



# *La mue des musées*

*mémoire 2018  
Élisa Guillet  
DSAA design de produit*



## Remerciements

Je tiens à remercier  
le labo Cultur'elles, la promotion ISL  
2016 2018, ainsi que Danielle Martin,  
Cécilia Gurisik et Bruno Lavelle pour  
leur suivi de ce mémoire. Je remercie  
plus particulièrement Elizabeth  
Delphin, Lucile Valcher, mes parents  
et ma grand-mère pour leur soutien.



## Sommaire

Introduction	p.5
Musée et patrimoine	
<i>Analyse du terrain</i>	p.6
<i>Musées et musées de société, quels rôles?</i>	p.11
<i>Le patrimoine, qu'est ce vraiment?</i>	p.16
Les forces d'un réseau	
<i>Le numérique, quelles opportunités?</i>	p.22
<i>La marque de territoire, écosystème promotionnel?</i>	p.27
<i>Effet multiplicateur de la culture, investissement déclencheur?</i>	p.30
Mise en valeur du patrimoine	
<i>Hors les murs, dans le quotidien?</i>	p.32
<i>Des contextes adaptés, des publics plus concernés?</i>	p.35
<i>Publics absents, publics illégitimes?</i>	p.41
<i>Museomix, vers une plus grande réciprocité des échanges?</i>	p.44
Conclusion	p.50
Annexes	
<i>Entretien avec Pierre Salaud</i>	p.52
<i>Bibliographie</i>	p.54
<i>Sitographie</i>	p.57
<i>étude statistique du Musée Alsacien</i>	p.59



## Introduction

La culture est souvent présentée comme un levier de développement et de valorisation des territoires, notamment dans les villes où le tourisme culturel est perçu comme un facteur d'image. En Alsace c'est tout à fait le cas : le patrimoine et la culture sont considérés comme des ressources touristiques, économiques, identitaires. La cote du Musée Alsacien de Strasbourg auprès des touristes ne cesse de grimper. Mais dans une vision axée sur le tourisme, n'en oublierait-on pas les autres visiteurs ? Les strasbourgeois et les habitants des territoires alentours s'en désintéressent peu à peu.

J'ai appris lors de ma rencontre avec la directrice du Musée Mme Pottecher qu'aujourd'hui la direction du musée souhaite élargir son influence sur son territoire de proximité immédiate et faire évoluer son image auprès de ce public. Pour cela, elle envisage de lier Histoire et histoires à travers le prisme de sujets de société. Parmi eux, on peut nommer les formes de politiques, les modes de communication, ce qui fait identité ou encore les religions, et surtout les multiples visages de la culture alsacienne. Ce sont autant de sujets qui traversent les âges. Ces projets sont porteurs de partenariats multiples et d'ouvertures au territoire dans lequel un musée s'inscrit.

On peut donc se demander comment de nouvelles pratiques muséales enrichissent l'offre culturelle et participent à une hausse de l'attractivité d'un territoire. Nous verrons durant ce questionnement quels sont les enjeux d'une perméabilité exacerbée entre l'institution muséale et son environnement ainsi que les différentes postures des visiteurs, ainsi que des codes identitaires qu'il serait possible de m'approprier, de réinterpréter en tant que designer de produits.

Je m'intéresserais dans un premier temps au Musée Alsacien, aux rôles des musées de société plus globalement pour ensuite me questionner sur la définition du patrimoine et de ses enjeux. Dans un second temps, je me pencherais sur l'importance des réseaux, qu'ils soient numériques, économiques ou culturels. Ensuite, je me questionnerais sur plusieurs moyens de mise en valeur du patrimoine pratiqués actuellement : sortir le musée de ses murs, recontextualiser les objets culturels, capter les publics absents et les marathons créatifs dans le milieu muséal.

Étant membre du groupe de travail le Labo Cultur'elles avec Elizabeth Delphin, Laury Annerose, Cécile Drandreis et Nolwenn Yves, nous avons eu l'opportunité de mener des ateliers avec différents groupes scolaires strasbourgeois lors des temps périscolaires du midi : l'école Karine, l'école Guynemer 1 et 2 et l'école Schoepflin.

## Musée et patrimoine

### Analyse du terrain

Le musée de société qu'est le Musée Alsacien de Strasbourg me concerne donc en tant que designer mais aussi en tant qu'habitant. Il sera question ici de décrypter ses faiblesses mais aussi les forces et les opportunités qu'une telle structure offre. J'en dresserai un portrait à la fois factuel et sensible.

1. *Fiches signalétiques par musée*, Juan Torreiro, Victor Lepaux et Virginie Anquetin, 2013, voir dans les annexes

Vue du Musée Alsacien depuis la rue  
© Musées de la Ville de Strasbourg



Mme Pottecher, la directrice du Musée Alsacien, m'a fait parvenir une étude statistique<sup>1</sup> qui a été menée en 2013 par Juan Torreiro, Victor Lepaux et Virginie Anquetin pour chacun des neuf musées de la ville de Strasbourg. Une partie de la restitution de l'étude consiste en un ensemble de graphiques synthétisant les résultats (obtenus soit par questionnaire soit par le service statistique de la Direction des musées de Strasbourg). L'étude porte sur les visiteurs de chaque musée, leurs modes de visite, leurs caractéristiques socio-professionnelles, ainsi que leurs motivations à venir dans ces musées.

Cette étude nous permet déjà d'établir quelques constats. Le Musée Alsacien est le second musée de Strasbourg en nombre de visiteurs et son public est fortement touristique (qu'il soit français ou étranger). Une part importante des visiteurs est occasionnelle et ces visiteurs fréquentent généralement peu les musées. Il semblerait que la découverte du musée se fasse aussi bien par le biais de la communication institutionnelle que par hasard.

En ce qui me concerne, cela confirme mon intuition première : le public strasbourgeois n'est pas le plus représenté et quand il l'est, il l'est car il est là pour accompagner quelqu'un d'autre (enfants, amis) et non pour des motivations personnelles qui l'amèneraient à réitérer sa visite, toujours accompagné ou seul.

Cette visite, je l'ai faite accompagnée d'Elizabeth un samedi après-midi de novembre. Nous nous étions donné rendez-vous devant le musée Alsacien. Une fois là-bas, Elizabeth me dit au téléphone qu'elle est devant le musée. Elle n'avait pas remarqué la façade du Musée Alsacien et m'attendait devant le Musée Historique de la ville de Strasbourg.

Il fait partie intégrante du paysage architectural et c'est ainsi qu'il est passé à moitié inaperçu. Il se trouve certes dans la ville mais appartient pas à la métropole contemporaine. Il se situe dans un autre temps, le XVII<sup>e</sup> siècle. En 1600, date approximative de sa construction, cette vaste bâtisse était alors occupée par la famille de négociants Eschenauer. Leur commerce prospérait grâce à la position idéale de la maison, placée en face des bâtiments de la Douane, où se trouvait alors le port de Strasbourg. Au début du XX<sup>e</sup> siècle, la principale préoccupation des fondateurs du Musée Alsacien est de *«trouver une maison ancienne offrant le type caractéristique de la demeure strasbourgeoise du XVII<sup>e</sup> siècle, assez vaste et située de façon à faire bonne figure dans notre ville»*.

Nous franchissons alors le porche du bon musée. Nous quittons le petit trottoir des quais de l'Ill remplis de gens pressés et de vent glacé. On y entre comme on entrerait dans sa maison d'enfance, par un passage sombre qui vous prépare à l'ambiance intimiste qui y règne. L'espace d'accueil baigne dans une ambiance feutrée, pas un bruit ne parvient à nos oreilles à part les deux dames aux caisses qui chuchotent presque.

Nous prenons nos tickets et nous dirigeons vers la visite qui commence par un massif escalier de bois sombre. Nous ne savions pas que c'était le premier d'une longue série. Nous pénétrons dans la première salle: des meubles sombres sous cloches, deux reconstitutions de pièces à vivre vitrées nous mettent à distance alors qu'au contraire, nous aurions bien envie de tirer les lourdes portes de bois des buffets et d'ouvrir les tiroirs fleuris. Nous remarquons que les cartels sont des plaquettes accrochées par une ficelle au mur, mais à notre grande surprise, rien au verso. Je m'interroge alors sur le choix d'un tel format qui invite à la manipulation mais qui n'en saisit pas toutes les possibilités (peut-être jouer sur des devinettes, des questions réponses, l'effet de surprise d'une explication, d'un zoom, un détail?). Nous remarquons que contre les fenêtres il y a une table entourée de banquettes en bois (et pas de panneaux "Interdit de s'asseoir"! ). Sur la table, divers livres sont disponibles à la consultation, et il y a également un support avec des échantillons de bois colorés et les spécificités techniques de chacun, invitant à la manipulation.

Nous sortons de cette première partie en empruntant une coursive donnant sur une cour intérieure. Nous continuons la visite tout en hésitant sur les chemins à suivre. Droite ou gauche? On monte ou on descend? On a loupé une salle, comment faire le chemin inverse? C'est un dédale de possibilités qui s'offre à nous.

Les petites fenêtres aux différents étages laissent entrer une lumière tamisée, filtrée par des carreaux irréguliers. Le regard reste captivé par l'ambiance qui règne ici. D'ailleurs, d'autres sens sont sollicités. Le plancher craque sous les pieds des visiteurs devenus ses nouveaux habitants, habitants momentanés qui remplissent leurs poumons d'odeurs de bois et de pomme. Les reconstitutions font du visiteur un occupant anachronique. Il en deviendrait presque indiscret, passant son visage curieux dans les lits en alcôve, comme à la recherche d'un habitant resté endormi ici. En se rendant dans la cuisine, une part de kougelhofp oubliée là ravirait ses papilles. Cette brioche à pâte levée, dont les premières apparitions dateraient du XVIII<sup>e</sup> siècle, doit son apparence caractéristique à son moule, qui lui donne une forme haute, cannelée et creusée en son milieu. Voir du linge encore humide étendu dans la stube ne l'étonnerait pas plus que ça. Cette pièce traditionnelle des maisons médiévales alsaciennes était la seule chauffée en hiver. Elle est le centre de la vie familiale et sociale de la maison et remplit les rôles à la fois séjour, salle à manger, salle de réception. Les boiseries et le poêle qui la garnissent

contribuent à l'impression de chaleur et de confort qui s'en dégage. Dans cette scénographie immersive, des objets ordinaires du quotidien de l'Alsace rurale d'autrefois côtoient des pièces bien plus singulières à travers lesquelles le visiteur se projette sans encombre. Des dégorgeoirs à moulins et une chaise d'accouchement d'un autre temps sont exposés non loin d'objets aux évocations bien plus actuelles comme des oeufs à reprendre que nos grand-mères utilisent toujours ou encore les maisons de poupées étrangement semblables à leurs équivalents actuels que sont les Playmobils ou autres Polly Pockets.

Le visiteur se projette différemment de pièce en pièce, de thématique en thématique. Le passage d'un univers à un autre est à la fois fluide et dispersé, comme lorsque l'on revient dans un lieu familier, dont on aurait connu les moindres recoins et que l'on explore dans une autre temporalité afin de bien vérifier que tout est comme avant.

Le cheminement est alors à la fois méticuleux et frénétique, passant des pièces boisées aux coursives fraîches et verdoyantes. Le visiteur grimpe un étage, tourne, pousse une première porte, ressort par une autre, se faufile dans une autre pièce avec cet emballement que déclenchent les chasses aux trésors. Les coursives se succèdent, chacune menant à des salles thématiques (jouets, fêtes, vêtements *etc.*). À un moment, nous nous demandons si nous avons suivi le bon chemin en passant de la circoncision au mariage en passant par l'accouchement, le sens de ces événements étant inversé chronologiquement.

C'est en remarquant des numéros pour l'audioguide que nous déduisons que nous sommes dans le bon sens. Ensuite vient le tour de la thématique des religions. Beaucoup de vocabulaire nous manque et peu d'explications nous sont fournies, les cartels se font plus anciens. L'ensemble de ceux-ci est au final assez hétéroclite sur l'ensemble du musée. La directrice du Musée Alsacien, rencontrée quelques jours après cette première approche, m'a confirmée que des efforts d'actualisation étaient déjà en cours sous la précédente direction mais que c'est une démarche qui nécessite des moyens et du temps. Remplacer les vieux cartels explicatifs par des neufs sans en changer le contenu ne serait pas très judicieux.

La dernière pièce visible était la stube, pièce traditionnelle et chaleureuse, reconstitution de celle d'une ferme de Wintzenheim, mais tellement mal éclairée que l'on n'y voyait pas grand chose. J'aurais souhaité pouvoir m'attarder plus longuement dans cette pièce pour m'en imprégner totalement.

Pour conclure, nous sortons du musée en repassant par l'accueil. L'accueil fait également office de boutique souvenir qui est cependant assez peu fournie. Nous partageons un avis mitigé: les objets présentés sont intéressants, ce bâtiment labyrinthique est plutôt amusant à parcourir (sauf pour les personnes à mobilité réduite je suppose), tout nous parle d'authenticité mais les explications sont souvent trop en surface. Tout un chacun n'est pas spécialiste des moeurs alsaciennes, mais cette maison contient tous les ingrédients de la vie quotidienne, qu'elle soit passée ou présente. La cuisine, les jouets, les religions, le moment du coucher aussi bien que le mariage sont ici. L'étranger fait le lien entre ses propres expériences et celles d'autrui, d'hier à aujourd'hui.

