

Valoriser le patrimoine culturel de la France

Rapport

*Françoise Benhamou
et David Thesmar*

Commentaires

*Philippe Mongin
Philippe Trainar*

Compléments

*Jean-Yves Gacon, Xavier Greffe, Thérèse Laval,
Thomas Paris et Walter Santagata*

*Conception et réalisation graphique en PAO
au Conseil d'Analyse Économique
par Christine Carl*

© Direction de l'information légale et administrative. Paris, 2011 - ISBN : 978-2-11-008595-5

« En application de la loi du 11 mars 1957 (article 41) et du Code de la propriété intellectuelle du 1er juillet 1992, toute reproduction partielle ou totale à usage collectif de la présente publication est strictement interdite sans l'autorisation expresse de l'éditeur.

Il est rappelé à cet égard que l'usage abusif de la photocopie met en danger l'équilibre économique des circuits du livre. »

Sommaire

Introduction	5
<i>Christian de Boissieu</i>	

RAPPORT

Valoriser le patrimoine culturel de la France	7
<i>Françoise Benhamou et David Thesmar</i>	

<i>Introduction</i>	7
---------------------------	---

1. <i>Le patrimoine culturel comme secteur de l'économie</i>	11
1.1. Qu'est-ce que le patrimoine ?	11
1.2. Le patrimoine comme bien économique	33
2. <i>Les raisons de l'intervention publique</i>	44
2.1. Les externalités du patrimoine	45
2.2. Rendements croissants, coûts fixes et congestion	54
2.3. Paternalisme et redistribution	56
3. <i>Les pistes de réforme</i>	62
3.1. Évaluation	62
3.2. Consolider le financement du patrimoine	66
3.3. Mieux valoriser notre patrimoine matériel : préservation et diversité	76
3.4. Mieux mettre en valeur le patrimoine immatériel	80

<i>Conclusion</i>	86
-------------------------	----

COMMENTAIRES

<i>Philippe Mongin</i>	89
------------------------------	----

<i>Philippe Trainar</i>	95
-------------------------------	----

COMPLÉMENTS

A. Artisans et métiers d'art : les enjeux du patrimoine culturel immatériel	101
--	------------

Xavier Greffe

B. Les dépenses fiscales du programme <i>Patrimoines</i>	121
---	------------

Thérèse Laval

C. Gastronomie, mode, design, métiers d'art... un patrimoine français à valoriser	131
--	------------

Thomas Paris

D. Districts culturels et <i>Cultural Commons</i>	141
--	------------

Walter Santagata

E. La mise en œuvre de contrats de partenariat dans le domaine culturel : enjeux et perspectives	149
---	------------

Jean-Yves Gacon

RÉSUMÉ	155
---------------------	------------

SUMMARY	165
----------------------	------------

Introduction

Les points de rencontre entre économie et culture sont de plus en plus nombreux et éclairants, mais leur place dans les analyses des experts et dans les politiques publiques n'est pas encore à la hauteur des enjeux pour l'attractivité des territoires, pour la croissance et l'emploi.

Le rapport qui suit est consacré à la valorisation du patrimoine culturel de la France, centrant l'attention sur le patrimoine tangible (musées, collections nationales, monuments historiques...) sans oublier pour autant le patrimoine immatériel (métiers d'arts, savoir-faire...). Pour le patrimoine tangible, existent des effets de congestion, avec une forte concentration des visites sur un petit nombre de musées et de sites, d'où la coexistence de lieux congestionnés et de sites désertés, et des défaillances de marché (multiples externalités) justifiant l'intervention de l'État. Une illustration de cette concentration : en France, 50 % de la fréquentation muséale est concentrée sur 1 % des musées. Par ailleurs, le secteur du patrimoine représente environ 100 000 emplois directs, soit à peu près le cinquième du secteur de la culture en France.

Pour évaluer et agir, il faut d'abord mieux connaître. C'est pourquoi les premières propositions concernent la constitution de bases de données détaillées ainsi que la meilleure connaissance de la disposition à payer des citoyens. Ce dernier aspect est essentiel pour évaluer et éventuellement réformer les systèmes de tarification existants. Les liens étroits entre culture et tourisme conduisent les auteurs à proposer de relever la taxe de séjour au profit de l'entretien du patrimoine culturel. D'autres propositions consistent à adapter la tarification en fonction de l'heure et de la période. La modulation des tarifs selon l'origine géographique des visiteurs, ventilés entre ressortissants de l'Union européenne et autres, va faire spécialement débat. On l'aura compris, le mode de financement du patrimoine culturel a des conséquences évidentes non seulement sur la consommation culturelle mais aussi sur la distribution et la redistribution des ressources. Il n'est pas indépendant du schéma institutionnel recommandé, en particulier d'une décentralisation accrue en faveur des collectivités locales pour ce qui touche au patrimoine culturel. Plus de compétences locales et territoriales, mais parallèlement plus de concertation internationale. L'imbrication crois-

sante entre économie et culture fait des thèmes concernés des questions déjà au cœur du projet européen et qui devraient assez vite être abordées autour de la table du G20.

Le rapport a été présenté à Monsieur Frédéric Mitterrand, ministre de la Culture et de la Communication, lors de la séance plénière du CAE du 1^{er} mars 2011. Il a bénéficié du concours efficace d'Anne Yvrande-Billon, à l'époque conseillère scientifique au CAE.

Christian de Boissieu
Président délégué du Conseil d'analyse économique

Valoriser le patrimoine culturel de la France

Françoise Benhamou

Professeur à l'Université Paris XIII

David Thesmar

Professeur à HEC

Introduction

Une illustration saisissante de la force et de la richesse du patrimoine immatériel et matériel nous est offerte à Venise. Le droit d'auteur y est né : c'est en effet dans la République de Venise qu'un privilège personnel d'édition est accordé à l'éditeur Jean Spira en 1469 ; la France inscrira le droit d'auteur quelques siècles plus tard dans le marbre de la loi. Mais Venise, ce n'est pas seulement l'un des premiers lieux de la protection du patrimoine immatériel. La simple évocation de son nom renvoie à l'histoire de la création artistique et littéraire, à l'incroyable patrimoine bâti de la lagune, aux palais qui se succèdent tout le long du grand canal, à l'« embarras de richesse »⁽¹⁾, au patrimoine dans sa splendeur, ainsi que du point de vue de ses coûts. Un économiste vénitien, Gianfranco Mossetto (1992), propose une lecture intéressante de l'histoire de Venise et du rapport entre l'économie et l'art. Deux relations polaires peuvent se nouer entre les deux termes. La première va du commerce à l'art : ce sont l'expansion commerciale et le développement économique qui poussent à la production artistique, à la recherche du rayonnement par le faste de l'architecture, la beauté des intérieurs, l'invention des formes. C'est la Venise du XIV^e au XVI^e siècles. Dans le second modèle, la relation entre l'art et le commerce s'inverse. Ce n'est

(1) Pour reprendre le titre du livre de Simon Schama qui décrit la richesse de la Hollande du Siècle d'or, lorsqu'à l'instar de la Venise du XV^e siècle, elle déploie ses richesses tout au long du XVII^e siècle.

plus seulement la croissance qui finance l'art, ce sont l'art et le patrimoine qui servent de levier à la croissance : la beauté de Venise devient un actif qu'il faut valoriser par la fréquentation touristique. Le patrimoine y est devenu source d'activité économique et, là-bas comme ailleurs, l'État est mobilisé.

Ce rapport est consacré aux politiques publiques de valorisation du patrimoine. Il procède en trois étapes. La première partie est consacrée à la délimitation de l'objet d'étude : elle propose un tour d'horizon des patrimoines matériels (monuments, collections) et immatériels (bibliothèques, métiers d'arts, savoir-faire). La deuxième partie définit le périmètre de l'action publique en analysant rigoureusement les raisons pour lesquelles l'intervention publique est souhaitable. Si nous voulons tous un patrimoine mieux entretenu et valorisé, les ressources dévolues à ces actions feront nécessairement défaut ailleurs. La mobilisation directe ou indirecte des deniers publics pour le patrimoine doit donc être motivée par des insuffisances du marché, dont la compréhension permettra d'établir la modalité de l'action publique. La troisième partie propose des pistes de réformes. Les grandes lignes sont : un changement des techniques d'évaluation, une plus grande liberté dans la tarification de l'accès au patrimoine, une plus grande souplesse dans la gestion des collections nationales, le financement des politiques du patrimoine à travers une taxe spéciale sur le secteur du tourisme, qui bénéficie de manière disproportionnée de l'entretien du patrimoine, une meilleure information pour mieux valoriser le patrimoine dans sa diversité. Au terme de ces quelques pages, le lecteur attentif ne manquera pas de noter certains manques. Ils sont délibérés : ce rapport n'analyse qu'une petite partie de la politique culturelle. Par exemple, il ne s'intéresse pas à la production actuelle de culture (mécénat public ou privé). Il n'analyse pas la régulation du marché de l'art. Ces questions sont importantes mais nécessiteraient d'autres rapports.

Dans ce rapport, nous voudrions montrer que deux conceptions, celle de la culture « consommée » pour elle-même et celle de la culture au service de la croissance, peuvent être en tension mais pas nécessairement en contradiction. Longtemps, la production de patrimoine a été pensée et conduite comme le corollaire naturel de l'enrichissement des catégories sociales les plus aisées. La Révolution française a été le premier moment de l'appropriation du patrimoine par le peuple, après un temps de destructions et de dégradations ; elle ouvre la thématique de la démocratisation, même si le terme n'est pas employé à l'époque ; elle déploie les questions de la conservation et de la transmission. La modernité a imposé une vision plus utilitariste en termes de retombées économiques et d'effets induits, au risque d'une instrumentalisation de la culture qui en fait un outil au service de la croissance. Réconciliant logique économique et identité collective, la politique de conservation et l'enrichissement du patrimoine doit être vue comme le financement d'un bien public, avec des finalités diverses et complémentaires :

- « rendre accessibles au plus grand nombre les œuvres capitales de l'humanité et de la France ;

- sauvegarder, protéger, enrichir et mettre en valeur le patrimoine dans son infinie diversité et compte tenu de toutes ses composantes ;
- encourager les initiatives culturelles locales, développer les liens entre les politiques culturelles de l'État et celles des collectivités territoriales »⁽²⁾.

On évalue les dépenses publiques qui ont strictement trait au patrimoine à environ 1,5 milliard d'euros⁽³⁾, une faible partie des dépenses culturelles. Mais les revenus qui transitent par et/ou qui résultent des activités patrimoniales sont plus élevés que cette approximation : l'observation des effets indirects et induits de la dépense patrimoniale sur la croissance est très largement présente dans toute une littérature qui comprend notamment des rapports administratifs nationaux ou européens ainsi que nombre d'études commandées par des collectivités territoriales soucieuses de produire un retour sur investissement culturel. Comme le note Yann Nicolas, « l'utilisation justificative doit toutefois être faite avec circonspection. En particulier, le fait d'allier politique culturelle et politique de création de richesses est risqué pour trois raisons : cette alliance peut s'avérer non neutre culturellement, affaiblir l'argument de l'« exception culturelle » et mettre en concurrence, dans la lutte pour les ressources publiques rares, une activité culturelle locale avec n'importe quelle autre activité industrielle ou commerciale locale susceptible d'être soutenue. Ces trois périls résultent du choix de retenir l'analyse d'impact pour justifier le soutien public local. Face à eux, la prudence est clairement de mise. » (Nicolas, 2007).

Nous le verrons dans la première partie de ce rapport : malgré le foisonnement des études de cas, on manque tout à la fois de données et de recul. La vogue des études de retombées risque de masquer les coûts d'opportunité de la dépense et, en contrepartie, les effets non quantifiables de celle-ci. Le patrimoine est un outil de la croissance *et* une résultante de la croissance ; il implique des coûts importants mais constitue un formidable levier pour le redressement d'une image et l'attractivité d'un lieu ou d'une région, comme en témoignent, ou espèrent en témoigner, des exemples plus ou moins récents à Bilbao, Metz, Lens, Roubaix notamment. Dans ces quatre villes, un investissement culturel majeur a été pensé comme un moyen non seulement de susciter un regain d'intérêt pour des investissements de toute nature, mais aussi comme un outil de revitalisation d'une ville ou d'une région par un renversement d'image. Évoquer le passage du monument à la marque, au signal que le nom envoie (le « musée Guggenheim

(2) Projets annuels de performance, Culture 2010, programme 175-Patrimoines.

(3) Cf. Roffignon (2009, pp. 34-45). Pour comparaison, le rapport *Heritage Counts, 2010, England* (<http://hc.english-heritage.org.uk/>) fait état d'une dépense totale bien plus élevée : 101,9 millions de livres sterling au titre des recettes de la loterie affectées au patrimoine (le *Heritage Lottery Fund*), 130,9 millions de livres de subventions au *National Heritage* (auxquels il faut ajouter 54,4 millions de revenus divers), 43,8 millions pour diverses autres établissements en charge du patrimoine, 406 millions pour le *National Trust*, et 3,5 milliards d'investissements privés dans le patrimoine.

de Bilbao », le « Centre Pompidou-Metz », le « Louvre-Lens »), c'est glisser subrepticement du patrimoine tangible au patrimoine intangible, de la valorisation des choses à la production de services et à la symbolique des savoirs et des arts, dont les sociétés contemporaines prennent la mesure de l'importance croissante pour l'ensemble des secteurs d'activité, qu'ils soient artistiques ou non artistiques⁽⁴⁾. En d'autres termes, il faut comprendre la culture et le patrimoine comme des éléments incontournables de la production et de la diffusion des biens et des services *et* comme des matières premières des économies de l'information.

L'approche de la culture et de ses effets sur la croissance par le patrimoine, complémentaire d'une approche par la création, permet d'évaluer les effets de la dépense culturelle publique ou privée sur l'économie et de déployer une vision cohérente d'un ensemble d'activités qui participent de l'attractivité des territoires et de la capacité de notre société à mieux organiser le « vivre ensemble ». Parce que le patrimoine relève de plusieurs logiques (développement urbain ou rural, cohésion sociale, solidarités intergénérationnelles, mise en évidence des retombées, interactions entre le matériel et l'immatériel), il convient de le penser comme appartenant à un écosystème dont la soutenabilité est tributaire du bon équilibre entre ses dimensions : développement touristique *vs* lutte contre la congestion des sites, conservation des centres historiques *vs* spéculation immobilière, aide aux propriétaires privés qui valorisent et donnent accès au patrimoine *vs* prudence devant le risque de création de niches fiscales, etc. Nos propositions s'efforcent de prendre en compte la double préoccupation de conservation et de valorisation, celle-ci s'effectuant dans le respect du caractère historique ou esthétique des lieux et des biens.

(4) À Metz, par exemple, (l'ouverture a eu lieu en mai 2010), Beaubourg offre sa marque, expose quelques 400 œuvres par roulement, met à disposition des compétences scientifiques. La Communauté d'agglomération Metz-Métropole a financé la construction (70 millions d'euros). Le budget de fonctionnement (10 millions d'euros) incombe à la région Lorraine (4 millions), l'État (1 million), Metz-Métropole (4,6 millions) et la Ville de Metz (400 000 euros), pour des recettes estimées à un million. La ville espère 200 000 visiteurs par an dont 37 000 scolaires, et surtout un changement d'image pour une région encore marquée par les restructurations industrielles et militaires. La publicité lancée au moment de l'ouverture, Picasso, Dali et Warhol déclarant sur une affiche « Je m'installe à Metz », annonçait clairement un des objectifs de l'opération : susciter un nouvel intérêt pour la ville, proposer une « incitation immatérielle » à l'installation d'activités économiques. Selon *Livres Hebdo* (septembre 2010), le succès du musée profite aux librairies de la ville, qui ont vu leur fréquentation s'accroître durant tout l'été de l'ouverture, dans un contexte pourtant difficile pour ce secteur.

1. Le patrimoine culturel comme secteur de l'économie

Les territoires du patrimoine sont pluriels et mal définis. André Chastel évoquait déjà, en 1986, une notion « globale, vague et envahissante ». Le patrimoine désigne ce qu'une Nation entend conserver pour les générations futures ; il inclut à la fois un rapport à l'histoire et à l'avenir, fait de continuités (avec le recul du temps qui fait entrer quasi naturellement de nouveaux monuments dans le champ du patrimoine) et de discontinuités (avec l'arrivée de nouveaux objets et concepts qui élargissent le champ du patrimoine, jardins, cafés, paysages, sites industriels, divers lieux de mémoire, mais aussi éléments du patrimoine immatériel, qui contribuent à l'élaboration de ce que l'on pourrait qualifier de « roman national »). En Midi-Pyrénées, par exemple, plus de la moitié des sites protégés du patrimoine industriel l'ont été entre 1990 et 2000. La protection de ce patrimoine, qui démarre dans les années quatre-vingt, comprend des sites architecturaux, parfois avec leurs équipements spécifiques (machines et moteurs), ainsi que des cités ou logements ouvriers, demeures d'industriels, écoles professionnelles, hôpitaux, cheminées d'usine. Dans le Nord, de grands ensembles de l'exploitation minière (Wallers, Oignies, Loos-en-Gohelle, Lewarde) sont protégés de même au titre des monuments historiques.

1.1. Qu'est-ce que le patrimoine ?

L'approche par les institutions est déjà riche d'enseignements : la Direction générale des patrimoines, créée à la suite de la dernière réorganisation du ministère de la Culture datant de 2009, couvre la politique de l'État en matière d'architecture, d'archives, de musées, et de patrimoine monumental et archéologique. Le programme « Patrimoines » de la loi de Finances est plus large encore ; il regroupe les moyens financiers destinés à préserver et valoriser le patrimoine, ainsi qu'à l'enrichir et à familiariser le grand public à sa richesse et à sa diversité. Son champ comprend, outre les éléments déjà mentionnés, deux éléments du patrimoine immatériel, les patrimoines cinématographique et linguistique.

Le patrimoine suppose la volonté de léguer des biens aux générations futures. Pour les monuments historiques et les trésors nationaux, la loi du 31 décembre 1913, modifiée à différentes reprises, définit ce qui a vocation à être protégé au titre de son intérêt historique ou artistique. Mais l'acception du patrimoine, avec les incidences économiques qu'elle implique, aussi bien en termes de charges que du point de vue de ses retombées, est bien plus large que ce que la loi désigne. Premièrement, les biens patrimoniaux ne sont que rarement destinés d'emblée, au moment où ils sont produits, à constituer un legs pour les générations à venir. Ce sont des experts, mais aussi le public, qui désigne ce qui a vocation à être conservé. En d'autres termes, la production de patrimoine est l'objet de l'activité des conservateurs, sous la pression éventuelle d'un public de connaisseurs et d'amateurs. Elle est donc sujette à d'éventuelles redéfinitions. Deuxièmement, le

périmètre du patrimoine est aussi dessiné par une instance internationale, l'UNESCO, qui établit des critères et une liste qualifiée « patrimoine de l'humanité ».

De même que l'offre, la demande patrimoniale est multiforme. Elle s'apparente à une demande d'expériences et renvoie à une palette de services, de références, de symboles, qui articulent étroitement le patrimoine immatériel au patrimoine tangible, et qui émancipe la consommation de services intangibles du lieu de leur production.

Au croisement de l'offre et de la demande, le patrimoine rassemble ainsi des modes d'expression artistique, des objets relevant d'une démarche de connaissance, et d'une logique anthropologique de conservation d'une mémoire menacée lorsqu'elle n'est pas entretenue.

1.1.1. Du patrimoine tangible...

Le patrimoine tangible inclut des bâtiments, des collections, des œuvres et des fonds, mais aussi des quartiers de villes et des sites naturels.

1.1.1.1. Les collections nationales et les musées

Les collections nationales comprennent l'ensemble des fonds publics conservés dans des établissements publics ou ayant délégation de service public. On compte 1 212 musées de France⁽⁵⁾. Parmi ceux-ci, les musées nationaux sont les musées dont les collections appartiennent à l'État et sont soit des établissements publics (EP), soit des services à compétence nationale⁽⁶⁾. Près du tiers des musées de France sont situés dans trois régions (Île-de-France, Rhône-Alpes, PACA) (tableau 1).

1.1.1.2. Les sites archéologiques et les fouilles

On recense 459 415 sites archéologiques et 861 fouilles réalisées ou en cours sur une année, en 2007, ainsi que 2 869 opérations d'archéologie préventive. 35 % des sites sont situés dans trois régions (Rhône-Alpes, Bourgogne et Centre, cf. tableau 2). De même que pour les monuments historiques, la richesse et les charges patrimoniales sont ainsi très inégalement distribuées sur le territoire.

(5) L'appellation « musées de France » peut être accordée aux musées appartenant à l'État, à une autre personne morale de droit public ou à une personne morale de droit privé à but non lucratif (loi du 4 janvier 2002).

(6) Depuis 2004 les acquisitions des musées sont décidées, pour les musées services à compétence nationale, par arrêté du ministre chargé de la Culture, et, pour les musées établissements publics, par décision de l'autorité compétente de ces établissements, après avis de leur commission d'acquisition, et, selon la valeur des œuvres, du Conseil artistique des musées nationaux.

1. Nombre de musées de France par région en 2009

Plus de 100	Entre 50 et 99	Moins de 50
Île-de-France Rhône-Alpes PACA	Midi-Pyrénées Bourgogne Centre Languedoc-Roussillon Aquitaine Pays-de-la-Loire Basse-Normandie	Alsace Nord-Pas-de-Calais Poitou-Charentes Haute-Normandie Picardie Lorraine Champagne-Ardenne Bretagne Franche-Comté Auvergne DOM Limousin Corse Saint-Pierre-et-Miquelon
137 118 106	74 69 65 58 56 53 50	48 46 43 41 38 38 34 33 33 32 19 11 9 1
Total général = 1 212		

Source : DEPS (2010).

2. Nombre de sites archéologiques recensés par région en 2007

Plus de 20 000		Entre 10 000 et 20 000		Moins de 10 000	
Rhône-Alpes	40 051	Limousin	17 975	Alsace	9 733
Bourgogne	35 231	Auvergne	17 367	DOM	5 371
Lorraine	32 292	Basse-Normandie	17 033	Corse	5 076
Centre	29 087	Bretagne	16 082		
PACA	28 919	Franche-Comté	15 559		
Languedoc-Roussillon	26 698	Pays-de-la-Loire	14 413		
Midi-Pyrénées	25 627	Haute-Normandie	11 575		
Aquitaine	24 434	Île-de-France	11 187		
Poitou-Charentes	22 802	Nord-Pas-de-Calais	10 439		
Champagne-Ardenne	22 007				
Picardie	20 457				
Total général = 459 415					

Source : DEPS (2010).

1.1.1.3. Le classement du patrimoine

La loi de 1913 organise deux degrés de protection du patrimoine⁽⁷⁾. Le premier rassemble « les immeubles dont la conservation présente, du point de vue de l'histoire ou de l'art, un intérêt public », et qui peuvent être classés parmi les monuments historiques, en totalité ou en partie, par le ministre de la Culture (article 1^{er} de la loi). Le second correspond aux « immeubles qui, sans justifier une demande de classement immédiat, présentent un intérêt d'histoire ou d'art suffisant pour en rendre désirable la préservation », et qui peuvent être inscrits sur l'inventaire supplémentaire des monuments historiques par arrêté du préfet de région (article 2 modifié par décret du 18 avril 1961).

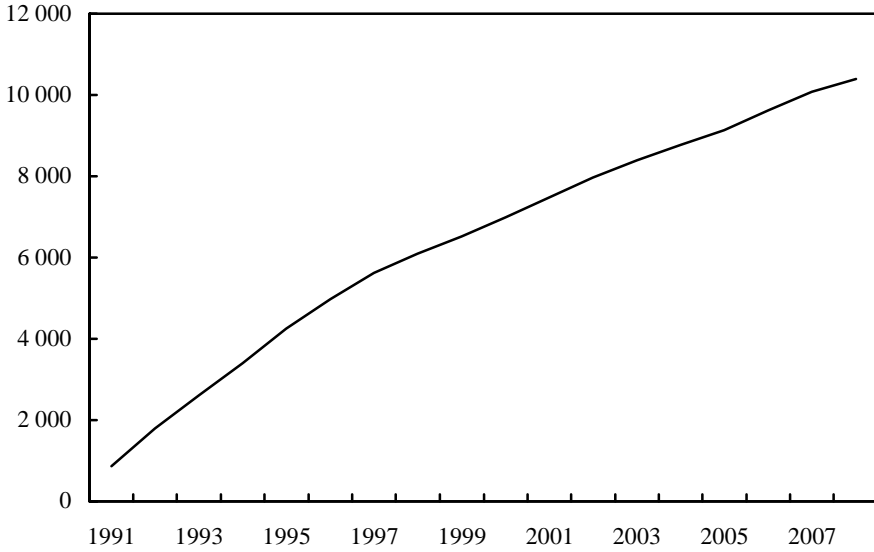
Dans les deux cas, les procédures de protection sont initiées et instruites par les services de l'État (DRAC, Direction régionale des affaires culturelles) soit au terme d'un recensement systématique ou bien à la suite d'une demande émanant du propriétaire ou d'un tiers. Il arrive fréquemment que des associations procèdent à cette demande, ce qui témoigne de l'intérêt que le public porte à la conservation de « son » patrimoine.

La loi implique une limitation à l'exercice du droit de propriété puisqu'elle encadre précisément le champ des interventions sur les immeubles protégés. La loi impose toute une série d'obligations destinées à garantir la qualité des biens patrimoniaux, qu'elle compense par l'ouverture d'un droit à la subvention et aux dégrèvements fiscaux – cf. *infra*.

On compte en France 43 180 monuments historiques protégés, dont 14 367 classés et 28 813 inscrits. La pratique du déclassement étant exceptionnelle, c'est à un accroissement permanent mais très irrégulier du nombre des protections que l'on assiste. Sur la période récente on observe un certain malthusianisme de la politique de protection, avec une baisse assez nette du nombre des nouvelles protections (graphiques 1 et 2). On passe en effet d'une moyenne annuelle de 725 protections entre 1991 et 1999 à 431 entre 2000 et 2008. Cette réduction peut relever de la conjonction de plusieurs mouvements : tassement des besoins de labellisation de monuments anciens, plus grande sélectivité de la part des experts, souci de limiter les dépenses publiques induites, moindres demandes de la part des propriétaires privés.

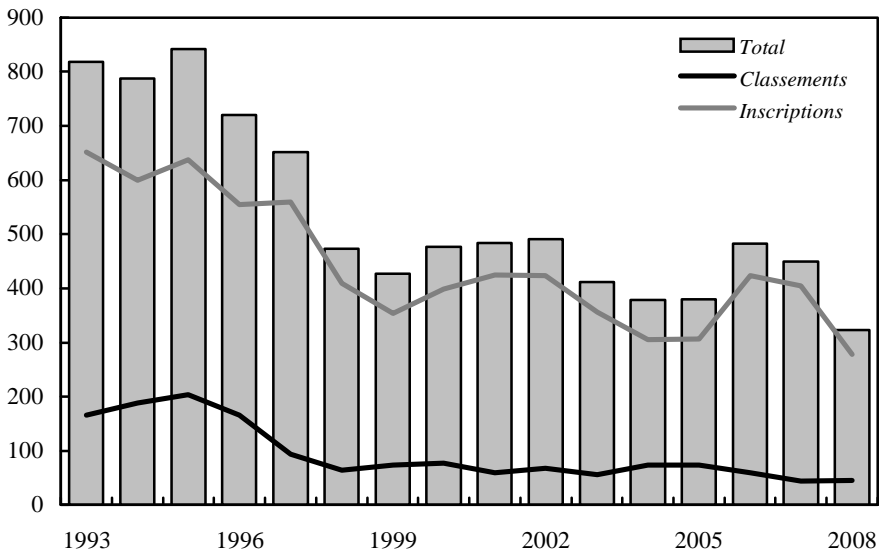
(7) De même, au Royaume-Uni, l'administration établit deux listes, correspondant à deux types de protection : monuments classés (*scheduled monuments*) et inscrits (*listed buildings*) ; ceux-ci sont à leur tour divisés en trois catégories suivant l'importance des édifices ainsi que leur ancienneté.

1. Nombre cumulé d'inscriptions et de classements sur la période, 1991-2008



Source : Ministère de la Culture et de la Communication.

2. Nombre annuel de classements et d'inscriptions, 1993-2008



Source : Ministère de la Culture et de la Communication.

La concentration est légèrement moindre que pour les musées et sites archéologiques : 22 % des monuments protégés sont situés dans trois régions (tableau 3).

3. Nombre de monuments inscrits et classés par région, 2009

	Nombre de protections
Île-de-France	3 785
Bretagne	2 998
Aquitaine	2 755
Centre	2 714
Midi-Pyrénées	2 609
Rhône-Alpes	2 430
Auvergne	2 199
Bourgogne	2 178
PACA	2 159
Poitou-Charentes	2 139
Pays-de-la-Loire	2 043
Languedoc-Roussillon	1 967
Basse-Normandie	1 804
Lorraine	1 622
Picardie	1 577
Champagne-Ardenne	1 421
Alsace	1 391
Nord-Pas-de-Calais	1 343
Franche-Comté	1 261
Haute-Normandie	1 131
Limousin	995
DOM	378
Corse	281
Total	43 180

Source : DEPS (2010).

La Direction de l'architecture et du patrimoine procède à un bilan de l'état sanitaire des monuments protégés, qui est de mieux en mieux renseigné ; construit sur la base de questionnaires, il permet de mesurer une part des besoins liés à la conservation et à l'entretien du patrimoine. En 2007, 27 % des monuments classés sont dans un état non précisé, sans que l'on sache en quel sens interpréter l'origine de ces non-réponses. 22 % sont en bon état, 28 % dans un état passable, 19 % en mauvais état, 4 % en péril. Sur ceux qui sont en péril, 9 % appartiennent à l'État, 53 % à des collectivités territoriales, 27 % à des propriétaires privés, les autres ayant un statut mixte ou non précisé par l'enquête. Les besoins qui en résultent en travaux globalisés se montent en 2007 à 8,6 milliards d'euros (Direction du patrimoine et de l'architecture, 2007).

1. Le classement du patrimoine au Royaume-Uni

Les acceptions du patrimoine varient d'un pays à un autre, entraînant dans leur sillage une demande de conservation et de mise en valeur de nature très différente. Pour prendre l'exemple du Royaume-Uni, le nombre de monuments inscrits et/ou classés est bien plus élevé qu'en France. Trois degrés de protection sont organisés : le « grade I » a trait aux immeubles d'un « intérêt architectural et historique exceptionnel », qui peuvent revêtir une dimension internationale (2,5 % des immeubles classés relèvent de ce degré de protection). Le « grade II » rassemble les immeubles remarquables mais moins importants (5,5 % des immeubles classés). Existe enfin un « grade III » qui correspond à tous les autres édifices protégés. Tous les immeubles datant d'avant 1700 sont protégés de même que la plupart de ceux qui ont été bâtis entre 1700 et 1840. Les bâtiments datant de l'après-guerre doivent être exceptionnels pour être classés, la dimension historique prévalant dans les classements (en principe un bâtiment doit dater de plus de trente ans pour être protégé).

À cette conception distincte de celle de la France, qui associe systématiquement des critères historiques et nombre élevé de protections, correspond une politique de nature différente, très axée sur le bénévolat, l'adhésion du plus grand nombre aux valeurs véhiculées par le patrimoine, et de moindres subventions et incitations fiscales. Le *National Trust* est une organisation à but non lucratif qui se consacre à la sauvegarde et à l'entretien du patrimoine. Elle rassemble 43 000 « volontaires » qui consacrent du temps à l'accueil des publics ainsi qu'à l'entretien des jardins. On ajoutera à ce mode de financement celui qui repose sur l'affectation d'une part des recettes de la loterie au patrimoine. Depuis 1994 en effet, le *Heritage Lottery Fund* (HLF) soutient et transforme des investissements dans le domaine patrimonial (pour une somme d'environ 180 millions de livres par an). Depuis sa création le HLF, a aidé plus de 33 900 projets représentant un total de 4,4 milliards de livres sterling dans le pays^(*).

En 2010, on comptait au Royaume-Uni 374 319 immeubles classés au titre du Grade II. Il faut y ajouter 19 724 monuments anciens, 1 606 parcs et jardins historiques, 9 080 zones protégées, 43 champs de bataille historiques, 46 épaves et 18 sites classés par l'UNESCO. La protection est considérée comme un label qui ne doit pas empêcher toute transformation, extension et même démolition sous réserve d'une autorisation de l'administration locale en charge du patrimoine. Des aides et un taux de TVA réduit pour les travaux peuvent être consentis au propriétaire.

(*) Cf. le site Internet du HLF: <http://www.hlf.org.uk/aboutus/Pages/AboutUs.aspx>

1.1.1.4. Le patrimoine non classé

Au dispositif de classement/inscription, s'ajoutent les résultats de la politique d'aménagement et de revitalisation des centres urbains ou « dispositif Malraux » (revu depuis sa première adoption en 1962) en secteurs sauvegardés et zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager (ZPPAUP, définies sous la responsabilité de la commune, avec l'assistance de l'Architecte des bâtiments de France). Ces zones sont fréquemment situées aux abords des monuments historiques, et permettent de protéger des quartiers et des sites ; elles impliquent des prescriptions particulières en matières d'architecture et de paysage (la publicité y est interdite, et les travaux qui entraînent la transformation de ces zones sont soumis à autorisation)⁽⁸⁾. En 2009, on compte 100 secteurs sauvegardés et 605 zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager (tableau 4).

(8) La loi Malraux votée le 4 août 1962 pour faciliter la restauration des centres villes anciens a été profondément modifiée par la loi de finances pour 2009. Elle permet aux propriétaires d'immeubles anciens situés en ZPPAUP (zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager), de déduire l'intégralité du coût des travaux de restauration de l'immeuble de leur revenu imposable et ouvre droit à une déduction des charges de droit commun (frais de gérance et de rémunération des concierges, dépenses engagées pour les travaux de réparation, d'entretien et d'amélioration et impôts) et des charges propres au régime de restauration immobilière (frais d'adhésion à des associations foncières urbaines, travaux de démolition imposés par le maire ou le préfet, travaux de reconstruction nécessités par la démolition imposée, travaux de transformation en logements de l'immeuble, et, depuis le 1^{er} janvier 2004, travaux de réaffectation à l'habitation de tout ou partie d'un immeuble originellement destiné à l'habitation et ayant perdu cet usage). La loi Malraux offre quelques avantages fiscaux complémentaires : la part de déficit résultant des dépenses engagées avant l'achèvement de l'opération est imputable sans limitation sur votre revenu imposable, à l'exclusion des intérêts d'emprunt ; la fraction du déficit foncier liée aux intérêts de vos emprunts contractés pour l'opération est imputable sur les revenus fonciers des dix années suivantes ; et si le déficit foncier, engendré par les travaux de restauration est supérieur au revenu global, la part non imputée sur le revenu global est reportable pendant six ans.

Depuis 2009, et lorsque la déclaration de travaux a été déposée après le 1^{er} janvier 2009, le dispositif permet une réduction d'impôt doublement plafonnée pouvant s'étaler sur quatre années et non plus une déduction dérogatoire des revenus fonciers et, le cas échéant, du revenu global. Le montant des dépenses éligibles servant de base de calcul à la réduction d'impôt est retenu dans la limite annuelle de 100 000 euros. Le taux de la réduction d'impôt est fixé à 40 % lorsque les dépenses sont effectuées pour des immeubles situés dans un secteur sauvegardé ou dans des quartiers anciens dégradés et 30 % lorsque les dépenses sont effectuées pour des immeubles situés dans une ZPPAUP où les contraintes sont moindres. Le dispositif est cumulable sur quatre ans. Aux charges foncières de droit commun (dépenses de réparation, d'entretien, d'amélioration, primes d'assurance, impôts, frais de gestion, adhésion à des associations foncières urbaines de restauration), s'ajoutent les dépenses de travaux y compris les travaux effectués dans des locaux d'habitation ayant pour objet de transformer en logement tout ou partie de ces locaux. La réduction d'impôt entre dans le calcul du plafonnement des niches fiscales.

4. Nombre de secteurs sauvegardés et de ZPPAUP(*) en 2009

	Nombre de secteurs sauvegardés	Nombre de ZPPAUP
Alsace	2	3
Aquitaine	7	62
Auvergne	4	27
Basse-Normandie	2	15
Bourgogne	11	21
Bretagne	5	58
Centre	9	23
Champagne-Ardenne	4	9
Corse	—	3
DOM	—	—
Franche-Comté	3	30
Haute-Normandie	1	16
Île-de-France	4	41
Languedoc-Roussillon	13	39
Limousin	1	10
Lorraine	4	11
Midi-Pyrénées	5	22
Nord-Pas-de-Calais	1	20
PACA	8	36
Pays-de-la-Loire	6	68
Picardie	3	9
Poitou-Charentes	4	27
Rhône-Alpes	3	55
Saint-Pierre-et-Miquelon	—	—
Total	100	605

Note : (*) Zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager.

Source : DEPS (2010).

Il existe enfin tout un « petit » patrimoine partie prenante des paysages et de la culture du pays mais qui ne dispose pas de protections à proprement parler (maisons typiques d'une architecture locale, moulins, etc.). La Fondation du patrimoine créée en 1996 s'attache à l'identification, à la préservation et à la mise en valeur du patrimoine non protégé. Deux missions lui incombent : contribuer à la sauvegarde des monuments, édifices, ensembles mobiliers ou éléments remarquables des espaces naturels ou paysagers menacés de dégradation, de disparition ou de dispersion, et concourir ainsi à l'emploi, à l'insertion, à la formation et à la transmission des savoir-faire dans les secteurs de la restauration et de la valorisation du patrimoine et des sites. L'attribution d'un label au patrimoine non protégé et aux sites ouvre droit à déduction fiscale pour les travaux de restauration⁽⁹⁾. Le label est

(9) Avec le label de la Fondation du patrimoine, les propriétaires peuvent déduire :

- de leur revenu global imposable, si l'immeuble ne produit pas de recettes :
 - 50 % du montant TTC des travaux de restauration ;
 - 100 % du montant TTC des travaux de restauration lorsque ceux-ci ont obtenu au moins 20 % de subventions de l'État et de la Fondation du patrimoine.

Le montant défiscalisable est calculé net de subventions.

accordé pour cinq ans ; la Fondation peut également accorder son soutien à des projets de sauvegarde en participant à leur financement par le biais de souscriptions ; elle attribue enfin des subventions financées par une partie du produit des successions en déshérence et par le mécénat. Entre 2000 et 2008, 6 607 labels ont été donnés pour 326 millions d'euros de travaux, 1 676 souscriptions ont été lancées pour 214 millions d'euros de travaux. La Fondation évalue à 1 800 en moyenne par an le nombre des emplois créés ou maintenus dans le bâtiment par les projets soutenus⁽¹⁰⁾ ; un simple calcul montre que cette évaluation surestime les emplois créés en négligeant les charges de fonctionnement et la TVA et en se basant sur des emplois exclusivement rémunérés au SMIC, mais le nombre des emplois créés n'est pas pour autant négligeable (sans doute de l'ordre de la moitié aux trois quarts de l'évaluation avancée).

1.1.1.5. Le patrimoine globalisé : le classement par l'UNESCO

Le classement par l'UNESCO constitue par exemple un label susceptible d'ouvrir la voie à une valorisation des lieux désignés. La France compte (en septembre 2010) 35 biens classés patrimoine mondial sur un total de 911 dans le monde. La Convention de l'UNESCO adoptée en 1972 en définit le patrimoine au travers de deux composantes :

- le « patrimoine culturel », qui inclut des monuments (œuvres architecturales, de sculpture ou de peinture monumentales, éléments ou structures de caractère archéologique, inscriptions, grottes et groupes d'éléments), des ensembles (groupes de constructions isolées ou réunies) et des sites (œuvres de l'homme ou œuvres conjuguées de l'homme et de la nature)⁽¹¹⁾ ;
- le patrimoine naturel, qui comprend des sites, des « monuments naturels », formations géologiques et physiographiques, ainsi que des zones strictement délimitées constituant l'habitat d'espèces animales et végétales menacées.

-
- de leurs revenus fonciers lorsque l'immeuble est donné en location :
 - 100 % du montant des travaux TTC, avec report du déficit foncier éventuel sur le revenu global sans application du seuil des 10 700 euros, pendant les cinq ans de champ d'application du label.

(10) Le calcul de base est que pour 1,5 million d'euros de travaux réalisés dans le cadre de la restauration du bâti ancien, 45 emplois sont créés ou maintenus dans le bâtiment (cf. <http://www.fondation-patrimoine.org/fr/national-0/espace-presse-30/communiqués-et-dossiers-31/détail-bilan-2010-de-la-fondation-du-patrimoine-48>) ; mais la Fédération française du bâtiment indique quant à elle un chiffre d'affaires par salarié supérieur (environ 107 000 euros) pour les entreprises de 11 à 50 salariés (http://www.ffbatiment.fr/entreprises-batiment-chiffres/0-Chiffres_Batiment.htm).

(11) Le texte met aussi en évidence les qualités esthétiques, ethnologiques ou anthropologiques des sites.

1.1.2. ... jusqu'au patrimoine immatériel

1.1.2.1. L'immatériel du patrimoine matériel ; les musées et leurs marques

Le patrimoine est le décor dans lequel on vit ou auquel on se réfère, mais il est et il vaut aussi, et peut-être surtout, par la symbolique qui l'accompagne. En d'autres termes, le patrimoine matériel revêt une dimension immatérielle qui est une source essentielle de sa valeur. Cette dimension immatérielle relève de ce que l'historien Christian Hottin (2009) qualifie d'« émotions patrimoniales ». Jean-Pierre Leniaud (2008) en esquisse une typologie : les premières tiendraient à l'histoire ainsi qu'à ses interprétations, les secondes renvoient à des discours propres à l'histoire de l'art et de l'architecture ; les troisièmes, sans doute plus originales, relèvent de l'instrumentalisation politique qui est faite d'un lieu, telle l'utilisation que l'identitarisme breton a pu déployer du site de Carnac lorsqu'il fut question de le fermer à la visite.

Cette dimension immatérielle ouvre la voie à des formes de valorisation par les droits de propriété intellectuelle, les marques, la production de produits dérivés. Lorsque le Louvre loue sa marque pour 400 millions d'euros à l'émirat d'Abu Dhabi, il fait la démonstration de sa capacité à capitaliser la symbolique du nom et de l'histoire de l'art qu'il représente.

Toutefois, toutes les institutions porteuses d'un patrimoine culturel n'ont pas la même conscience de la valeur marchande de ce dernier, et elles se retrouvent parfois désarmées pour négocier la location de leurs « marques ». Un exemple récent est celui de la Sorbonne, qui a permis à l'émirat d'Abu Dhabi d'utiliser son personnel enseignant et surtout son nom, mondialement connu, en échange d'un transfert financier beaucoup plus modeste que celui du Louvre.

Comment négocier ce type de partenariat au mieux de l'intérêt des citoyens français ? La réponse à cette question est complexe, car il s'agit de capitaliser efficacement sur la marque de nos grandes institutions tout en favorisant le développement des établissements et de leurs collections. L'expérience du Louvre est, à cet égard, une référence : il faudrait que le savoir ainsi acquis se transmette à nos autres institutions culturelles tentées par de tels partenariats, même si le prestige et la taille de l'établissement en font un cas spécifique. Il convient aussi que les pouvoirs publics laissent une certaine latitude aux établissements pour la négociation de leurs partenariats, tout en les accompagnant ou en donnant des impulsions lorsque celles-ci semblent nécessaires.

Au-delà de cette dimension immatérielle du patrimoine tangible, il convient de souligner que le patrimoine désigne des biens immatériels, des métiers, des savoirs, des compétences, des langues, des normes, etc. Cette acception se retrouve dans les textes de l'UNESCO qui élargissent le champ couvert par le patrimoine avec la *Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel*, qui embrasse les « expressions vivantes, les traditions que d'innombrables groupes et communautés du monde entier ont reçues de leurs ancêtres et transmettent à leurs descendants, souvent oralement » (2003)⁽¹²⁾.

(12) La Convention de l'UNESCO pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel couvre les domaines suivants : les traditions et expressions orales, y compris les langues, les

En s'élargissant de la sorte, on se retrouve confronté à ce qu'Olivier Mongin (2008) désigne comme l'« illimitation » patrimoniale, au risque de la dilution des enjeux immédiats de la conservation et de la valorisation. L'UNESCO reconnaît ainsi l'art du tracé d'une charpente comme patrimoine de l'humanité. Le savoir-faire de l'artisan entre dans ce qu'il convient de sauvegarder et de transmettre. De même le Maloya est entré dans la liste du patrimoine immatériel, en tant que forme musicale, chant et danse propres à l'Île de la Réunion, métissé dès son apparition, créé par les esclaves d'origine malgache et africaine dans les plantations sucrières, et inspirateur du slam.

1.1.2.2. Les savoir-faire et les métiers d'art

La France a longtemps vécu un clivage très profond entre métiers culturels et métiers d'art, sans doute du fait d'une vision élitiste et peu professionnalisée de la culture, qui se traduit par une coupure entre artisanat et culture ; d'autres pays sont moins marqués par un tel clivage, comme le Japon, ainsi que le note Xavier Greffe dans son complément, ou comme dans un pays plus proche comme l'Allemagne.

On note toutefois qu'en juin 2010 est créé un Institut national des métiers d'art, structure unique de référence pour les métiers d'art placée sous la double tutelle du ministre de la Culture et de la Communication et du secrétariat d'État chargé du Commerce, de l'Artisanat, des Petites et moyennes entreprises, du Tourisme, des Services et de la Consommation⁽¹³⁾.

Cette initiative montre qu'il existe un continuum entre art et artisanat, de sorte que l'on peut considérer sans hésitation que les métiers d'art sont un élément essentiel non seulement pour la conservation et l'évolution des méthodes et des procédés mais encore en vue de l'entretien d'un patrimoine culturel matériel et immatériel vivant.

Que faut-il entendre par métier d'art ? Dans un rapport publié en 1976, Pierre Dehay, futur président de la Société d'encouragement aux métiers d'art (SEMA), en proposait une définition basée sur trois critères : l'identification d'un métier au sens d'une technique, la production d'objets uniques (ou en petite série) présentant un caractère artistique, et la maîtrise du métier dans sa globalité, excluant une trop grande parcellisation des tâches.

arts du spectacle, les pratiques sociales, rituels et événements festifs, les connaissances et pratiques concernant la nature et l'univers et les savoir-faire liés à l'artisanat traditionnel.

