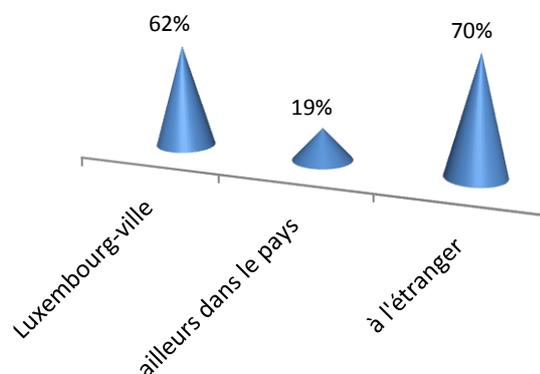
## 2.4.2. Musées : intensité et localité

Graphique 28 : **Nombre de musées fréquentés au cours des 12 derniers mois**



Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Graphique 29 : **Localité des musées fréquentés au cours des 12 derniers mois**



Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Champ : les personnes ayant visité un musée au cours des douze derniers mois

Les musées donnent lieu à un nombre de visites très divers. La moitié des résidents vont dans ces lieux patrimoniaux. Il est intéressant de voir que les personnes réalisant une pratique plus intensive (4 visites et plus) sont proportionnellement aussi nombreuses que celles ne fréquentant ces centres culturels qu'une fois par an. On remarque par ailleurs que la capitale reste le pôle d'attraction principal du pays en termes de fréquentation de musées. Luxembourg-Ville, pôle métropolitain d'un état de taille réduite, attire près des deux tiers de la population ayant fréquenté un musée au cours des 12 derniers mois. A l'inverse, moins de 20 % des résidents se rendent dans les musées situés dans les autres communes du pays. Notons également que les musées situés à l'étranger arrivent à séduire une part d'habitants à peine inférieure à celle des visiteurs des musées nationaux (70 contre 81 %). Les résidents luxembourgeois sont probablement les résidents européens disposant de la plus forte propension à passer la frontière pour une telle pratique culturelle (à titre d'exemple, 22 % des Français ayant visité un musée au cours des 12 derniers mois se sont rendus à l'étranger en 2008).

L'analyse sociodémographique montre que le nombre de musées visités par les hommes ailleurs dans le pays est supérieur à celui rattaché aux femmes (0,23 contre 0,11 visites). L'âge est un facteur non discriminant dans le nombre de visites effectuées. Au niveau des nationalités, notons que les Portugais sont très en retrait par rapport aux autres groupes nationaux. Au total, ils font en moyenne 0,51 visite par an alors que les autres communautés

effectuent entre 2 et 2,50 visites. Par ailleurs, le nombre de musées visités, et cela quelque soit la localisation géographique des musées, croît avec le niveau de formation scolaire des individus, le niveau de vie et le positionnement sur l'échelle sociale. Ainsi, les personnes les plus aisées effectuent en moyenne 3,38 déplacements par an alors que celles ayant le niveau de vie le plus modeste font à peine une visite.

### 2.4.3. Tourisme et patrimoine

Tableau 31 : **La dimension touristique associée à la fréquentation des musées et autres sites patrimoniaux**

corrélations de Pearson	nombre de sites touristiques visités (musées exclus)	nombre de musées fréquentés	localité des musées	
			Luxembourg	étranger
nombre total de séjours en vacances et en week-end	0,26**	0,20**	0,22**	0,21**
<b>étranger versus Luxembourg</b>				
nombre de séjours à l'étranger	0,30**	0,24**	0,18**	0,20**
nombre de séjours au Luxembourg	0.02	0,14**	0,18**	0.05
<b>vacances versus week-end</b>				
nombre de départs en vacances	0,30**	0,28**	0,24**	0,21**
nombre de départs en week-end	0,16**	0,17**	0,14**	0,14**

*Lecture : les coefficients de corrélation sont situés entre -1 et 1. Plus sa valeur est proche de -1 ou de 1, plus la corrélation est importante (et, respectivement négative ou positive). Ainsi, le nombre de départs en vacances est positivement et significativement corrélé avec le nombre de sites culturels visités (musées exclus).*

\*\* La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

La catégorie « Site touristique » inclut les monuments historiques, itinéraires culturels et parcs ou jardins historiques

Source : *Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD*

La visite du patrimoine contient une forte dimension touristique comme en témoigne le tableau ci-dessus. Celui-ci souligne la corrélation qui existe entre villégiature et visites patrimoniales. L'importance des séjours en week-end ou en vacances a, en effet, un impact positif sur le nombre de musées et de sites du patrimoine fréquentés au cours de l'année.

Compte tenu de la petite taille du pays, les séjours effectués au Luxembourg sont rares chez les résidents : 5 % de notre échantillon a eu l'occasion de se déplacer dans le pays pour un week-end ou des vacances au cours des douze derniers mois. Aussi, ces séjours internes n'ont qu'un très faible impact sur la visite de sites patrimoniaux, exception faite des musées situés au Luxembourg, ce qui témoignerait, somme toute, de l'existence d'un tourisme culturel interne au pays, quand bien même on peut l'imaginer moindre que dans d'autres pays. La fréquentation des musées et autres monuments du patrimoine demeure ici avant tout liée aux

déplacements à l'étranger, qui constituent l'essentiel des séjours vacanciers des résidents. Enfin, lorsque l'on différencie les week-ends des séjours en vacances, on s'aperçoit que ces derniers sont plus propices à la fréquentation des sites patrimoniaux, sites touristiques et musées.

### 3. VERS UNE ANALYSE GLOBALE DES SORTIES

Une analyse nous permet d'appréhender conjointement l'ensemble des sorties. Les résultats sont représentés dans les graphiques 30a et 30b, qui concernent respectivement l'ensemble de la population et une sous population hors élèves et étudiants. Par extension, cette sous population sera nommée population adulte dans la suite de notre propos.<sup>35</sup>

L'espace des sorties comporte deux dimensions, communes aux deux graphiques. La première dimension oppose la réalisation de sorties à l'absence de sortie. En termes sociodémographiques, elle est caractérisée par le niveau de scolarisation (primaire *versus* supérieur), la catégorie socioprofessionnelle (ouvrier qualifié, agriculteur ou artisan *versus* les professions intellectuelles ou scientifiques), le niveau de vie (faible (R-) *versus* élevé (R+)) et la nationalité (portugaise *versus* luxembourgeoise)<sup>36</sup>. La seconde dimension se focalise sur les sorties culturelles et oppose celles relevant d'un domaine uniquement classique (les concerts de musique classique, les spectacles de chant, les spectacles et l'absence de concert de musique autre) à celles relevant d'un univers plus éclectique (des pratiques classiques telles que celles précédemment citées auxquelles s'ajoutent des concerts de musique autre, des spectacles de danses folkloriques, ou la visite de sites touristiques, par exemple). En termes sociodémographiques, c'est le statut de retraité qui ressort<sup>37</sup>. A ce stade, l'étude de l'espace des sorties ne semble donc pas influencé par le fait de conserver, ou non, les élèves et étudiants dans l'analyse.

---

<sup>35</sup> Pour une présentation globale de la méthodologie employée, voir l'annexe 1.

<sup>36</sup> Il convient ici de souligner deux éléments. Premièrement, notons qu'il s'agit de la seule analyse (ACM/CAH) du rapport où la nationalité luxembourgeoise ressort comme une variable importante. Deuxièmement, le fait de retirer les élèves et étudiants de l'analyse a pour seul effet, concernant cette dimension, d'approfondir la prégnance du niveau de vie. En effet, les niveaux de vie très faible (R--) et très élevé (R++) se rajoutent aux niveaux de vie faible (R-) et élevé (R+) déjà présents.

<sup>37</sup> Notons que lorsque l'on retire les élèves et étudiants de l'analyse, le statut de salarié émerge également de manière importante.

Dans ces deux espaces des sorties, trois groupes de pratiques peuvent être identifiés, dont deux se chevauchent (au sein de chaque analyse) et deux sont similaires (en comparant les deux analyses). Le premier groupe est similaire dans les deux espaces et rend compte de l'absence de sortie (graphiques 30a et 30b). Ils rassemblent respectivement 48 % et 34 % de la population et de la population adulte et est caractérisé par un niveau de scolarisation primaire, le fait d'être ouvrier qualifié, agriculteur ou artisan, la nationalité portugaise, un niveau de vie faible (R-)<sup>38</sup> et le statut de retraité. L'autre élément similaire entre les deux espaces réside respectivement dans le troisième groupe de l'analyse sur l'ensemble de la population et le deuxième groupe de l'analyse sur la population adulte (hors élèves et étudiants). Il rend compte de sorties nombreuses et éclectiques (les « sorties nombreuses et éclectiques 1 » du graphique 30a et les « sorties très nombreuses et éclectiques » du graphique 30b) et rassemble respectivement 19 % et 29 % de l'ensemble de la population et de la population adulte. Ils sont caractérisés par un même profil sociodémographique, mettant en avant un niveau de scolarisation supérieur, les professions intellectuelles ou scientifiques, un niveau de vie élevé (R+)<sup>39</sup> et le statut de retraité. Enfin, le deuxième groupe de l'espace concernant l'ensemble de la population et le troisième groupe de l'espace concernant la population adulte sont similaires en termes de sorties (les « sorties nombreuses et éclectiques 2 » sur le graphique 30a et les « sorties nombreuses et éclectiques » sur le graphique 30b) mais distincts en termes de caractéristiques sociodémographiques. En termes de sorties, elles sont similaires à celles du groupe précédemment présenté, mais avec une moins grande amplitude en termes de fréquences (on relève plutôt des occurrences « 1 fois » que « 2 fois ») ainsi qu'en termes des types de sorties lorsque l'on retire les élèves et étudiants de l'analyse. Graphiquement, le chevauchement entre les groupes 2 et 3 au sein de chaque analyse est ainsi plus important sur l'ensemble de la population que sur la population adulte. En termes de caractéristiques sociodémographiques, l'analyse sur l'ensemble de la population met en avant un niveau de scolarisation supérieur, les professions intellectuelles ou scientifiques et un niveau de vie élevé (R+), tandis que le retrait des élèves et étudiants inverse ces caractéristiques en mettant en avant le fait d'être ouvrier qualifié, agriculteur ou artisan, de nationalité portugaise et un niveau de vie faible (R-).

L'analyse des sorties souligne l'existence d'un espace et de groupes très majoritairement similaires pour l'ensemble de la population ainsi que pour la population adulte. Cependant, le

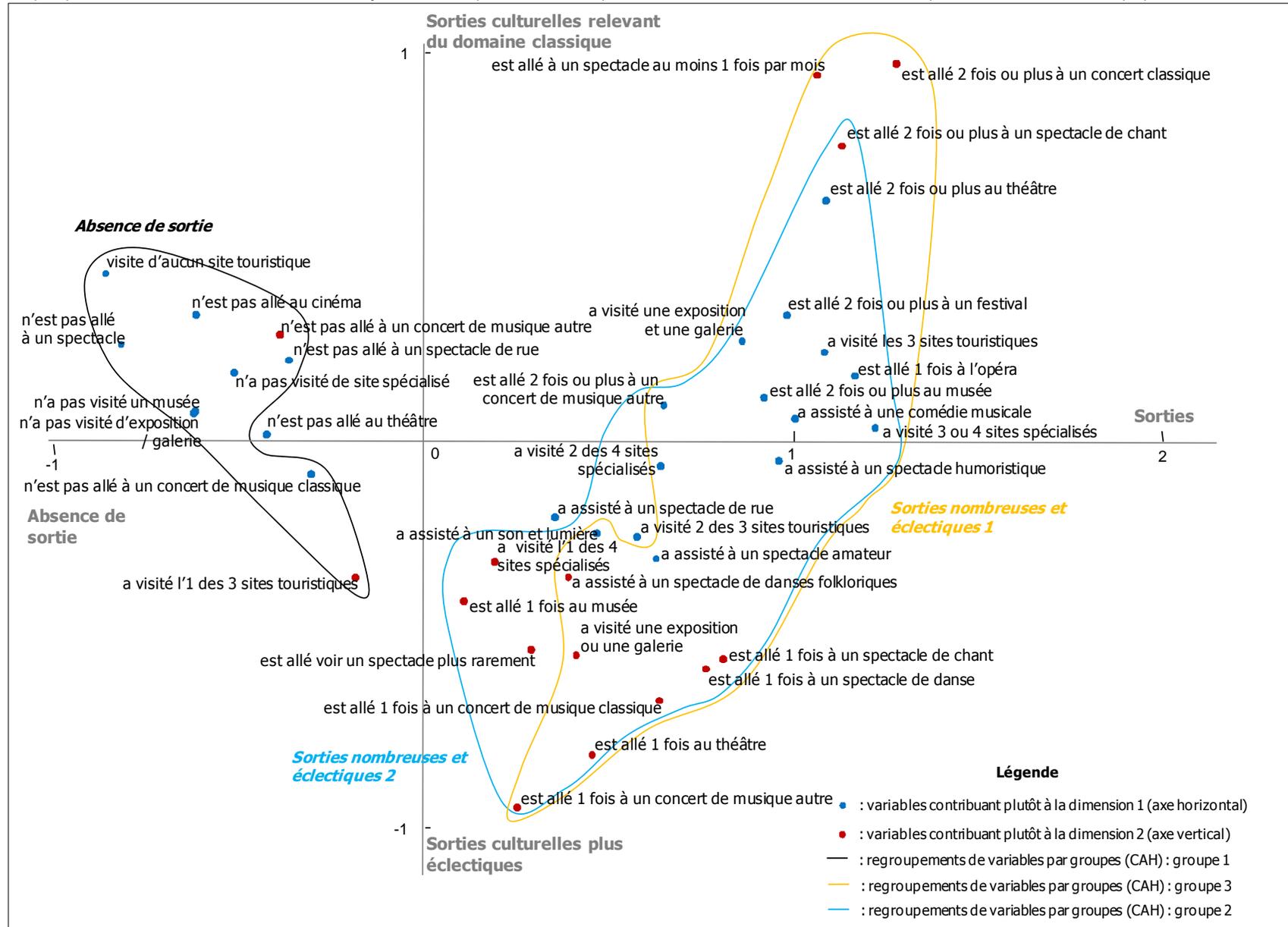
---

<sup>38</sup> Notons que lorsque l'on retire les élèves et étudiants de l'analyse, le niveau de vie très faible (R--) émerge également de manière importante.

<sup>39</sup> Notons que lorsque l'on retire les élèves et étudiants de l'analyse, le niveau de vie très élevé (R++) émerge également de manière importante.

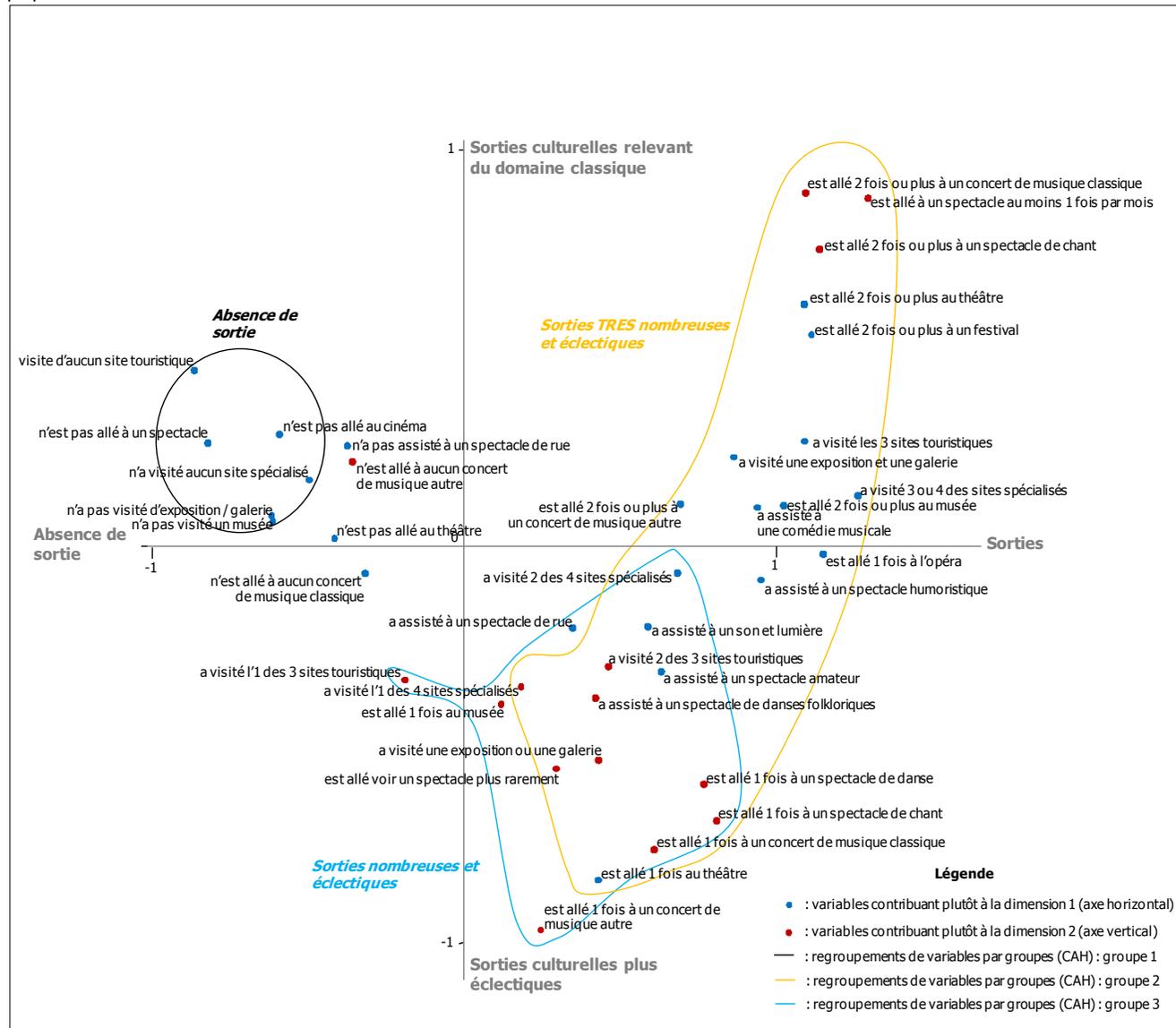
fait de retirer les élèves et étudiants de l'analyse permet de souligner l'existence de profils de sorties plus différenciés en termes de fréquences. En effet, cette distinction identifie trois niveaux d'intensité des sorties : un niveau d'intensité faible (pour le groupe 1 rendant compte de l'absence de sortie), un niveau d'intensité intermédiaire (pour le groupe 3 rendant compte de sorties nombreuses et éclectiques) et d'un niveau d'intensité élevée (pour le groupe 2 rendant compte de sorties très nombreuses et éclectiques). Des analyses plus approfondies des sorties tireraient profit de se focaliser sur la population adulte uniquement : une variable d'intensité des sorties pourrait alors être construite pour mener cette analyse ultérieure.

Graphique 30a : **Les sorties culturelles** – analyse en correspondance multiple et classification ascendante hiérarchique sur l'ensemble de la population



Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Graphique 30b : **Les sorties culturelles** – analyse en correspondance multiple et classification ascendante hiérarchique sur la population hors élèves et étudiants



Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

## 4. INCITATIONS ET OBSTACLES A LA FREQUENTATION DES EQUIPEMENTS CULTURELS

### 4.1. L'ABSENCE DE PARTICIPATION

#### 4.1.1. Les raisons de la non fréquentation

Près d'un tiers des résidents ne s'est rendu à aucun spectacle vivant de type théâtre, danse ou concert et la moitié n'a pas franchi les portes d'un musée. La plupart des caractéristiques de ces deux populations se recouvrent. Ainsi, les milieux professionnels ouvriers, agriculteurs, artisans et du personnel des services, les inactifs au foyer sans autre activité, les personnes au niveau de vie faible (R- - et R-), les moins diplômés (primaire et moins), les Portugais représentent globalement les catégories de la population les plus en retrait de l'offre culturelle, aussi bien pour les spectacles vivants de type théâtre, musique ou danse que pour les musées. Inversement, les personnes ayant un niveau de vie très élevé (R +, R + +), un niveau d'étude postsecondaire et faisant partie des professions intellectuelles et scientifiques ou intermédiaires, ou encore les étudiants ou élèves sont celles qui affichent les taux de non fréquentation les plus bas.

Tableau 32 : **Les motifs invoqués à l'absence de sorties culturelles**

	<b>théâtre, concert, spectacle de danse (1)</b>	<b>musée (2)</b>
pas le temps	31%	29%
n'ai jamais pris l'habitude d'y aller	17%	18%
des problèmes de santé	13%	10%
ce n'est pas mon univers	8%	18%
fatigué après travail	7%	4%
des contraintes familiales	6%	5%
personne pour m'accompagner	4%	4%
offre de spectacle trop limitée	3%	1%
impression de perdre mon temps	2%	3%
manque d'info. sur l'offre existante	3%	3%
billets trop cher	2%	2%
horaires d'ouvertures peu pratiques	-	1%
autres	4%	2%
total	100%	100%

Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Champs (1) : Les individus ne s'étant rendus à aucun de ces spectacles au cours des 12 derniers mois

(2) : Les individus n'ayant visité aucun musée au cours des 12 derniers mois

Lorsqu'on interroge les individus sur les motifs de leur non fréquentation de ces lieux culturels, le manque de temps apparaît comme la première raison explicative : 30 % des personnes interrogées justifient leur absence de pratique par ce motif. Une autre raison majeure avancée vient rappeler l'importance de la question de l'initiation dans le développement et la poursuite des pratiques culturelles : en effet, pas loin d'un cinquième des non usagers expliquent leur absence de participation par le manque d'habitude. Parallèlement à cela, on retrouve, dans le cas des musées notamment, la question des obstacles symboliques qui se jouent dans l'accès à l'art et à la culture. Pour 18 % d'entre eux, les sorties au musée ne correspondent pas à leur univers (8 % dans le cas des arts scéniques). S'exprime ici, chez les individus appartenant aux milieux populaires peu diplômés, le sentiment, au fond, que la « grande culture » (musées, théâtre, concerts de musique classique, etc.) n'est pas pour eux. Ces résultats viennent rappeler l'existence d'un habitus, principe fondamental de la sociologie bourdieusienne pour rendre compte du fait que certaines dispositions sont intériorisées par les individus et qu'elles génèrent ensuite des pratiques qui sont perçues par les agents comme allant de soi.

Vient ensuite, dans les motifs invoqués à l'absence de participation, un ensemble de considérations plus matérielles, que sont les contraintes physiques (problèmes de santé, fatigue après le travail) et familiales. Notons ici que la contrainte financière n'apparaît pas comme un obstacle important à la participation culturelle, le coût des billets n'étant avancé comme élément rédhibitoire que par 2 % des enquêtés.

#### 4.1.2. Le poids de la socialisation primaire

Tableau 33 : **L'influence des habitudes parentales durant l'adolescence sur les pratiques actuelles**

% ligne	nombre de sorties actuelles au théâtre par an			total
	aucune	1 sortie	2 sorties et plus	
<b>Mes parents aimaient aller au théâtre</b>				
oui, vraiment (10%)	46%	23%	31%	100%
oui, plutôt (11%)	54%	15%	31%	100%
peu (17%)	59%	18%	23%	100%
non, vraiment pas (61%)	73%	13%	14%	100%
<i>Ensemble de la population</i>	66%	15%	19%	100%

% ligne	fréquence des sorties actuelles au cinéma			total
	jamais	moins d'une fois par mois	au moins une fois par mois	
<b>Mes parents aimaient aller au cinéma</b>				
oui, vraiment (11%)	37%	29%	34%	100%
oui, plutôt (11%)	22%	46%	32%	100%
peu (20%)	20%	47%	33%	100%
non, vraiment pas (58%)	40%	41%	19%	100%
<i>Ensemble de la population</i>	34%	41%	25%	100%

Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Dans le domaine des pratiques culturelles, la question des habitudes prises en la matière est, comme nous l'avons vu précédemment, une dimension cruciale à leur développement. La pratique culturelle est, en effet, bien souvent une question d'apprentissage. Le milieu familial lors de l'enfance est généralement présenté comme un creuset fondamental dans lequel vont se structurer les choix individuels des futurs adultes. La reproduction des goûts et des comportements culturels d'une génération à l'autre via les relations parents-enfants est souvent mise en exergue dans la littérature sociologique. L'enquête réalisée en 2009 confirme le rôle prégnant des géniteurs dans la définition de l'intérêt porté par leurs descendants immédiats pour les loisirs théâtraux. Ainsi, plus de la moitié des individus dont les parents aimaient fortement aller au théâtre s'y rendent aujourd'hui, soit deux fois plus que les enfants de parents réticents à ce genre artistique (53 % contre 27 %). Le lien entre la pratique actuelle et la pratique parentale semble moins prégnant concernant le cinéma, ce qui sous-entend, quelque part, que l'accès à ce genre artistique est moins conditionné par un apprentissage préalable comme cela peut être le cas pour le théâtre. C'est surtout au niveau de l'intensité de la pratique cinématographique que des différences apparaissent. En effet, la proportion de cinéphiles réguliers (sorties au moins mensuelles) touche plus du tiers des individus ayant eu des parents cinéphiles ou simplement amateurs de salles obscures. Les individus dont les

générateurs n'aimaient pas le grand écran sont 40% à ne jamais y aller et moins de 20 % à s'y rendre au moins mensuellement.

## 4.2. MOTIVATIONS ET SOURCES D'INCITATION

### 4.2.1. La manière de choisir ses sorties culturelles

Tableau 34 : **Les sources d'influence dans l'orientation des sorties culturelles**

	comment choisissez-vous d'aller voir...		
	film au cinéma (1)	pièce de théâtre (2)	Musée (3)
en lisant les journaux, les magazines	30%	27%	29%
en cherchant sur Internet	8%	5%	8%
en regardant la télévision	7%	4%	3%
<i>influence des médias</i>	<i>44%</i>	<i>36%</i>	<i>40%</i>
en discutant avec des amis	23%	30%	21%
c'est généralement la personne que j'accompagne qui choisit	18%	16%	16%
<i>influence de l'entourage</i>	<i>42%</i>	<i>46%</i>	<i>37%</i>
je m'y rends par hasard	14%	18%	23%

Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Le choix des films, des pièces de théâtre ou encore des musées s'effectue tout autant via la sphère médiatique que la sphère relationnelle. En effet, dans 40 % des cas, les médias sont à l'origine de ces choix. La presse écrite reste alors la référence dominante dans l'orientation des sorties culturelles, très loin devant l'Internet et la télévision. Dans 42 % des cas, le choix des sorties est motivé par les personnes de l'entourage, qu'il s'agisse du cercle d'amis ou de la personne que l'on accompagne. Le rôle de l'entourage est particulièrement fort dans le cas des sorties au théâtre et dépasse alors l'influence médiatique. Il est intéressant de voir que pas loin d'un cinquième des individus se laisse porter par les choix de l'autre, de la personne que l'on accompagne lors des sorties culturelles. Ce pouvoir de conviction est bien plus important que celui des médias audiovisuels et de l'Internet. Cela montre que l'attrait de la sortie culturelle n'est pas seulement rattaché à un rapport singulier entre l'individu et l'art, mais à un souci d'expérience collective dans le cercle des connaissances rapprochées.

Enfin, dans un peu moins de 20 % cas, le choix des films, des pièces de théâtre ou des musées est le fruit du hasard. Il se fait ainsi aux portes des centres culturels pour une partie non négligeable de la population.

Des écarts peuvent exister en fonction des données sociodémographiques. L'origine des choix est généralement peu sexuée à l'exception des sorties au musée pour lesquelles les hommes arrêtent plus souvent leur choix par hasard ou suite à des recherches sur Internet, tandis que les femmes le font davantage suite à des discussions amicales, tout comme pour les sorties au théâtre. Concernant la pratique théâtrale, les hommes sont plus nombreux que les femmes à suivre le choix défini par la personne qu'ils accompagnent (21 contre 11 %). Si les femmes sont un peu plus nombreuses que les hommes à se rendre au théâtre (39 % contre 31 %), elles sont aussi plus souvent à l'origine de cette initiative (les sorties théâtrales s'effectuant majoritairement en couple ou en famille). Une même tendance a été remarquée dans le cas français, qui montre, à travers sa dernière étude, que les hommes accompagnent plus souvent leur femme au théâtre que l'inverse. La répartition de la population en classes d'âge montre que les adultes d'âge mûr (55-74 ans) ont des choix cinématographiques ou théâtraux plus fortement motivés par la presse que les autres. Ainsi 43 % d'entre eux signalent ce média comme la source de définition des sélections cinématographiques alors qu'il constitue la cause avancée par, au maximum, 35 % des autres catégories. Les 16-24 ans sont, quant à eux, très différents concernant leurs déterminants liés au cinéma. Près de la moitié de cette classe d'âge sélectionne ses sorties sur base d'échanges verbaux avec des amis, une discussion mentionnée par moins du quart des autres individus. Les jeunes adultes (16-34 ans) sont également plus enclins que les autres à utiliser Internet pour fixer leur programmation cinématographique (12-16 % contre 0-7 %).