En ce lieu hors du temps, Histoire et histoires se mêlent indéniablement.

## Musée et patrimoine

### Musées et musées de société, quels rôles?

Il ya plusieurs définitions des rôles du musées. Ces définitions sont plus ou moins précises en fonction du type de musées qu'elles concernent. Le Musée Alsacien est quant à lui un musée de société.

Pour commencer de manière globale, la Charte de Venise<sup>2</sup> de l'UNESCO rédigée en 1964 énonce trois missions muséales: la conservation, la commémoration et l'usage.

Le Conseil International des Musées (The International Council of Museums ou ICOM) est une organisation non-gouvernementale en relation avec l'UNESCO et créée en 1946. Dans son code de déontologie<sup>3</sup> de 1986, on trouve la définition suivante:

*«Un musée est une institution permanente sans but lucratif au service de la société et de son développement ouverte au public, qui acquiert, conserve, étudie, expose et transmet le patrimoine matériel et immatériel de l'humanité et de son environnement à des fins d'études, d'éducation et de délectation».*

La mission d'usage de la Charte de Venise et celle de délectation, qui est le plaisir sensible ou d'ordre intellectuel que l'on savoure pleinement, du code de déontologie de l'ICOM me touchent particulièrement en tant que designer. En effet, il s'agit non seulement de permettre une pratique du patrimoine mais aussi d'assurer le plaisir que l'on retire de cet apprentissage.

J'aimerais revenir sur les rôles du musée pour me concentrer plus spécifiquement sur ceux des musées de société. Pour la Fédération des Écomusées et des Musées de Société, la FEMS, c'est surtout une communauté de vision projet, des gens rassemblés autour de valeurs communes portant des projets culturels, qui fait le musée. Leurs contributions au développement des territoires fait sortir ces musées de leurs rôles premiers énoncés dans la Charte de Venise et dans le code de déontologie de l'ICOM. Ces musées ont généralement pour but de favoriser une appropriation sociale du patrimoine culturel afin d'en faciliter la valorisation, l'étude et la préservation dans l'intérêt des générations futures. C'est pourquoi les musées de société observent, analysent et questionnent la société et se trouvent être à présent des espaces d'intermédiation interculturels et intergénérationnels au service de populations plurielles. La FEMS donne quatre systèmes de projets que les directions muséales se doivent de porter. Nous avons tout d'abord les projets au présent pour interroger l'avenir

2. Charte internationale sur la conservation et la restauration des monuments et des sites dite Charte de Venise, 1964.

3. Code de déontologie de l'ICOM, adopté à l'unanimité par la 15e Assemblée générale de l'ICOM, réunie à Buenos-Aires (Argentine) le 4 novembre 1986.

à la leur des enseignements du passé, puis les projets construits et portés par des hommes et des femmes, qui questionnent la société sur un territoire donné. Nous avons également les projets scientifiques nourris par l'analyse et la confrontation des points de vues sur des questionnements contemporains et enfin les projets culturels pour partager avec le public, restituer des connaissances et contribuer au développement culturel, économique et social des territoires.



Vue de l'écomusée d'Ungersheim  
© Ma planète

Pour illustrer ce dernier point, j'aimerais vous parler de l'article «La scénographie du cochon et de la choucroute: Mémoire d'écomusée d'Alsace» écrit par Marc Grodwohl<sup>4</sup>.

4. Marc Grodwohl, « La scénographie du cochon et de la choucroute : Mémoires d'écomusée d'Alsace (1984-2006) », Culture & Musées, n°13, 2009, pp. 131-151.

Cet article décrit le fonctionnement de cet écomusée qui se trouve à Ungersheim. Il a pour but de valoriser des patrimoines matériels et immatériels des arts et traditions populaires de l'Alsace dans ce site.

Un point du texte a attiré mon attention. L'auteur stipule que pour faire passer un message, il n'est pas nécessaire de rester dans la reproduction du passé. C'est avec cette non-nécessité qu'il justifie une des activités proposées aux visiteurs : faire cuire des pizzas plutôt que des flammekueches dans les fours de l'écomusée. Cette initiative est critiquable. L'intention de transposer une pratique afin d'en faciliter la compréhension est louable mais elle est ici maladroitement exécutée. La flammekueche et la pizza sont toutes deux élaborées à partir des restes de pâte à pain, mais sont garnies selon les origines géographiques. Ces deux mets existent depuis des temps immémoriaux, mais peut-être pas sous les formes qu'on leur prête de nos jours, et sont les représentations de moments de convivialités. Le fait de substituer la flammekueche par la pizza pose alors question. N'aurait-il pas mieux valu adapter simplement la recette traditionnelle (pâte, crème fraîche ou fromage blanc, oignons, lardons) selon les produits typiques d'autres régions de France par exemple ou d'autres produits alsaciens ?

Voici un extrait des paroles de Marc Grodwohl lors du colloque Musées et Sociétés qui s'est tenu à l'écomusée d'Alsace en juin 1991<sup>5</sup> : « On y trouve une majorité de choses faussement vraies, mais vérifiées par l'expérience des visiteurs. L'essentiel est que le public s'y retrouve, car le rôle du musée n'est pas tant d'apporter au public des informations qu'il a déjà, mais plutôt de l'aider à mettre des informations en ordre. ». Le fait de prétendre que le public a déjà les informations est faux. Il ne s'agit pas uniquement d'apporter des informations supplémentaires, mais aussi de faire le lien avec l'historique d'un produit par exemple.

5. Colloque national Musées et Sociétés, Mulhouse-Ungersheim, juin 1991

C'est ce qu'a fait l'association IDeE de Strasbourg dont les membres, designers, se sont attaqués à ce monument de la tradition alsacienne: le moule à kougelhopf. J'ai eu l'occasion de discuter avec Grégoire Ruault, designer et membre de l'association, lors de la journée de Rencontres In Situ Lab. Ils ont souhaité imaginer une évolution contemporaine à ce symbole afin qu'il puisse perdurer au delà des boutiques à touristes. Car en effet, le kougelhopf n'est pas qu'une recette. Sa forme caractéristique le lie à son moule, et son moule c'est tout un savoir faire, à la fois artisanal, traditionnel et industriel, à en juger l'activité des villages de potiers comme Soufflenheim.



Prototypes des projets *Sushopf* par Camille Remond, *Kougelopf* par Nicolas Reydel, *140%* par les V8 Designers et *Kugelof* par les V8 Designers également  
© Association IDeE

L'enjeu était donc pour eux non seulement de revisiter un objet (le moule) traditionnel, mais aussi d'insuffler une démarche contemporaine et singulière dans la production locale. Les designers ont proposé une dizaine de maquettes. Elles ont été réalisées avec diverses techniques faisant appel au prototypage rapide (usinage numérique, stéréolithographie, ...) afin d'appuyer l'idée d'une rencontre entre un patrimoine historique et la technologie d'aujourd'hui. Les différents projets ont été débattus. Le choix final, opéré en collaboration avec la Région Alsace, Walter Logel et Léon Olland, de la fédération patronale de la boulangerie et boulangerie-pâtisserie du Bas-Rhin et les conseils du pâtissier Jean Philippe Goehry s'est porté sur une barre de mini-kougelhops, représentant l'esprit de partage et de convivialité. Ils ont ensuite été distribués chez divers commerçants boulangers pâtisseries afin de faire un lien direct et non pas décalé comme dans une boutique souvenir.

Le projet choisi a été développé en faïence par un artisan afin de conserver cette caractéristique traditionnelle. Le succès a été fulgurant, le nombre de produits vendus a été dix fois supérieur à leurs prévisions. Je trouve ce projet assez juste dans le sens où les designers ont su s'approprier la forme et les usages faits du moule sans perdre les caractéristiques principales formelles et sémantiques de cet objet. L'usager est invité à pratiquer de manière contemporaine une tradition sans en perdre l'essence.

Pour l'instant, ces initiatives restent très localisées, peu médiatisées et font figures de précurseurs, voir d'expérimentations. Désormais, la difficulté est de développer ces pratiques résolument contemporaines et collaboratives afin que tout un chacun puisse se sentir concerné. Il serait idéal que ces pratiques deviennent la norme en matière de création contemporaine en lien avec un territoire, mais aussi des sources d'élargissement des collections et des regards portés sur des cultures pour les institutions culturelles.



Projet choisi et produit *Minikoug* de Jean Luc Weimar  
© Association IDeE / Jean Luc Weimar



## Musée et patrimoine

### *Le patrimoine, qu'est ce vraiment ?*

Le patrimoine, c'est l'idée d'un héritage légué par les générations qui nous ont précédés. Cet héritage est préservé et transmis tel quel ou augmenté dans le but de le transmettre aux générations futures. Le patrimoine ne se conjugue pas qu'au passé, il évolue et s'enrichit, créant ainsi un patrimoine pour demain. Le patrimoine culturel relève du bien public et du bien commun. Il est constitué et partagé par la communauté, à différentes échelles. Son accès se doit d'être le plus large possible. Dans nos sociétés contemporaines, toutes les composantes d'une vie, comme étudier, voyager ou travailler, ont changé d'échelle pour repousser toujours plus loin, et plus vite, les possibles. Au milieu de cette croissance mondiale, la notion de patrimoine peut paraître archaïque. Seulement, chacun entretient d'une façon ou d'une autre ce lien nécessaire avec son passé individuel et/ou sa mémoire collective. Les identifications au sein d'un même groupe patrimonial ne sont pas nécessairement les mêmes, et les musées l'ont bien compris.

Mais alors, quels sont les enjeux gravitant autour de la représentation et de la diffusion de patrimoines? Pour répondre à cette interrogation, quatre extraits vont être comparés: un extrait de l'article «Centre et milieu : des activités hors les murs, l'expérience du Centre Pompidou» de Claude Fourteau<sup>6</sup>, l'extrait d'un article de la revue Pour «Notre patrimoine: une responsabilité partagée» écrit par l'inventeur du terme d'*écomusée* Hugues de Varine<sup>7</sup>, puis l'extrait d'un ouvrage de Marc Terrisse intitulé *Le musée dans tous ses états*<sup>8</sup>, et enfin l'extrait d'un dernier article, «De la muséographie participative» signé Jean-Claude Duclos<sup>9</sup>.

Nous allons commencer par voir comment le patrimoine et l'identité qu'il représente concernent un ensemble de personnes, chacune ayant un regard subjectif. La mutualisation de ces regards individuels nécessite malgré tout des démarches collectives afin d'être efficiente, c'est ce qu'explicitera une seconde partie. Dans un troisième temps, nous détaillerons en quoi ces collaborations tiennent compte de temporalités diverses et dans lesquelles elles s'inscrivent. Ces collaborations ont toujours des finalités correspondantes, dont le mot d'ordre est la transmission, transmission qui sera l'objet de la quatrième et dernière partie de cette analyse croisée.

6. Claude Fourteau, «Centre et milieu : des activités hors les murs, l'expérience du Centre Pompidou», La Lettre de l'OCIM, 1995, n°40, p. 23-26.

7. Hugues de Varine, «Notre patrimoine : une responsabilité partagée», Pour 2007/1 (N° 193), p. 36-40.

8. Marc Terrisse, *Le musée dans tous ses états*, Roubaix, éditions Complicités, 2012, 153 pages, Collection Muséo-Expographie.

9. Jean-Claude Duclos, «De la muséographie participative», L'Observatoire 2012/1 (N° 40), p. 45-49.

Tout d'abord, Jean-Claude Duclos nous rappelle qu'un patrimoine est porté par des personnes représentantes, des « *témoins* ». Ainsi, ces personnes font un témoignage subjectif et le musée restitue cette vision subjective lors de l'étude d'un patrimoine particulier. Cette subjectivité entraîne nécessairement un positionnement différent de celui de l'Histoire, avec ses particularités. Et c'est pour Duclos non pas une tare mais une réelle plus value que d'avoir des témoignages vraiment éloignés des représentations habituelles. Le regard subjectif que commente Claude Fourteau n'est pas celui du « *témoin* » mais celui des destinataires de ces legs, qui vont être touchés de différentes manières par des architectures (ici, qu'elles soient pour la bourgeoisie ou pour les sans-abris). En effet, le visiteur a lui même un bagage socio-culturel et ses propres expériences. Un visiteur se sent alors concerné en un endroit autre que le visiteur voisin. C'est ce que soutient Marc Terrisse aussi, mais en faisant un écart plus grand car le visiteur qu'il analyse est le touriste, vraisemblablement étranger. Le contraste entre deux cultures peut alors être trop marqué et entraîner une incompréhension, ou au contraire le touriste peut se rendre compte de similitudes ou thématiques communes en comparant ce à quoi il est confronté avec sa propre expérience.