(13) L'institut a quatre missions principales :

- développer une expertise sur les métiers d'art et leur savoir-faire afin de favoriser leur développement et leur diffusion auprès des professionnels, du grand public et des scolaires ;
- animer l'ensemble des réseaux métiers d'art avec tous les acteurs du secteur (professionnels, services) ;
- développer la promotion des métiers d'art au plan national et international ;
- explorer de nouveaux champs de développement culturel dans les domaines des arts plastiques, du design et des arts de la mode.

5. Le paysage des bibliothèques françaises^(*), 2008

Nombre d'établissements	Collections de livres	Tutelle
Bibliothèque nationale de France	14 millions	MCC
Bibliothèque publique d'information (BPI)	350 000	MCC
Bibliothèques municipales	106,3 millions (dont 12,9 millions de livres patrimoniaux)	MCC
Bibliothèques départementales de prêt (BdP)	81,7 imprimés pour 100 habitants	MCC
Bibliothèques universitaires	39 449 000	MESR

Lecture : Il faudrait ajouter à ce paysage la Médiathèque de la Cité des sciences et de l'industrie.

Source : DEPS.

6. Fonds d'archives, 2007

	Mètres linéaires
Archives nationales (Paris)	86 000
Archives nationales (Fontainebleau)	197 000
Archives nationales d'outre-mer (Aix-en-Provence)	36 000
Archives nationales du monde du travail (Roubaix)	35 000
Total	354 000

Source : MCC/DAF/DEPS.

Le ministère en charge de l'Artisanat a publié une liste officielle des métiers de l'artisanat d'art en 2003, qui procède de cette définition et comprend 217 métiers, classés en 19 domaines selon le matériau (bois, cuir, métal, pierre, terre, textile, verre) ou l'activité (art floral, arts du spectacle, arts et traditions populaires, arts graphiques, arts mécaniques, jeux, jouets, bijouterie-joaillerie-orfèvrerie-horlogerie, décoration, facture instrumentale, luminaire, métiers liés à l'architecture, mode, tabletterie) (Dumas, 2009).

Les statisticiens peinent à comptabiliser ces métiers qui incluent des emplois hétérogènes aussi bien par les structures qui les portent que par la variété des statuts : inscription au répertoire des métiers pour les artisans, à la Maison des artistes, chargée de gérer la branche arts graphiques et plastiques du régime obligatoire de sécurité sociale ou inscription au registre du commerce pour les commerçants ou professions libérales. À partir de la nomenclature de 2003, on arrive à 37 000 entreprises en 2006, 7,8 milliards d'euros de chiffre d'affaires dont 8,4 % à l'export ; mais seules 18 000 entreprises peuvent être considérées comme le « noyau dur de l'artisanat d'art », ce qui représente 43 200 emplois dont 25 600 salariés. Ce sont des très petites entreprises (TPE) (deux tiers sans salarié et une moyenne de 1,7 salarié par entreprise) avec toutes les difficultés que cette catégorie d'entreprise peut rencontrer⁽¹⁴⁾. Un label a été créé en 2006 « Entreprises du patrimoine vivant », destiné aux entreprises détenant un savoir-faire rare renommé ou ancestral, disposant d'une notoriété culturelle associée à un territoire ou à une technicité particulière. Ce label regroupe 672 entreprises de tous secteurs d'activités, réparties sur la France entière ; il ouvre droit à des avantages fiscaux (majoration du crédit d'impôt apprentissage, crédit d'impôt « création »).

La conservation de ces métiers et savoirs est une condition de la créativité dans certains métiers (design, mode, BTP patrimonial, etc.). En Italie, un institut basé à Florence se donne le projet d'inventorier, sauvegarder et promouvoir ces savoirs et techniques (ITKI, International Traditional Knowledge Institute).

1.1.2.3. Fonds d'archives et bibliothèques

Longtemps mal aimées, les bibliothèques ont bénéficié de créations et d'extensions qui permettent aujourd'hui d'irriguer l'ensemble du territoire (tableau 5). Le réseau des bibliothèques patrimoniales ainsi que la BNF ont dû affronter à marche forcée la question cruciale de la numérisation des fonds, de l'accès du public aux fonds numérisés, et des conditions de cet accès.

Si les fonds d'archives nationales relèvent de l'État, les autres ont été transférés aux départements (tableaux 5 et 6) ; c'est là une des rares compétences culturelles locales obligatoirement à charge de ces derniers.

Deux régions (Île-de-France et Rhône-Alpes) regroupent 20 % du total des mètres linéaires conservés par des archives départementales et 25 % des lecteurs (tableau 7).

(14) Cf. « Les métiers d'art », *PME/TPE en bref*, mai 2008.

7. Fonds et lectorat des archives départementales, 2007

	Fonds conservés (en mètres linéaires)	Lecteurs	Séances de travail	Communications ^(*)	Scolaires des services éducatifs
Total	2 123 903	175 506	652 302	2 763 816	106 305
Alsace	53 299	2 848	15 820	77 184	2 356
• Bas-Rhin	29 054	1 807	11 414	55 652	1 297
• Haut-Rhin	24 245	1 041	4 406	21 532	1 059
Aquitaine	118 756	7 873	27 483	119 117	2 842
• Dordogne	20 714	2 772	10 296	46 070	609
• Gironde	52 810	1 796	7 617	28 158	525
• Landes	10 471	432	959	5 816	350
• Lot-et-Garonne	15 331	1 098	4 586	22 446	652
• Pyrénées-Atlantiques	19 340	1 775	4 025	16 627	706
Auvergne	74 226	7 175	29 455	124 080	1 857
• Allier	16 001	1 353	3 967	19 326	194
• Cantal	12 652	1 364	5 686	28 612	404
• Haute-Loire	14 306	1 945	7 042	43 090	375
• Puy-de-Dôme	31 267	2 513	12 760	33 052	884
Bourgogne	79 861	6 316	23 021	125 315	2 183
• Côte-d'Or	25 154	1 318	6 417	26 682	420
• Nièvre	18 230	1 446	6 138	25 918	270
• Saône-et-Loire	19 726	2 265	4 074	48 349	1 061
• Yonne	16 751	1 287	6 392	24 366	432

Lecture : Non compris les recherches par correspondance.

Note : (*) Communications administratives et des salles de lecture.

Source : MCC/DAF/DEPS.

Bretagne	87 574	11 449	40 971	115 973	8 942
• Côtes-d'Armor (2006)	16 090	3 218	10 470	46 479	4 259
• Finistère	24 788	3 033	10 922	53 828	451
• Île-et-Vilaine	26 150	2 312	8 108	12 352	238
• Morbihan	20 546	2 886	11 471	3 314	3 994
Centre	114 848	9 952	34 655	191 639	2 569
• Cher	18 374	1 316	6 247	31 942	485
• Eure-et-Loir	16 589	1 938	3 343	11 340	1 020
• Indre	15 783	1 280	5 668	36 147	124
• Indre-et-Loire	21 578	1 950	8 516	39 862	530
• Loir-et-Cher	14 489	1 459	6 121	18 480	296
• Loiret	28 035	2 009	4 760	53 868	114
Champagne-Ardenne	76 401	5 810	25 785	114 367	3 982
• Ardennes	14 000	1 382	7 763	33 967	92
• Aube	19 771	1 528	8 605	12 912	1 430
• Marne (2005)	26 126	2 072	5 934	52 062	1 860
• Haute-Marne (2006)	16 504	828	3 483	15 426	600
Corse	13 014	1 818	6 924	24 641	673
• Corse-du-Sud	7 319	708	3 188	9 852	649
• Haute-Corse	5 695	1 110	3 736	14 789	24
Franche-Comté	66 078	4 280	17 221	52 708	677
• Doubs	20 132	1 326	8 100	20 869	50
• Jura	18 690	1 355	2 470	25 500	30
• Haute-Saône	13 737	1 034	4 735	448	448
• Territoire de Belfort	13 519	565	1 916	6 339	149

	Fonds conservés (en mètres linéaires)	Lecteurs	Séances de travail	Communications ^(*)	Scolaires des services éducatifs
Île-de-France	221 627	21 626	53 379	334 684	14 294
• Paris	65 707	14 167	26 807	178 728	100
• Seine-et-Marne	38 758	1 818	5 756	80 521	4 850
• Yvelines	24 092	1 409	5 419	9 729	1 929
• Essonne	12 899		3 784	10 783	1 460
• Hauts-de-Seine	20 463	876		12 934	2 963
• Seine-Saint-Denis	25 796	995	3 320	16 933	738
• Val-de-Marne	16 225	1 073	3 684	8 316	467
• Val-d'Oise	17 687	1 288	4 609	16 740	1 787
Languedoc-Roussillon	101 092	7 284	32 292	118 919	6 188
• Aude	18 978	1 601	10 203	23 153	2 911
• Gard	25 924	1 765	6 584	33 128	315
• Hérault	29 593	1 812	6 654	29 912	2 115
• Lozère	8 150	1 056	2 900	14 669	233
• Pyrénées-Orientales	18 447	1 050	5 951	18 057	614
Limousin	29 259	4 577	16 463	59 341	2 692
• Corrèze		1 456	5 002	26 760	867
• Creuse	9 016	1 367	5 121	13 392	385
• Haute-Vienne	20 243	1 754	6 340	19 189	1 440
Lorraine	110 622	7 251	42 900	119 673	3 703
• Meurthe-et-Moselle	31 809	1 951	5 758	18 502	253
• Meuse	17 428	1 355	5 298	17 275	1 033
• Moselle	36 533	2 158	8 501	28 156	1 333
• Vosges	24 852	1 787	23 343	55 740	1 084

Midi-Pyrénées	128 486	9 967	52 369	236 555	5 985
• Ariège	11 575	1 031	3 695	18 032	562
• Aveyron	22 027	1 648	11 285	78 350	501
• Haute-Garonne	33 221	1 964	10 914	39 037	1 730
• Gers	14 423	1 000	2 566	18 965	137
• Lot	8 792	993	2 584	15 581	871
• Hautes-Pyrénées (2004)	11 000	1 148	6 568	17 701	359
• Tarn	15 584	1 458	10 798	30 297	723
• Tarn-et-Garonne	11 864	725	3 959	18 592	1 102
Nord-Pas-de-Calais	86 981	4 612	26 782	123 560	845
• Nord	54 481	2 011	15 875	73 116	293
• Pas-de-Calais	32 500	2 601	10 907	50 444	552
Basse-Normandie	81 773	6 791	18 926	86 826	5 849
• Calvados	58 792	2 538	7 732	38 614	4 000
• Manche	22 981	2 924	5 847	18 264	624
• Orne (2006)		1 329	5 347	29 948	1 225
Haute-Normandie	76 157	3 425	8 970	42 411	885
• Eure	22 399	1 290	3 787	10 494	366
• Seine-Maritime	53 758	2 135	5 183	31 917	519
Pays de la Loire	129 042	8 670	40 845	103 397	9 684
• Loire-Atlantique	33 282	1 585	4 915	20 421	2 589
• Maine-et-Loire	34 179	2 758	16 146	18 606	4 252
• Mayenne	15 920	1 362	6 838	22 240	335
• Sarthe	23 381	1 370	6 508	20 481	2 283
• Vendée	22 280	1 595	6 438	21 649	225
Picardie	69 890	5 379	21 490	93 914	4 261
• Aisne	18 632	1 823	8 764	39 736	436
• Oise	26 046	1 840	5 136	23 595	1 071
• Somme (2006)	25 212	1 716	7 590	30 583	2 754

	Fonds conservés (en mètres linéaires)	Lecteurs	Séances de travail	Communications ⁽⁶⁾	Scolaires des services éducatifs
Poitou-Charentes	54 524	6 836	28 929	99 682	1 547
• Charente	16 265	1 279	4 843	22 037	54
• Charente-Maritime		2 304	8 945	30 589	598
• Deux-Sèvres	14 698	1 573	7 941	28 293	788
• Vienne	23 561	1 680	7 200	18 763	107
Provence-Alpes-Côte d'Azur	132 318	8 044	25 665	104 750	16 877
• Alpes-de-Haute-Provence	9 016	1 067	3 425	15 082	955
• Hautes-Alpes	9 387	1 082	4 877	12 221	218
• Alpes-Maritimes	26 750	1 009	5 238	13 074	5 808
• Bouches-du-Rhône (2006)	47 890	2 552	4 639	23 211	7 713
• Var	18 847	1 071	3 486	21 778	1 106
• Vaucluse	20 428	1 263	4 000	19 384	1 077
Rhône-Alpes	210 619	21 819	59 165	279 101	6 981
• Ain	24 103	1 365	9 014	27 953	1 161
• Ardèche	15 941	1 981	5 898	41 629	160
• Drôme	28 922	1 381	7 318	20 063	579
• Isère	31 779	2 656	12 151	43 468	1 100
• Loire	33 161	2 033	5 554	21 834	700
• Rhône	38 961	2 803	13 304	80 011	412
• Savoie	19 214	7 906		18 591	272
• Haute-Savoie	18 538	1 694	5 926	25 552	2 597
DOM	7 456	1 704	2 792	15 979	433
• Guadeloupe	893	817		6 346	
• Guyane					
• Martinique	6 563	887	2 792	9 633	
• Réunion					

1.1.2.4. La numérisation des fonds et le marché du numérique

Toute une part du patrimoine a vocation à être numérisée et mise ainsi à disposition du plus grand nombre. Le grand emprunt lancé en 2010 doit y contribuer ; cela passe par la définition des priorités, de la méthode et des partenariats à construire.

La question de la numérisation des fonds des bibliothèques s'est posée dès 1971 avec la mise en place du projet Gutenberg. La Bibliothèque nationale de France lance son projet Gallica en 1997. Au départ très sélective, la politique de numérisation de la BNF a récemment évolué vers la numérisation de masse. L'établissement a négocié un accord avec les éditeurs français pour les livres sous droits. Des journaux sont également disponibles. Gallica propose en juin 2010 environ 1,16 million de documents, dont près de 200 000 livres, 10 000 cartes, 7 500 manuscrits.

Google lance sa propre plate-forme en 2004. Celle-ci, appelée aujourd'hui Google Book Search, démarre avec la numérisation des fonds de plusieurs grandes bibliothèques (New York Public Library, bibliothèques des universités de Harvard, Stanford, du Michigan, et Bodleian Library d'Oxford). Pour les livres du domaine public, l'ouvrage *peut être lu en entier* et téléchargé ; pour les œuvres sous droit, il est possible de consulter des extraits et de suivre un lien renvoyant vers le site de l'éditeur s'il est partenaire du projet, ou de ne consulter que les références de l'œuvre et de très courts extraits en cas d'absence d'accord. En 2010, 10 millions de livres seraient disponibles dont 1,5 million relève du domaine public et 2,5 à 5 sont des œuvres orphelines⁽¹⁵⁾, tandis qu'une part a été numérisée sans accord des ayants droit.

En 2006, l'Europe lance la Bibliothèque numérique européenne (BNUE) ; son portail Europeana est ouvert depuis 2008. L'accès est gratuit pour le patrimoine appartenant au domaine public. Le financement est assuré par la Commission européenne et certains États membres. Europeana propose 6 millions de documents, dont moins de 200 000 livres. Les contenus apportés par la France représentent actuellement environ la moitié du total des documents.

1.1.2.5. Les contentieux avec Google

La numérisation des fonds des bibliothèques partenaires de Google, qui comprenaient nombre d'œuvres sous droits, sans consentement préalable des ayants droit a suscité dès 2005 un contentieux aux États-Unis (*class action* de l'*American Publishers Association* et de l'*Author's Guild*) pour contrefaçon de droits d'auteurs. Google en appelle au « *fair use* » (utilisation loyale), et à l'« *opt out* » (possibilité pour l'ayant droit de faire savoir *ex post* qu'il souhaite que son œuvre soit retirée du *corpus* des œuvres proposées gratuitement à l'internaute sur le site dédié de Google). Un ac-

(15) Un droit sur une œuvre est orphelin si au moins un des titulaires de ce droit n'a pu être identifié malgré des recherches avérées et sérieuses.

cord de 2008, revu en 2009⁽¹⁶⁾, apporte des éléments de réponse pour les livres initialement publiés aux États-Unis, au Royaume-Uni, au Canada et en Australie, ainsi que pour les livres inscrits - par les éditeurs du monde entier - au Bureau du copyright des États-Unis. Toutefois, l'affaire n'est pas encore réglée aux États-Unis à l'heure où nous écrivons. Plusieurs éditeurs français ont lancé une procédure analogue (La Martinière notamment, mais aussi le Syndicat national de l'édition et la Société des gens de lettres). En France, Google est condamné au versement de dédommagements et sommé de cesser ses agissements.

2. Les propositions de la mission Tessier sur la numérisation du patrimoine

La mise en œuvre d'une politique de numérisation exhaustive et de masse ouvrant sur des requêtes simples, les plus à même de répondre aux besoins du grand public, et complémentaires d'une offre documentaire plus structurée à destination des publics spécialisés.

L'ouverture d'une réflexion approfondie sur l'ensemble des moyens permettant une visibilité numérique (référencement, indexation, citations dans des blogs ou des sites communautaires, etc.).

La mise en œuvre d'un partenariat avec les éditeurs pour les fonds sous droits, en particulier pour les œuvres épuisées, les ouvrages que les éditeurs ne souhaitent pas rééditer sous format papier trouvant ainsi une exploitation nouvelle, rémunérée et non exclusive, sous format numérique.

Un plan public pour la numérisation des livres subordonné à l'adhésion à Gallica, c'est-à-dire à l'une ou l'autre au moins de ses fonctionnalités : indexation du contenu, feuilletage d'extraits, voire commercialisation du fichier, directe sur Gallica ou indirecte par renvoi de Gallica vers un site tiers de vente, choisi par l'éditeur titulaire des droits.

La mise en place d'une entité coopérative réunissant les bibliothèques publiques patrimoniales et les éditeurs, dans une logique de partenariat public-privé. Cette entité coopérative aurait la responsabilité d'organiser l'accès aux ouvrages et de concevoir les interfaces avec d'autres plates-formes, et elle serait appelée à jouer un rôle de plate-forme de diffusion et de valorisation des œuvres orphelines.

L'élaboration d'un accord avec Google, par exemple, qui viserait au partage de la numérisation via l'échange des fichiers de qualité équivalente et de formats compatibles. Chaque partenaire resterait libre de disposer des fichiers obtenus par l'échange. Ou bien la création d'une filière de numérisation partagée qui permettrait à Google et à la bibliothèque de réaliser leurs opérations de numérisation au même moment, chacun selon son procédé, en partageant les équipes et en ne mobilisant qu'une seule fois les ouvrages à numériser.

(16) Ce premier projet devait mettre fin aux poursuites contre Google par un système de dédommagement. Pour les livres numérisés non disponibles dans les grands canaux de vente américains, Google les exploitait par défaut, sauf objection expresse, formulée titre par titre par les éditeurs. Cette exploitation devait se limiter au territoire américain. Pour les livres revendiqués par leurs ayants droit, si ces derniers autorisaient l'exploitation par Google, ils se voyaient reverser 33 % du chiffre d'affaires généré ; pour les livres non revendiqués, 33 % du chiffre d'affaires généré était reversé à un *Books Rights Registry* ayant pour mission d'inciter les ayants droit du monde entier à s'enregistrer.

Mais ce contentieux n'a pas encore trouvé sa résolution définitive. L'inquiétude existe d'un risque de monopolisation du savoir à des fins de génération de trafic sur Internet. En effet, les recherches de livres sont des outils additionnels, pour Google, de la connaissance fine des profils des internautes, valorisables auprès des annonceurs ; la gratuité de l'accès est la face inversée de ce financement publicitaire. Cette stratégie revêt deux aspects polaires : d'un côté, la mise à disposition gratuite par Google de toute une masse d'informations accroît le bien-être social. Mais d'un autre côté, le comportement de passager clandestin consistant à diffuser des biens au financement desquels Google n'a pas contribué affaiblit les moyens de financer la création. De même, le fait de confier à Google la numérisation de fonds, comme a pu le faire la bibliothèque de Lyon, pose la question de la propriété des fichiers et de la durée des clauses d'exclusivité avec les partenaires. Le rapport Tessier relève que celle-ci est bien trop longue et « peut aller à l'encontre de la mission d'accès impartie aux bibliothèques ». Le recours à la notion de facilité essentielle pourrait justifier l'obligation de mise à disposition des fichiers pour les autres acteurs.

Une voie difficile mais nécessaire demeure celle de l'association de toutes les grandes bibliothèques patrimoniales au projet de numérisation et de l'amélioration de la coopération au niveau européen.

Au-delà de la question du stock de documents numérisés et de la propriété de ces fichiers, se posent celles du référencement et de l'accès. Ce n'est pas tant dans la masse de ce qui peut être consulté que dans les cheminement qui permettent de se repérer et de trouver ce que l'on cherche, dans la qualité des méta-données et l'ordre des pages qui sont proposées lors d'une requête qu'il faut chercher les enjeux les plus forts. L'investissement et la recherche publics doivent aussi porter sur ces deux questions, en relation avec les universités et le CNRS.

Notons enfin l'importance qu'il faut accorder à la qualité de la numérisation, notamment pour les documents les plus fragiles. Dans ce cas, les partenariats avec des entreprises qui pratiquent la numérisation de masse, tel Google, sont sans doute à exclure. Il convient alors d'investir dans des procédés et machines *ad hoc*.

1.2. Le patrimoine comme bien économique

1.2.1. La valeur du patrimoine

La valeur esthétique et la valeur historique du patrimoine sont les plus simples à percevoir. Ce sont elles qui ont présidé à l'adoption de la loi de 1913 qui a fait école dans plus d'un pays⁽¹⁷⁾. La valeur scientifique (comme objet d'étude) pour la collectivité est loin d'être négligeable.

(17) Inspirée par Barrès dénonçant la « grande misère » des églises de France, elle fait suite à la loi de 1887 qui permettait que les propriétés privées ou publiques soient classées au nom de l'intérêt national, et ne puissent être ni restaurées, ni modifiées, ni détruites sans l'accord de l'État.

Concernant la valeur marchande, plusieurs dimensions sont à prendre en compte. Le classement des édifices constitue un label de qualité qui accroît leur valeur ainsi que celle des biens immobiliers qui se situent dans le même périmètre. Il permet de surcroît de bénéficier d'avantages fiscaux. Le classement peut même donner naissance à d'éventuels mouvements de spéculation immobilière. Deux études ont été menées qui attestent de cet effet, au Royaume-Uni et à Paris, et qui montrent un effet plus notable sur la valeur des biens de l'appartenance à une zone à forte densité de biens classés en France qu'au Royaume-Uni⁽¹⁸⁾.

La valorisation du patrimoine procède de son potentiel en matière d'usages, de communication, d'appropriation par des résidents et des touristes ; elle renvoie à la capacité d'un lieu d'attirer du tourisme ou à l'installation d'entreprises de services dont les employés et cadres sont sensibles à la qualité de l'environnement architectural esthétique ou historique. Elle procède surtout de la valeur symbolique associée au patrimoine, celle qui en fait un condensé d'histoire, de références communes, celle qui entre dans la psyché nationale. On conçoit alors qu'une valeur marchande nulle puisse être associée à une valeur symbolique ou scientifique élevée (par exemple, une église de campagne). Dans ce cas, on parle de valeur externe du patrimoine ; celle-ci fait du patrimoine un bien en partie public (dont l'existence bénéficie à tous) et légitime l'intervention publique. Elle peut également être mesurée précisément : nous reviendrons sur ce point en section 2.1.

1.2.2. La consommation du patrimoine, une logique de « star system »

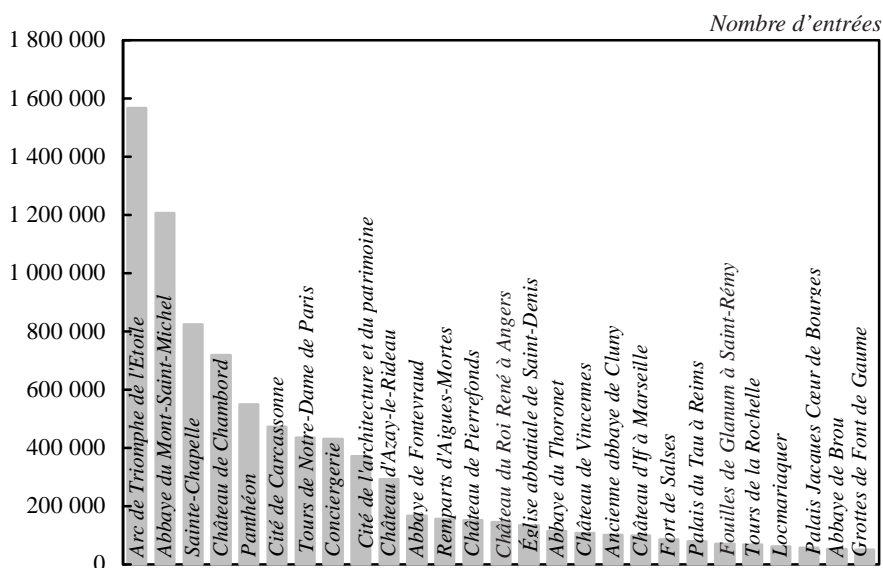
C'est à un véritable « *star system* » muséal et monumental que l'on assiste. La courbe de fréquentation des monuments gérés par le Centre des monuments nationaux montre qu'un petit nombre d'entre eux (auxquels il faudrait ajouter Chambord avec ses 7 millions de visiteurs en 2008) accapare la majeure partie des entrées. En région parisienne, Notre Dame (13,6 millions de visiteurs), la Tour Eiffel (près de 7 millions de visiteurs par an), Montmartre (et la basilique du Sacré-Cœur avec 10,5 millions de visiteurs), Versailles (5,6 millions de visiteurs pour le domaine en 2008), le musée d'Orsay (3 millions de visiteurs), le centre Pompidou (5,5 millions de visiteurs), le Louvre (8,5 millions de visiteurs) pourraient résumer le parcours type du visiteur, au détriment de centaines d'autres lieux généralement délaissés. Il faut longtemps patienter pour visiter Versailles, mais des sites demeurent désespérément déserts⁽¹⁹⁾.

(18) L'étude française porte sur l'évolution des prix des appartements dans 16 arrondissements de Paris entre 1979 et 1999 (Benhamou, 2003). L'étude britannique porte sur des immeubles de bureau, protégés au titre de leur dimension historique ou appartenant à des zones à forte densité de biens protégés, sur la période 1980-1995 : les biens construits avant 1945 sont ceux qui bénéficient des plus-values les plus importantes ; pour les autres, l'effet est moins net (Creigh-Tyte, 2000).

(19) Cette concentration se retrouve dans les recettes de billetterie, de sorte que la notoriété s'auto-renforce, les lieux les plus connus disposant de recettes plus élevées leur permettant

De même, en 2008, 81 monuments nationaux français drainent 8,3 millions d'entrées. Mais quatre monuments réunissent 50 % des visites. Quant aux trente musées nationaux, ils comptent en 2008 55 millions de visites, mais 1 % des musées de France (13 sur 1 140) rassemble 50 % des visites (graphique 3 et tableaux 8 et 9). On rencontre là un effet de l'attrait pour le plus visible et le plus connu, mais aussi sans nul doute le résultat de l'insuffisance de la formation et de l'information qui pousse à ne « consommer » que ce dont chacun parle et dont on croit connaître la qualité. L'incertitude sur la qualité est en effet le corollaire du caractère unique des biens patrimoniaux et du fait qu'ils constituent dans le cas général des biens d'expérience⁽²⁰⁾ (sauf en cas de visites répétées, ce qui n'est pas le cas le plus fréquent).

3. Fréquentation des monuments historiques en 2008



Note : À l'exception du Château de Chambord et de la Cité de l'architecture et du patrimoine, les monuments sont gérés par le Centre des monuments nationaux.

Source : Ministère de la Culture, 2010.

de mener des politiques plus dynamiques en direction des publics potentiels. C'est ainsi que l'étude PACA (2004) constate l'ampleur des disparités en matière de recettes générées par la billetterie : l'écart s'établit entre 523 euros par an pour le monument générant la plus petite recette à près de 4 millions d'euros pour celui générant la plus forte. Dix-huit monuments de la région génèrent plus de 150 000 euros de recettes annuelles : « À eux seuls, ces derniers [les 9 sites les plus visités] enregistrent plus de 1,9 million d'entrées payantes, soit près des trois quarts du total des entrées payantes de la région » (PACA, 2004, p. 6).

(20) C'est-à-dire des biens dont on ignore la qualité avant de les avoir consommés.

8. Fréquentation des musées de France, 2008

Musée du Louvre, Paris	8 422 000	Palais des beaux-arts de Lille	226 367
Établissement public du Musée et du Domaine national de Versailles	5 613 851	Aquarium tropical, Paris	190 380
Établissement public du musée d'Orsay, Paris	3 025 164	Musée de Grenoble	188 385
Musée national d'Art moderne + expos (Centre Georges-Pompidou), Paris	2 748 884	Musée de l'homme (Muséum national d'histoire naturelle), Paris	179 816
Musée du Quai Branly, Paris	1 389 490	La Piscine – musée d'art et d'industrie André Diligent, Roubaix	177 621
Musée de l'Armée, Paris	1 266 181	Musée des beaux-arts, Marseille	174 958
Musée Carnavalet-Histoire de Paris	1 108 079	Musée national de l'Automobile – Collection Schlumpf, Mulhouse	174 189
Musée d'art moderne de la Ville de Paris	832 088	Musée du château des ducs de Bretagne, Nantes	173 046
Musée national Auguste-Rodin, Paris	754 963	Musée des beaux-arts, Dijon	160 263
Grande Galerie de l'Évolution (Muséum national d'histoire naturelle), Paris	689 163	Musée d'art moderne et d'art contemporain, Nice	157 670
Petit Palais, Musée des beaux-arts de la Ville de Paris	580 278	Musée national message biblique Marc-Chagall, Nice	155 791
Musée national de l'Orangerie des Tuileries, Paris	543 754	Musée de la mine – Centre historique minier, Lewarde	139 242
Musées des arts décoratifs, mode et textile, publicité, Paris	442 100	Maison de Victor Hugo, Paris	134 289
Mémorial de Caen	392 228	Musée Toulouse-Lautrec, Albi	132 761
Musée du château de Fontainebleau	384 039	Musée Réattu, Arles	130 310
Musée d'art et d'histoire, Narbonne	372 773	Musée d'art moderne et contemporain, Strasbourg	127 881
Établissement public du musée des arts asiatiques Guimet, Paris	361 801	Musée Matisse, Nice	125 483

Musée national du Moyen Âge – Thermes de Cluny, Paris	360 100	Musée de la musique, Paris	124 682
Musée national Picasso, Paris	342 750	Muséum – Jardin des sciences, Dijon	119 797
Musée des monuments français, Paris	323 615	Musée de Normandie, Caen	119 090
Muséum d'histoire naturelle, Toulouse	309 919	Château de Grignan	115 428
Musée du Débarquement, Arromanches	309 623	Les Abattoirs, musée d'art moderne et contemporain, Toulouse	114 919
Galerie d'anatomie comparée et de paléontologie (Muséum national d'histoire naturelle), Paris	280441	Musée national du château, Pau	111 956
Musée de l'air et de l'espace, Le Bourget	274 678	Musée d'Aquitaine, Bordeaux	111 224
Châteaux, musées de Blois	274 595	Musée d'archéologie nationale, Saint-Germain-en-Laye	110 197
Muséum de Besançon et musée comtois	262 851	CAPC Musée d'art contemporain, Bordeaux	110 140
Château musée d'histoire et d'archéologie, Les Baux-de-Provence	260 239	Galerie de minéralogie et de géologie (Muséum national d'histoire naturelle), Paris	108 382
Musée des beaux-arts, Lyon	250 138	Musée départemental Albert-Kahn, Boulogne-Billancourt	104 646
Musée d'Unterlinden, Colmar	247 533	Musée des Augustins, Toulouse	104 143
Musée national de la Marine, Paris	243 283	Musée d'art et d'archéologie, Cluny	100 767
Musée national des Techniques (Conservatoire national des arts et métiers), Paris	232 458	Musée départemental d'art moderne, Céret	100 325
Musée d'art contemporain Lyon	226 442	Musée d'art et d'histoire du judaïsme, Paris	100 109
Total général = 35 892 721			

Source : DEPS (2010).

9. Fréquentation des monuments historiques gérés par le Centre des monuments nationaux

	En 2008
Grottes de Font de Gaume	50 783
Abbaye de Brou	51 446
Palais Jacques Cœur de Bourges	57 021
Locmariaquer	60 924
Tours de La Rochelle	67 011
Fouilles de Glanum à Saint-Rémy	70 662
Palais du Tau à Reims	78 310
Fort de Salses	84 351
Château d'If à Marseille	97 516
Ancienne abbaye de Cluny	100 417
Château de Vincennes	107 599
Abbaye du Thoronet	113 298
Église abbatiale de Saint-Denis	132 298
Château du Roi René à Angers	143 883
Château de Pierrefonds	151 822
Remparts d'Aigues-Mortes	156 052
Abbaye de Fontevraud	166 001
Château d'Azay-le-Rideau	292 234
Conciergerie	431 606
Tours de Notre-Dame de Paris	436 107
Cité de Carcassonne	473 184
Panthéon	548 335
Sainte-Chapelle	823 216
Abbaye du Mont-Saint-Michel	1 206 547
Arc de Triomphe de l'Étoile	1 567 438
56 monuments restants	806 714
Total général	8 274 775

Source : DEPS (2010).

Ce « *star system* » se traduit par une extrême inégalité de revenus : seuls cinq monuments parmi ceux que gère le Centre des monuments nationaux sont bénéficiaires si l'on prend en compte les dépenses de fonctionnement et d'investissement, car ces derniers, essentiellement parisiens, ont la fréquentation la plus élevée.

1.2.3. Qui possède le patrimoine culturel français ?

Les biens patrimoniaux peuvent être publics ou privés. En 2008, 50,5 % des bâtiments classés et inscrits appartenaient à un propriétaire public (4 % à l'État, 1,9 % à un département ou à une région, 43,4 % à une commune, et 1,2 % à un établissement public) et 49,5 % à des propriétaires privés. Si l'on ne tient compte que des bâtiments classés, la répartition entre public et

privé devient 55,6-34,6 %⁽²¹⁾. Mais la charge est plus inégalement répartie que ce que ces pourcentages laissent entendre : parmi les bâtiments dont la charge incombe à l'État, on trouve nombre de monuments dont l'entretien est particulièrement coûteux, parmi lesquels il faut par exemple compter les cathédrales.

Qu'ils soient publics ou privés les biens patrimoniaux ont une valeur pour la collectivité. C'est cette valeur pour la collectivité, qui transcende la valeur d'usage, qu'évoquait Victor Hugo en 1832, lorsqu'il soulignait les deux dimensions que revêt tout édifice historique, « son usage et sa beauté », le premier appartenant au propriétaire, tandis que la seconde est la propriété de tous.

1.2.4. L'importance du secteur du patrimoine dans l'économie

Il est par nature difficile d'apprécier la valeur du patrimoine (on notera d'ailleurs que l'on ignore la valeur des collections des musées) ; on connaît mieux, bien que très imparfaitement, les revenus générés par le patrimoine. Sous le terme « autres activités culturelles », le ministère de la Culture rassemble les dépenses de consommation des Français pour les bibliothèques, le patrimoine, les musées, ainsi que le patrimoine naturel (zoos, jardins botaniques), et évalue cette somme à 269 millions d'euros pour l'année 2007⁽²²⁾. Cette rubrique disparaît de la même publication l'année suivante, et n'est remplacée par rien ! Tout comme la dépense publique directe (subventions) et indirecte (via des dégrèvements fiscaux) qui est mal connue (cf. section 1), la dépense privée pour le patrimoine est très mal évaluée.

En revanche, un certain nombre de données éclairent la question des emplois générés par le patrimoine. La population active ayant un emploi dans le secteur culturel est de 492 100 personnes en 2007 (1,9 % de la population active totale) dont 35 200 emplois dans la conservation du patrimoine et 63 500 dans des activités d'architecture (DEPS, 2009) (cf. tableau 10). Les emplois ayant trait à la conservation du patrimoine sont définis de façon très restrictive. Ni les emplois touristiques, ni les emplois du BTP portant sur des lieux patrimoniaux ne sont inclus. On compte essentiellement les activités des conservateurs, des gardiens, etc., d'où un taux de salariat très élevé (98 %) mais seulement 51 % d'emplois à durée indéterminée (contre 89 et 83 % pour l'ensemble de la population active ayant un emploi)⁽²³⁾. Le tableau 11 permet de préciser le nombre des artisans et ouvriers d'art ; il s'accroît de 16 % entre 1990 et 2007, mais le taux de croissance de l'emploi dans les professions culturelles est de 77 % sur la même période (tableau 11).

(21) Dernières données disponibles, pour l'année 2008. Source : MCC.

(22) Cf. *Chiffres clés*, ministère de la Culture, 2009.

(23) Cf. *Chiffres clés*, ministère de la Culture, Paris, La Documentation française, éditions de 1994 et de 2010.

10. Population active ayant un emploi dans le secteur culturel

Moyenne annuelle en 2007

	Total	(en %)					Emplois salariés	
		Hommes	Femmes	Non salariés	Salariés	CDI	CDD	
Ensemble de la population active ayant un emploi	25 628 000	53	47	11	89	83	17	
Industries culturelles	245 700	47	53	15	85	80	20	
• activités cinématographiques et de vidéo	39 600	59	41	15	85	60	40	
• radio et télévision	46 000	45	55	1	99	68	32	
• presse	67 300	48	52	9	91	91	9	
• édition et librairie	92 800	43	57	26	74	87	13	
Activités d'architecture	63 500	63	37	36	64	88	12	
Spectacle vivant et activités artistiques	147 700	58	42	37	63	39	61	
Conservation du patrimoine	35 200	31	69	2	98	51	49	
Total	492 100	52	48	23	77	70	30	

Lecture : Non compris les personnes travaillant dans les établissements d'enseignement artistique et celles occupant un emploi dans les établissements d'administration de la culture (ministère de la Culture et de la Communication, services culturels des collectivités locales...).

Source : INSEE/DEPS.

11. Emploi dans les professions culturelles

	1982	1990	2007
Artisans et ouvriers d'art	25 012	27 818	32 400
Bibliothécaires, archivistes et conservateurs (fonction publique)	14 212	11 796	38 800
Cadres et techniciens de la conservation et de la documentation	22 844	30 205	102 400
Assistants techniques des arts de la mode et de la décoration	119 916	184 196	316 900
Stylistes / décorateurs			
Autres professions culturelles			
Total	181 984 ^(*)	254 015 ^(*)	490 500
hors architectes	—	—	449 500

Note : (*) Non compris les architectes qui ne font pas partie du périmètre des compétences du ministère à cette date.

Source : MCC, DEPS.

12. Exemples de retombées en termes d'emploi

Source	Emplois directs	Emplois indirects
Grefre (2003) Champ : France entière	<ul style="list-style-type: none"> publics dans le secteur du patrimoine (accueil, gestion, formation) privés travaillant dans le cadre des monuments privés ouverts à la visite 	<ul style="list-style-type: none"> dans les entreprises spécialisées dans la restauration et la conservation du patrimoine protégé artisans architectes œuvrant sur le patrimoine emplois dans la filière touristique emplois liés dans les industries culturelles
	29 000 15 000 Total	24 000 17 600 1 300 177 000 262 000 481 900
2004 Région PACA seulement	<ul style="list-style-type: none"> au sein des administrations en charge du patrimoine guides du patrimoine emplois directs dans les monuments 	<ul style="list-style-type: none"> liés à la restauration du bâti (entreprises, artisans, industries des matériaux, architectes non compris leurs collaborateurs) liés au tourisme autres (recherche, enseignement, communication, édition, etc.)
	1 966 900 427 à 462 Total	639 à 1 745 26 595 nd 27 825 à 28 921
DAPA, mars 2009	<ul style="list-style-type: none"> liés aux sites et monuments 	<ul style="list-style-type: none"> dans les entreprises de restauration du patrimoine protégé, dans le domaine du tourisme, dans la recherche, dans les métiers d'art ou l'architecture
	33 000 Total	280 000 Total
	33 000	313 000

Source : Auteurs.

Une vision étendue de l'emploi patrimonial est proposée dans les études sur les effets du patrimoine en termes de retombées ; quelques exemples figurent dans le tableau 12. On note que les emplois indirects sont 11 fois plus nombreux que les emplois directs dans l'étude de Greffe, 8,6 dans l'étude PACA et 9,5 dans l'étude de la DAPA, avec des définitions pourtant proches des activités prises en compte.

13. Emploi culturel en milliers d'individus (ETP) et en % de l'emploi total, Europe des 27, 2005

	Emploi culturel	Emploi total	%
Allemagne	1 003,9	36 179	2,8
Autriche	88,6	3 754	2,4
Belgique	88,4	4 212	2,1
Bulgarie	53,4	3 008	1,8
Chypre	7,8	348	2,2
Croatie	30,0	1 531	2,0
Danemark	82,4	2 737	3,0
Espagne	389,8	18 893	2,1
Estonie	19,2	609	3,2
Finlande	79,3	2 418	3,3
<i>France</i>	<i>487,9</i>	<i>24 312</i>	<i>2,0</i>
Grèce	92,4	4 382	2,1
Hongrie	79,8	3 891	2,1
Irlande	47,9	929	2,5
Islande	6,0	157	3,8
Italie	464,4	22 650	2,1
Lettonie	27,5	1 028	2,7
Lituanie	36,3	1 453	2,5
Luxembourg	3,5	193	1,8
Malte	3,4	148	2,3
Norvège	48,0	2 212	2,2
Pays-Bas	305,8	8 112	3,8
Pologne	231,3	13 947	1,7
Portugal	69,8	5 132	1,4
République tchèque	93,7	4 739	2,0
Roumanie	97,8	9 298	1,1
Royaume-Uni	870,0	28 072	3,1
Slovaquie	40,3	2 196	1,8
Slovénie	22,2	947	2,3
Suède	153,5	4 357	3,5
Suisse	104,6	3 945	2,7
Union européenne des 27	4 940,3	208 945	2,4

Source : Eurostat (2007).

Compte tenu des inégalités de traitement statistique, la comparaison avec d'autres pays européens ne peut se faire qu'à un niveau très agrégé. Malgré un chiffre impressionnant de près de 500 000 emplois culturels, le secteur culturel en France ne semble pas se distinguer particulièrement de la situation des autres pays européens. La dernière année pour laquelle on dispose

d'un tableau complet est 2005. Le tableau 13 en fait état⁽²⁴⁾. Sous réserve de la qualité de l'harmonisation effectuée, la France se retrouve légèrement en dessous de la moyenne européenne ; peut-être cela reflète-t-il une vision plus restrictive du domaine, les Anglo-saxons mettant l'accent sur les industries et les activités créatives au sein desquelles la culture n'est qu'un aspect, et les Allemands mêlant plus étroitement les métiers d'artisanat au champ de l'emploi culturel.

2. Les raisons de l'intervention publique

L'économie de marché, même dans le secteur de la culture, ne nécessite pas systématiquement une intervention publique. L'économie normative définit les conditions de bon fonctionnement de la concurrence pure et parfaite :

- absence de rendements croissants : lorsque, pour les entreprises du secteur, les coûts de production sont plutôt variables, et que la part des coûts fixes est faible ;
- absence d'externalité : lorsque les acteurs (entreprises, consommateurs) n'exercent pas d'effet sur les uns et les autres qui ne soit relayé par un marché ;
- acteurs rationnels et calculateurs : lorsque les consommateurs ne se trompent pas systématiquement sur les bienfaits des produits (ils ne les sous-estiment ni ne les surestiment).

Lorsqu'une de ces conditions n'est pas vérifiée, le marché livré à lui-même ne fonctionne pas, et l'État doit intervenir.

Chaque défaillance de marché appelle ses propres remèdes, c'est pourquoi il est indispensable de les diagnostiquer avant de s'intéresser aux modalités d'intervention de l'État, sans quoi on aboutit à un empilement de dispositifs sans véritable logique d'ensemble. En effet, si l'on ne réfléchit pas aux défaillances de marché que l'État est censé pallier, les mesures décidées de manière arbitraire sont un gâchis inutile d'argent public, voire ont des effets contre-productifs.

L'objet de cette section est donc de faire le point sur les différentes raisons pour lesquelles le marché ne fonctionne pas en matière de patrimoine. Les diagnostics établis dans cette partie nous aideront à formuler des recommandations de politique économique dans la dernière partie.

(24) Les activités prises en compte dans le *Labour Force Survey* correspondent à celles des architectes, urbanistes, archivistes et conservateurs, bibliothécaires et professions liées, auteurs, journalistes et autres écrivains, sculpteurs, peintres et autres artistes, compositeurs, musiciens et chanteurs, chorégraphes et danseurs, acteurs du cinéma et de la scène et réalisateurs, directeurs de spectacles, photographes et techniciens du son et de l'image, décorateurs et designers, annonceurs radio et télévision et autres annonceurs, clowns, magiciens, acrobates.

2.1. Les externalités du patrimoine

2.1.1. Le patrimoine comme bien public

Les textes datant de la Révolution font état du caractère de bien collectif du patrimoine. L'Instruction de l'an II stipule : « vous n'êtes que des dépositaires d'un bien dont la grande famille a le droit de vous demander compte ». Il est vrai que la Révolution avait conduit à des destructions involontaires et surtout volontaires, à tel point que l'Abbé Grégoire, scandalisé par ces déprédations qui retiraient au peuple les biens immobiliers et les objets qui venaient d'entrer en sa possession, réclame l'arrêt de ce qu'il appela le « vandalisme », inventant par là même un mot « afin de tuer la chose »⁽²⁵⁾. Un bien privé ou public du point de vue de son statut juridique mais collectif en termes sociaux et économiques ne saurait être détruit sans l'assentiment de la collectivité.