L'analyse par nationalité montre que les Luxembourgeois utilisent davantage la presse dans la détermination de leurs choix cinématographiques, là où les Portugais sont plus enclins que les autres à laisser faire le hasard, et ce quelque soit la sortie culturelle considérée. Les autres ressortissants européens et les non européens sont les plus nombreux à recourir à Internet.

Le niveau de scolarité induit également certains écarts. Les personnes les moins formées (primaire ou moins) sont proportionnellement plus nombreuses que les autres à se rendre par hasard au cinéma, théâtre ou musée. Elles sont également deux à trois fois plus nombreuses que les autres à avoir des choix calqués sur ceux de la personne qui les accompagne lors de la visite. Inversement, les personnes disposant de la formation la plus élevée (postsecondaire) seront plus enclines que les autres à faire reposer leur programmation culturelle sur une information collectée dans la presse : 42 % d'entre elles passent les portes d'un musée ou visitent une exposition après avoir pris connaissance de contenus émis par ce média alors que 17 % de la population la moins formée utilise cette information pour orienter ses choix pour ce type de sorties.

Notons également que le positionnement sur l'échelle socioéconomique va impliquer des choix dont les fondements sont différents. Ainsi d'une manière générale, les membres des catégories rattachées aux professions moyennes et supérieures sont proportionnellement plus nombreux que les autres à ancrer leur choix sur la presse et les discussions avec des amis. Les classes ouvrières sont, quant elles, plus enclines à laisser faire le hasard ou à suivre la sélection faite par la personne accompagnée. Le niveau de vie va avoir également un impact sur certains choix. Plus les personnes peuvent prétendre à des ressources financières élevées et plus elles fixent leur choix suite à une lecture de la presse : 40 % des personnes ayant un niveau de vie très élevé font leur sélection cinématographique en lisant les journaux et magazines alors que 24 % des personnes au niveau de vie très faible choisissent leur programmation sur base de ce média.

#### 4.2.2. Les bénéfices retirés de l'expérience culturelle

Tableau 35 : **Les bénéfices retirés ou attendus des sorties culturelles**

<b>aller voir un spectacle ou un musée, est-ce avant tout l'occasion ou le plaisir...</b>	
de sortir en famille, entre amis, avec des connaissances	42%
de se divertir, se détendre, s'évader du quotidien	28%
d'élargir ses connaissances, compléter son information	25%
de changer sa manière de voir ou de sentir les choses	4%
autres raisons	1%

Source : *Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD*

Le plaisir procuré par les sorties culturelles, et évoqué par la majorité relative de la population, se rattache au sentiment de vivre une expérience partagée avec d'autres membres de la sphère sociale proche. En effet, 42 % des individus considèrent qu'aller voir un spectacle ou un musée est avant tout l'occasion de sortir en famille, entre amis ou autres connaissances. Le caractère divertissant des contenus ou l'apport en connaissance est signalé par le quart des individus. L'idée d'une expérience qui changerait sa manière de voir ou sentir les choses reste, quant à elle, très marginale.

La signification du spectacle en termes de plaisir procuré varie également en fonction de certaines caractéristiques sociodémographiques. Les CSP les plus basses, les personnes au niveau de vie le plus modeste, les individus les moins diplômés, les Portugais et les couples avec enfants signalent d'une manière plus massive que les autres l'importance des sorties culturelles comme une expérience de réjouissance collective inscrite dans le cadre de la famille ou de la sphère amicale. Ainsi, plus de la moitié des couples avec enfant(s) évoque ce plaisir partagé alors qu'au maximum 40 % des autres catégories de situation familiale

soulignent ce type de plaisir. Inversement, les CSP les plus hautes, les individus au niveau de vie le plus aisé, les personnes les mieux formées et les Luxembourgeois évoquent dans des proportions plus fortes que les autres classes l'importance du plaisir lié à un élargissement du savoir personnel mais aussi à la détente. Ainsi, 36 % des membres des professions intellectuelles et scientifiques évoquent cet accroissement du capital culturel, une réponse signalée par deux à trois fois moins d'actifs appartenant aux classes ouvrières (9-16 %).

### 4.3. L'IMPORTANCE ACCORDEE A LA CULTURE

Tableau 36 : **La place de la culture relativement à d'autres réalités**

	<b>Pour chacune des réalités suivantes, pouvez-vous me dire si, dans votre vie, cela est ....</b>				<b>important</b>	<b>pas important</b>
	très important	assez important	pas très important	pas important du tout		
famille	90%	7%	2%	1%	98%	2%
amis et relations	67%	27%	5%	1%	95%	5%
travail	59%	32%	5%	4%	91%	9%
loisirs	48%	43%	8%	1%	91%	9%
art et culture	18%	41%	33%	8%	59%	41%
politique	9%	29%	41%	21%	38%	62%
religion	12%	22%	31%	35%	34%	66%
spiritualité	8%	19%	29%	44%	26%	74%

Source : *Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD*

Près de 60 % de la population estime l'art et la culture comme quelque chose d'important dans leur vie. La culture arrive ici loin derrière d'autres priorités que sont la famille, les amis, le travail et les loisirs (considérés importants par plus de 90 % des personnes enquêtées), mais bien avant les préoccupations politiques, religieuses et spirituelles.

L'importance accordée à la culture croît bien évidemment avec le niveau de participation culturelle des personnes enquêtées.

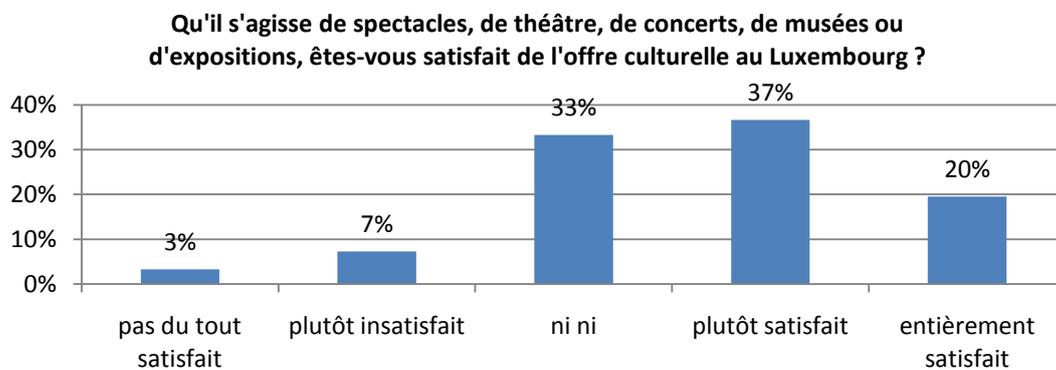
L'analyse sociodémographique montre que les femmes sont légèrement plus nombreuses que les hommes à penser que l'art et la culture revêtent un rôle très important dans leur vie (21 % contre 15 %). Inversement, la part de la population masculine affirmant qu'ils ne jouent pas un rôle très important est plus forte que celle liée au sexe opposé (38 % contre 30 %). Notons également que le rapport à la culture varie en fonction de l'âge. Les 55-64 ans sont les plus attachés à cette dimension de la vie sociale (69 % estiment l'art et la culture comme une réalité importante dans leur vie), tandis que les plus jeunes (16-24 ans) se montrent les plus détachés (49 % d'avis positifs). Au niveau des nationalités, on remarque que

les autres ressortissants européens sont les moins nombreux à penser que la culture n'est pas importante (34 %). Mais c'est surtout en termes de formation scolaire, de catégories socioprofessionnelles et de niveau de vie que les écarts sont importants dans l'importance accordée à l'art et à la culture. Les catégories socialement, culturellement et économiquement privilégiées demeurent les plus attachées à cette réalité sociale. Près de 80 %, par exemple, des diplômés du postsecondaire estiment que l'art et la culture jouent un rôle important dans leur vie, contre 45 % des individus de niveau scolaire primaire ou moins.

#### 4.4. APPRECIATION DE L'OFFRE CULTURELLE AU LUXEMBOURG

##### 4.4.1. Satisfaction

Graphique 31 : **Appréciation de l'offre culturelle du Luxembourg**



Source : *Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD*

Si l'offre culturelle s'adresse, en principe, à tous les publics, elle n'est pas nécessairement ressentie comme telle. Certains segments de la population peuvent se trouver frustrés par la programmation définie au sein de leur espace de vie. Cependant, on constate que la majorité des résidents est en partie ou totalement satisfaite par les contenus culturels mis à sa disposition et seulement 10 % des individus signalent un sentiment d'insatisfaction plus ou moins prononcé.

Des éléments sociodémographiques permettent de distinguer certains comportements. Les 25-34 ans se déclarent davantage plus insatisfaits que la moyenne à l'opposé des 35-44 ans et des 65-74 ans. Globalement, ce sont les 45-54 ans qui se montrent les plus satisfaits de l'offre culturelle nationale. La répartition de la population par nationalité montre que le taux de satisfaction chez les Portugais est d'environ 15 points inférieur à celui des Luxembourgeois et des autres ressortissants de l'Union européenne (44 % contre 59 %) et qu'ils se situent

d'avantage que la moyenne (33 %) dans la catégorie des ni satisfaits ni insatisfaits (47%). Par ailleurs, le degré de satisfaction tend à augmenter avec le niveau de scolarité, le positionnement sur l'échelle socioéconomique et le niveau de vie. Notons, par exemple, que près des trois quarts des individus les plus aisés sont satisfaits par la panoplie culturelle proposée au Grand-Duché, un sentiment partagé par la moitié des personnes pouvant prétendre aux ressources budgétaires les plus modestes.

#### 4.4.2. Les conditions d'une participation plus élevée

Tableau 37 : **Les conditions d'une participation plus élevée**

<b>Concernant l'offre culturelle au Luxembourg, qu'est-ce qui au final vous inciterait à sortir plus souvent ?</b>	
rien de particulier	41%
des prix plus abordables	12%
une meilleure information, communication sur l'offre	12%
un accès plus facile	11%
une offre plus diversifiée	6%
une offre de proximité	6%
plus de manifestations ou d'événements culturels	4%
des plages horaires d'ouverture plus importante	4%
une offre de meilleure qualité	3%
plus d'équipements culturels	1%
total	100%

Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

La participation culturelle peut être incitée via une tarification attrayante, une politique marketing et événementielle appropriée ou encore une nouvelle programmation temporelle ou spatiale. Mais n'oublions pas que les comportements culturels évoluent peu. La détermination des choix par les différents groupes sociaux se construit sur le temps long et bien des habitudes culturelles se décident déjà au moment de l'enfance, comme nous avons pu le constater antérieurement. C'est pourquoi l'offre culturelle, elle-même, n'est pas nécessairement déterminante sur les comportements et force est de constater ici qu'une bonne partie de la population (41 %) n'attend rien de particulier de celle-ci. Une meilleure politique tarifaire, informationnelle et relative à l'accessibilité physique des lieux reste cependant susceptible de faire changer l'attitude de 35 % de la population (en considérant conjointement ces trois conditions). L'amélioration de la programmation culturelle (offre plus importante, plus diversifiée, de meilleure qualité) aurait, quant à elle, un impact plus limité, en répondant prioritairement aux exigences de la population pour 13 %. Notons encore que

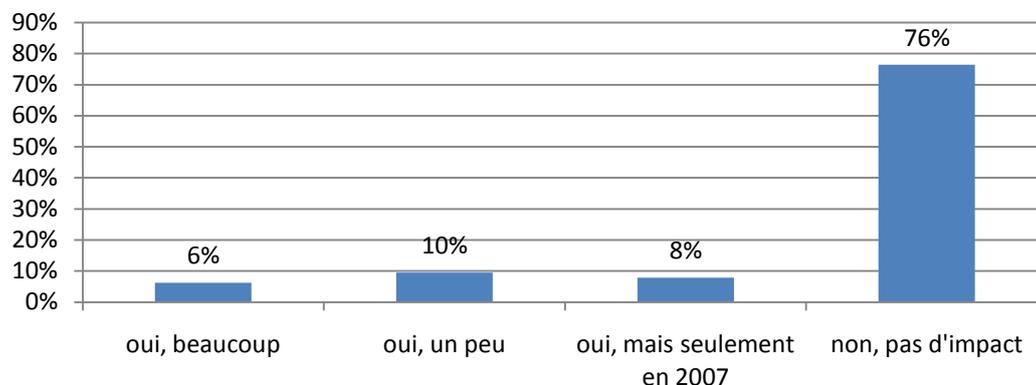
seulement 1 % des résidents signale être prêt à sortir plus souvent en cas de présence de nouveaux équipements culturels.

Les éléments sociodémographiques induisant des comportements différents sont peu nombreux. On remarque surtout que l'indifférence à toute politique incitative s'accroît avec l'avancée en âge. Ainsi, les deux tiers des 75 ans ou plus n'attendent rien de particulier de l'offre culturelle, et ne sont donc pas prêts à changer leur attitude quelles que soient les stratégies construites par les offreurs de contenus, alors que les trois quarts des 16-24 ans (tout comme des élèves et des étudiants) seraient prêts à intensifier leur pratique si des évolutions étaient proposées et ce, notamment, en termes de tarification, première raison de changement invoquée par cette classe d'âge (par 18 % d'entre eux), puis en termes de facilité d'accès (15 %). Parallèlement à cela, la répartition de la population par nationalité révèle que les ressortissants européens (hors Luxembourgeois et Portugais) sont aux deux tiers disposés à intensifier leur pratique, un comportement rencontré chez 55-59 % des membres des autres groupes nationaux.

Au niveau des CSP, ce sont les professions intellectuelles et scientifiques et dans une moindre mesure les professions intermédiaires qui expriment le plus d'attentes par rapport à l'offre culturelle (67 et 63 % contre 47 % des milieux ouvriers qualifiés, artisans et agriculteurs). L'élite socioéconomique (dirigeants et professions intellectuelles et scientifiques) se distingue alors des autres CSP par une attente plus prononcée en faveur d'une diversification de l'offre culturelle (11-12 % contre 2-6 % des autres catégories socioprofessionnelles). Les étudiants et les personnels de service seraient prêts, de leur côté, à sortir plus souvent si la tarification était plus abordable. Respectivement 20 et 25 % d'entre eux déclarent qu'ils envisageraient intensifier leur usage si des prix moins élevés étaient pratiqués, soit presque deux fois plus que les catégories suivantes les plus motivées par des billets plus attractifs (les ouvriers). Enfin, notons que les individus ayant le niveau de vie le plus élevé se différencient des autres par leur plus grande disposition à sortir plus souvent (pour plus des deux tiers d'entre eux). L'élément le plus déterminant d'un changement pour cette classe serait l'existence d'une meilleure information sur l'offre programmée (17 % des personnes) suivie d'une offre de meilleure qualité (9 %).

#### 4.4.3. Impact de l'Année culturelle 2007

Graphique 32 : L'impact de l'événement "Luxembourg et Grande région, capitale européenne de la culture 2007" sur les sorties culturelles



Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Dans l'ensemble, l'Année culturelle semble avoir eu un impact très restreint sur les sorties culturelles des résidents luxembourgeois. Les trois-quarts d'entre eux estiment que cet événement n'a pas eu d'effet sur leurs sorties, pour près de 20 % qui jugent l'effet faible ou limité à 2007 et seulement 6 % qui considèrent que l'année culturelle a beaucoup modifié leur comportement en termes de sorties culturelles.

La répartition sociodémographique de la population montre que les personnes les plus jeunes (16-24 ans) ont été les plus positivement influencées par la série d'événements « Luxembourg et Grande Région, Capitale Européenne de la Culture 2007 ». Un tiers d'entre elles estime avoir profité de cette dynamique culturelle. Par ailleurs, les Portugais ont été moins touchés par cet événement que les autres nationalités : 17 % d'entre eux déclarent un changement de comportement suite à cela contre le quart des membres des autres groupes nationaux. Parallèlement, le tiers des élites du savoir scolaire (postsecondaire), du monde économique (dirigeants et professions intellectuelles et scientifiques) et de celle détenant les richesses (les personnes au niveau de vie le plus élevé) signalent que cet événement européen a conduit à une intensification de leur pratique. Les proportions d'individus influencés dans les autres catégories scolaires, socioprofessionnelles ou de niveau de vie, sont généralement beaucoup plus faibles.

#### 4.5. L'INCIDENCE DE LA CRISE ECONOMIQUE

Graphique 33 : **L'incidence de la crise économique sur les consommations culturelles**

**La crise économique actuelle vous a-t-elle amené(e) à réduire vos dépenses en biens et sorties culturelles ?**



Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Si l'année culturelle 2007 a pu avoir un effet bénéfique sur la participation culturelle, celle-ci pourrait, entre temps, avoir subi les conséquences négatives de la crise économique. Les résultats de l'enquête montrent que cela n'est que partiellement vrai dans le cas du Luxembourg. En effet, les trois quarts des individus n'ont pas réduit leur « train de vie culturel » suite à la crise économique et seulement 8 % de la population a dû revoir drastiquement son budget « culture » à la baisse. Les proportions varient en fonction des critères socioéconomiques des individus. Il apparaît, tout d'abord, que les personnes âgées et les retraités sont proportionnellement moins affectés que les autres dans ce domaine. La part des plus de 64 ans ayant abaissé leurs dépenses culturelles est de deux à quatre fois inférieure à celle des autres classes d'âge. A l'inverse, les jeunes adultes de 25-34 ans apparaissent tout particulièrement touchés par cette crise économique. En ce qui concerne les nationalités, les

Portugais et les extracommunautaires sont bien plus nombreux que les Luxembourgeois à avoir rogné sur leurs dépenses culturelles pour cause de crise économique. Le phénomène touche 41 % des Portugais et 44 % des ressortissants non-communautaires contre 16 % des Luxembourgeois. Par ailleurs, au moins le quart des membres des CSP les moins qualifiées (ouvriers et personnels des services) ont revu à la baisse leurs frais de type culturel alors que dans le même temps 14 % des professions intellectuelles et scientifiques et 17 % des professions intermédiaires ont eu un comportement identique. Enfin, comme on pouvait s'y attendre, l'incidence de la crise économique sur les consommations culturelles se fait ressentir d'autant plus fortement que le niveau de vie est faible. Les individus ayant le niveau de vie le plus faible sont ainsi quatre fois plus nombreux à avoir réduit leurs dépenses culturelles que ceux ayant le niveau de vie le plus élevé (44 % contre 10 %).

## CHAPITRE 4. LES PRATIQUES EN AMATEUR : ACTIVITES

### ARTISTIQUES ET NOUVELLES PRATIQUES NUMERIQUES

#### 1. APERÇU GENERAL DE LA PRATIQUE EN AMATEUR

##### 1.1. EVOLUTION PAR RAPPORT A 1999

Tableau 38 : **La pratique en amateur : évolution sur la période 1999-2009**

	<b>1999</b>	<b>2009</b>	<b>évolution</b>
musique	11%	13%	+2
chant	5%	5%	0
écriture	5%	9%	+4
peinture, sculpture, gravure	10%	16%	+7
dessin	10%	22%	+13
poterie, céramique, reliure...	4%	6%	+2
théâtre	3%	4%	+1
danse	6%	21%	+14
photo	25%	68%	+43
vidéo	14%	26%	+13
a une pratique en amateur	44%	79%	+34

Source : Enquêtes Culture 2009 et PSELL-2/1999, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

En 1999, les pratiques artistiques en amateur apparaissaient relativement faibles au Luxembourg, bien moins répandues que dans un pays comme la France, tout comme elles se situaient, en 2001, en deçà de la moyenne européenne<sup>40</sup>. Force est de constater à ce sujet une augmentation non négligeable des « artistes » amateurs au Grand-Duché. La part de la population développant une activité liée à un domaine artistique a presque doublé en dix ans et une bonne partie de cette évolution tient à l'essor considérable qu'a connu la photographie au cours de cette période. La musique, le chant, le théâtre et la poterie / céramique connaissent un attrait stable sur la durée, tandis que la photographie, surtout, mais aussi la vidéo, la danse, et le dessin et, dans une moindre mesure, la peinture et l'écriture sont pratiqués par une part croissante d'individus. Les photographes amateurs sont les adeptes de loisirs culturels les plus nombreux et leur proportion s'est fortement accrue en dix ans. Cette pratique en amateur se distingue nettement des autres en 2009 avec 68 % de pratiquants. La démocratisation des appareils numériques, leur simplification d'usage et le coût faible des photos digitales, comparé aux photos argentiques imprimées, sont des raisons qui peuvent

<sup>40</sup> Eurobaromètre spécial 158 / Vague 56.0 – TNS Opinion & Social – 2001 – La participation des européens aux activités culturelles. [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/ebs/ebs\\_158\\_complet\\_fr.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_158_complet_fr.pdf).

être avancées pour expliquer l'essor considérable de cette section des arts médiatiques. La vidéo arrive en deuxième position en termes d'attrait (26 % en 2009) suivie par la danse et des pratiques associées dans l'inconscient collectif aux beaux-arts (dessins, peinture, sculpture, gravure).

## 1.2. PRATIQUES ARTISTIQUES, SPORTIVES, COURS ET STAGES

### 1.2.1. Pratiques artistiques et pratiques sportives

Tableau 39 : **Pratiques artistiques et pratiques sportives**

	<b>pratique sportive</b>	<b>pratique artistique en amateur</b>	<b>Dont</b> photographies et films vidéo exclus*
aucune	42%	22%	41%
occasionnelle	13%	37%	31%
régulière	45%	41%	28%
total	100%	100%	100%

\* prendre des photos et filmer au caméscope exclus, par contre le développement de photo et le montage de films vidéo conservés, du fait qu'ils ne représentent pas le même investissement

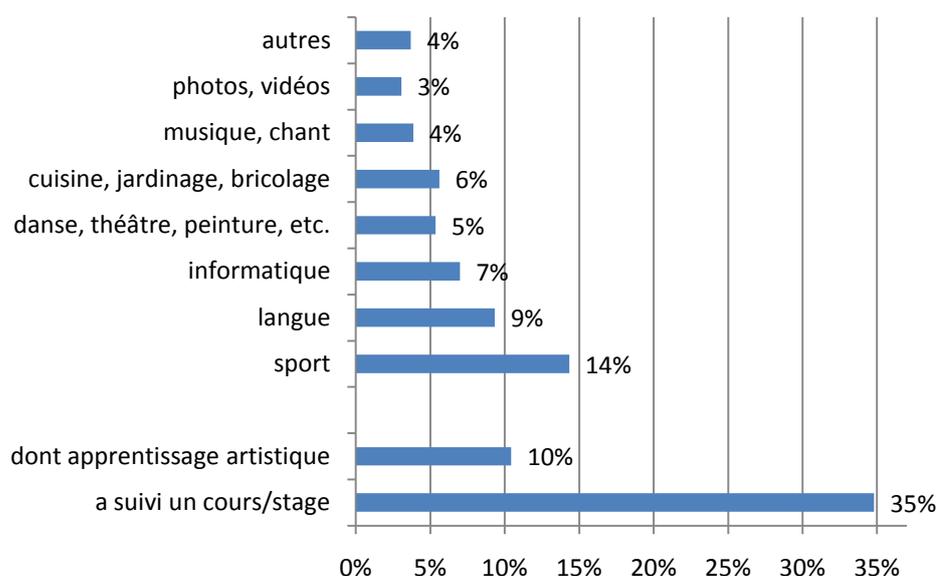
Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Les pratiques artistiques en amateur connaissent un succès grandissant auprès des résidents luxembourgeois. Peut-on, pour autant, considérer que les loisirs créatifs touchant au monde de l'art occupent une place importante dans la vie des individus ? Le meilleur moyen de se faire une idée sur la question est de comparer cette pratique à d'autres. L'activité sportive, loisir relativement commun et occupant une part non négligeable du temps libre des individus, est une comparaison intéressante. On remarquera alors, que toutes pratiques artistiques confondues, celles-ci sont plus répandues que les activités sportives, pour s'adresser à près des quatre cinquièmes de la population (contre 58% pour le sport). Elles occupent en revanche une part régulière du temps de loisir équivalente à celle consacrée au sport. Une nuance s'impose toutefois ici. Dans le cas du sport, la pratique régulière a été construite à posteriori dans nos analyses, en considérant comme régulières les pratiques s'effectuant à un rythme au moins hebdomadaire. A l'inverse, les activités artistiques régulières reflètent l'évaluation faite par la personne enquêtée elle-même et peuvent correspondre à des échelles de fréquence très différentes d'une personne à une autre (une pratique mensuelle voire encore plus espacée dans le temps peut très bien être pensée comme régulière par certains).

Les pratiques artistiques considérées ici ont été prises au sens large, en incluant le fait de prendre des photos et ou de filmer au caméscope, activités dont la démarche artistique est peut-être moins évidente. Si on exclut ces deux loisirs, les pratiques artistiques continuent toutefois à se maintenir à un niveau élevé, en s'adressant à un public aussi large que celui du sport. L'investissement régulier dans ces activités touche, en revanche, une part moins importante d'individus (28% contre 45% pour le sport).

### 1.2.2. Cours et stages suivis

Graphique 34 : **Cours ou stages suivis en dehors du travail au cours des 12 derniers mois**



Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Une autre manière de situer les activités artistiques en amateur est d'observer la place qu'elles occupent dans les apprentissages. Notons, avant cela, que plus d'un tiers de la population luxembourgeoise a suivi des cours ou des stages en dehors du travail au cours des douze derniers mois.

En considérant conjointement musique et chant, théâtre, danse, et peinture, photo et vidéo, le champ des activités « artistiques » ou « semi-artistiques » pour la photo/vidéo (et tel qu'on l'entend usuellement dans le domaine des pratiques artistiques en amateur, car on pourrait tout aussi bien considérer la cuisine comme relevant du domaine de l'art) a été l'objet d'un apprentissage pour 12% de la population, une proportion somme toute non négligeable, et à peine inférieure à celle dévolue au sport.

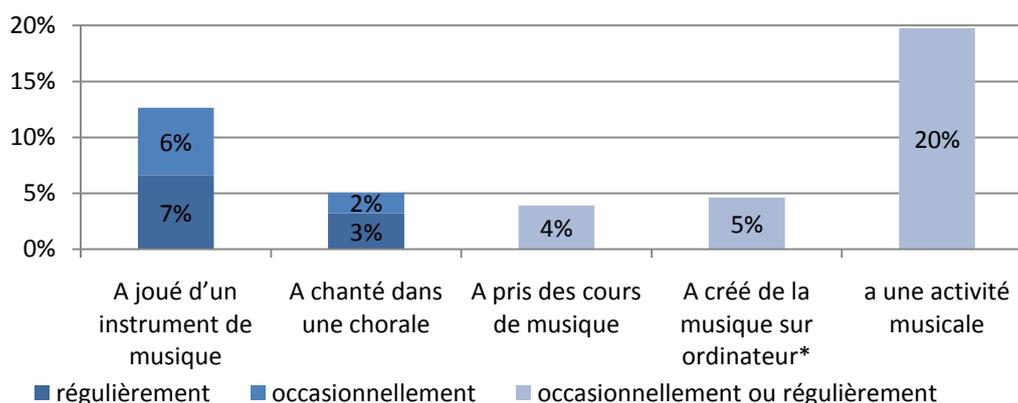
En considérant les activités dans leur détail, on remarque que le sport se distingue des autres pratiques. Il s'agit de l'activité ludique donnant lieu à un encadrement formatif maximal au sein de la population avec 14 % d'individus concernés. On retrouve ensuite deux thèmes

dont la pratique implique généralement des connaissances de base plus facilement acquises via un transfert d'information formateur-apprenant qu'à travers un apprentissage autodidactique : langue et informatique.

## 2. LA MUSIQUE ET LE CHANT

### 2.1. LA PRATIQUE MUSICALE

Graphique 35 : **Pratiques musicales en amateur au cours des douze derniers mois**



Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Une pratique musicale peut être vocale, instrumentale ou les deux à la fois. L'ordinateur a, de son côté, ouvert de nouvelles possibilités de création d'œuvres musicales via des logiciels spécifiques très performants. La pratique musicale peut, par ailleurs, se faire seul, entre amis, au sein d'un collectif ou encore sous forme de cours pour celui qui souhaite disposer des bases ou parfaire une technique. Au final, un cinquième de la population a eu l'occasion de s'adonner à une activité musicale au cours de l'année écoulée, quelles que soient ses formes d'expression et modalités de pratiques. La pratique liée à un instrument demeure l'activité la plus répandue (13 % de personnes concernées) et compte autant de musiciens réguliers qu'occasionnels. Notons également que l'activité de création assistée par ordinateur touche un public aussi large que celui engagé dans un apprentissage musical ou s'adonnant au chant choral.

La répartition sociodémographique de la population montre que les hommes sont plus nombreux que les femmes à avoir une pratique musicale en 2009 (23 % contre 16 %). Ces écarts s'expliquent par un rapport différent à l'instrument et à l'ordinateur, ces derniers séduisant davantage les hommes que les femmes (16 % contre 11 % pour la pratique d'un instrument, et 7 % contre 2 % pour la création musicale numérique).