Avoir du recul face à un patrimoine est aisé, mais le problématiser, tisser des liens entre les vécus passés et présents est plus délicat. Fourteau écrit même sur l'importance de points de vue tournés vers le futur qui permettent alors de problématiser plus en avant.

Il apparaît clairement que la restitution et la réception d'un patrimoine passent nécessairement par l'empreinte de la subjectivité, que ce soit du côté du porteur de mémoire ou du destinataire du message. Chaque individu a un vécu et donc un point de vue. Seulement, arriver un moment où rassembler, fédérer, mutualiser les savoirs, et les compétences pour les restituer, devient incontournable.

Tous les auteurs expriment un même point de vue. La notion de pluridisciplinarité est présente dans les quatre textes. Duclos, Terrisse et Fourteau démontrent que cette mutualisation des compétences et des savoirs est essentielle quant à une restitution complète et riche d'un patrimoine. De nombreux professionnels sont alors concernés. Bien que Hugues de Varine soit en accord avec ce constat, son positionnement diffère légèrement. Son texte expose l'importance de la répartition des tâches pour une transmission efficiente, mais souligne que tous les citoyens sont concernés et devraient pouvoir,

ou plutôt ont le devoir d'apporter leur concours à des missions patrimoniales. Pour lui, la démarche doit être constante et nécessite l'implication de chacun tandis que Duclos définit la démarche participative comme une négociation, voir une transaction, délimitée dans le temps (on observe différentes temporalités pour les différents acteurs). Et c'est également ce qu'exprime Fourteau dans son article. Le public s'engage, « adhère », pour une durée limitée qu'il pourra renouveler, tandis que la structure étudiée ici, le Centre Pompidou, voit sa démarche établie dans la durée, le succès des adhésions conditionnant sa pérennité. Le postulat de Varine est à l'exact opposé, il revendique une coopération entre acteurs individuels et collectifs qui ne serait pas contractualisée mais qui serait un devoir citoyen. Il va même jusqu'à écrire que si les structures institutionnelles manquaient à ce devoir citoyen, la responsabilité en revient au citoyen de continuer ses missions. Fourteau et Duclos ne vont pas aussi loin. Ce dernier nous explique que le musée, ou la structure culturelle, est un outil de rassemblement des témoignages individuels et collectifs. Par exemple, le discours d'une exposition se doit de venir du groupe identitaire concerné par le patrimoine en question. L'exposographie est donc dépendante de la participation des personnes concernées ou des professionnels sollicités. Les personnes concernées par un patrimoine ne sont pas nécessairement les représentants de celui-ci. Pour Fourteau, c'est un groupe extérieur à un certain patrimoine à la base qui se retrouve concerné car il vit au contact de celui-ci. La médiation autour du patrimoine bâti d'autrefois est un moyen de sensibiliser les citoyens d'aujourd'hui et de leur permettre de s'en délecter.

En effet, la temporalité est une notion qui revient dans tous ces extraits. Sa prise en compte est la composante de différents aspects de la considération d'un patrimoine.

Tout d'abord, Duclos juge nécessaire de repérer les étapes de l'existence d'un groupe ou d'un individu afin que cette chronologie se retrouve dans les expositions pour bien en comprendre le contenu et en optimiser la retransmission. On observe que dans le texte de Fourteau, la chronologie est en effet un outil de compréhension mais également un outil organisationnel. Seulement, on comprend à travers les propos de l'auteur que cette chronologie n'est jamais finie, car un patrimoine n'est pas figé dans le temps et continue de vivre. Terrisse rejoint surtout ce point de vue en exprimant une notion d'évolution dans la constitution d'un patrimoine et de l'identité qui en découle. (On peut illustrer ce point grâce au projet *Make Oiasso great*

*again* imaginé pour l'édition 2017 au Musée Oiasso à Irun en Espagne, où les créateurs ont joué sur le contraste entre deux empires, l'empire antique romain et l'empire capitaliste occidental des États-Unis sous Trump. Le projet est plus détaillé dans la partie traitant du *Museumix*.) Le discours de Varine est semblable mais établit un autre impératif que celui de la chronologie: celui de l'enrichissement d'un patrimoine afin de le préserver d'une éventuelle consommation par le public comme on consommerait une machine à laver, et donc d'un appauvrissement sur le long terme. Il note que l'enrichissement d'un patrimoine est une évolution naturelle. Le discours de Duclos rejoint ici celui de Varine. Selon lui, une exposition est limitée dans le temps (cinq ans maximum) car au delà, le regard porté a évolué et n'est plus en adéquation avec l'actualité. À plus court terme (environ deux ans), il n'est pas utile de revoir tout le discours mais des adaptations sont nécessaires afin de concilier efficacement les porteurs de mémoire et les historiens. Fourteau émet un constat similaire mais plus général et nuancé: il y a certes une constante évolution mais il y a également des repères fixes, des « *signes* » qui peuvent être assimilés, des ancrages.

Nous parlions de chronologie, mais Duclos nous rappelle que cette chronologie ne va pas que vers l'avant. Si évolution il y a, c'est bien grâce à des aller-retours entre passé et présent. Varine se positionne à l'opposé en expliquant que le patrimoine s'enrichit au fil du temps mais cette fois dans une visée future, questionnant la continuité de la mémoire collective.

La question des buts et des devenirs n'est pas propre à cet auteur. En effet, tous émettent des points de vue sur la transmission.

Dans un premier temps, tous les auteurs exposent le patrimoine et ses représentations comme des outils utilisables à des fins pédagogiques. Fourteau et Varine ajoutent que ce sont également des outils de sensibilisation citoyenne, à destination des habitants présents et futurs. Terrisse n'axe pas seulement sa pensée autour des habitants mais également autour les touristes en établissant que le patrimoine est alors un outil de médiation actif entre visiteurs et habitants. Pour lui, la transmission a alors un double sens. Le patrimoine (ici le patrimoine mondial) et ses représentations deviennent des outils de dialogues multiculturels, le patrimoine n'étant pas réservé au seul groupe qui s'y identifie mais a au contraire besoin d'ouverture pour s'enrichir au contact des autres.

Dans un second temps, dans trois extraits nous retrouvons des avis émis quant aux institutions culturelles (sans spécificité pour Varine, les musées en général pour Duclos, le centre Pompidou pour Fourteau). Le positionnement le plus institutionnel, traditionnel, est celui observable dans le système de promenade décrit dans l'article de Fourteau. Le discours est certes dispensé sous une forme décalée mais son contenu est émis par des connaisseurs, des architectes et des urbanistes. C'est au public de voir ensuite ce qu'il peut en faire, comment dépasser ce premier palier symbolisant plus l'exposé que l'interprétation. À l'opposé, Varine est encore une fois assez radical en exposant que la gestion du patrimoine et sa représentation sont la responsabilité des citoyens. Ils devraient pouvoir, et le doivent, agir « *sans attendre toujours que le salut vienne d'en haut* », allant ainsi vers une forme d'autonomie de transmission, déliée de barrières institutionnelles et politiques. L'article de Duclos peut être posé entre ces deux autres. Il nous y expose que le dialogue entre l'institution qu'est le musée et les porteurs de mémoire, qui sont finalement les sources du contenu des expositions, est fondamental mais que c'est ensuite au musée de prendre le relais et de donner forme aux discours. Pour lui, le musée ne peut présenter de visions subjectives, des témoignages, différentes versions, que parce qu'il est neutre et ainsi ne prend pas parti.

Pour conclure, le patrimoine et l'identité qu'il représente concernent et rassemblent un ensemble de personnes et d'acteurs en tout genre. Ces collaborations s'inscrivent dans des temporalités diverses mais qui ont toujours pour but d'aller vers une meilleure organisation, une meilleure compréhension, et une meilleure transmission. On a également vu que l'institution culturelle peut tenir différents rôles, des plus institutionnels aux plus progressistes.



## Les forces d'un réseau

### *Le numérique, quelles opportunités?*

Dans la mouvance contemporaine, un grandissant nombre de musées souhaite actualiser leurs pratiques et notamment à travers l'usage du numérique sous différents aspects. Les nouvelles technologies sont des atouts supplémentaires pour attirer le public, et ne remplacent pas l'espace physique du musée, qui est toujours nécessaire. Le numérique permet d'augmenter certaines expériences. Cependant, le numérique dans l'enceinte des musées peut diminuer les dimensions sensibles des collections, et il est nécessaire de prendre en compte dans la muséographie les supports multimédias afin d'en avoir un usage judicieux et innovant et non pas plaqué sur l'existant. De plus, l'usage de nouveaux supports et médias n'est pas réservé à un usage interne aux musées.

Il semble nécessaire de rappeler les bénéfices que peuvent avoir ces nouvelles technologies à l'intérieur des musées, soit comme supports informatifs à la visite, soit comme un moyen d'augmenter l'expographie ou la médiation. Il permet de proposer sous une forme plus riche et plus dynamique des informations par rapports aux traditionnels textes informatifs et cartels. En effet, le multimédia permet alors de mêler son, images, textes sur un même support explicatif. Les informations peuvent alors aller au delà des informations premières de l'exposition en reliant le contenu à des contextes plus larges, comme le contexte social, historique et autres.

Le numérique dynamise considérablement les contenus car on peut s'en servir comme outil d'interaction entre le visiteur et l'exposition. Baptiste Bureau et Jean-Christophe Dumont, tous deux designers intégrés à la structure d'Universcience à Paris, s'emploient justement à créer ce genre de dispositif. J'ai eu l'occasion d'assister à la conférence qu'ils ont donnée à la HEAR intitulée *Anatomie d'un élément d'exposition interactif: du scénario à l'objet*.<sup>10</sup>

10. Baptiste Bureau et Jean-Christophe Dumont, Anatomie d'un élément d'exposition interactif : du scénario à l'objet, lors de la journée d'étude « Modèles didactiques – Représenter la nature dans toutes ses dimensions », Haute École des Arts du Rhin, Strasbourg, jeudi 23 novembre 2017.

Ils conçoivent les « *manips* », ces dispositifs à manipuler dans

les expositions à la Cité des Sciences et de l'Industrie. Ils ont identifié l'anatomie d'une *manip* type: tout d'abord nous avons une interface manipulable (numérique ou physique), puis le coeur technique (les mécanismes invisibles aux yeux du visiteur),

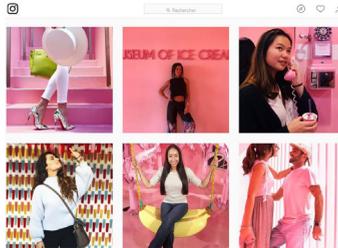


Manips à la Cité des Sciences  
© N. Krief / EPPDCSI

ensuite ces éléments prennent place sur un mobilier qui va être le support de l'interface, et enfin il y a le graphisme qui va illustrer, donner des informations. Initialement, les *manips* étaient uniquement des dispositifs mécaniques. Les premiers exemples en la matière étaient le fruit de collaborations entre artistes et scientifiques et prenaient place à l'Exploratorium de San Francisco au lendemain de la Seconde Guerre Mondiale. De nos jours, les interfaces numériques sont présentes mais pas omniprésentes. Les designers nous ont rappelé l'importance d'une mixité des médias afin que ces interfaces ne prennent pas le pas sur le reste de l'expérience, qui se doit d'être sensible pour être assimilée au mieux.

Le numérique ne reste pas un outil interne. À l'extérieur, il peut servir différents buts.

Le numérique est utilisé à des fins de communication, de promotion. On observe que désormais certaines structures se servent de l'expérience physique du visiteur pour promouvoir virtuellement leurs collections. Certaines expositions sont même conçues comme des univers immersifs photogéniques (parfait éclairage, parfait décor, accessoires...). Arielle Pardes nous expose dans son article «Selfie Factories : The Rise of the Made-for-Instagram Museum»<sup>11</sup> un phénomène bien particulier qu'elle illustre par un exemple. En 2016 a ouvert à New-York le Musée de la crème glacée. C'était un musée temporaire qui a connu un succès fulgurant assez spécial : les visiteurs s'y rendaient pour se prendre en photo à l'intérieur et ensuite poster les clichés sur les réseaux sociaux, et notamment Instagram. L'auteur soulève une question : est-ce que ces espaces étaient initialement prévus pour faire un buzz sur les réseaux et attirer du public ou bien c'est le public, avec ses nouveaux outils, qui a ouvert les portes d'une nouvelle forme de promotion ? Cette promotion via les visiteurs et leurs réseaux sociaux est répandue. Nombre de musées, souvent des musées nationaux, ont lancé leur hashtag.



Capture d'écran du compte Instagram Ice Cream Museum

11. Arielle Pardes, «Selfie Factories : The Rise of the Made-for-Instagram Museum» [en ligne], Wired, 27 septembre 2017

Les structures peuvent ainsi créer de la communauté en ligne et des ressources supplémentaires. Mettre les ressources en ligne permettent à chacun d'y accéder. Par exemple, sur le site des musées de Strasbourg, on peut voir une sélection de 700 pièces provenant des collections de tous les musées de la ville ainsi que des articles croisant également ces collections.