Du point de vue économique, le caractère de bien public du patrimoine tient à deux propriétés, inégalement vérifiées : la non-excluabilité (l'impossibilité de l'exclusion par le prix) et la non-rivalité (les interdépendances de consommation). La première propriété se manifeste par l'impossibilité d'appliquer un péage afin d'exclure le visiteur ou le curieux. Cette propriété n'est que rarement établie ; elle concerne les façades d'un édifice classé, mais pas ses intérieurs : il est possible de fermer un lieu patrimonial à celui qui ne souhaite pas s'acquitter d'un tarif d'entrée. En revanche, la seconde propriété est le plus souvent vérifiée : les monuments historiques publics sont des produits dont les consommations sont dites jointes, sans rivalité. Ils peuvent être « consommés » par plusieurs individus en même temps, et la consommation des uns ne saurait gêner celle des autres. En d'autres termes, la consommation est *a priori* la même pour tous, au sens où le public jouit d'une vue sur les bâtiments historiques sans que la présence des uns soit de nature à gêner les autres. Non-rivalité et non-exclusion, même lorsqu'elles sont partielles, induisent des défaillances de marché.

Les économistes de la culture distinguent la valeur d'usage de la valeur externe du patrimoine (Throsby, 1994). La valeur d'usage est celle que les citoyens retirent de la consommation directe du patrimoine, par exemple en allant visiter un musée ou un monument le dimanche après midi ou en compulsant des manuscrits dans une bibliothèque patrimoniale. La valeur d'usage pourrait, théoriquement, faire l'objet d'un marché puisque les consommateurs ont une idée assez claire des bienfaits qu'ils tirent de la consommation culturelle. La valeur externe du patrimoine correspond davantage à l'externalité qui nous intéresse ici. Les économistes de la culture en distinguent trois composantes : la valeur d'héritage (la jouissance que tirent les citoyens à transférer le patrimoine à leur descendance), la valeur d'existence (la satisfaction de savoir qu'existe, dans son pays ou ailleurs, un grand

(25) Rapport du 21 nivôse de l'an II. La Convention décréta en avril 1793 une peine de deux années de prison pour quiconque détruirait ou dégraderait des monuments de science et d'art par malveillance.

monument ou un grand musée, même si on ne le visite jamais) et la valeur d'option (la possibilité de visiter tel ou tel monument à un horizon non défini).

Ces externalités positives sont, semble-t-il, importantes. Les économistes de la culture les mesurent en interrogeant les citoyens sur leur « disposition à payer » pour un élément de patrimoine donné (Hansen, 1997 et Throsby, 2003). Certains de ces citoyens « consomment » le patrimoine, d'autres ne le consomment pas, mais tous sont interrogés sur leur disposition à payer pour que le patrimoine soit entretenu. Les économistes de la culture font ensuite la somme des dispositions à payer des citoyens, pour, par exemple, un musée. La somme obtenue donne une évaluation de l'effort financier/fiscal que les citoyens seraient prêts à consentir pour que l'État entretienne ce musée. À cela s'ajouterait le prix d'un ticket d'entrée. Ces techniques d'évaluation sont évidemment grossières et reposent sur des hypothèses d'honnêteté et de lucidité (en particulier l'hypothèse que les personnes interrogées ne surestiment pas leur disposition à payer) (cf. Epstein, 2003), mais elles donnent une approximation intéressante de ce que « vaut » le patrimoine.

Un exemple est proposé par Sanz, Herrero et Bedate (2003) : les chercheurs évaluent les valeurs d'usage, d'option et d'existence du musée national de sculptures de Valladolid : les usagers sont prêts à payer 25 euros à 40 euros pour la visite et l'entretien du musée, et les non-usagers évaluent la possibilité de visiter et/ou la simple existence du musée entre 27 et 36 euros !

Un autre exemple est celui du Théâtre royal du Danemark : après avoir interrogé 1 800 Danois par téléphone sur leur disposition à payer pour l'entretien du théâtre, et corrigé pour divers biais, Hansen (1997) estime que l'effort financier que le peuple danois est prêt à consentir est d'environ 270 millions de couronnes, soit 35 millions d'euros par an. Ce montant est égal à la subvention publique que reçoit le théâtre. Mais c'est la taille de l'externalité qui est intéressante : Hansen estime que la disposition à payer de ceux qui ne vont jamais au théâtre correspond à environ 80 % de cette somme. Dit autrement, même si l'on faisait payer à tous les amateurs de théâtres les places au prix qu'ils estiment juste (et non à un prix subventionné comme c'est le cas), il serait encore légitime que la puissance publique lève environ 28 millions d'euros d'impôts auprès des autres contribuables pour financer le théâtre.

La taille de l'externalité du patrimoine culturel est donc, *a priori*, importante. Elle explique pourquoi le marché, livré à lui-même, entretiendrait trop peu ce patrimoine : si seuls les amateurs de théâtre finançaient par leurs billets et leurs dons le Théâtre royal de Copenhague, celui-ci devrait fonctionner avec un budget cinq fois inférieur, ce qui signifierait probablement sa fin. Dans ces conditions, le rôle de la puissance publique est important, puisqu'elle peut lever les impôts nécessaires à l'entretien d'un patrimoine auquel les citoyens sont attachés, même s'ils n'en profitent pas directement. Mais cette subvention n'est pas forcément nécessaire : on peut se demander si un système de donations déductibles des impôts ne pourrait pas se substituer efficacement à la taxation.

2.1.2. Les retombées du patrimoine dans le secteur marchand

Nombreux sont les secteurs qui disent bénéficier de la présence du patrimoine culturel pour leur développement, s'appuyant sur des études qui entendent mesurer le « retour sur investissement » des crédits publics consacrés à la restauration et à la mise en valeur du patrimoine.

2.1.2.1. Le tourisme

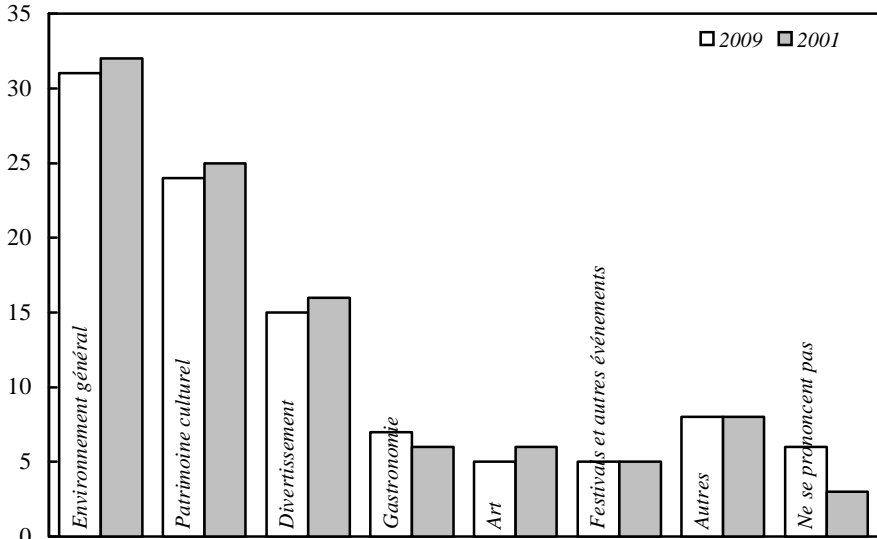
Le secteur concerné au premier chef est celui du tourisme. Le chiffre d'affaires du secteur, toutes catégories de tourisme confondues, est de 89 milliards d'euros en 2007 (tableau 13). Selon un sondage récent mené par la Commission européenne (2010), environ 25 % des touristes européens interrogés déclarent avoir choisi leur destination à cause du patrimoine culturel (graphique 4). Ces touristes sont ceux qui viennent, en général, des pays les plus riches (40 % des Danois, 37 % des Norvégiens, 30 % des Anglais, contre seulement 11 % des Roumains ou 18 % des Polonais). Sans surprise, ils sont plus souvent employés qu'ouvriers ou chômeurs, ils sont aussi plus éduqués, plus citadins que la moyenne ; ils sont donc aussi très probablement plus aisés et dépensent davantage. On note d'ailleurs qu'ils fréquentent en forte proportion des établissements étoilés (graphique 5).

Quelle est la taille de cette externalité ? Elle est probablement non négligeable. Le tourisme tous domaines confondus représente 90 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2007 (tableau 14). En 2008, les touristes étrangers dépensaient 700 dollars en France en moyenne ; on notera que c'est bien moins que ce que les touristes étrangers dépensaient en Espagne (1 080 dollars) et en Allemagne (1 600 dollars)⁽²⁶⁾. La part du tourisme culturel est difficile à délimiter. Si l'on veut mesurer cette externalité pour le Louvre, par exemple, en 2006, on note que le musée a accueilli 5 millions de visiteurs (Greffé, 2008). En faisant l'hypothèse que les touristes étrangers doivent rester une journée supplémentaire pour visiter le Louvre, et sachant que la dépense quotidienne moyenne d'un touriste étranger à Paris est d'environ 150 euros, on peut voir que les dépenses induites par la présence du Louvre et absorbées par le secteur du tourisme ont été de 750 millions d'euros en 2006 (sur la base des mêmes hypothèses, avec 8,5 millions de visiteurs en 2009, on atteint 1,275 milliard d'euros). Il s'agit évidemment d'une estimation très grossière, mais qui donne une idée de l'ampleur de l'externalité positive du patrimoine sur le secteur du tourisme⁽²⁷⁾. Le calcul est en revanche bien plus difficile à faire pour une visite culturelle qui ne requiert pas d'allongement de la durée du séjour.

(26) Cf. INSEE, octobre 2009.

(27) L'étude de Xavier Greffé retient l'hypothèse plus conservatrice que les visiteurs étrangers ne restent qu'une demi-journée supplémentaire pour visiter le Louvre.

4. Critères de choix de destination pour les touristes européens

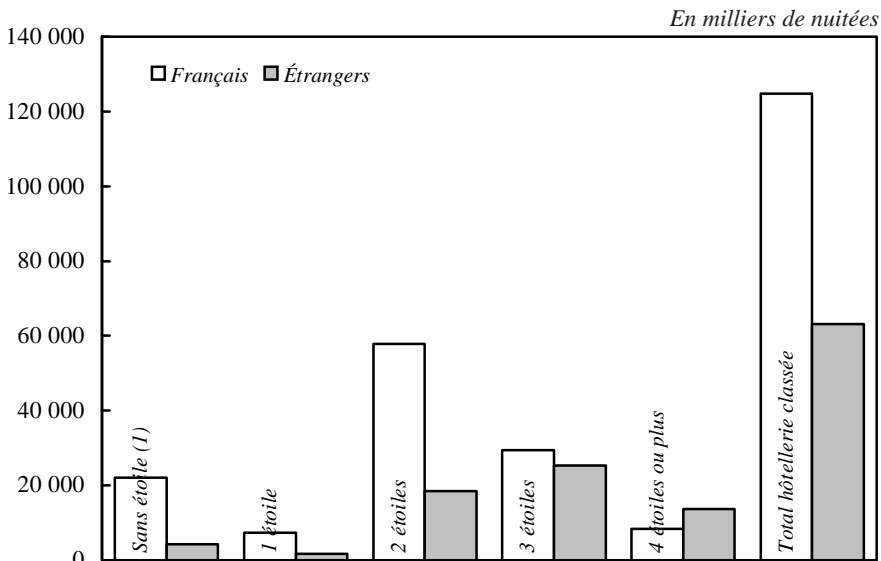


Champ : 30 000 citoyens européens interrogés (UE-27).

Lecture : Pourcentage de réponses à la question : « Parmi les critères suivants, lequel a le plus d'influence sur votre choix de destination pour les vacances ? ».

Source : Commission européenne (2010).

5. Fréquentation de l'hôtellerie classée de tourisme en 2009



Champ : hôtels de tourisme (hôtels homologués et 200 hôtels de chaîne non classés) en France métropolitaine.

Note : (*) Norme 1986.

Sources : INSEE, Direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services (DGCIS) et partenaires régionaux.

14. Poids économique des entreprises du tourisme, 2007

	Entreprises ⁽¹⁾		Personnes occupées		Chiffre d'affaires		Valeur ajoutée	
	en nombre	en %	en nombre	en %	en millions d'€	en %	en millions d'€	en %
Hôtellerie	21 139	9,17	161 016	15,35	15 618	17,51	8 625	22,10
Exploitation de terrains de campings	4 755	2,06	15 137	1,44	1 717	1,93	873	2,24
Autres hébergements touristiques	8 772	3,81	31 866	3,04	3 559	3,99	1 159	2,97
Restaurants et cafés	170 117	73,83	752 882	71,77	52 534	58,90	25 154	64,45
Agences de voyages	4 587	1,99	41 930	4,00	13 815	15,49	2 140	5,48
Soins de beauté, soins corporels, activités thermales, thalassothérapie ⁽²⁾	21 058	9,14	46 197	4,40	1 947	2,18	1 075	2,75
Total	230 428	100,00	1 049 028	100,00	89 190	100,00	39 026	100,00

Champ : France.

Notes : (1) : Non compris téléphoniques et remontées mécaniques ; (2) En nomenclature Rev.2, la thalassothérapie et le thermalisme sont intégrés dans les soins corporels.

Source : INSEE, EAE services 2007.

Le patrimoine culturel est pour le secteur marchand un facteur d'attraction de touristes éduqués et plus aisés que la moyenne ; il exerce donc une externalité positive, dont nous avons mesuré l'étendue à la section précédente. Cette externalité provient du fait que le tourisme contribue peu à l'entretien et à la mise en valeur du patrimoine culturel, mais en bénéficie. L'impact immédiat de ce marché manquant est un patrimoine sous-entretenu et un secteur touristique sous-développé. Les entreprises dans leur ensemble pourraient tirer bénéfice du fait de disposer d'un patrimoine mieux entretenu et mieux adapté à leurs besoins (des musées ouverts le soir, des publicités pour la France dans le métro de Shanghai, etc.). Si c'était le cas, le secteur serait plus développé, plus rentable et créerait plus d'emplois. En théorie économique, ce problème doit être résolu par une réunion des acteurs concernés (gestionnaires du patrimoine, acteurs du tourisme) qui aboutirait à la meilleure solution possible pour tous, c'est-à-dire à un transfert financier des opérateurs du secteur vers le patrimoine : le patrimoine serait mieux entretenu, et le secteur touristique accueillerait davantage de clients, ce qui ferait plus que compenser sa contribution financière. En pure théorie, un tel type d'arrangement gagnant-gagnant devrait pouvoir être trouvé : c'est ce qu'enseigne le théorème de Coase⁽²⁸⁾.

La raison pour laquelle cela ne se produit pas en pratique est un problème d'action collective : chaque acteur du tourisme (restaurateurs, hôteliers, etc.) bénéficierait du fait qu'une organisation le représentant lève auprès de la collectivité économique à laquelle il appartient une contribution et négocie avec les gestionnaires du patrimoine. Mais individuellement, personne n'a intérêt à se saisir du problème et à payer seul les coûts d'organisation, d'autant qu'en France, ce rôle est, pour beaucoup, dévolu à l'État.

De plus l'intervention publique a un second effet pervers, celui de transformer la négociation patrimoine-tourisme en un arrangement tripartite pour que l'État finance le patrimoine dont le tourisme bénéficie, en échange de créations d'emplois par les entreprises du secteur. De ce fait, le patrimoine n'est probablement pas aussi bien entretenu qu'il le faudrait ; la rentabilité qu'il génère dans le secteur privé est appropriée par les détenteurs des entreprises, tandis que les contribuables qui sont, *in fine*, ceux qui paient, ne disposent pas de siège à la table des négociations.

Pour conclure sur ce point, il faut toutefois mentionner que le développement du secteur touristique ne se fait pas sans exercer des effets négatifs sur la population, dont certains s'apparentent à des externalités négatives. Ils sont évidents pour qui habite le centre d'une grande ville patrimoniale. La littérature recense plusieurs types d'effets économiques (voir Bellini et al., 2005) :

- le développement du tourisme se fait aux dépens d'autres secteurs exportateurs. En créant une pression à la hausse sur le marché du travail

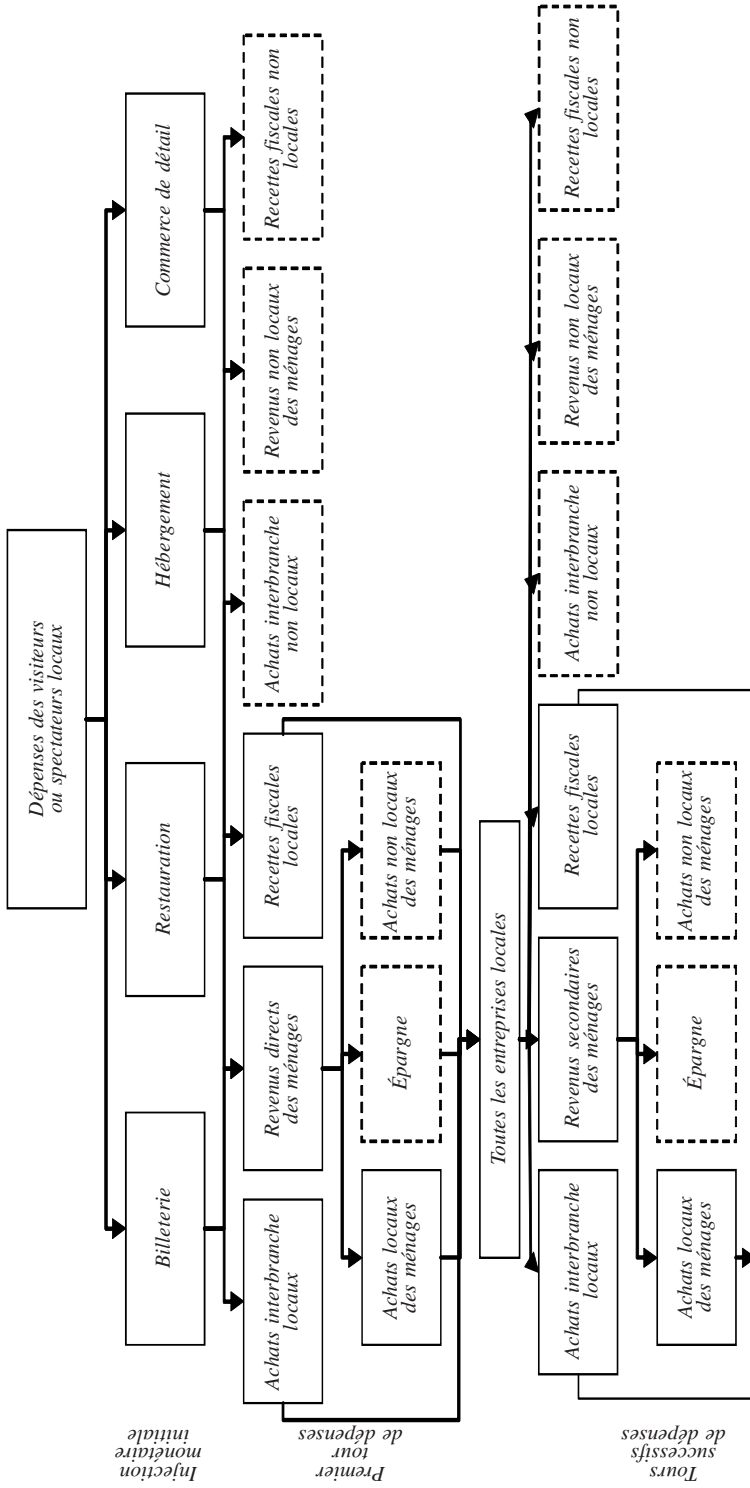
(28) Coase (1960) démontre que dans un monde où les coûts de transaction sont nuls, l'allocation des ressources est efficace et ne dépend pas de la distribution des droits de propriété.

local, le tourisme renchérit le coût de production dans le secteur échangeable, ce qui détériore la compétitivité des entreprises exportatrices (dans le secteur manufacturier). C'est l'autre nom de la « maladie hollandaise » : un secteur fortement exportateur se développe au détriment des autres, car il pousse le taux de change à s'apprécier et donc détériore la compétitivité-prix. Dit autrement, le tourisme attire vers lui des ressources rares (travail plutôt qualifié) qui donc font défaut ailleurs. Il ne s'agit pas d'une externalité à proprement parler (il y a bien un marché, celui des ressources), mais cet effet rappelle qu'en raisonnant globalement, les ressources de l'économie ne sont pas infinies, et que la puissance publique, en privilégiant tel ou tel secteur, agit nécessairement au détriment des autres ;

- le tourisme fait monter les prix des biens non échangeables (restaurants, loyers), et distribue ses bienfaits inégalement dans la population. En augmentant les salaires dans ce secteur, il fait monter la demande. Dans le secteur échangeable, les prix sont définis par la concurrence internationale, mais dans le secteur non échangeable, étant donné les contraintes de capacité de production, les prix montent (Bellini et *al.*, 2007, proposent quelques preuves statistiques en comparant les villes européennes). Cela a pour effet d'appauvrir les résidents, en particulier ceux qui consomment les biens non échangeables affectés (habitants du centre-ville également). Cela non plus n'est pas une défaillance de marché, mais l'effet soulève les problèmes redistributifs liés au développement du tourisme ;

- le tourisme crée de la congestion. L'apport de l'économie touristique est important (*cf.* tableau 14), mais ne profite pas nécessairement au patrimoine et peut même générer des effets négatifs en cas de surencombrement. Il s'agit là d'une externalité si les touristes consomment des services publics gratuits ou mal tarifés, comme les musées subventionnés, l'eau, les transports en commun, les routes ou les parcs. Dans ce cas, l'utilisation de ces biens publics par les touristes en augmente le coût d'entretien (plus grande usure des rames de métro, des routes, des places de parking, pollution liée aux cars qui stationnent à proximité des monuments, etc.), alors que le prix fixé ne tient pas compte de ce surcroît de coût imposé à la collectivité : la tarification les incite à trop consommer. Cela incite à militer pour une tarification différenciée des services publics à destination des touristes, en compensation des coûts additionnels de gestion et d'entretien induits, chaque fois que possible. Parfois, cette double tarification (comme par exemple dans les transports en commun) intervient indirectement, à travers la mise en place d'abonnements qui bénéficient aux consommateurs assidus. Dans le cas des musées, cette approche conduit toutefois à privilégier la clientèle proche géographiquement. Lorsqu'une double tarification est légitime mais non applicable, il est possible de recourir à une augmentation de la taxe de séjour (*cf. infra*).

Le processus du multiplicateur



Source : Culture méthodes (DEPS, ministère de la Culture, 2007), d'après Crompton et McCay.

2.1.2.2. La filière

On a vu plus haut l'importance de l'emploi patrimonial. Le patrimoine culturel draine également dans son sillage toute une filière, tout un tissu d'activités économiques. Une étude récente de l'Agence nationale du patrimoine (2009) recense un total d'environ 180 000 emplois impliqués dans l'entretien et la valorisation du patrimoine bâti :

- emplois directs (62 531) : il s'agit des employés des musées et des monuments historiques (10 662), des agents de l'État et des collectivités en charge du patrimoine (21 334) et des guides du patrimoine (1 394). Ces emplois sont 100 % dédiés au patrimoine ;

- emplois indirects hors tourisme (109 200) : il s'agit des employés des entreprises de restauration (8 898), des entreprises artisanales de restauration (52 876), restaurateurs et métiers d'art (46 669), architectes du patrimoine (757), enseignants et chercheurs de la filière (8 041). Il est difficile de dire dans quelle mesure ces emplois dépendent du patrimoine : les architectes du patrimoine y consacrent sans doute une très grande partie de leur activité, mais les entreprises de restauration peuvent intervenir sur d'autres chantiers. Le total de 109 200 surestime donc les emplois vraiment dépendants du patrimoine.

Contrairement à une opinion très largement répandue, le compte total des emplois directement et indirectement impliqué ne permet pas du tout de mesurer le besoin réel de soutien public du patrimoine. D'abord parce qu'il ne donne pas une idée du coût que ces emplois impliquent pour la collectivité. Mais surtout à cause de l'hypothèse implicite que ces salariés ne pourraient pas avoir un autre métier, tout aussi valorisant et utile pour la collectivité. Le métier de chauffeur de taxi est utile, mais ce n'est pas vraiment une raison pour le subventionner si l'absence de défaillance de marché, les perspectives de débouchés, la demande, suffisent à aiguiller suffisamment de personnes vers lui. Ce raisonnement s'applique à la plupart des emplois cités plus haut.

En ce qui concerne les politiques de filière comme les autres politiques publiques, il faut donc se poser la question des vraies défaillances du marché. La logique est ici celle des rendements croissants et des coûts fixes. Pour continuer à former des personnes capables de restaurer les gargouilles des cathédrales, il faut une communauté d'artisans suffisamment importante pour accumuler, confronter et centraliser les expériences individuelles, et disposer de suffisamment de professeurs pour organiser les formations. Si elle est trop petite, la communauté s'étirole, les vocations se perdent, et le savoir s'évanouit. Le résultat n'est pas la perte d'emploi : les jeunes choisiront d'autres métiers. Le résultat de la disparition de certains savoir-faire est une moins bonne qualité du travail de restauration du patrimoine : les gargouilles de Notre-Dame seront moins élégantes, voire taillées au laser dans des blocs de pierre. La France sera alors obligée de faire appel aux restaurateurs italiens ou allemands. Le résultat sera de plus la perte

d'une compétence qui peut constituer la matière première de la formation à d'autres métiers.

Dans ce contexte, le patrimoine culturel exerce une externalité positive sur certains métiers, qu'ils soient artisanaux ou artistiques. Elle leur permet de survivre, voire, dans un grand pays comme la France, de se développer et de générer des avantages comparatifs à l'export. Mais la puissance publique n'a pas pour rôle de soutenir tous les métiers en disparition lorsque le marché ne suffit pas à le faire ; elle se doit de regarder vers l'avenir tout en composant avec deux logiques en tension : assurer la mémoire de métiers disparus ou en voie de disparition, et aider le développement d'autres métiers, si cette aide est nécessaire. Elle se doit donc de concentrer les moyens à sa disposition vers les métiers d'art les plus prometteurs, ceux qui ont une perspective de développement international. Vu le développement du tourisme culturel dans le monde entier, ces perspectives sont évidentes.

Les métiers du patrimoine, ce sont aussi ceux de la conservation ; les conservateurs et les restaurateurs français, quelle que soit leur spécialité, suivent une formation à l'Institut national du patrimoine (INP) qui allie disciplines juridiques, économiques, histoire des arts, et apprentissage des pratiques d'exposition notamment. En matière de formation, la France parvient, notamment par le biais de l'INP, à développer des coopérations internationales qui constituent un élément de rayonnement de la culture et des savoir-faire de notre pays (Nadalini, 2009). On ne peut que souhaiter l'approfondissement et l'élargissement de ces actions.

2.2. Rendements croissants, coûts fixes et congestion

2.2.1. Coûts fixes, rendements croissants

L'offre de patrimoine se caractérise par des coûts fixes importants, et un coût variable très faible voire nul (voir toutefois la section suivante). Cette dimension avait déjà été abordée dans le rapport du CAE sur la mondialisation immatérielle (Cohen et Verdier, 2008) dans le cas des industries culturelles (cinéma, édition de livres, production musicale). Elle s'applique à la version numérique de ces biens et services. Alors qu'il est compliqué de permettre à n'importe qui de consulter des manuscrits du XI^e siècle, d'abord parce qu'une seule personne à la fois peut les consulter, mais surtout parce que leur manipulation est délicate, ces limites ne s'appliquent plus à la version numérique du manuscrit. Une fois celui-ci transformé en format téléchargeable et mis à disposition des internautes sur un serveur *ad hoc* (ce qui implique un coût fixe qui peut être élevé), il peut être consulté par des milliers de personnes, à coût marginal nul. La stricte logique de l'efficacité économique dicterait donc que le patrimoine immatériel soit distribué gratuitement sous format numérique, puisqu'une fois le coût fixe de numérisation payé, la consultation ne coûte presque rien. On pourrait proposer le même principe pour les œuvres littéraires ou les enregistrements musicaux tombés dans le domaine public.

Cette analyse peut être transposée aux collections des musées (Frey et Meier, 2006). Que les « Noces de Cana » soient vues par 20, 200 ou 2 000 personnes dans la journée ne change rien à la structure de coût du musée du Louvre (même si à partir d'un certain point, que l'on pourrait évaluer à 20 000 personnes, les coûts se remettent à augmenter, voir paragraphe suivant). Le coût marginal de l'entrée d'un visiteur supplémentaire est, en première approximation, nul. En revanche, la construction, l'éventuel agrandissement, la rénovation et l'entretien du musée, l'achat et l'enrichissement (ou la non-vente) de la collection, la politique scientifique, nécessitent de grosses dépenses. Pour les musées dont la fréquentation est modérée, la stricte logique économique dicte donc de rendre l'entrée gratuite, afin d'aligner les signaux économiques dispensés aux agents avec les coûts marginaux de production. Cette recommandation est toutefois tempérée par le fait que dans les grands musées, une fraction non négligeable des visiteurs sont étrangers et qu'il n'est pas nécessairement du ressort de la puissance publique de se préoccuper du bien-être des non-résidents⁽²⁹⁾. Elle est également de portée limitée lorsque les musées opèrent dans une zone proche de leur capacité maximale.

2.2.2. Congestion

Si l'on peut certainement pousser au bout la logique de la gratuité dans le cas du patrimoine immatériel, elle atteint évidemment ses limites dans le cas du patrimoine bâti et des collections. Une première raison est qu'à partir d'un certain niveau de fréquentation, chaque visiteur finit par imposer des coûts supplémentaires, en terme de rénovation ultérieure (usure et détérioration qui, rapportées au visiteur unique, semblent dérisoires, mais qui, agrégées, représentent un coût élevé de maintenance), en terme de besoins de surveillance ou de gestion des services annexes – consigne, documentation gratuite, etc. Ces coûts d'obsolescence et d'encadrement doivent être pris en compte dans le prix du billet.

La seconde classe de coût est liée à la congestion de certains musées : pour qui a essayé de visiter Versailles un dimanche après midi, ou le Mont-Saint-Michel par une belle journée d'été, il est évident qu'une trop grande affluence nuit à la qualité de l'expérience émotionnelle et esthétique. Un certain nombre de grands musées et de grands monuments souffrent déjà d'excès d'affluence (*cf. supra*).

Quel peut être le coût de cette congestion ? Maddison et Foster (2003) en ont proposé un calcul dans le cadre du British Museum, qui est un musée gratuit. L'approche est déclarative et donc sujette à de nombreuses critiques, mais néanmoins instructive. Les chercheurs anglais ont montré aux visiteurs deux échantillons de photographies de salles du musée, l'un lors d'heures de forte affluence (environ 30 personnes par salle), l'autre lors d'heures d'affluence moyenne (environ 20 personnes par salle). Ils ont ensuite demandé aux visiteurs leur disposition à payer pour passer de l'une à

(29) Par exemple, en 2006, sur 7,5 millions de visiteurs, le Louvre a accueilli 5 millions d'étrangers.

l'autre des situations. Au total, les auteurs établissent qu'en fonction du taux de remplissage observé des salles du British Museum, et de la disposition à payer des visiteurs pour réduire l'affluence de 30 %, chaque nouveau visiteur impose un coût d'environ 8 livres sterling aux autres visiteurs (c'est-à-dire que l'ensemble des autres visiteurs seraient collectivement prêts à lui donner 8 livres pour qu'il n'entre pas). Dans ces conditions, et de manière similaire au principe pollueur-payeur, l'économie normative suggère d'imposer une taxe permettant au nouveau visiteur d'internaliser l'impact négatif de son entrée sur les autres, soit 8 livres (taxe dite « pigouvienne »). Il n'entrera alors que s'il estime supérieur à 8 livres les bienfaits d'une visite au musée.

Comment appliquer cette mesure à nos musées et à nos monuments ? En l'absence d'étude spécifiquement française, il est nécessaire de faire quelques approximations. En 2000 (date de l'étude de Maddison et Foster), le British Museum a accueilli environ 5,5 millions de visiteurs, pour une surface d'environ 70 000 m². En 2008, le Louvre a accueilli quelque 8,5 millions de visiteurs, pour une surface de 60 000 m². Du point de vue du nombre de visiteurs par m², on peut donc dire que le Louvre est 80 % plus congestionné que le British Museum à l'époque de l'étude. En supposant que le coût de la congestion est proportionnel au ratio de visiteurs annuels par m², le coût de congestion imposé par le visiteur marginal du Louvre, en 2008, a été aux environs de 18 euros. Ce chiffre est considérable, dans un musée qui tarifie l'entrée à ses collections permanentes à moins de 10 euros (pour le public payant). Mais il est évidemment une approximation dans la mesure où le niveau de congestion varie fortement entre les jours de la semaine, les périodes de l'année, les heures de la journée, et selon les salles. Il est également probable que des chiffres réunis à Londres il y a plus de dix ans devraient être revus dans le cas de la France contemporaine, mais cette estimation approximative nous donne une idée des enjeux.

Face à la congestion qui réduit la qualité des visites, la régulation peut revêtir la forme du péage à l'entrée : Venise l'envisage afin de faire face à la saturation de sa capacité de réception des touristes ; Londres l'a fait en vue de la régulation du trafic automobile. Si l'on veut éviter l'effet anti-redistributif de ce type de mesure, il convient de réguler la circulation des cars et des automobiles : on ne saurait à la fois dépenser pour dégraisser les façades des bâtiments historiques des centres villes et admettre que la pollution détériore rapidement l'effet de l'effort fourni. C'est la politique privilégiée par l'Italie où les centres-villes sont fermés à la circulation automobile des non-riverains.

2.3. Paternalisme et redistribution

Une dernière classe d'arguments en faveur de l'intervention publique consiste à invoquer le manque de cohérence des préférences des agents économiques, d'une part, et le souci de redistribution qui caractérise nombre de politiques publiques, d'autre part.

2.3.1. Paternalisme

Pour certaines activités économiques, les agents n'ont pas des préférences bien établies ; ils ne sont pas *rationnels*. Divers biais ont largement été documentés par les spécialistes de sociologie et de psychologie cognitive : les individus sont davantage sensibles aux variations de conditions qu'à leur niveau absolu (ils sont plus sensibles à la croissance, qu'au niveau de leur consommation), ils privilégient parfois le court terme, et ils sous-estiment une partie des coûts ou bénéfices de certaines actions. Dans ces cas, il est du ressort de la puissance publique de les aider à faire des choix plus en cohérence avec leur bien-être de long terme. C'est l'approche paternaliste, qui peut se décliner en différents arguments :

- les citoyens sous-estiment le plaisir qu'ils prendront à consommer de l'art, parce qu'ils ont du mal à se projeter dans le futur ou bien du fait des carences de leur formation. Il faut donc créer les conditions d'une première expérience (ou de plusieurs premières expériences), afin de modifier ces déficits de perception de l'expérience culturelle. Cela milite, de la part de la puissance publique, pour un maintien de prix inférieurs au coût marginal de la visite, voire à la gratuité des musées. Une étude récente du DEPS (Eidelman et Céroux, 2009) va dans ce sens : lors d'opérations de gratuité dans certains musées, certaines personnes sont attirées par le prix bas, mais disent vouloir revenir, même si l'entrée est payante dans le futur. Toutefois, l'effet de démocratisation par la gratuité est discuté dans la littérature économique et sociologique ; l'affluence liée au passage à la gratuité procède en large partie de l'information et de la publicité données à l'établissement à l'occasion de ce passage (Benhamou, 2008) ;

- les préférences sont façonnées par l'habitude. Quelqu'un qui écoute beaucoup de musique baroque voudra plus facilement aller au concert que quelqu'un qui n'en écoute jamais. Toute une tradition chez les économistes de la culture met en évidence le poids de l'addiction, qui conduit à une évolution apparente des goûts dont l'origine réside en réalité dans la meilleure capacité cognitive créée par la familiarité avec la culture (*cf.*, notamment, Becker et Stliger, 1977). Les psychologues ont démontré la puissance des effets d'habitude (« *framing* ») et de proximité. Quant à la sociologie, elle démontre le poids de l'héritage culturel formateur de l'*habitus*, tout en ayant su reconnaître la complexité du rapport à la culture qui peut intégrer décalages et dissonances (Lahire, 2004). L'ensemble de ces travaux, bien que menés avec des hypothèses et dans des contextes idéologiques distincts, concourt à légitimer le fait que la puissance publique encourage les enfants des écoles à visiter les musées et autres monuments ;

- les pratiques artistiques et culturelles améliorent le niveau d'éducation, le degré de socialisation, la qualité de la citoyenneté. Une étude récente de la RAND corporation fait le point sur les études en psychologie et en sciences sociales sur le sujet (Mac Carthy et *al.*, 2004). Les experts américains concluent que les preuves de l'effet positif de l'art sur la santé ou la cognition ne sont pas solidement établies (en particulier parce les

études s'appuient plus sur des corrélations que sur un design expérimental). L'effet de l'art sur la sociabilité semble être un peu mieux démontré.

Ces arguments souffrent, toutefois, des limites inhérentes aux arguments paternalistes traditionnels. En effet, lorsque les préférences des individus ne sont pas cohérentes, définir une notion de bien-être collectif, de justice sociale, devient délicat. Par exemple, si le consommateur souffre d'un problème de maîtrise de soi, et ne va pas suffisamment au concert pour finir par apprécier l'opéra, la puissance publique doit-elle viser le bonheur de son moi présent (et ne pas forcer l'agent à aller au concert) ou de son moi futur (et pousser l'agent à y aller, afin que dans le futur il apprécie la musique) ? Les arguments paternalistes souffrent souvent d'une difficulté à énoncer les critères de l'intervention publique légitime. Ils débouchent alors sur des positions de principe⁽³⁰⁾.

2.3.2. Redistribution

Une politique d'accès au patrimoine à coût bas (voire gratuit) est souvent justifiée sur des bases redistributives. Parce que l'accès à la culture est un droit pour tous les citoyens, il doit être peu onéreux, en particulier pour les pauvres. Cet argument est probablement le plus faible parmi ceux qui militent en faveur de tarifs d'accès subventionnés aux musées et monuments. En effet, toute une série d'études empiriques démontrent l'impact faible des prix dans la non-consommation de biens culturels.

Dans la plupart des musées et monuments, les jeunes, les retraités, les enseignants et les chômeurs ne payaient pas leur entrée jusqu'en 2008. Ce phénomène s'est renforcé depuis la dernière élection présidentielle, le Président de la République ayant fait de la gratuité des musées nationaux et monuments historiques un de ses thèmes de campagne. Devant la résistance des professionnels, un compromis a été trouvé : la gratuité a été étendue à un nombre plus important de jeunes visiteurs (jusqu'à 26 ans).

En principe, la politique de prix de certains services (dont les services culturels) n'est pas l'instrument idéal de la redistribution : ce rôle est mieux tenu par l'impôt sur le revenu et les politiques de transferts sociaux accordés aux ménages défavorisés. Ces deux classes d'instruments permettent d'atteindre, en théorie, le niveau d'équité désiré par la population, tout en laissant à chacun le soin de définir ses habitudes de consommation. Parce qu'elle viole cette logique (dite d'Atkinson-Stiglitz), la régulation par les prix s'apparente à une forme de paternalisme, puisqu'elle cherche à encourager la consommation par les plus démunis d'un bien en particulier : le patrimoine. Or ceux-ci préféreraient peut-être consommer la subvention implicite sous

(30) Dworkin (1985) propose de reconnaître le caractère de bien public de la production culturelle, même lorsqu'elle est entre des mains privées. Cette dimension impose un certain nombre de régulations spécifiques, à la condition d'en restreindre le périmètre et d'en peser les bienfaits comme les effets pervers. Dworkin voit avant tout l'intervention comme « une question de principe », qui doit conduire la puissance publique, sans interférer dans le processus de création, à soutenir la diversité des structures sous-jacentes à la production de culture.

forme d'un logement plus grand, ou de cours du soir pour leurs enfants.

La deuxième limite de ce type d'argument est que la gratuité des services publics génère souvent une redistribution à l'envers, car les plus gros consommateurs de certains services gratuits sont aussi les ménages les plus aisés. En étudiant l'expérience de gratuité totale dans treize musées nationaux en 2008, Eidelman et Céroux (2009) montrent qu'en Île-de-France, la contribution des classes populaires à ces visites gratuites se situe entre 16 et 33 %. Elle est plus élevée en Province, et varie beaucoup suivant les musées (de 26 à 56 %). Une étude plus ancienne du CRÉDOC (Maresca, 2008), consacrée aux jeunes participant aux nocturnes gratuites des plusieurs grands musées parisiens, avait établi que seuls 6 % de ces jeunes étaient ouvriers ou employés, et 5 % d'entre eux n'étaient pas allés au musée au cours des douze derniers mois. Cette opération de gratuité avait donc bénéficié presque exclusivement aux jeunes étudiants cultivés appartenant aux classes moyennes et supérieures.

La troisième limite des politiques de gratuité est qu'elles créent un effet d'aubaine, et conduisent à se passer de recettes potentielles. Une étude menée par Mazzanti (2002) à partir de l'analyse des dispositions à payer des consommateurs sur les visiteurs de la Villa Borghese à Rome montrait par exemple que les visiteurs étaient prêts à payer plus cher que le tarif normal (7,13 dollars) pour bénéficier de services multimédias (1,51 dollar supplémentaire par entrée) et aussi afin de contribuer à l'activité de conservation (3,79 dollars supplémentaires) (Mazzanti, 2002).

2.3.3. Information imparfaite, coûts induits par la labellisation et intervention publique. La question des incitations

En l'absence de contrainte portant sur sa conservation, le patrimoine est en danger. D'une part, les individus peuvent tenter d'opérer des transformations irréversibles de bâtiments qui en détruisent les qualités esthétiques et historiques, qu'il s'agisse d'en améliorer la valeur d'usage ou la valeur marchande. D'autre part, ils peuvent ne pas disposer des moyens de la conservation. Certes l'État lui-même peut aussi opérer des choix malheureux, et accepter des destructions ou même les provoquer (Réau, 1994). Mais l'élaboration d'un ensemble de garde-fous, en limitant la liberté en matière de restauration et de destruction, tend à imposer des normes et à prévenir les détériorations. Cela est d'autant plus nécessaire qu'une restauration respectueuse des normes du passé implique des surcoûts liés à l'utilisation de matériaux anciens, rares et chers, à l'emploi de travail qualifié, exigeant parfois des connaissances approfondies des méthodes de construction disparues, et à la mise en œuvre de méthodes essentiellement artisanales, à l'exception de quelques techniques sophistiquées et coûteuses, adoptées occasionnellement pour des bâtiments majeurs. En conséquence, les gains de productivité dans le secteur de la restauration des monuments protégés sont plus faibles que dans le secteur de la construction ou du bâtiment neuf. Comme le note Jean-Pierre Leniaud (1992, p. 68) : « on observe une faille

15. Typologie des interventions publiques en faveur de la conservation des monuments historiques

	Formes d'action	Coûts	Avantages
Labellisation	Inclusion d'un bâtiment, d'un site ou d'une partie de bâtiment dans la liste des biens protégés, sur demande du propriétaire ou sur demande d'un tiers, dans des circonstances exceptionnelles, après évaluation par l'administration en charge du patrimoine	Coûts d'administration Risque de spéculation immobilière et de montée des prix des services	Réduction des coûts d'information pour le visiteur (effet de signal) Plus-value immobilière
Subventions directes	Subventions centrales Subventions octroyées par des collectivités locales	Propriétaires systématiquement subventionnés pour leurs travaux (incitation à la demande d'aide publique) Économie de rente	Survie du monument Respect des normes en matière de conservation
Subventions indirectes	Exemption d'impôt sur les successions sous réserve de l'ouverture au public (40 jours par an) Réduction d'impôt pour les travaux de restauration et le gardiennage. Charges foncières déductibles du revenu global totalement ou partiellement selon l'ouverture au public. Imputation sur le revenu global (sans limitation du montant) des déficits fonciers supportés par les propriétaires de monuments historiques générant des revenus L'appartenance aux secteurs sauvegardés et zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager ouvre droit à réduction d'impôt (30 à 40 % du montant des dépenses de restauration).	Effet sur la répartition des patrimoines	Id. Meilleure protection des immeubles contre le vol et la détérioration
Régulation	Interdiction de détruire et de transformer sans autorisation Travaux supervisés par un architecte des bâtiments de France, et devant se conformer à des obligations de préservation de la qualité du bâtiment	Contraintes pour le propriétaire privé (ouverture à la visite en échanges de certains avantages fiscaux, respect de normes, éventuels surcoûts)	Accroissement du bien-être collectif Création des conditions de la transmission aux générations futures

Source : Auteurs.

chaque jour grandissante entre les nouveaux et les anciens modes de construction : les matériaux diffèrent, comme les techniques d'assemblage ; la normalisation imposée par la rationalisation des coûts et les règles de sécurité permet la préfabrication. Bref, un monde sépare l'entrepreneur de constructions neuves du restaurateur de bâtiments anciens : le second doit se procurer au prix de difficultés considérables des matériaux qu'on ne fabrique plus guère : chaux grasse, ardoises de Savoie ou des Ardennes (...) ; il doit recruter des compagnons maçons, tailleurs de pierre (...), qui possèdent des techniques qu'on n'emploie plus nulle part que sur les monuments historiques ». En d'autres termes, et pour reprendre une expression employée dans un document publié par le Conseil de l'Europe (1991), le neuf présente un « avantage comparatif » en regard de la restauration, et cet avantage est d'autant plus élevé qu'il s'agit de monuments protégés.

On retrouve ici la « maladie des coûts » mise en évidence par Baumol et Bowen aux États-Unis en 1966, pour le spectacle vivant : certaines activités ne peuvent dégager de gains de productivité que marginalement, du fait que le travail ne constitue pas seulement une matière première, mais aussi le produit fini ; tel est le cas d'un quatuor, dont on imagine mal que l'un des musiciens puisse être avantageusement remplacé par une musique enregistrée. Les coûts relatifs de ces activités augmentent donc, ce qui se répercute sur leurs prix relatifs. Si la demande est élastique au prix, elle diminue, à moins que ces activités ne soient soutenues par un transfert de capitaux depuis des secteurs plus productifs, par le biais du mécénat ou de l'impôt. Si, dans le cas de la restauration des monuments historiques, le travail n'est pas à proprement parler le produit fini, il n'en demeure pas moins que le respect du caractère historique du bâtiment implique le recours à des méthodes artisanales et à des processus administratifs et architecturaux coûteux⁽³¹⁾. De ce fait, l'écart de productivité entre le secteur du bâtiment « ordinaire » et celui du bâtiment historique se creuse progressivement. Ce différentiel de coûts et les contraintes liées au caractère historique des bâtiments peuvent légitimer les avantages fiscaux octroyés au propriétaire privé. En effet, en contrepartie de ces avantages, le propriétaire privé est amené à se conformer à des normes de restauration génératrices de surcoûts. Une fiscalité avantageuse compense les limitations à l'exercice du droit du propriétaire *d'user et d'abuser* de sa propriété privée sur son bien immobilier. Le tableau 15 propose une typologie des interventions publiques en faveur du patrimoine, dans leur double dimension de soutien et d'aide à la dépense de conservation et de mise en œuvre de normes et de standards en la matière.