Parallèlement à cela, plus les personnes sont jeunes et plus elles seront nombreuses à consacrer du temps à la musique (jouer d'un instrument et créer de la musique sur ordinateur). Ainsi, près d'un tiers des 16-24 ans ou encore des élèves ou étudiants ont ce genre d'activité, ce qui n'est le cas que pour moins d'une personne sur dix parmi les retraités et les personnes au foyer. Seule l'activité chorale est transversale et touche d'une manière à peu près identique toutes les classes d'âges alors que les autres activités sont plus souvent pratiquées par les jeunes. Le critère de la nationalité n'est pas discriminant. Luxembourgeois, Portugais et autres résidents, européens ou non, sont intéressés dans des proportions équivalentes par la musique. Le niveau scolaire a un impact variable sur la propension des individus à s'investir dans ce type de loisir, qui tient au fait que la variable éducation inclut ici les individus en cours de scolarité (le niveau de formation attribué est donc celui atteint pour le moment). Or, les étudiants et les élèves fournissent un contingent important d'individus de niveau scolaire secondaire inférieur tout comme ils forment le plus grand réservoir des musiciens amateurs. Lorsque l'on retire cette catégorie d'individus toujours en cours de scolarité, seuls les niveaux primaire et postsecondaire demeurent discriminants concernant la pratique musicale. La création musicale par ordinateur continue par contre à attirer un peu plus fortement les individus de niveau secondaire inférieur. L'analyse des pratiques par CSP montre que les professions intellectuelles et scientifiques et intermédiaires sont significativement plus impliquées que les autres catégories socioprofessionnelles dans la pratique d'un instrument (19-18%), et pour les premières dans le chant choral (9%) et l'apprentissage par cours (10%). A l'inverse, les ouvriers non qualifiés apparaissent exclus de l'ensemble de ces activités musicales. Enfin, la pratique musicale reste également davantage l'apanage des milieux plus aisés financièrement. Ainsi, la part des individus ayant un niveau de vie très élevé et pratiquant cet art est la plus importante (27 %).

## 2.2. LA MANIÈRE DE PRATIQUER

Tableau 40 : **La manière de pratiquer : pratiques collectives et apprentissage musical**

% ligne	taux de pratique		pourcentage à avoir pris des cours de musique, chant
	collective	individuelle	
a pratiqué au cours des 12 derniers mois...			
<b>instrument de musique*</b>	<b>40%</b>	<b>60%</b>	<b>23%</b>
régulièrement	56%	44%	34%
occasionnellement	25%	75%	12%
<b>Chant**</b>	<b>79%</b>	<b>21%</b>	<b>17%</b>
régulièrement	97%	3%	22%
occasionnellement	48%	52%	8%

Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

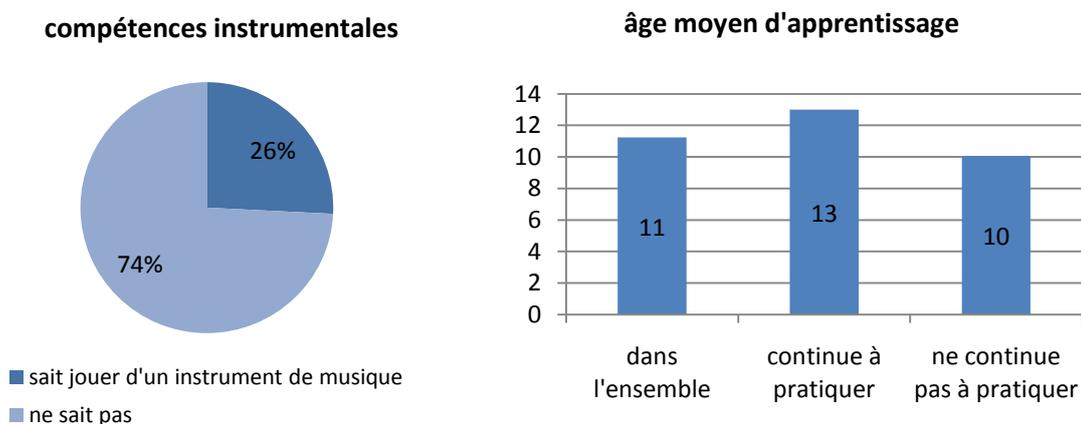
\* Champ : Ensemble des résidents qui, au cours des 12 derniers mois, ont joué d'un instrument de musique

\*\* Champ : Ensemble des résidents qui, au cours des 12 derniers mois, ont chanté dans une chorale

La musique instrumentale et l'art vocal peuvent se pratiquer seul ou à plusieurs. Le chant se prête moins à une pratique individuelle que l'art instrumental (21 contre 60 %). Cependant des différences plus ou moins fortes peuvent exister en fonction de la régularité des usages. Plus on pratique un loisir musical intensément et plus on est enclin à apporter sa pierre à un édifice polyphonique. Ainsi, la majorité des instrumentistes jouant régulièrement sont des adeptes de la communion concertante (56 %) et la quasi-totalité des résidents mettant à contribution leur puissance vocale avec régularité inscrivent leur voix dans une expression collective. Parallèlement à cela, notons que la maîtrise et le perfectionnement du jeu instrumental donne plus souvent lieu à une formation que la gestion optimale des capacités vocales. Ainsi, près du quart des résidents chantant régulièrement prennent des cours pour améliorer leur potentialité alors que le tiers des instrumentistes jouant avec régularité font appel à des formateurs afin d'exercer leur art avec plus d'aisance.

## 2.3. SAVOIR-FAIRE MUSICAL

Graphiques 36 : **Savoir faire musical**



Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Champ : Les individus sachant jouer d'un instrument de musique

Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Bien des individus, qu'ils pratiquent aujourd'hui ou non, ont eu l'occasion au cours de leur vie d'apprendre à jouer d'un instrument de musique. L'enfance apparaît, à cet égard, comme un moment clé pour absorber les savoirs liés aux arts musicaux, avec un rôle non négligeable joué par l'école en la matière, comme l'attestait l'enquête réalisée sur les jeunes de 6-19 ans<sup>41</sup>. Si 14% de la population exerce actuellement un instrument de musique, un quart d'entre elle dispose de compétences en la matière. L'âge moyen de l'apprentissage se situe bien au moment de la préadolescence, comme on pouvait le penser, avec une moyenne s'établissant autour de 11 ans. On remarque, par ailleurs, que plus cet apprentissage a été précoce et plus la pratique a tendance à être abandonnée. Ainsi, les instrumentistes actuels ont été formés vers l'âge de 13 ans, soit trois ans plus tard que ceux qui ont abandonné depuis la pratique (10 ans).

La détention d'un savoir-faire instrumental suit globalement les mêmes caractéristiques sociodémographiques que celles observées chez les instrumentistes amateurs actuels. Ce savoir touche ainsi un peu plus les hommes que les femmes (29 % contre 23 %), les jeunes que les vieux (avec près de 40% des moins de 25 ans et des étudiants / élèves déclarant de telles compétences pour 20% des 55 ans ou plus). Il concerne moins souvent les Portugais (17%) que les autres nationalités. Ce sont encore les individus dotés d'un niveau

<sup>41</sup> Bardes J. et Lorentz N. (2008) « Les pratiques sportives et artistiques des jeunes de 6 à 19ans », *Population et Emploi* n°36, Differdange : CEPS/INSTEAD

postsecondaire (opposé à ceux doté d'un niveau primaire ou moins), les professions intellectuelles et libérales et les inactifs (par opposition aux personnels vendeurs et ouvriers qualifiés ou non) mais aussi les indépendants (par opposition aux personnes au foyer) qui sont les plus nombreux à savoir jouer d'un instrument de musique. Parallèlement à cela, ce savoir-faire se renforce à mesure que le niveau de vie s'élève. Ainsi, le taux d'individus maîtrisant un instrument est de 17 % pour ceux ayant un niveau de vie très faible et de 39 % pour ceux étant les plus aisés en passant par 27 % pour le groupe des personnes ayant un niveau de vie intermédiaire.

### 3. LA PHOTOGRAPHIE ET LA VIDEO

#### 3.1. PRATIQUE ET EQUIPEMENT : EVOLUTION PAR RAPPORT A 1999

Tableau 41 : **Evolution de l'équipement et de la pratique en amateur dans le domaine de la photo et de la vidéo**

	1999	2009	évolution
<b>photographie</b>			
<b>a une activité photos</b>	<b>25%</b>	<b>68%</b>	<b>+43</b>
régulière	8%	29%	+21
occasionnelle	17%	39%	+22
faire des photos	25%	67%	
développer, retoucher des photos		25%	
<b>équipement</b>			
possède un appareil photo	79%	-	
possède un appareil photo numérique	-	84%	
<b>vidéo</b>			
<b>a une activité vidéo</b>	<b>13%</b>	<b>26%</b>	<b>+13</b>
régulière	3%	7%	+4
occasionnelle	10%	19%	+9
filmer au caméscope	13%	26%	
monter des films vidéo	-	10%	
<b>équipement</b>			
possède un caméscope	32%	-	
possède une caméra ou un caméscope numérique	-	42%	

Source : Enquêtes Culture 2009 et PSELL-2/1999, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Comme signalé précédemment, la photographie est le loisir rattaché aux activités artistiques ou semi-artistiques qui a connu l'engouement le plus spectaculaire au cours de la décennie 2000. L'arrivée massive des appareils photos numériques constitue vraisemblablement la raison clé de cette évolution. Ces derniers ont, en effet, profondément

modifié le rapport à la photographie, que ce soit en termes de coûts d'usage, bien inférieurs à ceux de l'argentique (achat de pellicule, développement des photos), d'immédiateté du résultat de la prise de vue ou encore de possibilités ultérieures offertes au photographe amateur, eu égard aux facilités ouvertes par le numérique pour retravailler ses photos, les imprimer soi-même, les partager avec d'autres (envoi par mail, création d'albums photos sur le Net...). Ces quelques éléments suffisent à comprendre la montée spectaculaire du nombre de photographes amateurs observés sur la période 1999-2009. Notons, à ce propos, que ce n'est pas tant l'élévation des taux d'équipement que la diffusion des appareils numériques qui a marqué cette période. En 2009, 84 % de la population disposent d'un appareil numérique alors que l'explosion du marché ne date que de dix années environ. Entre les deux enquêtes, le nombre de photographes amateurs réguliers a presque quadruplé au Luxembourg (passage de 8 à 29 % de pratiquants) tandis que les usagers occasionnels ont plus que doublé (passage de 17 à 39 %). Comme on pouvait s'y attendre, c'est avant tout la prise de photo qui est devenue une pratique majoritaire. Les appareils numériques permettent de prendre un nombre exponentiels de photos sans que le visionnage n'engendre des coûts d'impression, d'où la propension croissante d'usagers à immortaliser lieux, personnes et moments avec régularité. Le fait de développer ou de retravailler ses photos ne concerne, quant à lui, qu'un quart de la population enquêtée. Cependant, on peut estimer que cette proportion a également crû sur la durée, puisqu'elle équivaut à celle des photographes amateurs rencontrée dans l'enquête de 1999 et dont on peut supposer qu'une infime partie seulement s'adonne à ces loisirs photographiques plus poussés. Cela est d'autant plus vrai que le développement de photos argentiques exige non seulement un niveau d'expertise élevé, mais également une salle obscure de reproduction et un ensemble de matériels onéreux, là où l'arrivée du numérique assorti d'équipements connexes de plus en plus performants (ordinateurs, imprimantes, logiciels photos) facilite l'impression sur papier et les possibilités de retravailler ses photos sur l'ordinateur. A cela, on rétorquera, peut-être, qu'il ne s'agit pas là d'une même démarche ou expérience artistique.

L'activité vidéo a également connu un sursaut d'intérêt que l'on peut lier à l'arrivée en force de la technologie numérique sur le marché. Cependant, cette évolution à la hausse n'est pas aussi spectaculaire que celle observée pour la photo. Si la proportion de cinéastes amateurs a été multipliée par deux au cours des années 2000 (passage de 13 à 26 % de la population concernée), cette pratique demeure plus souvent occasionnelle que régulière et ne s'ensuit d'un jeu de montage que dans 34% des cas.

L'écart de pratiques entre la photo et la vidéo doit être considéré à la lueur des taux d'équipements des résidents. De fait, les résidents équipés d'un caméscope numérique sont

deux fois moins nombreux que ceux possédant un appareil photo digital (42 % contre 84 %). Toutefois, l'arrivée du numérique semble avoir davantage profité à l'équipement vidéo des ménages qu'à celui de la photo, les appareils argentiques étant déjà bien présents en 1999 dans les foyers des résidents, là où les caméscopes se faisaient plus rares (32% de ménages équipés, 42% en 2009).

### 3.2. LES PUBLICS CONCERNÉS

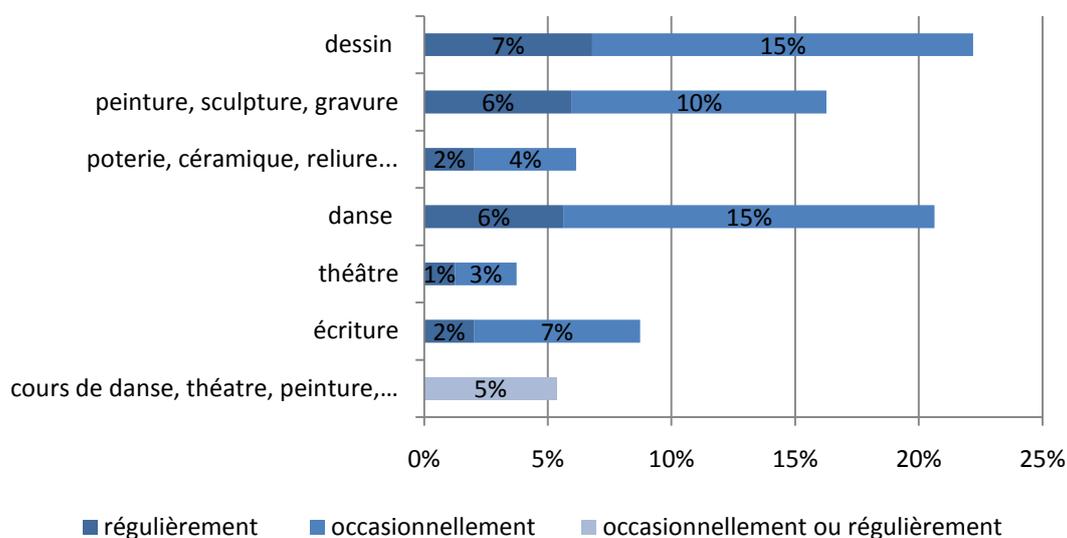
Les pratiques de la vidéo et de la photo sont très variables en fonction des caractéristiques sociodémographiques de la population, même si les écarts ont souvent tendance à diminuer entre 1999 et 2009. De fait, les hommes sont généralement plus nombreux que les femmes à avoir ce genre de pratique. Par ailleurs, plus les usages sont complexes pour chaque équipement et plus les écarts sont importants selon le genre. Ainsi, à la fin des années 2000, les développeurs ou « retoucheurs » de photos sont une fois et demie plus nombreux que leurs homologues féminins (30 % contre 21 %) et la part des monteurs de films est trois fois supérieure chez les hommes que chez les femmes (15 % contre 5 %).

Parallèlement à cela, les jeunes générations sont les plus fortement mobilisées par les loisirs audiovisuels qui demandent la technicité la plus élevée, ces pratiques se réduisant très nettement avec l'avancée en âge. A titre d'exemple, 35 à 38% des 16-34 ans développent ou retouchent leurs photos en 2009, contre 15% au maximum des personnes de plus de 54 ans.

Par ailleurs, l'investissement dans la pratique de la photo a considérablement augmenté dans toutes les tranches de niveau de vie entre les deux années d'enquête tandis que l'on observe un phénomène de rattrapage pour la vidéo parmi les catégories de niveau de vie faible et médian. Cet investissement dans les loisirs photo-vidéo reste proportionnel au niveau d'éducation acquis, alors que les différences observées en 1999 selon le niveau de vie ont quasiment disparu dix ans plus tard. En 2009, la part des photographes ou cinéastes amateurs passe quasi du simple au double selon que l'on se situe en bas ou en haut de l'échelle des diplômes, de même que lorsque l'on considère les usages plus complexes de ces équipements. Enfin, au niveau des CSP, la catégorie des ouvriers non qualifiés tend à se distinguer par un moindre investissement dans la photo (54%), à l'opposé des professions intermédiaires (80%). La vidéo touche, quant à elle, un peu plus les classes moyennes.

## 4. AUTRES ACTIVITES ARTISTIQUES

Graphique 37 : **Autres pratiques artistiques amateurs**



Source : *Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD*

Après la photographie et la vidéo, ce sont le dessin et la danse qui mobilisent le plus de praticiens amateurs (22 et 21%), domaines qui ont également connu une forte croissance de leur public sur la période 1999-2009 (+12/15 points). Ces activités s'effectuent le plus souvent de manière occasionnelle et comptent finalement autant d'amateurs réguliers que pour la pratique instrumentale.

Suivent ensuite d'autres activités rattachées aux beaux-arts (peinture, sculpture et gravure) qui vont concerner au total 16 % de résidents, mais autant d'amateurs réguliers que pour les genres de loisirs cités précédemment, soit 6-7 %. L'écriture de nouvelles, de romans ou de poèmes intéresse de son côté 9 % de la population et correspond le plus souvent à un loisir occasionnel. Viennent ensuite la poterie, la céramique, la reliure puis le théâtre qui s'adresse ici à un public très confidentiel (4% d'acteurs amateurs).

Les formations relatives à l'ensemble de ces arts (danse, théâtre, peinture...) concernent 6 % de la population résidant au Luxembourg, soit une part plus importante que celle engagée dans des cours de musique ou de photos-vidéos. Elles sont plus courantes chez les femmes et les jeunes de moins de 25 ans.

Entre les deux années d'enquêtes, l'écriture, la peinture, le dessin et la danse ont connu un fort développement, particulièrement parmi les 25-34 ans et les 55-64 ans, les Luxembourgeois, les personnes vivant seul, les couples sans enfant et les familles monoparentales, les individus diplômés du secondaire inférieur ou supérieur, le personnel des services, les inactifs, les salariés et les retraités. Seul, le théâtre a gardé une proportion d'amateurs stable sur la période.

Le profil sociodémographique des artistes amateurs tend globalement à être le même pour chacune de ces activités artistiques considérées. Si on le compare à 1999, on remarquera une légère évolution structurelle en 10 ans : les femmes, les retraités et les inactifs étant plus souvent engagés dans des pratiques amateurs. Ainsi les femmes, qui se montraient, dans le cas des loisirs audiovisuels et musicaux, plus en retrait que les hommes, apparaissent ici un peu plus impliquées, notamment pour tout ce qui a trait aux arts plastiques (32% d'amatrices, 24% d'amateurs). Ces pratiques artistiques suivent, en revanche, le même profil générationnel que précédemment, pour s'adresser avant tout aux plus jeunes adultes mais avec un rattrapage des 55-64 ans pour le théâtre, la danse. Plus de moitié des 16-24 ans et des élèves ou étudiants pratique un art plastique, contre 17-18% des individus âgés entre 55 et 74 ans (4 % chez les 75 ans ou plus). La répartition de la population par nationalité n'induit pas de réelle fragmentation d'usage. En revanche, la scolarité influe sur des pratiques telles que les arts plastiques, qui croissent à mesure que le niveau d'éducation s'élève, tout au moins lorsque l'on considère uniquement les individus ayant terminé leur scolarité. Les moins diplômés (primaire et moins) se distinguent généralement des autres par un moindre investissement pour l'ensemble de ces activités artistiques. La répartition par CSP montre, encore une fois, l'éloignement des classes ouvrières par rapport à ce type d'activités avec, le plus souvent, deux fois moins de représentants que les autres catégories socioprofessionnelles, situation identique à celle de 1999.

## 5. LIENS ENTRE LES PRATIQUES AMATEURS TRADITIONNELLES ET LES NOUVELLES PRATIQUES NUMERIQUES

Tableau 42 : **Lien entre pratiques amateurs traditionnelles et nouvelles activités numériques**

<b>écriture de poèmes, nouvelles, roman</b>	<b>création, mise à jour d'un blog</b>	
	pratiquent	ne pratiquent pas
Ecrivent des poèmes	14%	5%
<b>arts plastiques</b>	<b>création graphique sur ordinateur</b>	
	pratiquent	ne pratiquent pas
Ont une activité art plastique	31%	7%
<b>instrument de musique</b>	<b>création musicale sur ordinateur</b>	
	pratiquent	ne pratiquent pas
Jouent d'un instrument de musique	15%	3%

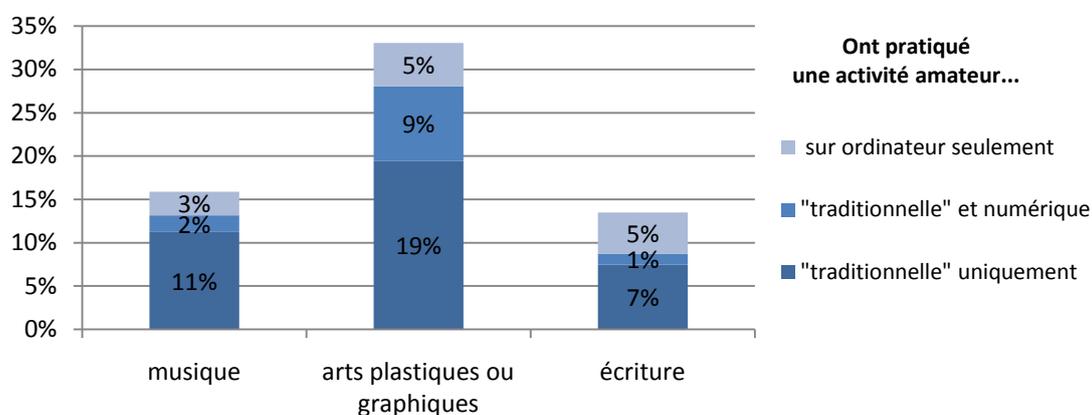
Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Lecture du tableau : 14% des individus écrivant des poèmes, romans, nouvelles ont créé ou mis à jour un blog au cours des 12 derniers mois, contre 5% des individus n'ayant pas écrit de poèmes, romans....

Les outils informatiques peuvent avoir un rôle dans le développement de certains loisirs rattachés ou connexes à l'art et à l'écriture. Par ailleurs, il apparaît clairement que les individus

développant une activité artistique traditionnelle en tant qu'amateurs sont plus enclins que les autres à s'intéresser aux loisirs numériques dont l'identité est rattachée à leur pratique préexistante. Ainsi, près du tiers des personnes générant une activité traditionnelle en « art plastique » développe une création graphique assistée par ordinateur, laquelle ne va intéresser que 7 % des personnes n'ayant aucun rapport matériel avec cette section artistique. C'est au niveau de ces arts que le lien entre pratiques traditionnelles et numériques est le plus fort. Notons, cependant, que les individus intéressés par les pratiques artistiques pré-numériques et faisant le saut dans le monde virtuel restent minoritaires. Les technologies informatiques offrant des possibilités de pratiques liées aux arts ne séduisent pas massivement les résidents, qui consacrent, en partie, leur temps ludique aux usages artistiques.

Graphique 38 : **Pratiques en amateur traditionnelles et sur ordinateur**



Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Dans des proportions mêmes infimes, l'arrivée du numérique a apporté de nouveaux artistes amateurs. Les usages à caractère créatif de l'ordinateur orientent, en effet, les pratiques en amateur à la hausse, à hauteur de 5 % dans le cas des activités graphiques et d'écriture et de 3 % dans le cas de la musique. Le mélange des genres (numériques / pré-numériques) est, comme nous l'avons constaté à l'instant, surtout important pour les arts plastiques et graphiques (9%). La question qui se pose est bien de savoir dans quelle mesure les nouvelles possibilités offertes par le numérique ont ouvert le champ des pratiques artistiques à de nouveaux publics.

L'analyse demeure ici difficile et exige une certaine prudence dans l'interprétation des résultats, tant les effectifs sont ici réduits. Toutefois, on remarquera que les jeunes, catégorie d'âge la plus investie dans les activités artistiques traditionnelles, sont également massivement représentés dans les usages numériques à caractère créatif. Cela n'a rien d'étonnant au regard de l'affinité générationnelle qui relie la jeunesse à l'ordinateur. De la

même manière que les hommes, plus technophiles que les femmes, sont plus nombreux à s'investir dans les créations musicale et graphique assistées par ordinateur (mais pas de différence significative selon le genre en ce qui concerne l'écriture sur des blogs). L'art numérique atténue dans une certaine mesure le caractère féminin associé aux arts plastiques. L'importance du capital scolaire dans les pratiques traditionnelles touchant à la musique et à l'écriture disparaît lorsque l'on se tourne vers leurs équivalents numériques.

La classe ouvrière, qui se tenait globalement en retrait des activités artistiques traditionnelles, continue à manifester une certaine distance à l'art dans le champ des activités de création graphique numérique, mais ne se distingue plus des autres catégories socioprofessionnelles dans le cas de la musique assistée par ordinateur et de l'exercice de blog.

Les effets du numérique sont donc variables, hormis cette dimension générationnelle très forte qui relie la jeunesse aux loisirs à la fois artistiques et numériques. Il sera ici intéressant de suivre les évolutions dans le temps, avec des effectifs qui seront certainement devenus plus importants.

# CHAPITRE 5. PRATIQUES CULTURELLES, TEMPS LIBRE ET SOCIABILITE

## 1. LES ACTIVITES DE LOISIRS

### 1.1. LE SPORT

#### 1.1.1. Fréquence

Tableau 43 : **Fréquence de la pratique sportive**

2009			1999	
plusieurs fois/semaine	30%	45%	"régulière"	30%
1 fois/semaine	16%			
2 à 3 fois/mois	7%			
1 fois/mois	3%	13%	"occasionnelle"	21%
moins souvent	2%			
aucune pratique	42%	42%	aucune pratique	49%

Source : *Enquêtes Culture 2009 et PSELL-2/1999, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD*

La fréquence de la pratique sportive a augmenté entre 1999 et 2009. Si cette évolution peut être mise en rapport avec le plan d'action « Gesond iessen, méi bewégen » / « bougez plus, mangez mieux » initié en mars 2008, il convient de souligner qu'elle se répartit sur l'ensemble de la période. Une enquête européenne souligne en effet que 38 % des habitants du Grand-Duché déclarent avoir une pratique sportive au moins une fois par semaine en 2003, et que cette proportion passe à 43 % en 2004<sup>42</sup>. La distinction entre pratique occasionnelle et pratique régulière souligne que l'augmentation de la pratique sportive régulière est également perceptible sur la période 1999-2009.

Cette évolution pourrait résulter du glissement d'une fréquence à une autre : les personnes ne déclarant aucune pratique commenceraient à faire du sport, tandis que celles ayant déjà l'habitude d'en faire occasionnellement passeraient à une pratique plus régulière. La principale motivation de cette évolution est que le sport est considéré comme un facteur positif en termes de santé. En 2003 et 2004, cette motivation était avancée par 87 % des habitants du Luxembourg<sup>43</sup>. Le temps est également un déterminant important : 47 % des habitants du Grand-Duché avancent cette raison pour expliquer l'absence d'activités

<sup>42</sup> Eurobaromètre spécial 213 / Vague 62.0 / TNS Opinion & Social (2004) *Les citoyens de l'Union européenne et le sport*

<sup>43</sup> Eurobaromètre spécial 213 / Vague 62.0.

sportives<sup>44</sup>. Il convient toutefois de nuancer l'importance de cette contrainte temporelle. En effet, des métiers équivalents en termes de charge horaire présentent des proportions différentes de non pratique. En effet, entre 67 % et 69 % des ouvriers, agriculteurs ou artisans ne pratiquent aucun sport en 2009, contre 47 % des professions rattachées aux services ou à la vente et, respectivement, 38 % et 28 % pour les employés de bureau et les professions intermédiaires. Ce constat est bien entendu à nuancer, eu égard à la charge physique différenciée et à la pénibilité liées à chacun de ces emplois. Parallèlement à cela, les inactifs (au foyer sans autre activité) et, dans une moindre mesure, les actifs inoccupés (chômeurs) sont bien moins nombreux à pratiquer un sport que les autres catégories actives de la population et, ce, sans considérer la catégorie même des retraités qui présentent d'autres motifs, plus évidents, à l'absence de pratique. Par ailleurs, l'âge est un facteur clef dans le fait d'exercer ou non une activité sportive, pratique qui décline au fil de l'avancée en âge. Plus des trois-quarts des 16-24 ans et plus de la moitié des 25-34 ans ont une pratique hebdomadaire. A l'inverse, cela concerne moins de 30 % des 65-74 ans et seulement 11 % des 75 ans ou plus. Cela peut être lié à des capacités physiques différenciées et particulièrement amoindries pour les personnes les plus âgées, ainsi qu'à une forte institutionnalisation de la pratique sportive chez les plus jeunes, notamment dans le cadre de la scolarité.

Le genre, en revanche, n'apparaît pas, en 1999 comme en 2009, comme un élément de différenciation de la pratique sportive, un résultat qui va à l'encontre des images véhiculées par le monde sportif, de l'intérêt très masculin pour les émissions ou la presse sportives, ou encore des différences dans les taux de pratiques sportives entre filles et garçons observées chez les jeunes de 6-19 ans au Luxembourg<sup>45</sup>.