**MUSÉES & CO.** | **AGENDA & EXPOSITIONS** | **DÉCOUVRIR LES ACTIVITÉS** | **EXPLORER LES COLLECTIONS** | **S'IMPLIQUER & DONNER** | **ÉDITIONS**

MUSÉES DE STRASBOURG - EXPLORER LES COLLECTIONS - EXPLORER LES ŒUVRES

## RECHERCHE

668 résultats

**Afficher**

- Œuvres
- Collections d'œuvres

**Musées**

- Aubette
- Bibliothèque des Musées
- Cabinet des Estampes et des Dessins
- MAMCS
- Musée Alsacien
- Musée Archéologique
- Musée Historique
- Musée Tomi Ungerer
- Musée Zoologique
- Musée de l'Œuvre Notre-Dame
- Musée des Arts Décoratifs
- Musée des Beaux-Arts

**RECHERCHER**

**MUSÉE ALSACIEN**  
Céramique  
Pietà en grès

**MUSÉE HISTORIQUE**  
Ylva libre royale puis révolutionnaire (1648-1890)  
Rouget de Lisle chantant la Marseillaise pour la première fois

**MUSÉE DES BEAUX-ARTS**  
France  
Plateau de pêches avec noix, raisin, verre de vin et couteau

**MAMCS**  
Le fonds de gravures allemandes modernes  
Ruhrkohlenrevier

**MUSÉE ALSACIEN**  
Chapeau de conscrit

Capture d'écran du site internet du Musée Alsacien

Ici, le site internet permet une mutualisation, une transversalité ainsi qu'une meilleure visibilité de l'information et des contenus des musées. Certaines structures se servent de plateformes en ligne pour fédérer une communauté autour d'intérêts communs et permettre à cet ensemble de contribuer à l'enrichissement des ressources.

Par exemple, Le Muséum National d'Histoire Naturelle de Paris a lancé le site internet les Herbonautes. Ils le définissent comme un herbier numérique, collaboratif et citoyen. Les collaborateurs sont invités à contribuer à des problématiques lancées sur le site (ici les agrocarburants) en puisant dans les collections présentes au musée et leurs propres connaissances. Ils créent ainsi collectivement des répertoires et classifications qui croisent différentes ressources.

Le numérique aide à atteindre des publics absents. Une visite virtuelle d'un musée ne remplace pas une visite physique, Amit Sood en a bien conscience. Si cette visite est un complément, mais alors qu'apporte-t-elle de plus, de différent ? Il a travaillé pour Google sur un projet GoogleArtProject.com auprès de 17 musées dans 9 pays différents et propose une expérience complémentaire qu'il commente



dans un TED Talk en 2011<sup>12</sup>. Les musées sont capturés à la manière de Google Street View, on a donc accès à un plan et à des vues intérieures des musées dans lesquelles on peut se balader. De plus, les œuvres sont prises en photo grâce à une technologie appelée gigapixel. On peut alors agrandir l'image pour voir les moindres détails, coups

de pinceaux et craquelures d'une toile. Et là où ça devient encore plus intéressant, c'est que les visiteurs du site peuvent créer leur propre collection en regroupant des œuvres des 17 musées répertoriés, ce qui rend ce projet d'autant plus intéressant.

Grâce aux nouvelles technologies que sont Internet, la technologie gigapixel, la réalité virtuelle ou encore les caméras 360°, une grande quantité de ressources est accessible mondialement et augmente une expérience muséale classique sans s'y substituer.

12. SOOD Amit, «Building a museum of museums on the web» [en ligne], TED Talks, mars 2011.

Capture d'écran du Pergamon Museum sur GoogleArtProject.com



On peut également nommer les Micro-folies de Sevran en Seine-Saint-Denis. Cet espace comprend un « musée » numérique pouvant se convertir en espace scénique, un café et un atelier fablab. Le but premier d'un tel lieu est de rapprocher les œuvres de ceux qui en sont les plus éloignés. Le dispositif prévoit la présence de médiateurs formés par les musées et de 30 tablettes à la disposition du public, pour zoomer sur des détails de l'œuvre ou accéder à des fiches documentaires. Un enseignant pourra réserver le musée pour y projeter les œuvres de son choix, en lien avec le travail fait en classe.

Ces œuvres seront obtenues grâce à des partenariats avec plusieurs institutions et musées nationaux : le château de Versailles, le Centre Pompidou, le musée du Louvre, le musée national Picasso, le musée du Quai Branly – Jacques Chirac, la Philharmonie de Paris, la Rmn-Grand Palais et Universcience.

Les œuvres ne seront cependant jamais physiquement présentes mais ce dispositif, ce genre d'exposition exclusivement numérique, permet d'envisager une multiplication de la présentation de ces œuvres à un nombre exponentiel d'endroits différents. Le fablab quant à lui est présent pour permettre au public de pratiquer le numérique, de se familiariser avec la création numérique et s'en emparer.

## Les forces d'un réseau

*La marque de territoire,  
écosystème promotionnel?*

Le marketing territorial est essentiellement basé sur les valeurs que représente l'offre territoriale dans l'esprit des cibles du territoire, ses clientèles, la plupart du temps sur les plans économiques, technologiques etc.

La région Alsace a une excellente organisation sur ce plan. Elle a lancé en 2011 la marque partagée *Alsace*. Elle met ainsi en réseau un grand nombre d'acteurs institutionnels et privés. Les musées alsaciens font partie de cet écosystème.

Cette marque de territoire participe à la valorisation du territoire alsacien, à la mise en lumière des innovations qu'il abrite, à rassembler les habitants autour des valeurs passées, présentes et futures en lien avec leur identité. Elle est représentée par son logo, l'ensemble de son identité visuelle et ses ambassadeurs, comme des sportifs de haut niveau ou des scientifiques, tous bien sûr alsaciens. Il y a également d'autres ambassadeurs que ceux utilisés pour le marketing, on trouve *Le club des Ambassadeurs d'Alsace*. C'est un réseau ouvert à tous qui permet aux adhérents de la marque d'échanger, de rencontrer des personnes elles mêmes porteuses de la marque et ainsi de se créer un réseau professionnel. Les partenaires peuvent également être représentés lors de manifestations (comme j'ai pu le voir lors de l'ouverture des Journées de l'Architecture 2017 au Palais des Sports).



Logo de la marque Alsace  
© Marque Alsace

La vision de la marque est basée sur des valeurs. On retrouve les valeurs du faire (Excellence & Pionnier), les valeurs de l'être (Humanisme & Citoyenne du monde) et des valeurs transversales à ces deux qualifications : Intensité & Plaisir, Équilibre & Créateur de liens, Optimisme & Pragmatisme.

On peut voir que dans les définitions de ces valeurs, la vision actuelle et future de l'Alsace se base sur des valeurs traditionnelles. Pour chaque couple de valeurs, on trouve, pour reprendre leurs termes, un argumentaire identitaire, des citations clés, des mots et expressions clés ainsi que des oxymores « à l'alsacienne ». Prenons l'exemple des valeurs Excellence & Pionnier. Sont mises en évidence des qualités comme l'on peut en trouver sur un CV ou une lettre de recommandation : « *réputation qualitative de la main d'œuvre alsacienne : compétences techniques, engagement et fiabilité remarquables, fidélité, motivation, culture d'exigence, de rigueur, de sérieux* ». On trouve également des arguments plus précis vantant les mérites des produits viticoles, brassicoles et alimentaires, ou encore faisant état des préoccupations écologiques actuelles en misant sur le BBC par exemple. Les citations clés dans cet exemple sont variées et illustrent la vision multiple portée par la marque Alsace :

«*La tradition ne veut pas dire remuer les cendres mais entretenir la flamme...*»  
(Atelier de tissage Kelsch)

1746 : 1<sup>ère</sup> fabrique de toiles peintes à Mulhouse

«*L'essai vaut mieux que l'étude*» (proverbe)

«*C'est une constante issue de l'histoire, de sa position géographique et de la richesse de ses ressources qui, associée à un dynamisme économique reconnu, lui confère une indéniable attractivité*»<sup>13</sup>

13. «L'industrie en Alsace : état des lieux et perspectives» enquête de KPMG-Segec-CRIT-CCI, 2010

mais un bien commun vivant.

Les partenaires de cette marque de territoire, que ce soit des entreprises, des associations, des institutions, des artisans, des auto-entrepreneurs, représentent la grande diversité promue par la marque. On peut retrouver sur leur site de nombreux témoignages de partenaires. Par exemple, Charlotte Pronesti, présidente de Tokenstok (site et application mobile géolocalisés pour trouver et commander les meilleures spécialités artisanales à retirer en boutique).

*« La marque Alsace est la cerise sur notre gâteau : une identité remarquable et remarquée en parfaite adéquation avec les valeurs de Tokenstok® et son modèle économique éthique et citoyen.*

*L'Alsace, forte de diverses spécialités sucrées et salées, est au cœur de notre motivation. Nous voulons sauvegarder ce savoir-faire, ces talents en voie de disparition et préserver cette identité gustative riche en couleurs et en saveurs. La marque Alsace est l'alliance réussie entre traditions et innovations. Un subtil mélange gage de réussite pour cette révolution nécessaire vers un artisanat connecté. »*

Dans son témoignage, elle dit avoir



Visuel Tokenstok avec le logo de la marque Alsace  
© Tokenstok

avoir adhéré à la marque Alsace car :

De plus, devenir partenaire lui a permis de profiter d'une meilleure visibilité tout en contribuant à augmenter celle de la marque Alsace. Ça lui a également permis de rencontrer les fabricants avec lesquelles elle s'est associée. Ce réseau est donc un écosystème qui profite à tous, en misant sur des valeurs communes tout en valorisant la singularité de chacun.

## Les forces d'un réseau

### *Effet multiplicateur de la culture, investissement déclencheur ?*

L'économiste Keynes a développé une théorie nommée l'effet multiplicateur, vérifiée mais difficilement mesurable. Elle induit qu'une dépense va engendrer des ressources qui seront réinvesties etc. Cela s'applique au domaine culturel, souvent subventionné par l'État, et dont les retombées économiques, engendrées par cette activité culturelle ou la conservation du patrimoine, vont profiter au territoire concerné.

14. David Castello-Lopes et Léonard Cohen,  
« La parabole des Tuileries », LeMonde.  
fr, 2012

Dans la vidéo «La parabole des Tuileries»<sup>14</sup>, support pédagogique au graphisme original signé David Castello-Lopez et Léonard Cohen, on nous explique pourquoi les mécanismes économiques à l'œuvre dans le champ culturel se distinguent des règles courantes. En effet, la consommation de biens de manière générale entraîne un désintérêt et une perte de plaisir, c'est en économie le principe de l'utilité marginale décroissante. Seulement, cela ne s'applique pas aux champs des biens culturels. En effet, la répétition d'une expérience culturelle (visite d'un musée, écoute d'une musique, lecture d'un livre) nous fait apprécier celle-ci de plus en plus, et entraîne vers d'autres expériences culturelles (visite d'un autre musée, l'écoute d'un artiste similaire). Cependant, le narrateur de la vidéo nous explique que pour que cette consommation culturelle débute, le consommateur a besoin d'un déclencheur. Bien souvent c'est l'Etat qui en est à l'origine, que ce soit par le biais de l'éducation à l'école, l'entretien de bâtiments historiques ou même d'espaces publics. Cette «*première dose gratuite*» va alors nous entraîner à injecter de l'argent, que ce soit chez les commerçants environnants ou en lien avec cette consommation culturelle (disquaire, libraire...) ou d'autres structures culturelles (musées...) qui va ensuite être réinjectée ailleurs.



Pour donner un exemple plus concret de ce principe d'effet multiplicateur de l'investissement culturel, nous allons suivre Sébastien un samedi à Strasbourg. Il fait beau et Sébastien va profiter du soleil en allant se balader autour de la cathédrale, qu'il sait fraîchement rénovée. Il profite du soleil et a rapidement soif. Il invite un ami à le rejoindre pour boire une grenadine en admirant la cathédrale. Ils se baladent ensuite sans but dans une enfilade de rues piétonnes, qui les mènera devant le théâtre national de Strasbourg, sur lequel des affiches promeuvent la nouvelle pièce jouée le soir même. Ils se souviennent de la fois où, des années auparavant, leur professeur de français avait organisé une sortie au théâtre et décident ainsi d'y retourner le soir même, et mangeront après la représentation dans un restaurant tout proche.

L'investissement fait dans les biens culturels et même les aménagements de l'espace public en général a ainsi engendré une consommation à la fois directe de ces biens et à la fois une consommation, indirecte donc, d'autres biens. Ce principe m'intéresse de différentes manières. Dans un premier temps, je vois mon projet comme l'élément déclencheur d'une découverte culturelle. Il serait donc un déclencheur à la visite du Musée Alsacien, entraînant potentiellement la visite d'autres musées, espaces culturels... Dans un second temps, la consommation successive de biens culturels augmente le plaisir et l'intérêt pour ceux-ci et entraîne un genre de fidélisation intellectuelle et économique, ce qui permettrait ici au musée alsacien d'avoir un public local, constant, et moteur dans la vie culturelle.