(31) Les architectes des bâtiments de France donnent leur avis sur les projets de construction (rôle de conseil, avis obligatoire) mais n'assurent pas la maîtrise d'œuvre. Ce sont les architectes des monuments historiques qui assurent la maîtrise d'œuvre. Ils avaient jusqu'à récemment un monopole de fait sur les bâtiments classés : payés sur honoraires en fonctions des travaux, ils disposaient d'un statut de fonctionnaires. En d'autres termes, ils étaient à la fois prescripteurs et acteurs. Depuis peu, ont été décidées l'ouverture du monopole des architectes des *Monuments historiques* et l'autorisation donnée à d'autres architectes (sur critères) de se porter concurrents lors des appels d'offres des collectivités locales et des propriétaires privés (du moins en théorie, car en pratique, l'État continue à passer par son service sans véritable mise en concurrence). Fin du monopole (ordonnance du 9 septembre 2005, décret d'application en 2007 sur le statut des architectes en chef ; juin 2009 : ouverture aux architectes européens).

3. Les pistes de réforme

3.1. Évaluation

Même si les marchés sont défaillants, même lorsque l'économie normative indique clairement un besoin d'intervention publique, toute politique n'est pas bonne à prendre. La première raison est que certaines politiques sont plus coûteuses que d'autres. Par exemple, même s'il était possible de démontrer que le contact avec le patrimoine augmente les capacités cognitives des adolescents, cela ne dit pas nécessairement qu'il faut emmener les adolescents au musée, car l'école peut être beaucoup plus efficace.

La deuxième raison pour laquelle une défaillance de marché ne déclenche pas forcément l'intervention publique est que l'action publique doit être financée. En période de déséquilibre important des comptes publics, la contrainte de budget de l'État et celle des collectivités locales, très impliquées en matière culturelle, sont plus que jamais tendues, chaque euro dépensé dans la réhabilitation du patrimoine ou le soutien aux métiers d'art étant prélevé sur d'autres budgets, comme ceux de l'éducation, de la recherche, ou ceux qui abondent les politiques de l'emploi.

Comme toutes les politiques publiques, la valorisation et l'entretien du patrimoine doivent donc être évalués. L'approche privilégiée à l'heure actuelle est celle dites des « études d'impact » (Nicolas, 2007 et Greffe, 2009), dont le principe est de comptabiliser les emplois induits :

- le nombre d'emplois directement créés par la valorisation, l'entretien et l'exploitation du patrimoine ;
- la dépense dans le secteur marchand, en tourisme et en bâtiment, induite par l'existence du patrimoine, à laquelle on applique un multiplicateur keynésien (typiquement 1,5, voir, par exemple, Greffe, 2009). Cette dépense est ensuite transformée en emplois ;
- une troisième voie de réflexion considère la culture et la création comme un intrant devenu incontournable de la production des industries et des services, quels que soient les secteurs d'activité. On peut mentionner ici des secteurs culturels (édition de livres par exemple), des activités de prestation de service nécessitant de la créativité (création de sites Internet), mais aussi des industries non culturelles, comme celles du meuble, de l'automobile (où l'esthétique du modèle constitue un avantage compétitif essentiel).

Ces études sont certes informatives mais reposent sur un certain nombre d'hypothèses relevées dans la littérature universitaire (Seaman, 1987). Elles supposent que l'économie locale est en situation chronique de sous-emploi : si ce n'est pas le cas, tout encouragement à la valorisation du patrimoine va certes créer de nouveaux emplois dans le tourisme et le bâtiment, mais au détriment d'autres secteurs qui en auraient bénéficié en l'absence d'intervention publique. L'effet net sur l'emploi est, dans ce cas, *nul*. L'effet sur le bien-être est, au mieux neutre, au pire négatif si les entreprises qui perdent des emplois au profit du tourisme appartiennent à des secteurs

innovants et à forte valeur ajoutée. Les études d'impact sont donc, à elles seules, très insuffisantes pour juger du bien fondé d'une politique publique. On ajoutera qu'elles tendent à négliger ou sous-estimer les coûts liés à la fréquentation touristique.

Notre première recommandation vise à l'amélioration de la qualité des dispositifs d'évaluation. La littérature académique a privilégié l'approche dite de la « disposition à payer ». Cette approche consiste à demander aux citoyens d'un pays de révéler leur disposition à payer pour l'entretien ou la valorisation de tel monument ou tel musée. Ces études trouvent leurs limites. Par exemple, elles reposent sur des déclarations qui *a priori* n'engagent pas leurs auteurs (même si dans certains cas, l'on peut demander aux personnes interrogées de payer vraiment). De plus, il n'est pas clair d'obtenir toujours des réponses cohérentes, car celles-ci peuvent être affectées par le contexte⁽³²⁾. Leur avantage néanmoins est de vraiment mesurer la taille des externalités et donc le montant de subvention publique du patrimoine légitime aux yeux des citoyens.

Recommandation n° 1

Mesurer directement la disposition à payer des citoyens français pour certaines parties du patrimoine national.

L'évaluation des politiques de soutien au patrimoine souffre d'un cruel manque de données. Il est par exemple difficile d'obtenir le montant total des dépenses fiscales destinées à soutenir le patrimoine, et encore plus difficile de savoir si ces dépenses fiscales ont un impact positif sur l'entretien du patrimoine et la disponibilité du patrimoine pour les citoyens (jours de visites, nombre de visiteurs, etc.). Ces informations sont importantes pour évaluer les différentes mesures, mais aussi pour informer le public sur les contreparties qui sont offertes en échange des réductions d'impôt octroyées aux propriétaires privés. Le tableau 16 en indique une évaluation incomplète mais intéressante, qui montre que le manque à gagner fiscal est de l'ordre de 181 millions d'euros⁽³³⁾, compte non tenu de l'exonération des monuments historiques classés ou inscrits et des parts de SCI (sociétés civiles immobilières) familiales détenant des biens de cette nature et de l'exo-

(32) Si l'on prévient les personnes interrogées que le Louvre coûte en moyenne, 2 euros par an à chaque Français, beaucoup de réponses à la question « combien êtes vous disposé à payer ? » se trouveront autour de 2 euros. Ce que les psychologues appellent l'effet de « *framing* ». Voir Hansen (2003) pour un traitement de ce biais : dans le cas qu'il étudie, il n'est pas très prononcé.

(33) Cf. Loi de Finances 2010.

16. Dépenses fiscales en faveur du patrimoine bâti et immobilier

En millions d'euros

	Chiffrage pour...		
	2008	2009	2010
Déduction des dépenses spécifiques exposées dans les secteurs sauvegardés et les zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager, et imputation sur le revenu global sans limitation de montant du déficit foncier résultant de l'ensemble des charges, à l'exclusion des intérêts d'emprunt : dispositif Malraux	50	50	40
Réduction d'impôt sur le revenu au titre des dépenses de restauration d'immeubles bâtis situés dans les secteurs sauvegardés ou les zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager : nouveau dispositif Malraux	—	—	10
Imputation sur le revenu global sans limitation de montant des déficits fonciers supportés par les propriétaires de monuments historiques classés, inscrits ou assimilés (immeubles bâtis)	40	40	40
Déduction des charges foncières afférentes aux monuments historiques dont la gestion ne procure pas de revenus	50	50	50
Réduction d'impôt sur les sociétés pour les entreprises ayant effectué des versements en faveur de l'achat de trésors nationaux et autres biens culturels spécifiques	25	20	20
Suppression du prélèvement de 20 % sur les capitaux décès lorsque le bénéficiaire est exonéré de droit de mutation à titre gratuit	20	20	20
Réduction d'impôt sur le revenu au titre des travaux de conservation ou de restauration d'objets mobiliers classés monuments historiques	—	ε	1
Exonération des monuments historiques classés ou inscrits et des parts de SCI familiales détenant des biens de cette nature	ε	nc	nc
Exonération des mutations à titre gratuit ou onéreux portant sur des œuvres d'art, livres, objets de collection ou documents de haute valeur artistique ou historique et agrées, dont le nouveau propriétaire fait don à l'État	0	nc	nc

Source : PLF 2010.

nération des mutations à titre gratuit ou onéreux portant sur des œuvres d'art, livres, objets de collection ou documents de haute valeur artistique ou historique et agréés, dont le nouveau propriétaire fait don à l'État⁽³⁴⁾.

Enfin, concernant le dispositif dit Malraux, un rapport de la Direction de l'architecture et du patrimoine du ministère de la Culture et de la Communication procède à une évaluation du dispositif fiscal « Malraux » (2007) et relève qu'il est « indispensable d'améliorer l'image du Malraux par une diminution des avantages consentis aux contribuables » ; il propose de limiter l'aménagement de la fiscalité à un seul domaine : un plafonnement annuel du déficit foncier imputable dans l'ensemble des revenus, dont le montant définitif est à discuter avec les professionnels publics et privés, les montants de travaux non imputables la première année étant reportables.

Par ailleurs, d'autres éléments d'information manquent cruellement : nous proposons donc également la constitution de bases de données détaillées sur les collections nationales et le patrimoine classé ou inscrit.

Quant au suivi du secteur tourisme, un secteur de l'économie très important et dont la santé est en partie liée au bon état de notre patrimoine national, il souffre aussi d'importantes lacunes. Il doit être amélioré, suivant les lignes tracées par le rapport Couve (2008). L'une des pistes consiste à centraliser et mettre en format unifié l'information recueillie dans divers ministères (Finances, Tourisme, Affaires étrangères) et collectivités locales. Le rapport propose également de créer des circuits de traitement d'informations rassemblées par les entreprises publiques (SNCF, SNCM) voire privées (banques, Air France, autocaristes, etc.). Plus précisément, il propose d'intégrer les consommations touristiques par carte bancaire dans les « comptes satellite du tourisme ». Cela est tout à fait possible en préservant l'anonymat et la confidentialité : il suffit de travailler à un niveau d'agrégation suffisamment important. Il faut noter que ce rapport recommande de mobiliser davantage les universités et les experts scientifiques, dont on peut compter sur les compétences et sur l'indépendance, et de créer des « observatoires touristiques locaux » sur des territoires à vocation touristique.

Il est important que ces bases de données ne soient pas réservées à quelques experts et statisticiens de ministères, mais mises à la disposition du public, qui s'en saisira pour effectuer des recherches diverses. C'est à la fois une question d'efficacité (confrontation des points de vue et des méthodes, émulation en matière d'accueil) et de démocratie (le citoyen a le « droit de savoir » où se trouve telle ou telle œuvre d'art, si un établissement est ouvert et avec quelles plages horaires, ou si un musée de province qui expose des vases antiques est fréquenté par les classes populaires).

Plus généralement, parce que la culture est largement financée à l'échelon local, il convient de mettre en place un outil fin et efficace de mesure de l'effort fourni. On a vu que les statistiques sur le financement de la culture

(34) Ces données ne sont pas disponibles.

par les collectivités locales sont rassemblées et publiées par le ministère de la Culture très tardivement et ne concernent notamment que les villes de plus de 10 000 habitants ; le document public de synthèse publié chaque année par le ministère de la Culture devrait inclure les données qui concernent la ville de Paris, dont on sait qu'elle absorbe du fait de sa taille et de son histoire, ainsi que de la structure de sa population, une part significative de la dépense publique et privée en direction de la culture.

Recommandations n° 2

Améliorer le dispositif de mesure des politiques de soutien et des retombées du patrimoine ; mettre ces données à disposition du public sur le site du ministère. Plus précisément, il faudrait :

- créer un fichier national des monuments classés inscrits, privés et publics, qui bénéficient de déductions fiscales pour leur entretien. Ce fichier devrait contenir des informations sur le monument, le nombre de visites, les jours d'ouverture au public. Ce fichier serait mis à disposition du public sur Internet ;
- créer un fichier national du patrimoine protégé avec davantage d'informations que ce que fournit actuellement le site du ministère : caractéristiques socio-démographiques des visiteurs, surface, nombre et type des œuvres exposées ou en stock, recettes, dépenses, investissement, emploi, etc. Ces informations seraient actualisées chaque année, et mises en ligne sur Internet ;
- mettre en ligne à destination des spécialistes mais aussi du grand public un fichier des collections nationales, avec de l'information sur les œuvres, le fait qu'elles sont exposées ou non, le lieu où elles sont exposées, et certaines variables les caractérisant (auteur, date, type, etc.), les prêts auxquels elles ont donné lieu, etc. ;
- améliorer l'appareil statistique de suivi du tourisme, souvent présenté comme l'un des bénéficiaires principaux du patrimoine bâti (Rapport Couve) ;
- améliorer la rapidité de collecte et de publication des informations statistiques sur les dépenses culturelles des Villes, départements et régions.

3.2. Consolider le financement du patrimoine

La dépense publique est loin d'être négligeable. Les tableaux 17, 18 et 19 en recensent les montants de façon détaillée. Les dates de collecte ne sont pas harmonisées, mais on observe que l'État affecte environ 1 250 millions en 2010 à sa mission « Patrimoine » (tableau 16), et les collectivités locales, dont l'effort culturel tous domaines confondus est important (tableau 17), y consacrent 2 450 millions en 2006 (tableau 18).

17. Budget du ministère de la Culture et de la Communication : répartition des crédits par programme et action

En millions d'euros

	2008	2009	2010
Total	2 915,9	2 941,2	3 078,8
Programme patrimoines	1 127,8	1 124,4	1 249,5
• patrimoine monumental et archéologie	333,5	326,9	419,4
• architecture	25,6	24,9	25,2
• patrimoine des musées de France	441,1	437,4	441,3
• patrimoine archivistique et célébrations nationales	71,6	79,7	100,9
• patrimoine écrit et documentaire	209,5	208,8	216,6
• patrimoine cinématographique	23,5	22,5	21,8
• patrimoine linguistique	3,9	4,2	4,3
• acquisitions et enrichissement des coll. publiques	19,1	20,0	20,0

Source : Chiffres clés, DEPS (2010) (données 2009).

18. Budget culturel total des collectivités territoriales, 2006

	Budget de fonctionnement		Budget d'investissement		Total	
	Total (en milliers d'€)	Par habitant (en €)	Total (en milliers d'€)	Par habitant (en €)	Total (en millions d'€)	Par habitant (en €)
Communes de plus de 10 000 habitants	3 389 000	118,30	968 000	33,80	4 357	152,10
Départements	884 920	15,1	407 290	7,0	1 292,2	22,1
Régions	387 797	6,6	167 781	2,9	556,6	9,5

Source : DEPS, 2010 (données 2006).

19. Répartition détaillée des dépenses des villes, départements, régions et EPCI (établissements publics de coopération intercommunale)⁽²⁾ pour le patrimoine, 2006

	Villes de plus de 10 000 habitants	Départements ⁽⁴⁾	Régions	EPCI
Dépenses culturelles pour le patrimoine (en millions d'euros)	1 700	634,3	112,6	311
• part des dépenses culturelles allant au patrimoine (en %)	38	54	20	37
– investissement (en %)	29	55	78	50
– fonctionnement (en %)	71	45	22	50
• dépense par habitant pour le patrimoine (en euros)	58,1	10,8	1,9	16,2
Bibliothèques, total (en millions d'euros)	866	125		212
• par habitant (en euros)	30,2	2,1		11
– fonctionnement (en %)	80	72		58
– investissement (en %)	20	28		42
Musées, total (en millions d'euros)	485	150		79,3
• par habitant (en euros)	16,9	2,6		4,1
– fonctionnement (en %)	74	50 ⁽¹⁾		43
– investissement (en %)	26	50 ⁽¹⁾		57 ⁽³⁾
Entretien du patrimoine, total (en millions d'euros)	240	247,7		17,3
• par habitant (en euros)	8,4	4,2		1 <
– fonctionnement (en %)	27	29		40
– investissement (en %)	73 ⁽²⁾	71 ⁽⁵⁾		60
Archives, total (en millions d'euros)	72,5	111,6		2,4
• par habitant (en euros)	2,5	1,9		1 <
– fonctionnement (en %)	75	68		76
– investissement (en %)	25	32		24

Notes : (1) Pour 72 % des départements concernés, les dépenses de fonctionnement représentent plus de la moitié des dépenses consacrées aux musées et pour 65 % d'entre eux, ce taux est supérieur à 75 %. 90 % des investissements consacrés aux musées concernent les musées départementaux ; (2) Dépenses en vue de la restauration ou de consolidation des monuments et objets classés, de l'ouverture au public du patrimoine culturel de la commune, des actions d'inventaire et de fouilles archéologiques ; (3) Dont 41 % sont consacrés à l'acquisition de collections et d'œuvres d'art ; (4) Les responsabilités en matière d'archives départementales et de bibliothèques départementales ont été transférées dans le cadre des lois de décentralisation de 1982-1983 ; ce champ patrimonial d'intervention concerne également les musées départementaux et le soutien au patrimoine non protégé des communes, majoritairement rurales ; (5) Les départements financent des travaux sur leur propre patrimoine (30 % de l'investissement), subventionnent les communes et leurs groupements (53 %) ainsi que des personnes de droit privé (10 %).

Sources : Delvainquière et Dietsch (2009) et Chantepie (dir.) (2008).

Nous l'avons vu dans la section 2 : nombreux sont ceux qui bénéficient du patrimoine, en particulier bâti. Mais ces parties prenantes reçoivent ces bénéfices sans toujours en payer le juste prix. De ce problème de redistribution découle un problème d'efficacité économique : l'investissement dans l'entretien du patrimoine est insuffisant ou laissé à la charge du contribuable (ce qui, étant donné le poids de la dette publique, est en général la même chose). Nous proposons donc de faire payer le patrimoine au juste prix par ceux qui en bénéficient et peuvent se le permettre.

3.2.1. Faire financer l'entretien du patrimoine par ceux qui en bénéficient financièrement

Le tourisme est le premier secteur bénéficiaire de notre patrimoine. Greffe (2009), rappelle que, selon la base Loisir-Vacances (enquête réalisée dans les aéroports auprès des touristes étrangers), environ 50 % des personnes interrogées répondent venir en France pour y « visiter des musées, expositions permanentes, monuments, châteaux ». La visite de notre patrimoine est donc une motivation essentielle (la deuxième par ordre d'importance dans cette enquête). Pour se faire une idée de la contribution considérable du patrimoine au tourisme, prenons pour simplifier l'ensemble des visites de musées en Île-de-France (33 millions en 2008)⁽³⁵⁾ et de monuments historiques (à peu près 4 millions en 2008)⁽³⁶⁾. Si l'on suppose que ces 37 millions de visites ont conduit les touristes à rester une demi-journée de plus, et en faisant l'hypothèse que les touristes à Paris dépensent, en moyenne, 100 euros par jour (le chiffre pour les touristes étrangers est d'environ 150 euros)⁽³⁷⁾, les monuments historiques et musées d'Île-de-France ont généré environ 1,8 milliard d'euros de chiffre d'affaires dans le secteur en 2008. À titre de comparaison, le site web de la Ville de Paris indique un chiffre d'affaires dans le secteur d'environ 8 milliards d'euros, et une contribution sous forme de taxe de séjour d'environ 30 millions d'euros. Il serait donc plus logique que le tourisme contribue davantage et plus directement à l'entretien et la valorisation du patrimoine national. Ainsi responsabilisés, et voyant les retours directs sur leur activité des investissements dans le patrimoine, les professionnels du tourisme souhaiteraient peut-être même davantage investir et innover.

(35) Cf. Musées, *Chiffres clefs 2010*, Statistiques de la culture.

(36) Cf. Patrimoine et architecture, chiffres clefs 2010, Statistiques de la culture. Nous avons ici additionné les fréquentations des monuments suivants : Arc de triomphe de l'Étoile, Sainte Chapelle, Panthéon, Tours de Notre Dame de Paris, Conciergerie, Château de Vincennes, Abbaye de Cluny.

(37) Chiffres issus d'une enquête réalisée auprès des touristes étrangers citée par Xavier Greffe (Greffe, 2008).

Une autre raison pour accroître la part du financement de l'entretien du patrimoine par le secteur du tourisme est que celui-ci, bénéficiant en quelque sorte d'un actif gratuit, risque de surinvestir dans le tourisme, étant donné le coût de l'entretien de ce patrimoine (le secteur devrait investir moins car il ne prend en compte que le coût total de son activité, l'entretien et la valorisation du patrimoine étant pris en charge par la collectivité) et la possible congestion qu'il cause sur les résidents (les touristes consomment les services publics subventionnés voire gratuits, les cars polluent, etc.).

Nous proposons donc de faire participer davantage les acteurs du tourisme au financement de notre patrimoine. Combien coûte-t-il à la collectivité ? Chaque année, l'État dépense, à l'heure actuelle environ 300 millions d'euros dans la rénovation des monuments historiques (Conjuguer, 2007), ce qui est encore au-dessous des engagements de campagne du Président de la République, qui se situaient aux alentours de 400 millions d'euros. Le coût total pour l'État de sa politique du patrimoine est d'environ 1 milliard d'euros en 2006⁽³⁸⁾. Côté collectivités locales, les dépenses de fonctionnement et d'investissement dans le poste patrimoine s'établissent également aux alentours d'un milliard en 2006 comme en 2008 (Delvainquière et Dietsch, 2009 et Roffignon, 2008)⁽³⁹⁾, soit un budget pour le seul patrimoine d'environ 2 milliards d'euros à la charge de la collectivité (sans compter les musées). Face à cette dépense, la consommation touristique en France s'établit aux alentours de 120 milliards d'euros par an (chiffres de 2007). Outre les impôts acquittés par tous les secteurs d'activités, le tourisme finance la taxe de séjour, prélevée sur la consommation hôtelière (environ 150 millions d'euros par an). On pourrait par exemple concevoir une augmentation concertée de cette taxe : avec un chiffre d'affaires de l'hôtellerie d'environ 15 milliards d'euros⁽⁴⁰⁾, on pourrait porter la taxe de séjour de 1 à 6 %, générant ainsi une rentrée fiscale de près de 1 milliard d'euros par an.

(38) Cf le site Internet du ministère des Finances : http://www.minefi.gouv.fr/lof/downloads/501_pap_patrimoines.pdf

(39) Patrimoine : départements (200 millions), municipalités (200 millions), régions (100 millions). Musées : municipalités (400 millions), départements (50 millions), régions (130 millions)

(40) Cf. Chiffre clef du tourisme, 2008.

Recommandations n° 3

Fixer la taxe de séjour à 6 % du tarif d'une nuitée (ou un forfait de 2 euros par nuitée)^(*), utiliser son produit pour financer l'entretien et la valorisation de notre patrimoine. Près d'un milliard d'euros pourrait être ainsi collecté par la filière.

Organiser plus systématiquement la concertation des acteurs du tourisme et du patrimoine locaux, afin que des solutions mutuellement avantageuses et non financées par le contribuable soient trouvées par ces partenaires naturels.

(*) Les hôtels français ont produit environ 500 millions de nuitées en 2007 (cf. *Chiffres clefs du tourisme*, édition 2008).

3.2.2. Réformer la tarification des musées et diversifier les financements

Le modèle français de financement des musées nationaux est fondé sur une contribution non négligeable du contribuable, tout en maintenant le prix d'entrée à un niveau inférieur au coût moyen : l'accès à la culture doit être peu onéreux, voire gratuit. Cette logique a moins de pertinence en ce qui concerne les touristes étrangers. D'autant que du point de vue international, les musées nationaux français sont plutôt peu chers (voir tableau 20).

Certains coûts sont donc pris en charge par la collectivité. Par exemple, l'État couvre environ 50 % du budget du Louvre (110 millions sur 250). Pourtant, il est très clairement établi que :

- les visiteurs de musées sont plus aisés que la moyenne (ils peuvent donc augmenter leur part contributive) ;
- la fréquentation d'un musée est très peu sensible au prix d'accès (les visiteurs de musées sont donc prêts à payer). L'élasticité prix est très faible. En passant en revue l'abondante littérature académique sur le sujet, Frey et Steiner (2010) l'estiment à environ - 0,25, ce qui signifie qu'une augmentation de 100 % du prix d'entrée ne réduit la fréquentation que de 25 %⁽⁴¹⁾. Ce chiffre doit être compris comme un ordre de grandeur.

(41) Dans le cas du Louvre, en prenant ce chiffre, un doublement du prix du billet de 9,5 à 18 euros, en supposant toujours la même fraction de visiteurs non payants, occasionnerait une hausse des recettes de billetterie d'environ 20 millions d'euros. Une baisse de la fréquentation de 25 % ferait en effet tomber le nombre de visiteurs de 8 à 6 millions, faisant chuter les recettes à tarif constant de 40 à 30 millions. Puis, le doublement du tarif ferait passer les recettes à 60 millions (calcul des auteurs, d'après *Le Rapport d'activité du Louvre* de 2008).

20. Tarifs d'entrée et surfaces de quelques grands musées, 2010

	Billet d'entrée pour un adulte (en euros)	Superficie (en m ²)
MoMA [New York]	14,6 (20 \$)	11 600
Art Institute [Chicago]	13,15 (18 \$)	100 000
Museum of Fine Arts [Boston]	14,6 (20 \$)	12 400
Metropolitan Museum [New York]	14,6 (20 \$, don très fortement encouragé)	180 000
Galerie des Offices [Florence]	14,5 (été) 10,5 (hiver)	13 000
Musée du Louvre [Paris]	9,5	60 000
Musée du Prado [Madrid]	8,0	45 000
Ancienne Pinacothèque [Munich]	7,0	3 700
Musée Pergame [Berlin]	10,0	13 000
British Museum [Londres]	Gratuit	60 000

Source : Recherche des auteurs, à partir des sites Internet des établissements concernés.

Comme nous l'avons rappelé plus haut, la logique de cette politique tarifaire (il y a aussi de nombreux visiteurs gratuits : chômeurs, jeunes de moins de 26 ans, etc.) est d'encourager le public français à consommer la culture française, car la consommation de chacun exerce un effet externe positif sur la collectivité en créant de la cohésion et en permettant à chacun de s'approprier le roman national. Adopter une politique tarifaire similaire à l'égard des étrangers relève d'une logique de promotion de la culture française à l'étranger. Cette logique nous semble moins forte que la première ; cette différence d'intensité légitime donc à nos yeux un tarif différencié entre visiteurs français et visiteurs étrangers, comme cela se pratique dans de nombreux pays. Nous proposons donc de permettre aux musées qui le jugent nécessaire d'augmenter significativement les tarifs à destination des non-résidents de l'Union européenne. Cela permettrait d'améliorer les recettes des musées tout en respectant l'impératif de non-discrimination entre consommateurs au sein de l'Union européenne.

Un deuxième argument en faveur d'une taxation différenciée en fonction du pays de résidence des visiteurs vient de la théorie de la fiscalité optimale. L'élasticité prix de la demande étrangère est *a priori* bien plus faible que l'élasticité prix de la demande domestique. Le prix d'entrée à un musée représente en effet une toute petite fraction du budget d'un touriste étranger, qui doit aussi payer son déplacement et son logement⁽⁴²⁾. Or, le théorème de Ramsey-Boiteux nous enseigne qu'il est efficace pour l'État de taxer relativement plus les comportements les moins élastiques (on les affecte moins). Du point de vue de l'efficacité économique, il est donc plus efficace de taxer davantage les visiteurs étrangers, via un billet plus cher : on réduira relativement peu leur consommation.

Il est à noter que cette tarification différenciée n'est pas une rupture avec le dispositif actuel. Actuellement, certaines catégories de population, parmi la population française (chômeurs) ou européenne (jeunes) sont totalement exonérées. Ces exonérations ne bénéficient pas aux touristes hors union européenne. Par ailleurs, certains modes de tarification (*pass* à l'année, par exemple) ont pour effet de discriminer entre résidents (qui peuvent visiter le musée ou monument souvent) et non-résidents (qui viennent moins d'une fois par an).

Prenons l'exemple du Louvre, qui a accueilli en 2008 environ 8,5 millions de visiteurs, dont environ 2,5 millions en provenance d'Asie et d'Amérique. Supposons que l'élasticité prix de la demande de ces visiteurs venus de loin soit nulle : dans ce cas, un quasi-doublement du billet d'entrée, allant de 9,50 à 18 euros engendrerait pour le musée un surplus de recettes de près de 25 millions d'euros, soit l'équivalent de ce que le musée a reçu, en 2008, sous forme de mécénat.

(42) On peut aisément démontrer que l'élasticité prix est inversement corrélée à la distance parcourue par le touriste.

De manière plus générale, accorder aux musées et aux monuments historiques davantage de souplesse en matière de tarification permettrait aussi de moduler la demande. Certaines périodes de l'année, certaines périodes de la journée ou de la semaine, la fréquentation du musée devient telle qu'elle nuit à la qualité de la visite. Afin que les visiteurs prennent conscience de ces effets de congestion, et pour les forcer à les prendre en compte, il faudrait que le tarif varie en fonction de la période, sur le principe de la « *congestion charge* » mise en place pour réguler la circulation automobile à Londres. La solution actuellement retenue dans de nombreux musées (par exemple, le Palais des Papes à Avignon), est d'organiser un rationnement des visites en allongeant les files d'attentes. Cette pratique est désagréable pour les touristes, et elle ne permet pas de différencier ceux qui pourraient attendre un peu ou se lever plus tôt, de ceux qui n'ont que quelques heures à consacrer à la visite du musée et qui sont de ce fait prêts à payer plus cher. Il faudrait donc adopter une tarification variable dans le temps. C'est la technique par exemple mise en place à la Galerie des Offices à Florence (le billet d'entrée coûte 14,50 euros l'été et 10,50 l'hiver)⁽⁴³⁾.

Ajoutons enfin que l'amélioration du degré de notoriété des établissements permet de créer plus aisément des fonds de dotation, sur le modèle américain de l'« *endowment* ». En 2009, le Louvre a créé un fonds de dotation calqué sur le modèle des « *endowments* » anglo-saxons et destiné à soutenir, à long terme, les grands projets du musée.

Recommandations n° 4

Encourager une tarification plus flexible par les musées et monuments historiques, par exemple :

- doubler les tarifs d'entrée des visiteurs hors Union européenne dans les musées nationaux ;
- généraliser l'adoption d'une tarification variable en fonction de l'heure d'entrée dans le musée, et de la période de l'année ;
- créer des fonds de dotation pour les grands musées, sur le modèle américain de l'« *endowment* ». En France, le modèle le plus proche est celui des fondations d'universités, créées à la suite de la loi LRU en 2007 ;
- assouplir le fonctionnement de la Réunion des musées nationaux et du Centre des monuments nationaux pour mieux responsabiliser les musées et monuments dans la gestion de leurs activités commerciales.

(43) Dans les deux cas, il faut ajouter 5 euros si l'on veut le réserver à l'avance et éviter les longues queues.

3.3. Mieux valoriser notre patrimoine matériel : préservation et diversité

3.3.1. Promouvoir la diversité de notre patrimoine

Le marché du patrimoine est un marché de « *super stars* ». Quelques musées, quelques monuments attirent une fraction disproportionnée des visiteurs, souvent par manque d'information sur les alternatives. À certaines époques de l'année, ces lieux patrimoniaux sont totalement congestionnés (Mont-Saint-Michel, par exemple). À l'inverse, d'autres sites et monuments souffrent d'un déficit de notoriété.

La surfréquentation de certains sites ne profite pas nécessairement aux sites alentours, malgré des efforts louables tels les *pass* qui constituent un ticket d'entrée commun à plusieurs sites de notoriété inégale ; de même elle détourne l'attention des mécènes potentiels alors que le mécénat local conduit à des résultats intéressants dans nombre de cas (cf. DEPS, 2009).

Une meilleure répartition des visites est un enjeu pour la valorisation du patrimoine par le tourisme : « Il y a là un enjeu majeur pour le tourisme de demain, et un chantier important si l'on veut faire passer le tourisme de l' 'économie de cueillette' à une 'économie de culture' visant à mettre en valeur nos ressources de façon méthodique, organisée, maîtrisée et durable » (cf. Michaud, 2010).

Lutter contre cette surfréquentation, c'est mieux informer les visiteurs potentiels sur la variété de l'offre. Cela ouvre la voie à la constitution de liens entre activités patrimoniales et industries culturelles à travers l'innovation en matière de guides de voyage, d'information patrimoniale, d'édition numérique et d'usages de l'Internet. Cela peut donner lieu au développement de recherches et d'innovations susceptibles de soutenir la filière éditoriale dans sa transition vers le numérique.

Il faut ajouter que la publication numérique peut constituer une piste prometteuse pour la diffusion des publications scientifiques émanant d'établissements patrimoniaux ; ces publications peinent à trouver leur public dans les circuits de détail traditionnels⁽⁴⁴⁾ ; conformément à la théorie de la longue traîne, certains ouvrages peuvent disposer d'un public suffisant pour que les coûts de leur publication puissent être amortis, mais la dissémination de ce public empêche d'atteindre le point mort. En rassemblant ce public virtuellement, il atteint une taille suffisante pour que l'investissement effectué soit justifié.

(44) On rejoint ici les théoriciens de la « longue traîne » : Anderson (2006) avance qu'Internet permet d'assurer plus fréquemment que ne le font les circuits « physiques » de distribution une vraie vie pour les petits tirages, dont le public existe, est assez important pour que les produits s'avèrent rentables, mais est trop épars pour qu'aucun détaillant ne puisse les proposer durablement. En effet, Internet permet de « rassembler » virtuellement des publics dispersés géographiquement.

L'intérêt du public pour une variété de lieux de visite est tributaire de son niveau d'éducation ; il faut ici rappeler la faiblesse du niveau de formation des Français en histoire de l'art. Des incitations au développement de connaissances en la matière, ne serait-ce qu'à travers de visites régulières exploitées par les enseignants sont nécessaires. Une évaluation de l'effort des établissements, rendue publique, sur la base de quelques critères très simples (nombre de sorties culturelles par an et par classe, proportion d'élèves concernés), pourrait y aider.

Recommandations n° 5

Améliorer l'information du public sur les monuments et musées relativement délaissés par les visiteurs.

Utiliser tous les outils autorisés par le numérique pour aider à la promotion du patrimoine : référencement sur différents sites, accompagnements des visites par un commentaire téléchargeable sur téléphone, développement d'offres de visite sur une base locale, etc.

Développer des éditions numériques pour certains ouvrages scientifiques notamment.

Travailler avec le ministère de l'éducation nationale à l'introduction et à l'enrichissement des programmes en histoire de l'art et du patrimoine. Évaluer le dynamisme des établissements culturels en matière d'accueil des écoles et des lycées, et réciproquement, introduire une évaluation du dynamisme des établissements d'éducation en matière d'ouverture au monde culturel (visites, organisations de conférences, formation continue des enseignants, etc.).

3.3.2. Assouplir et décentraliser la gestion du patrimoine

Les musées publics ne sont pas propriétaires de leurs collections ; celles-ci sont la propriété de l'État ou des collectivités locales et inaliénables (ni l'État, ni les musées ne peuvent les vendre). Ils ne peuvent donc les conserver.

Parmi les œuvres conservées, on ne voit dans les musées que la partie émergée de l'iceberg. Les réserves sont importantes, même si, à la faveur de la construction du Grand Louvre par exemple, certains établissements sont parvenus à réduire la part des œuvres intéressantes à présenter au public et qui demeureraient désespérément en réserve.

Il en résulte un danger de malthusianisme dans la gestion des collections nationales. Dans un contexte de finances publiques très contraintes, les collections nationales ont du mal à s'étoffer, car les financements pour acquérir de nouvelles œuvres, pour compléter, mettre en cohérence ou enrichir certaines collections, font défaut. Sans possibilité de vendre des œuvres, il est difficile d'en acheter de nouvelles au rythme où elles se présentent sur le marché : les collections ne respirent pas assez. Le rationnement des achats

se fait en partie par l'opacité et les complexités qui allongent les « files d'attente » des musées qui souhaitent acheter des œuvres, alors même qu'ils ont réussi à boucler les financements (avec l'aide de mécènes et de collectivités locales). Les conservateurs et les directeurs de musées, plus proches du terrain, sont mieux au fait de la demande du public, de l'intérêt artistique des œuvres et des évolutions muséographiques, pour les acquisitions. Ils sont également les premiers à souffrir d'éventuelles mauvaises acquisitions. L'administration centrale, dont les tendances sont encore un peu teintées de jacobinisme et de paternalisme, doit apprendre à laisser la main aux musées, à présent encore insuffisamment responsabilisés.

De la même manière, il convient de travailler en plus grande confiance avec les collectivités locales pour la gestion des monuments classés, dans l'esprit du rapport Rémond, mais en n'hésitant pas à amplifier le mouvement de transfert.

À la suite d'un rapport remis par René Rémond en 2003, le ministère de la Culture a en effet décidé de proposer le transfert de propriété d'un ensemble de sites ou monuments classés aux collectivités qui en font la demande. Quatre critères « en creux » président à la sélection des monuments susceptibles d'être ainsi transférés : doivent rester propriété de l'État les lieux de mémoire nationale commémoratifs des grandes dates de l'histoire, les anciens biens de la couronne représentatifs de la constitution de l'État national, les archétypes architecturaux de qualité exceptionnelle et de grande valeur pédagogique, ainsi que les sites archéologiques constituant des réserves et les grottes ornées fragiles et à l'exploitation complexe. Les autres monuments sont susceptibles d'être cédés.

Les transferts sont effectués à titre gratuit, les collectivités destinataires du transfert ayant pour mission d'assurer la conservation du monument et, lorsqu'il est ouvert au public, d'en présenter les collections, d'en développer la fréquentation et d'en favoriser la connaissance. Les transferts de propriété s'accompagnent des transferts de personnels exerçant leurs fonctions dans ces immeubles. L'État s'engage à soutenir les collectivités territoriales pour les travaux de restauration menés sur les édifices transférés pendant les cinq années suivant le transfert. Le patrimoine « transféré » ne comprend pas les cathédrales. Parmi les monuments « décentralisables » (176 au total), 66 ont effectivement été transférés. Le bilan est positif. La compensation du personnel et des coûts est intégrale. L'idée de compenser l'investissement à hauteur du coût moyen sur les cinq dernières années a été écartée car trop variable. Le programme de cofinancement État/collectivité locale repose sur un partage 50/50.

Se développent enfin de nouvelles structures de gestion, dans le cadre de partenariats publics-privés, permettant d'assurer l'accueil du public dans le respect des fonctions de conservation et de développement des collections. La contribution de Culture Espaces en fait état, et ouvre des pistes d'amélioration du système, via, par exemple, le raccourcissement des délais de mise en œuvre des programmes d'investissements par les collectivités.

Recommandations n° 6

Décentraliser les décisions d'investissement aux échelons les plus locaux :

- simplifier et rendre plus avantageux le transfert des monuments aux collectivités locales (par la prise en charge de certains frais). Propriétaires, celles-ci auront davantage de motivation à les valoriser ;
- simplifier les procédures d'acquisitions par les musées, en particulier lorsque le plan de financement n'implique pas une participation de l'État. Dans ce cas, celui-ci ne devrait pas avoir à donner son accord, mais seulement un avis ;
- rendre plus transparentes les procédures d'acquisition ; actuellement, les commissions se réunissent et délibèrent dans le secret. Or, les citoyens ont le droit de savoir quelles sont les logiques qui président aux arbitrages réalisés ;
- mettre en place une procédure très encadrée et limitée de cession d'œuvres. La décision relèverait d'une commission rassemblant historiens d'art, conservateurs, experts étrangers et français et représentants de l'administration. Le revenu de la vente devrait exclusivement être affecté à des acquisitions nouvelles^(*) et devrait être accompagné d'un engagement de l'État à hauteur de la somme récupérée afin de ne pas conduire à la substitution de l'effort public par le recours à l'aliénabilité des œuvres.

(*) Notre propos n'est pas de revenir sur l'essentiel des conclusions du rapport Rigaud (2008) sur l'inaliénabilité des collections publiques, mais d'introduire une souplesse très encadrée de possibilité de cession.

3.3.3. *Mieux protéger le patrimoine qui n'est ni classé ni inscrit*

Le patrimoine, c'est le paysage urbain ou rural. C'est le cadre de vie. Or là où il n'est pas protégé, il est souvent menacé de destruction.

La désignation de l'instance la mieux à même d'assurer la conservation dans des conditions optimales ne va pas de soi. On peut démontrer que les instances locales sont plus sujettes à la pression des promoteurs et des électeurs et qu'il convient d'éloigner la prise de décision de l'échelon local lorsqu'il s'agit de préserver des bâtiments ou des quartiers ; en revanche, la préservation des monuments importants est indifférente à l'échelon de la prise de décision, dans la mesure où l'hypothèse de démolition est exclue. Telle est la conclusion d'un travail mené par un chercheur de l'université de Catania en Sicile (Rizzo, 2003). Dans un pays où l'autonomie des régions est grande, le raisonnement vaut qu'on s'y arrête. L'étude part du constat que l'élu local doit affronter en permanence la pression de ses administrés, pour l'obtention de permis de construire (ou de détruire) notamment, alors que les décisions sont pour la plupart irréversibles. Peu formé

aux questions patrimoniales, qu'il voit de manière restrictive et parfois erronée, l'élu est plus enclin à négliger le petit patrimoine de proximité que les sites et monuments prestigieux, porteur de symboles forts. Si dévolution de compétences ou décentralisation il doit y avoir, on prendrait donc moins de risque à transférer aux collectivités la compétence sur les monuments phares que sur le patrimoine de moindre rayonnement.

La question posée est plus généralement celle de la protection du petit patrimoine qui n'est ni classé ni inscrit. La Fondation du patrimoine, créée en 1996, aide à l'appropriation « vertueuse » du patrimoine par la population et les mécènes locaux. Six grandes entreprises en constituent le cercle des partenaires.

La Fondation est un organisme privé à but non lucratif visant à sauvegarder et à valoriser le patrimoine non protégé au moyen de l'attribution d'un label ouvrant droit à déduction fiscale, au moyen de souscriptions *ad hoc* et par le versement d'aides. Elle accorde des financements pour les bâtiments et opérations visibles de la voie publique seulement. Elle propose également des services d'ingénierie de projets, de conseil et d'orientation vers des mécènes potentiels, d'accompagnement dans les projets et de fédération d'acteurs économiques locaux. L'arrivée d'un partenaire exerce un effet de levier sur l'entrée des autres. La Fondation reçoit des legs et bénéficie depuis 2005 de 50 % des recettes tirées par l'État du produit des successions vacantes (cela représente environ 7 millions d'euros par an).

Recommandations n° 7

Faire mieux connaître l'action de la Fondation du patrimoine.

Évaluer l'effet de levier des fonds publics octroyés sur la dépense privée en faveur du patrimoine.

Développer le mécénat par des campagnes d'information ciblées (depuis 2007, des associations peuvent collecter des dons pour restaurer des bâtiments personnels de propriétaires privés).

3.4. Mieux mettre en valeur le patrimoine immatériel

Si la mise en valeur du patrimoine matériel est une tradition ancienne, celle de notre patrimoine immatériel (métiers, savoir-faire, fonds de bibliothèques et d'archives, marques, etc.) en est encore à ses balbutiements. Pour diverses raisons développées ci-dessus, la puissance publique a, dans certains cas, un rôle à jouer que nous explicitons dans cette section.

3.4.1. Le patrimoine immatériel (livres, vidéos) doit être numérisé et consultable gratuitement

Comme cela a été évoqué plus haut, la consommation du patrimoine immatériel numérisé est pour l'essentiel non rivale, c'est-à-dire qu'elle n'engendre pas d'effet de congestion. Il est donc légitime et économiquement efficace de mettre ce patrimoine immatériel à disposition du public à prix nul (puisque le coût est nul). Ce constat soulève toutefois la question du financement de la numérisation de nos œuvres. Les enjeux de la numérisation vont en effet au-delà de la mise à disposition des publics ; ils incluent la visibilité de ce patrimoine, la qualité du référencement, des métadonnées et de l'indexation.

Plusieurs solutions sont envisageables. Le gouvernement a prévu d'allouer une tranche du grand emprunt à cela. Certaines sociétés privées, comme Google, ont proposé de numériser gratuitement certains fonds (comme celui de la bibliothèque de Lyon). Du point de vue économique, cette solution est acceptable dans la mesure où les contreparties demandées par ces sociétés ne conduisent ni à faire payer l'accès aux œuvres numérisées, ce qui ne semble pas être l'intention de Google, ni à soustraire à la collectivité la propriété des fichiers ainsi créés.

La logique économique commande en effet un accès totalement gratuit aux œuvres qui sont libres de droit, et, via des négociations avec les ayants droit, chaque fois que possible, à des œuvres sous droit, une compensation *ad hoc* étant alors prévue. De ce point de vue, la puissance publique ne doit pas céder aux exigences des partenaires privés, quitte à mobiliser des financements publics. À l'heure où les internautes mettent les cultures en concurrence en un clic, le rayonnement de la culture française sur le web mondial est à ce prix.

Recommandations n° 8

Accentuer le rythme de la numérisation du patrimoine immatériel. Les fonds ainsi numérisés doivent être mis gratuitement à disposition du public, via Internet (dans le respect des droits de propriété intellectuelle).

Investir dans la recherche développement en matière de conservation pérenne de documents numérisés, ainsi qu'en vue de l'amélioration des fonctions de recherche.

3.4.2. Métiers d'art : sortir du malthusianisme et de l'assistanat

Une partie du patrimoine immatériel est constituée par les métiers d'arts, recensés et codifiés par le ministère en charge de l'Artisanat (voir section 1). Les artisans et artistes qui vivent de ces métiers sont dépositaires d'un

savoir qu'ils ont parfois du mal à faire vivre. Nous ne croyons pas raisonnable à long terme de multiplier les niches fiscales en faveur des métiers d'art : le rôle de l'État est de les aider à trouver leur équilibre économique.