La pratique sportive croît, en revanche, avec le niveau d'éducation<sup>46</sup> et le niveau de vie. Pour prendre ici les extrêmes, 17 % des personnes ayant un niveau de scolarisation primaire et 33 % des individus ayant un niveau de vie très faible (R--) pratiquent régulièrement un sport, contre respectivement 60 % des personnes ayant un niveau de scolarisation supérieur et 57 % des individus ayant un niveau de vie très élevé (R++). Il est traditionnellement souligné que ces deux dimensions influencent à la fois les motivations menant à une pratique sportive et la capacité à financer ce choix. Dans la mesure où le niveau des prix est très peu évoqué pour

---

<sup>44</sup> Eurobaromètre spécial 213 / Vague 62.0 / TNS Opinion & Social (2004) *Les citoyens de l'Union européenne et le sport*

<sup>45</sup> Le genre reste en effet une variable structurante pour les jeunes de 6 à 19 ans, pour lesquels 70 % des garçons font du sport contre 58 % des filles (Bardes J. et Lorentz N. (2008) « Les pratiques sportives et artistiques des jeunes de 6 à 19 ans », *Population et Emploi* n°36, Differdange : CEPS/INSTEAD).

<sup>46</sup> Concernant le niveau d'éducation, le calcul est ici réalisé sur une sous population qui exclut les élèves et étudiants qui n'ont pas, en effet, terminé leur scolarité. En conservant les élèves et étudiants pour ce calcul, cette relation entre niveau d'éducation et pratique sportive n'apparaît pas.

justifier une absence de pratique sportive<sup>47</sup>, il est possible d'avancer, toute proportion gardée et étant donné la forte corrélation entre niveau de vie et niveau d'éducation, que c'est la représentation du sport, véhiculée au fur et à mesure de la scolarité, qui influence la pratique plutôt que son coût. Enfin, peut-être en simple conséquence de la différenciation sociale qui régit la pratique sportive, les résidents portugais se distinguent des autres groupes nationaux installés dans le pays par un moindre investissement dans les loisirs sportifs (61 % de non-pratiquants contre 33 %, 39 % et 45 % pour, respectivement, les autres ressortissants de l'UE 15, les Luxembourgeois et les ressortissants extracommunautaires.

### 1.1.2. Manière de pratiquer

Tableau 44 : **La manière de pratiquer : où et avec qui**

	en club	avec qui			
		seul(e)	avec membres famille	avec des amis	avec collègues de travail
ensemble des sportifs	33%	36%	20%	38%	6%
<b>selon la fréquence de pratique</b>					
toutes les semaines	37%	38%	17%	38%	7%
moins souvent	19%	30%	29%	37%	4%

Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Champ : Les individus ayant déclaré pratiquer un sport au cours des douze derniers mois

Presque deux tiers des résidents pratiquent un sport collectivement, que ce soit avec des membres de la famille (20 %), des amis (38 %) ou des collègues de travail ou d'étude (6 %). Cette proportion atteint même 80 % à 81 % pour, respectivement, les 16-24 ans et les étudiants ou élèves avec, pour particularité, une sociabilité sportive majoritairement inscrite dans un cercle amical (53 %).

La pratique en club reste minoritaire au sein du pays et ne concerne qu'un tiers de la population résidente. Elle est davantage le fait des individus ayant une pratique sportive hebdomadaire. Par ailleurs, notons que les sportifs sont plus enclins que les sportives à se tourner vers les clubs (40 % d'adhérents dans une structure sportive contre 25 % d'adhérentes). Notons aussi que la régularité supposée par l'inscription à un club semble particulièrement difficile à articuler avec la monoparentalité : 19 % des personnes responsables d'un foyer monoparental pratiquent une activité sportive en club. Ceci est sans doute lié à la nécessité de pouvoir adapter à tout moment son emploi du temps pour prendre en compte les imprévus liés à un enfant ; ils ne peuvent pas être délégués aussi facilement

<sup>47</sup> Eurobaromètre spécial 213 / Vague 62.0 / TNS Opinion & Social (2004) *Les citoyens de l'Union européenne et le sport*

qu'au sein d'un couple. Par ailleurs, la présence en club implique un coût, qui peut être soit très élevé (s'il s'agit d'un club privé), soit beaucoup plus faible (dans un cadre associatif). Dans l'ensemble, la proportion de pratique en club est la plus élevée lorsque le niveau de vie est le plus faible (R--) (45 %) tandis qu'elle est la plus faible lorsque le niveau de vie est le plus élevé (R++) (27 %).

La sociabilité entourant la pratique sportive est liée à la situation professionnelle, au niveau de vie ou encore au niveau de scolarisation des individus<sup>48</sup>. Elle est également liée à l'âge. Notamment, ce sont chez les jeunes (16-24 ans) et les étudiants ou élèves, dont on connaît l'importance de la sociabilité amicale à cet âge de la vie, que celle-ci est la plus développée dans le cadre des activités sportives, y compris avec les collègues de travail ou d'étude, dont la frontière avec le cercle des amis peut s'avérer ici plus ténue.

## 1.2. LES HOBBIES

Tableau 45 : **Fréquence des activités de loisirs**

	régulièrement	épisodiquement	jamais
promenade dans un espace vert ou une forêt	45%	40%	15%
bons plats, nouvelles recettes	44%	34%	22%
bricolage ou jardinage	45%	27%	28%
jouer aux cartes	20%	39%	41%
s'occuper de sa voiture ou moto	25%	30%	45%
mots croisés, fléchés ou sudoku	21%	30%	49%
randonnée	20%	29%	51%
jouer à la loterie nationale, loto, PMU	18%	19%	63%
faire une collection	20%	13%	67%
jouer à des jeux vidéo	11%	17%	72%
tricot, broderie, couture ou crochet	8%	14%	78%
jeux en réseau	7%	15%	78%
chasse ou pêche	2%	7%	91%

Source : *Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD*

En considérant la diffusion (colonne « jamais ») et la régularité (colonne « régulièrement ») des différentes activités de loisirs, il est possible d'identifier trois groupes distincts de hobbies. Le premier groupe rassemble les promenades, la cuisine et le bricolage / jardinage. Il s'agit d'activités largement diffusées : elles concernent entre 72 % et 85 % de la population. Leur pratique est majoritairement régulière (entre 44 % et 45 %). A l'exception du bricolage / jardinage (où la différence entre hommes et femmes n'est pas significative), ces hobbies sont plutôt féminins. Le deuxième groupe rassemble les jeux de cartes, l'entretien

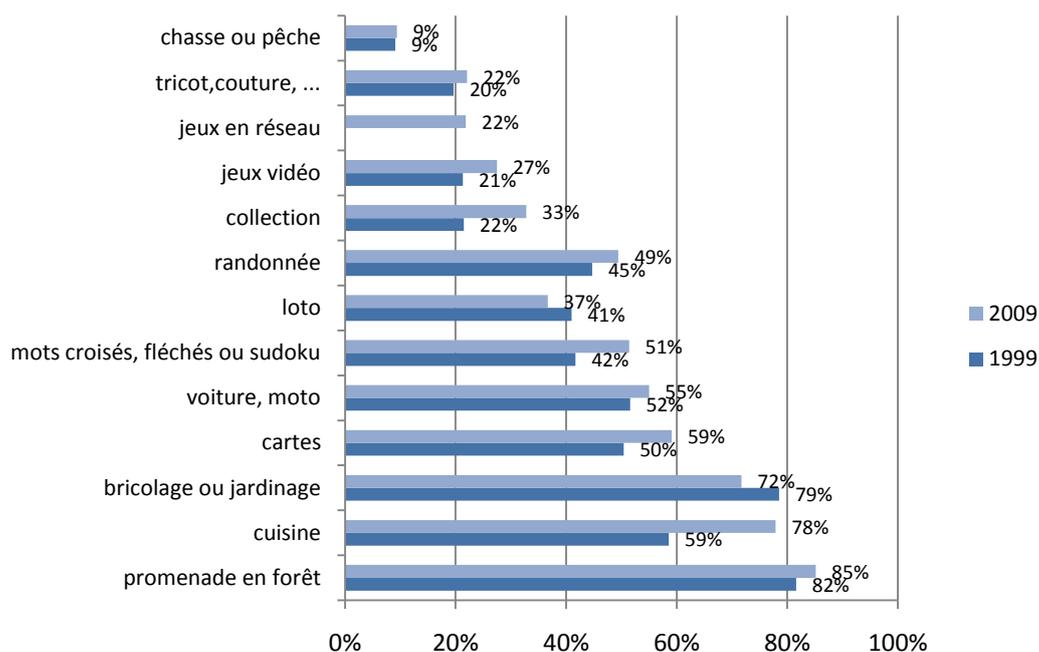
<sup>48</sup> Des tests d'indépendance soulignent ces relations.

d'un véhicule, les jeux de lettres et chiffres et la randonnée. Environ la moitié des résidents du Grand-Duché (entre 41 % et 51 %) ne choisit pas ces hobbies tandis que ceux qui les pratiquent le font à une fréquence plutôt occasionnelle. Enfin, le troisième groupe rassemble les jeux d'argent, les collections, les jeux vidéos et en réseaux, les travaux d'aiguille et la chasse / pêche. Il s'agit des hobbies les moins diffusés au sein de la population résidente. A l'exception des travaux d'aiguille (pour lesquels les femmes sont majoritaires), et les jeux en réseau (pour lesquels il n'y a pas de différence significative entre hommes et femmes), les hobbies de ce troisième groupe sont plutôt masculins. Par ailleurs, ils se prêtent à une segmentation par tâches ou selon les saisons, d'où une pratique plutôt épisodique, à l'exception de la construction d'une collection qui nécessite d'être régulier.

L'âge est significativement lié à ces hobbies, à l'exception de la chasse / pêche et du fait de faire une collection. Les personnes plus âgées (75 ans ou plus) ont une proportion de pratiques moindre pour presque tous les hobbies, tandis que les personnes les plus jeunes (16-24 ans) sont les premiers adeptes des jeux vidéos, des jeux en réseau, des mots croisés, fléchés et sudoku et des jeux de cartes. La tranche d'âge intermédiaire (45-54 ans) est quant à elle plutôt liée au fait de cuisiner pour ses loisirs, au bricolage / jardinage, aux jeux d'argent, aux promenades et à la randonnée.

Concernant le lien entre les hobbies et le niveau de vie, deux groupes peuvent être identifiés. Le premier rend compte des hobbies pour lesquels le niveau de vie n'intervient pas : les travaux d'aiguilles, s'occuper de sa voiture ou moto, les jeux vidéo et en réseau, la chasse / pêche et le fait de faire une collection. Le second groupe rassemble les hobbies pour lesquels, au contraire, le niveau de vie joue un rôle (mots croisés, fléchés ou sudoku, cuisiner, bricolage / jardinage, jouer aux cartes, jouer au loto, promenade, randonnée) : plus le niveau de vie est élevé, plus le pourcentage de pratique augmente (cela est le cas pour les mots croisés, fléchés ou sudoku, le bricolage / jardinage, les promenades et la randonnée).

Graphique 39 : **Loisirs, hobbies : évolution de la pratique**



Source : Enquêtes Culture 2009 et PSELL-2/1999, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Entre 1999 et 2009, une partie croissante des résidents s'intéresse à l'ensemble des loisirs répertoriés, à l'exception du loto, des activités de bricolage / jardinage et de la chasse / pêche. Outre l'entrée remarquable des jeux en réseaux, pratiqués par 22 % de la population, la plus forte progression en points de pourcentage concerne la cuisine, qui passe de 59 % à 78 %. Puis viennent les activités de collection (+ 11 points), les jeux de chiffres et lettres et les jeux de cartes (+ 9 points), le fait de s'occuper de sa voiture ou moto (+ 7 points) et les jeux vidéo (+ 6 points). Les autres activités ont progressé de moins de 5 points.

En se focalisant sur la nature des activités de loisirs, il semble qu'une partie de cette évolution reflète ce souci de santé de plus en plus présent dans nos sociétés contemporaines et les consciences collectives et correspond à une augmentation de la pratique régulière de « hobbies sains » : les promenades, la randonnée et la cuisine. L'analyse sociodémographique montre que les randonnées et les promenades sont plus fréquentes lorsque le niveau de vie et le niveau de scolarisation sont plus élevés<sup>49</sup>. Ce constat va dans le même sens que l'évolution de la fréquence des pratiques sportives : « méi bewégen » / « mangez mieux » accompagne « gesond iessen, » / « bougez plus ».

<sup>49</sup> Des tests d'indépendance soulignent ces relations.

Le fait que la cuisine soit plus souvent citée en tant que loisirs peut être lié à deux phénomènes. D'une part, un plus grand nombre de personnes peuvent décider de passer de l'absence de pratique (c'est quelqu'un d'autre qui cuisine, achat de plats préparés) à la pratique de la cuisine. D'autre part, il est possible que cette activité passe graduellement du statut d'obligation à celui de loisirs. En effet, dans la mesure où de plus en plus de facilités sont offertes afin de pouvoir consommer un repas rapidement, quel que soit le lieu, prendre le temps de cuisiner soi-même peut être de moins en moins une obligation et de plus en plus assimilé à un art nécessitant un savoir-faire reconnu.

L'augmentation globale des activités de loisirs ne relevant pas d'une nécessité quotidienne peut souligner des changements dans la disponibilité de temps libre ainsi que dans son allocation. Pour les pratiquer plus souvent, il convient en effet de disposer de plus de temps, de diminuer la fréquence d'autres activités, et / ou de les réaliser simultanément. L'augmentation du temps libre, voulu ou subi, y participe. Au Luxembourg, le temps partiel s'est notamment développé depuis une trentaine d'années jusqu'à atteindre presque un cinquième des emplois, dont 61 % relèvent d'un choix libre et maîtrisé<sup>50</sup>. Par ailleurs, les hobbies aux pratiques les plus régulières sont majoritairement féminins et centrés sur le cercle familial. Or, les femmes sont plus touchées que les hommes par le temps partiel<sup>51</sup>. Les durées effectivement consacrées à chaque activité n'étant pas renseignées dans l'enquête, il n'est pas possible de se prononcer quant à une fragmentation des pratiques, qui permettrait d'avoir une fréquence régulière tout en ne demandant pas un investissement en temps trop important. Enfin, la simultanéité des pratiques n'est pas non plus renseignée.

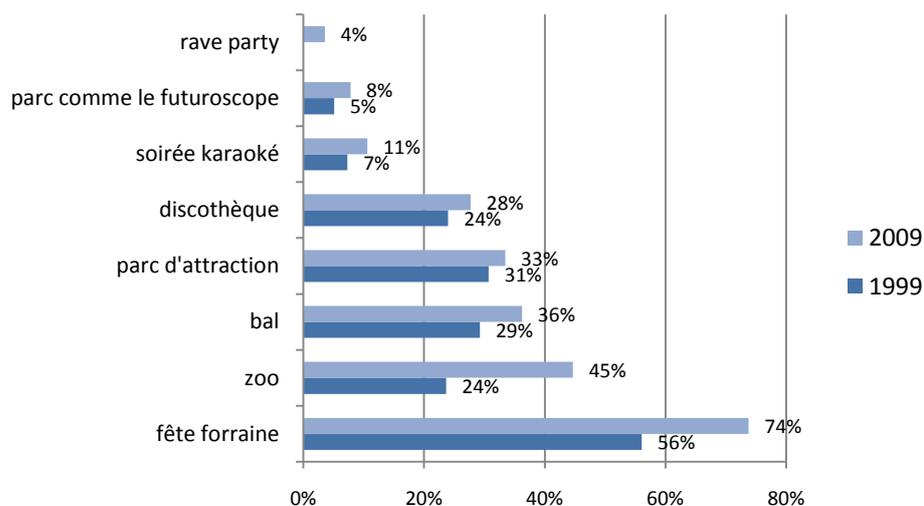
---

<sup>50</sup> Blond-Hanten C., Etienne-Robert F. et Lejealle B. (2008) « Choisi, subi, stable, précaire : le temps partiel se décline au pluriel », *VIVRE AU LUXEMBOURG* n°50 / *Chroniques de l'enquête PSELL-3/2006*, Differdange : CEPS/INSTEAD

<sup>51</sup> Dautel V. (2005) « Emploi à temps partiel féminin : pas nécessairement un choix... », *VIVRE AU LUXEMBOURG* n°9 / *Chroniques de l'enquête PSELL-3/2003*, Differdange : CEPS/INSTEAD

### 1.3. LES SORTIES DISTRACTIVES

Graphique 40 : **Sorties distractives effectuées au cours des 12 derniers mois**



Source : Enquêtes Culture 2009 et PSELL-2/1999, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Entre 1999 et 2009, une part croissante de la population résidente s'est rendue dans l'un des différents lieux distractifs proposés par l'enquête. La fréquentation d'une fête foraine reste la sortie la plus populaire, atteignant 74 % de la population en 2009 contre 56 % en 1999. Puis vient le zoo avec 45 % d'amateurs, soit un presque doublement de son public par rapport à 1999, passant ainsi devant les sorties dans des parcs d'attraction et les bals.

La fréquentation des fêtes foraines est peu différenciée d'un point de vue sociodémographique, exception faite de l'âge qui influe négativement sur celle-ci (même si 48 % des 65-74 ans et 36 % des 75 ans ou plus continuent à s'y rendre). Cet effet de l'âge se retrouve à travers le lien entre la structure du ménage et la diffusion des sorties dans une fête foraine qui concerne 92 % des jeunes vivant chez leurs parents et 74 % des familles avec enfant(s). L'ensemble des autres sorties semblent fournir, quant à elles, deux profils type de consommateurs : celui des hommes seuls et jeunes et celui des ménages avec enfant(s). Les hommes jeunes n'étant pas encore en couple sont, en effet, surreprésentés dans ces sorties particulièrement propices à des rencontres que sont les discothèques, les bals, ou encore les rave parties. Si ces dernières reflètent, avant tout, un effet de génération en se diffusant exclusivement au sein de 16-24 ans (15 %), les sorties aux bals ou en discothèque relèvent d'une sociabilité usuelle au moment de la recherche d'une mise en couple. Cela n'implique pas que le conjoint sera rencontré dans ces lieux<sup>52</sup>, mais force est de constater que les

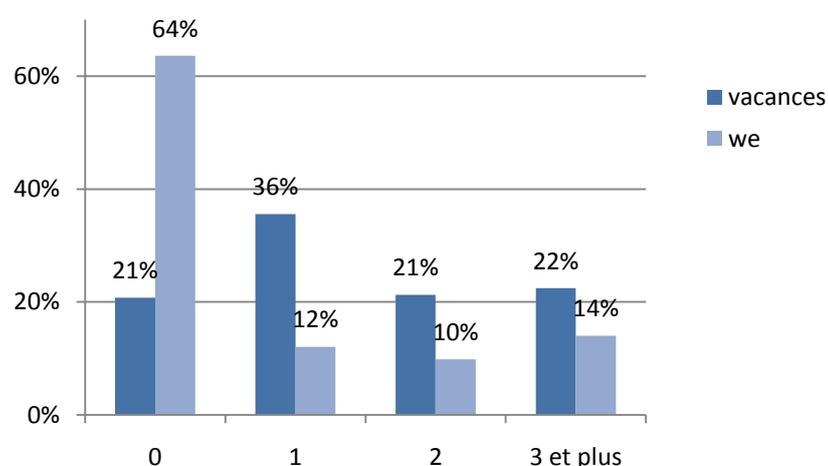
<sup>52</sup> Bozon M. et Héran F. (1988) « La découverte du conjoint. II. Les scènes de rencontre dans l'espace social », *Population* : 121-150

personnes en couple sont celles qui sortent le moins en discothèque (respectivement 15 % et 22 % pour les couples sans et avec enfant(s)). Ces sorties montrent également des différences en fonction de la nationalité d'origine : les Luxembourgeois fréquentent le moins les discothèques (24 %) tandis que les sorties dans les bals trouvent un public plus important auprès Portugais (49 %). A l'inverse, la fréquentation des zoos ou encore celle des parcs d'attraction se révèlent comme des sorties plus familiales, soulignant ici l'importance de la présence d'un enfant dans la réalisation de ce type de sorties. En effet, 56 % des couples avec enfant(s) et 47 % des foyers monoparentaux se sont rendus au zoo aux cours des douze derniers mois, une pratique qui ne concerne que 35 à 38 % des couples sans enfant, des célibataires et des jeunes vivant chez leurs parents. La fréquentation de parcs d'attraction présente un profil qui se focalise sur les couples avec enfant(s) (40 %) et les jeunes vivant chez leurs parents (44 %). Dans les deux cas (sorties au zoo et dans les parcs d'attraction) le niveau de scolarisation joue un rôle : la proportion de pratique augmente avec le niveau de scolarisation. En revanche, le niveau de vie joue uniquement pour les sorties dans les parcs d'attraction, dont la proportion de pratique augmente entre le niveau de vie le plus faible (R--) et un niveau de vie élevé (R+).

En considérant conjointement l'ensemble de ces sorties distractives, on remarquera encore la faible proportion de pratique pour les personnes retraitées et les personnes au foyer sans autre activité. Cela nous conduit à rappeler l'importance *a priori* de l'intégration sociale via le travail dans le développant de loisirs s'effectuant hors du domicile familial.

## 2. VACANCES ET WEEK-ENDS

Graphique 41 : **Nombre de séjours en vacances et en week-end**



Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Le profil global du nombre de séjours en vacances et en week-ends, ainsi que leur destination, sont relativement spécifiques : 79 % de la population résidente est partie en vacances au cours des 12 derniers mois, et 36 % en week-ends. Par ailleurs, la quasi-totalité des séjours de vacances se déroule à l'étranger (seulement 5 % de la population est restée au Luxembourg pour ses vacances). A titre de comparaison, un peu plus de moitié de la population française est partie en vacances en 2008 (de même pour les week-ends)<sup>53</sup> et les séjours se déroulent majoritairement à l'intérieur du pays. Cette situation spécifique au Luxembourg peut s'expliquer à la fois par la taille et la situation géographique du pays, impliquant de fait une proximité quasi immédiate avec trois pays européens, par le cosmopolitisme de sa population résidente, favorisant un choix privilégié de destinations étrangères, mais aussi, par son niveau de vie globalement élevé (rappelons ici que 22 % de la population est partie au moins 3 fois en vacances au cours des douze derniers mois).

Le niveau d'éducation et le niveau de vie sont des variables clef par rapport au nombre de séjours réalisés en vacances ou en week-ends, ce qui correspond à des différences traditionnellement rencontrées et toujours vivaces<sup>54</sup>. Ils interviennent également dans l'articulation entre fréquence et durée du séjour. Pour les résidents les plus aisés et aux niveaux d'éducation les plus élevés, ces départs plus fréquents se soldent par des séjours plus courts, d'une durée maximale inférieure à la moyenne. On compte ainsi chez les personnes ayant un niveau de vie très élevé (R++) une moyenne de 2,13 week-ends et 2,49 départs en vacances par an et une durée maximale de 2 semaines pour le plus long séjour (14,67 jours). Inversement, les personnes ayant le niveau de vie le plus faible (R--) rentabilisent le coût d'un voyage en partant moins souvent (0,52 week-end et un séjour de vacances par an) mais plus longtemps (un maximum de 3 semaines pour le séjour le plus long). Cela est particulièrement patent pour les résidents de nationalité portugaise qui partent en moyenne 0,43 fois en week-end et 1,14 fois en vacances par an mais avec une durée moyenne du plus long séjour de 23,39 jours. Les ressortissants d'une nationalité extra-européenne présentent un profil similaire, quoique dans des proportions moindres. Cela est également à mettre en rapport avec un autre rôle des périodes de vacances, propice à un retour dans le pays d'origine afin de rendre visite à sa famille, d'où des durées de séjour plus longues.

---

<sup>53</sup> Cappigny A. et Hatchuel G. (2008) *Les vacances des Français s'ajustent à leur pouvoir d'achat*, Paris : CREDOC

<sup>54</sup> Faivre E. (2007) « Dis-moi quels sont tes nouveaux déplacements avec la RTT... je te dirai qui tu es et où tu habites ! », *Espace populations sociétés* [En ligne] - consulté le 03 septembre 2010. URL : <http://eps.revues.org/index2092.html>

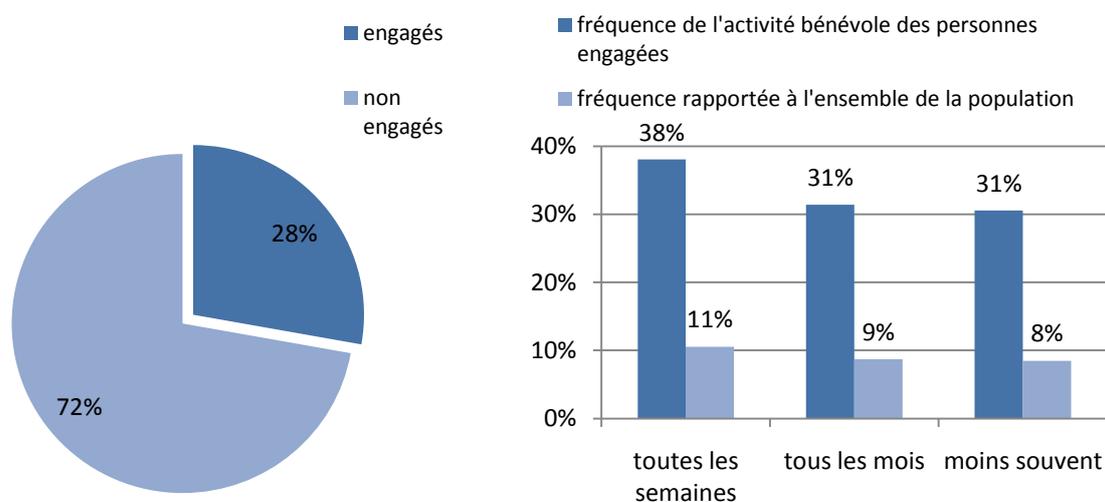
Concernant les résidents qui ne partent pas en vacances, il s'agit notamment des populations plus âgées : dans la catégorie des 75 ans ou plus, pour lesquels la moyenne des départs en vacances chute à un séjour l'an (0,96 séjour) tandis que le nombre moyen de week-end est de 0,10. Dans la mesure où cette tranche d'âge est la moins touchée par le risque de pauvreté au Luxembourg<sup>55</sup>, il est probable que la raison de ce phénomène réside dans une mobilité réduite du fait de l'évolution de l'état de santé et de l'âge directement. En revanche, un phénomène de pauvreté laborieuse se développe et les indicateurs d'inégalités soulignent une augmentation de ces dernières<sup>56</sup> : il n'est pas donc pas à exclure qu'une partie de la population ne part pas en vacances pour des raisons financières.

### 3. LA PARTICIPATION SOCIALE

#### 3.1. L'ENGAGEMENT BENEVOLE

##### 3.1.1. Fréquence

Graphique 42 : L'engagement dans une activité bénévole et fréquence de cette activité



Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Le bénévolat reste un phénomène minoritaire dans le pays. Toutefois, avec un taux de participation de 28 %, la situation luxembourgeoise montre un investissement non

<sup>55</sup> Chambre des salariés du Luxembourg (2010) « Pauvreté monétaire, inégalités et conditions de vie au Luxembourg », *Dialogue analyse* n°1, Luxembourg

<sup>56</sup> Ibid.

négligeable de sa population dans ce type d'activité<sup>57</sup>. Les pratiques organisées sur la semaine, le mois ou plus occasionnellement mobilisent une part équivalente de la population (entre 8 et 11 %).

Le bénévolat se conjugue plus au masculin qu'au féminin : 32 % des hommes ont des activités bénévoles contre 24 % des femmes<sup>58</sup>. Par ailleurs, plus le niveau de scolarisation et le niveau de vie sont élevés et plus le pourcentage d'engagement et la fréquence sont importants. Les Luxembourgeois se distinguent des autres nationalités par un investissement plus fort dans ce type d'activités : 36 % d'entre eux sont des acteurs du monde bénévole contre 8 à 21 % des membres des autres groupes nationaux.

Ce ne sont pas les personnes disposant *a priori* de plus de temps libre qui sont les plus impliquées : 19 % des personnes au foyer et 14 % des chômeurs sont engagés tandis que cela est le cas pour 40 % des dirigeants et 39 % des professions intellectuelles et scientifiques. Les élèves ou étudiants se montrent également relativement impliqués dans ce type d'activité (33 %) ce qui témoignerait de l'engagement croissant des jeunes<sup>59</sup> dans la vie sociale. Cela implique un profil particulier en termes d'âges où les tranches comportant le plus de bénévoles sont les 16-24 ans (32 %) et les 45-54 ans (35 %). Pour les seconds, il peut s'agir d'accompagner les enfants membres d'une association (il peut s'agir d'enfants de la famille : ainsi, la catégorie couple avec enfant(s) compte ainsi 30 % de bénévoles<sup>60</sup>), mais aussi de faire bénéficier d'une certaine expérience au fur et à mesure du déroulement d'une pratique et d'occuper des fonctions d'encadrement. Pour les moins de 25 ans, si l'engagement différencié selon le type d'association existe également au Luxembourg<sup>61</sup>, il s'agit de prendre un certain envol associatif dans des structures plus jeunes. Le fait qu'il puisse exister une segmentation entre les associations selon l'âge reste à explorer.

---

<sup>57</sup> cf. Parodi M. (1999) « La participation aux associations en Europe », *Revue de l'OFCE* pour une comparaison de plusieurs pays européens sur des données de 1990. Par ailleurs, le taux de participation était de 21 % en 2003 (Breulheid S. et Genevois A-S. (2005) « Bénévolat, activités sportives et artistiques : des pratiques encore timides », *VIVRE AU LUXEMBOURG – Chroniques de l'enquête PSELL-3/2003*, Differdange : CEPS/INSTEAD).