## Mise en valeur du patrimoine

*Hors des murs,  
dans le quotidien?*

Les Musées de la Ville de Strasbourg, l'Atelier Urbain (service de la ville ayant pour vocation de mettre le devenir de la ville en débat) et les habitants des quartiers participent à un projet commun. Ce projet vise à faire connaître l'histoire de la ville et à récolter les idées des strasbourgeois sur l'avenir de leur ville et de leur quartier. La Muz' est au premier abord une drôle de cabane de chantier jaune. Elle est conçue pour être itinérante et s'installe dans différents quartiers de la ville.



La Muz' devant le Musée Historique  
© Musées de la Ville de Strasbourg



La Muz' installée  
© Musées de la Ville de Strasbourg

La Muz' a commencé son parcours courant mai 2011. C'est le point de départ d'activités, de rencontres et de débats autour du thème de la forme et des évolutions de Strasbourg. La question qui oriente le thème est la suivante: quelle ville désirons-nous?

À La Muz', les passants peuvent découvrir un programme d'activités et de rencontres, un zoom sur le quartier dans lequel la Muz' est installée, des œuvres choisies d'une exposition en cours au MAMS, ainsi qu'une boîte aux lettres où ils peuvent donner leur avis. Trois journaux comportant une carte sensible ont été réalisés par les habitants des quartiers à partir de cette question. Les médiateurs leur ont demandé quel est le lieu de leur quartier qu'ils aimeraient faire découvrir à un parent, à un ami, à un touriste ou même à un autre Strasbourgeois et pourquoi.

En Automne 2013, sur le parvis de la gare à la disposition des voyageurs, la Muz' a informé sur l'ouverture des nouvelles salles du Musée Historique. Dans ses deux vitrines, la Muz renvoie à 6 œuvres clefs des nouvelles collections. Un plan est également disponible pour (re)découvrir le patrimoine architectural de la Ville de Strasbourg de la gare au Musée Historique.

De manière globale, la Muz' a été un moyen de communication décentralisé, visant un public écarté ou non sensible à la culture des musées et a permis de renforcer les liens auprès de partenaires tels que des écoles, des associations... Elle a ainsi permis de développer des relations partenariales entre le Service Éducatif et les acteurs des quartiers. Elle a également permis de communiquer sur l'ouverture à l'automne 2013 de nouvelles collections grâce à la création de ce musée « hors les murs » tourné vers le grand public.

La Muz' constitue donc un support au service des interventions pédagogiques du Service Éducatif des Musées. Dans un premier temps, les projets pédagogiques autour de la Muz' ont contribué à faire du Musée Historique un lieu privilégié de transmission de l'histoire de la ville mais aussi un vecteur de réflexion sur ce qui constitue, influence, modèle et réinvente l'identité de la ville de Strasbourg et de ses quartiers. Elle a fait connaître le Service Éducatif et a facilité l'accès à la culture muséale et plus particulièrement au Musée Historique. Elle a permis de partager et d'échanger avec les habitants sur les questions d'histoire, c'est-à-dire de faire connaître les particularités de chaque quartier et de les relier à l'histoire plus globale de la ville.

Par ailleurs, l'ensemble des codes de la cabane de chantier rappelle que des travaux sont alors en cours au Musée Historique (en 2012 et 2013) mais pas uniquement. Cette forme est familière et connue de tous. Elle n'est toutefois pas placée sur l'espace d'un chantier à proprement parler. Elle signifie donc de la construction mais conceptuelle, ouverte sur le quotidien des habitants et le devenir de la ville.

La Muz se propose donc comme un substitut temporaire et itinérant au Musée Historique (alors inaccessible au public) tout en dotant cet espace de dispositifs que le musée n'utilise pas: des outils cartographiques qui permettent aux habitants de lier le passé, le présent et le futur de leur ville et de leurs quartiers. Et c'est précisément ce point qui m'intéresse ici, à savoir, qu'une institution muséale se positionne comme un outil de développement du territoire, d'information, de médiation culturelle. C'est également un outil de recueil de discours par les habitants sous forme de conseils pour d'autres potentiels habitants ou visiteurs.

Je suis également sensible à un autre point. Une des missions portées par la Muz est de lier l'Histoire, celle de la ville de Strasbourg présente dans le musée, et les histoires plus subjectives, plus personnelles, des habitants vis à vis de leurs quartiers, faisant ainsi écho aux habitants d'autres époques et d'autres manières de vivre la ville. Cela fait totalement écho à ma volonté de lier le patrimoine traditionnel alsacien tel qu'il est représenté dans son musée à ce patrimoine tel qu'il peut être vécu et approprié de manière contemporaine.

## Mise en valeur du patrimoine

*Des contextes adaptés,  
des publics plus concernés?*

Afin de permettre au public d'avoir une bonne compréhension d'un objet culturel, certains curateurs conservent le contexte original de l'œuvre. Ainsi, le public peut aisément se projeter dans l'univers global de ce qui lui est proposé.

C'est par exemple le cas de l'artiste Rosamond Purcell qui a installé de manière permanente sa version du *Museum Wormianum* au Musée Géologique du Musée d'Histoire Naturel du Danemark, pas si loin de son emplacement originel.



à gauche  
Reconstitution du *Museum Wormianum* par  
Rosamond Purcell  
© Jens Astrup

à droite  
Gravure du *Museum Wormianum*

Il conserve l'esprit de son créateur Ole Worm. Physicien et philosophe naturaliste danois du dix-septième siècle, il a créé un des premiers modèles de ce que l'on peut considérer comme le musée moderne. Le *Museum Wormianum* était un cabinet de curiosités installé chez lui. La première image disponible est une gravure publiée en 1655 après sa mort. On pouvait trouver dans ce cabinet de curiosités des spécimens venant du monde animal, végétal et minéral comme des instruments scientifiques ou des objets ethnographiques. Le but de ce musée n'était pas seulement la délectation visuelle mais aussi et surtout d'être une source d'étude et de compréhension. Certains objets, qui étaient sujets à l'étude et à la curiosité d'Ole Worm, restent encore des mystères, comme un tibia géant par exemple.

Pour recréer cet environnement, Purcell a retrouvé facilement certains objets mais en a également utilisé d'autres, provenant de son propre cabinet de curiosités, tandis que certains objets n'existent simplement plus. Certains de ces éléments disparus ont été reproduits en papier mâché.

L'artiste a donc cherché à reproduire ce cabinet, emblème de l'évolution des collections personnelles en musées à proprement parler. À l'époque, le spectateur pouvait apprendre et découvrir à travers cette collection et il me semble que c'est toujours le cas via les recherches acharnées de l'artiste. De plus, Purcell n'a pas négligé l'aspect immersif de cette pièce. L'œuvre reste dans son contexte spatial, les objets entrent en résonance les uns par rapport aux autres, le spectateur est toujours immergé dans cet univers bien particulier. Le décalage temporel ne change pas grand chose si ce n'est que désormais cet ensemble est observable par un plus grand nombre.

Par ailleurs, d'autres modèles de contextualisation sont observables. En opposition quelque peu radicale à l'exemple précédent, on peut nommer le projet *Do touch*, imaginé pour le projet IHME 2015<sup>15</sup> par Jeremy Deller. Avec le National Museum of Finland, le Helsinki City Museum, le Military Museum of Finland, le Customs Museum et le Museum of Technology, il a installé des dispositifs mobiles dans un centre commercial pendant un peu plus d'une semaine. Les passants pouvaient alors voir (et toucher!) une exposition temporaire dans laquelle étaient regroupées les collections des musées susmentionnés.

15. Le IHME Contemporary Art Festival en Finlande commande chaque année un projet prenant place dans l'espace public à un artiste en particulier, ici Jeremy Deller, artiste du Royaume-Uni, pour l'édition 2015.



*Do Touch* installé à la sortie de caisses d'un hypermarché  
© Jeremy Deller

Le fait de déplacer le contexte muséal permet d'attirer l'attention d'un public différent de celui qui est attiré d'habitude et donc de toucher un public peut être absent des musées concernés. Sortir les œuvres des musées dans un espace public est déjà un pas en soi, mais ils sont allés encore plus loin en les sortant également de leurs vitrines. Différents objets étaient alors mis en tension et à disposition du public, qui jouit alors d'un contact direct avec les pièces (aussi bien un contact tactile comme l'indique le titre de l'exposition qu'un contact dans leur vie de tous les jours au supermarché). Les passants ont alors une première approche avec le milieu muséal dans un espace qui leur est familier. Ils seront probablement plus enclins à aller au musée par la suite et s'y sentiront plus légitime également.



Objets de l'exposition *Do Touch*  
© Jeremy Deller

À mi-chemin entre ces deux exemples opposés, certains prennent le parti d'élargir un contexte bien particulier en le rattachant à un cadre plus global, plus collectif. C'est le cas du Group Material qui, en 1981, a créé une exposition dans sa galerie à New-York : *The People's choice*. Leur processus curatoriale est étonnant. Pendant une journée, le 22 décembre 1980, les membres du groupe ont fait du porte à porte pour demander aux personnes habitant à proximité de la galerie de leur prêter un objet ayant du sens pour elles : photos ou objets de famille, jouets, bibelots, figures religieuses etc. Dans l'exposition, chaque élément était légendé avec le nom de son propriétaire.

La volonté du collectif était d'activer un public en dehors des modèles institutionnels classiques. L'exposition était pensée comme une interface entre l'art et la communauté du voisinage. Rendre actif le public, c'était pour eux un moyen de créer du dialogue sous une nouvelle forme, une forme physique participative.

Partie de l'exposition People's choice  
©Group Material



L'exposition consistait alors en un ensemble privé devenu public, en des pièces qui ne sont habituellement pas présentes dans des galeries d'art, qui résultaient de choix individuels et personnels. Tous ces choix créaient alors un ensemble représentant les valeurs culturelles d'un bloc dans la ville. La communauté était alors visible, auto représentée. Les personnes les plus proches géographiquement avaient alors une raison personnelle de s'y rendre. Ils pouvaient se sentir proches des objets qu'ils reconnaissaient, et donc plus

concernés par l'exposition et les thématiques soulevées.

Le partenaire de mon laboratoire Cultur'elles étant le service périscolaire de la ville de Strasbourg, j'ai eu l'occasion de mener des ateliers dans différentes écoles : les groupes périscolaires Schoepflin et Guynemer. J'ai cherché à savoir si les enfants connaissaient des musées, s'ils étaient déjà allés dans l'un d'eux. Peu d'entre eux m'ont répondu par l'affirmative. Ceux qui avaient déjà visité un musée l'avaient fait en majorité grâce à une visite scolaire. Presque aucun enfant n'avait été emmené par ses parents ou de la famille. Le public scolaire représente une bonne partie des fréquentations du musée mais diminue. La responsable du périscolaire du groupe scolaire de Guynemer m'a informée qu'ils avaient l'habitude d'emmener les enfants dans des musées de Strasbourg mais que la baisse de subventions et le manque de personnel pour encadrer ces sorties les en empêchaient désormais.

Pour mes ateliers, je souhaitais que les enfants puissent traduire, s'approprier, et interpréter un modèle traditionnel: le colombage. C'est d'une part l'ossature de bois qui forme la structure même de la plupart des maisons alsaciennes traditionnelles (hormis en montagne où on emploie davantage la pierre). Cette ossature est constituée de pièces de bois horizontales, verticales et obliques. Mais le colombage est également constitué du remplissage des parties vides entre les bois, hormis les ouvertures (portes, fenêtres). Ce remplissage est constitué en Alsace principalement de torchis et plus rarement de briques.

J'ai choisi le colombage alsacien car je trouve que c'est un élément de la culture alsacienne particulièrement visible (même s'il est présent dans bien d'autres régions). Les montants de bois massif des colombages forment des motifs caractéristiques. Il en existe une multitude selon les modes d'assemblages plus ou moins élaborés choisis par les artisans charpentiers.

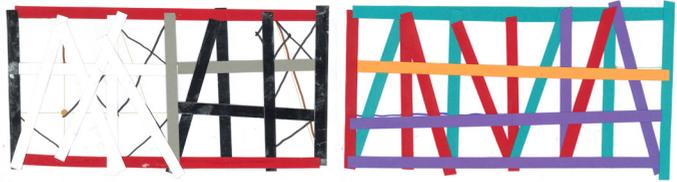
Je souhaitais avoir les interprétations que les enfants auraient du colombage. Pour se faire, je leur ai montré des images de maisons traditionnelles. Chaque enfant avait devant lui plusieurs feuilles avec différents niveaux d'appropriations possibles : une feuille où un motif de colombage était intégralement redessiné, une feuille où ce même motif était à construire en reliant des points, des feuilles blanches sur lesquelles laisser libre cours à leur imagination.

Les enfants avaient à leur disposition une grande quantité de bandes de papiers colorés d'un centimètre de large et de longueurs variées ainsi que des feutres et crayons pour compléter, reproduire, construire des colombages. Certains enfants connaissaient déjà le colombage, d'autres non, mais tous ont joué



le jeu et se sont emparé de ce système de construction traditionnel alsacien. Ils l'ont traité à la fois comme un jeu de construction, un jeu structurel et à la fois comme un motif graphique, qu'ils ont coloré, modifié, complexifié ou simplifié.