Le problème que nous diagnostiquons ici est celui de métiers et de professions trop petites (voir section 2). Les professionnels sont par exemple trop peu présents sur des sites comme etsy.com par exemple⁽⁴⁵⁾ : au moment où le mouvement Arts & Crafts décolle dans le monde entier, les artisans semblent rester à l'écart. Les deux pistes que nous explorons vont dans le sens de l'augmentation de la taille de leur marché et de l'accroissement du nombre d'intervenants sur ce marché, par deux moyens complémentaires : en s'appuyant sur l'export et en ouvrant les formations. Dans sa contribution à ce rapport, Thomas Paris insiste particulièrement sur cette question de la formation et sur les formes que devrait revêtir celle-ci, afin de revaloriser ces métiers auprès des jeunes et d'entretenir les savoir-faire et l'« outil industriel » de création à disposition des créateurs.

La taille du marché est parfois un obstacle important, et l'export peut être la solution. Mais souvent, ces marchés sont dominés par la commande publique. Pour un restaurateur professionnel, travailler en France, en Allemagne ou en Italie n'est pas trop différent. Or, dans ce domaine, les marchés nationaux, même au sein de l'Union européenne, sont très largement cloisonnés, en partie parce que les commandes proviennent de l'État. Il y a donc un protectionnisme déguisé dont tout le monde souffre. Aucun pays ne peut se spécialiser dans son avantage comparatif, et la restauration n'est pas toujours réalisée par la meilleure équipe ; de ce fait, ni les producteurs, ni les consommateurs ne sont satisfaits.

Un second levier d'action porte sur l'ouverture des métiers d'art à une plus large population via l'action de l'État. La promotion des métiers par l'État et les associations professionnelles souffrent d'un accent trop important sur l'excellence. Il en résulte une stratégie un peu malthusienne qui limite la taille des formations et le nombre de personnes capables de les dispenser. Cela bride la concurrence et avec elle l'esprit d'entreprise, la créativité et l'innovation, à la manière des professions réglementées analysées dans le rapport Cahuc et Kramarz (2004). Citons pêle-mêle :

- les filières ultra-élitistes de certains métiers d'art, aboutissant à former des promotions trop petites d'artisans, certes excellents mais trop peu nombreux. À l'instar des grandes écoles, ces écoles prestigieuses (école Boule, etc.) doivent accueillir des promotions plus nombreuses ;
- les maîtres d'art, financés par l'État, ne peuvent former qu'un seul élève et sont en nombre très restreint (moins d'une centaine, voir Dumas, 2009) ;

(45) Le site etsy.com est une sorte d'hypermarché virtuel de l'artisanat. À la mi-2010, plus de 4,5 millions d'objets sont en vente, et les vendeurs français y sont peu représentés. Une requête sur le moteur de recherche du site du mot « France » donne 9 789 réponses (souvent des fournisseurs américains vendant des articles liés à la culture française) ; une requête du mot « UK » donne 38 566 retours.

- la protection excessive du secteur du luxe par la distribution sélective. Ce dispositif n'existe qu'en France, alors que d'autres pays ont une industrie du luxe tout aussi florissante que la nôtre. Il ne paraît donc pas nécessaire à la survie de ce secteur ;

- la distinction entre métiers d'art, artisanat ou industrie n'est pas toujours aussi nette qu'elle peut le paraître, mais l'État contribue inutilement à l'accentuer. Les avantages dont jouissent les métiers d'art (crédit d'impôt création, incitations à l'apprentissage) créent une concurrence déloyale pour certains métiers de l'artisanat ou de l'industrie, avec pour avantage principal de subventionner les sous-traitants du secteur du luxe (qui pourtant continue de délocaliser).

Recommandations n° 9

Sauver les métiers d'art du piège malthusien et de l'assistanat par la croissance de leur marché :

- privilégier les actions qui conduisent à l'autonomie économique de certains métiers d'art, sur les dispositifs qui subventionnent les entreprises dans la durée ;

- privilégier le développement à l'export : en encourageant davantage la présence dans les salons de nos petites entreprises artisanales, et en ouvrant les appels d'offres des marchés publics européens à tous les artisans européens. Encourager également la présence sur Internet, sur les grands sites d'échange ;

- favoriser les évolutions de régulations non malthusiennes : accroître le recrutement de nos filières d'excellence, les ouvrir à l'étranger (sur le modèle de ce que doivent faire les grandes écoles), augmenter le nombre de maîtres d'art, le nombre d'élèves qu'ils peuvent suivre.

3.4.3. Mieux valoriser nos marques

On ne procédera pas ici à un catalogue des formes de valorisation. Elles allient la production de produits dérivés, l'organisation de manifestations, la location d'espaces, etc. Plus originale est la valorisation par la location de la marque pour trente ans, sur le modèle de la politique menée par le musée du Louvre à Abu Dhabi mentionnée plus haut, les versements étant établis sur quinze ans. Si la création d'une collection (350-400 œuvres prévues) avec l'expertise des conservateurs français a pu faire grincer des dents, elle participe du rayonnement de la France dans cette partie du monde ; le service de prêt d'œuvres françaises est rémunéré, ainsi que l'organisation d'expositions temporaires, tandis que la participation d'autres musées à l'opération est prévue (prêts d'œuvres, versements en contrepartie). Au total la somme d'un milliard d'euros, dans un contexte de rétrécissement des fonds publics, ne saurait être négligée. Mais, comme nous l'avons rappelé

plus haut, toutes les institutions détentrices d'un capital culturel ne sont pas en mesure de négocier efficacement sa valorisation, son transfert ou sa location. Il faut donc trouver un moyen de capitaliser davantage sur les expériences réussies.

Recommandation n° 10

Capitaliser sur certaines expériences de valorisation de « marque culturelle » réussies, comme celle du Louvre, à travers une action plus forte et plus visible d'une agence de valorisation ou peut-être des programmes de formation continue à la négociation et plus généralement à la valorisation du patrimoine. Il y a un grand besoin de professionnalisation.

3.4.4. Créativité et territoires

Le patrimoine est une source de créativité et de développement local. Il est un élément constitutif de l'attractivité et de la différenciation des territoires (Godet, 2010). Le patrimoine doit être pensé dans son inscription dans un environnement ; il participe de l'attractivité d'un territoire avec les infrastructures éducatives, les autres éléments de l'offre culturelle, la qualité des transports, etc. Les exemples réussis de croissance par le patrimoine sont surtout des exemples de croissance *avec* le patrimoine, où la pensée et l'investissement patrimoniaux sont au service d'une politique globale qui allie préservation du passé et du patrimoine et créativité, innovation, dynamisme du cadre urbain, etc. Des districts culturels se sont développés dans des pays émergents mais aussi, par exemple, à Caltagirone, en Italie, à travers des activités traditionnelles, ou à Hollywood à travers des technologies sophistiquées. Xavier Greffe insiste dans sa contribution sur la nécessité, au sein d'un district, de diversifier les activités, au risque parfois, pourrions-nous ajouter, de diluer la stratégie de spécialisation du district que l'on voulait initialement déployer⁽⁴⁶⁾. Le succès souvent mis en avant du musée Guggenheim conçu par Frank Gehry à Bilbao⁽⁴⁷⁾, et de plusieurs autres éléments culturels dans la même ville, alors que celle-ci traversait une crise majeure de désindustrialisation (chantiers navals, sidérurgie) est souvent cité en exemple. Les données sérieuses manquent afin d'évaluer sérieusement les retombées et les coûts d'une telle opération, qui de-

(46) Cf. aussi les travaux de Florida (2002) sur la classe créative : les travailleurs qualifiés sont attirés par les villes qui offrent « une rare combinaison de technologies, de talent, et de tolérance » ; cette thèse a connu un succès médiatique mais est mal étayée. On peut néanmoins faire l'hypothèse qu'au sein de la combinaison décrite par Florida, le patrimoine constitue un élément digne d'intérêt.

(47) 900 000 visiteurs par an, dont deux tiers viennent de l'étranger et un sur cinq de France. (cf. *L'Usine Nouvelle*, 19 octobre 2007).

meure une franchise aux termes de laquelle la Région et la Ville assument la quasi-totalité des coûts. Mais cette opération doit en tout cas être appréciée en regard des efforts plus globaux pour que le musée ne soit pas un outil isolé de redressement de l'image et de l'économie de la ville, mais s'inscrive dans une perspective de croissance plus globale⁽⁴⁸⁾. Plus modeste mais dans la même veine, à Roubaix, avec l'aide de la Communauté urbaine Lille métropole, avec le musée La Piscine, Musée d'Art et d'Industrie André Diligent, mais aussi des établissements d'enseignement supérieur comme l'ESAAT, l'ENSAIT et ESMOD, tout un quartier se développe qui contribue à faire vivre le patrimoine matériel et immatériel de la ville, autour de la mode et de la création textile (inauguration du quartier des Modes en janvier 2009). L'opération bénéficie de la création d'une zone franche en 1997 qui a incité à l'installation de PME, et dont le périmètre s'étend sur l'ensemble du centre-ville ainsi que sur le quartier du musée. Elle s'est accompagnée de la requalification des espaces publics (abords du musée notamment) et de l'amélioration des transports en commun. Il serait souhaitable qu'une évaluation objective des résultats de cette opération particulièrement intéressante et sans doute moins médiatisée que d'autres soit confiée à des experts. Les travaux de Allen Scott constituent une grille d'analyse intéressante, qui met en évidence la relation entre la géographie culturelle des villes et leur géographie économique, la culture apportant un avantage comparatif en terme de qualité de vie et de capacités créatives (Scott, 2000).

Un autre exemple peut être avancé du côté des banlieues réputées difficiles. Le patrimoine religieux, monumental et industriel du département de Seine-Saint-Denis constitue un atout de développement dans le cadre d'une politique audacieuse alliant la réhabilitation des friches, la conservation du patrimoine et son animation (festivals de musique), mais aussi l'installation de start-up, une implantation de studios de cinéma, et un effort en matière d'emploi. Un tel programme peut aider à l'amélioration de la qualité de vie en banlieue s'il « profite » aussi à la population locale, ce qui nécessite un investissement considérable en formation ainsi qu'en vue de l'intégration et de la réhabilitation des cités. De même, dans son étude sur l'attractivité culturelle des territoires, le cabinet Imeum Consulting met l'accent sur la valorisation du patrimoine et l'organisation d'événements culturels comme facteurs de cohésion sociale et d'identité pour les habitants, à travers l'exemple de la politique culturelle de Nancy (Imeum, Rapport pour le Forum d'Avignon, 2009).

(48) Inauguré le 17 octobre 1997, le musée Guggenheim aurait généré 1,57 milliard d'euros de retombées économiques en dix ans et permis de créer 45 000 emplois directs, pour un coût total de construction de 150 millions d'euros. Le développement a été porté par la réorganisation du tissu industriel en onze *clusters* et la création de PME. Le taux de chômage serait ainsi passé de 25 % au début des années quatre-vingt-dix à 4,1 % en 2006 (cf. *L'usine nouvelle* du 19 octobre 2007).

Comment mesurer non seulement l'impact du patrimoine, mais, dans cette optique plus globale, l'empreinte culturelle ? Pour une ville, ce pourrait être à travers des indicateurs simples reflétant :

- l'emploi culturel et l'emploi lié aux industries créatives ;
- le nombre de lieux culturels ouverts au public et leur fréquentation ;
- la dépense culturelle publique par habitant ;
- la qualité des équipements culturels via des études de satisfaction auprès de la population ;
- la proportion de catégories peu aisées dans les publics des établissements culturels.

Recommandations n° 11

Sortir d'une logique de valorisation autistique, travailler avec le reste de l'économie, industrie de la mode, design, mais aussi toutes les industries reconnaissant la créativité comme un intrant.

Intégrer la notion d'« empreinte culturelle » des établissements, des entreprises, des villes, à travers l'élaboration d'une batterie d'indicateurs.

Conclusion

Il fut un temps où culture et économie étaient considérées comme résolument antinomiques. Ce temps est révolu et les acteurs de la culture sont conscients de l'importance de l'économie, comme contrainte *et* comme force. Réciproquement, nombre d'activités intégrant sous une forme ou une autre de la créativité vont puiser du côté de la culture la matière première dont elles ont besoin. L'investissement patrimonial ne saurait donc être considéré comme superflu. On a vu que ses retombées, certes difficilement quantifiables, incluent de la création d'emplois, mais aussi des éléments ayant trait au cadre de vie, au bien-être collectif, à l'identité des habitants d'une région ou d'un pays.

C'est pourquoi nous recommandons tout à la fois une amélioration de la connaissance du patrimoine, en termes économiques, et un effort de formation et de sensibilisation à ce patrimoine. Nous préconisons la mise en place d'incitations, qui transitent par une évaluation des efforts pour la conservation, la valorisation et la connaissance du patrimoine. Nous proposons plus généralement une meilleure prise en compte de la relation économique entre tourisme et patrimoine.

Références bibliographiques

- Agence Régionale du Patrimoine (2009) : « Étude nationale des retombées économiques du patrimoine », *Document synthétique*.
- Bellini E., B. Del Corpo, W. Malizia et D. Pinelli (2005) : « Economic Impacts of (Cultural) Tourism », *Picture Position Paper*, n° 3. Disponible sur http://www.picture-project.com/IMG/pdf/199_long_en.pdf
- Bellini E., Gasparino, B. Del Corpo et W. Malizia (2007) : « Impact of Cultural Tourism upon Urban Economies: An Econometric Exercise », *Fondazione Eni Enrico Mattei Nota di Lavoro*, n° 85.2007.
- Benhamou F. (2003) : « Who Owns Cultural Goods? The Case of the Built Heritage » in *Economics of the Arts and Culture*, Ginsburgh (ed.), North Holland, pp. 187-202.
- Benhamou F. (2008) : « Faut-il généraliser la gratuité dans les musées nationaux ? Une mauvaise réponse... à une mauvaise question », *Esprit*, n° 345, juin, pp. 83-113.
- Cabinet Conjuguer (2007) : *Étude sur le financement de l'État de l'entretien et de la restauration des monuments historiques*, Étude pour la Direction de l'architecture et du patrimoine.
- Cahuc P. et F. Kramarz (2004) : *De la précarité à la mobilité : vers une Sécurité sociale professionnelle*, Rapport remis au ministre de l'Économie.
- Chantepie P. (dir.) (2008) : « L'intercommunalité culturelle : un état des lieux », *Culture Études*, n° 5, 2008.
- Cohen D. et T. Verdier (2008) : *La mondialisation immatérielle*, Rapport du CAE, n° 76, La Documentation française.
- Commission européenne (2010) : « Survey on the Attitudes of Europeans towards Tourism », *Flash Barometer*, n° 291. Disponible sur http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_291_en.pdf
- Couve J-M. (2008) : *L'organisation territoriale, l'observation statistique et les accords bilatéraux de la France dans le domaine du tourisme*, Rapport au Premier ministre.
- Delvainquière J-C. et B. Dietsch (2009) : « Les dépenses culturelles des collectivités locales en 2006 : près de 7 milliards d'euros pour la culture », *Cultures Chiffres*, n° 3.
- Dumas C. (2009) : *Les métiers d'art, d'excellence et du luxe, et les savoir faire traditionnels : L'avenir entre nos mains*, Rapport au Premier ministre.
- Eidelman J. et B. Céroux (2009) : « La gratuité dans les musées et monuments de France », *Culture Études*, n° 2009-2.

- Frey B. et S. Meyer (2006) : *The Economics of Museums. Handbook of the Economics of Arts and Culture*, Ginsburg and Throsby Eds.
- Godet M., P. Durance et M. Mousli (2010) : *Créativité et innovation dans les territoires*, Rapport du CAE, n° 92, La Documentation française.
- Grefre X. (2003) : *La valorisation économique du patrimoine*, Anthropos.
- Grefre X. (2008) : *L'impact économique du Louvre*, Rapport rédigé pour la Direction des publics.
- Hansen T. (1997) : « The Willingness-to-Pay for the Royal Theatre in Copenhagen as a Public Good », *Journal of Cultural Economics*, vol. 21, n° 1, pp.1-28.
- Hottin C. (2009) : « Avant-propos », *Livraisons d'Histoire de l'Architecture*.
- Leniaud J-P. (1992) : *L'utopie française. Essai sur le patrimoine*, Mengès.
- Leniaud J-P. (2008) : « Du matériel à l'immatériel. Vers une nouvelle conception du patrimoine » in *Le patrimoine culturel au risque de l'immatériel*, L'Harmattan, coll. 'Droit du patrimoine culturel et naturel', pp. 23-32.
- McCarthy K. (2004) : *Gifts of the Muse, Reframing the Debate about the Benefits of the Arts*, RAND Corporation, Ondaatje, Zakaras, Brooks.
- Maddison D. et T. Foster (2003) : « Valuing Congestion Cost in the British Museum », *Oxford Economic Papers*, vol. 55, n° 1.
- Maresca B. (2008) : « La nocturne gratuite, un bon plan pour les jeunes et les musées », *CRÉDOC Consommations et modes de vie*, n° 215.
- Ministère de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi (2008) : *Chiffres clefs du tourisme en 2007*.
- Nicolas M. (2007) : « Les premiers principes d'une étude d'impact économique local d'une activité culturelle », *Culture Méthode*, n° 2007-1.
- Reau L. (1994) : *Histoire du vandalisme. Les monuments détruits de l'art français*, Robert Laffont.
- Rigaud J. (2008) : *Réflexion sur la possibilité pour les opérateurs publics d'aliéner des œuvres de leurs collections*, Rapport remis au ministre de la Culture, février.
- Rizzo I. (2003) : « The Relationship between Regional and National Policies in the Arts » in *Economics of Art and Culture*, Ginsburgh (ed.), Elsevier.
- Roffignon A. (2009) : « La politique du patrimoine en France et son financement. Une histoire – récente – mouvementée (1999-2009) », *Patrimoines*, n° 5, pp. 34-45.
- Seaman B.A. (1997) : « Art Impact Studies. A Fashionable Excess » in *Cultural Economics. The Arts, the Heritage and the Media Industries*, Towse (éd.), Cheltenham, Edwar Elgar, pp. 723-755.
- Throsby D. (1994) : « The Production and Consumption of the Arts: A View of Cultural Economics », *Journal of Economic Literature*, vol. 32, n° 1, pp. 1-29.
- Throsby D. (2003) : « Determining the Value of Cultural Goods: How Much (or How Little) Does Contingent Valuation Tell Us? », *Journal of Cultural Economics*, vol. 27, n° 3, pp. 275-285.

Commentaire

Philippe Mongin

Directeur de recherche au CNRS, Professeur affilié à HEC

On a pu définir la culture comme ce qui reste quand on a tout oublié. Dans le même esprit de provocation, on pourrait définir le patrimoine culturel comme ce qui reste quand on a tout détruit. Cette boutade, qui n'est pas absolument pire que l'autre, a le mérite de rappeler une idée convenue sur ce qui fait l'objet du rapport : au-delà de ses formes visibles dans les monuments, sites et collections, le patrimoine culturel relèverait d'un spirituel ineffable. Ainsi comprise, la formule aurait pu servir de repoussoir aux deux auteurs, qui expliquent au contraire dans quelles activités de production, de consommation et d'échange le patrimoine culturel se trouve inséré aujourd'hui. Quand il est appréhendé dans tous ses composantes – par exemple en incluant les documents écrits – et avec tous ses effets externes – par exemple en y rattachant l'activité de tourisme qu'il suscite –, il revêt assez d'importance au regard du PIB et de l'emploi pour que les économistes puissent l'étudier à leur manière sans être traités d'iconoclastes. Ils mobiliseront les concepts et les mesures dont ils se servent pour traiter en général des biens, et surtout des biens publics dont les biens culturels et les activités artistiques paraissent le plus se rapprocher. Le rapport applique ces outils de la « science sinistre » avec un tact agréable, sans en faire ni trop ni pas assez. Il fait basculer d'une déférence stérile à l'égard du patrimoine culturel vers un examen positif qui est seul en mesure d'orienter la décision publique.

Mais la boutade sert aussi de rappel à une vérité dérangeante qu'il faut savoir préserver : les éléments constitutifs du patrimoine culturel sont toujours fragiles et menacés. Le patrimoine architectural, qui servira ici d'exemple à cette vérité générale, n'est le plus souvent reconnu qu'après coup, sur un fond préalable de destruction et de méconnaissance. On ne perçoit et, d'ailleurs, on ne définit bien les particularités d'un style architectural que lorsque ses derniers représentants vont disparaître ; alors qu'il devient rare,

on comprend ce que l'on perd et l'on se préoccupe d'en transmettre quelque chose. Des échantillons seulement garderont la trace de la découverte et la feront partager à ceux qui n'auront pas connu la pleine diffusion du style. Évoquant la puissante figure de l'abbé Grégoire, le rapport enseigne que les destructions révolutionnaires ont déterminé la nation à prendre des mesures de sauvegarde, les toutes premières d'une législation qui s'est beaucoup étoffée par la suite. Malgré les garde-fous ultérieurs, il serait illusoire de penser que l'expérience de la Révolution ait servi de leçon définitive.

Tout près de nous, les Trente glorieuses ont vu le saccage des immeubles du XIX^e et du début du XX^e siècles, saccage provoqué, cette fois, non par des foules ignorantes, mais par les autorités de l'État, dépositaires supposés du bien public. Les ingénieurs et les technocrates pompidoliens firent plus de mal à Paris que les « vandales » dénoncés par Grégoire, inventeur d'une expression qui est restée, ou que leurs émules navrants surgis pendant la Commune. Mais telle est la dialectique étrange du patrimoine que le pompidolisme aura finalement suscité une plus juste appréciation des styles haussmannien, Art nouveau, et Art déco qu'il jugeait bons pour la pelleteuse. Il aura fallu la démolition programmée de la Gare d'Orsay pour qu'on en fit un musée représentatif de toute une époque ; il aura fallu la Tour Montparnasse, dans sa laideur achevée, pour que l'on préservât quelques rues d'un quartier attachant promis à une reconstruction orwellienne. Ainsi va le patrimoine, architectural notamment, mais historique et artistique aussi bien, toujours sauvé de justesse, et précisément parce qu'il a failli disparaître. De cette analyse, on tirera la conclusion pessimiste que les biens culturels sont indissociables de leurs vandales, qui le plus souvent les anéantissent et parfois les sauvent en dépit d'eux-mêmes.

Après tant de mécomptes, notre époque ne serait-elle pas enfin gagnée à la prudence ? Il est vrai que la sauvagerie organisée des Trente glorieuses n'a plus cours, mais un vandalisme léger, qui se contente d'abîmer ou de laisser couler au lieu de détruire, et qui provient de modestes initiatives au lieu d'actions menées à grande échelle, s'est inventé depuis avec le satisfecit étrange des pouvoirs publics :

- des monuments classés ou inscrits continuent de tomber en ruine, et particulièrement dans les communes rurales et les villes appauvries, qui sont ou se croient dépassées par les dépenses de restauration nécessaires. L'observation n'est pas nouvelle, mais elle se complique aujourd'hui d'un clivage aggravé entre la France qui sauvegarde son patrimoine et celle qui a jeté l'éponge. Les hôtels particuliers de Douai ne sont pas moins remarquables que ceux de Beaune, mais une de ces deux villes parlementaires, voisines par la taille, protège les siens beaucoup mieux que l'autre, et il ne faut pas être grand clerc pour sentir que les ressources et les priorités diffèrent aussi beaucoup entre les deux lieux ;

- à l'opposé de ce néo-vandalisme d'abandon, il y a celui de surexploitation, qui est la forme curieuse ajoutée par notre époque. Les exemples qu'on peut en donner sont tous discutables, car contrairement à

l'ancien vandalisme de destruction, il est affaire de limite plutôt que de principe, de degré plutôt que de nature. Il vaut donc mieux remplacer les exemples par autant de questions lancées à la réflexion collective. Chassée, puis revenue en triomphe, la grande roue des Tuileries y a-t-elle bien sa place ? Quelques mètres plus loin, le Ministère de la Marine doit-il être livré à une entreprise plus ou moins respectueuse du lieu ou bien ne serait-il pas prudent que l'État le conserve entre ses mains ? Le château de Versailles a-t-il si peu de notoriété qu'il doive faire scandale en invitant M. Murakami et ses précieuses installations ? Les animations lumineuses ou costumées de Carcassonne et des châteaux de la Loire sont-elles nécessaires à la découverte de ces lieux par un public qui n'est pas seulement composé d'enfants en bas âge ? Faut-il que tous les musées, y compris les moins spacieux, renoncent à une salle d'exposition pour vendre des babioles aimables ? Que penser de ces conservateurs nouvelle manière qui, fâchés avec leurs collections permanentes, les relèguent au profit d'un « événementiel » inspiré par les agences de communication⁽¹⁾ ?

Dans cet échantillon supposé de néo-vandalisme, c'est bien de « valoriser le patrimoine culturel » qu'il s'agit chaque fois, dans un sens parce que la valorisation fait défaut (cas de l'hôtel particulier), et dans un autre sens parce que la valorisation est excessive (toutes les combinaisons osées de la dernière liste). Le sujet du rapport était donc de nature à encourager le glissement des évidences (il ne faut pas laisser décrépiter le patrimoine) aux visions hasardeuses (le patrimoine doit rendre de la valeur monétaire et drainer du public par tous les moyens), mais les auteurs se sont gardés du piège qui les attendait. Leurs préconisations finales reflètent un souci d'équilibre entre le danger de la valorisation insuffisante et celui de la valorisation excessive. On peut les classer en deux ensembles principaux et un groupe résiduel. D'un côté, les recommandations n° 2 (recenser mieux et faire mieux connaître le patrimoine protégé), n° 5 (informer mieux le public pour qu'il apprécie mieux le patrimoine), n° 7 (développer le mécénat et d'autres alliances avec le secteur privé), n° 10 (exploiter les marques culturelles), n° 11 (lier le patrimoine aux industries de la création) relèvent d'une analyse positive attendue de la valorisation. D'un autre côté, les recommandations n° 1 (chiffrer la disposition à payer pour accéder au patrimoine), n° 3 (faire participer financièrement le tourisme), et n° 4 (augmenter et diversifier les tarifs des musées) relèvent d'une analyse négative originale ; les auteurs cherchent maintenant à pallier ce qu'on désignait polémiqnement comme le vandalisme de surexploitation. Dans le groupe résiduel, les recommandations n° 8 et 11 visent des formes nouvelles ou mal comprises du patrimoine qui demandent à être soutenues plutôt que, s'il faut parler strictement, valorisées (la forme numérique, n° 8, et celle du

(1) Dans cette liste et la préoccupation qu'elle traduit, on sentira l'influence de l'académicien Marc Fumaroli (1991) : *L'État culturel : une religion moderne*, de Fallois, et les plus récents articles de presse (notamment « L'État, le patrimoine et le 'business des biens culturels' », *Le Monde*, 2 octobre 2010, consacré à l'exposition versaillaise de Murakami).

métier d'art, n° 11), et la n° 6, qui préconise de donner plus de responsabilité aux collectivités territoriales et aux institutions culturelles, sort entièrement de la série.

De ces multiples recommandations, plusieurs sont très judicieuses, et toutes sont défendables et en tout cas défendues, sauf la dernière nommée, dont l'intervention reste surprenante. Rien dans les parties analytiques du rapport ne laissait attendre que la décentralisation fût particulièrement favorable au patrimoine culturel. Les auteurs conseillent de « simplifier et rendre plus avantageux le transfert des monuments aux collectivités locales », mais ils signalent peu après – en s'appuyant sur une étude italienne – que ces mêmes collectivités ne sont pas les mieux placées pour éviter les démolitions intempestives. De même, on ne voit pas quels arguments fondent cette « procédure très encadrée et limitée de cession d'œuvres » qui surgit parmi les préconisations.

Mais la qualité du rapport ne se joue pas sur une simple recommandation mal justifiée. Elle réside, pour le dire encore, dans l'effort intelligent pour trouver un équilibre acceptable en matière de valorisation du patrimoine. On s'attachera pour terminer aux préconisations du second groupe, qui répondent aux inquiétudes exprimées plus haut et qui sont aussi les plus originales. Un bref détour théorique fera comprendre que les auteurs sont là sur un terrain particulièrement solide.

Le patrimoine culturel dans ses différents aspects – conservation, extension, étude savante, accès du public – repose financièrement sur les budgets publics alimentés par l'impôt, les redevances des utilisateurs et les activités marchandes dérivées ne jouant qu'un modeste rôle d'appoint. Une explication reçue veut qu'il doive en aller ainsi parce que les biens culturels seraient des biens publics, c'est-à-dire ne manifestant ni la rivalité des consommations individuelles, ni l'exclusion des consommateurs par les prix. Un bien public, lit-on dans les manuels, ne doit pas être confié à une entreprise privée parce que celle-ci ne pourra pas équilibrer son coût marginal de production, qui est positif, à sa recette marginale, qui est nulle ; en effet, le consommateur supplémentaire ne veut rien lui payer du tout en raison de la propriété de non-exclusion qui caractérise le bien. Suivant une autre analyse qui privilégie plutôt la non-rivalité, il est impossible de faire émerger un échange socialement optimal, parce que l'insuffisance de l'offre ne se répercute pas dans une demande non satisfaite qui ferait monter le prix jusqu'à sa valeur d'équilibre. En l'absence d'accords explicites de coopération, qui seraient coûteux et instables, les agents s'en remettent au financement par l'impôt, qui leur garantit une quantité suffisante du bien public, la conséquence étant l'accès de tous au bien gratuitement ou à un niveau de redevance minime.

Les auteurs font allusion à ces raisonnements traditionnels, mais il transparaît qu'ils ne les trouvent pas suffisants, et ils démontrent là tout leur bon jugement. Ils contestent en effet que les consommations culturelles soient toujours non-rivales en soulignant qu'elles peuvent s'accompagner de phéno-

mènes de congestion. Une visite au Louvre un dimanche après-midi s'apparente à l'utilisation d'un équipement routier saturé, ce qui la sort de l'analyse précédente par les biens publics⁽²⁾. Les auteurs ne rejettent pas aussi franchement la non-exclusion par les prix. Certes, ils s'opposent au principe de la gratuité des musées et préconisent même un doublement des tarifs pour les musées nationaux, mais on les peut lire ici de deux manières plus ou moins fortes. Ou bien l'augmentation de tarif vise simplement à taxer les visiteurs à hauteur de la congestion qu'ils provoquent, ou bien elle est calibrée aussi pour en dissuader certains et donc limiter matériellement la congestion. Dans le second cas, mais pas dans le premier, le prix joue son rôle d'exclusion, au moins jusqu'à un certain point, et l'on s'éloigne à nouveau du modèle des biens publics pour rejoindre celui des biens de club ; or dans ce nouveau cadre, certains théoriciens pensent que les avantages du marché reprennent le dessus⁽³⁾. Le rapport semblera plus ou moins radical selon la veine théorique à laquelle on le rattache.

Il est curieux de relier cette discussion théorique et les attitudes concevables en matière de valorisation. La non-rivalité dit que la présence d'un individu supplémentaire n'affecte pas l'usage que les autres font du bien culturel, et la non-exclusivité que le prix est par nature incapable de réguler les flux d'accès à ce bien. La valorisation à outrance pourrait s'appuyer sur ces deux affirmations si elles étaient correctes. Que croissent et se multiplient donc les publics, attirés par les campagnes publicitaires, les animations distrayantes, les tarifs préférentiels ! Les quantités de satisfaction viendraient s'ajouter sans retrancher jamais rien à ceux qui sont déjà satisfaits. On sentait bien que le slogan était absurde, mais il vaut mieux dire pourquoi, et la critique peut suivre ici les indications des économistes qui ont expliqué contre l'évidence initiale que les biens culturels ne sont pas toujours des biens publics.

(2) Vickrey W. (1969) : « Congestion Theory and Transport Investment », *American Economic Review*, vol. 59, n° 2, pp. 251-260, est au point de départ d'une vaste littérature sur la congestion routière. Sans être littéralement transposable, elle donne ici une indication heuristique.

(3) Voir Musgrave P.B. et R.A. Musgrave (1980) : *Public Finance in Theory and Practice*, McGraw Hill, Londres.

Commentaire

Philippe Trainar

Économiste en chef à la SCOR

1. Les frontières floues du patrimoine culturel

Le rapport présente une stimulante tentative de définition du patrimoine culturel comme secteur économique et comme bien économique.

Mérimée définissait le patrimoine comme « ce qu'il reste quand on a tout détruit ». La tension entre conservation et création est présente dès les premières politiques du patrimoine.

- les auteurs insistent sur le dépassement progressif de la notion originelle de patrimoine dans les préoccupations de la politique du patrimoine, dépassement qui a conduit parallèlement à un élargissement du patrimoine au patrimoine intangible ; la notion de patrimoine recouvre désormais de multiples composantes : les collections nationales et musées, les sites archéologiques et fouilles, les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire des monuments historiques et, de plus en plus, un patrimoine non classé promu dans le cadre de la Fondation du patrimoine ;

- dans leur tentative de définition du patrimoine comme bien économique, les auteurs insistent sur : la valeur esthétique du patrimoine, sa valeur marchande, sa valeur économique comme bien marchand auquel il faut ajouter des effets externes, le fait qu'il s'agit d'un bien non seulement préservé/conservé mais aussi consommé dans le cadre des visites ouvertes au public (avec les coûts d'usage par le public), d'un bien approprié publiquement ou privativement et d'un secteur d'activité économique à part entière avec ses écoles, ses agents, etc.

Ce qui manque dans cette tentative de cerner de façon aussi complète que possible la notion de patrimoine, c'est que :

- l'expansion constante du champ du patrimoine culturel en fait un concept « sans rivage » prédéfini : ont été progressivement intégrés à la notion

de patrimoine, les métiers spécialisés et les métiers d'art, puis à l'artisanat, des métiers historiques mineurs plus ou moins menacés économiquement ; le passé n'est plus resté l'apanage du patrimoine qui s'est étendu aux œuvres présentes avec une l'inclusion des avant-gardes puis trans-avant-gardes (graffiti, rap) ; le patrimoine, d'une activité gratuite, dédiée à la contemplation ou à la réflexion, s'est peu à peu versé dans l'activité économique la plus trépidante, en accompagnement des séminaires professionnels, etc. ;

- plus fondamentalement, elle a conduit à une banalisation du patrimoine, non seulement avec un cœur bien identifié et une frontière mouvante en expansion continue, mais aussi avec une immersion croissante dans la « quotidienneté » : d'un bien d'exception, correspondant au concept de monument historique, le patrimoine tend à se fondre dans les réalités vernaculaires, communes du quartier, de la ville, de l'environnement, évolutions que les auteurs pointent implicitement du doigt quand ils évoquent la nécessité de « valoriser la créativité » entendue au sens général du terme.

Finalement, par-delà les définitions du patrimoine proposées par les auteurs, il faut souligner l'incapacité dans laquelle nous sommes de définir un patrimoine culturel « en soi ». Le patrimoine vit sa propre vie, étant plus déterminé par des choix politiques en lien avec l'allocation de ressources publiques que par nos concepts historiquement limités.

2. Finalités politiques ou budgétaires plutôt qu'économiques ?

L'analyse faite par le rapport des raisons qui fondent l'intervention publique sous-estime probablement les dimensions politiques et de finances publiques.

Pour les auteurs, l'intervention des pouvoirs publics en faveur du patrimoine, repose sur trois fondements économiques principaux :

- le paternalisme et la redistribution : dans le prolongement de la logique du romantisme repris par la III^e République, il faut éduquer le citoyen à son histoire qui fait partie de son identité culturelle qu'il aurait tendance à négliger si les pouvoirs publics n'éclairaient pas sa consommation privée sur son besoin de prendre conscience de son histoire ; à cela s'ajoute un souhait de redistribution, les pouvoirs ayant traditionnellement tendance à penser que la gratuité favorise l'accès des plus pauvres à la culture et à leur histoire, ce qui ne semble pas empiriquement confirmé ; enfin, le souci d'inciter ou de contraindre les propriétaires privés à respecter, préserver et entretenir le patrimoine dont ils sont les dépositaires joue un rôle important dans la fiscalité du patrimoine ;

- les externalités procurées par le patrimoine culturel : le patrimoine est un bien public au sens économique classique du terme, qui engendre des externalités pour ceux qui le consomment, encore que la tension entre con-

servation, dans un but de protection du patrimoine, et consommation, avec ses inévitables destructions dans le cadre d'une consommation de masse du patrimoine, ne fassent que s'accroître, avec un arbitrage assez systématique en faveur de la première pour des raisons scientifiques et de préservation des intérêts des générations ultérieures (cf. fermeture au public des grottes de Lascaux, prêt contingenté des ouvrages de la bibliothèque nationale, etc.) ; la consommation et l'entretien du patrimoine induisent des retombées économiques extrêmement importantes pour un pays comme la France, qui bénéficie d'un patrimoine historique d'une richesse exceptionnelle, sachant que ces retombées peuvent être positives (cf. logique des pôles d'attraction chère à François Perroux : métiers d'art, services liés au tourisme comme la restauration, etc.) mais aussi négatives (les activités liées au patrimoine se développent, avec le soutien des pouvoirs publics, aux dépens d'autres activités dans d'autres secteurs ; elles font monter les prix des biens non échangeables ; elles sont sources de congestion urbaine, etc.) ;

- les rendements croissants qui sont caractéristiques de ce secteur : en raison de coûts fixes importants, la tarification au coût marginal de l'accès au patrimoine imposerait la gratuité de cet accès et donc la subvention à 100 % de l'entretien du patrimoine par les finances publiques alors même que les agents économiques sont disposés à payer des sommes importantes pour accéder au patrimoine et qu'il n'y a aucune raison de privilégier systématiquement cette activité aux dépens des autres ; ajouté au caractère « sans rivage » du patrimoine, ceci ferait peser un risque de sous-optimalité massive de l'allocation des ressources publiques, surtout si l'on prend en compte l'aggravation des phénomènes de congestion par surconsommation, mentionnés plus haut.

L'approche du patrimoine en termes de bien public et de consommation contrainte ou encouragée, pour intéressante qu'elle soit, ne doit pas faire oublier que le patrimoine est d'abord un bien politique, c'est-à-dire un bien qui ne prend son sens que par rapport à des objectifs politiques : nationaliste (patrimoine national), idéologique (en lien avec des actes considérés comme fondateurs), éducatif (création d'un homme nouveau) ou identitaire (favoriser l'adhésion de telle ou telle partie de la population). Et, c'est la richesse de l'État et des collectivités publiques qui détermine le champ précis du patrimoine culturel et de l'interventionnisme culturel. Une fois ce champ défini et le sens conféré, mais pas avant, les mécanismes économiques susmentionnés entrent en jeu. Ce n'est pas la logique économique du patrimoine culturel qui s'impose à l'État pour définir ce qui est patrimoine et ce qui ne l'est pas mais c'est l'État qui impose sa logique au patrimoine culturel, dont il dérive ensuite une logique économique. Nous retrouvons là la philosophie de l'État mécène depuis la Renaissance.

Plus qu'une logique économique, ce sont donc une logique politique et une logique budgétaire qui déterminent le champ du patrimoine culturel et de la politique du patrimoine. Les frontières de ce champ se modifient au

gré de la perception politique de ce qui fait notre identité culturelle, avec une volonté croissante d'intégrer la création immédiate et non élitiste dans le champ du patrimoine, afin de s'adresser à des citoyens dont nous avons le sentiment que leur conscience politique repose moins sur l'apport historique d'excellence que constitue le patrimoine traditionnel que sur leur capacité à repenser celui-ci à partir de contributions plus immédiates et tangibles, capacité assumée en tant que « créativité ».

3. Des propositions utiles, certaines plus contestables

Le rapport, plus qu'une réforme de la politique du patrimoine, propose un certain nombre d'aménagements précis qui s'inscrivent bien dans une perspective d'optimisation.

Sans entrer dans le détail des aménagements proposés, on ne peut que partager les recommandations suivantes qui s'inscrivent clairement dans le prolongement de l'analyse économique du patrimoine menée par les auteurs :

- mieux mesurer directement la disposition des citoyens français à payer pour le patrimoine culturel ;
- donner davantage d'informations statistiques et économiques sur le patrimoine et sur les dépenses culturelles ;
- fixer la taxe de séjour à 6 %, pour un rendement de 1 milliard d'euros sachant qu'elle permet aux pouvoirs publics de « recapturer » une partie du coût d'usage du patrimoine notamment par les étrangers ;
- généraliser l'adoption d'une tarification variable en fonction de l'heure et de la saison ;
- améliorer l'information du public ;
- assouplir les procédures de transfert aux collectivités locales, d'acquisition et de cession des œuvres d'art ;
- créer des fonds de dotation pour le patrimoine à l'instar des fondations universitaires, une mesure intéressante si elle est associée à une déductibilité fiscale car elle permet de développer le mécénat ;
- accélérer la numérisation du patrimoine immatériel afin de le mettre à la disposition du public gratuitement, dans le respect des droits de propriété, une mesure très intéressante si elle ne conduit pas à un monopole public et si elle est ouverte aux acteurs de marché ;
- créer une agence de valorisation des marques culturelles ;
- passer de la valorisation d'un patrimoine culturel authentique à la valorisation de la créativité : à ce point, le rapport s'ouvre toutefois sur les nouvelles frontières du patrimoine culturel, frontières qu'il ne s'est pas préparé à aborder dans les développements précédents et qui appelleraient une réflexion spécifique qui relève plus de la politique culturelle que de la seule politique du patrimoine.

À l'inverse, d'autres mesures soulèvent des problèmes économiques non négligeables et appellent des réflexions complémentaires :

- régler la circulation dans les centres villes pour préserver l'environnement historique : les auteurs du rapport ne prennent pas en compte le fait que cette mesure augmente la rente des riverains et dégrade le bien-être des ménages, souvent moins fortunés, qui habitent loin des centres ;

- créer un fichier national des monuments classiques qui bénéficient de déductions fiscales : il ne faut pas sous-estimer la nature bureaucratique de la mesure dont les retombées, en termes de meilleure connaissance des conditions de valorisation du patrimoine, seront en revanche limitées ;

- organiser la concertation des acteurs du tourisme et du patrimoine local, pour mettre en place des solutions financières efficaces pour la valorisation du patrimoine : il s'agit là aussi d'une mesure à portée essentiellement bureaucratique, dont les retombées sont incertaines ;

- doubler le tarif d'entrée des visiteurs qui résident hors de l'Union européenne : ce type de mesure discriminatoire, qui est largement pratiquée dans certains pays émergents, va directement à l'encontre d'une des fonctions du patrimoine national qui consiste à contribuer au rayonnement de la France ;

- sauver les métiers d'art du piège du malthusianisme en accroissant le recrutement des filières par trop malthusiennes : on retrouve ici une question laissée de côté par le rapport, parce que ce n'était pas son objet, qui est celle des rapports entre artisanat et marché, sachant que l'artisanat en général, et l'artisanat d'art tout particulièrement, repose historiquement sur la sélection par les pairs, c'est-à-dire sur la cooptation, et non sur la sélection par le marché ; il n'est pas clair que les pouvoirs publics aient une appréciation plus objective de la qualité effective des apprentis que celle qu'en ont les pairs et qu'ils ne se laissent pas tenter, comme dans d'autres domaines, par des préoccupations d'emploi à court terme et de garantie de diplôme.

Complément A

Artisans et métiers d'art : les enjeux du patrimoine culturel immatériel

Xavier Greffe

Université de Paris I

Faut-il revisiter *La fable des abeilles* ? Dans son premier ouvrage, *La ruche bougonne ou les vauriens devenus honnêtes*, Bernard de Mandeville décrit une ruche vivant dans le vice, la tromperie et l'orgueil, les frelons parasites faisant travailler les abeilles à leur profit. Optant pour la vertu et chassant les frelons, la ruche perd alors de son efficacité faute de la motivation forcée des abeilles ! Six ans après, et sous le coup des critiques de ses contemporains, Mandeville en proposa une version édulcorée, intitulée définitivement *La fable des abeilles*. Frelons et vices ont désormais disparu de la ruche, hormis l'orgueil qui conduit ses membres à chercher la louange du fait d'un travail de qualité. Smith retint en fait de la première version que la recherche d'intérêts égoïstes pouvait déboucher sur le bien-être collectif (cf. Greffe et Maurel, 2009). Dans une économie globale cette fable ne vaut pas seulement comme vision paradigmatique de la main invisible. Des besoins considérés comme marginaux, superflus voire condamnables, peuvent être à la base d'une activité intense, trouvant dans le marché global les niches nécessaires. Cela permet d'assurer la soutenabilité d'entreprises et de compétences rares, mais aussi d'envisager leurs contributions au fonctionnement d'autres secteurs tant il est vrai que dans une société de la connaissance, la créativité des différentes branches de l'économie est liée à leur fertilisation croisée.

Ce n'est pourtant pas l'image que l'opinion a le plus souvent du secteur des métiers d'art, terme vague allant d'artisans situés aux franges du travail manuel à des artistes qui acceptent de dessiner pour de nouvelles collec-

tions de porcelaine. Mise à part l'infime minorité d'entre eux – les maîtres d'art – encensée annuellement par le ministère de la Culture, ils sont perdus dans les assemblées départementales ou régionales des chambres de métiers où ils tentent de se faire entendre de directions de l'artisanat pour lesquels ils ne présentent certainement pas le poids électoral des restaurateurs, boulangers et autres limonadiers. Considérés au mieux de manière sympathique, ils semblent égarés dans un monde qui ne leur reconnaît ni la gloire des artistes ni la carrière de professionnels. La France qui se targue d'une politique culturelle au-dessus de tout soupçon ne sait pas trop quoi faire de ces hybrides et du patrimoine culturel immatériel qu'ils détiennent, alors que dans des pays à la croissance rapide et soutenue, ils sont reconnus, fêtés et donnés en exemple.

1. Une figure pertinente mais marginalisée : les artisans d'art

1.1. Une compétence pertinente pour l'économie globale

En 1991, *Robert Reich* suggéra que le bien-être des Américains ne dépendait plus seulement de la rentabilité de leurs sociétés, mais de la spécificité de leurs qualifications intellectuelles (cf. également Greffe et Pflieger, 2005, Greffe, 2003 et Scott, 2000). Ainsi les *manipulateurs de symboles*, tels les artisans d'art et les designers, étaient-ils censés devenir de nouveaux acteurs du développement aux côtés des dirigeants et des travailleurs traditionnels. Mais le potentiel économique était alors attribué à la culture comme source de consommation finale de livres, de disques, de films, mais pas comme source de consommation intermédiaire dans la production de biens non culturels. Or deux caractéristiques fondamentales de l'économie contemporaine – économie de la connaissance et économie globale – éclairent ce rôle de la culture, comme source de consommation intermédiaire dans la production de biens non culturels, la plaçant ainsi au centre des enjeux de développement contemporains.