<sup>58</sup> Il n'est pas à exclure que l'entraide familiale et amicale n'ait pas été interprétée comme une activité bénévole, or la participation des femmes est cruciale pour ce type d'aide. Pour une présentation et une analyse d'une distinction bénévolat associatif et relationnel, cf. Lejealle B. (2002) « Le travail bénévole au Luxembourg en 2001 », *Population Emploi* n°2, Differdange : CEPS/INSTEAD

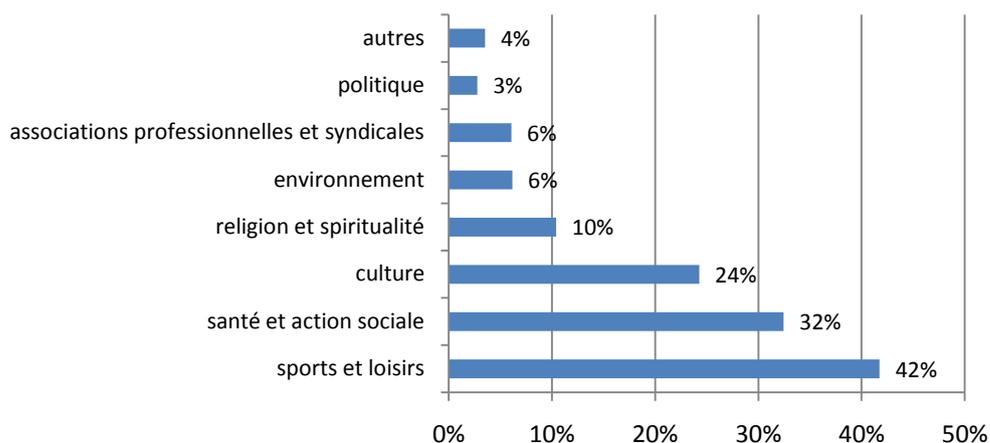
<sup>59</sup> Thierry D. et al. (2008) *L'engagement bénévole des jeunes. Analyses et recommandations*, France Bénévolat

<sup>60</sup> Cela peut notamment être le cas des pratiques sportives, qui reposent majoritairement sur des structures associatives. cf. Blaizeau J-M. (2004) *L'engagement bénévole. Passion ou raison ?*

<sup>61</sup> Thierry D. et al. (2008) *L'engagement bénévole des jeunes. Analyses et recommandations*, France Bénévolat

### 3.1.2. Les secteurs d'activité de l'engagement bénévole

Graphique 43 : **Les principaux secteurs d'activité de l'engagement bénévole**



Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Champ : les engagés bénévoles

Le premier secteur d'activités de l'engagement bénévole est celui des sports et loisirs : 42 % des engagés y participent<sup>62</sup>. Puis viennent les secteurs de la santé et de l'action sociale (32 %) et de la culture (24 %).

Parmi les engagés, le secteur des sports et loisirs rassemble une proportion plus importante d'hommes (50 %), de résidents de nationalité luxembourgeoise (44 %) et de couples avec enfant(s) (46 %). Parmi les engagés, le secteur de la culture comporte plutôt une proportion plus importante de femmes (27 %) et de personnes ayant le niveau de vie le plus élevé (R++) (33 %). Il est possible de noter une certaine opposition entre le secteur des sports et loisirs et celui de la culture dans la mesure où, notamment en termes de tranches d'âges, les proportions les plus élevées de participation pour le secteur des sports et loisirs vont de pair avec une proportion moindre pour celui de la culture, et inversement. Parmi les engagés, la proportion la plus importante concernant les associations professionnelles et syndicales se trouve chez les 25-34 ans (10 %), autrement dit chez les nouveaux entrants sur le marché du travail.

<sup>62</sup> Les engagements pouvant être multiples, le total des pourcentages affectés aux différents secteurs est supérieur à 100 %.

### 3.2. LES CLUBS SERVICES

Tableau 46 : **Membre d'un Club service**

sur l'ensemble de la population	Parmi les personnes se déclarant en couple (soit 69 % de la population totale)			
	soi-même	conjoint	un seul des deux	les deux
2.8%	3.0%	3.6%	3.9%	1.3%

Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

L'affiliation à un Club service (Lions Club, Fifty-One International, etc.) peut être l'occasion d'une participation culturelle plus importante, *via* les multiples activités qui s'organisent au sein de ces structures. Elle ne concerne, toutefois, qu'une infime minorité de résidents : 2,8 % de la population est membre. Il est fréquent que les adhésions se fassent par couple : dans 43 % des cas le conjoint de la personne interrogée est également membre d'un Club service.

Le genre, l'âge et le niveau de vie n'apparaissent pas comme des variables influençant une telle adhésion, même si la proportion de pratique la plus élevée se retrouve pour le niveau de vie le plus élevé (R++) et les personnes les plus âgées et retraitées. En revanche, le niveau de scolarisation est lié à une telle affiliation, trois fois plus importante lorsqu'il y a une scolarisation supérieure par rapport aux autres niveaux de scolarisation, pour l'ensemble de la population. La proportion la plus importante d'adhérents à un Club service se situe d'ailleurs dans les professions intellectuelles ou scientifiques (7,6 %). En termes de nationalités, notons une proportion similaire d'adhésion au sein des Luxembourgeois (3,5 %) et des ressortissants des autres pays européens (UE 15) (3,2 %).

## 4. SORTIES ET SOCIABILITE

### 4.1. LES SORTIES

#### 4.1.1. Les types de sorties les plus fréquentes

Tableau 47 : **Les sorties les plus fréquentes**

	plusieurs fois/semaine	au moins 1 fois/semaine	au moins 1 fois/mois	plus rarement	jamais
aller chez des parents	16%	30%	27%	18%	9%
aller chez des amis	16%	30%	32%	16%	6%
retrouver des amis dans la rue	15%	23%	20%	17%	25%
shopping	12%	27%	31%	21%	9%
restaurant	9%	23%	40%	21%	7%
évènement sportif	2%	10%	12%	24%	52%
cinéma	1%	3%	21%	41%	34%
spectacle	1%	1%	14%	46%	38%

Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Aller chez des parents, faire du shopping, aller manger au restaurant et aller chez des amis restent les sorties les plus populaires, réalisées au cours des douze derniers mois par plus de 90 % de la population. Viennent ensuite le fait de retrouver des amis dans la rue ou dans les bars, le cinéma et les spectacles, qui rencontrent entre 62 et 75 % d'amateurs. Enfin, les événements sportifs sont, de manière relative, moins répandus : 48 % de la population a eu l'occasion d'assister à un tel événement dans l'année écoulée.

Les jeunes de moins de 25 ans, les élèves ou étudiants sont, respectivement, 73 % et 80% à sortir à un rythme hebdomadaire retrouver des amis dans la rue. Peut-être est-ce dû au fait qu'ils habitent chez leurs parents (75 % des jeunes vivant chez leurs parents retrouvent des amis dans la rue) et ne disposent pas, de fait, d'un espace à eux. L'importance de la sociabilité amicale à cet âge de la vie se reflète également dans le fait qu'entre 80 % et 83 % de ces jeunes se rendent toutes les semaines chez leurs amis. Concernant ces deux types de sorties (allez chez des amis et les retrouver dans la rue), notons également qu'ils ne semblent pas liés au niveau de vie<sup>63</sup>. En revanche, une proportion plus importante d'hommes (44 %) que de femmes (33 %) retrouve des amis dans la rue.

Les sorties à des événements sportifs constituent des activités moins fréquentes et plus occasionnelles : elles concernent 48 % de la population, tandis que 12 % assiste à de tels

<sup>63</sup> Des tests d'indépendance soulignent cette absence de lien.

événements à une fréquence hebdomadaire. Il s'agit plutôt d'un loisir masculin qui est davantage le fait des jeunes générations : un tiers des moins de 25 ans assistent à un événement sportif au moins 1 fois par mois contre 13 % des 65-74 ans.

Les sorties au cinéma et aux spectacles sont des loisirs majoritairement occasionnels : respectivement 41 % et 46 % de la population déclare aller au cinéma et à des spectacles « plus rarement ». A une fréquence mensuelle, ces sorties concernent respectivement 25 % et 16 % de la population résidente. L'âge, le niveau de scolarisation et le niveau de vie constituent des variables clef par rapport aux sorties au cinéma et à des spectacles. Notamment, plus le niveau de vie ou de scolarisation est élevé, plus le niveau de participation est élevé. La relation avec l'âge est également linéaire, mais fonctionne de manière inverse pour les sorties au cinéma et à des spectacles : ce sont les plus jeunes qui vont le plus au cinéma à une fréquence au moins mensuelle (60 % des 16-24 ans *versus* 9 % des 65-74 ans), tandis que ce sont les 55-64 ans qui se rendent davantage aux spectacles (27 %).

Concernant les sorties les plus diffusées au sein de la population (aller chez des parents, faire du shopping, aller au restaurant, aller chez des amis), il est malaisé de dégager un profil sociodémographique global. En effet, chacune de ces sorties à un profil propre. Ainsi, le fait d'aller chez des parents au moins une fois par semaine est lié au niveau de vie : 42 % des personnes au niveau de vie le plus faible (R--) vont chez des parents tandis que cela est le cas pour 50 % des personnes au niveau de vie le plus élevé (R++)<sup>64</sup>. La proportion d'une telle sortie est en revanche plus faible pour les personnes ayant un niveau de scolarisation supérieur (39 %) que pour celles ayant un niveau de scolarisation primaire (47 %). Notons qu'il ne s'agit pas d'opposition mais d'un lien indiquant une tendance, en sachant que l'ensemble de ces catégories (R--, R++, primaire et supérieur) sont situées entre 39 % et 50 % de visite des parents au moins une fois par semaine.

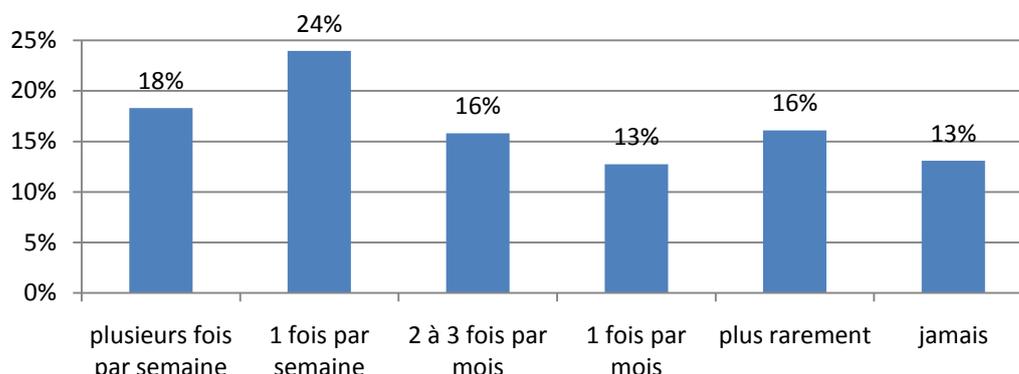
Le shopping apparaît comme une pratique plutôt féminine, à laquelle 43 % des femmes s'adonnent au moins une fois par semaine pour un peu plus d'un tiers des hommes. Les autres caractéristiques sociodémographiques n'interviennent pas : notons notamment que la diffusion du shopping est d'environ 40 % pour chaque catégorie de niveau de vie. La fréquence des sorties au restaurant est, quant à elle, liée au niveau de vie : 48 % des personnes au niveau de vie le plus élevé (R++) vont au restaurant au moins 1 fois par semaine contre 19 % de celles qui ont le niveau de vie le plus faible (R--). Enfin, le fait de se rendre chez des amis est fortement lié à l'âge, comme nous avons déjà pu l'observer.

---

<sup>64</sup> Cette différence, quoique faible (8 points de pourcentage), ressort de manière significative.

#### 4.1.2. Fréquence des sorties nocturnes

Graphique 44 : **Fréquence des sorties le soir**



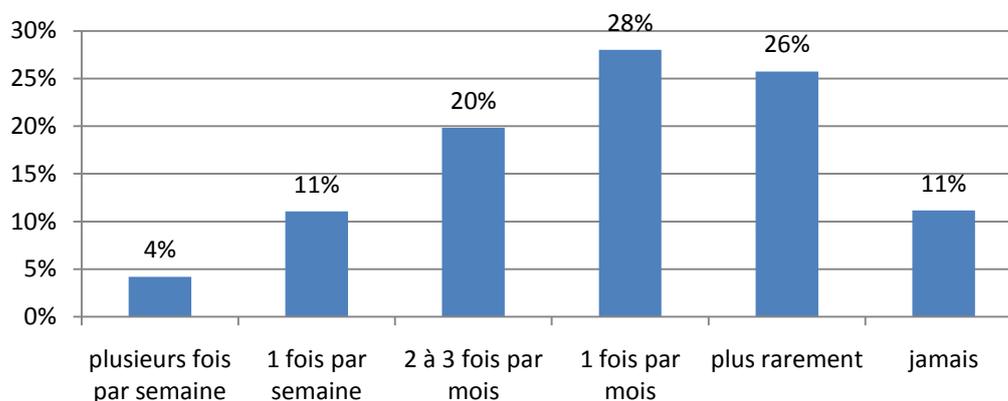
Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Dans l'ensemble, les sorties nocturnes s'effectuent à un rythme hebdomadaire pour 42 % de la population. Les sorties très occasionnelles (modalité « plus rarement ») ou l'absence de sortie concernent, de leur côté, 29 % des résidents. Les hommes sortent plus souvent que les femmes (48 % des hommes effectuent des sorties nocturnes toutes les semaines contre 37 % des femmes). Ces sorties nocturnes déclinent avec l'avancée en âge et augmentent avec le niveau de vie. Elles sont, par ailleurs, plus répandues à mesure que le niveau de scolarisation est plus élevé.

## 4.2. PRATIQUES DE SOCIABILITE

### 4.2.1. Recevoir à déjeuner ou à dîner

Graphique 45 : **Fréquence de réception à domicile**



Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

La sociabilité autour des repas est une pratique répandue puisque la quasi totalité de la population résidente reçoit à déjeuner ou à dîner au domicile, dont 48 % à une fréquence mensuelle. Les réceptions hebdomadaires concernent, en revanche, 15 % de la population.

Les personnes organisant régulièrement une réception à leur domicile (à un rythme au moins mensuel) ont plutôt entre 35 et 64 ans : cela concerne plus de la moitié d'entre eux (entre 51 % et 61 %). A l'inverse, les plus jeunes et surtout les plus âgés réalisent occasionnellement ou jamais une telle pratique (respectivement 42 % des 16-24 ans, 56 % des 65-74 ans et 64 % des 75 ans ou plus), sans doute pour des raisons différentes. Les premiers habitent le plus souvent chez leurs parents, d'où une autonomie organisationnelle limitée pour un tel événement, quelle qu'en soit la fréquence. Les seconds peuvent rencontrer des difficultés physiques ou en termes de fatigue dans la préparation et l'organisation d'une réception, mais aussi des opportunités plus réduites en termes d'invitations, en raison d'un certain resserrement du cercle des relations sociales à cet âge de la vie.

Le niveau de vie a également une influence sur les habitudes de réception : ces dernières sont plus courantes dans les milieux les plus aisés, où plus de la moitié des individus reçoivent mensuellement. En revanche, à une fréquence hebdomadaire, le niveau de vie ne semble pas entrer en ligne de compte. .

#### 4.2.2. Les réseaux sociaux les plus mobilisés : fréquence de rencontres avec les différents membres de son entourage

Tableau 48 : **A quelle fréquence avez-vous invité, reçu ou êtes-vous sorti avec...**

	amis	membres famille hors ménage	collègues (hors horaire travail)	voisins
jamais, occasionnellement	27%	38%	77%	85%
tous les mois	42%	36%	14%	10%
toutes les semaines	31%	26%	9%	5%
ensemble de la population	100%	100%	100%	100%

Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

L'analyse des réseaux sociaux montre que, globalement, la population résidente fréquente avant tout les amis, puis les membres de la famille hors ménage et, à un niveau moindre, les collègues (en dehors du temps de travail) puis les voisins. Le fait que les amis passent avant la famille fait écho au proverbe « on choisit ses amis, on ne choisit pas sa famille » qui, étant donné que 85 % des résidents fréquentent occasionnellement ou jamais leurs voisins, peut également être formulé ainsi : « on ne choisit pas ses voisins ». La

particularité de la sphère amicale est d'être, dans une certaine mesure, plastique (selon l'émergence, l'approfondissement, l'érosion d'une relation d'amitié, une personne peut être considérée comme appartenant ou non à ce groupe) et, surtout, subjective. L'attachement privilégié au groupe des amis, observé dans le cas des sorties (visites aussi fréquentes que celles de la famille), se maintient donc dans le contexte des contacts les plus fréquents. Inversement, la famille et les voisins n'étant pas choisis, la définition de ces deux groupes est en quelque sorte figée<sup>65</sup> ; en tous les cas, elle n'évolue pas selon les affinités et les choix propres de la personne se prononçant sur ces relations. Ainsi, la probabilité qu'une personne donnée n'apprécie pas un membre quelconque de sa famille ou de son voisinage est *a priori* plus élevée que pour un ami. Une distinction importante sépare cependant la famille des voisins, notamment en termes d'obligations sociales transparaissant dans les normes et valeurs reconnues comme importantes<sup>66</sup>. Cela implique un plus grand attachement à la famille, dont les membres se côtoient *a priori* depuis un certain temps et présentent davantage de similitudes, qu'aux voisins, surtout s'ils viennent d'arriver et s'ils sont différents<sup>67</sup>. Les voisins peuvent aussi intégrer la sphère amicale. Les relations avec eux peuvent alors relever du réseau amical autant que de celui du voisinage : il n'est donc pas exclu que l'individu puisse privilégier le premier, reconnaissant l'ami-voisin en tant qu'ami plutôt que voisin<sup>68</sup>.

L'âge influence cet ordre relatif : les personnes les plus âgées fréquentent moins leurs amis et leurs collègues que les plus jeunes générations. D'une part, la sortie de la vie active implique une mise à distance des liens avec les collègues, qui reposent alors uniquement sur la volonté de prolonger certaines relations sans être soutenue par la sociabilité quasi quotidienne existant sur le lieu de travail. D'autre part, la sphère amicale s'érode à mesure que s'écoulent les années. Les liens familiaux semblent, en revanche, se renforcer chez les populations les plus âgées, puisque 43 % des 75 ans ou plus fréquentent des membres de leur famille (hors ménage) chaque semaine. Cela est peut-être dû à la prise en charge par un membre plus jeune de certaines tâches (faire les courses, aide au ménage) ou à un souci de vérifier que tout se passe bien. L'effet du genre se limite, quant à lui, à une sociabilité mensuelle plus importante avec les collègues pour les hommes (16 %) plutôt que pour les femmes (12 %). Cette sociabilité entre collègues est par ailleurs davantage le fait des

---

<sup>65</sup> En toute rigueur, la famille évolue également (naissance, mariage, divorce, décès) tout comme les voisins (déménagements).

<sup>66</sup> Fleury C. (2010) « La famille : une valeur sûre », *Cahier n°2010-14*, Differdange : CEPS/INSTEAD

<sup>67</sup> Fleury C. et Borsenberger M. (2010) « Les résidents du Luxembourg et leurs voisins : attitudes et sentiment de solidarité », *Working Papers n°2010-25*, Differdange : CEPS/INSTEAD

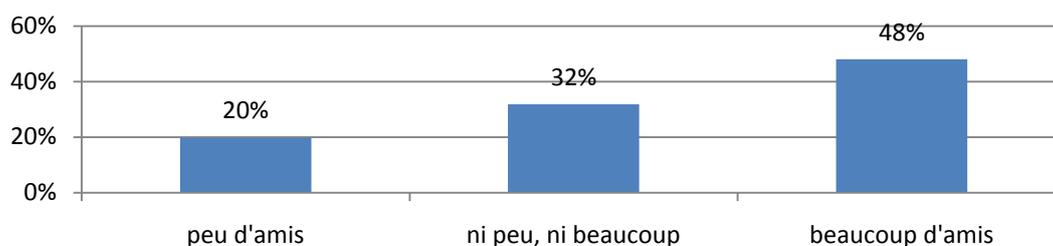
<sup>68</sup> Cette passerelle peut également exister avec la sphère des collègues, qui peuvent devenir des amis.

professions intellectuelles et scientifiques (21 %). Le niveau de vie ne semble pas jouer de rôle ici. En revanche, la sociabilité de voisinage est relativement plus développée lorsque le niveau de vie est plus faible. La répartition traditionnelle<sup>69</sup> entre, d'un côté, sociabilité amicale et professionnelle dans les classes sociales privilégiées, impliquant de fait une plus grande ouverture sur l'extérieur et, de l'autre, sociabilité familiale et de voisinage dans les classes populaires, reflétant une sociabilité plus restreinte, ne se vérifie que partiellement au Luxembourg. Notamment, la sociabilité de voisinage concerne une proportion similaire chez les professions intellectuelles et scientifiques (10 %), les métiers dans le secteur des services ou de la vente (11 %) et chez les ouvriers qualifiés, agriculteurs et artisans (13 %). Par ailleurs, la sociabilité familiale ne se distingue pas selon les niveaux de vie..

### 4.3. IMPORTANCE ET DIVERSITE DU RESEAU SOCIAL : AUTO-APPRECIATION

#### 4.3.1. Importance et diversité sociale du réseau amical

Graphique 46 : **Diriez-vous que vous avez beaucoup ou peu d'amis ?**



Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Lecture : les réponses collectées sur une échelle allant de 1 (peu) à 10 (beaucoup) ont été regroupées pour former les modalités « peu d'amis » (points 1, 2, 3 et 4 de l'échelle), « ni peu, ni beaucoup » (points 5 et 6) et « beaucoup d'amis » (points 7, 8, 9 et 10).

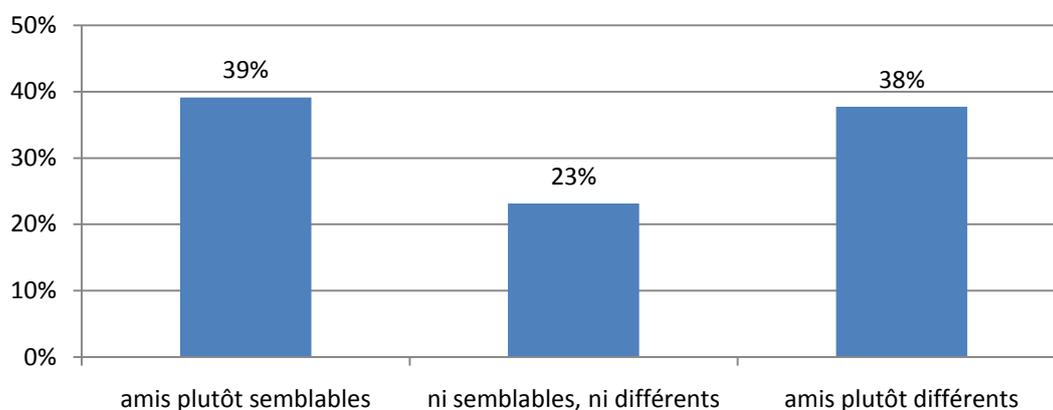
L'appréciation de l'importance de son réseau amical est, de toute évidence, une mesure subjective : chacun se fait sa propre idée de l'amitié et de qui est considéré ou non comme un ami. Toutefois, cette mesure, même relative, nous est parue intéressante, en ce qu'elle permet d'apprécier les opportunités d'engagement dans les activités culturelles liées à l'importance des relations sociales.

Dans l'ensemble, près de la moitié de la population résidente estime avoir un nombre relativement important d'amis tandis qu'un tiers juge ce réseau ni important, ni faible. La taille de ce réseau décroît avec l'avancée en âge, ce qui tendrait à confirmer le rétrécissement du réseau social que nous avons supposé pour les populations plus âgées (et l'incidence que cela peut avoir en termes d'opportunités de pratiques et de sorties culturelles). A l'inverse, sa taille augmente à mesure que le niveau de scolarisation et le niveau de vie s'élèvent. Enfin, le

<sup>69</sup> Gire F., Pasquier D. et Granjon F. (2007) « Les pratiques de loisirs des Français », *Réseaux*, vol. 25, n°145-146

genre ne joue pas sur l'estimation du nombre d'amis : hommes et femmes donnent des indications similaires sur l'échelle mesurant l'importance du réseau amical.

Graphique 47 : **Diriez-vous que votre réseau d'amis est composé surtout de gens...**



Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Lecture : les réponses collectées sur une échelle allant de 1 (gens très différents) à 10 (gens qui se ressemblent) ont été regroupées pour former les modalités « amis plutôt semblables » (points 7, 8, 9 et 10 de l'échelle), « ni semblables, ni différents » (points 5 et 6) et « amis plutôt différents » (points 1, 2, 3 et 4).

Lorsque l'on interroge les résidents sur le degré de mixité sociale (en termes de niveau de vie, genre de travail...) au sein de leur réseau amical, les réponses se répartissent à part égale sur l'ensemble des échelles de mesure proposées : les catégories d'amis très différents, plutôt différents, ni différents ni ressemblants, plutôt semblables et très semblables recueillent à chaque fois l'adhésion d'environ un cinquième de la population<sup>70</sup>. La symétrie du graphique illustre également l'uniformité de cette répartition.

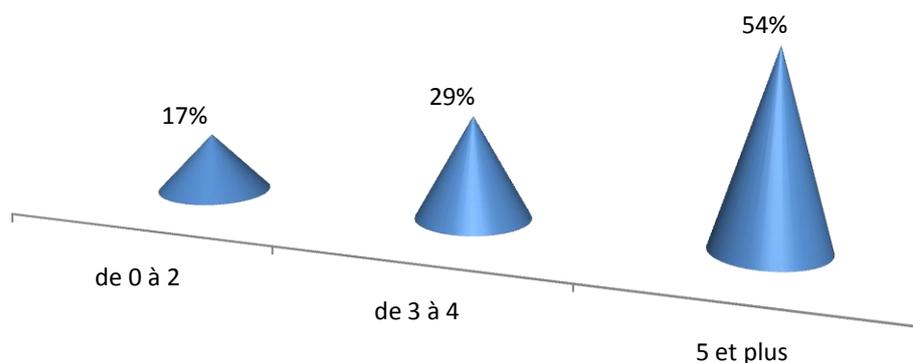
La diversité sociale du cercle d'amis décroît avec l'âge. L'homogamie sociale au sein du cercle d'amis croît par ailleurs à mesure que le niveau de scolarisation et le niveau de vie s'élèvent, ainsi que pour les professions intellectuelles et scientifiques. Tout en rappelant la forte corrélation entre ces trois dernières dimensions, il faut souligner que la période de scolarisation est propice à la construction de liens amicaux (d'où un nombre plus important d'amis) tout en participant, au fur et à mesure du parcours de vie scolaire, à une homogénéisation sociale des personnes mises en présence<sup>71</sup>. Il convient également de nuancer la prégnance de cette corrélation puisque les ouvriers qualifiés, agriculteurs et artisans sont les professions qui ont le degré d'homogamie le plus élevé après les professions intellectuelles et scientifiques.

<sup>70</sup> L'échelle proposée dans le questionnaire va de 1 à 10. Ce constat d'une répartition uniforme des réponses repose sur un regroupement des modalités deux à deux.

<sup>71</sup> Herpin N. (1996) « Les amis de classe : du collège au lycée », *Economie et Statistiques* – n°293 : 125-136

#### 4.3.2. Cosmopolitisme du réseau amical

Graphique 48 : **Nombre de nationalités différentes fréquentées au sein du cercle amical**



Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

Le cosmopolitisme peut être considéré comme important au Luxembourg puisque la moitié de la population résidente côtoie dans son cercle de relations amicales au moins cinq nationalités différentes. Cette proportion passe à 83 % si l'on considère les relations amicales avec au moins 3 nationalités différentes.

L'importance des contacts intercommunautaires dans le cadre amical augmente à mesure que s'élèvent le niveau de scolarisation et le niveau de vie. Les réseaux amicaux les plus cosmopolites sont donc ceux concentrant le plus de capital socioéconomique, tout comme l'étaient les réseaux socialement plus homogènes : diversité donc ethnique mais non sociale au sein des classes privilégiées résidentes. Le travail apparaît comme un élément capital de ces échanges intercommunautaires qui se développent dans le cercle amical ; les personnes au foyer ou retraitées forment ici les groupes sociaux les plus dépourvus de cette diversité ethnique, tout en ayant en moyenne 3,6 nationalités dans le cercle amical, ce qui reste élevé par rapport à d'autres pays.