Certains ont agrémenté leur maison d'un décor plus global, certaines constructions restent très fidèles à la réalité tandis que certains ont dépassé toute limite architecturales pour représenter des bâtiments très originaux. On peut remarquer qu'une enfant a représenté différents états de surface sur sa maison. Certains sont même sortis de la 2D pour partir dans de la 3D. Ils ont aussi raconté beaucoup d'histoires autour de leurs constructions, les pensant comme des univers, les plaçant dans des contextes tantôt familiaux, comme leur propre maison, tantôt fantastiques.



Ylona Dessine ton coloriage !

Dessine ton coloriage !



Production d'enfants lors de l'atelier

## Mise en valeur du patrimoine

*Publics absents,  
publics illégitimes?*

On pourrait penser qu'habiter à proximité d'un espace culturel comme le musée suffirait pour susciter l'envie d'aller le visiter, mais c'est loin d'être le cas dans les faits. Il est souvent impossible de définir une approche générale qui convienne à tous car on ne retrouve pas un public, mais des publics. On retrouve des «publics empêchés», «publics spécifiques», «publics précaires», «publics en difficulté», termes qui qualifient les publics éloignés d'un accès à la culture, que ce soit pour des raisons physiques, psychologiques ou sociologiques.

Les barrières ne sont alors pas liées uniquement à des handicaps physiques ou mentaux, un âge avancé ou une vie carcérale: nombreux sont ceux qui considèrent que l'offre de ces structures culturelles ne leur est pas adressée. Dans l'imaginaire collectif, le musée reste un lieu au contenu complexe, difficile à saisir, dans lequel la compréhension de la médiation nécessiterait des connaissances de base, comme si le visiteur se devait d'être *cultivé* pour profiter de ces lieux.

C'est ce problème que visent les objectifs de démocratisation, en adoptant un discours différent : il n'y a pas de public spécifique à une offre, c'est à celle-ci d'être adaptée à la sensibilité et aux attentes de chacun. La mise en application de ce message commence souvent par l'acte de sortir des murs de l'institution, afin de sortir de ce cadre intimidant. Cet acte est souvent le point de départ d'une diminution de la distance séparant le musée de son environnement.

L'initiative suivante est représentative de la volonté d'intégrer le public physiquement le plus proche dans des démarches de médiation muséale ou dans des processus curatoriaux. En 2004, Thomas Hirschhorn lance *Le Musée Précaire Albinet* au pied d'une barre d'immeubles à Aubervilliers.



Vue extérieure du Musée Précaire  
© Les Laboratoires d'Aubervilliers.

Installation d'œuvres par des habitants du quartier © Les Laboratoires d'Aubervilliers.



Ce musée avait pour objectif d'exposer des œuvres clés de l'histoire de l'art du XX<sup>e</sup> siècle, en partenariat avec le Centre Pompidou et le Fond National d'Art Contemporain et en impliquant activement les habitants du quartier dans toutes les phases du projet.

Le Musée est resté en place douze semaines (construction et démontage compris). L'ensemble du dispositif comprenait de multiples espaces : une salle d'exposition, une bibliothèque, un atelier (où des ateliers de création manuelle et de pratique plastique étaient menés principalement avec des enfants) ainsi qu'une buvette. Ce projet a associé plus d'une quarantaine d'habitants du quartier, rémunérés pour participer à la construction et au fonctionnement du Musée, et a notamment inclus un important programme de formation à destination d'une quinzaine de personnes, entre 18 et 25 ans, qui ont été plus particulièrement impliqués et responsabilisés dans le processus complet du Musée Précaire.



Installation d'œuvres par des habitants du quartier © Les Laboratoires d'Aubervilliers.

L'esthétique générale correspond à ce principe de précarité: écritures imprimées avec les moyens du bord, fixées aux murs avec du Scotch marron, parfois des fiches dans des pochettes plastiques etc... Cet aspect bricolé et incomplet peut suggérer que des explications peuvent être ajoutées, que les photos peuvent être déplacées aux murs afin d'obtenir une plus grande interaction encore entre exposition et usagers du dispositif.



Atelier sur le thème de Fernand Léger au Musée Précaire  
©Les Laboratoires d'Aubervilliers.

Tous les codes habituels sont oubliés: les murs sont colorés, les explications ne tiennent plus sur un minuscule et énigmatique cartel, le musée devient un lieu de vie où l'on n'a pas peur de parler un peu fort... Le musée se retrouve alors au plus près de son public, allant bien au delà de la simple exposition de contenu culturel.



Partie d'exposition au Musée Précaire  
©Les Laboratoires d'Aubervilliers.

**Mise en valeur du  
patrimoine**  
*Museomix,  
vers une plus grande  
réciprocité des échanges?*

En 2011 s'est déroulé le premier Museomix au musée des Arts Décoratifs de Paris. Ses inventeurs ? Stéphanie Bacquère, Samuel Bausson, Julien Dorra, Diane Dubray, Yves-Armel Martin, Christophe Monnet et Marie-Noéline Viguière. Ils sont à l'initiative de la création de cette marque déposée. On peut faire le parallèle avec le format des hackathons même si durant le Museomix il n'y a pas de compétition, aucune équipe ne gagne à la fin. Depuis 2011, le phénomène Museomix a pris de l'ampleur : il touche plus de 1000 participants chaque année, dans plusieurs pays du monde, comme la France, l'Italie, l'Angleterre, le Canada.

Cette appellation Museomix désigne un format de 3 jours où, une fois par an, des équipes mixtes, pluridisciplinaires, conçoivent un prototype de dispositif de médiation fonctionnel. Il n'est donc pas question de modifier complètement le fonctionnement des musées mais de changer le rapport du visiteur avec le contenu. Chaque équipe doit accueillir le public et lui faire vivre la médiation qu'elle a mise en œuvre le troisième jour.

Le but du Museomix n'est pas de proposer un projet fini. Pour les musées, c'est l'occasion de s'ouvrir afin de toucher un maximum de public. C'est également le moyen d'évoluer avec ces utilisateurs et de favoriser la mise en place de réseaux avec les communautés autour des dits musées. Pour les participants, le format les incite à travailler en bonne intelligence avec les autres corps de métiers et à mieux connaître le fonctionnement interne d'un musée ainsi que son public. Les participants ont pour but de réinventer sa médiation d'un musée, plusieurs équipes travaillent alors en simultané dans un même musée sur un thème particulier, comme réinventer les panneaux informatifs

ou faire comprendre le métier d'archéologue.

Plusieurs scénarios de projet ont attiré mon attention car ils prennent en compte plusieurs enjeux évoqués dans ce mémoire.

Tout d'abord, le projet *Flashback* de l'édition 2016 sur le thème «Les parfums mais aussi...» au Musée International de la parfumerie de Grasse fait appel à la subjectivité des visiteurs. Gaby Bolivar, Lucie Metois, Aurélien Beguet, Amandine Parlange, Lucile Erbs, Maud Boisrobert et Catherine Pittavino, les membres de l'équipe, ont remarqué que le contenu était uniquement historique et scientifique, et ont ainsi souhaité proposer une expérience sensible en explorant la dimension émotionnelle des odeurs. L'exposition reste telle quelle et leur dispositif interactif laisse place à un moment plus poétique en fin de parcours. Leur projet permet en fin de parcours de placer le visiteur dans un temps de partage sur des émotions liées plus largement aux odeurs mais également de casser une certaine vision du parfum «de luxe» souvent inaccessible.

Le dispositif invite le public à faire appel à sa mémoire olfactive afin de faire l'expérience de retrouver un souvenir en lien avec une odeur puis de le partager. Des bornes diffusent plusieurs odeurs et donnent des informations objectives sur celles-ci et une carte interactive permet de situer les souvenirs liés à ces différentes odeurs et s'accompagne de filtres de recherche pour inciter le visiteur à découvrir et confronter ce que peut lui évoquer une odeur. Le souvenir est désormais anonyme et partagé avec tous. L'application *Flashback* devient alors une collection de différentes mémoires sur des mêmes odeurs. Ce projet vise à mettre en évidence les liens entre les faits historiques ainsi que scientifiques et les visions personnelles, subjectives, des visiteurs.

Le projet *Make Oiaso great again* tisse des liens mais cette fois-ci en comparant deux types de civilisations : la civilisation de l'Empire romain et la civilisation occidentale des États-Unis contemporains. Adrien Le Beller, Mario Paniego et Iina Rissanen ont imaginé ce projet pour l'édition 2017 au Musée Oiaso à Irun en Espagne.

C'est un musée archéologique et les préoccupations de l'équipe étaient multiples. Le projet a pour but de piquer la curiosité et l'esprit critique des visiteurs envers l'Histoire et l'archéologie, ainsi que faire du musée un espace de réflexion sur leur identité. Pour cela, ils ont misé sur l'humour et le contraste entre deux empires : on peut voir sur des maquettes que des buildings rutilants prennent place dans

des cités romaines, des gravures de légionnaires portant des t-shirts Nike, le compte twitter de Dominas J. Trvmpvs, homologue romain de Donald Trump, qui a inspiré le nom du projet.



Maquette anachronique  
©Museomix

Tweet de l'empereur Dominas J. Trvmpvs  
©Museomix



Autant de dispositifs qui, par ces rapprochements, intriguent le visiteur. Un médiateur est là non pas pour présenter pièce après pièce mais justement pour être à l'écoute des interrogations, ou même en soulever, et ainsi mener le débat comme dans une agora romaine.

Ce projet permet de contextualiser le visiteur par un moyen décalé mais qui le rapproche au plus près de sa propre expérience.

Le projet *Oseriez-vous voler une œuvre?* de l'édition 2015 au Musée d'Art Contemporain de Montréal se sert également de l'humour et cherche à intriguer le non-visiteur cette fois pour provoquer de l'interaction. Une des œuvres en réserve de László Moholy-Nagy est projetée au mur à côté de ses deux œuvres originales exposées dans une salle du musée. Dans le même temps dans un site externe au musée, une installation invite les passants à appuyer sur un bouton pour voler pour un instant cette œuvre. L'œuvre projetée disparaît pour faire apparaître un texte qui avise les visiteurs que l'œuvre a été volée et offerte aux visiteurs dans l'espace public. Les visiteurs du musée peuvent

voir les images d'une caméra de surveillance montrant l'œuvre dans l'espace public. On peut y voir l'œuvre projetée et les passants peuvent en profiter, pour un court instant. Puis, tout redevient normal avec la projection de l'œuvre au musée jusqu'au prochain passant de l'espace externe qui pressera le bouton.

L'équipe, composée de Caroline Aksynczak, Sylvie Binette, Anne-Sophie Michel, Jeffrey Dungen, Steve Blanchette, Mathieu Koch, Christophe Abrassant, Claudia Bilodeau et Dominique St-Pierre, est partie de l'envie suivante: avoir un musée dans la ville. Il fallait alors trouver un moyen de sortir les œuvres uniques des murs du musée afin de les rendre accessibles à différents publics. Cette passerelle permet également un partage (certes limité) d'expérience entre visiteurs du musée et les publics hors musée.

L'expérience hors-les-murs a ici un aspect assez surprenant, en faisant du passant un cambrioleur qui ne pourrait alors voir l'œuvre qu'uniquement par le biais du vol. L'équipe a ainsi souhaité questionner l'accessibilité à la culture de manière générale mais aussi aux œuvres non exposées ainsi que la légitimité des publics dans un musée comme celui-ci.

On peut se demander quel souvenir les visiteurs (et passants dans le même coup) vont garder de cette expérience. La question du souvenir est centrale dans un autre projet. *La banque de fabrique de rubans* est un projet imaginé pour le Musée d'Art et d'Industrie de Saint-Étienne lors de l'édition 2014.

Le but principal est de permettre aux visiteurs d'avoir une approche sensible de la création de rubans en les faisant choisir, lors de la visite, les motifs du "ruban à la mode 3.0" qu'ils pourront fabriquer à l'issue de leurs visite. Ces motifs sont initialement présents tout au long du parcours sur des pièces du musées. Le visiteur, s'il souhaite composer un motif à partir d'autres, doit alors être attentif à tout ce qu'il va observer. Ces observations vont être esthétiques bien sûr mais aussi sémantiques si le visiteur veut garder un ruban souvenir avec un sens. La collecte des motifs se fait par capture photographique à l'aide d'une tablette fournie par le musée. à la fin de la visite, le visiteur peut agencer les motifs extraits, changer leurs échelles, les couleurs, il peut également choisir quel type de ruban sera imprimé.

L'objet obtenu dépasse le simple statut d'objet souvenir car il engage le visiteur à s'investir pleinement dans sa visite. Cet objet unique va alors être représentatif de ce qui l'aura le plus intrigué, intéressé, touché. Le passage par un poste unique à la fin de l'exposition permet

au musée de conserver toutes les créations de ses visiteurs et donc de créer deux banques de données : une avec les motifs originaux capturés et une avec les compositions du public.