L'économie de la connaissance donne aux facteurs immatériels un rôle déterminant dans la définition et la production des nouveaux biens, ce qui interpelle les compétences de type artistique à un double titre. En tant que source d'un patrimoine continuellement renouvelé, elles irriguent la créativité et mettent à la disposition de l'ensemble des secteurs économiques – de l'artisanat d'art à l'industrie automobile en passant par la mode et l'ameublement – un grand nombre de références en matière de signes, de formes, de couleurs, de symboles, etc. En instillant des démarches créatives, elles suggèrent des protocoles pour l'innovation utilisables par d'autres activités. L'économie globale renforce les chances de la diversité, en offrant des marchés plus étendus à des produits spécifiques. En outre, pour les pays qui peuvent difficilement s'appuyer sur une compétitivité par les coûts, seule une compétitivité par la qualité leur permettra de trouver de nouveaux mar-

chés, sachant que, dans la détermination de cette qualité, les caractéristiques esthétiques des biens jouent un rôle croissant. La conjonction de ces deux traits conduit à un système économique différent de ceux qui l'ont précédé. Comme l'écrit Scott (2000) : « Alors que les ateliers et les manufactures du XIX^e siècle produisaient des biens variés mais de manière limitée du fait des contraintes de production... et alors que la production de masse fordiste repoussait ces contraintes de production maximale aux dépens de la variété, nos systèmes de production modernes sont suffisamment flexibles pour produire à la fois de grandes variétés en grandes quantités... ».

L'opposition entre art et économie doit donc être aujourd'hui reconsidérée. Elle est traditionnellement fondée sur un clivage entre une utilité fonctionnelle et une valeur esthétique, ou encore entre le fond et la forme. La satisfaction des besoins étant l'objet premier de l'économie, la priorité est donc prêtée au fond sur la forme. Mais tout au long du dernier siècle des exemples de réussite industrielle ont montré que la forme devenait indissociable du fond, tel celui de l'automobile. Le célèbre modèle *T*, devenu le symbole du fordisme, ne pouvait faire l'objet d'aucune évolution susceptible de lui conférer des formes courbes et arrondies : les machines ne le permettaient pas, et la disposition physique des ateliers rendait même impossible le fait d'introduire dans le processus de production des machines plus flexibles. Par contre, *General Motors*, qui s'était associé les compétences en décoration de ceux qui dessinaient les voitures des stars hollywoodiennes, commença à introduire des couleurs variées dans ses modèles et des lignes courbes, à l'avant comme à l'arrière, ce qui offrait d'autres possibilités de rangement, par exemple pour la roue de secours. Pour y arriver, *General Motors* mit au point un acier spécial permettant cette flexibilité. Ceci joint à la suppression des écrous, la firme put développer des formes qui gagnaient à la fois sur le plan de l'aérodynamisme et de l'esthétique, au point que l'on parla plus tard de voitures sculptées. Comme l'affirma Barthes dans un autre contexte, celui de l'observation des visiteurs du Salon de l'automobile de Paris face aux modèles de Citroën : « ... l'automobile est aujourd'hui l'équivalent assez exact des grandes cathédrales gothiques... une grande création d'époque, conçue passionnément par des artistes inconnus, consommée dans son image, sinon dans son usage, par un peuple entier qui s'approprie en elle un objet parfaitement magique... » (cf. Barthes, 1957).

La satisfaction des besoins est donc compatible avec la différence des formes, *et ces dernières* peuvent devenir des éléments de conquête de nouveaux marchés. Cette modification des formes joue souvent sur l'émotion ou des valeurs symboliques qui suscitent un besoin de renouvellement considérable, lui-même source de gains économiques. Cette valeur symbolique peut devenir déterminante : elle produit de véritables logos, témoignant de l'appartenance à un groupe ou même à une nouvelle ethnie, et le bien prend alors un sens qui dépasse sa fonction. Les produits, quels qu'ils soient, associent donc ces fonctions dans des proportions diverses et avec des cas

extrêmes : celui du bien ayant perdu toute fonction utilitaire mais doté d'une dimension esthétique et/ou sémiotique (l'œuvre d'art) ; celui du bien dont la valeur esthétique ou formelle serait très faible vis-à-vis de son contenu fonctionnel (le générique). Ainsi les produits culturels sont des produits dont la valeur esthétique est recherchée pour elle-même sans que cela ne se fasse au détriment de leur fonction utilitaire, là aussi avec le cas extrême de l'œuvre d'art, celle qui n'aurait plus d'autre valeur qu'esthétique ou sémiotique. La production de ces produits culturels doit doubler aux arts : les savoirs artistiques leur servent de références, et les savoir-faire artistiques de leviers de fabrication.

1.2. Un héritage discutable : la dichotomie des compétences artistiques et artisanales

Larry Shiner (2001) a remarquablement montré que l'art comme instance dégagée de considérations religieuses ou politiques, est une invention « récente ». En effet, dans bien des sociétés, l'art ne s'est pas manifesté comme une activité spécifique trouvant en elle-même sa raison d'être, mais plutôt comme l'auxiliaire d'autres fonctions, bénéficiant alors de leurs bases économiques (cf. Greffe, 2007). Dans nombre de civilisations antiques et médiévales, l'art est une dimension de la religion et financé à partir d'une économie organisée autour des temples, des églises ou des monastères. Cette reconnaissance relative de l'art ne signifie pas qu'il n'existait pas auparavant des compétences artistiques mais qu'elles pouvaient alors s'appuyer sur les ressources de telles instances. En outre, et longtemps, les métiers ayant une dimension artistique se sont organisés, à l'instar des autres, dans le cadre de corporations. À l'égal des autres travailleurs manuels, les détenteurs de compétences artistiques sont regroupés dans des ateliers qui produisent et vendent eux-mêmes le produit de leurs activités. L'activité du peintre, de l'orfèvre, du sculpteur ou du graveur est une activité artisanale comme les autres, exigeant un apprentissage comparable. Avec la Renaissance on voit apparaître les premières classifications qui préfigurent les notions modernes de l'art : naissance de l'esthétique ; spécification d'une notion d'artiste à travers l'apparition de signatures, d'autoportraits ou de description de vies. Des qualités spécifiques sont alors attribuées à l'*artisan-artiste* : on souligne ses capacités de jugement, donc d'invention (un terme technique qui traduit la capacité à sélectionner ou à trancher), et même d'imagination (un terme différent de l'invention et qui souligne les capacités d'inspiration et de qualités naturelles).

La notion d'artiste commence alors à s'opposer à celle d'artisan. L'artiste est censé découvrir ce qui existe plutôt que copier ou recopier. Sa formation se différencie de celle de l'artisan, notamment parce qu'ils commencent à fréquenter des écoles, des académies de dessin ou même, mais c'est plus rare, des universités. Loin d'obéir au commanditaire, l'artiste cherche désormais dans des livres et des traités les références nécessaires à

la production de ses œuvres. Les modes de paiement changent et là où l'artiste artisan était payé à la surface ou à la journée, l'artiste voit son paiement dépendre de sa signature. Enfin, on voit apparaître l'utilité comme ligne de démarcation entre *beaux-arts* et *arts et métiers* : « C'est donc un nouveau critère de définition des beaux-arts qui se présente : non plus leur matérialité, ce qui contribuerait à les dévaloriser par rapport aux activités littéraires ; ni leur inventivité, susceptible de les valoriser par rapport aux activités scientifiques, mais leur 'agrément', qui les distingue des arts utiles ou nécessaires » (cf. Heinich, 1993). L'Encyclopédie imposera une distinction plus dramatique encore entre artisan et l'artiste, d'un côté un travail vil, cantonné aux seuls arts mécaniques ; de l'autre côté, une dimension intellectuelle et l'idée d'un libre choix. Les organisations professionnelles cristalliseront de telles oppositions : alors que les artisans resteront en corporation puis chercheront une place dans un système manufacturier et industriel qui les rejette à ses marges, les artistes s'inscriront dans le système académique pour se retrouver sur des marchés de l'art au fonctionnement tempéré par les mécénats.

Ce clivage n'est pourtant pas universel et d'autres pays ne l'ont pas connu à ce degré, créant alors un statut d'égale dignité entre artistes et artisans. Ainsi au Japon, la distinction entre créativité et habileté est-elle beaucoup moins forte et moins valorisée qu'ailleurs. Jusqu'à la fin de la période Edo d'ailleurs, le même caractère chinois était utilisé alternativement pour designer ce qu'en Europe on appelait art ou artisanat. La société japonaise n'a jamais vraiment associé l'art au superflu tout simplement parce qu'une classe vivait difficilement sur les autres en affichant son opulence, ce qui conduisait à mobiliser la créativité au profit de l'amélioration des produits du quotidien, et cette créativité était une constante de l'artisan japonais. En fait la distinction entre artistes et artisans fut importée avec l'époque Meiji : cherchant à participer aux expositions universelles, les Japonais eurent à résoudre un problème inattendu : où envoyer leurs artistes-artisans : dans les pavillons des beaux-arts ou dans les pavillons d'arts appliqués ? Il est intéressant de constater qu'ils optèrent alors en faveur de leur participation aux seuls pavillons d'arts appliqués considérant que la fonctionnalité et l'esthétique des objets étaient les deux revers de la même médaille. Ils y ajoutèrent un autre principe susceptible de dépasser l'opposition entre artiste et artisan reposant sur la notion de signature et donc à terme sur la reconnaissance d'une propriété intellectuelle : « c'est l'objet qui doit briller et non son créateur ». Enfin ils arbitrèrent différemment des Européens entre artistique et esthétique, considérant que la qualité première d'un produit (comme d'un emballage) pour satisfaire des besoins et conquérir des marchés réside dans l'esthétique plutôt que l'artistique (cf. Yanagi, 1992).

Même en Europe, certains dénoncèrent ce clivage. Les tenants du Bauhaus tels que Gropius et Kandinsky furent les plus célèbres d'entre eux et ouvrirent ici une réflexion plus dynamique que les tenants d'*Arts and Crafts*

qui, à la suite de Ruskin, entretenirent une vision nostalgique de l'ordre médiéval. En France un remarquable exemple de tentative de réconciliation entre métiers d'art et économie, dont l'échec même devrait être aujourd'hui médité, fut donné par l'école de Nancy, version française au mouvement européen de l'art nouveau. À la fin du XIX^e siècle, l'*École de Nancy* associa dans un même mouvement références artistiques, créations artisanales et perspectives des machines, dans un objectif global d'amélioration du cadre de vie quotidien. Face aux insatisfactions créées par une industrie qui abaissait régulièrement la qualité des produits, un certain nombre de chefs d'entreprises qui étaient en même temps artistes, tel Charles Gallé, Majorelle ou Daum entendirent réconcilier le potentiel créatif de leurs entreprises, la qualité des produits offerts et l'amélioration réelle des niveaux de vie. Ils tentèrent de réconcilier leur forme et leur fonction. Les productions se réalisèrent alors à de petites échelles (de cinq à six pièces), de nouveaux réseaux de distribution durent être créés, et chaque entreprise dut mettre au point un catalogue, à la manière des galeries d'art. Mais les réalisations furent difficiles autant du fait de la concurrence alors allemande que de dissensions internes au mouvement ; Pourtant, ce fut Gallé qui en donna l'explication. Ses produits étaient victimes de copiage, et, surtout, il reconnut dans ses mémoires que les consommateurs n'étaient pas disposés à payer un peu plus que pour des produits industriels substitués alors qu'ils bénéficiaient alors d'une qualité esthétique supérieure.

1.3. Les artisans d'art, ressource marginalisée ?

Les rapports abondent aujourd'hui pour souligner l'importance des métiers d'art, Le dernier en date, celui de la sénatrice Dumas remis au Premier ministre en 2009, est d'ailleurs à l'origine de chantiers en cours. D'autres rapports sont publiés par les régions et chaque année les questions parlementaires abondent, notamment lors du budget, pour rappeler une réalité à la fois prestigieuse et compromise.

La grande difficulté ne réside pas dans la teneur de tels rapports mais dans la manière dont on regarde la situation. Il existe deux positions extrêmes : celle qui consiste à souligner l'existence de 89 maîtres d'art, « mains de l'excellence », « aristocratie du travail bien fait » ; et de l'autre côté, celle qui tente de décrire les dizaines de milliers de personnes qui se rattachent à la typologie des métiers d'art telle que définie par la SEMA. Le rapport Dumas en dénombre 37 000. Dans une étude faite il y a près de huit ans, on en dénombrerait près de 110 000 ! La différence ne doit évidemment pas à leur disparition mais plus prosaïquement au fait que la liste des métiers et, dans chaque métier, le nombre de personnes réellement concernées ne sont guère évidents à arrêter. Le cas le plus symptomatique est sans doute celui des photographes qui, il y a encore quelque temps, pouvaient être comptabilisés à près de 30 000 par l'INSEE mais dont on sait qu'ils ne rentrent évidemment pas tous dans ce secteur.

En fait, cette manière de faire consiste à partir de la notion d'artiste puis à voir ce qui en dérive, des critères étant successivement mobilisés pour élargir le champ : non-reconnaissance du statut d'artiste (encore que celui-là relève du choix de la personne elle-même), admission de la pluralité d'exemplaires produits (dans une limite qui varie), limitation de la propriété intellectuelle à la notion de marque et non pas de copyrights (donc une protection de plus faible qualité). À l'inverse, on peut partir du monde artisanal entendu au sens plus traditionnel et relever l'existence de certaines institutions de formation à dimension artistiques et s'inscrivant pour l'essentiel dans le système des arts et métiers. Quelle que soit celle des deux perspectives adoptées, les artisans d'art apparaissent toujours dans une position marginale et fragile. Dans la première, ils sont définis de manière négative et réductionniste. Dans la seconde, ils sont définis comme le tout petit noyau d'un monde qui éprouve de plus en plus de difficulté à former et à transmettre. Enfin, ces manières de procéder ne tiennent pas compte de la mobilisation ou de l'investissement de compétences correspondantes dans de grandes entreprises, le pont à établir entre les enquêtes d'emploi et les fichiers SIRENE n'ayant jamais été clairement établi.

Ceci étant, on reconnaîtra que de tels secteurs sont aussi présents en milieu rural qu'urbain, qu'ils respectent plus que tout autre la parité femmes-hommes et enfin qu'ils présentent souvent des niveaux de qualification de niveau IV ou plus. Comment expliquer alors que ces caractéristiques n'expliquent pas la survie du secteur et que les pouvoirs publics multiplient aujourd'hui les efforts pour les aider au point que certains y voient un « effet tendance » ? Sans doute parce qu'il s'agit d'un secteur intrinsèquement fragile comme va le montrer l'analyse de la survie des entreprises d'artisanat d'art.

2. Entre risque de notoriété et risque organisationnel : turbulence et survie de l'artisanat d'art

Pour comprendre les risques caractérisant l'activité des artisans d'art, et les raisons de leur survie, on peut partir de la comparaison de leurs taux de survie avec ceux des autres entreprises, et de l'identification des facteurs expliquant ces différences. Normalement, cette survie va dépendre de la manière dont elles affronteront le défi de l'incertitude quant aux marchés, de leur éloignement des marchés, de la faiblesse du capital financier, ou encore du fait que leur taille leur rend difficilement soutenable l'exercice de compétences variées. On en a d'ailleurs déduit non sans preuve statistique que l'une des principales difficultés de ces activités était la priorité donnée à la production sur la commercialisation. Mais rien ne dit que les facteurs identifiés au départ soient les bons. D'autres facteurs peuvent apparaître pour expliquer leur capacité à se développer et survivre ou disparaître.

L'on va donc raisonner en termes d'entreprises, lesquelles peuvent être d'ailleurs unipersonnelles. Cela permet alors de disposer de bases statistiques robustes, notamment le *Système d'information sur les nouvelles entreprises* (SINE). Pour sérier la pertinence des conclusions, on commencera par identifier le secteur dit culturel par rapport au reste de l'économie puis, à l'intérieur du système culturel, à identifier cinq sous-secteurs dont celui dit de l'artisanat d'art. Aux quatre secteurs traditionnels : arts visuels, spectacle vivant, livres, audiovisuel, s'ajoute ici celui d'entreprises de biens et services présentant simultanément une dimension fonctionnelle et esthétique. Par contre le secteur patrimoine n'est pas retenu faute d'un nombre de données suffisantes dans la base SINE.

2.1. L'ensemble des entreprises culturelles

Qu'est ce qui fait qu'une entreprise peut survivre de période à période ? Pour répondre à cette question on utilise un modèle dit de hasard qui donne les probabilités correspondantes de survie en fonction des différentes variables explicatives possibles (tableau 1). *Un taux supérieur à un indique une augmentation du taux instantané de sortie et donc une diminution de la survie, et inversement un taux inférieur à 1 une diminution du taux instantané de sortie et donc une augmentation de la survie.* Les principaux résultats sont les suivants :

- les reprises d'entreprises ont une durée de vie, toutes choses égales par ailleurs plus longue que les créations *ex nihilo*. Ceci est en accord avec les résultats de Bates (1990) pour qui l'entrepreneur profitait alors d'une expérience organisationnelle et managériale déjà prouvée ;

- le genre, la nationalité et le niveau de qualification du créateur influencent significativement la survie de l'entreprise. Les entreprises créées par des femmes ont, toutes choses égales par ailleurs, une durée de vie plus courte que celles créées par des hommes et celles créées par des Européens non français une durée de vie plus courte que celles créées par des Français. Enfin, plus le diplôme du créateur est élevé, plus la durée de vie de l'entreprise augmente, toutes choses égales par ailleurs ;

- plus le montant de financement initial est élevé, plus les chances de survie sont importantes. L'idée selon laquelle une entreprise culturelle a besoin de moins de capital que les autres, compte tenu du fait que le capital y est surtout intangible, apparaît donc discutable ;

- la survie semble d'autant mieux assurée qu'elle est financée par des prêts bancaires et d'autant moins qu'elle dépend des subventions des administrations. Mais on peut s'interroger ici sur le caractère exogène des sources de financement dans le modèle de durée des entreprises, car elles sont probablement prédéterminées par d'autres variables déjà en cause dans le modèle, comme, par exemple, les caractéristiques personnelles des créateurs d'entreprises (Crépon et Daguet, 2003). Une correction sera présentée plus bas (2.3) ;

- plus la clientèle est proche, moins la survie est assurée, ce qui souligne l'intérêt d'accéder aux marchés nationaux et internationaux.

1. La survie des entreprises culturelles

Modèle de survie : Spécification Weibull avec hétérogénéité Gamma	Taux de sortie relatif
Reprise (réf. création <i>ex nihilo</i>)	0,67 ^(**)
Femme (réf. homme)	1,33 ^(***)
Européen non Français (réf. Français)	1,49 ^(**)
Autre nationalité (réf. Français)	0,86
Âge	0,96
Âge x âge	1,00
CEP, BEPC (réf. sans diplôme)	0,76 ^(*)
Baccalauréats (réf. sans diplôme)	0,58 ^(***)
1 ^{er} cycle universitaire (réf. sans diplôme)	0,84
Activité préalable : chômage < 1 an (réf. en activité)	1,20 ^(*)
1 création préalable (réf. aucune)	1,00
2 créations préalables ou plus (réf. aucune)	1,69 ^(***)
Moyens financiers initiaux (réf < 100 000 francs) :	
• de 10 000 à 24 999 francs	1,24 ^(*)
• de 25 000 à 49 999 francs	1,08
• de 50 000 à 99 999 francs	0,71 ^(***)
• de 100 000 à 249 999 francs	0,89
• de 250 000 à 499 999 francs	0,84
• plus de 5 000 000 francs	0,88
Obtention d'un prêt bancaire (réf. ressources personnelles)	0,62 ^(***)
Capitaux extérieurs (réf. ressources personnelles)	1,31
Obtention d'une subvention (réf. ressources personnelles)	1,19
Clientèle = entreprises privées (réf. administrations)	1,90 ^(***)
Clientèle = particuliers (réf. administrations)	1,77 ^(***)
3 à 10 clients (réf. 1 à 2)	0,65 ^(***)
Plus de 10 clients (réf. 1 à 2)	0,69 ^(***)
Clientèle régionale (réf. locale)	0,94
Clientèle nationale (réf. locale)	0,85
Clientèle internationale (réf. locale)	1,22
Statistiques de l'estimation	
• N (2 605 observations sur cinq ans)	10 532,00
• LI	- 2 572,80
• Aic	5 257,59
• Bic	5 664,28

Lecture : Variables de contrôle : risque estimé quant à la concurrence, la clientèle, les finances et les donneurs d'ordre pour les années à venir. Un taux relatif de sortie supérieur à 1 correspond à un plus grand risque de mortalité. C'est l'inverse s'il est inférieur à 1.

Notes : (*) Significatif au seuil de 10 % ; (**) Significatif au seuil de 5 % ; (***) Significatif au seuil de 1 %.

Source : INSEE, SINE 98-03.

2.2. L'interprétation du taux d'incidence des entreprises d'artisanat d'art : l'évolution relative des risques de notoriété (artisanal) et d'organisation (industriel)

47,65 % des entreprises culturelles meurent dans les cinq ans suivant leur création. Ce pourcentage est comparable à celui des entreprises en général puisque 47,47 % des entreprises créées meurent dans les cinq ans

(1998-2003). Les données plus récentes, publiées en 2007, confirment ce constat. Si on compare le *taux d'incidence spécifique* qui rapporte le nombre d'entreprises ayant stoppé leur activité dans les cinq ans au nombre total d'années d'exercice observées, les résultats sont encore comparables. 12,3 % des entreprises du secteur culturel meurent, en moyenne, chaque année contre 13 % des entreprises des autres secteurs. Or les taux d'incidence les plus faibles (10,7 %) sont constatés pour les entreprises de l'audiovisuel et des produits culturels : les entreprises d'artisanat d'art ne présentent donc pas de handicap spécifique à ce stade.

L'analyse de l'évolution des taux d'incidence par secteurs culturels au cours du temps (tableau 2) offre une autre information. Les entreprises des produits culturels connaissent une évolution des taux d'incidence beaucoup plus heurtée avec un faible taux d'incidence initial et un taux significativement plus élevé pour la troisième et la cinquième année. La principale contrainte réside donc pour elles dans leur capacité à s'adapter pour passer d'un produit donné à un autre produit.

2. Taux d'incidence des entreprises culturelles au cours du temps

	1 ^{re} année	2 ^e année	3 ^e année	4 ^e année	5 ^e année
Arts	22,06	13,48	17,70	16,59	4,71
Spectacle vivant	6,95	19,81	21,39	7,22	8,51
Édition	13,87	11,67	18,31	12,52	10,60
Audiovisuel	11,77	7,92	13,71	9,02	11,07
Artisanat d'art	9,21	9,75	17,92	5,47	11,09
Tout secteur culturel	13,63	11,62	17,13	10,55	9,36
Entreprises non culturelles	15,00	12,93	15,62	12,57	9,05

Lecture : les cases grisées indiquent que les taux d'incidence sont comparables pour le secteur concerné. Ainsi, pour le spectacle vivant, le taux d'incidence de la deuxième année est comparable à celui de la troisième année. Celui de la quatrième année comparable à celui de la cinquième année

Source : INSEE, SINE 98-03.

Comment expliquer cela ? L'entreprise d'artisanat d'art doit assumer simultanément deux types de risques :

- elle doit apporter une réponse adaptée à un nouveau problème qui lui est posé ou qu'elle se pose, et la nouveauté intrinsèque du produit expose son consommateur potentiel à une incertitude sur le type de satisfaction qu'il en retirera, d'où un risque de non-adaptation et de non-validation. Par définition, ce risque est très élevé au départ de l'existence de l'entreprise, puisqu'elle n'a pas encore prouvé sa capacité à résoudre de nouveaux problèmes, mais en cas de succès, il diminuera quitte à se relever en cas de mauvaise expérience. L'acquisition d'une certaine notoriété permet donc de réduire ce risque, risque que l'on peut qualifier d'artisanal ou de notoriété selon que l'on insiste plutôt sur son essence (« artisanal ») ou sa dynamique (« notoriété ») ;

- pour croître, l'entreprise devra produire de plusieurs œuvres successivement ou/et simultanément. Comme les talents à mobiliser pour assurer ces productions sont variés, l'entreprise doit être en situation de passer d'une fonction de production et de distribution à une autre, voire de les déformer et reformer en permanence. Elle s'expose ainsi au risque d'être incapable d'identifier et de coordonner les compétences et les chaînons requis dans des horizons de temps dictés par l'état des marchés. Un tel risque n'a aucune raison de s'affaiblir dans le temps, et il pourrait même logiquement augmenter avec l'activité et sa diversification. Par opposition au premier risque, ce second risque peut être qualifié d'industriel ou d'organisation selon que l'on insiste plutôt sur son essence (« industrielle ») ou sa dynamique (« organisation »).

On peut alors réinterpréter les données du tableau 2. Pour les entreprises culturelles classiques (arts visuels, spectacle vivant), le risque majeur de disparition intervient au départ et en priorité dans les trois premières années de leur vie, ce qui correspond à l'emprise du risque de notoriété. Une fois leur image assurée, elles bénéficient d'un taux de survie plus favorable. Pour les entreprises relevant des industries culturelles (livre, audiovisuel), la rupture des trois ans est moins nette mais les taux d'incidence restent par contre relativement élevés au cours des deux dernières années : le risque de notoriété semble donc moins jouer, puisque le taux de survie est « plus » soutenable dès le départ, mais le risque d'organisation est, lui, logiquement présent tout au cours de la période d'analyse. De toutes les dynamiques, celle des entreprises d'artisanat d'art est la plus heurtée et ne présente aucune des régularités décrites ci-dessus. Cela peut donc signifier que ces entreprises sont exposées simultanément aux deux risques, et que leur survie dépend de leur capacité à savoir à la fois maintenir leur notoriété et passer sans difficulté de productions à d'autres.

2.3. L'interprétation du taux d'incidence des entreprises d'artisanat d'art : Le paradoxe de l'intervention bancaire

Ces résultats peuvent être biaisés par le fait les banques ont probablement déjà intégré les facteurs possibles de survie dans leurs décisions, de telle sorte que leur intervention ne peut plus être considérée comme une variable exogène. Elle constitue en fait une variable endogène dans la mesure où les décisions qui y conduisent intègrent un certain nombre d'informations et les traitent. Pour corriger ce biais, on modifie le modèle de telle sorte que l'effet direct du mode de financement soit distingué de la décision de prêter (tableau 3). Jusqu'ici, l'effet du prêt sur les chances de survie mesurait à la fois l'effet direct du prêt et l'effet des caractéristiques inobservées du projet qui augmentent les chances d'obtenir un prêt, effet estimé positif. Les caractéristiques inobservées du projet désormais isolées, l'effet du prêt sur les chances de survie mesure l'effet direct du prêt et il est alors négatif (2,95****) alors qu'il était positif dans le premier modèle (0,62****).

3. Mode de financement et survie des entreprises culturelles

Modèle de survie : Spécification Weibull avec hétérogénéité Gamma (extraits)	Modes de financement	
	exogènes	instrumentés
Taux de hasard reportés (réf. ressources personnelles)		
• obtention d'un prêt bancaire	0,62 ^(***)	2,95 ^(***)
• capitaux extérieurs	1,31	1,85
• obtention d'une subvention	1,19	0,47
Statistiques de l'estimation		
• N	10 532,00	10 532,00
• LI	- 2 572,80	- 2 579,56
• Aic	5 257,59	5 271,12
• Bic	5 664,28	5 677,80

Lecture : Variables de contrôle : toutes les variables ainsi que le risque estimé quant à la concurrence, la clientèle, les finances et les donneurs d'ordre pour les années à venir.

Notes : (*) Significatif au seuil de 10 % ; (**) Significatif au seuil de 5 % ; (***) Significatif au seuil de 1 %.

Source : SINE 98-03 (INSEE).

On arrive ainsi au paradoxe suivant :

- d'un côté, les organismes bancaires semblent assez bien évaluer les chances de réussite d'un projet culturel et ils aideront donc au seul financement des meilleurs projets (ici ceux qui ont les chances de survie les plus longues) ;

- de l'autre côté, et à qualité comparable les projets ayant obtenu un prêt bancaire vivent moins longtemps que les autres ! Ceci peut s'expliquer par la présence d'un coût généralisé associé au remboursement du prêt qui limite la rentabilité de l'activité. À l'inverse – mais à qualité de projet comparable –, l'obtention d'une subvention publique a un effet quasi-identique voir préférable au recours à des fonds propres.

Si les banques sont capables de mieux identifier un bon projet que les distributeurs de subventions, l'obtention du prêt correspondant va compromettre leur survie.

2.4. L'explication du taux d'incidence des entreprises d'artisanat d'art : le rôle de la concentration géographique

Quel est l'effet de la concentration géographique des entreprises d'artisanat d'art ? Cela joue-t-il favorablement comme source d'effets de synergie ? Ou négativement comme résultat d'effets de compétition ? Les données de la base SINE étant représentatives de la création d'entreprises au niveau régional, il est possible de mesurer pour chaque entreprise nouvellement créée, le nombre de nouvelles entreprises créées dans la même région la même année. Un indicateur rapporte alors la part régionale des créations d'entreprises d'un secteur donné à la part régionale des créations tous sec-

teurs de l'économie confondus. Tout indicateur supérieur à un témoigne d'une forte concentration des nouveaux établissements de ce secteur dans la région. Pour chaque entreprise culturelle, on détermine alors :

- un indicateur de concurrence directe qui mesure pour sa région d'implantation la concentration en entreprises d'activités similaires (même secteur culturel) ;
- un indicateur de « concurrence indirecte » qui mesure pour sa région d'implantation la concentration en entreprises culturelles en général.

Ces deux indicateurs sont alors intégrés dans les variables explicatives du modèle initial.

L'ensemble des résultats est donné dans le tableau 4, et il offre des conclusions très importantes :

- la concentration du même type d'activité culturelle sur un territoire donné (concurrence directe) diminue les chances de survie des entreprises culturelles, le taux de disparition étant alors multiplié par 2,3 quel que soit le modèle ce qui est évidemment très fort ;
- la concentration d'autres activités culturelles (« concurrence indirecte ») améliore considérablement le taux de survie sur ce même territoire puisque cette fois-ci il est divisé par plus de trois, ce qui donne un effet net positif. On peut donc qualifier cet effet de « concurrence indirecte » d'effet de synergie.

Un tel résultat justifie l'efficacité ainsi prêtée aux districts culturels, l'effet de synergie l'emportant désormais sur l'effet de concurrence, mais il peut être spécifié selon les différents secteurs culturels :

- pour l'artisanat d'art, ce résultat général est vérifié mais légèrement émoussé, l'effet de synergie positif (0,29) l'emportant sur l'effet de concurrence négatif (2,31) ;
- pour les arts visuels, ce résultat général est vérifié mais renforcé puisque l'effet de synergie positif (0,29) l'emporte nettement sur l'effet de concurrence négatif (1,70) (on rappelle ici que les coefficients doivent être interprétés comme des multiplicateurs) ;
- pour le spectacle vivant, ce résultat général est contredit puisque l'effet de synergie positif (0,29) est nettement dominé ici par l'effet de concurrence négatif (4,61), ce qui débouche sur un effet net négatif du regroupement territorial ;
- pour l'édition de livres, ce résultat général est vérifié et renforcé puisque l'effet de synergie positif (0,29) l'emporte nettement sur l'effet de concurrence négatif (1,48) ;
- pour l'audiovisuel, ce résultat positif est « total » est encore plus fort puisque l'effet de synergie positif (0,29) s'ajoute ici à un effet de concurrence positif (0,91). Ce résultat tendrait à justifier la référence contemporaine à *Hollywood* ou *Bollywood* comme mise en œuvre d'une théorie du district culturel comparable à celle du district industriel de Marshall.

4. Effets géographiques de la concentration

Variables explicatives	Modèle
Concentration même activité	2,13 ^(***)
Concentration culturelle générale	0,29 ^(*)
Cas des arts visuels	1,70
Cas du spectacle vivant	4,61 ^(***)
Cas de l'édition de livres	1,48
Cas de l'audiovisuel	0,91
Cas de l'artisanat d'art	2,31 ^(*)

Notes : (*) Significatif au seuil de 10 % ; (**) Significatif au seuil de 5 % ; (***) Significatif au seuil de 1 %.

Source : INSEE, SINE 98-03.

3. Comment conserver le patrimoine culturel immatériel ?

L'analyse précédente nous semble renouveler le débat classique sur les mesures d'aide aux artisans d'art. Sans doute les vingt mesures préconisées par le rapport Dumas sont-elles pertinentes et gagneraient-elles à être mises en œuvre. Mais elles ne vont pas au fond de la logique économique sous-jacente à la soutenabilité ou non des métiers d'art, laquelle doit être étayée par rapport à la dynamique de ce secteur dans celle de l'économie contemporaine et non seulement par rapport à ses difficultés internes de reconnaissance ou de fonctionnement.

Ainsi l'analyse précédente permet-elle de proposer une triple inflexion des politiques publiques :

- *une politique de soutien aux structures des entreprises d'artisanat d'art.* L'on sait depuis longtemps que la taille de ces entreprises les empêche souvent d'assumer une division des tâches entre production et commercialisation susceptible de bénéficier de compétences réellement professionnelles, et certains centres de services peuvent d'ailleurs contribuer à l'allègement de cette contrainte. Mais la mise à jour de l'enchaînement des risques de notoriété et d'organisation permet de redéployer cet objectif dans le temps et de souligner la complexité des réponses à apporter. En effet, le lien entre « bonne » notoriété et « bonne » organisation change de sens selon le niveau d'activité et implique que les coûts de transaction correspondants soient réduits au mieux (coûts d'accès à des marchés éloignés, coût de formation de la main-d'œuvre, coûts d'accès aux services de la protection intellectuelle) ;

- *une politique de soutien aux structures des entreprises d'artisanat d'art.* L'analyse précédente a montré que les contributions des banques étaient positives car elles savaient juger de la qualité des projets et détecter ceux d'entre eux qui présentent les probabilités de survie les plus élevées.

Mais elle a aussi montré que l'obtention d'un prêt bancaire compromettrait sensiblement les probabilités de survie des entreprises « bénéficiaires », surtout en comparaison des subventions publiques. Rien ne dit par contre que l'attribution de subventions publiques se fasse sur la base des probabilités de survie les plus élevées, et elle semble au contraire obéir à des critères de type redistributif, ce qui n'est pas illogique. Il apparaît donc qu'un partenariat devrait s'établir ici entre le secteur privé et le secteur public, et deux perspectives sont ici ouvertes : donner au secteur privé un rôle important dans la capacité d'analyse des projets quitte à ce que les financements soient ensuite assurés par des collectivités publiques ; laisser la responsabilité principale du financement au secteur bancaire privé, mais mettre en place une politique assez systématique de bonification des taux d'intérêt ;

- *une politique de création de districts d'entreprises d'artisanat d'art.*

L'analyse précédente a montré que les taux de survie des entreprises augmentent si elles sont placées dans un milieu géographique intense en activités culturelles variées. Très souvent, ce thème s'est traduit par la réorganisation de friches ou la création d'écloseries, lieux où des créateurs de projets peuvent accéder aux services nécessaires à la transformation de leurs projets en entreprises. Plus récemment, l'organisation de certains pôles de compétitivité a laissé espérer que les entreprises culturelles pourraient en tirer parti, par exemple dans les domaines de la production d'images et de jeux vidéo. Ces expériences n'ont pas toujours réussi : les services n'étaient pas assez professionnalisés ; certains producteurs en tiraient des effets d'aubaine plus qu'ils ne contribuaient à la croissance de l'emploi local ; la gestion de la sortie de ces entreprises au profit d'autres entreprises exprimant des besoins devenait difficile. Aussi convient-il de redéployer de telles politiques dans la mesure du possible. L'argument qui ressort des résultats précédents est celui de la diversité nécessaire de ces organisations territoriales, et de la coopération, même informelle entre leurs acteurs. Créer des ensembles réservés aux seuls labels ou aux seuls ateliers d'art contemporain, ou encore à un type donné de métiers d'art, ne suffit pas et risque d'engager dans une fausse voie. Stimuler la conjonction d'activités variées, en jouant sur la disponibilité des sites ou la diversité des services apparaît autrement pertinent.

Une dimension n'est cependant pas incluse dans ces analyses : la conservation d'un patrimoine culturel immatériel. Elle n'est d'ailleurs généralement pas évoquée car elle crée en France un malaise général en suggérant que l'on puisse reconnaître la qualité d'artistes aux artisans, ce qui ne sied guère à une tradition nationale centralisée au bénéfice de lobbys bruyants !

Nous n'aborderons pas le problème sous un angle moins polémique : l'intérêt qu'il y a à reconnaître – voire conserver – des formes de savoir-faire à la base de ces métiers et susceptibles d'être redéployés dans d'autres secteurs de l'économie. Les travaux qui ont suivi la Convention de l'UNESCO de 2003 sur la protection du patrimoine immatériel puis celle de 2005 sur l'expression de la diversité culturelle sont à cet égard significatifs. Dans

bien des pays, une intense activité législative et réglementaire en a découlé, mais la France est restée très en retrait dans ce débat et les propositions d'inscription de savoir faire français sur la liste représentative du patrimoine mondial qu'elle a demandées sont très inférieures à celles des autres pays, à commencer par la Chine, l'Inde, la Corée ou le Japon qui ne semblent pas être parmi les wagons les plus retardés de la croissance mondiale. Ainsi la France qui se veut un pays par excellence des « métiers d'excellence » ne semble pas prendre conscience de ce mouvement. Cela pose en fait trois problèmes : Pourquoi protéger le patrimoine immatériel ? Que protéger dans le patrimoine immatériel ? Comment protéger le patrimoine immatériel ?

3.1. Pourquoi protéger le patrimoine culturel immatériel ?

On n'insistera guère ici sur les raisons de la protection de tels savoir-faire sinon pour souligner que l'enjeu économique porte ici à la fois sur les consommations finale et intermédiaire. En termes de consommation finale, il s'agit de maintenir des marchés souvent prestigieux et à très haute valeur ajoutée. En termes de consommation intermédiaire, il s'agit de mobiliser au profit de l'ensemble des secteurs de l'économie des compétences d'analyse, de recherche et d'innovation qui contribuent à la solution de problèmes ou à la création de nouveaux biens et services.

Que protéger dans le patrimoine immatériel ? En France le principal mécanisme de protection est surtout concentré dans le système de qualification de maître d'art. En conférant à une personne exerçant un métier d'art une image exceptionnelle et en l'aidant à former un ou des successeurs à travers une dotation financière, on espère assurer la conservation du patrimoine culturel d'une période à l'autre. Ce système, qui fait de la labellisation d'une personne la garantie de la conservation d'un patrimoine culturel immatériel, est ambigu :

- il ne garantit en rien une transmission d'activité sinon la mise en évidence d'un savoir-faire. Non seulement rien ne garantit que la personne formée saura à son tour mettre en œuvre ce patrimoine, mais plus grave, rien ne garantit que l'on trouvera des volontaires pour cela ;
- il crée une rente et fausse la concurrence en décourageant l'activité de ceux qui n'ont pas été retenus.

L'extension du nombre de maîtres d'art, telle qu'envisagée par le rapport Dumas, ne servira donc pas grand-chose, sinon à étendre les rentes sans garantir la conservation.

Pour dépasser ces impasses, il peut être intéressant de rappeler les principes sous-jacents à la protection du patrimoine immatériel dans d'autres pays, tels les pays asiatiques. Ici, la conservation est centrée sur le savoir faire en ce sens que l'on identifie un savoir-faire et qu'on le protège en

définissant ses principales caractéristiques, ce qui conduit à le définir comme un écosystème, et en veillant à ce qu'elles puissent être maintenues dans le temps ce qui signifie donc que des dimensions locales autant que nationales, financières autant que réglementaires, techniques autant que d'apprentissage ou de comportement seront donc concernées. Dans un second temps seulement, on reconnaît que certaines personnes illustrent bien ces savoir-faire et ils sont alors désignés non pas comme détenant un patrimoine mais comme porteurs d'un patrimoine (ce que l'on appelle notamment des trésors nationaux vivants, ou des trésors humains vivants selon les pays considérés).

Un tel système n'est pas facile à mettre en place et il n'évite pas certains des défauts signalés plus haut. Pour le mettre en place il faut arrêter un certain état des savoir-faire sans les figer, ce qui implique des révisions, notamment sous le coup d'évolutions technologiques ou sociales. Sa mise en place peut aussi conduire quoique moins directement à créer des labels et des rentes de situation, ce qui a d'ailleurs conduit certains pays à multiplier labels et listes. Ainsi au Japon le METI, mécontent de l'attitude malthusienne de l'Agence pour la culture (Bunka Cho), a-t-il fait sa propre liste des métiers d'art reconnus et des personnes les illustrant.

Mais ce système est pertinent. Il conduit à considérer un savoir-faire comme le croisement de savoirs, de pratiques, de matériaux d'organisation sociale qui ouvre alors le débat sur l'économie et la société et ne l'enferme pas dans le champ d'un ministère qui n'est pas nécessairement le mieux armé pour le traiter. Il conduit à s'interroger sur la signification de tels savoir-faire par rapport à l'avenir de l'économie et de la société en partant des évolutions en cours et non pas de la momification du passé. Enfin, le système ne repose plus sur le comportement de quelques « élus » mais sur l'attention de nombreux acteurs sociaux.

3.2. Comment protéger le patrimoine culturel immatériel ?

Les changements de perspectives sont là encore radicaux lorsque l'on doit passer du patrimoine culturel matériel au patrimoine culturel immatériel. Concernant le premier, les mécanismes de la protection portent en général sur des dépenses assurant la conservation et la maintenance d'éléments tangibles. Concernant le second, le débat change par définition de nature et consiste surtout dans la capacité de transmettre les savoir-faire existants au bénéfice des générations à venir. Cela implique des actions de formation comme de transmission des structures entrepreneuriales au sein desquelles les savoir-faire sont mobilisés. Ainsi le vieux système du compagnonnage consistait-il à assurer de manière intégrée transmission des connaissances et des structures. L'apprentissage est souvent présenté sous cette forme, mais il n'atteint guère les résultats envisagés pour de nombreuses raisons : tarissement des offres et des demandes d'apprentissage, mobilité croissante de l'emploi, prise de conscience trop tardive des nécessités

de telle transmission. Quant aux autres systèmes de formation, il n'est pas sorcier de comprendre qu'ils fonctionnent de moins en moins bien, les écoles professionnelles d'arts appliqués faisant l'objet d'une demande toujours moindre face à l'allongement des études et la domination d'une orientation vers l'université et les classes préparatoires. En outre, la situation traditionnelle des maîtres d'art doit faire l'objet d'une double adaptation : technologique et commerciale, les marchés de niche étant souvent éloignés, et l'incorporation des nouvelles technologies indispensable.

Ces éléments constituent autant de chantiers, et les catalogues de mesures évoquées devraient offrir des solutions. Mais ces mesures n'auront pratiquement pas d'efficacité tant que subsistera de manière lancinante l'idée selon laquelle les compétences des métiers d'art sont des compétences à préserver par fidélité à une vision nostalgique et marginalisée alors que ce sont des compétences à transmettre parce qu'elles irriguent la créativité et le développement contemporain.

Conclusion : reconsidérer le lien culture-économie

L'examen de la situation des métiers d'art comme du patrimoine immatériel permet d'élargir sensiblement la vision que l'on devrait avoir du lien culture-économie. La France s'est le plus souvent limitée à une vision étroite et quelque peu nombriliste d'un tel rapport, en voyant la culture comme une consommation finale et en justifiant les financements publics comme contribuant à l'enrichissement et à la démocratisation d'une telle ressource. Or cet examen montre que dans d'autres pays la culture est aussi considérée comme une ressource faisant l'objet de consommation intermédiaire, et contribuant alors à l'attractivité des territoires, l'amélioration des cadres de vie, la formation de compétences et d'aptitudes à la créativité, la qualité et la compétitivité des produits l'insertion sociale, etc. Il nous semble bien que cette vision des choses soit autrement prometteuse que celle qui consiste à s'extasier sur le patrimoine passé ou à développer quelques miettes de réjouissances publiques gratuites, dont tout montre qu'elles profitent d'abord aux plus privilégiés d'entre nous (*cf.* Greffe, 2010).

Références bibliographiques

Barthes R. (1957) : *Mythologies*, Le Seuil, p. 169.

Bates T. (1990) : « Entrepreneur Human Capital Inputs and Small Business Longevity », *The Review of Economics and Statistics*, vol. 72, n° 4, pp. 551-559.

- Berleant A. (1997) : *Living in the Landscape: Towards an Aesthetics of Environment*, The University Press of Kansas.
- Bianchini P. et M. Parkinson (1993) : *Cultural Policy and Urban Generation: The West European Experience*, Manchester University Press.
- Cowling M., P. Mitchell et M. Taylor (1997) : « Job Creation and the Self-Employed: A Story of Life, Wealth and Vocational Qualifications », *SME Centre Working Paper*, n° 47.
- Crépon B. et E. Duguet (2003) : « Bank Loans, Start-up Subsidies and the Survival of the New Firms: An Econometric Analysis at the Entrepreneur Level », *Cahier de la MSE*, n° 77, Université de Paris I.
- Cressy R (1996) : « Are Business Start ups Debt-Rationed? », *The Economic Journal*, n° 106, pp. 1253-1270.
- Elisseeff D. et V. Elisseeff (1974) : *La civilisation japonaise*, Arthaud.
- Florida R. (2002) : *The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life*, Basic Books, New York.
- Greffe X. et M. Maurel (2009) : *Économie globale*, Dalloz, 3^e partie, pp. 220 et s.
- Greffe X. et S. Pflieger (2005) : *La culture et le développement local*, OCDE Paris, pp. 67 et s.
- Greffe X et S. Pflieger (2009) : *La politique culturelle en France*, La Documentation française.
- Greffe X et N. Sato (2008) : « Artists and Artisans in a Global Economy », *Japanese Journal of Cultural Economics*, n° 1, pp. 3-17.
- Greffe X. et V. Simmonet (2008) : « La survie des nouvelles entreprises culturelles : le rôle du regroupement géographique », *Recherches Économiques de Louvain*, vol. 74, n° 3, pp. 327-57.
- Greffe X. et V. Simmonet (2010) : « Les entreprises culturelles sont-elles soutenables ? », *Revue d'Économie Politique*, vol. 120, n° 1, pp. 57-86.
- Greffe X. et N. Sonnac (eds.) (2008) : *CultureWeb: Création et économie numérique*, Dalloz.
- Greffe X. (2003) : *Arts et artistes au miroir de l'économie*, UNESCO-Economica.
- Greffe X. (2005) : *La valorisation du patrimoine culturel*, La Documentation française.
- Greffe X. (2007) : *French Cultural Policy*, Bookdom Books, Tokyo.
- Greffe X. (2007) : *Artistes et marchés*, La Documentation française, Chapitre 2.
- Greffe X. (2009) : *L'analyse de l'impact du Louvre sur l'économie française*, Établissement public du Grand Louvre.