## 5. VERS UNE ANALYSE GLOBALE DES PRATIQUES CULTURELLES ET DE LA SOCIABILITE

### 5.1. ARTICULER L'ENSEMBLE DES PRATIQUES CULTURELLES

Une analyse nous permet d'appréhender conjointement l'ensemble des différentes pratiques culturelles ainsi que, pour certaines, leur fréquence. Les résultats sont représentés dans les graphiques 49a et 49b, qui concernent respectivement l'ensemble de la population et une sous population hors élèves et étudiants, nommée population adulte dans la suite de notre propos.<sup>72</sup>

L'espace des pratiques culturelles comporte deux dimensions, communes aux deux graphiques. La première dimension s'exprime en termes de fréquences des pratiques culturelles, opposant le fait qu'elles soient absentes ou rares au fait qu'elles soient épisodiques ou régulières. La seconde dimension oppose le fait que les pratiques culturelles soient éclectiques à celui d'un choix plus exclusif. En effet, soit il y a un grand nombre de pratiques diverses effectuées à des fréquences que l'on peut dire intermédiaires (les occurrences « plus rarement » et « au moins 1 fois par mois » sont majoritaires), soit il y a peu de pratiques effectuées mais elles le sont de manière soutenue (les occurrences « régulièrement », « plusieurs fois par semaine » et « oui » sont majoritaires), ou elles sont évincées (« jamais »).

Concernant les caractéristiques sociodémographiques liées à ces dimensions, le fait de retirer les élèves et étudiants de l'analyse souligne une certaine stabilité de la première dimension. En effet, pour la première dimension (fréquence des pratiques culturelles), les caractéristiques telles que le statut (retraité, salarié, au foyer), un niveau de scolarisation primaire, la catégorie socioprofessionnelle (ouvrier qualifié, agriculteur, artisan, n'a jamais travaillé) et l'âge (25-34 ans et les 65 ans ou plus) sont mises en avant quelle que soit la population analysée. Le retrait des élèves et étudiants permet cependant de souligner l'importance d'un niveau de scolarisation supérieur (il y aurait donc une opposition entre primaire et supérieur dans la polarisation de la première dimension concernant la population adulte) et d'un niveau de vie très faible (R--)<sup>73</sup>. La seconde dimension est plus instable,

---

<sup>72</sup> Pour une présentation globale de la méthodologie employée, voir l'annexe 1.

<sup>73</sup> Lorsque l'analyse est réalisée sur l'ensemble de la population, le niveau de scolarisation supérieur et le niveau de revenu très faible (R--) sont mis à l'écart par le statut d'élève ou d'étudiant et la tranche d'âge des 16-34 ans.

puisque des six caractéristiques sociodémographiques initialement significatives (la tranche d'âge des 16-34 ans, le fait de n'avoir jamais travaillé, le fait d'être élève ou étudiant, un niveau de scolarisation primaire ou supérieur et les professions intellectuelles ou scientifiques), seul demeure le niveau de scolarisation supérieur après le retrait des élèves et étudiants.

Concernant l'espace des pratiques culturelles pour l'ensemble de la population, quatre groupes peuvent être identifiés (graphique 49a). Ils se chevauchent à la marge, sauf concernant le premier groupe, qui est inclus dans le deuxième. Le premier groupe rassemble 10 % de la population et rend compte d'une certaine absence de pratique culturelle. Il est caractérisé par les statuts de retraité et de personne au foyer, ainsi que par l'âge (65 ans ou plus). Ce groupe est inclus dans le deuxième groupe. Ce dernier rassemble 26 % de la population et rend compte de l'absence ou de la rareté de pratiques culturelles. Au profil sociodémographique du premier groupe s'ajoute le fait d'être ouvrier qualifié, agriculteur ou artisan et d'avoir un niveau de scolarisation primaire. Il semble donc qu'une variété plus importante de pratiques culturelles, qu'elles soient occasionnelles (plus rarement) ou absentes (mention des modalités « jamais » et « non »), soit en lien avec cet élargissement du profil sociodémographique. Le troisième groupe, le plus important, rassemble 41 % des individus. Il rend compte d'un éclectisme des pratiques culturelles (sortir le soir, zoo, travaux d'aiguilles, jeux traditionnels (cartes) ou électroniques (vidéo, en réseau), sorties en extérieur (promenade, randonnée), bénévolat) majoritairement occasionnelles (les modalités les plus courantes sont « épisodiquement » et « plus rarement »). Ce groupe est caractérisé par un niveau de scolarisation supérieur et les professions intellectuelles ou scientifiques. Enfin, le quatrième groupe rend compte de pratiques culturelles plus ciblées, réalisées à une fréquence plutôt régulière (« 1 fois par semaine », « plusieurs fois par semaine » et « régulièrement »). Il rassemble 23 % de la population et est caractérisé par la tranche d'âge des 16-34 ans et le fait d'être élève ou étudiant. Globalement, les résultats de l'analyse sur l'ensemble de la population soulignent que la fréquence des pratiques culturelles est décroissante à mesure que l'âge s'accroît, tandis que la variété de ces pratiques croît puis décroît avec l'âge. De la même manière, la fréquence maximale est atteinte pour les individus en cours de scolarisation, puis pour ceux ayant un niveau de scolarisation supérieur et primaire, tandis que la variété des pratiques culturelles n'est pas linéaire avec le niveau de scolarisation. L'imbrication en cercle des quatre groupes ainsi que le fait que la seconde dimension soit fortement touchée par le retrait des élèves et étudiants indiquent cependant que ces résultats sont sans doute influencés par l'hétérogénéité des variables de scolarisation et d'âge.

L'analyse de l'ensemble des pratiques culturelles sur la population adulte confirme cette sensibilité des résultats.

Concernant l'espace des pratiques culturelles pour la population adulte (hors élèves et étudiants), six groupes peuvent être identifiés (graphique 49b), dont l'un n'apparaît pas de manière significative sur le graphique. Ces groupes s'imbriquent de manière ordonnée et forment un arc de cercle de pratiques culturelles suivant une logique de fréquence (allant de « jamais » à « régulièrement ») et de ciblage/éclectisme (les fréquences intermédiaires sont associées à une variété plus importante des pratiques culturelles). Le premier groupe rassemble 15 % de la population adulte et rend compte d'une certaine absence de pratique culturelle. Il est caractérisé en termes de statut (retraité, au foyer), de catégorie socioprofessionnelle (personne n'ayant jamais travaillé, ouvrier qualifié, agriculteur ou artisan), d'âge (65 ans ou plus), de niveau de scolarisation (primaire) et de niveau de vie (très faible (R-)). Il est suivi par le troisième groupe, qui rassemble 25 % de la population adulte et rend compte de l'absence ou de la rareté des pratiques culturelles<sup>74</sup>. Son profil sociodémographique est similaire à celui du premier groupe, à l'exception des personnes retraités et ayant 75 ans ou plus, qui n'apparaissent plus. Les groupes 1 et 3 se situent donc dans une certaine continuité en termes de fréquence des pratiques culturelles ainsi qu'en relation avec leur profil sociodémographique. Puis vient le deuxième groupe, qui apporte une sorte de rupture. En effet, d'une part, seul le niveau de scolarisation supérieur ressort de manière significative. D'autre part, les pratiques culturelles sont variées et réalisées occasionnellement (les modalités les plus représentées sont « plus rarement », « épisodiquement » et « 1 fois par mois »). Ce groupe rassemble 26 % de la population hors élèves et étudiants. Enfin, le quatrième groupe participant à cet arc de cercle des pratiques culturelles rassemble 25 % de la population adulte. Il rend compte de pratiques variées, qu'elles soient occasionnelles ou régulières (les modalités « oui », « épisodiquement » et « régulièrement » sont majoritaires). Cela concerne la tranche des 25-34 ans ainsi que les personnes ayant un niveau de scolarisation supérieur. Les groupes 2 et 4 se situent donc dans la continuité l'un de l'autre. En dehors de cet arc de cercle des pratiques culturelles, le sixième groupe n'apparaît pas de manière significative, ni en termes de pratiques, ni concernant les caractéristiques sociodémographiques. Il rassemble 2 % de la population hors élèves et étudiants. Enfin, le cinquième groupe a un profil très atypique (indiqué au moyen de cercles rouges). Il est en effet très fragmenté dans l'espace des pratiques culturelles, tout en

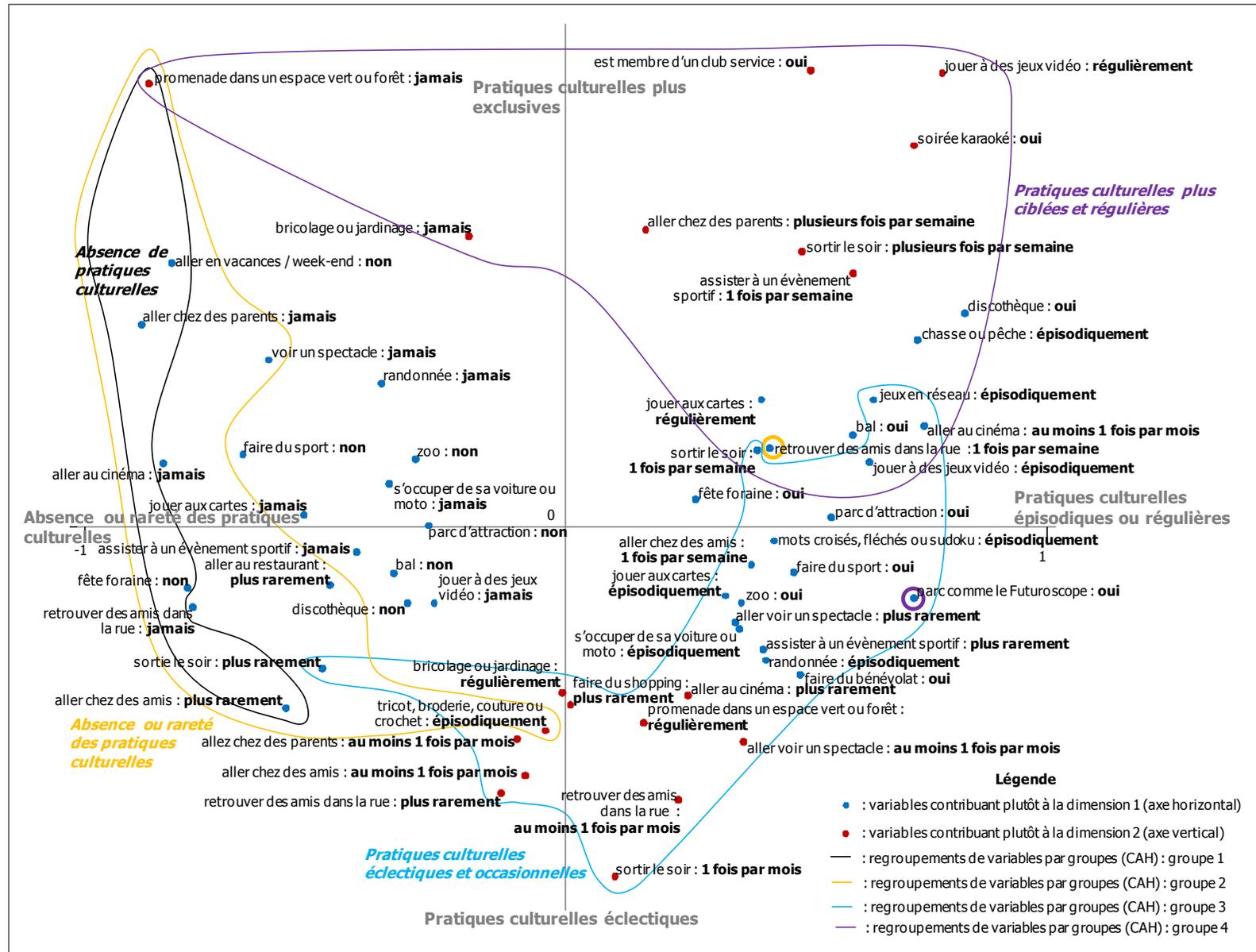
---

<sup>74</sup> Il existe cependant une exception, puisque jouer à la loterie nationale, au loto ou au PMU est effectué à une fréquence régulière.

rassemblant 7 % de la population adulte et se caractérise par la tranche d'âge des 75 ans ou plus, par le fait de n'avoir jamais travaillé et par un niveau de vie très faible (R--). Il semble rendre compte de pratiques culturelles rares et hétéroclites (karaoké, assister à un événement sportif).

L'analyse sur l'ensemble des pratiques culturelles souligne l'existence d'un espace similaire (la signification des dimensions est la même en termes de pratiques) mais de groupes différents selon qu'ils concernent l'ensemble de la population ou celle hors élèves et étudiants. Se focaliser sur la population adulte permet de souligner quatre phénomènes. Premièrement, cela interroge le rôle de certaines caractéristiques sociodémographiques, notamment celui du niveau de scolarisation. L'analyse sur la population adulte souligne une relation linéaire avec cette caractéristique sociodémographique : un niveau de scolarisation primaire va de pair avec des pratiques rares ou absentes et peu variées en termes de nombre de pratiques différentes présentes, tandis qu'un niveau de scolarisation supérieur va de pair avec des pratiques occasionnelles ou régulières, nombreuses et variées. Deuxièmement, cela permet de clarifier le profil global des pratiques culturelles dans leur espace. Troisièmement, le fait de retirer les élèves et étudiants permet de faire ressortir le lien entre l'ensemble des pratiques culturelles et le niveau de vie : ce dernier ressort et est très faible (R--) pour le groupe rendant compte de l'absence de pratique (graphique 49b). Quatrièmement, il s'agit donc de l'analyse la plus sensible au retrait des élèves et étudiants, indiquant une certaine rupture (soit générationnelle, soit en termes de cycle de vie, l'analyse ne nous permet pas de le dire) et donc la nécessité de conduire des études séparément sur les populations jeunes et adultes lorsque les pratiques culturelles sont analysées conjointement et de manière aussi globale.

Graphique 49a : **Les pratiques culturelles** - analyse en correspondance multiple et classification ascendante hiérarchique sur l'ensemble de la population



Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD



## 5.2. UNE ANALYSE GLOBALE DE LA SOCIABILITE

Une analyse nous permet d'appréhender conjointement tout un ensemble de pratiques liées à la sociabilité ainsi que, pour certaines, leur fréquence. Les résultats sont représentés dans les graphiques 50a et 50b, qui concernent respectivement l'ensemble de la population et une sous population hors élèves et étudiants, que nous nommerons population adulte dans la suite de notre propos.<sup>75</sup>

L'espace de la sociabilité comporte deux dimensions, la première étant commune aux deux graphiques. Cette première dimension oppose une sociabilité restreinte à une sociabilité sportive et amicale étendue. La sociabilité restreinte rend compte des modalités négatives (« non », « jamais ») associées à diverses pratiques (inviter, recevoir, sortir avec des amis ou des collègues hors horaires de travail, bénévolat, sport, recevoir à domicile). La sociabilité sportive et amicale étendue rend compte des différentes manières d'être lié au sport (notamment dans ou hors club, dans le cadre du bénévolat, avec des amis), de la prégnance des collègues hors travail (rencontrés notamment « au moins 1 fois par mois ») et de l'importance et de la diversité des amis (rencontrés dans un cadre sportif, « au moins 1 fois par semaine », de 5 nationalités différentes ou plus et dont le nombre est jugé élevé). En termes sociodémographiques, le retrait des élèves et étudiants joue un rôle limité : en effet, quelle que soit l'analyse, la première dimension (sociabilité restreinte *versus* étendue) est liée au niveau de scolarisation (primaire *versus* supérieur), au statut (salarié, retraité, au foyer), à la catégorie socioprofessionnelle (ouvrier qualifié, agriculteur ou artisan)<sup>76</sup> et à l'âge (la tranche des 65 ans ou plus)<sup>77</sup>.

En revanche, la seconde dimension n'a pas la même signification dans les deux espaces de sociabilité. Pour l'ensemble de la population, cette dimension oppose une sociabilité régulière à domicile à une sociabilité occasionnelle mais éclectique, car concernant l'ensemble des sphères de sociabilité mentionnées dans le questionnaire (famille, famille hors ménage, collègues hors travail, amis, voisins) (graphique 50a). Elle se caractérise par le fait d'avoir un niveau de scolarisation supérieur, être élève ou étudiant et le fait de n'avoir jamais travaillé. Pour la population adulte (hors élèves et étudiants, graphique 50b), la seconde dimension oppose une sociabilité régulière, familiale, professionnelle et à domicile à une sociabilité

---

<sup>75</sup> Pour une présentation globale de la méthodologie employée, voir l'annexe 1.

<sup>76</sup> Lorsque l'analyse est réalisée hors élèves et étudiants, les professions intellectuelles et scientifiques ressortent.

<sup>77</sup> Lorsque l'analyse est réalisée sur l'ensemble de la population, la tranche d'âge des 16-24 ans ressort. Elle est accompagnée du fait de n'avoir jamais travaillé et de celui d'être élève ou étudiant.

familiale et amicale occasionnelle. Si la sphère familiale est commune aux deux populations (mais à une fréquence différente, respectivement régulière et occasionnelle), la dimension est polarisée d'un côté par la sociabilité professionnelle et de l'autre par la sociabilité amicale. Certes, des collègues peuvent aussi être des amis (mais l'enquête ne permet pas d'approfondir ce point), mais c'est la déclaration d'une sphère de sociabilité professionnelle ou amicale qui joue ici. Et, tandis que le fait de recevoir à domicile ressort pour une extrémité de cette seconde dimension, de l'autre côté les lieux sont plus divers (« inviter, recevoir, sortir »). Par ailleurs, la seconde dimension concernant la population adulte n'est liée à aucune caractéristique sociodémographique de manière saillante.

Concernant l'espace de la sociabilité pour l'ensemble de la population, trois groupes peuvent être identifiés (graphique 50a). Ils se chevauchent et forment une structure circulaire. Le premier groupe rassemble 33 % de la population et rend compte d'une sociabilité restreinte (les modalités les plus courantes sont « plus rarement » et « jamais ») qu'il s'agisse de la pratique sportive, du fait de recevoir à son domicile, des invitations, réceptions et sorties ou de la manière de percevoir la sphère amicale (en nombre et en diversité). En termes sociodémographiques, cela concerne les personnes retraitées, au foyer, ayant un niveau de scolarisation primaire, étant ouvrier qualifié, agriculteur ou artisan et les personnes de 65 ans ou plus. Le deuxième groupe rassemble 41 % de la population : il s'agit du groupe le plus important. Il rend compte d'une sociabilité sportive et éclectique. En effet, la pratique sportive est présente selon différents angles en termes de sociabilité : avec la famille, les amis, en club, hors club, seul, dans le cadre d'une pratique bénévole. Les personnes rencontrées relèvent également de sphères très diverses (les amis, la famille, les collègues et les voisins), ce qui entraîne sans doute, comme une sorte de contrepartie, le fait que les rencontres avec chacun se produisent à une fréquence majoritairement occasionnelle (« plus rarement », « au moins 1 fois par mois »). Ce deuxième groupe est caractérisé par un niveau de scolarisation supérieur, la tranche d'âge des 16-24 ans et le fait d'être élève ou étudiant. Enfin, le troisième groupe rend compte d'une sociabilité plus ciblée. En effet, les membres de la famille hors ménage ne sont jamais rencontrés, tandis que le fait d'inviter, de recevoir ou de sortir avec des collègues en dehors des horaires de travail se produit de manière régulière (« au moins 1 fois par mois », « au moins 1 fois par semaine »). Soulignons également que ce groupe fait ressortir le fait de recevoir à domicile régulièrement (« 2 à 3 fois par mois », « 1 fois par semaine »). Il rassemble 26 % de la population et se caractérise par une hétérogénéité en termes d'âge (ce sont les tranches des 16-24 ans et des 75 ans ou plus qui ressortent), le fait d'être élève ou étudiant et le fait de n'avoir jamais travaillé. Comme précédemment concernant l'analyse sur l'espace des pratiques culturelles, l'organisation circulaire des groupes indique que considérer

la population totale peut influencer les résultats à travers l'hétérogénéité des variables d'âge et de scolarisation<sup>78</sup>. Le changement de signification de la seconde dimension pour l'espace de sociabilité dans les deux analyses va également dans ce sens.

Concernant l'espace de la sociabilité pour la population adulte (hors élèves et étudiants), trois groupes peuvent être identifiés (graphique 50b), qui se chevauchent et forment un arc de cercle selon une logique de fréquence (« jamais », puis « plus rarement » et « au moins 1 fois par semaine »). Par ailleurs, en termes de contenu de pratiques de sociabilité, ils ont une définition proche de celle de l'analyse sur l'ensemble de la population. En suivant l'ordre des fréquences, nous commençons avec le troisième groupe, qui rassemble 29 % de la population adulte et rend compte d'une sociabilité restreinte (mention des modalités « plus rarement » et « jamais ») concernant le même profil sociodémographique que son homologue dans l'analyse sur l'ensemble de la population : les personnes retraitées, au foyer, ayant 55 ans ou plus, d'un niveau de scolarisation primaire et étant ouvrier qualifié, agriculteur ou artisan. Puis suit le premier groupe, qui est majoritaire et rassemble 51 % de la population adulte. Il rend compte d'une sociabilité sportive et éclectique. En revanche, si l'importance d'un niveau de scolarisation supérieur demeure, ce groupe est ici caractérisé par le fait d'être salarié et d'avoir une profession intellectuelle ou scientifique. Enfin, le deuxième groupe rend compte d'une sociabilité régulière (ce sont les modalités les plus fréquentes qui sont mentionnées). Il rassemble 20 % de la population adulte et concerne les professions intellectuelles ou scientifiques ainsi que les 75 ans ou plus.

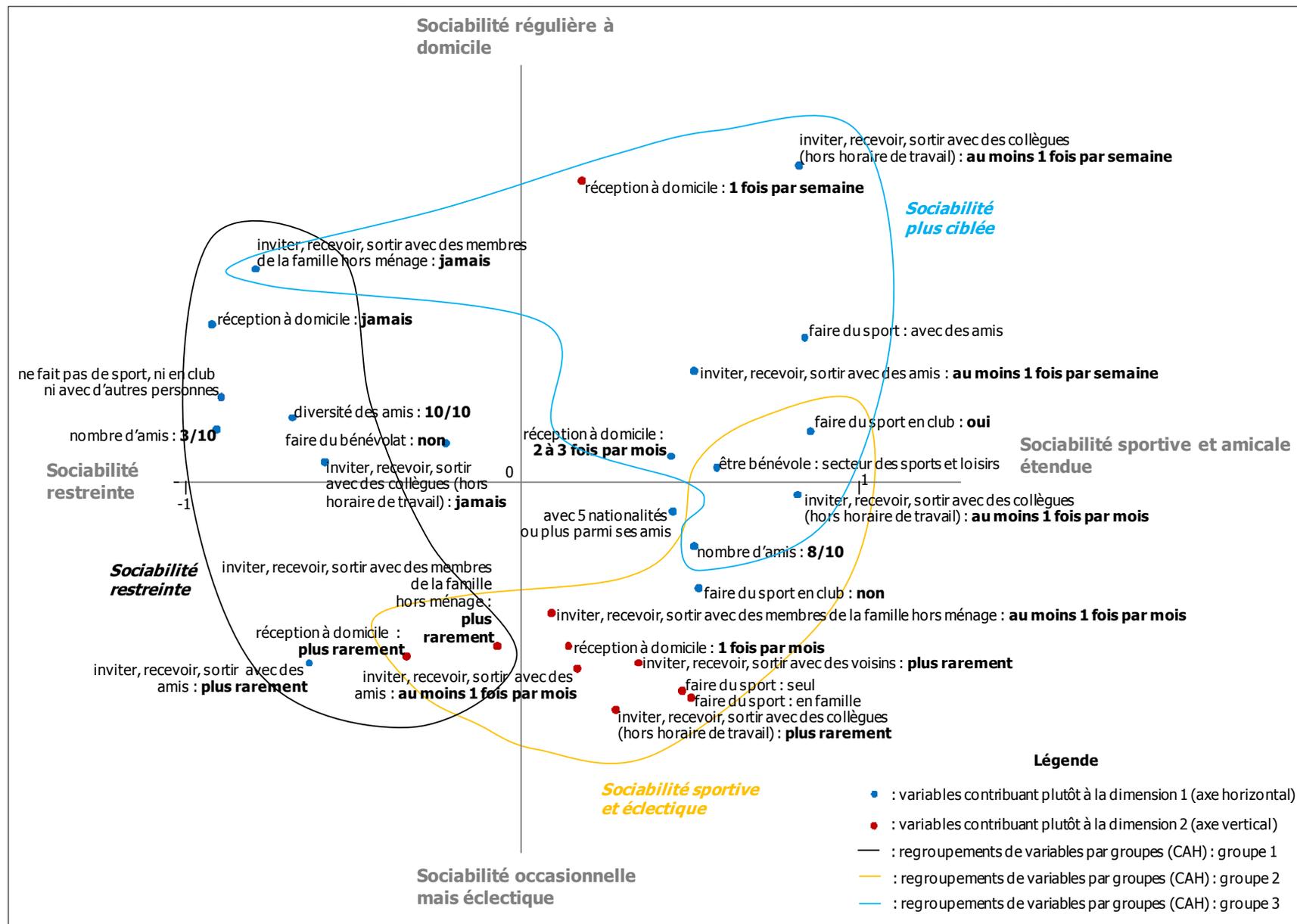
L'analyse sur la sociabilité souligne l'existence de deux espaces distincts entre l'ensemble de la population et de la population adulte. Ainsi, se focaliser sur cette dernière permet de souligner trois phénomènes. Premièrement, tout en conservant une polarisation en termes de fréquence (occasionnelle *versus* régulière), la seconde dimension change de signification pour les sphères de sociabilité concernées. Le retrait des élèves et étudiants permet de mettre en avant l'importance de la sociabilité amicale *versus* celle de la sociabilité professionnelle à ses deux extrémités. Deuxièmement, en dépit de son changement de signification, les trois groupes de chaque espace de sociabilité ont des contenus proches en termes de pratiques de sociabilité, notamment celui concernant la sociabilité restreinte. Troisièmement, le retrait des élèves et étudiants de l'analyse touche surtout la définition sociodémographique des groupes.

---

<sup>78</sup> Pour rappel, considérer la population dans son ensemble implique ici que les niveaux de scolarisation indiqués renvoient à la fois à une scolarisation terminée et à une scolarisation en cours.

Il convient donc de privilégier des études séparées concernant les jeunes et les adultes lorsque l'on appréhende la sociabilité de manière aussi globale.

Graphique 50a : **La sociabilité** - analyse en correspondance multiple et classification ascendante hiérarchique sur l'ensemble de la population



Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD



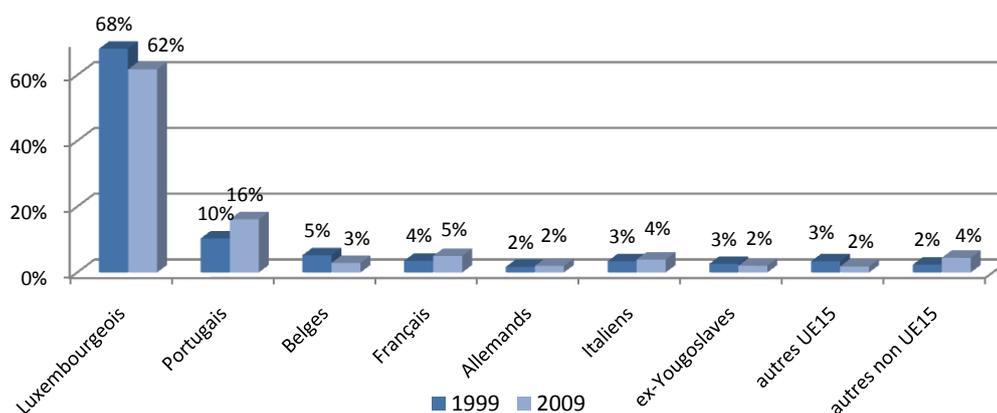
## CHAPITRE 6. CULTURE ET MULTICULTURALISME

### 1. PROFILS « CULTURELS » DES RESIDENTS

Avec ses 43 % d'étrangers<sup>79</sup> (originaires pour la plupart du Portugal, de l'Italie et des pays limitrophes) et ses trois langues officielles (luxembourgeois, allemand et français), le Luxembourg est d'abord et avant tout une société multiculturelle et plurilingue. Avant d'envisager comment se jouent ces différentes influences culturelles dans le rapport à l'art et à la culture, il importe d'avoir un premier aperçu du profil socioculturel des résidents.

#### 1.1. MULTICULTURALISME

Graphique 51 : **Evolution de la composition de la population**



Source : Enquêtes Culture 2009 et PSELL-2/1999, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD  
Champ : individus âgés de 16 ans ou plus

Le caractère cosmopolite de la population s'est accru en 10 ans. La population de nationalité luxembourgeoise baisse de près de 6 points sur la période. Par ailleurs, quatre minorités étrangères voient leur poids relatif augmenter (portugaises, françaises, italiennes et non UE15) alors que la part des autres groupes diminue. La communauté portugaise se différencie des autres populations étrangères par son élargissement conséquent. Elle regroupe 16 % des résidents en 2009, soit trois fois plus que le groupe étranger suivant (5 % de Français). L'écart n'était que du simple au double une décennie plus tôt (avec 10 % de Portugais et 5 % de Belges).

<sup>79</sup> 43,1 % pour l'ensemble de la population, tous âges confondus, au 1<sup>er</sup> janvier 2010 (STATEC (2011) *Le Luxembourg en chiffres*).