Lors du premier atelier à l'école Guynemer, nous avons invité les enfants à imaginer des musées inhabituels grâce à des paramètres insolites. Une enfant avait imaginé qu'à la fin d'une visite de musée, on pourrait prendre une reproduction d'œuvre dans un distributeur. Ça m'avait interpellée parce qu'elle n'avait pas repris le principe de la boutique souvenir et ses cartes postales avec des œuvres picturales mais voulait qu'on puisse emporter des objets volumiques.

Tous ces projets ont été imaginés en deux jours à partir des besoins premiers exprimés par les musées ou constatés par les équipes une fois sur place. Ils contiennent chacun des aspects que je souhaiterais faire ressortir dans mon projet. Du contenu sensible et émotionnel, des questionnements en lien avec des problématiques contemporaines, le lien du musée avec l'extérieur par un dispositif hors-les-murs, la composition de collections alternatives sont autant de principes qui se retrouvent globalement dans les initiatives actuelles, seuls ou recoupés.

16. Voir retranscription dans les annexes.

J'ai interrogé Pierre Salaud, designer, sur son expérience<sup>16</sup>. Il a participé au projet *File ta bobine* au Musée de la Manufacture à Roubaix. De cet échange ressort surtout une frustration qu'une telle expérience reste sans suite. Elle est enrichissante et met en avant la nécessité de pérenniser ces pratiques, de les professionnaliser pour permettre des concrétisations et dépasser le stade du coup de pub.



## Conclusion

La délectation, c'est à dire la prise de plaisir, fait partie intégrante du rôle des musées. Le visiteur profite pleinement de son expérience lorsqu'elle comprend une part de plaisir. Cette délectation découle de l'activité intellectuelle mais aussi sensorielle, et pourquoi pas sentimentale, affective, que lui procure sa visite. Le musée déclenche alors non seulement une réflexion chez son visiteur mais aussi des émotions. Au-delà du passage du patrimoine aux générations suivantes pour assurer la continuité d'un socle culturel et historique, la transmission induit donc une notion de satisfaction et d'enrichissement personnel. Les missions des musées se placent donc bien entre contemplation et éducation. Il est indispensable que le musée ne soit pas un monde isolé de son environnement, il doit comprendre les transformations qu'apportent les modes de communication et les nouveautés technologiques. Il se doit d'en tirer profit et les utiliser à bon escient. Les technologies numériques induisent une pratique interactive accrue mais son exclusivité n'est pas nécessaire. Elle peut aussi être mise en oeuvre avec des moyens simples ou une combinaison de nouvelles technologies et d'outils mécaniques (éléments à manipuler, livrets jeux...) comme on a pu l'observer à travers l'exemple des manips à la Cité de la Science et de l'Industrie.

Les exemples donnés dans ce mémoire mettent en avant la participation des visiteurs comme des facteurs d'épanouissement, le visiteur se sentant ainsi inclus et acteur de ce dont il est habituellement simple spectateur. Claire Merleau-Ponty le dit bien : « *On comprend et on aime ce que l'on pratique soi-même* ».

Ainsi compris et réapproprié, le patrimoine vit en continuité avec les évolutions de nos sociétés. Il est essentiel que le patrimoine évolue, que l'on garde à l'esprit les codes qui définissent ce patrimoine mais qu'on sache en user de manière réfléchie afin d'éviter l'imitation d'une chose incomprise, en faire une réplique pastichée. Une culture évolue sur la base d'un patrimoine commun à travers ses propres créations artistiques, artisanales, technologiques et celles d'autres civilisations. On peut s'approprier les formes, les matières, les pratiques, mais on ne doit pas invisibiliser cet héritage.

Le patrimoine alsacien bénéficie d'une visibilité, et même d'une certaine notoriété, gage de qualité et de fiabilité. Des designers se l'approprient, comme ceux de l'association IDeE par exemple. Le Musée Alsacien bénéficie de cette notoriété auprès de son public géographiquement proche mais celui-ci, témoin et acteur de ce patrimoine, ne se sent pas tellement concerné.

Et si le Musée Alsacien participait à l'édification de l'identité des strasbourgeois et alsaciens sous un jour contemporain ? Et si le musée sortait de ses murs pour confronter Histoire et histoires ? Et si les publics absents se retrouvaient impliqués dans son fonctionnement en apportant leurs propres lectures de la culture alsacienne ? Et si le designer avait une place centrale dans ces évolutions ?

## Annexes

### Entretien avec Pierre Salaud

Retranscription de ma discussion par messages avec Pierre Salaud, designer :

Elisa G

J'ai vu que tu avais participé à une édition Museomix et j'aimerais bien avoir ton retour d'expérience !

Pierre S

Mais oui bien sûr, Museomix c'est une super expérience et ça mériterait quelques moyens supplémentaires notamment en termes de prolongements. Les équipes se forment pour un projet de trois jours, c'est vraiment extraordinaire de voir qu'il suffit d'associer des compétences pour qu'un projet naisse. Ensuite, il faudrait une structure aidée pour pouvoir développer ce projet. Cela donne envie de travailler dans des structures plus ouvertes où se croisent des métiers très différents sur un même projet. Si il y a un bilan très positif c'est celui là. À quand ce type d'enseignement? À quand ce type de structure professionnelle?

Elisa G

Donc ce qui t'as le plus marqué, c'est vraiment le fonctionnement et ce que ça apporte à tous les participants, au delà du projet en lui même ?

Pierre S

Non, je dirais que c'est le projet qui est le plus fort dans l'expérience. Mais sans les compétences de chacun, sans l'échange entre chacun, sans répartition des tâches, il ne se réalise pas. Ici chacun a une tâche bien définie dès le départ, chacun arrive avec un métier. À chaque fois que l'un émet une idée sur le projet il y a toujours un autre qui dit «oui ça c'est faisable», alors que tout seul ou entre gens du même métier on n'a pas la réponse directement. Dans ce cadre ça permet de faire des choix ultra rapidement et de réaliser matériellement dans la foulée le projet.

Elisa G

D'accord ! Et comment se passe la continuité du projet? Si continuité il y a. Le musée choisit un projet qu'il souhaite mettre en place? Les participants souhaitent t'ils pérenniser leurs projets ?

Pierre S

Dans mon expérience au musée de la Manufacture à Roubaix chaque

équipe réalisait un proto fonctionnel sur les trois jours qui était installé dans le musée le temps d'une semaine. Après plus rien. L'asso qui organise Museomix fonctionne sur du bénévolat, je suis allé à une AG. Ils n'ont pas les moyens de créer un cadre pour développer les projets. C'est super dommage. Après il me semble que si le musée est intéressé il peut y avoir prolongation, mais par exemple dans mon équipe il y a avait une fille de Lyon, une autre de Clermont ferrand ...ça complique.

Elisa G

Oui j'imagine que c'est compliqué de continuer comme ça, c'est dommage si il n'y a pas de suite possible. Tu sais si le musée peut acheter les droits pour faire développer le projet ?

Pierre S

À priori oui ça serait normal. Mais c'est à chaque équipe de voir. Et comment tu fais pour que l'équipe se partage les droits? Sachant que l'équipe n'est pas une entité juridique. Pour bien faire il faudrait que Museomix serve d'intermédiaire ou une structure annexe. Ça n'est pas impossible, mais visiblement c'est suffisamment rare qu'un musée ait de l'argent pour ça. Le but du musée lors de telles manifestations est plutôt d'essayer, de tester et sûrement aussi de faire un peu de la com.

## **Annexes**

### ***Bibliographie***

#### Ouvrage de référence, toutes les thématiques

•TERRISSE Marc, Le musée dans tous ses états, Roubaix, éditions Complicités, 2012, 153 pages, Collection Muséo-Expographie

#### Patrimoine

CHOFFEL - MAILFERT Marie Jeanne, ROMANO Joseph, Vers une transition culturelle : sciences et techniques en diffusion, patrimoines reconnus, cultures menacées. Nancy : Presses Universitaires de Nancy, collection Nouveaux modes culturels, 1991, 181 p.

RASSE Paul, Techniques et cultures au passé: enjeux, ingénierie et communication dans les musées de société. Lyon: Presses Universitaires de Lyon, collection Muséologies, 1997, 229p

DE VARINE Hugues , « Notre patrimoine: une responsabilité partagée », Pour 2007/1 (N° 193), p. 36-40.

BARTON Jake, «The museum of you» [en ligne], TED Talks, mai 2013

MERLEAU-PONTY Claire, «La transmission culturelle, nouveaux modes de médiation » Bibliothèque Nationale de France, 2010

#### Muséologie

GUZIN Lukic, « Mutations en muséologie et programmes de formation à l'Université du Québec en Outaouais. », Éducation et francophonie , volume 43, numéro 1, printemps 2015, p. 131-145

DAVALLON Jean, « Le musée est-il vraiment un média ? », Publics et Musées, n°2, 1992, pp. 99-123

BERGERON, Yves et Sheila Hoffman, « Pour une nouvelle formation en muséologie : au-delà du « savoir » et du « savoir-faire », le « savoir-devenir ». », Éducation et francophonie , volume 43, numéro 1, printemps 2015, p. 146-162

BALLÉ Catherine, « Musées, changement et organisation », Culture & Musées, n°2, 2003, pp. 17-33.

STEVAN Caroline, « Le musée du futur, un dialogue plutôt qu'un monologue » [en ligne], Le Temps, publié le 30 juin 2017 modifié le 5 juillet 2017

### Numérique

Propos de FILIPPETTI Aurélie recueillis par MABILLE Philippe et NAQUIN Pierre, « Le musée du futur sera plus collaboratif et interactif » [en ligne], La Tribune, 29 juillet 2014

BUREAUD Annick , LAFFORGUE Nathalie et BOUTTEVILLE Joël, Art et technologie : la monstration, Leonardo, novembre 1996

PARDES Arielle, « Selfie Factories : The Rise of the Made-for-Instagram Museum » [en ligne], Wired, 27 septembre 2017

SOOD Amit, « Building a museum of museums on the web » [en ligne], TEDTalks, mars 2011

PATAUD CELERIER Philippe, Du musée imaginaire au musée virtuel : nouvelles technologies et nouveaux enjeux pour les institutions et acteurs du patrimoine culturel. Paris : Lynx Edicom, collection Nouvelles technologies de la mémoire, 1995, 129 p.

VOL Alexandra. « Tisser des trames de pertinence entre musées, nouvelles technologies et publics. » Publics et Musées, n°13, 1998, p. 67-87.

FOURCADE Marie-Blanche, « Partager le patrimoine numérique, construire le territoire en ligne. », Muséologies, volume 6, numéro 2, 2013, p. 35-50.

ABOUDRAR Bruno Nassim, Nous n'irons plus au musée, Paris : Aubier, collection Alto, 2000, 334 p

### Muséographie

JAUSS Hans Robert, Pour une esthétique de la réception. Paris : Gallimard, collection « tel », [1972] 1990, 333 p.

RECHT Roland, Penser le patrimoine, Mise en scène et mise en ordre de l'art, Paris, édition Hazan, [1999] 2008

VERON Eliséo, LEVASSEUR Martine, Ethnographie de l'exposition : l'espace, le corps et le sens. Paris. Centre Georges Pompidou . Bibliothèque Publique d'Information, 1983, 204 p.

BILLET André, L'exposition scientifique interactive : manipuler pour comprendre. Paris : CNRS Editions, 1996, 267 p.

#### Territorialité

FOURTEAU Claude, «Centre et milieu : des activités hors les murs, l'expérience du Centre Pompidou» La Lettre de l'OCIM, 1995, n°40, p. 23-26.

DUBE Philippe, « Le musée dans ses états gazeux, vu sous l'angle de deux concepts : muséalité et communalité », Sociétés, 2011/4 (n°114), p. 79-93

CHOFFEL - MAILFERT Marie Jeanne, ROMANO Joseph, Vers une transition culturelle : sciences et techniques en diffusion, patrimoines reconnus, cultures menacées. Nancy : Presses Universitaires de Nancy, collection Nouveaux modes culturels, 1991, 181 p.

DUCLOS Jean-Claude, « De la muséographie participative », L'Observatoire 2012/1 (N° 40), p. 45-49.

DUBUC Élise et LAURIER Turgeon, « Musées et premières nations : La trace du passé, l'empreinte du futur », Anthropologie et Sociétés, volume 28, numéro 2, 2004, p. 7-18

GRODWOHL Marc « La scénographie du cochon et de la choucroute : Mémoires d'écomusée d'Alsace (1984-2006) », Culture & Musées, n°13, 2009, pp. 131-151.

#### Publics

ROBINSON Edward S., « Exit le visiteur type, les musées se penchent sur les hommes et femmes réels. », Publics et Musées, n°8, 1995, p. 11-19.

DUFRESNE-TASSÉ Colette, « Du visiteur à l'exposition. Vingt ans de recherche en éducation des adultes et en action culturelle. » Éducation et francophonie , volume 43, numéro 1, printemps 2015, p. 163-179.