- Greffe X. (2010) : « The Economy of Cultural Landscapes », *Fondazione Silva Santagata*, Turin Working Paper.
- Greffe X. (2010) : « L'économie de la culture est-elle particulière », *Revue d'Économie Politique*, vol. 120, n° 1, pp. 1-35.
- Heinich N. (1993) : *Du peintre à l'artiste. Artisans et académiciens à l'âge classique*, Éditions de minuit.
- Mandeville B. (1974) : *De La fable des abeilles ou les vices privés font le bien public*, Vatin.
- Molotch M.C. (2003) : *Where the Stuff Comes From?*, Routledge.
- OCDE (2004) : *Culture and Local Development*, Paris.
- Ost Ch. (2008) : *The Economics of Cultural City*, The Getty Foundation.
- Reich R. (1991) : *The Work of Nations: Preparing Ourselves for 21st Century Capitalism*, A. Knopf, New York.
- Rykpema D. (2003) : *The Economics of Historic Preservation. A Community Leader's Guide*, National Trust of Historic Preservation, Washington.
- Santagata W. (2002) : « Cultural Districts, Property Rights and Sustainable Economic Growth », *International Journal of Urban and Regional Research*, n° 5, pp. 25-42.
- Santagata W. (2007) : *Creativita culturale*, Franco Angeli, Milan.
- Santagata W. et G. Signorello (2000) : « Contingent Valuation and Cultural Policy Design: The Case of 'Napoli Musei Aperti' », *Journal of Cultural Economics*, vol. 24, n° 2, pp. 78-97.
- Scott A.J. (2000) : *The Cultural Economies of Cities: Essays on the Geography of Image-Producing Industries*, Sage Publications, Londres.
- Scott A.J. (2005), *Hollywood: The Places, The Industry*, Princeton University Press.
- Shiner L. (2001) : *The Invention of the Art*, The University of Chicago Press.
- Steinert H. (2003) : *Culture Industry*, Blackwell, Oxford.
- Taylor M. (1999) : « Survival of the Fittest? An Analysis of Self-Employment Duration in Britain », *The Economic Journal*, n° 109, pp. 140-155.
- Throsby D. (2001) : *Economics and Culture*, Cambridge University Press.
- Whyte W. (1968) : *The Last Landscape*, University of Pennsylvania.
- WIPO-WTO, (2007) : *Managing Creative Enterprises*, Genève.
- Yanagi S. (1992) : *Artisan et inconnu. La beauté dans l'esthétique japonaise*, L'asiathèque. Traduit de *The Unknown Craftsman. A Japanese Insight into Beauty*, Tokyo-Kodansha International, (1972), p. 43.
- Zukin Sh. (1985) : *The Culture of Cities*, Blackwell Publisher Cambridge.

Complément B

Les dépenses fiscales du programme *Patrimoines*

Thérèse Laval

*Sous-direction des affaires juridiques,
ministère de la Culture et de la Communication*

Dans le cadre de la LOLF, le programme 175 *Patrimoines* est une des trois composantes de la mission Culture. Les quatorze dépenses fiscales rattachées à ce programme sont évaluées en 2010 à 187 millions d'euros par le ministère du Budget, des comptes publics et de la réforme de l'Etat.

1. Monuments historiques

Mesure 1

Déduction des charges foncières afférentes aux monuments historiques dont la gestion ne procure pas de revenus (impôt sur le revenu).

Références : CGI, art. 156-II-1 ter ;

Annexe III au CGI, °, art 41 E à 41 J ;

Annexe IV au CGI, art. 17 ter à 17 quinquies A.

Afin d'assurer la conservation du patrimoine et tenir compte de la contrainte liée au caractère historique, les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques, agréés ou labellisés *Fondation du patrimoine* bénéficient d'un régime de faveur : les charges foncières sont déductibles du revenu global, totalement ou partiellement, selon que l'immeuble est ouvert ou non au public (coût 50 millions d'euros).

Mesure 2

Imputation sur le revenu global et sans limitation de montant, des déficits fonciers supportés par les propriétaires de monuments historiques classés, inscrits ou assimilés qui génèrent des revenus de location ou des droits d'entrée (impôt sur le revenu).

Références : CGI, art. 156-I-3^o 1^{er} alinéa et art. 156 bis

Par identité de motifs, le déficit foncier provenant d'immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques est imputable, sans limitation de montant, sur le revenu global du propriétaire du monument historique (coût : 40 millions d'euros).

Les déductions fiscales afférentes aux monuments historiques sont la juste contrepartie des obligations relatives à la conservation et à la mise en valeur des édifices, pesant sur les propriétaires privés qui possèdent plus de 40 % du parc monumental protégé et génèrent 92 millions d'euros de recettes fiscales diverses alors que la dépense fiscale, ainsi qu'il a été exposé ci-avant, correspond à 30 millions d'euros. Cette aide est déjà modulée dans le système actuel en fonction de l'ouverture au public ou non, mais il convient de veiller à ce que ce dernier critère ne devienne pas le seul critère d'éligibilité dans ce cadre ce qui aboutirait à transformer radicalement la nature de l'aide. En effet, l'aide de l'État est indispensable pour maintenir en bon état de conservation ce patrimoine unique et éviter qu'il ne soit massivement mis en vente. L'exemple récent du château de Sassenage montre à quel point le maintien en main privée du patrimoine est important pour limiter l'implication de la puissance publique.

Le régime fiscal des monuments historiques ne constitue pas un produit d'optimisation fiscale source d'abus. Ainsi que l'a mis en évidence le rapport du Gouvernement au Parlement d'avril 2008 (rapport évaluant l'utilisation et l'impact économique et social des dispositions permettant à des contribuables de réduire leur impôt sur le revenu sans limitation de montant), il est en effet la contrepartie de charges supplémentaires réellement supportées par les propriétaires dans l'intérêt de la conservation du patrimoine national.

Le ministère de la Culture et de la Communication estime que la spécificité du régime fiscal des monuments historiques doit être préservée. En effet, sur la trentaine de milliers d'euros concernée, un plafonnement des déductions fiscales ne générerait que peu de recettes fiscales supplémentaires mais provoquerait, en revanche, un coup d'arrêt fatal aux opérations de restauration des monuments privés, qui sont essentielles au développement économique et à l'attractivité touristique de régions entières et qui permettent de soutenir l'activité d'entreprises très qualifiées réparties sur l'ensemble du territoire national.

La Loi de finances 2009 subordonne désormais l'application du régime de faveur pour les propriétaires de monuments historiques à trois nouvelles conditions : à un engagement de conservation de l'immeuble pendant quinze ans à compter de son acquisition, à l'absence de mise en division à compter du 1^{er} janvier 2009 sauf en cas d'agrément par le ministre du Budget après avis du ministre de la Culture, et enfin à l'absence de détention de l'immeuble via une société civile non soumise à l'impôt sur les sociétés. Toutefois, des exceptions sont prévues notamment lorsque les associés sont membres d'une même famille (SCI familiale) ou lorsque l'intérêt patrimonial du monument et l'importance des charges relatives à son entretien justifient le recours à un tel mode de détention sous réserve d'un agrément du ministre du Budget.

Mesure 3

Déduction des dépenses spécifiques exposées dans les secteurs sauvegardés et les zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager, et imputation sur le revenu global sans limitation de montant du déficit foncier résultant de l'ensemble des charges, à l'exclusion des intérêts d'emprunts : ancien dispositif Malraux (impôt sur le revenu).

Références : CGI, art. 31-I-1° b ter, art. 156-I-3° 3^e alinéa et suivants.

La loi Malraux s'inscrit dans une politique publique d'aménagement et de revitalisation des centres urbains. Elle a permis de procéder à de nombreuses réhabilitations d'immeubles dans des secteurs sauvegardés (coût : 40 millions d'euros).

Le dispositif Malraux applicable aux secteurs sauvegardés, élargi aux zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager (ZPPAUP), répond à des objectifs de politique publique dépassant les intérêts privés. Il est la contrepartie de contraintes exorbitantes du droit commun imposées aux propriétaires des immeubles situés dans ces zones. Encourageant la réalisation, pour le marché locatif, d'opérations complexes de restauration d'immeubles qui ne pourraient voir le jour par le simple jeu des dispositifs de droit commun d'aide à l'habitat, il participe également à la lutte contre l'habitat indigne, contribue à la mixité sociale et permet un traitement complet des tissus urbains.

Ayant sauvé des quartiers aussi emblématiques que le Marais à Paris, le vieux Lyon ou encore le centre historique de Bordeaux, dont la qualité de préservation a justifié leur inscription au patrimoine mondial de l'UNESCO, le « régime Malraux » a été réformé par la Loi de finances initiale pour 2009, n° 2008-1425 du 27 décembre 2008 (article 199 ter viciés du CGI).

Le nouveau dispositif s'applique aux dépenses portant sur des immeubles pour lesquels une demande de permis de construire ou une déclaration de

travaux a été déposée à compter du 1^{er} janvier 2009. Avant cette date, le régime applicable n'est pas modifié et continue à produire ses effets dans les conditions prévues aux articles 31 et 156 du CGI jusqu'à la fin des opérations de restauration portant sur l'immeuble concerné.

Mesure 4

Réduction d'impôt sur le revenu au titre des dépenses de restauration d'immeubles bâtis situés dans les secteurs sauvegardés ou les zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager : nouveau dispositif Malraux.

Références : CGI, art. 199 ter viciés.

La Loi de finances pour 2009 (art. 84) a procédé à une profonde réforme du régime dit Malraux, d'une part, en transformant le régime de déduction des charges en réduction d'impôt sur le revenu et, d'autre part, en aménageant de façon substantielle les conditions d'application du régime, notamment par la mise en place d'un mécanisme de plafonnement de l'avantage.

Cette réduction d'impôt est égale à 40 % du montant des dépenses de travaux de restauration complète d'un immeuble bâti lorsque celui-ci est situé dans un secteur sauvegardé ou dans un quartier ancien dégradé, et à 30 % du montant de ces mêmes dépenses lorsque l'immeuble est situé dans une ZPPAUP dans la limite annuelle de 100 000 euros de dépenses.

Par ailleurs, les propriétaires sollicitant le bénéfice du dispositif doivent s'engager à louer le local ayant fait l'objet de travaux pendant une période minimale de neuf ans.

Le nouveau dispositif s'applique aux dépenses portant sur des immeubles pour lesquels une demande de permis de construire ou une déclaration de travaux a été déposée à compter du 1^{er} janvier 2009 (avant cette date, le régime antérieur de déduction d'impôts reste applicable dans les conditions prévues aux articles 31 et 156 du CGI).

Si le coût de la dépense fiscale dans l'ancien dispositif avait été stable (40 millions d'euros), dans l'attente de l'exploitation des déclarations des revenus 2009, les premiers éléments disponibles, obtenus notamment par enquête effectuée dans le courant du premier semestre 2010 auprès des collectivités concernées par l'Association nationale des villes et des pays d'art et d'histoire et des villes à secteur sauvegardé et protégé, tendent à révéler une baisse assez sensible de l'investissement Malraux, semble-t-il due aux nouvelles dispositions plus contraignantes que constituent le plafonnement des dépenses et le taux de prise en compte des dépenses éligibles pour l'établissement de la réduction d'impôt.

Dans le PLF 2010, le coût du nouveau dispositif Malraux a été évalué à 10 millions d'euros par le ministère du Budget.

Mesure 5

Exonération des droits de mutation pour les monuments historiques classés ou inscrits et des parts de sociétés civiles immobilières familiales détenant des biens de cette nature (droits d'enregistrement et de timbre).

Références : CGI, art. 795 A ;

Annexe III au CGI, art. 281 bis ;

Décret n° 2003-1238 du 17 décembre 2003.

L'exonération des droits de succession ou de mutation a pour objet d'éviter la dispersion du patrimoine. Elle vise à permettre à une famille de garder un monument historique ainsi que tous les meubles qui en constituent le complément historique. L'avantage fiscal est subordonné au respect d'une convention signée pour une période indéterminée entre les bénéficiaires et l'État fixant les modalités d'accès au public et les conditions d'entretien des biens concernés.

En 2010, le nombre de conventions en vigueur s'élève à 89. Il est précisé que 24 projets de conventions se trouvent actuellement en instruction auprès du ministère des Finances, l'instruction au titre des affaires culturelles étant terminée et 53 projets de conventions sont en instruction dans les directions régionales des affaires culturelles.

2. Objets mobiliers classés monuments historiques

Mesure 6

Réduction d'impôt au titre des travaux de conservation ou de restauration d'objets mobiliers classés monuments historiques.

Référence : CGI, art. 199 duovicies.

Le I de l'article 23 de la Loi de finances rectificative pour 2007 a institué à compter de l'imposition des revenus de l'année 2008, une réduction d'impôt sur le revenu au titre des dépenses de conservation ou de restauration supportées par les propriétaires privés d'objets mobiliers classés au titre des monuments historiques.

Cette réduction d'impôt est égale à 25 % des sommes effectivement versées et restant à la charge du propriétaire, retenues dans la limite annuelle de 20 000 euros par contribuable. Elle s'applique à la double condition que les travaux soient autorisés et exécutés conformément aux prescriptions de

l'article L.622-7 du Code du patrimoine et que l'objet soit exposé au public pendant au moins cinq ans dès l'achèvement des travaux. Le coût de la mesure est évalué à 1 million d'euros.

2.1. Trésors nationaux

Mesure 7

Réduction d'impôt sur les sociétés pour les entreprises ayant effectué des versements en faveur de l'achat de trésors nationaux et autres biens culturels spécifiques (impôt sur les sociétés).

Références : CGI, art. 238 bis 0A ;

Annexe II au CGI, art. 171 BA à 171 BD.

Les entreprises imposées à l'impôt sur les sociétés d'après leur bénéfice réel peuvent bénéficier d'une réduction d'impôt égale à 90 % des versements effectués en faveur de l'achat de biens culturels présentant le caractère de trésors nationaux ayant fait l'objet d'un refus de délivrance d'un certificat d'exportation par l'autorité administrative, dans les conditions prévues à l'article L. 111-4 du Code du patrimoine et pour lesquels l'État a fait au propriétaire du bien une offre d'achat dans les conditions prévues par l'article L. 121-1 du même code. Cette réduction d'impôt est également applicable, après avis motivé de la Commission consultative des trésors nationaux prévue à l'article L. 111-4 précité, aux versements effectués en faveur de l'achat des biens culturels situés en France ou à l'étranger dont l'acquisition présenterait un intérêt majeur pour le patrimoine national au point de vue de l'histoire, de l'art ou de l'archéologie (loi n° 2003-709 du 1^{er} août 2003, relative au mécénat, aux associations et aux fondations).

Les versements ne sont pas déductibles pour la détermination du bénéfice imposable et doivent faire l'objet d'une acceptation par les ministres chargés de la Culture et du Budget. La réduction d'impôt s'applique sur l'impôt sur les sociétés dû au titre de l'exercice au cours duquel les versements sont acceptés. Toutefois, la réduction d'impôt ne peut être supérieure à 50 % du montant de l'impôt dû par l'entreprise au titre de cet exercice conformément au I de l'article 219. Pour les sociétés membres d'un groupe au sens de l'article 223 A, la limite de 50 % s'applique pour l'ensemble du groupe par référence à l'impôt dû par la société mère du groupe. Un décret en Conseil d'État fixe les modalités d'application du présent article.

Depuis son entrée en vigueur, cette mesure a permis l'entrée dans les collections publiques de plusieurs dizaines d'œuvres majeures que les crédits d'acquisitions traditionnels n'auraient pas permis d'acquérir.

À titre d'exemple, pour l'année 2009, ces dispositions ont permis l'acquisition de deux trésors nationaux pour les collections publiques, d'un

montant total de 20,4 millions d'euros (dont 9,12 millions d'euros de mécénat d'entreprise versés au titre de l'art. 238 bis 0 A du CGI) :

- un tableau de Jean Auguste Dominique Ingres (1780-1867) *Portrait du comte Mathieu-Louis Molé (1781-1855)*, huile sur toile, H. 147 cm, L. 114 cm, 1834 (acquisition par l'État pour le musée du Louvre) ;
- un ensemble de pièces d'orfèvrerie en argent datant principalement du XVI^e siècle et découvert en Lorraine, dit *Trésor de Pouilly-sur-Meuse* (acquisition par la Ville de Nancy pour le musée Lorrain).

La loi n° 2003-709 du 1^{er} août 2003, relative au mécénat, aux associations et aux fondations a étendu la portée de ce dispositif par les aménagements suivants :

- extension de la réduction d'impôt sur les sociétés de 90 % aux versements effectués en faveur de l'achat des biens culturels situés en France ou à l'étranger dont l'acquisition présente un intérêt majeur pour le patrimoine national au point de vue de l'histoire, de l'art ou de l'archéologie, biens ayant obtenu la reconnaissance de leur intérêt patrimonial majeur par la Commission consultative des trésors nationaux (parfois désignés de ce fait en tant qu'*œuvres d'intérêt patrimonial majeur*) ;
- exclusion de l'assiette de la taxe professionnelle des trésors nationaux acquis dans le cadre des dispositifs de l'article 238 bis OAB du CGI ;
- suppression de la limite au 31 décembre 2006 prévue initialement pour l'application de l'article 238 bis 0 A du CGI.

En application de ces mesures, un ensemble reconnu d'intérêt patrimonial majeur, financé sur trois exercices (2009-2011), d'une valeur totale de 1,2 million d'euros (dont 0,60 million d'euros au titre de l'art. 238 bis 0A du CGI), a rejoint les collections du musée des Arts décoratifs en toute fin d'année 2009 :

- un ensemble de 176 dessins originaux provenant de la manufacture Odiot, réalisés entre la fin du XVIII^e siècle et 1815.

Ces achats cumulés représentent donc un montant total de 21,6 millions d'euros mobilisés pour la conservation des trésors nationaux et œuvres d'intérêt patrimonial majeur ; 9,72 millions d'euros ont été financés grâce au dispositif de l'article 238 bis 0A du CGI (dont 0,60 million d'euros répartis entre 2009 et 2011).

Mesure 8

Réduction de l'impôt au titre des sommes consacrées par les entreprises à l'achat d'un trésor national (impôt sur le revenu et impôt sur les sociétés).

Référence : CGI, art. 238 bis 0 AB ;

Annexe II au CGI, art. 171 BE à 171 BH.

Ouvrent droit, à compter de la date de publication de la loi n° 2002-5 du 4 janvier 2002 relative aux musées de France, à une réduction d'impôt sur le revenu ou d'impôt sur les sociétés, égale à 40 % de leur montant, les sommes consacrées par les entreprises à l'achat de biens culturels faisant l'objet à la date d'acquisition d'un refus de certificat en application des articles L. 111-4 et L. 121-1 du Code du patrimoine, dans les conditions suivantes :

a. le bien ne doit pas avoir fait l'objet d'une offre d'achat de l'État dans les conditions fixées par l'article L. 121-1 précité ;

b. l'entreprise s'engage à consentir au classement du bien comme monument historique en application de l'article 16 de la loi du 31 décembre 1913 sur les monuments historiques ;

c. le bien ne doit pas être cédé avant l'expiration d'un délai de dix ans à compter de l'acquisition ;

d. durant la période visée au c, le bien doit être placé en dépôt auprès d'un musée de France, d'un service public d'archives ou d'une bibliothèque relevant de l'État ou placée sous son contrôle technique. La réduction d'impôt est subordonnée à l'agrément du ministre de l'Économie et des Finances qui se prononce après avis de la commission prévue à l'article L. 111-4 précité.

Cette disposition n'a reçu à ce jour aucune application en raison de ses contraintes trop fortes pour les entreprises.

2.2. Objets d'art, de collection et d'antiquité

Les mesures suivantes visent à inciter fiscalement les collectionneurs privés à enrichir les collections publiques, à encourager les achats des non-résidents (mesure 8) et préserver les collections privées (mesure 9).

Mesure 9

Exonération de la taxe forfaitaire sur les bijoux, objets d'art, de collection et d'antiquité en cas de vente aux musées bénéficiaires de l'appellation musée de France ou aux services d'archives et bibliothèques de l'État, d'une collectivité territoriale ou d'une autre personne publique (impôt sur le revenu).

Références : CGI, art. 150 VJ-1°, 2° et 3°.

Cette mesure doit être considérée comme une incitation indispensable, dans le cadre de la relance du marché de l'art, permettant aux vendeurs de participer plus aisément à l'enrichissement des collections publiques.

Mesure 10

Exonération de la taxe forfaitaire sur les bijoux, objets d'art, de collection et d'antiquité lors des cessions et des exportations réalisées par des non-résidents (impôt sur le revenu).

Références : CGI, art. 150 VJ-5° et 6°.

Cette exonération permet de renforcer l'attractivité de la scène française artistique ; elle participe d'une politique active de relance du marché de l'art et a déjà été utilisée à l'occasion de donations importantes consenties par des particuliers étrangers. Le coût de la mesure est évalué à 5 millions d'euros.

Mesure 11

Exonération des objets d'art, de collection et d'antiquité, des droits de propriété littéraire et artistique et des droits de propriété industrielle pour leur inventeur (impôt de solidarité sur la fortune).

Références : CGI, art. 885 I.

Mesure 12

Exonération de TVA sur les objets d'art, de collection et d'antiquité, importés par les établissements agréés par le ministre chargé de la Culture (taxe sur la valeur ajoutée).

Références : CGI, art. 291-II-8°.

Cette mesure constitue une incitation à l'« acte de donner » pour les donateurs étrangers (coût : 1 million d'euros).

Mesure 13

Exonération des mutations à titre gratuit ou onéreux portant sur des œuvres d'art, livres, objets de collection ou documents de haute valeur artistique ou historique et agréés, dont le nouveau propriétaire fait don à l'État (droits d'enregistrement et de timbre).

Références : CGI, art. 1131 ;

Annexe II au CGI, art. 310 G.

Mesure 14

Suppression du prélèvement de 20 % sur les capitaux décès lorsque le bénéficiaire est exonéré de droits de mutation à titre gratuit en cas de dons aux associations culturelles (droits d'enregistrement et de timbre).

Références : CGI, art. 795, 990 A.

Le coût des mesures 9 à 14 est estimé à 20 millions d'euros.

Complément C

Gastronomie, mode, design, métiers d'art... un patrimoine français à valoriser

Thomas Paris

HEC

J'ai pris l'initiative que la France soit le premier pays à déposer, dès 2009, une candidature auprès de l'UNESCO pour permettre la reconnaissance de notre patrimoine gastronomique au patrimoine mondial. Nous avons la meilleure gastronomie du monde – enfin, de notre point de vue ; on veut bien se comparer avec les autres –, nous voulons que cela soit reconnu au patrimoine mondial.

Allocution de M. le Président de la République française, inauguration du 45^e Salon international de l'agriculture, Paris, 23 février 2008.

1. La cuisine française, patrimoine à sauvegarder ou secteur de croissance ?

En février 2008, le Président de la République annonce que la France souhaite déposer une candidature auprès de l'UNESCO pour faire reconnaître la gastronomie française au patrimoine culturel mondial. Deux ans plus tard, en mars 2010, une douzaine de chefs français parmi les plus grands annoncent la création d'une association pour promouvoir la cuisine française, dont l'image serait un peu vieillissante, au contraire des cuisines espagnole ou italienne, par exemple. À peu près au même moment, *Le Monde*

publie un article sur le rayonnement de la cuisine française dans le monde, réalisé à partir d'une enquête faite auprès d'ambassadeurs et chefs de mission en poste à l'étranger, dans lequel il ressort que la cuisine française jouit d'une image positive (pour trois quarts des répondants), et est très dynamique dans de nombreux pays, en termes d'ouvertures de restaurant, d'événements et formations ou d'étoiles Michelin (cf. Ribaut, 2009).

Ces trois « photographies » de la vie de la gastronomie française résumant les enjeux qu'elle porte. La cuisine française constitue un patrimoine immatériel, reconnu à l'étranger, générateur d'image et de rayonnement et potentiellement porteur d'un dynamisme économique, mais ce patrimoine n'est peut-être pas valorisé comme il pourrait l'être, et ses effets difficilement quantifiables. Ce cas pose la question plus générale de la valorisation du patrimoine immatériel de la France dans les secteurs du savoir-faire et de la création. En effet, ce qui est vrai pour la cuisine l'est pour d'autres secteurs dans lesquels la France a joué les premiers rôles de manière parfois hégémonique, mais voit sa position contestée aujourd'hui. À des degrés différents, la création de mode, le parfum, le vin... sont confrontés à des problématiques du même type. Dès lors, se pose la question de la valorisation de ce patrimoine : ces secteurs peuvent-ils constituer un moteur de la croissance ou du dynamisme économique ? Peuvent-ils être dynamisés, et quel peut alors être le rôle des pouvoirs publics ?

2. Le patrimoine français de secteurs à haute valeur ajoutée

Ces secteurs, comme l'ensemble de ceux que l'on regroupe désormais sous le vocable d'industries de la création (*creative industries*) font l'objet d'un engouement important de la part des pouvoirs publics de par le monde, du fait de leurs caractéristiques, en phase avec les enjeux d'une économie de la connaissance, dont ils constituent l'un des volets (Lévy et Pouyet 2006 et Cohen et Verdier 2008).

Le *Department for Culture Media and Sport*, le ministère de la culture anglais, a publié en 1998 un rapport qui a fait date. Définissant les industries de la création comme « celles qui trouvent leur origine dans la créativité, la compétence et les talents individuels, et qui ont un potentiel pour créer de la richesse et des emplois à travers la génération et l'exploitation de la propriété intellectuelle », soit la publicité, le cinéma et la vidéo, l'architecture, la musique, les arts et antiquités, le spectacle vivant, les jeux vidéo, l'édition, l'artisanat, le logiciel, le design, la télévision et la radio, la mode, ce rapport a montré que l'agrégation de ces secteurs contribuait à 6 % de la valeur ajoutée brute du Royaume-Uni. En 2006, ces industries, à l'exclusion de l'artisanat et du design, représentaient 6,4 % de la valeur ajoutée, affichaient une croissance de 4 % par an entre 1997 et 2006, contre 3 % pour l'ensemble de l'économie, et représentaient, en 2007, 1,1 million

d'emplois dans les industries considérées et 2 millions d'emplois créatifs au total. L'emploi créatif total est passé de 1,6 à 2 millions entre 1997 et 2006, soit une croissance de 2 % annuels (cf. DCMS, 2009).

Les chiffres mis en avant par l'étude publiée par la Commission européenne en 2006 soulignent aussi le poids des industries de la création pour l'Union européenne :

- 654 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2003 (pour 271 milliards pour l'industrie automobile et 541 milliards pour les technologies de l'information et de la communication) ;
- 2,6 % du PIB en 2003 (plus que l'immobilier ou l'industrie de l'agroalimentaire et du tabac) ;
- une croissance de 19,7 % entre 1999 et 2003, soit 12,3 % de plus que la croissance générale de l'économie ;
- 5,8 millions d'emplois en 2004, soit 3,1 % de l'emploi global de l'Europe des 25 ;
- 1,85 % de croissance de l'emploi entre 2002 et 2004, contre une décroissance de l'emploi total sur la même période (cf. KEA, 2006).

Au-delà de leur dynamisme propre, la créativité de ces secteurs permettrait de contribuer à un environnement créatif qui aurait des répercussions sur l'innovation dans d'autres secteurs : c'est l'un des éléments des théories des territoires ou métropoles créatifs (Paris, 2010a). Ils sont par ailleurs vecteurs d'image, cette image pouvant se traduire en termes d'attractivité d'un territoire, vis-à-vis de talents (ceux que Richard Florida appelle la classe créative) voire d'entreprises (Florida, 2005). Elle peut aussi se traduire en résultats commerciaux, ces secteurs générant des externalités positives sur l'ensemble d'une production nationale : depuis son origine, Hollywood a par exemple été vue comme l'un des fers de lance de la politique commerciale américaine, car l'exportation du cinéma américain pouvait bénéficier à l'exportation de nombreux autres produits : automobiles, vêtements, cigarettes... On comprendra qu'il puisse en aller de même d'autres secteurs créatifs comme le design, la mode ou le vin.

Or, en la matière, la France dispose d'un patrimoine inestimable. Longtemps, elle fut le pays de la cuisine, de la mode, du parfum, du luxe, du vin... Mais il n'est pas certain que, sortie de nos frontières, cette image résiste aujourd'hui à la réalité, et qu'elle ne perde pas principalement pour des raisons historiques. La France garde une partie de sa magie mais pas nécessairement de sa domination, sinon de son hégémonie, en matière de créativité. Le classement San Pellegrino 2010 des restaurants mondiaux fait figurer le premier français à la onzième position et ne classe que six restaurants français dans la liste des 50 meilleurs⁽¹⁾. Dans la mode, les fleurons français sont aujourd'hui souvent confiés à des créateurs étrangers (John Galliano chez Dior, Karl Lagerfeld chez Chanel, Marc Jacobs chez

(1) Voir le site Internet <http://www.theworlds50best.com/awards/>

Louis Vuitton...) et doivent désormais composer avec une création répartie en différents endroits du monde. La suprématie de Paris comme capitale de la mode s'est largement atténuée au profit d'un monde désormais multipolaire qui comprend aussi New York, Londres, Milan, Tokyo. Dans le vin, alors que la France était en 2002 encore au coude-à-coude avec l'Italie pour la première place des pays exportateurs, les estimations pour 2009 la situent à la 3^e place, avec une perte de 25 % en volume, largement distancée par l'Italie et l'Espagne, et sous la menace de l'Australie et du Chili⁽²⁾.

Le patrimoine immatériel de la France dans ces secteurs repose sur plusieurs éléments. Le premier est une force de créativité qui serait inscrite dans la culture nationale et qui constituerait un atout quasi génétique pour évoluer dans ces secteurs. Repose-t-elle sur l'histoire nationale ? Sur le système social ou éducatif ? La question n'est pas simple, mais force est d'admettre que la notion de *French Touch* s'est imposée dans de nombreux secteurs. Les grandes marques françaises connues à l'international constituent un second élément de ce patrimoine. Les savoir-faire artisanaux en sont un autre : des entreprises comme Hermès ou des établissements publics comme La Manufacture de Sèvres les conservent et les perpétuent. Enfin, les notions mêmes de « *made in France* » – ou « *designed in France* » – ou encore « Paris » constituent sans aucun doute des éléments encore très forts de ce patrimoine immatériel. Ce sont de véritables marques.

3. Les fondamentaux des industries de la création

Les industries de la création présentent un certain nombre de spécificités, qui en font des économies particulières. Trois d'entre elles nous semblent devoir être soulignées pour nourrir une réflexion sur le rôle des pouvoirs publics dans leur dynamisation : l'importance de la notion de talent, la dynamique entrepreneuriale, le poids de la dimension matérielle⁽³⁾.

3.1. Le talent individuel

La notion de talent traduit l'idée que des individus ont une aptitude particulière qu'ils mettent en œuvre dans ces activités ; celle de star renvoie au fait que certains talents, dans la plupart de ces industries, sont considérés comme non substituables. C'est ce que Richard Caves appelle la *A List*, par opposition à la *B List*. L'importance du talent dans le fonctionnement de ces industries, et sa rareté, plus ou moins artificielle, rend cruciale la question de la formation, ou, plus généralement, de la détection des créateurs talentueux, qui contribueront à entretenir la créativité du secteur.

(2) Cf. Rapport du Directeur général de l'OIV sur la situation de la vitiviniculture mondiale en 2009.

(3) On trouvera une analyse plus approfondie sur l'aspect économique dans Caves (2000) et sur l'aspect organisationnel dans Paris (2010b).

La question de l'industrialisation de la création est une autre question importante. Beaucoup d'entreprises voient leur développement limité par la difficulté des créateurs à s'inscrire dans une logique industrielle : il s'agit alors pour eux de diviser le travail créatif, tout en maintenant leur influence sur son résultat. Certaines entreprises, comme les Ateliers Jean Nouvel ou le Groupe Alain Ducasse y parviennent, mais il y a là une réelle difficulté due principalement à des raisons culturelles – personnification à l'extrême des entreprises, vision romantique de la création – et peut-être à un déficit de managers formés spécifiquement pour ces secteurs (Paris, 2010b).

3.2. Une dynamique entrepreneuriale structurellement fragile

La démarche de création implique, de manière plus ou moins radicale, une dimension de remise en cause, de dépassement, de transgression des règles établies et des conventions. C'est la condition d'existence des nouveaux entrants. Ils se démarquent des règles ou codes existants, et, s'ils s'installent, en imposent petit à petit de nouvelles, avant de voir à leur tour leurs positions contestées par de nouveaux entrants forcés, pour se faire une place, de se différencier, d'innover. Le dynamisme des industries de la création repose donc grandement sur ces nouveaux entrants, et sur la capacité des structures à leur donner une chance.

Ce dynamisme s'accompagne de l'importance du risque, ce que Richard Caves appelle la *nobody knows property*. Chaque nouveau produit, dès lors qu'il s'inscrit dans cette logique de différenciation, repose sur une prise de risque importante, d'autant plus élevée que l'acteur qui l'a développé est nouveau. Cette dynamique entrepreneuriale s'avère donc à la fois essentielle et fragile : les nouveaux entrants apportent le dynamisme, mais dans le même temps portent le risque.

Le poids du risque et de la dynamique entrepreneuriale se traduit par un besoin de surabondance dans les nouvelles propositions : pour que quelques « produits » marchent, il faut en proposer un grand nombre. Ces secteurs reposent ainsi sur une dynamique darwinienne. Le poids du risque se traduit également par une inflation des budgets de communication, qui rend la nouveauté difficilement visible. Or la construction de la valeur repose sur la qualité intrinsèque de la production, mais aussi, particulièrement, sur la capacité à construire des discours sur la nouveauté. L'inflation des budgets de communication constitue donc une barrière pour les nouveaux entrants.

3.3. Patrimoine immatériel, mais économies... du matériel

On rattache parfois les industries de la création à l'économie de l'immatériel, parce que la valeur ajoutée y reposerait principalement sur la partie conceptuelle, et que la réalisation y serait facilement reproductible. Pourtant, la dimension matérielle est très présente dans ces secteurs. Si l'on distingue la conception et la réalisation, ces deux phases interviennent non pas de manière séquentielle mais de façon très interactive : les processus de

création impliquent des allers-retours nombreux, qui convergent par étapes successives autour de différents objets intermédiaires (mots, images, maquettes...) (Paris, 2010b). Dans le studio d'animation Pixar, un film est réalisé entièrement en 2D (technique traditionnelle de dessin à la main) avant de l'être en 3D (par images de synthèses). Cette imbrication des composantes conceptuelle et réelle de la création est un élément important pour favoriser la créativité. Les conditions particulières du secteur de la construction en Chine, caractérisées notamment par une main-d'œuvre abondante, ont donné la possibilité à l'architecte Paul Andreu de développer une architecture qu'il n'aurait pas pu envisager ailleurs. Les conditions des marchés chinois rendent possibles des processus d'essai-erreur, qui permettent notamment de réaliser les pièces conçues en fonction des contraintes apparues lors de la pose. Les conditions de marché occidentales impliquent au contraire une séquentialité beaucoup trop rigide entre la conception et la réalisation. De la même façon, la démarche déployée par Chanel pour racheter des entreprises de savoir-faire menacés en France – plumassier, chapelier... – vise à conserver un outil de production à proximité physique des créateurs. Car lorsqu'ils dessinent, il faut qu'ils puissent voir le résultat physique très vite. Enfin, un certain nombre de savoir-faire dans ces activités, par exemple ceux qui ont trait au travail de la porcelaine, ou du cuir, sont extrêmement pointus. La réalisation est une composante essentielle des processus.

4. Valoriser le patrimoine immatériel des industries de la création françaises

Les secteurs considérés reposent beaucoup sur le talent individuel (de créateurs, d'entrepreneurs). Pour autant, les structures organisationnelles, industrielles, économiques, institutionnelles, dans lesquels ces talents évoluent participent grandement de leur créativité. Les pouvoirs publics peuvent avoir un rôle dans la mise en place des conditions propices à la créativité, notamment au travers d'actions sur la formation, le volet industriel ou la communication.

4.1. Formation : sensibiliser et détecter

La question de la formation est centrale derrière celle du dynamisme des industries de la création, parce que ceux que l'on appelle les talents constituent la matière vive de ces secteurs. La rareté du talent est une caractéristique importante dans l'économie de ces industries, de laquelle résulte un star system, plus ou moins affirmé, qui donne à ceux qu'on appelle les talents à la fois une place centrale et, parfois, une position de force. Il en résulte que chercher des talents nouveaux est une nécessité dans tout secteur de la création : ils contribuent à l'abondance, ils apportent la nouveauté nécessaire, ils permettent de ne pas s'enfermer dans un star system par trop inflationniste.

Les écoles spécialisées contribuent à ce besoin. Elles sont des lieux d'apprentissage des techniques et des outils, mais ce n'est pas leur unique fonction. Le talent ne s'enseigne pas, les responsables des écoles de formation à la création l'admettent volontiers ; il se détecte (Ritzenthaler et Lalaudière, 2007). Et pour le détecter, il semble important de donner au plus grand nombre, la possibilité de pratiquer, de manier les outils, de manipuler la matière. Ces écoles jouent ce rôle : ce sont des lieux de centralisation des moyens de création mis à disposition d'apprentis-créateurs, des pépinières de maturation et des sas d'évaluation des talents, et des voies de regroupement des passionnés, lequel facilite le travail de repérage. Elles participent ainsi d'un système pyramidal, ou d'entonnoir, dans lequel la sélection des talents se fait dans le temps et par étapes. Ce système pyramidal est celui que l'on retrouve dans la formation des sportifs de haut niveau en France, ou dans le système des conservatoires. Il repose sur l'idée que seuls la pratique et le temps permettent d'évaluer le talent, et implique une sélectivité progressive : on sélectionne beaucoup plus que ses besoins, et on ne conserve qu'une partie limitée des personnes sélectionnées.

Recommandations n° 1

Inscrire les écoles de formation à la création dans de tels systèmes pyramidaux, en ayant une action de sensibilisation au plus grand nombre et en permettant aux plus jeunes d'avoir les moyens de tester leur appétence aux métiers de la création.

Revaloriser les métiers d'art auprès des jeunes pour entretenir les savoir-faire et l'« outil industriel » de création à disposition des créateurs.

La création repose sur un état d'esprit de prise de risque, de remise en cause, de dépassement, qui peut être développé bien en amont des écoles de création. L'ensemble du système éducatif, qui va bien au-delà de l'école, participe ainsi de la formation à la création. La relation au risque et à l'échec, l'ouverture d'esprit et la curiosité sont certaines des qualités sur lesquelles le talent peut se développer. Les favoriser implique de réfléchir à l'ensemble de notre système éducatif, voire à l'ensemble du système institutionnel dans lequel nous évoluons (cf. Taddei, 2009).

Recommandation n° 2

Repenser le système éducatif en intégrant la mise en avant de la prise de risque, de la remise en cause et l'ouverture d'esprit .

4.2. Un système industriel vivace et accessible

La qualité et la disponibilité d'un « outil industriel » sont fondamentales pour favoriser la création. C'est l'un des principes sur lesquels repose le système de soutien au cinéma français : la masse critique de films réalisés permet aux jeunes créateurs d'avoir accès aux moyens de production. Dans la création, rendre accessible l'outil industriel pour limiter les barrières à l'entrée favorise le dynamisme créatif. Par outil industriel, on entend l'ensemble des facteurs qui permettent aux jeunes talents de pouvoir exprimer leur talent : cela inclut des outils techniques, des matériaux, des savoir-faire, des moyens financiers et des voies de diffusion. Par exemple, pour favoriser l'émergence de jeunes créateurs, il est important de limiter les barrières à l'entrée. Cela peut passer par des « trajectoires d'entrée » plus progressives. À côté des institutions de diffusion établies, les lieux alternatifs, nouveaux, offrent des appels d'air pour les nouveaux entrants.

Recommandations n° 3

Selon les secteurs, mener une réflexion sur l'accessibilité des outils de création.

Entretenir les savoir-faire et outils de production présents sur notre territoire, et faciliter leur mise à disposition des jeunes créateurs.

Favoriser l'éclosion d'institutions de diffusion (festivals, lieux...) nouveaux, qui sont autant de tremplins à l'émergence de nouveaux talents.

4.3. Une communication plus axée sur la dimension de création

La notion d'image n'est pas anodine : la construction des discours autour de la création est un élément fondamental. La construction et l'entretien d'une image des savoir-faire et des créations françaises sont des volets importants de la valorisation du patrimoine immatériel qu'ils constituent. L'image de la création française reste trop souvent passéiste, au lieu d'être tournée vers l'avenir. La cuisine moléculaire a en partie ringardisé la création française. Sans renier les savoir-faire et le patrimoine de la création française, il s'agit de travailler à lui donner une image plus moderne, moins tournée vers le passé, ce qui passe par des voies de communication qui ne soient pas institutionnelles.

Recommandation n° 4

Mise en place d'une institution en charge de la promotion de la création française, tous secteurs confondus, dans le monde, au travers d'actions de communication. Cette institution pourrait être adossée à une formation au management de la création qui contribue, par un recrutement international, à asseoir une image créative et dynamique de la création française.

Références bibliographiques

- Caves R.E. (2000) : *Creative Industries*, Harvard University Press.
- Cohen D. et T. Verdier (2008) : *La mondialisation immatérielle*, Rapport du CAE, n° 76, La Documentation française.
- DCMS (2009) : *Creative Industries Economic Estimates Statistical Bulletin*, DCMS, janvier.
- Florida R. (2005) : *Cities and the Creative Class*, Routledge.
- KEA (2006) : *Economy of Culture in Europe*.
- Lévy M. et J-P. Jouyet (2006) : *L'économie de l'immatériel. La croissance de demain*, Rapport de la Commission sur l'économie de l'immatériel, Ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie.
- Paris T. (2010a) : *Les métropoles créatives*, CCIP, Paris.
- Paris T. (2010b) : *Manager la créativité*, Pearson, Paris.
- Ribaut J-C. (2009) : « La French Food tient son rang », *Le Monde*, 1^{er} mars.
- Ritzenthaler E. et D. Lalauzière (2007) : *Étude comparative sur les écoles de création en France et à l'étranger*, réalisée par Europe & Globe pour la DGE, Ministère de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi, novembre.
- Taddei F. (2009) : *Training Creative and Collaborative Knowledge-Builders : A Major Challenge for 21st Century Education*, OCDE.

Complément D

Districts culturels et *cultural commons*

Walter Santagata

Université de Turin

Introduction

À la suite du succès global des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC), le concept d'espace comme lieu où les activités économiques s'organisent et se développent a profondément changé. En particulier, à côté de l'idée d'*espace physique* du territoire comme source d'externalités positives et lieu d'agglomération de petites entreprises s'est précisée l'idée d'*espace virtuel*, défini comme une extension sur le réseau global.

Cette contribution à la théorie du développement économique local dans le secteur culturel est construite à partir de la notion marshallienne de districts industriels et débouche sur le concept de « *cultural commons* ».

En effet, la création de districts culturels est un exemple de politique économique ayant réussi à réunir culture, créativité et design industriel et à montrer que la culture et la créativité peuvent être une force motrice du développement économique local durable (Santagata, 2002, 2006 et OCDE, 2005).

Les systèmes de micro-entreprises sont des phénomènes généralement bien situés dans le temps et l'espace car ils dépendent de la naissance et de l'évolution de la culture matérielle et de la production de biens et services qui relèvent, dans une zone géographique spécifique, d'un même habitat écologique et culturel. Les anciennes écritures de la Méditerranée, des civi-

lisations orientales et asiatiques, et les chroniques de l'Europe médiévale, sont une mine d'exemples de concentrations de micro-entreprises qui ont évolué vers des districts industriels potentiels ou réels. Certains types de districts culturels répondent effectivement à des systèmes industriels où les petites entreprises produisent des biens de la culture matérielle traditionnelle (textile, céramique, bijoux, objets de design, mais aussi art contemporain), tandis que dans d'autres cas l'accent est mis sur l'offre de services plutôt que de biens (districts fondés sur des musées, les arts du spectacle et du folklore) et sur une forme moins cohésive d'agglomération entre les entreprises participantes (le patrimoine historique, les réseaux de tourisme culturel, les sites archéologiques).

1. Districts culturels

Le district culturel est une expérience sociale et économique à la confluence de deux phénomènes : la localisation des industries (Marshall 1890), et la nature idiosyncrasique de la culture et des biens culturels. De nombreuses études de cas confirment le rôle important des districts culturels dans le développement économique local (Santagata, 2002 et 2006, Scott, 2000, Cuccia et Santagata, 2003, Cellini et Cuccia Santagata, 2007 et Cuccia, Marrelli et Santagata 2008).

1.1. La théorie de Marshall des industries localisées

L'idée originale de Marshall a été très puissante, même si, pour Marshall, les districts industriels étaient une chose du passé, du Moyen-Âge. Une des caractéristiques les plus significatives d'un district est l'interdépendance de ses entreprises, son *atmosphère industrielle*. De fréquents contacts favorisent l'échange d'inputs spécialisés ; ces opérations continues et répétées assurent la circulation de l'information. Dans les districts, il est plus facile de vérifier la qualité des biens et services et de signer des contrats standardisés. La confiance mutuelle et l'accumulation de capital social sont des traits omniprésents de la société et de la culture locales.