Les différents groupes nationaux ne partagent pas toujours les mêmes caractéristiques sociodémographiques. Ainsi les Luxembourgeois et les Italiens sont plus âgés que la moyenne (près de la moitié de cette population a 50 ans et plus en 2009) et, corrélativement, comptent plus de retraités que les autres groupes nationaux (respectivement 23 % et 25 % de pensionnés). A l'inverse, plus des trois quarts des Portugais et des ex-Yougoslaves (populations à immigrations plus récentes) ont moins de 50 ans.

Les niveaux de formation scolaire sont également très dissemblables d'une nationalité à l'autre. La population portugaise rencontre les niveaux de scolarisation les plus faibles (64 % d'entre elle ne dépasse pas le niveau primaire). A l'opposé, les Français, les Allemands, les Belges et les autres ressortissants de l'UE (ni Luxembourgeois ni Italiens) comptent une majorité absolue ou relative de diplômés du postsecondaire. Le découpage en catégories socioprofessionnelles montre que les Belges, les Français, les Allemands et les autres ressortissants européens sont surreprésentés dans les élites économiques (dirigeants et professions intellectuelles et scientifiques). On retrouve également plus de dirigeants que la moyenne chez les Italiens. A l'inverse, la minorité portugaise et les ex-Yougoslaves ont des actifs situés majoritairement dans le bas de l'échelle socioéconomique. Ainsi, 60 % des Portugais et plus de 50% des ex-Yougoslaves appartiennent, en 2009, aux classes ouvrières ou assimilées (agriculteurs, artisans).

Ces écarts de formation et de positionnement professionnel s'accompagnent d'une différenciation en termes de niveaux de vie. Près des trois-quarts des ex-Yougoslaves et des Portugais ont un faible niveau de vie. A l'inverse, plus de 40 % des Allemands et des autres ressortissants de l'UE ne faisant ici pas partie d'une nationalité singularisée se situent dans les tranches de niveaux de vie élevés. Cette proportion est légèrement inférieure à 40 % chez les Belges et les Luxembourgeois.

## 1.2. PLURILINGUISME

### 1.2.1. Les relations langagières

Tableau 49 : **Les relations langagières**

	langues parlées en famille			langues parlées au travail			langue parlées avec les amis		
	en 1er	en 2nd	total	en 1er	en 2nd	total	en 1er	en 2nd	total
luxembourgeois	56%	10%	65%	48%	15%	63%	60%	7%	67%
français	14%	24%	38%	36%	42%	78%	20%	46%	66%
allemand	3%	6%	9%	6%	8%	14%	2%	10%	13%
portugais	16%	3%	20%	5%	8%	14%	12%	6%	18%
anglais	2%	2%	4%	4%	7%	12%	2%	7%	8%
italien	3%	3%	6%	0%	1%	1%	1%	2%	3%
autre	6%	3%	9%	1%	1%	2%	3%	3%	5%
pas de 2 <sup>ème</sup> langue	-	49%	49%	-	17%	17%	-	20%	20%
<i>pas de famille/ travail/amis...</i>	0%	0%	0%	27%	27%	27%	0%	0%	0%

Lecture : 56 % de la population parle en premier le luxembourgeois à la maison, 1 % de la population parle en second l'anglais dans le cadre du travail et 20 % de la population est unilingue dans les relations amicales.

Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

L'importance relative des différentes langues au sein de la sphère familiale est à relier au poids de chaque communauté nationale dans le pays. Ainsi, le luxembourgeois, est l'idiome le plus pratiqué dans le cadre de la famille (56 %) en 2009. On retrouve ensuite la langue portugaise. Cette deuxième position s'explique par l'importance des immigrés lusophones dans le pays (portugais, mais aussi cap verdiens). Le français n'arrive qu'au troisième rang en tant que langue primordiale dans les rapports familiaux (14 %), mais il y représente l'idiome le plus utilisé en deuxième position, par un quart de la population. Remarquons également que la moitié de la population développe des échanges multilingues dans le cadre du foyer, une situation assez exceptionnelle en Europe.

Les réponses relatives à la communication dans la sphère professionnelle révèlent la domination de la langue française, *lingua franca* utilisée en premier et deuxième choix par près de 80 % des actifs. Le luxembourgeois arrive en deuxième position, utilisé par 63 % des individus. Il y a ensuite une importance très minime des autres langues. Le caractère multilingue de la communication liée à l'activité professionnelle est bien plus élevé que celui des échanges familiaux. Plus de 80 % des personnes parlent au moins deux langues dans l'exercice de leur fonction. Cela doit être également un cas exceptionnel à l'échelle d'un Etat de l'Union européenne. La taille du pays et le caractère attractif de son économie pour les minorités étrangères permettent d'expliquer cette situation singulière. Les relations amicales

s'organisent également autour des langues luxembourgeoise et française pour la très grande majorité de la population (66-67 %). On remarque cependant une différence dans l'utilisation de ces deux idiomes. Le luxembourgeois est la langue primordiale d'une majorité absolue de la population (60 %) dans les échanges amicaux alors que le français se démarque des autres langues en étant celle la plus usitée en deuxième choix (46 %).

### 1.2.2. Les capacités linguistiques

Tableau 50 : **Les capacités linguistiques**

		luxembourgeois	français	allemand	anglais
parler	aucune difficulté	67%	79%	66%	34%
	quelques-unes	7%	16%	7%	24%
	beaucoup	11%	4%	6%	13%
	pas de notion	15%	1%	21%	29%
comprendre	aucune difficulté	70%	84%	69%	39%
	quelques-unes	10%	13%	7%	23%
	beaucoup	9%	2%	5%	11%
	pas de notion	11%	1%	19%	27%
lire	aucune difficulté	65%	80%	68%	40%
	quelques-unes	8%	14%	5%	19%
	beaucoup	6%	4%	5%	8%
	pas de notion	22%	3%	22%	33%
écrire	aucune difficulté	50%	70%	63%	32%
	quelques-unes	14%	18%	7%	23%
	beaucoup	8%	7%	6%	11%
	pas de notion	28%	5%	24%	34%

Source : *Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD*

Le Luxembourg est probablement le seul pays européen dans lequel on va trouver des proportions de locuteurs français et allemands aussi élevées. La reconnaissance de ces deux idiomes et du luxembourgeois comme langues nationales et le système éducatif articulé autour de ces trois langues permettent d'expliquer ce phénomène. De fait, la présence de plusieurs communautés romanophones dans le pays et l'ancrage du français dans la sphère publique et économique luxembourgeoise permettent d'expliquer que cette langue soit la mieux pratiquée, à l'oral et à l'écrit. L'importance du groupe des Luxembourgeois et son appartenance à l'espace linguistique germanique, l'existence d'une minorité allemande dans le pays et l'enseignement de l'allemand comme langue d'alphabetisation en milieu scolaire expliquent ensuite l'arrivée en deuxième et troisième positions du luxembourgeois et de l'allemand. On remarquera encore que si la quasi-totalité de la population est capable de communiquer en français, cela est un peu moins vrai pour les autres langues nationales : en

effet, plus de 15 % de la population n'a aucune notion du luxembourgeois et 21 % pour ce qui est de l'allemand.

Chaque groupe national aura plus ou moins de difficulté à comprendre les langues luxembourgeoise, française, allemande et anglaise. De fait, les Luxembourgeois sont les seuls à pratiquer avec autant d'aisance le luxembourgeois, le français et l'allemand, et leur connaissance de l'anglais se situe au niveau de la moyenne nationale. La minorité allemande est, quant à elle, la plus à même à parler, comprendre (pour près des trois quarts de ses membres) et lire le luxembourgeois, ce qui se comprend aisément par la proximité des deux langues. Ils sont cependant moins nombreux à être en mesure de l'écrire.

L'anglais est la 3<sup>ème</sup> langue la mieux pratiquée par les Allemands. Le français arrive en quatrième position. Mais notons qu'une part relativement plus importante d'Allemands parlent ou comprennent le français que de Français pratiquent l'allemand. Ainsi, 46 % des Français ne peuvent pas communiquer en allemand alors que 16 % seulement des Allemands sont incapable de parler le français. Cette situation s'explique par la place incontournable du français dans les échanges communicationnels récurrents dans l'espace alors que l'allemand occupe une fonction plus accessoire. On peut également invoquer les plus grandes facilités et capacités linguistiques des Allemands, et plus largement de l'ensemble des germains par rapport à leurs voisins latins, comme l'atteste un certain nombre d'études européennes à ce sujet. Les groupes romanophones du Luxembourg (portugais, belges francophones, français et italiens) utilisent, quant à eux et en toute logique, le français avec le moins de difficulté.

Les relations de ces quatre groupes aux autres langues ne sont pas les mêmes. Les Italiens ont une meilleure compréhension du luxembourgeois ce qui s'explique très certainement par leur présence plus ancienne sur le territoire mais ils sont suivis de près par les ex-Yougoslaves et les autres ressortissants européens. Enfin, les Belges et Allemands ont une connaissance de l'anglais supérieure à la moyenne nationale alors que les communautés portugaise et ex-Yougoslaves prises dans leur globalité seront moins en mesure de l'utiliser avec aisance. Les autres ressortissants de l'Union européenne se distinguent surtout par une capacité à utiliser l'anglais bien supérieure à celle des autres groupes nationaux considérés (une partie non négligeable de ce groupe est d'ailleurs de nationalité anglaise). Plus de 80 % d'entre eux n'ont aucune difficulté à comprendre cette langue quel que soit le type de pratique (parler-comprendre-lire-parler) alors que les taux de connaissance optimaux de cette langue dans la population globale se situent entre 31 et 40 % en fonction des usages. Les ex-Yougoslaves se caractérisent par une connaissance de l'allemand supérieure à celles des autres groupes nationaux, à l'exception, bien évidemment, des Allemands d'origine. Leur niveau de compréhension de l'allemand est équivalent à celui relatif au français. Enfin, les résidents extracommunautaires se distinguent par leur difficulté à utiliser avec aisance au

moins une des trois langues nationales du pays (essentiellement le luxembourgeois). Le français est la langue la mieux pratiquée par ce groupe, mais, à titre d'exemple, 41 % seulement de ses membres arrivent à l'écrire sans difficulté. Par ailleurs, leur connaissance de l'anglais ne dépasse que légèrement la moyenne nationale.

### 1.3. LES CONTACTS INTERCOMMUNAUTAIRES

Une question de cette enquête permettait d'apprécier au niveau du cercle amical l'importance des contacts avec chacune des communautés nationales qui composent le Luxembourg. Il est important de signaler, à ce propos, que la plus ou moins grande ouverture de chaque groupe aux autres communautés nationales est à mettre en rapport avec l'importance numérique des différentes nationalités au sein du pays. *A priori*, plus on appartient à une grande communauté et plus on a de chance de privilégier des relations amicales intenses dans ce groupe car les opportunités pour tisser des relations avec d'autres ensembles seront plus réduites.

De fait, les Luxembourgeois, qui constituent le groupe majoritaire, ont une plus grande propension que les autres à avoir un réseau amical situé principalement dans leur communauté nationale : 87 % d'entre eux déclarent des relations intenses avec des amis luxembourgeois, là où cette proportion varie entre 8 % et 16 % dans le cas des relations amicales avec chacun des autres groupes nationaux. A l'inverse, une part plus conséquente de chaque minorité aura tendance à développer un réseau amical dans le groupe dominant mais aussi dans les autres communautés nationales. En effet, plus du quart des membres de chaque minorité, exception faite des ressortissants extracommunautaires (ex-Yougoslaves exclus), déclare avoir de nombreux contacts avec des amis luxembourgeois. La proximité linguistique a alors un rôle dans l'émergence de liens intercommunautaires plus ou moins forts. Ainsi, près de 60 % des Allemands déclarent avoir de nombreux contacts avec des amis luxembourgeois. La proximité linguistique entre les groupes allemands et luxembourgeois, mais également l'absence d'autres communautés germanophones dans le pays, peut contribuer à expliquer cette intensité des relations mise en lumière par les individus d'outre-Moselle. Les Allemands ne sont, en revanche, que 6 % à avoir d'importantes relations amicales avec les communautés romanophones installées dans le pays (Portugais : 6 % - Belges : 3 % - Français : 9 % - Italiens : 3 %) qui, elles mêmes, déclarent ne pas avoir de relations intenses avec des Allemands dans au moins la moitié des cas.

Les relations intercommunautaires au sein de l'ensemble romanophone sont très variées. Belges et Français développent par exemple un tissu relationnel assez équilibré. Les Belges déclarent fréquenter les Français avec la même intensité que les Français à leur égard. Dans le

même temps, près du quart des Italiens signalent avoir beaucoup de relations amicales avec la communauté portugaise tandis que « seulement » 12 % de ce groupe met en avant ce type d'échanges importants avec des transalpins. Par ailleurs, plus la minorité est réduite et plus elle développe des relations amicales hors de sa communauté. Ainsi 86 % des Portugais (16% de la population) développent des relations amicales intenses au sein de leur groupe national, ce qui les rapprochent du modèle luxembourgeois, alors que 70 % des Français, Belges ou Italiens structurent un tel relationnel à l'intérieur de leur groupe national et moins de 60% des Allemands.

## 2. LES LANGUES PRIVILEGIEES DE LA CULTURE

### 2.1. LES CHAINES DE TELEVISION LES PLUS REGARDEES

Tableau 51 : **Chaînes de télévision regardées le plus souvent**

	citées en 1 <sup>er</sup>	citées en 2 <sup>nd</sup>	total
allemandes	43%	20%	63%
françaises	27%	29%	56%
luxembourgeoises	15%	30%	45%
portugaises	8%	6%	14%
belges	1%	6%	7%
anglaises	2%	4%	5%
italiennes	2%	2%	4%
américaines	0%	1%	1%
espagnoles	0%	0%	1%
autres	2%	1%	3%
pas de second choix	-	3%	3%

Source : *Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD*

Champ : les auditeurs télévisuels

Il est intéressant de remarquer que les chaînes allemandes arrivent en tête des choix télévisuels alors que cette langue est en retrait dans les relations familiales, professionnelles et amicales de la population prise dans sa globalité. Près des deux tiers des résidents regardent une chaîne émise en Allemagne.

Les programmes français et luxembourgeois arrivent respectivement en deuxième et troisième position. Viennent ensuite des offres nationales variées captant des micro-audiences. Le retrait des chaînes luxembourgeoises, la relative fragmentation des choix télévisuels nationaux et la place des chaînes d'outre-Moselle s'expliquent par le profil linguistique des résidents et les limites du marché télévisuel national. La taille du pays et le

nombre restreint d'auditeurs unilingues ne permettent pas de développer une production télévisuelle interne capable de capter la quasi-intégralité des résidents contrairement à ce qui se passe dans les grands Etats européens (France, Allemagne, Royaume-Uni, Italie, Espagne).

L'analyse des programmes pour chaque nationalité montre tout d'abord que les chaînes allemandes attirent 84 % du public de nationalité luxembourgeoise. L'influence culturelle allemande reste donc ici dominante, bien que les Luxembourgeois maîtrisent aussi bien les langues allemande que française.

Les programmes français séduisent quant à eux une majorité écrasante des quatre minorités romanophones en prise avec la langue de Molière dans la vie quotidienne. Entre 73 et 96 % des publics italien, portugais, belge et français regardent des émissions venant de France et 44 % des Luxembourgeois visionnent également ces programmes, d'où la deuxième position occupée par les chaînes françaises auprès du public global.

La télévision luxembourgeoise capte, quant à elle, au minimum, deux fois plus d'auditeurs dans les communautés luxembourgeoise et allemande (61-66 %) que dans les autres groupes nationaux. Les autres chaînes mobilisent soit des auditoires nationaux réduits, soit des publics situés essentiellement dans une communauté. Ainsi les programmes portugais attirent 78 % de la population issue du Portugal, ainsi que 22 % des ressortissants extracommunautaires (dans lesquels on trouve une partie non négligeable de Cap-Verdiens lusophones) mais seulement un auditoire infime auprès des autres groupes nationaux (6 % d'auditeurs chez les Français qui arrivent ici en troisième position).

Les choix télévisuels des téléspectateurs n'apparaissent pas différenciés selon le genre car chaque ensemble audiovisuel national produit des contenus en mesure de séduire autant les hommes et les femmes. La structure par âge des auditeurs des différentes télévisions regardées dans le pays montre pour sa part que les chaînes allemandes se singularisent par leur capacité à séduire davantage les adultes les plus jeunes et les plus âgés. Elles sont suivies, en premier et deuxième choix cumulés, par 80 % des 16-24 ans et des 65-74 ans, mais également par 80 % des étudiants là où les chaînes françaises ne mobilisent qu'environ 50 % des membres de ces catégories.

La formation scolaire, les catégories socioprofessionnelles et le niveau de vie du public mobilisé par les différentes chaînes nationales sont très variables. Les chaînes intéressant une communauté nationale en particulier ont un auditoire dont le profil scolaire, le positionnement sur l'échelle socioéconomique et les moyens financiers seront sensiblement identiques à ceux de ce groupe. Ainsi, les télévisions portugaises, comme nous l'avons vu, captent avant tout la population portugaise. Celle-ci a un niveau de formation scolaire

relativement bas, ses actifs se concentrent dans les classes ouvrières et la partie la plus importante de ses membres ont un niveau de vie très faible. C'est pourquoi le public majoritaire des télévisions portugaises aura une formation scolaire minimale (primaire et moins), une activité rattachée au monde ouvrier et une capacité financière parmi les plus limitées.

Les autres chaînes nationales peuvent également intéresser les personnes ayant un faible niveau de vie, celles disposant d'une faible formation et celles situées en bas de l'échelle socioéconomique, mais elles recrutent aussi des proportions élevées d'auditeurs dans les catégories plus scolarisées, les élites économiques et financières. Ainsi, 65 % des ouvriers non qualifiés regardent les chaînes françaises en premier et deuxième choix, mais ces télévisions arrivent également à séduire 67 % des dirigeants.

## 2.2. LA PRESSE ECRITE

### 2.2.1. Langues de lecture

Tableau 52 : **Langues de lecture de la presse : évolution sur la période 1999-2009**

	<b>1999</b>	<b>2009</b>
français	68%	77%
allemand	79%	68%
luxembourgeois	34%	36%
anglais	19%	18%
portugais	8%	15%
italien	3%	5%
autre langue	3%	3%
espagnol	2%	2%
néerlandais	4%	2%

Source : *Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD*

Champ : le lectorat de la presse écrite

Il est intéressant de noter que l'on assiste à un renversement de situation en une décennie. Le français passe de la seconde à la première place en tant que langue de lecture de la presse écrite et l'allemand est rétrogradé en deuxième position. Par ailleurs, le portugais a presque rattrapé l'anglais, resté stable, comme langue de lecture des journaux et magazines.

Les changements de la composition sociodémographique du Luxembourg permettent de comprendre ce phénomène. La forte croissance de la population portugaise et le renforcement de la communauté française au cours de la période peuvent être avancés

comme des raisons explicatives de ces évolutions. Mais il y a eu également une mutation des préférences au sein des populations résidentes installées depuis plus longtemps.

L'arrivée du français comme première langue de lecture trouve son origine dans un attrait croissant de cet idiome auprès des Luxembourgeois, des Portugais, des autres ressortissants de l'Union européenne et des résidents extracommunautaires. Ainsi la proportion de Luxembourgeois lisant la presse de langue française passe de 65 à 72 % en 10 ans. A l'inverse, la presse en langue allemande mobilise moins de lecteurs luxembourgeois (passage de 97 à 91 % sur la décennie) et elle n'a pas été en mesure d'intéresser d'une manière plus conséquente d'autres nationalités, d'où cette baisse globale constatée.

Les articles de presse en langue luxembourgeoise<sup>80</sup> gagnent un public dans la plupart des autres groupes nationaux dont la communauté portugaise (+ 6 points). L'essor conséquent de la lecture de la presse portugaise doit s'expliquer, quant à lui, par l'augmentation de la communauté portugaise installée dans le pays

Par ailleurs, on peut constater que les articles écrits en luxembourgeois ainsi que la presse italienne arrivent à mobiliser une part croissante de leur public dans les classes d'âge les plus élevées, un vieillissement du lectorat qui n'est pas dû aux changements démographiques des populations concernées. Ainsi, 11 % des 75 ans ou plus lisent la presse italienne en 2009 alors qu'ils étaient 3 % dix ans plus tôt. Les tendances se maintiennent pour d'autres langues. On remarque que les proportions de lecteurs en langues française, anglaise et portugaise se réduisent plus on avance dans le cycle de vie tant à la fin des années 1990 que 2000.

Si chaque journal a une ligne éditoriale spécifique, qui participe à la définition implicite de son public, la langue utilisée joue également sur le profil du lectorat qui y est rattaché. Les caractéristiques du lectorat d'un type de presse nationale seront alors calquées sur celles de ce groupe. Ainsi, la lecture de la presse en portugais au Luxembourg concerne principalement la communauté portugaise et, de fait, ce lectorat partage les spécificités que la communauté portugaise prise dans sa globalité. Ce lectorat est plus important chez les personnes ayant les plus bas niveaux de formation, les niveaux de vie les plus modestes et une profession se situant en bas de l'échelle socioéconomique. On remarque même une accentuation de ces spécificités du lectorat lusophone en 10 ans.

Les publics de langues allemande et luxembourgeoise ont, inversement, un ancrage plus soutenu en 2009 qu'en 1999 au sein des élites culturelles, sociales et économiques de la nation. Ainsi, les articles de presse en langue luxembourgeoise intéressent près de la moitié

---

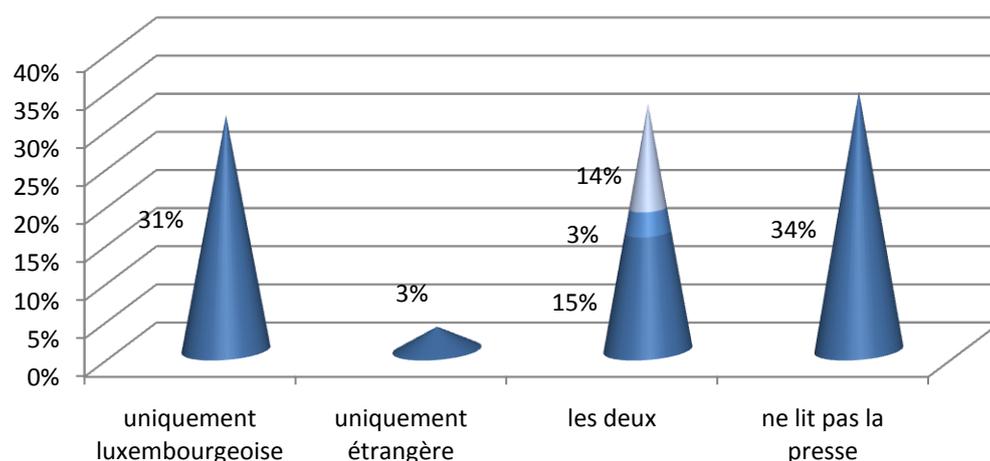
<sup>80</sup> En toute rigueur, il n'existe pas de presse intégralement rédigée en luxembourgeois.

des personnes disposant d'un niveau de vie très élevé (R + +) en 2009, alors que « seulement » 35 % de cette classe lisaient la presse en luxembourgeois 10 ans plus tôt.

La presse en langue française arrive à capter un public large dans plusieurs communautés nationales installées au Luxembourg, ce qui explique le profil moins tranché de son lectorat. On retrouve en 2009 des parts équivalentes de lecteurs francophones parmi les élites et les autres catégories. Par ailleurs, la base du lectorat en langue française s'est élargie en 10 ans. Le caractère à tendance élitaire rattaché à cette pratique de lecture disparaît sur la décennie. Ainsi, 81 % des personnes disposant d'un niveau de vie très faible (R - -) lisent la presse en langue française en 2009 contre 52 % à la fin des années 1990. Dans le même temps, la part du lectorat possédant des ressources les plus élevées (R + +) est restée stable (76 %).

### 2.2.2. Presse nationale et presse étrangère

Graphique 52 : La lecture de la presse luxembourgeoise et étrangère



*NB : concernant la catégorie « les deux », 15 % lisent les deux types de presse mais le plus souvent celle éditée au Luxembourg, 3 % lisent les deux types de presse mais le plus souvent celle éditée à l'étranger et 14 % lisent à la fois la presse luxembourgeoise et la presse étrangère.*

*Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD*

La presse se caractérise par un système de diffusion ancré principalement au sein des territoires étatiques. Le public cible visé par la quasi-totalité des journaux s'inscrit avec récurrence dans un contexte local, régional ou national car la structuration d'un lectorat massif rendant l'activité de presse économiquement rentable est envisageable à ces échelles. Par ailleurs, la définition des messages médiatiques est à relier à l'identité collective des émetteurs et des récepteurs de contenus. La parole journalistique sélectionne et médiatise un flux informationnel pour un public dont l'horizon d'attente est généralement structuré par un

contexte identitaire situé à l'intérieur des Etats. L'offre et la demande de contenus journalistiques situées au-delà des frontières étatiques sont faibles ou très spécialisées car les espaces d'appartenance, d'attente informationnelle et d'interprétation sont plus fragmentés à cette échelle. Ainsi, le *Financial Times* en Europe est l'un des seuls organes de presse arrivant à structurer un espace médiatique multinational car il s'adresse essentiellement à un public de niche, dont l'espace de référencement identitaire est décloisonné : les acteurs en charge du monde économique globalisé.

De fait, la situation luxembourgeoise confirme le caractère dominant de la presse nationale que l'on retrouve dans d'autres contextes étatiques. Le lectorat de la presse nationale représente les deux tiers de la population alors que le tiers des résidents lit les journaux édités à l'étranger. Notons cependant que ce tiers de lecteurs de la presse étrangère doit représenter une part très forte en comparaison des autres Etats européens. La taille du Grand-Duché et ses caractères cosmopolite et polyglotte permettent d'expliquer ce phénomène. Parallèlement à cela, l'écart entre le lectorat des productions conçues dans le pays et celui rattaché aux journaux étrangers s'accroît lorsque l'on prend en considération les usages quotidiens. La moitié des individus consulte la presse luxembourgeoise tous les jours alors que seulement 14 % d'entre eux en font de même avec la presse étrangère.

Par ailleurs, les résidents peuvent avoir une démarche de lecture exclusive ou partagée. Il peut y avoir un focus sur la presse nationale, sur celle venant de l'extérieur du pays ou, au contraire, une pratique conciliant une réception des messages nationaux et étrangers. L'enquête 2009 montre clairement que les lecteurs exclusifs privilégient les journaux luxembourgeois. Ces derniers sont dix fois plus nombreux que ceux concentrant leur attention uniquement sur la presse étrangère (31 % des résidents contre 3 %). Les individus, dont la pratique est plus partagée, tendent soit à lire plus souvent les journaux nationaux (15 % d'individus), soit à consulter les deux presses d'une manière équivalente (14 % d'entre eux). Le public privilégiant les journaux étrangers, dans une logique de consommation multinationale, est beaucoup plus restreint (3 % des résidents).

Les caractéristiques sociodémographiques de ces différents types de lectorat soulignent le caractère prédominant de la nationalité d'origine dans les préférences nationales ou étrangères. Ainsi, les Luxembourgeois constituent le public le plus fortement mobilisé par une lecture exclusive de la presse nationale : 42 % d'entre eux lisent uniquement les journaux du pays, soit au minimum deux fois plus que les membres des autres groupes nationaux. A l'inverse, la lecture exclusive de la presse étrangère est quasi inexistante au sein de cette

population (1 %) et la plus fréquente chez les Français (11 %). Enfin, les Allemands sont les plus sensibles à la lecture partagée presse nationale/presse étrangère. La moitié d'entre eux ont ce genre de pratique, laquelle va séduire au maximum 37 % des membres des autres ensembles nationaux en présence.

Les lectrices sont plus nombreuses que les lecteurs à cibler leur attention sur les journaux nationaux (34 contre 28 %), mais la proportion d'hommes lisant les deux types de presse est supérieure à celle des femmes (38 % contre 26 %). Notons également que l'âge est un critère discriminant important. Plus les résidents avancent en âge et plus ils ont tendance à lire exclusivement la presse luxembourgeoise (42 % des 55-64 ans et 57 % des 65 ans ou plus), là où les jeunes générations s'orientent plus volontiers vers une lecture partagée presse nationale/presse étrangère.

La répartition par niveau scolaire signale que, plus la scolarité des résidents s'élève et plus ils sont nombreux à lire les deux presses. Le quart de la population la moins diplômée lit des journaux de plusieurs origines nationales contre 44 % des individus appartenant à l'élite du savoir éducatif. Les catégories socioprofessionnelles dites supérieures (dirigeants, professions intellectuelles et scientifiques) et les individus ayant un niveau de vie très élevé forment également les lectorats privilégiés de la presse multinationale. (58 % des dirigeants, par exemple, lisent conjointement les presses nationale et étrangère, contre 20 % des ouvriers non qualifiés, de même que les individus les plus aisés (42 %) sont deux fois plus nombreux à s'intéresser à ces deux types de presse que ceux ayant un niveau de vie très faible (19 %).