Quand la plupart des ressources économiques et humaines sont locales, le processus économique devient endogène. Le marché de l'art, les arts du spectacle, les musées et le patrimoine, les biens de la conception et les industries culturelles peuvent être articulés dans des chaînes de création de valeur régies dans la logique des districts industriels et des clusters.

1.2. La culture comme bien idiosyncrasique

Les biens culturels se trouvent parmi les produits les plus spécialisés. En effet, la culture s'enracine dans le temps et dans l'espace : la production d'une culture est indissolublement liée à un lieu (physique ou virtuel), ainsi qu'à une communauté sociale et à son histoire.

Tandis que la théorie classique analyse l'échange de marchandises hors du temps et sans espace, le marché, lorsqu'il s'agit de culture, de créativité, et des biens idiosyncrasiques comme la mode, le design et l'art, apparaît comme une institution imparfaite. Plus les biens sont spécifiques, et moins le mécanisme du marché est en mesure de réguler efficacement leur production et leur consommation. Le système des prix ne parvient pas à fournir les informations pertinentes et la concurrence n'atteint pas les résultats escomptés (Salais et Storper, 1993). Les districts culturels sont définis par la production de biens idiosyncrasiques basés sur la créativité et la propriété intellectuelle. L'industrie du cinéma, l'audiovisuel, le vaste domaine du design industriel et la production d'art et d'artisanat, les services du musée et le complexe œno-gastronomique puisent tous leur inspiration dans un lien culturel avec leur collectivité locale d'origine. « Place, culture et économie sont en symbiose les uns les autres » (Scott, 2000, p. 4).

Un district culturel se caractérise de surcroît par la présence de ce que Polanyi (1953) appelle la *connaissance tacite*. Le concept implique un système d'information qui est un bien public local, circonscrit dans un espace communautaire défini par l'expérience personnelle de chacun de ses membres. Technologie et information culturelle circulent librement : elles sont transmises au moyen d'un système tacite de communication. Les produits culturels sont idiosyncrasiques non seulement parce que la connaissance tacite est nécessaire pour les produire, mais aussi parce que cette connaissance est fondée sur l'expérience idiosyncrasique antérieure.

1.3. Les districts industriels culturels

Le district industriel culturel appartient aux modèles de croissance endogène fondés sur la présence de petites entreprises et de formes spécifiques de réglementation sociale locale.

Les éléments de base nécessaires à la construction de districts sont :

- une communauté locale cohérente dans ses traditions culturelles et dans l'accumulation des connaissances techniques et de capital social (confiance et coopération) ;
- des rendements d'échelle croissants ;
- l'accumulation de l'épargne et l'existence de banques coopératives locales ;
- l'ouverture aux marchés internationaux ;
- un soutien financier public tout au long de la chaîne de création de valeur ;
- un taux élevé de naissance de nouvelles entreprises.

Dans un district culturel, les coûts d'accès au marché sont plus bas que partout ailleurs en raison de la réduction très intense des coûts de transaction et de la création d'externalités positives.

Il convient de distinguer entre deux types de districts culturels : ceux des pays développés et ceux des économies en développement. Dans les

pays développés où la technologie est plus avancée, on s'attend à l'intégration verticale des entreprises, tandis que l'agglomération d'un grand nombre de produits identiques, avec des entreprises horizontalement intégrées, caractérise les pays en voie de développement (Santagata, 2006).

L'utilisation du modèle des districts culturels comme instrument de politique économique pour le développement économique local est pourtant compliquée parce que les conditions nécessaires à l'établissement d'un district industriel culturel sont difficiles à rassembler. Il n'est pas possible de suivre une approche constructiviste rationnelle. Le district est le résultat d'une longue incubation, souvent socialement douloureuse. Pendant ce temps, qui peut être long, le processus d'avancement est spontané, orienté vers le marché et soumis à des stratégies de tâtonnements. Aucun facteur spécifique n'est de nature à provoquer ou aider l'apparition de l'esprit d'entreprise.

Une solution possible consiste à se concentrer sur la fonction des droits de propriété intellectuelle et collective dans la promotion de mesures d'incitations axées sur le marché et soutenant le développement local. C'est la classe des districts culturels institutionnels (Santagata, 2006). Sa caractéristique essentielle est son ancrage dans des institutions formelles qui consacrent les droits de propriété. Ces droits protègent juridiquement le capital culturel d'une communauté dans une région donnée.

L'application d'un signe de distinction comme une marque permet de réduire la probabilité d'une copie non autorisée et donne lieu à des incitations efficaces individuelles pour créer et produire. Elle réduit les asymétries d'information concernant les agents impliqués dans un échange de biens de qualité cachée. Comme elle crée un privilège de monopole grâce à la différenciation des produits, elle permet une accumulation de capital. La protection juridique génère des incitations pour que les producteurs investissent dans la réputation et la qualité des produits.

Il y a un nombre impressionnant de districts culturels potentiels dans le monde : Sigchos en Équateur (céramique artistique), Alep en Syrie (des micro-entreprises y produisent du savon à l'aide de méthodes traditionnelles vieilles de trois millénaires), Lucknow dans l'Uttar Pradesh (les artisans brodent le tissu Chikan) (Moreno, Santagata et Tabassum, 2005 et Santagata, 2006).

Dans de nombreux pays développés et pays en développement, les districts décrits ci-dessus ont été transformés en districts touristiques culturels et en districts de l'art contemporain. Le Dashanzi Art District de Pékin est un exemple exceptionnel de district culturel spécialisé dans la production de l'art contemporain. Il s'agit d'une localité avec des studios d'artistes, galeries d'art chinois et internationaux, et de petites entreprises contribuant à l'élaboration d'un marché de l'art qui a littéralement explosé ces dernières années.

Les districts culturels sont maintenant un phénomène mondial créant de la croissance endogène au niveau local. Basés sur le capital culturel local, ils génèrent des revenus et créent des emplois.

2. Cultural commons

Un « *cultural commons* » est une *ressource commune* définie par la confluence de trois facteurs : la culture, l'espace et la communauté. Cette ressource donne naissance à un *dilemme social*.

Comme dans le cas de l'*Arte Povera*, de la communauté artistique qui produit des films à Mumbai et d'autres « *cultural commons* » de type communautaire, le dilemme social porte sur la transmission incertaine de la culture du « *commons* » aux générations futures. La dégradation des nouvelles idées qui nourrissent la communauté culturelle peut conduire la culture d'un « *commons* » à se dégrader.

2.1. Une double structure

Certaines caractéristiques essentielles de la culture, de l'espace et des communautés peuvent être combinées pour définir deux cas possibles.

Dans le cas *virtuel*, la culture de la communauté se propage aisément et peut couvrir le monde ; l'espace est virtuel, créé *on line*. Pour produire et communiquer un « *cultural commons* » comme « Facebook », une technologie sophistiquée est nécessaire (NTIC, ordinateurs, web, logiciels), qui rend l'espace virtuel et la communauté pleinement internationaux.

Dans le cas *physique*, la communauté est dense et homogène ; l'espace est physique, identifié sur une zone géographique particulière, et la culture est locale. Pour produire et communiquer le produit d'un district culturel, sont utilisés à la fois :

- des technologies « faibles » (feu, eau, bois pour les fours, et les couleurs), et la dextérité manuelle, comme dans le district culturel de la poterie de Caltagirone en Italie ;
- ou des technologies « hautes » comme pour la production de films dans le district culturel de Hollywood.

La communauté d'origine est localisée, cohésive et travaille sur le même produit en fonction d'une culture traditionnelle locale. Cette notion de « *cultural commons* » est très proche de celle des districts culturels (Santagata, 2002 et 2006).

2.2. La capacité de charge

Quelles sont les principales différences théoriques entre les *commons* et les *cultural commons* ? Les *cultural commons* ne souffrent pas de capacité de charge limitée. Leur capacité, comme dans les biens publics est sans fin : la consommation culturelle ne réduit pas le montant total disponible pour les autres. Ils sont non rivaux à la consommation. Une musique ou un poème peuvent être consommés, joués et écoutés sans aucune limite. Il n'y a pas d'épuisement de la ressource culturelle commune. Au contraire, une res-

source naturelle commune montre une capacité de charge limitée (Hardin, 1968 et Ostrom, 1990 et 2002). La surexploitation des ressources communes crée des externalités négatives découlant de comportements rationnels individuels. Les intérêts privés et l'accès libre sont des phénomènes qui ne tiennent pas compte de leurs effets externes négatifs sur la résilience des « *commons* ». Cela nécessite une réglementation des activités économiques et une gouvernance des ressources auto-organisées (Ostrom, 1990 et Lam, 1998).

2.3. Le dilemme social

Bien que les « *cultural commons* » mettent l'accent sur l'analyse du comportement des *contributeurs*, les « *commons* » sont analysés en termes de choix auto-destructifs des *appropriators*. Alors que les contributeurs sont en contact et développent de solides relations au sein de la communauté, les *appropriators* sont généralement décrits comme indépendants, ne communiquent pas entre eux, et ne coordonnent pas leurs activités (Ostrom, 2002). Les contributions individuelles et collectives doivent être efficaces, car la transmission d'un *cultural commons* à la génération suivante dépend de la capacité de développement culturel de la communauté, c'est-à-dire de l'augmentation du stock accumulé de capital culturel. Sans atteindre un taux optimal de développement, la culture tend à devenir stationnaire, sans aucune force dynamique qui la pousse vers la génération suivante. Cette question renvoie à la distinction entre les cultures stationnaires et les cultures cumulatives, et à la notion de résilience culturelle (Lévi-Strauss, 1952 et 1971).

2.4. Les externalités

Une autre différence entre les *commons* et les *cultural commons* est la nature des externalités produites. Alors que dans le cas *commons* des externalités négatives s'imposent à d'autres en raison de la surexploitation de la ressource commune, dans les *cultural commons*, se développent des externalités positives : la réputation dont jouit la communauté, produite par l'effort de tous et qui est un bien public.

2.5. Évolution des *cultural commons*

La tragédie des *cultural commons* est de disparaître en raison de l'absence continuelle de nouveaux apports culturels. Des langues meurent, des communautés d'artistes disparaissent dans des situations très différentes du cas bien connu de l'épuisement des ressources communes, en premier lieu découvert par Hardin.

Selon quelle logique les *cultural commons* se développent, survivent ou disparaissent ? Peut-on en repérer un cycle de vie ? Est-il possible d'identifier les causes d'un déclin de la culture commune ? Comment la créativité

encourage-t-elle le développement des *cultural commons* ? Dans le cas d'un *cultural commons* sa survie dépend de la production d'une quantité optimale de culture qui alimente la contribution en faveur de la prochaine génération. Le problème fondamental est de savoir comment maintenir constant le taux de la créativité sociale entre les générations.

Références bibliographiques

- Cellini R., T. Cuccia et W. Santagata (2007) : « Policy Decisions on Collective Property Rights in Cultural Districts : A Positive Model » in *Intellectual Property, Competition and Growth*, Cellini et Cozzi (eds), Palgrave MacMillan, pp. 25-40.
- Cuccia T., M. Marrelli et W. Santagata W. (2008) : « Collective Trademarks and Cultural Districts : The Case of San Gregorio Armeno, Naples » in *Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development*, Cook et Lazzeretti (eds), Edward Elgar, pp. 121-136.
- Cuccia T. et W. Santagata (2003) : « Collective Property Rights and Sustainable Development : The Case of the Pottery Cultural District in Caltagirone, Sicily » in *Companion to Property Rights Economics*, Colombatto (ed.), Edward Elgar, pp. 473-488.
- Hardin G. (1968) : « The Tragedy of the Commons », *Science*, vol. 162, pp. 1243-1248.
- Lam W.F. (1998) : *Governing Irrigation Systems in Nepal : Institutions, Infrastructure, and Collective Action*, ICS Press, Oakland CA.
- Lévi-Strauss C. (1952) : *Race et Histoire*, UNESCO, Paris.
- Lévi-Strauss C. (1971) : « Race et Culture », *Revue Internationale des Sciences Sociales*, vol. XXIII, n° 4, pp. 647-666.
- Marshall A. (1920) : *Principles of Economics*, MacMillan.
- Moreno Y.J., W. Santagata et A. Tabassum (2004-2005) : « Cultura materiale e sviluppo economico sostenibile », *Sviluppo Locale*, n° 26, pp. 31-50.
- OCDE (2005) : *Culture and Local Development*, OCDE, Paris.
- Ostrom E. (1990) : *Governing the Commons : The Evolution of Institutions for Collective Action*, Cambridge University Press.

- Ostrom E. (2002) : « Reformulating the Commons », *Ambiente & Societade*, n° 10, juin, pp. 1-14.
- Ostrom E., J. Burger, C.B. Fiuels, R.B. Norgaard et D. Policansky (1999) : « Revisiting the Commons : Local Lessons, Global Challenges », *Science*, vol. 284, avril, pp. 278-282.
- Polanyi M. (1953) : *Personal Knowledge*, University of Chicago Press.
- Salais R. et M. Storper (1993) : *Les mondes de production*, Éd. École des hautes études en sciences sociales, Paris.
- Santagata W. (2002) : « Cultural Districts, Property Rights and Sustainable Economic Growth », *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 26, n° 1, pp. 9-23.
- Santagata W. (2006) : « Cultural Districts and their Role in Economic Development » in *Handbook on the Economics of Art and Culture*, Ginsburgh et Throsby (eds), Elsevier Science, North Holland, pp. 1100-1119.
- Scott A.J. (2000) : *The Cultural Economy of Cities*, Sage, Londres.

Complément E

La mise en œuvre de contrats de partenariat dans le domaine culturel : enjeux et perspectives

Jean-Yves Gacon

Mission d'appui à la réalisation des contrats de partenariat public-privé

1. Les spécificités du secteur culturel

Le recours au contrat de partenariat dans le domaine culturel est aujourd'hui encore modeste. Cet état de fait relève plus de facteurs conjoncturels que d'incompatibilités de fond.

Les facteurs ayant un impact sur la perception du contrat de partenariat par les acteurs du secteur sont les suivants :

- la spécificité du service public culturel :
 - les acteurs souhaitent la plupart du temps se démarquer d'une approche commerciale. Dans ce domaine, les collectivités ont une approche moins rigide que l'État. Elles souhaitent souvent marier préservation et valorisation du patrimoine et approche touristique, ou encore, dans le domaine du spectacle vivant, soutien à la création et approche grand public ;
- le déséquilibre économique structurel du secteur :
 - la lourdeur relative des investissements et des coûts de maintenance au regard des recettes attendues de la fréquentation des équipements (spécificité et coût élevé des salles de spectacle, coût de restauration et d'entretien élevé des bâtiments à caractère patrimonial) ;
 - le poids des coûts salariaux (absence de « gains de productivité » sauf à la marge dans une activité qui est par définition consommatrice de « main d'œuvre » – et pas seulement dans le domaine du spectacle vivant).

Il en découle que le cadre dans lequel des contrats de partenariat portant sur des équipements à caractère patrimonial et culturel sont susceptibles de se développer est relativement contraint :

- les acteurs du secteur culturel traditionnellement soucieux de leur indépendance vis-à-vis d'une politique « marchande » (*cf.* le débat toujours d'actualité sur la gratuité dans les musées) perçoivent d'emblée le contrat de partenariat comme source de confusion sinon de compromission alors que l'action culturelle reste, pour l'État comme pour les collectivités, un domaine à haute teneur politique et même idéologique ;

- à l'inverse, certaines collectivités ont par le passé surestimé les recettes susceptibles d'être générées par des investissements culturels, tout en sous-estimant assez systématiquement les coûts réels de maintenance et de fonctionnement. C'est ainsi que les SEM se sont révélées des outils la plupart du temps inadaptés à la gestion d'équipements culturels (par exemple, le port musée de Douarnenez, mis en faillite en 1997). L'État n'a pas échappé à ce travers : L'expérience de la Réunion des musées nationaux (RMN) dont la transformation en EPIC et les tentatives de développement commercial ont connu des moments difficiles en témoigne ;

- l'autonomie d'initiative des collectivités est encadrée par un accompagnement fort de l'État, via l'action des DRAC et les procédures de labellisation (théâtres, musées, cinémas, médiathèques) qui sont un préalable obligatoire au subventionnement par l'État ;

- le caractère hautement symbolique des bâtiments à vocation culturelle a pour conséquence que l'initiateur du projet souhaitera souvent conserver l'autorité sur la conception de l'ouvrage (« geste architectural »).

2. Les réponses apportées par le contrat de partenariat

Le contrat de partenariat offre cependant des opportunités, qui répondent précisément aux contraintes exposées plus haut :

- il suppose une approche en coût complet sur une longue durée de « l'ordre de marche » de l'équipement concerné (c'est-à-dire de l'outil immobilier et technique mis à la disposition des acteurs culturels proprement dits, avant prise en compte des coûts spécifiques liés à telle ou telle programmation). Ce coût complet regroupe les coûts d'acquisition, de maintenance et d'entretien courant de l'équipement concerné. Confier au partenaire privé les tâches d'entretien et d'exploitation de base (« ordre de marche » ci-dessus évoqué) offre à l'exploitant public une garantie de disponibilité et d'absence de dérive incontrôlée des coûts (fréquemment observée pour ce type d'équipement non standardisé) ;

- il permet d'éviter le « mélange des genres » préjudiciable en général à la bonne gestion d'une activité culturelle en conservant en gestion publique (régie ou établissement public – EPCC pour les collectivités, EPA ou établissement *ad hoc* pour l'Etat) le cœur de l'activité (création artistique,

mise en valeur pédagogique du patrimoine) et le « risque fréquentation » qui l'accompagne. Une alternative possible consiste, lorsque l'enjeu sur la programmation n'est pas de même nature, à ce que la programmation culturelle et événementielle soit confiée à un second partenaire privé, en articulation avec le contrat de partenariat, sous forme d'une délégation de service public (DSP) de type affermage. Le risque d'exploitation est alors pris par ce second partenaire. Dans le cas d'une exploitation structurellement déficitaire, la DSP peut prendre la forme d'une régie intéressée. Des entreprises spécialisées se sont déjà positionnées pour répondre à des demandes de ce type ;

- il offre une grande souplesse dans le partage des responsabilités avec le partenaire privé. Ainsi lorsque la dissociation de la conception de l'ouvrage s'est avérée nécessaire (bien que l'on s'écarte ainsi de l'optimum de globalisation contractuelle), le transfert du contrat de maîtrise d'œuvre au partenaire privé que ce schéma implique a pu être mis au point et réalisé de façon satisfaisante, comme en attestent le cas du théâtre de Perpignan (architecte Brigitte Metra, Atelier Jean Nouvel) et celui des réserves du futur musée des civilisations de l'Europe et de la Méditerranée (MUCEM) (architecte Corinne Vezzoni). Ces deux projets, dont le premier devrait être achevé durant le premier semestre 2011, et pour lesquels les premiers retours d'expérience sont positifs, attestent que l'exigence architecturale peut s'accommoder d'une réalisation sous maîtrise d'ouvrage privée dans le cadre d'un contrat de partenariat ;

- il permet de confier au partenaire privé des activités « annexes » sources de recettes (restauration, hébergement, boutiques). Le transfert contractuel de la responsabilité de la bonne marche de celles-ci soulage l'acteur public d'un souci permanent tout en lui offrant une recette garantie ;

- il permet également de lui confier le cas échéant la partie « commerciale » de l'animation du lieu, lorsque ce dernier se prête à des activités différenciées dont certaines se distinguent des activités relevant du service public. Le « risque fréquentation » des manifestations organisées sous l'autorité du partenaire privé est alors assumé par ce dernier dans le cadre du contrat de partenariat. ;

- il permet enfin de restaurer, mettre en valeur et entretenir à long terme un patrimoine existant possédant souvent une valeur historique sans avoir à mobiliser d'emblée l'intégralité des capitaux nécessaires.

À noter que la spécificité technique des bâtiments à vocation culturelle, l'utilisation de bâtiments à caractère patrimonial, la dualité de gestion (« artistique » et « technique ») sont des facteurs qui contribuent fortement à justifier de la complexité des projets au regard des exigences imposées par le Conseil Constitutionnel.

Deux catégories semblent devoir être distinguées, parmi les projets aujourd'hui envisagés ou en cours :

- ceux relatifs aux infrastructures et aux fonctions de support logistique. À titre d'exemple, la Direction des musées de France a signé en 2009

un contrat relatif à la réalisation des réserves du futur musée des civilisations de l'Europe et de la Méditerranée (MUCEM). La négociation de ce contrat a offert l'occasion d'une réflexion approfondie sur le partage entre opérateur public et partenaire privé des tâches et des responsabilités relatives aux collections. Le partenaire privé ne se substitue en aucun cas au personnel scientifique en charge des collections, mais il est responsable de l'environnement de celles-ci (température, hygrométrie). Le mouvement physique des œuvres (manutention, transport) fait cependant l'objet d'une option qui n'a pas été levée à ce jour. Cette première réalisation pourrait être le précurseur du recours au contrat de partenariat pour la réalisation du Centre de recherche, de conservation et de restauration du patrimoine en Île-de-France, projet d'une tout autre ampleur.

Peuvent être rangées parmi les projets de cette catégorie les projets relevant des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC). Un premier domaine concerne la logistique de commercialisation (billetterie, réservation informatique). Ce domaine n'a pour l'instant été exploré qu'à petite échelle, et non sans difficultés (*cf.* l'échec du projet relatif à la billetterie du Château de Versailles). Un autre domaine envisageable est celui des réseaux de diffusion immatériels à caractère culturel, tels que ceux portés par la Bibliothèque nationale de France. Ces projets portent à la fois sur la création de contenus (numérisation de masse des ouvrages) et la mise en place des infrastructures de diffusion (réseaux de serveurs).

Pour ces projets, l'attrait du recours au contrat de partenariat réside dans la capacité à intégrer les différentes phases de conception, réalisation et mise en œuvre des outils techniques dans un même contrat, avec des obligations de résultat explicites assumées par un partenaire privé unique (même s'il a en charge de fédérer l'action de multiples entreprises). La procédure de dialogue compétitif paraît également propice à l'émergence de solutions techniques originales et surtout précisément adaptées au problème à résoudre. Ces deux aspects sont également déterminants pour limiter les dérives de coût inhérentes à ce type de projets ;

- les projets relatifs à la construction ou à la rénovation en profondeur de bâtiments à vocation culturelle (établissements recevant du public – ERP) tels que théâtres, salles de concert, musées... Ces projets impliquent la plupart du temps une relation complexe entre plusieurs acteurs :

- la collectivité publique donneuse d'ordre ;
- l'opérateur culturel (directeur artistique, conservateur...) ;
- l'architecte (lorsque la conception a été dissociée) ;
- le partenaire privé.

Le contrat de partenariat présente dans ce cas la particularité de contraindre à préciser les rôles et les responsabilités de chacun, et de contractualiser les interfaces. En effet, le partenaire privé ne pourra assumer les obligations de performances qui lui sont assignées par le contrat de partenariat que si les limites de son action et de ses responsabilités ont été clairement tracées.

Dans l'exemple du théâtre de Perpignan, si la Ville est le donneur d'ordre initial, en régime de fonctionnement c'est un EPCL (établissement public culturel local) qui aura en charge la programmation et l'animation du lieu, et sera l'interlocuteur au quotidien du partenaire privé.

Les projets culturels présentent enfin des particularités en matière de financement (subventions d'origines diverses) et de fiscalité. Sans entrer dans le détail, on peut estimer que les ajustements législatifs et réglementaires apportés en 2008 et 2009 ont permis d'établir la neutralité du traitement de ces questions dans le cadre d'un contrat de partenariat comparé à un montage classique.

Résumé

Ce rapport de Françoise Benhamou et David Thesmar est consacré aux politiques publiques de valorisation du patrimoine culturel de la France. Partant d'un état des lieux du patrimoine tangible et immatériel, il propose des éléments d'évaluation de l'importance de ce secteur dans l'économie, notamment en termes d'emplois et d'externalités sur le tourisme. L'argument avancé par les auteurs est en effet que le patrimoine est à la fois un outil et une résultante de la croissance. Il implique des coûts importants mais constitue un formidable levier pour le redressement d'une image et l'attractivité d'un lieu ou d'une région. À ce titre, il peut être considéré comme un actif qu'il faut valoriser. Mais cette logique de valorisation nécessite l'intervention publique car le secteur présente un certain nombre de défaillances de marché, que le rapport analyse en détail. Cela conduit les auteurs à s'interroger sur les politiques publiques à mener pour valoriser plus efficacement le patrimoine.

1. Le patrimoine culturel français : une logique de « *star system* »

La notion de patrimoine recouvre désormais de multiples composantes : les collections nationales et musées, les sites archéologiques et fouilles, les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire des monuments historiques, les secteurs sauvegardés, et, de plus en plus, un patrimoine non classé promu dans le cadre de la Fondation du patrimoine. Enfin, à ce patrimoine tangible s'ajoute un patrimoine immatériel incluant les savoir-faire et métiers d'art ou encore les fonds d'archives et bibliothèques.

Cette richesse du patrimoine est inégalement exploitée sur le territoire puisque cinq monuments historiques réunissent 56 % des visites, tandis que 50 % de la fréquentation muséale est concentrée sur 1 % des musées de France. Ce « *star system* » se traduit par une grande inégalité de revenus : seuls cinq monuments parmi ceux gérés par le Centre des monuments nationaux sont bénéficiaires parce qu'ils ont la fréquentation la plus élevée.

Si les biens patrimoniaux, qu'ils soient publics, comme c'est le cas de 50,5 % des bâtiments classés ou inscrits, ou privés, ont une valeur certaine

pour la collectivité, l'importance du secteur du patrimoine dans l'économie est difficile à évaluer. Les informations disponibles révèlent cependant que les dépenses publiques se rapportant au patrimoine atteignent 1,5 milliard d'euros en 2010. Mais la répartition entre dépenses publiques directes (subventions) et indirectes (dégrèvements fiscaux) est mal connue et la dépense privée très mal évaluée.

En revanche, un certain nombre de données permettent d'apprécier les emplois générés par le seul secteur du patrimoine à près de 100 000 emplois directs (conservateurs, gardiens, ouvriers d'art, etc.), quand le secteur culturel dans son ensemble emploie 492 100 salariés, ce qui place la France légèrement en dessous de la moyenne européenne.

2. Défaillances de marché et justifications de l'action publique

Plusieurs raisons, développées dans le rapport, justifient l'intervention publique dans le secteur du patrimoine.

Le caractère de *bien public* du patrimoine en est une : en l'absence d'intervention publique, les contributions des seuls usagers ne suffiraient pas à entretenir le patrimoine.

Les retombées du patrimoine sur le secteur marchand, et plus particulièrement sur le tourisme, en sont une autre. En effet, le fait que le secteur touristique bénéficie de l'entretien et la mise en valeur du patrimoine culturel mais y contribue peu constitue une *externalité positive* justifiant l'intervention publique. L'action publique est en outre d'autant plus nécessaire que le développement touristique a des effets négatifs sur la population (par exemple, renchérissement des prix des biens non échangeables, congestion des services publics). Enfin, le patrimoine culturel exerce une externalité positive sur certains métiers artisanaux ou artistiques, en leur permettant de survivre, voire de se développer et de générer des avantages comparatifs à l'export. Ceci étant, le rôle de la puissance publique n'est pas, d'après Françoise Benhamou et David Thesmar, de soutenir tous les métiers en disparition lorsque le marché ne suffit pas à le faire mais plutôt de concentrer les moyens à sa disposition vers les métiers d'art les plus prometteurs.

Les *coûts fixes* importants et les *rendements croissants* associés à l'offre de patrimoine constituent un troisième facteur de défaillance du marché dans ce domaine. Pour ce qui concerne le patrimoine immatériel numérisable (œuvres littéraires ou enregistrements musicaux tombés dans le domaine public), ces caractéristiques plaident pour un accès libre et gratuit. Pour le patrimoine tangible en revanche, cette logique de gratuité atteint ses limites. En effet, le coût marginal de l'entrée d'un visiteur de musée supplémentaire n'est nul que jusqu'à un certain niveau de fréquentation. Au-delà

de ce seuil, chaque visiteur finit par imposer des coûts supplémentaires d'obsolescence et d'encadrement qui doivent être pris en compte dans le prix du billet. Qui plus est, dans les musées et sites saturés, l'impact négatif de la *congestion* sur la qualité des visites doit être pris en compte, par exemple, en réglementant l'entrée et la circulation dans les centres-villes par des péages.

La dernière classe d'arguments en faveur de l'intervention publique dans le secteur culturel a trait au manque de *cohérence des préférences* des agents économiques et au souci de *redistribution* des politiques publiques. Il serait ainsi du ressort de la puissance publique d'inciter les individus sous-estimant les bienfaits d'expériences culturelles à visiter des musées et monuments. Si la nécessité d'intervenir auprès des jeunes publics en les éduquant à l'art ne fait pas débat, pour les autres agents économiques, l'argument est plus contestable car il repose sur une approche paternaliste nécessitant d'énoncer les critères de l'intervention publique légitime. Françoise Benhamou et David Thesmar sont tout aussi critiques à l'encontre des arguments justifiant l'accès gratuit au patrimoine sur des bases redistributives. D'une part, la régulation par les prix est un instrument moins efficace de redistribution que l'impôt sur le revenu et les politiques de transferts sociaux. D'autre part, les politiques de gratuité créent des effets d'aubaine et conduisent à se passer de recettes potentielles.

3. Pistes de réformes des politiques publiques de valorisation du patrimoine

Les recommandations de Françoise Benhamou et David Thesmar en matière de politiques publiques s'articulent autour de quatre grands axes et s'efforcent de prendre en compte la double préoccupation de conservation et de valorisation.

3.1. Évaluation et mesure

Comme toutes les politiques publiques, la valorisation et l'entretien du patrimoine doivent être évalués. Les auteurs recommandent pour ce faire d'aller au-delà des seules études d'impact, jugées insuffisantes, pour privilégier la *mesure de la disposition à payer des citoyens* qui, même si elle introduit des biais, permet d'évaluer la taille des externalités et donc le montant de subventions publiques légitime aux yeux des citoyens.

Par ailleurs, Françoise Benhamou et David Thesmar appellent à ce que soit constituée et mise à disposition du public *une base de données détaillées sur les collections nationales et le patrimoine classé et inscrit* qui comprendrait des informations telles que le nombre de visiteurs, les investissements, les dates et prix d'acquisition des œuvres, ou encore les horaires d'ouverture, etc. Parallèlement, il convient également d'améliorer l'appareil de suivi statistique du tourisme.

3.2. Consolidation du financement du patrimoine

Les externalités qu'exerce le secteur du patrimoine sur le secteur touristique en particulier sont à l'origine d'un problème d'efficacité économique que les auteurs du rapport proposent de résoudre en *augmentant la taxe de séjour à 6 %* du tarif d'une nuitée et en affectant son produit à l'entretien et à la valorisation du patrimoine. Il s'agit par là d'accroître la part du financement de l'entretien du patrimoine par le secteur qui en bénéficie le plus. Près d'un milliard d'euros pourraient ainsi être collectés.

Afin de pérenniser le financement du patrimoine, les auteurs prônent également une *tarification plus flexible* par les musées et monuments historiques. La tarification variable en fonction de l'heure et de la période devrait ainsi être généralisée. Les musées subventionnés par les contribuables devraient également pouvoir augmenter significativement les tarifs à destination des non-résidents de l'Union européenne, qui sont moins sensibles aux prix.

Enfin, il est recommandé de *créer des fonds de dotation* pour les grands musées, sur le modèle anglo-saxon de l'« *endowment* » et de responsabiliser les musées et monuments dans la gestion de leurs activités commerciales.

3.3. Préservation et diversité

Pour éviter que quelques lieux soient congestionnés quand tous les autres sont pratiquement déserts (logique de « *star system* »), Françoise Benhamou et David Thesmar recommandent d'*améliorer l'information du public sur les monuments et musées délaissés* et d'utiliser tous les outils numériques autorisés pour promouvoir le patrimoine dans toute sa diversité. Parallèlement, il convient d'évaluer le dynamisme des établissements culturels en matière d'accueil des écoles et lycées.

En outre, afin que les collections nationales puissent être étoffées dans un contexte de contraction des finances publiques, les auteurs proposent de *décentraliser les décisions d'investissement aux échelons les plus locaux*. Il s'agirait de rendre plus avantageux le transfert de monuments aux collectivités locales par la prise en charge de certains frais. Une autre piste consiste à simplifier et rendre plus transparentes les procédures d'acquisition par les musées, qui restent encore opaques. Il est également recommandé de mettre en place une procédure de cession d'œuvres et d'en affecter les recettes à de nouvelles acquisitions exclusivement.

Enfin, pour *mieux protéger le « petit » patrimoine*, qui n'est ni classé ni inscrit, les auteurs préconisent de mieux faire connaître l'action de la Fondation du patrimoine et de développer le mécénat par des campagnes d'information ciblées.

3.4. Valorisation du patrimoine immatériel

Comme la consommation du patrimoine immatériel numérisé n'engendre pas d'effet de congestion, il est légitime et économiquement efficace de *mettre ce patrimoine immatériel à disposition du public gratuitement*. Toutefois, la question se pose du financement de la numérisation des œuvres. Pour y répondre, Françoise Benhamou et David Thesmar proposent d'allouer une tranche du grand emprunt à la numérisation du patrimoine immatériel et d'investir dans la recherche et développement en matière de conservation des documents numérisés et d'amélioration des fonctions de recherche.

Concernant les métiers d'art, les auteurs proposent d'augmenter la taille de leur marché tout en accroissant le nombre d'intervenants sur ce marché par deux moyens complémentaires. D'une part, il s'agirait de *privilégier l'accompagnement à l'export* par exemple en encourageant davantage la présence des petites entreprises dans les salons internationaux. D'autre part, il conviendrait d'accroître le recrutement des filières et de rompre ainsi avec la logique d'hyper-sélectivité qui caractérise les métiers d'art.

Enfin, Françoise Benhamou et David Thesmar recommandent de *professionnaliser la valorisation des « marques culturelles »* par exemple en développant une agence de valorisation ou des programmes de formation continue à la négociation et plus généralement à la valorisation du patrimoine.

4. Commentaires

Philippe Mongin apprécie la manière dont les auteurs ont su utiliser les outils de la « sinistre » science économique pour proposer une analyse positive du patrimoine culturel et orienter la décision publique.

Déplorant la culture de l'« événementiel » des gestionnaires de patrimoine, il en vient néanmoins à critiquer le choix du titre du rapport car il laisse penser, à tort, que les auteurs préconisent sans réserves de rendre le patrimoine productif de valeur économique et financière.

Or, pour Philippe Mongin, valoriser le patrimoine au sens de multiplier les publics et de les attirer par des animations distrayantes ou des tarifs préférentiels n'est pas souhaitable. Aussi approuve-t-il les auteurs lorsqu'ils recommandent de développer les études sur les dispositions à payer, d'accroître le financement du patrimoine par le tourisme et d'augmenter les tarifs des grands musées.

Dans son commentaire, Philippe Trainar souligne l'intérêt d'une définition élargie du patrimoine culturel comme secteur et comme bien économiques, incluant le patrimoine intangible. Mais il déplore que les dangers de l'expansion continue du champ du patrimoine culturel, qui conduit selon lui à sa banalisation, ne soient pas pris en compte.

Il considère également que les auteurs sous-estiment, dans leur analyse des fondements de l'intervention publique, les dimensions politiques et budgétaires. Leur approche du patrimoine en termes de bien public et de consommation contrainte ne doit pas faire oublier que le patrimoine est d'abord un bien qui prend son sens par rapport à des objectifs politiques, qu'ils soient nationalistes, idéologiques, éducatifs ou identitaires. D'après Philippe Trainar, ce n'est pas la logique économique du patrimoine culturel qui s'impose à l'État pour définir ce qui est patrimoine et ce qui ne l'est pas mais c'est l'État qui impose sa logique au patrimoine culturel, dont il dérive ensuite une logique économique.

Enfin, s'il partage la plupart des recommandations des auteurs en matière de politique du patrimoine, il s'interroge sur l'efficacité des mesures de réglementation de la circulation des centres villes, car elles peuvent avoir pour conséquence une dégradation du bien-être des ménages moins fortunés contraints d'habiter en périphérie. Il souligne aussi la lourdeur bureaucratique qu'impliquent certaines mesures comme la création d'un fichier national des monuments bénéficiant de déductions fiscales. Le doublement des tarifs d'entrée des visiteurs résidant hors de l'Union européenne lui semble être une pratique discriminatoire allant à l'encontre de l'objectif de rayonnement de la France. Enfin, la proposition d'accroissement du recrutement des filières de métiers d'art et la rupture avec le système de cooptation qu'il implique lui paraissent discutables.

Summary

Promoting France's Cultural Heritage

1. France's cultural heritage: a 'star system' approach

These days, the concept of heritage covers multiple components: national collections and museums, archaeological sites and digs, historical monuments or those that are in the inventory, preserved districts, and, increasingly, unclassified heritage promoted under the *Fondation du Patrimoine* [Heritage Foundation]. Finally, this tangible heritage is joined to an intangible heritage, including know-how and the arts trades, as well as archival holdings and libraries.

This rich heritage is used unequally throughout the territory, because five historical monuments receive 56% of visitors, while 50% of museum-going is focused on 1% of France's museums. This 'star system' results in highly unequal income: only five of the monuments managed by the *Centre des monuments nationaux* (Centre for National Monuments) are benefiting, because they have the most visitors.

While heritage properties, whether public –as is the case for 50.5% of buildings rated or registered– or private, have a definite value for the community, the importance of the heritage sector in the economy is difficult to evaluate. However, the available information reveals that public expenses for heritage reached €1.5 billion in 2010. But the division between direct public spending (subsidies) and indirect public spending (tax credits) is poorly understood, and private spending is very under-evaluated.

On the other hand, a certain number of data make it possible to assess that close to 100,000 direct jobs (curators, guards, art workers, etc.) are generated by the heritage sector alone, while the cultural sector as a whole has 492,100 employees, which places France slightly below the European average.

2. Market defects and reasons for public action

Several reasons developed in the report justify public action in the heritage sector.

The *public good* attribute of heritage is one: in the absence of public involvement, the contributions of users alone would not be enough to maintain heritage.

The effects of heritage on the retail sector, particularly on tourism, are another. Indeed, the fact that the tourist industry benefits from the maintenance and promotion of cultural heritage, but contributes little to it, is a *positive externality* justifying public action. Moreover, public action is all the more necessary because increasing tourism has negative effects on the population (e.g. rising prices on non-tradable goods, congestion of public services). Finally, cultural heritage has a positive externality on certain artisanal or artistic business lines, letting them survive, even thrive, and generating comparative advantages on export. This being the case, the role of the government is not, according to Françoise Benhamou and David Thesmar, to support all of the endangered business lines when the market cannot do so itself, but rather to focus available resources on the most promising art trades.

The high *fixed costs* and *increasing returns* associated with existing heritage are a third factor in the market's defects in this area. As for digitisable intangible heritage (works of literature or musical recordings now in the public domain), these plead for free access. For tangible heritage, however, this free approach has its limits. Indeed, the marginal cost of one more museum-goer's ticket is zero - up to a certain attendance level. Beyond that threshold, each visitor ends up imposing additional obsolescence and agency costs that must be factored in to the ticket price. What's more, at the saturated museums and sites, the negative impact of *congestion* on visit quality must be recognised, e.g. by using tolls to regulate entry into and traffic within city centres.

The last category of arguments in favour of public action in the cultural sector has to do with the lack of *consistency in the preferences* of economic agents, and with the concern for *redistribution* of public policies. Thus, it would be the government's task to motivate those individuals who underestimate the benefit of cultural experiences to visit museums and monuments. Though there is no argument against the need for taking action with young people by educating them about art, for other economic agents, the argument is more debatable, because it relies on a paternalistic approach that means the criteria for legitimate public involvement must be spelled out. Françoise Benhamou and David Thesmar are just as critical of the arguments for free access to heritage on redistributive bases. Indeed, on the one hand, regulation by price is a less effective instrument of redistribution than income tax and social transfer policies. On the other hand, free access policies create windfall effects and result in going without potential revenues.

3. Paths of reform for public policies promoting heritage

The recommendations of Françoise Benhamou and David Thesmar in matters of public policy are built around four major focal points, and attempt to account for the dual concerns of conservation and promotion.

3.1. Evaluation and measurement

Like all public policies, promotion and maintenance of heritage must be evaluated. To do this, the authors recommend going beyond simple impact studies, which have been found inadequate, and instead using the *measurement of the citizens' willingness to pay*, which, even if it introduces biases, does make it possible to evaluate the size of the externalities and therefore the legitimate amount of public subsidies in the eyes of citizens.

Moreover, Françoise Benhamou and David Thesmar call for *a detailed database on the national collections and the classified and listed heritage* that would include information such as the number of visitors, investments, acquisition dates and prices of works, hours of operation, etc. At the same time, the method for statistical tracking of tourism should be improved.

3.2. Consolidation of heritage funding

The externalities that the heritage sector imposes on the tourism sector in particular are behind the issue of economic effectiveness which the report's authors propose to resolve by *increasing the visitor's tax to 6%* of the rate for one overnight, and allocating that income to heritage maintenance and promotion. Thus it is a way of increasing the share of funding for heritage maintenance by the sector that reaps the greatest benefit from it. Nearly one billion euros could be collected this way.

In the interest of more sustainable heritage funding, the authors also recommend *more flexible pricing* by museums and historical monuments. Pricing that varies according to time of day and time of year could be made universal. Museums that are subsidised by taxpayers should also be able to significantly increase prices for non-European Union residents, who are less price-sensitive.

Finally, they recommend *creating endowment funds* for the major museums, and making museums and monuments more responsible for managing their commercial activities.

3.3. Preservation and diversity

To prevent a few locales from being congested when all the others are practically deserted (the 'star system' approach), Françoise Benhamou and David Thesmar recommend *improving public information about underused*

monuments and museums, and using all authorised digital tools to promote the heritage in all its diversity. At the same time, the drive of cultural institutions in terms of hosting school and high school groups should be evaluated.

Furthermore, so that national collections may be enhanced during a period of shrinking public finances, the authors propose *decentralising investment decisions to the most local echelons*. It would mean making the transfer of monuments to local communities more beneficial with the assumption of certain costs. Another method consists of making museum acquisition procedures, which are still opaque, more simple and transparent. It is also recommended that a procedure be established for selling works and allocating the revenue exclusively to new acquisitions.

Finally, to *better protect 'minor' heritage*, which is neither classified nor listed, the authors recommend improving publicity for the Heritage Foundation's actions, and developing patronage with targeted information campaigns.

3.4. Promoting intangible heritage

As consumption of digitised intangible heritage does not create any congestion effect, it is legitimate and economically effective to *make that intangible heritage available to the public free of charge*. However, the question of funding the digitisation of the works persists. To answer it, Françoise Benhamou and David Thesmar propose allocating a tranche of the «Grand emprunt» (public borrowing for strategic expenses) to digitising the intangible heritage and investing it in research & development on conserving digitised documents and improving search functions.

Concerning the art trades, the authors suggest increasing the size of their market while also increasing the number of actors in that market using two complementary means. First would be *promoting support for exports*, e.g. by encouraging more of the presence of small companies in international trade shows. Second, increasing recruitment of professionals, thereby breaking with the hyper-selective approach that characterises the art trades.

Finally, Françoise Benhamou and David Thesmar recommend *professionalising the promotion of 'cultural brands'* by e.g. developing a promotion agency or continuing education programmes in negotiating and, more generally, promoting heritage.

4. Comments

In his comments, Philippe Trainar stresses the advantage of a broader definition of cultural heritage as an economic sector and asset, including intangible heritage. But he regrets that the dangers of continued expansion

of the field of cultural heritage, which he feels leads to its commoditisation, are not recognised.

He also considers that, in their analysis of the foundations of public involvement, the authors underestimate the political and budgetary dimensions. Their approach to heritage in terms of public good and limited consumption must not obscure the fact that heritage is above all an asset that gets its meaning from comparison with political objectives, be they nationalistic, ideological, educational, or identity-oriented. According to Philippe Trainar, it is not the economic approach to cultural heritage that is imposed on the government to define what is heritage and what is not, but the government who imposes its approach onto the cultural heritage, from which it then derives an economic approach.

Finally, though he does share most of the authors' recommendations in terms of heritage policy, he does question the effectiveness of measures regulating downtown traffic, because they may result in a decline in the well-being of lower-income households who are limited to living on the city's outskirts. He also stresses the bureaucratic burden of some measures, such as the creation of a national file of monuments that receive tax breaks. Doubling admission prices for visitors living outside the European Union seems to him to be a discriminatory practice, going against the objective of France's outreach. Finally, he finds the proposal to increase hiring in art trade connections, and breaking with the co-opting system it involves, debatable.

Philippe Mongin appreciates the way the authors were able to use the tools of 'sinister' economic science to propose a positive analysis of cultural heritage and guide the public decision.

Regretting the heritage managers' 'event management' culture, he nonetheless criticises the choice of title for the report, because it suggests, wrongly, that the authors recommend, without reservation, making heritage into something productive of economic and financial value.

For Philippe Mongin, promoting heritage in the sense of increasing its audience and drawing them in using entertainment or preferred pricing is not desirable. Thus he agrees with the authors when they recommend developing studies on the willingness to pay, increasing heritage funding via tourism, and raising prices for the major museums.

PREMIER MINISTRE

Conseil d'Analyse Économique

113 rue de Grenelle 75007 PARIS

Téléphone : 01 42 75 53 00

Télécopie : 01 42 75 51 27

Site Internet : www.cae.gouv.fr

Cellule permanente

Christian de Boissieu

Président délégué du Conseil d'analyse économique

Pierre Joly

Secrétaire général

Jézabel Coupey-Soubeyran

Conseillère scientifique

*Microéconomie
Économie financière*

Manon Domingues Dos Santos

Conseillère scientifique

*Économie des migrations
Économie du travail
Économie du développement*

Stéphane Saussier

Conseiller scientifique

*Économie des institutions
Économie des partenariats public/privé*

Thomas Weitzenblum

Conseiller scientifique

*Macroéconomie
Économie de la redistribution*

Christine Carl

Chargée des publications et de la communication

01 42 75 77 47

christine.carl@pm.gouv.fr

Agnès Mouze

Chargée d'études documentaires

01 42 75 77 40

agnes.mouze@pm.gouv.fr