### 2.3. LA LECTURE DE LIVRES

Tableau 53 : **Langues de lecture des livres et des BD**

	uniquement	souvent	parfois	rarement	jamais
luxembourgeois	1%	5%	7%	15%	72%
allemand	26%	38%	6%	3%	27%
français	22%	37%	13%	7%	21%
anglais	5%	13%	11%	12%	59%
portugais	3%	4%	2%	2%	89%
italien	1%	2%	1%	3%	93%
autre langue	1%	4%	2%	1%	92%

*Champ : ensemble des individus ayant lu au moins un livre/BD au cours des 12 derniers mois*

*Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD*

On remarque que l'allemand et le français sont à la fois les langues de lecture d'ouvrages et de BD les plus fréquemment utilisées et celles dont l'usage a le caractère le plus exclusif.

Ainsi les trois quarts de la population consultent un livre en allemand et le quart lisent uniquement via cet idiome. Par ailleurs, le luxembourgeois écrit attire avec plus ou moins d'intensité à peine plus du quart de la population bien qu'il soit parlé par une majorité d'individus. De fait, cette langue est faiblement porteuse d'informations scripturales. Le manque d'ouvrages en luxembourgeois et l'absence d'habitudes dans le public luxembourgeois pour ce type de littérature ancre avant tout cette langue dans la sphère orale.

Par ailleurs, les livres écrits en anglais mobilisent un intérêt parmi 40 % des résidents bien que son usage quotidien reste très en retrait par rapport aux autres langues dominantes, tant au niveau des sphères relationnelles directes (travail, famille, amis) que des relations médiatisées (presse, télévision).

Les livres édités dans les autres langues ont un public très étroit. Ainsi, les ouvrages portugais captent une proportion de lecteurs inférieure à la part de Portugais dans le pays. Cette communauté représente 16 % de la population mais la lecture de livres et de BD en portugais n'intéresse que 7 % du total des résidents en 2009.

Les pratiques linguistiques varient en fonction de certains critères sociodémographiques. On remarque notamment de grands écarts en fonction de la nationalité. Le français est la seule langue de lecture captant plus des trois-quarts du lectorat, soit 70 % ou plus des personnes rattachées à sept ensembles nationaux sur neuf (français, luxembourgeois, portugais, belges, italiens, ressortissants extracommunautaires, ex-Yougoslaves). Elle se distingue ainsi des autres idiomes, qui ont plus de mal à séduire une part importante de lecteurs dans un grand nombre de communautés.

L'allemand est pratiqué par plus de 70 % des membres de « seulement » trois groupes (luxembourgeois, allemand et ex-yougoslaves). L'anglais arrive à capter une part non négligeable de lecteurs dans la plupart des nationalités. Les autres langues ont un public cible surtout rattaché à une communauté. Ainsi, 72 % des ressortissants transalpins lisent des livres en italien alors que cette littérature intéresse au maximum 5 % des membres des autres nationalités. Il est intéressant de remarquer par ailleurs que les Français et les Belges sont les ensembles nationaux les moins polyglottes. Ils ont, en moyenne, moins de deux langues de lecture alors que les autres en pratiquent deux ou plus.

Les langues captent un public variable en fonction du niveau scolaire des lecteurs. L'importance du lectorat tend à augmenter avec l'élévation de la scolarité à l'exception du public lusophone (voire italien). Cela est particulièrement vrai pour la lecture de livres en anglais, qui concerne 61 % des personnes ayant atteint un niveau postsecondaire et seulement 15 % des lecteurs de niveau primaire ou inférieur. Les lecteurs en langue

portugaise se recrutent, quant à eux, essentiellement au sein des catégories faiblement scolarisées, soit un profil scolaire proche de celui des résidents lusophones.

Notons que la littérature en langue française est celle captant la plus forte proportion des élites du savoir académique (92 % des postsecondaires), soit 24 points de mieux que les livres en allemand qui arrivent ici en deuxième position (68 % des postsecondaires). Le français occupe également une place dominante chez les élites économiques : 90 % des dirigeants et 93 % des intellectuels et scientifiques lisent des ouvrages dans la langue de Molière alors que celle de Goethe intéresse respectivement 63 % et 77 % de ces deux groupes. Mais cela ne signifie pas pour autant que ces deux idiomes s'adressent de manière exclusive aux populations situées au sommet de l'échelle sociale. Les trois cinquièmes des ouvriers qualifiés, agriculteurs et artisans lisent également dans ces deux langues. A l'inverse, la langue de Shakespeare séduit avant tout un public élitiste, là où le lectorat lusophone se retrouve à plus forte raison au sein des membres de la classe ouvrière. Enfin, la répartition de la population par niveau de vie montre que l'italien et le portugais sont les deux seules langues singularisées dans l'enquête pour lesquelles la part du lectorat décroît avec l'élévation des ressources financières (en accord avec le niveau de vie plus modeste de ces populations nationales). L'anglais et, dans une moindre mesure, la langue de Rodange ont un lectorat structurellement plus élitiste que le français et l'allemand. Ainsi, la langue d'outre-Manche va intéresser deux fois plus de personnes parmi les plus nanties que parmi les plus démunies (R ++ : 52 % ; R - - : 23 %) alors que le français capte respectivement 87 % et 72 % des individus rattachés à ces deux catégories de niveau de vie.

### 3. LA CONNAISSANCE DES PERSONNALITES DE LA CULTURE LUXEMBOURGEOISE

*(Tableau page suivante)*

Tableau 54 : La connaissance des personnalités de la culture luxembourgeoise

	ne connaît pas	domaines d'activité								
		NSP	littérature	BD	danse	théâtre	cinéma	musique	peinture/ sculpture	photographie
Michel Rodange	40,3	6,1	49,7	0,4	0	0,6	0,6	1,0	1,0	0,3
Thierry van Werveke	41,4	1,3	0,1	0	0	7,3	49,0	0,5	0,4	0
Andy Bausch	42,4	2,8	0,5	0	0	3,1	49,5	0,9	0,8	0
Edward Steichen	51,3	4,5	2,2	0	0	0,6	0,4	0,4	2,5	38,1
Edmond de la Fontaine	56,9	4,7	36,2	0,2	0	0,5	0,2	0,6	0,6	0,1
Thorunn	59,7	1,8	0	0	0	0,1	2,7	35,5	0	0,2
Batty Weber	61,7	4,9	26,3	0	0,1	4,0	0,7	1,4	0,7	0,2
Gast Waltzing	62,0	1,2	0	0	0	0,8	1,1	34,5	0,3	0,1
Roger Leiner	64,2	1,4	1,1	30,5	0	0,3	0,2	0,4	2,0	0,1
Lucien Wercollier	66,8	1,3	0,1	0,1	0	0,2	1,0	0,4	29,6	0,5
Sacha Ley	74,0	1,9	1,2	0	0,5	8,8	3,1	9,8	0,5	0,2
Robert Brandy	76,6	0,6	0,5	0	0	0,1	0	0,2	22,0	0
André Mergenthaler	77,8	2,3	0,7	0	0	0,5	0,4	17,7	0,5	0,1
Myriam Muller	79,8	1,7	0,1	0	0,6	9,5	7,0	1,0	0,3	0
Nico Helminger	82,3	3,2	11,6	0	0	0,8	0,9	0,1	1,0	0,1
Sylvie Camarda	87,7	1,1	0,2	0	10,1	0	0,1	0,7	0,1	0

Source : Enquête Culture 2009, Ministère de la Culture et CEPS/INSTEAD

NB : les bonnes réponses (domaines d'activités correctement attribués) correspondent aux cases grisées

Cette enquête s'est intéressée à la question de la proximité des résidents à la culture luxembourgeoise en interrogeant le degré de connaissances (nom connu et domaines d'activité identifiés) d'un certain nombre de personnalités littéraires ou artistiques luxembourgeoises. Parmi les 16 personnalités proposées seules trois sont connues par une majorité absolue de la population : un écrivain du dix-neuvième dont la littérature a participé à l'ancrage de l'identité linguistique luxembourgeoise (Michel Rodange) et deux membres de la culture cinématographique contemporaine (Andy Bausch et Thierry Van Werveke). Ces trois représentants des arts et lettres sont connus par environ 60 % des résidents. Mais cette connaissance peut être aléatoire. Ainsi 10 % des individus déclarant connaître Michel Rodange et Andy Bausch, ne savent pas à quel(s) segment(s) de la culture rattacher leurs œuvres.

Comme on pouvait s'y attendre, les Luxembourgeois ont la meilleure connaissance des personnalités de la culture de leur pays. Ils connaissent ainsi en moyenne plus de la moitié d'entre elles alors qu'aucun autre groupe national ne connaît plus du tiers de ces figures des arts et lettres. Ils savent également mieux les situer dans leurs domaines artistiques respectifs.

Parallèlement à cela, plus la population est âgée et plus elle déclare connaître un nombre important d'icônes culturelles, avec cependant une baisse chez les 75 ans ou plus. Par ailleurs, la connaissance des grands noms de la culture nationale croît avec le niveau de formation et le niveau de vie. Ainsi, huit noms « parlent » aux individus disposant du niveau de vie le plus élevé alors que la population ayant le niveau de vie le plus faible connaît à peine deux personnalités figurant sur la liste. Enfin les intellectuels et les scientifiques constituent la catégorie socioprofessionnelle la plus à même de cerner les représentants emblématiques de la culture luxembourgeoise (9 noms connus), mais les décalages avec les deux catégories suivantes, professions intermédiaires et employés de bureau, ne sont pas très importants. Ces deux groupes sont, en effet, familiers avec le nom de plus de 7 artistes luxembourgeois.

## CONCLUSION

### LA CONSECRATION DE LA CULTURE DE L'ÉCRAN

Cette enquête sur les pratiques culturelles au Luxembourg confirme la tendance d'une emprise toujours plus forte des médias audiovisuels et de la culture de l'écran sur les modes de vie contemporains. Les loisirs télévisuels, qui occupaient déjà une part importante du temps libre des résidents en 1999, ont encore progressé en dix ans et se couplent aujourd'hui avec toute une série de loisirs numériques. En cumulant le temps passé à regarder la télévision, des vidéos ou face à un ordinateur, il est possible de donner une mesure approximative du temps moyen que la population résidente âgée de 15 ans ou plus consacre aux écrans. Celui-ci atteint allègrement, en 2009, les quatre heures quotidiennes.

Au-delà de ces chiffres, qui donnent la mesure de l'importance qu'occupe aujourd'hui la culture de l'écran dans le temps libre, il est intéressant de constater que la différenciation sociale tend à moins s'exprimer dans le temps dédié à la télévision, tandis qu'elle est relativement forte pour celui dédié à Internet. En effet, si la télévision continue à former le loisir des classes populaires par excellence, on remarquera, toutefois, un phénomène de rattrapage en la matière au cours de ces dix dernières années. Les élites, traditionnellement en retrait de l'univers des loisirs cathodiques, se montrent, en effet, de plus en plus attirées par ce média. Par ailleurs, ces mêmes élites s'orientent massivement vers les nouveaux écrans.

Il convient également de souligner que, concernant la télévision, les individus dans leur ensemble et quelles que soient leurs caractéristiques sociodémographiques ont un comportement plutôt éclectique face à la programmation. Les émissions traditionnellement étiquetées comme étant l'apanage des classes dites cultivées sont ainsi également regardées par les classes dites populaires. Concernant Internet, l'âge intervient pour différencier les usages, les plus jeunes utilisant Internet de manière variée, tandis que, lorsque l'analyse porte uniquement sur la population adulte (hors élèves et étudiants), les usages retrouvent une différenciation sociale.

Parallèlement à cette montée en puissance des médias audiovisuels, s'observe un mouvement de déclin ou de stagnation des médias plus traditionnels. La presse écrite quotidienne connaît, en dix ans, une érosion non négligeable de son lectorat, avec une perte de son attrait auprès des plus jeunes générations. L'arrivée de chaque nouvelle génération se traduit par une baisse significative du nombre de lecteurs de journaux, inscrivant, de la sorte, la presse écrite dans un mouvement de recul par le simple jeu du renouvellement

générationnel. L'apparition, entre temps, de la presse numérique, malgré sa plus forte capacité d'attraction auprès des segments plus jeunes de la population, n'a pas suffi à enrayer le mouvement ni à renouveler les habitudes de lecture en matière de presse écrite. En revanche, l'arrivée des quotidiens gratuits semble avoir favorisé un certain retour à la lecture chez les jeunes générations. La prise en compte conjointe des lectures de la presse payante et gratuite oriente, en effet, la pratique à la hausse et, ce, tout particulièrement dans les jeunes générations, pour lesquelles le coût semble ainsi apparaître comme un frein à ce type de lecture.

La lecture de la presse écrite conserve, par ailleurs, un caractère élitiste, pour se rencontrer à plus forte raison dans les milieux instruits et socialement favorisés de la population, avec des écarts qui tendent même à se renforcer au cours de la période 1999-2009. La lecture de magazines reste, quant à elle, fortement liée au ciblage éditorial, qui opère une segmentation entre presses masculine et féminine.

La radio connaît, de son côté, une fréquence d'écoute relativement stable au cours de la décennie 2000, mais enregistre une perte de ses auditeurs journaliers auprès des segments les plus jeunes de la population : une désaffection qui inscrirait ce média dans un mouvement de recul si cette tendance générationnelle se poursuivait.

Cette première comparaison dans le temps des pratiques audiovisuelles et médiatiques au Luxembourg montre ainsi une emprise toujours plus forte de la culture de l'écran sur les modes de vie contemporains, au détriment des habitudes de lecture de la presse écrite et des loisirs audio. Mais ce temps supplémentaire passé devant les écrans n'a pas pour autant entamé la propension des individus à sortir le soir ni à fréquenter les équipements culturels. L'hypothèse d'un déclin de la culture savante ou prétendue telle sous l'effet de la montée en puissance des médias audiovisuels, impliquant de fait un certain repli sur la sphère privée, demeure ici infondée : le spectacle vivant, tout comme la littérature, se portent relativement bien dans l'univers des loisirs des résidents.

## UNE PARTICIPATION CULTURELLE A LA HAUSSE

Globalement la participation à la vie culturelle et artistique du pays a augmenté au cours de cette dernière décennie : la lecture de livres, les sorties culturelles ou encore les pratiques artistiques en amateur ont connu un élargissement important de leur public en dix ans.

Entre 1999 et 2009, la proportion de lecteurs de livres est passée de 56 à 70%, tout comme la part de lecteurs plus conséquents est devenue plus importante. Les amateurs de cinéma, de théâtre, de concerts, de musées et d'autres sites du patrimoine ou encore de

spectacles de rue, touchent, en 2009, une part de la population étant jusqu'à 25 points supérieure à celle de 1999. Enfin, cette enquête révèle également le développement d'une culture plus expressive, à travers un certain engouement pour les activités artistiques en amateur, notamment dans le domaine de la photo-vidéo, dont les usages ont été profondément modifiés par l'arrivée en force de la technologie numérique sur le marché. La part de la population développant une activité liée à un domaine artistique a presque doublé en dix ans et une bonne partie de cette évolution tient à l'essor considérable qu'a connu la photographie au cours de cette période. L'expérience plus directe de l'art touche ainsi, en 2009, 4/5<sup>ème</sup> de la population. Et si l'on exclut ici la prise de photographies ou de films vidéo, activités dont la démarche artistique est peut-être moins évidente, ce sont encore 60 % des individus qui s'investissent dans les loisirs artistiques en amateur.

Cet élargissement des publics de la culture se conjugue, dans le cas de la lecture de livres et des pratiques artistiques en amateur, avec une certaine intensification de la pratique. En matière de fréquentation des équipements culturels, on peut, tout au plus, parler d'une diversification des sorties culturelles. En effet, les données disponibles en la matière (fréquence des sorties au cinéma et au spectacle) tendent à souligner que cette augmentation des publics a surtout été celle des amateurs occasionnels, notamment dans le cas de la fréquentation des salles obscures.

Plusieurs interprétations restent possibles pour expliquer cette implication plus forte des résidents luxembourgeois dans la vie culturelle et artistique. Cette hausse globale de la participation culturelle pourrait s'expliquer par le fait que l'on a affaire, en 2009, à des populations plus instruites, plus qualifiées et plus jeunes qu'en 1999, public privilégié de la culture. Toutefois, ce renforcement du poids relatif des catégories sociales les plus familières au monde des arts et de la culture ne suffit pas à couvrir l'élévation de la participation observée pour les différentes activités culturelles. Enfin, et surtout, cette hausse globale de la participation culturelle a concerné l'ensemble de la population. Les couches sociales plus défavorisées ont tout autant bénéficié d'un accès facilité à la culture que les classes privilégiées.

Peut-on pour autant parler d'une démocratisation des conditions d'accès à l'art et à la culture ou tout au moins d'un certain rattrapage par les milieux sociaux les plus en retrait de la vie culturelle et artistique ? Les données recueillies par les enquêtes successives de 1999 et 2009 montrent à ce sujet des résultats variables.

En se focalisant sur quelques catégories sociales types, emblématiques de fortes disparités sociales dans le domaine des pratiques culturelles<sup>81</sup>, il n'est apparu aucun changement structurel évident en matière de lecture de livres, car si l'augmentation du lectorat a touché un peu plus les milieux sociaux les plus éloignés du monde du livre, les pratiques plus intensives continuent à se concentrer chez les élites, en 2009 autant qu'en 1999. On remarquera, en revanche, une certaine réduction des inégalités sociales dans le cas des sorties au cinéma, à des spectacles de danse, au musée et, de manière moins prononcée, à des concerts de musiques autres que classique. La hausse générale observée en matière de fréquentation des équipements culturels a, dans ces cas présents, davantage touché, en part relative, les catégories sociales les plus démunies et les plus en retrait de la vie culturelle et artistique du pays que les autres. A l'inverse, dans le domaine des pratiques artistiques en amateur, force est de constater la permanence des inégalités sociales qui traversent ces loisirs artistiques, exception faite des activités semi-artistiques liées à la photographie et à la vidéo, où l'arrivée du numérique semble avoir, ici, œuvré en faveur d'une popularisation de ces usages et d'une diminution des écarts sociaux en la matière.

Quelles que soient les évolutions constatées, il apparaît toutefois difficile de parler d'une démocratisation des conditions d'accès à l'offre culturelle tant les inégalités sociales en la matière demeurent importantes, avec des taux de participation qui passent le plus souvent du simple au double selon que l'on se situe en bas ou en haut de l'échelle sociale.

Une autre source d'explication à cette hausse de la participation culturelle observée sur la période 1999-2009 pourrait résider dans les changements intervenus dans l'offre culturelle et dans la dynamique culturelle créée notamment à l'occasion de l'événement « Luxembourg-Grande Région, Capitale Européenne de la Culture 2007 ».

A partir d'une question relativement directe posée dans le questionnaire, il apparaît que cet événement a eu un impact positif et durable sur les sorties culturelles pour 16 % de la population. Dans le même temps, la crise économique qui sévit depuis lors, est considérée comme une source de réduction des dépenses culturelles pour une part plus importante encore d'individus (un quart de la population). Les effets liés à des événements particuliers restent difficiles à cerner et reposent, ici, sur les impressions des répondants plutôt que sur des faits.

Il est peut-être plus juste de considérer que cette croissance de la participation culturelle s'inscrit dans une dynamique culturelle plus ancienne, avec un premier événement

---

<sup>81</sup> Les plus diplômés *versus* les moins diplômés, les professions intellectuelles et scientifiques *versus* les classes ouvrières, un niveau de vie élevé *versus* un niveau de vie faible.

mobilisateur qui remonte à 1995, année où le Luxembourg fut, pour la première fois, « Capitale européenne de la culture ». Rappelons également que, déjà en 2005, les taux de fréquentation des équipements culturels de la population résidente avaient augmenté par rapport à 1999. On peut, dès lors, imaginer que l'élargissement continu de l'offre culturelle au cours de ces dernières années, mais aussi sa plus grande visibilité, aient amené un nombre croissant d'individus à se rendre à des spectacles, musées ou expositions. L'offre culturelle suscite, à cet égard, une opinion favorable dans l'opinion publique luxembourgeoise, et une majorité relative de résidents n'attend, à ce propos, aucun changement particulier en la matière en vue d'une participation plus élevée.

Enfin, il est encore possible d'imaginer que les bouleversements produits par l'arrivée du numérique et de l'Internet dans les conditions de production et de diffusion de la culture aient pu avoir des effets positifs sur certaines sorties culturelles. Dans le cas de la musique, on peut très bien supposer que les facilités d'écoute et de téléchargement des contenus musicaux permises par Internet aient généré moins de dépenses en biens culturels, un gain d'économie, qui peut alors se réinvestir dans des choix plus privilégiés de consommation musicale. Les gens achètent peut-être moins de disques mais se rendent davantage à des concerts. De même que la fréquentation des salles de cinéma n'apparaît pas souffrir, à l'heure actuelle, des effets de la concurrence accrue en matière de diffusion cinématographique exercée par les nouvelles possibilités toujours plus souples et performantes pour regarder des films : DVD, téléchargement sur Internet, vidéo à la demande... Plutôt qu'à des effets de substitution, il semble probable que l'on assiste à des effets de complémentarité et de renforcement entre pratiques culturelles traditionnelles et nouvelles pratiques numériques. Cet accès extraordinaire aux œuvres artistiques et littéraires les plus diverses, offert par Internet, en atténuant la force des barrières symboliques, a peut-être donné goût à l'art et à la culture à un nombre croissant d'individus et ce, peut-être, auprès de catégories de la population peu familières à la fréquentation des équipements culturels. Parallèlement à cela, la révolution numérique a aussi favorisé le développement d'une culture plus expressive. L'engouement extraordinaire qu'ont connu la photographie et la vidéo au cours de ces dix dernières années, sous l'effet de la diffusion massive des appareils numériques, en est le meilleur exemple. Mais c'est également dans le domaine de la musique, de l'écriture et des arts graphiques que de nouvelles activités créatrices assistées par ordinateur ont vu le jour, orientant, avec elles, les pratiques artistiques en amateurs à la hausse.

## PRATIQUES CULTURELLES, SORTIES ET DIFFERENCIATION SOCIALE

Les analyses globales des sorties et des pratiques culturelles mettent en avant une certaine prégnance de la différenciation sociale. En effet, elles soulignent que les pratiques culturelles et les sorties font jouer des rouages similaires. D'une part l'absence de sortie ou de pratique culturelle s'oppose à des sorties et des pratiques culturelles plus intenses. D'autre part, on note une opposition entre un domaine plutôt classique et exclusif et un domaine plus éclectique. On observe globalement une évolution conjointe entre un *continuum* sociodémographique et un *continuum* de degré de pratiques. Ainsi, plus le statut socioéconomique est élevé (niveau de vie très élevé, professions intellectuelles ou scientifiques *versus* un niveau de vie très faible et les professions d'ouvrier qualifié, agriculteur ou artisan), plus le nombre de sorties ou de pratiques culturelles est élevé. Il en est de même lorsque le niveau de scolarisation augmente ou que l'âge diminue.

En revanche, plus le statut socioéconomique est élevé, plus il est associé à une sélection plus exclusive des pratiques culturelles, qui se recentrent alors sur un domaine plus classique (comme l'opéra ou la musique classique par exemple) investi avec une intensité accrue. L'éclectisme des pratiques culturelles est donc plutôt l'apanage des individus ayant des pratiques occasionnelles.

Concernant les sorties, les personnes qui sortent le plus et pour des sorties les plus diverses sont celles qui ont les statuts socioéconomique, monétaire et scolaire le plus élevé. En effet, le niveau de vie entre plus directement en ligne de compte étant donné que l'accès à ces sorties représente un coût monétaire. Le fait d'avoir un niveau de scolarisation primaire, un niveau de vie très faible ou un statut socioéconomique globalement faible est ainsi lié soit au fait de ne pas réaliser de sorties, soit au fait de le faire à une fréquence intermédiaire.

## PRATIQUES CULTURELLES ET SOCIABILITE DANS UNE SOCIETE

### MULTICULTURELLE

Le Luxembourg, avec ses 43 % d'étrangers, ses trois langues officielles, ses frontières communes avec trois pays, présente très certainement une situation relativement unique en Europe. Aussi, ses résidents développent un rapport étroit à l'étranger, que ce soit en termes de voyages ou de consommations médiatiques.

Les résultats de cette enquête montrent, en effet, la forte influence des cultures voisines dans l'univers des loisirs médiatiques au Luxembourg : les télévisions allemandes et françaises figurent ainsi au premier rang des chaînes les plus regardées et la moitié des lecteurs de journaux lit la presse étrangère. Force est de constater, dans ce domaine, l'influence accrue de la France et de la langue française au cours de ces dix dernières années. En effet, en matière de presse écrite, on assiste à un renversement de tendance : le français, qui figurait comme la seconde langue de lecture en 1999, après l'allemand, occupe la première place en 2009. De même, les chaînes de télévision françaises passent en dix ans du troisième au deuxième rang des chaînes les plus regardées (devançant ainsi, en 2009, les chaînes luxembourgeoises). Parallèlement à cela, le français se révèle comme la deuxième voire, dans certains cas, la première langue la plus pratiquée au Luxembourg dans les sphères familiales, professionnelles et amicales. C'est également la langue la mieux maîtrisée, à l'oral comme à l'écrit, par les résidents luxembourgeois. Les changements de la composition sociodémographique du Luxembourg, avec une présence accrue des communautés romanophones dans le pays, mais aussi l'ancrage du français dans les sphères publique et économique permettent d'expliquer que cette langue y occupe un rôle de tout premier ordre, ou de plus en plus important, dans les sphères médiatiques et des relations sociales. L'influence croisée de l'Allemagne et de la France, le trilinguisme de la population, privilège pour l'essentiel des résidents de nationalité luxembourgeoise, et l'ouverture sur l'étranger apparaissent comme des éléments clés de la culture luxembourgeoise.

Aussi, l'influence culturelle purement luxembourgeoise s'est révélée, dans une certaine mesure, relativement limitée lorsqu'il s'agissait de mesurer la notoriété de différentes figures emblématiques de la culture luxembourgeoise. Sur les seize personnalités littéraires et artistiques proposées, seules trois sont connues par une majorité absolue de résidents. Certes, les icônes culturelles en question s'adressaient à un public relativement confidentiel d'initiés, connues à plus forte raison dans les milieux les plus instruits de la population. Les Luxembourgeois, eux-mêmes, n'étaient familiers qu'avec une moitié d'entre elles.

Pays polyglotte, le Luxembourg est aussi et avant tout une société multiculturelle, avec une présence remarquable d'importantes communautés étrangères sur le territoire. La participation à la vie culturelle mais aussi sociale demeure à cet égard fortement différenciée en fonction de la nationalité d'origine des résidents : les Européens non Portugais et les Luxembourgeois sont ceux qui réalisent le plus d'activités culturelles, tandis que les Portugais et les ressortissants extracommunautaires se maintiennent un peu plus à l'écart de celles-ci, surtout concernant les sorties. Inversement, la nationalité portugaise est plus liée que les autres au développement d'une sphère amicale plus intense.

Ces affirmations doivent cependant être nuancées car le profil sociodémographique lié aux nationalités fait apparaître des caractéristiques socioéconomiques différentes en termes de niveau de scolarisation, de niveau de vie, d'âge et de catégories socioprofessionnelles. Dans la mesure où ces caractéristiques sont fortement corrélées aux pratiques culturelles, il convient de réaliser des analyses supplémentaires afin de mieux cerner les rouages d'une plus ou moins grande implication dans les activités culturelles. De même il serait intéressant de prolonger cette étude par une analyse de l'évolution des loisirs culturels en fonction de l'ancienneté des résidents sur le territoire, en comparant ici les comportements culturels des migrants de première et de seconde génération. Dans quelle mesure les pratiques culturelles entre Luxembourgeois et ressortissants étrangers s'uniformisent-elles au fil du temps et des générations ?

Par ailleurs, le multiculturalisme se manifeste également en termes de sociabilité. Les résidents ont, en moyenne, 3,6 nationalités différentes au sein de leur cercle amical et plus de la moitié d'entre eux en compte cinq ou plus. En revanche, plus le nombre de nationalités du réseau amical augmente, plus le degré d'homogénéité sociale augmente dans le sens d'une concentration d'un capital économique (niveau de vie très élevé) et scolaire (niveau de scolarisation supérieur).

## ANNEXE 1 : METHODOLOGIE

Les sept analyses conduites dans le présent rapport sont basées sur la même méthodologie : une analyse en correspondance multiple (ACM) suivie d'une classification ascendante hiérarchique (CAH). Le document technique DT 2011-06 revient plus en détail sur le choix des variables et le cheminement suivi pour les interprétations. Les tableaux de résultats permettant de caractériser els dimensions et les groupes de pratiques figurent dans A. Villeret, L. Vanni et S. Cassilde (2011) *Les pratiques culturelles au Luxembourg. Volume 2/2 (Annexe). Enquête Culture 2009. Répartition sociodémographique*. Esch-sur-Alzette : CEPS/INSTEAD.

La distinction entre l'ensemble de la population et la population dite adulte (hors élèves et étudiants) est mise en place afin de ne pas mélanger, dans l'analyse, els personnes ayant terminé leur scolarisation et celles dont la scolarisation est en cours. Notons que le statut d'élève et d'étudiant est corrélé à l'âge, majoritairement la tranche des 16-24 ans, mais qu'il y a des personnes de cette même tranche d'âge qui sont déjà dans la population active.



B.P. 48  
L-4501 Differdange  
Tél.: +352 58.58.55-1  
[www.ceps.lu](http://www.ceps.lu)