POULARD Frédéric, « Les écomusées. Participation des habitants et prise en compte des publics », Ethnologie française 2007/3 (Vol. 37), p. 551-557.

## **Annexes**

### **Sitographie**

#### Analyse du Musée

<https://www.musees.strasbourg.eu/musee-alsacien>

#### Musées de société, quels rôles ?

<http://fems.asso.fr/>

<http://icom.museum/>

<http://www.paris-art.com/musees-xxieme-siecle/>

<http://info.ideo.free.fr/>

#### Le patrimoine, c'est quoi ?

<https://www.centrepompidou.fr/>

Le numérique, quelles opportunités ?

<http://sevransmicrofolies.com/>

<https://www.realite-virtuelle.com/9083-2>

<http://www.nouveautourismeculturel.com/blog/2014/10/30/web-collaboratif-musees/>

#### La marque de territoire, écosystème promotionnel ?

<http://www.marque-alsace.fr/>

#### Effet multiplicateur de la culture, investissement déclencheur ?

<https://www.youtube.com/watch?v=0E4awMcrLEk>

#### Hors les murs, dans le quotidien ?

<https://www.musees.strasbourg.eu/la-muz-histoires-d-une-ville>

[http://www.citedudesign.com/fr/la-recherche/PROJET\\_62](http://www.citedudesign.com/fr/la-recherche/PROJET_62)

#### Des contextes adaptés, des publics plus concernés ?

<http://www.jeremydeller.org/>

<http://www.lyceeecorbusier.eu/labo-cultur-elles/>

<http://www.twgeiger.de/>

<http://www.studiolentigo.net/?p=5652>

Publics absents, publics illégitimes ?

<http://www.leslaboratoires.org/projet/musee-precaire-albinet/musee-precaire-albinet-1>

Museomix, vers une plus grande réciprocité des échanges ?

<http://www.museomix.org/>

Autres

<http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/851-la-mediation-dans-les-musees-de-france.pdf>

[http://www.tourmag.com/Le-British-Museum-musee-du-futur\\_a72329.html](http://www.tourmag.com/Le-British-Museum-musee-du-futur_a72329.html)

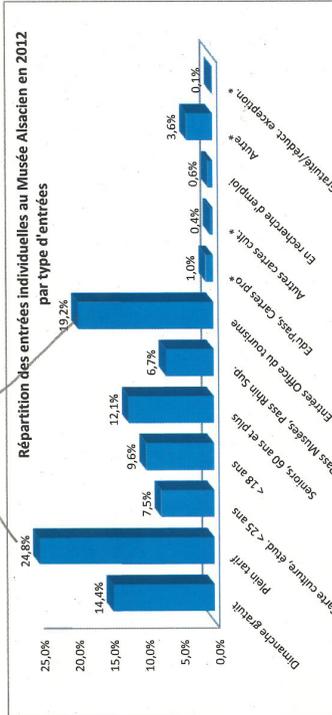
<https://britishmuseumofthefuture.tumblr.com/tagged/digital>

<http://www.siloarchitectes.fr/hjlm/>

## MUSEE ALSACIEN

- Le second musée de Strasbourg en nombre de visiteurs
- Un public fortement touristique, qui découvre l'existence du musée aussi souvent « par hasard » que grâce à la communication institutionnelle
- Une augmentation importante de la fréquentation pendant la période du marché de Noël des musées
- Un public qui compte une part importante de visiteurs occasionnels qui fréquentent peu les musées
- Des visites qui s'effectuent le plus souvent à plusieurs

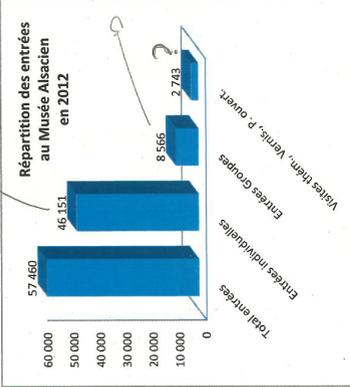
*touristes, note autonome (spécifique)*



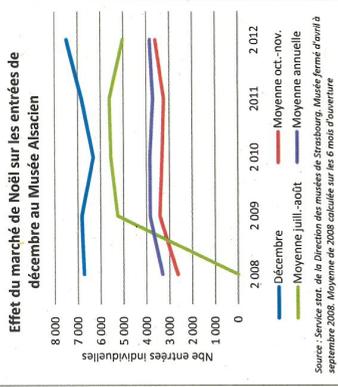
\* Cartes professionnelles : carte de presse, guides, salariés CUS. Autres cartes culturelles : Carte About Voir, Amis des Musées, COM, etc. Autre : visiteurs handicapés, carte Cezam, carte famille nombreuse, invitation, etc. Gratuité ou réductions exceptionnelles : salle fermée, panne informatique, etc.

Source : Service statistique de la Direction des musées de Strasbourg

*Visites Autonomes (comme les autres)*



*les plus de groupes (peu de visiteurs?)*

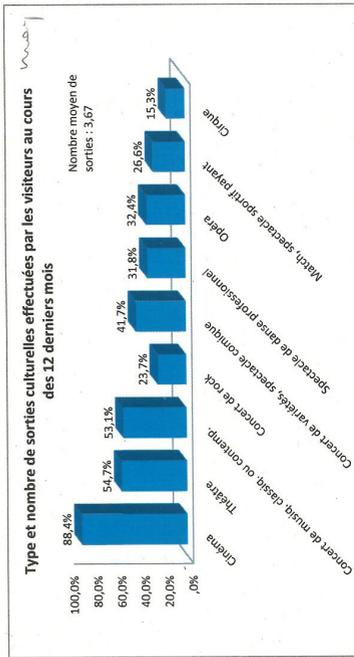


Source : Service stat. de la Direction des musées de Strasbourg. Musée fermé d'avril à septembre 2008. Moyenne de 2008 calculée sur les 6 mois d'ouverture

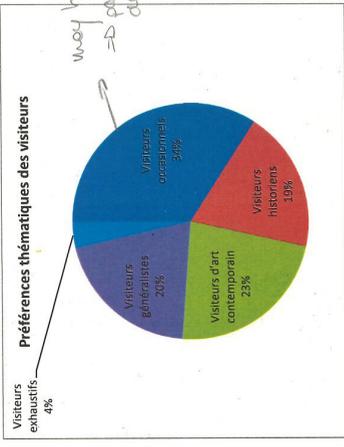
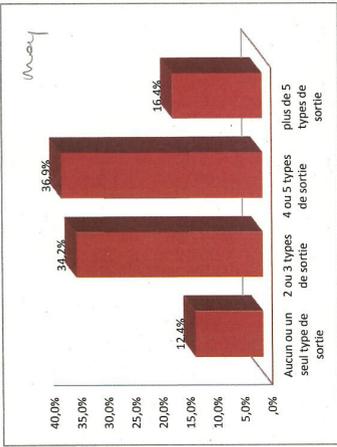
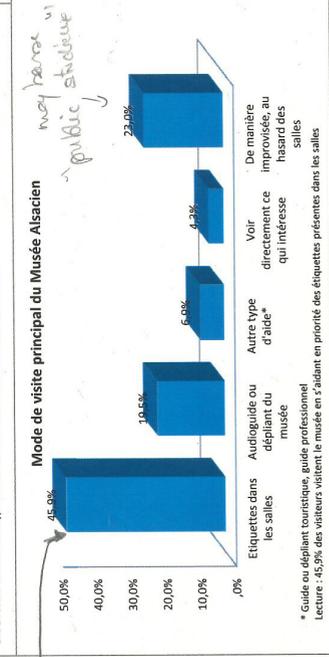
*assez stable pensés après - Noël - etc. (Spécifique)*

## Annexes Étude statistique du Musée Alsacien





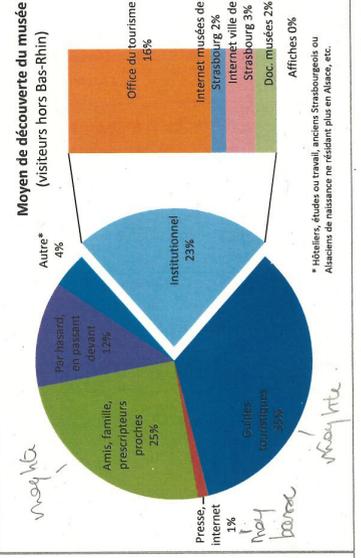
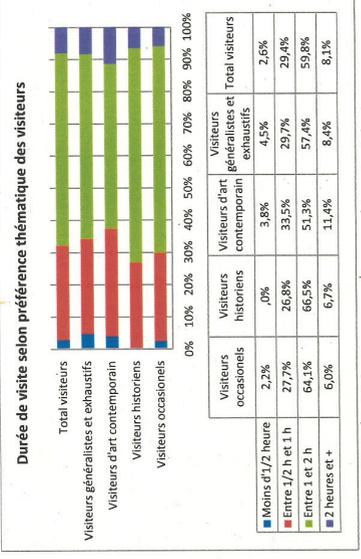
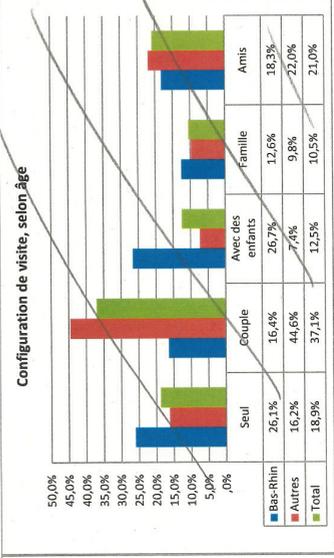
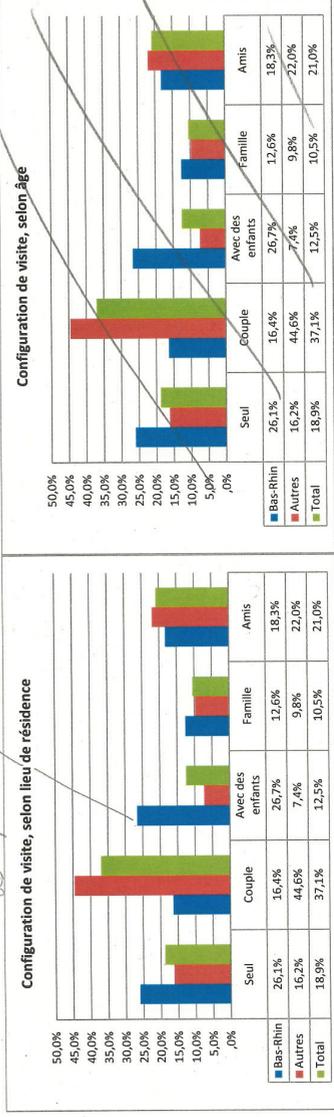
Lecture : 54,7% des visiteurs du Musée Alsacien sont allés au moins une fois au théâtre au cours des 12 derniers mois. 34,2% des visiteurs ont effectué deux ou trois types de sorties différentes au cours de la même période



Z e f e tu nepuine .

publics locaux  
beaucoup enfants

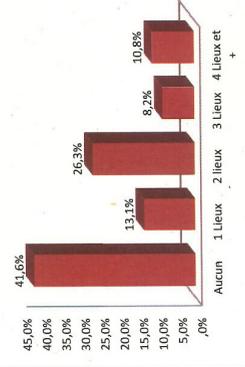
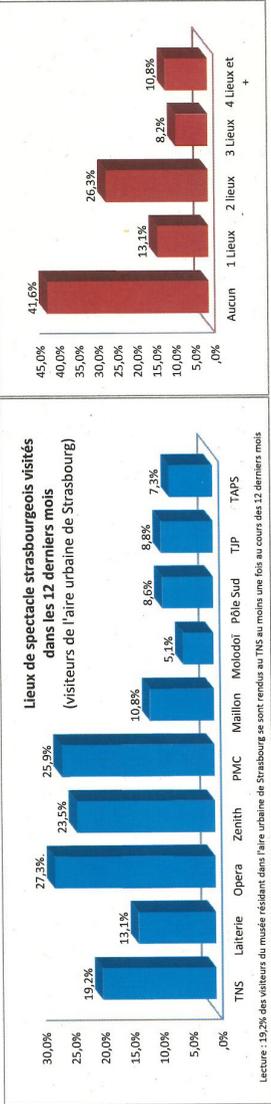
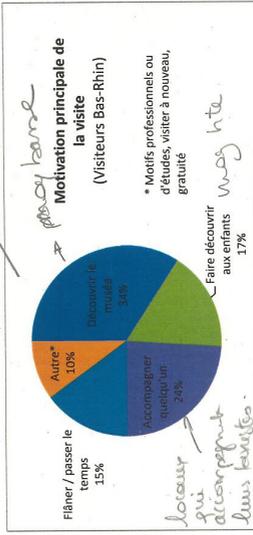
visites collectives  
ds 3/4 classes



\* Hôtels, études ou travail, anciens Strasbourgeois ou Alsaciens de naissance ne résidant plus en Alsace, etc.

visites collectives ds 3/4 classes

*pas d'age limite*



*mémoire 2018*  
*Élisa Guillet*  
*design de produit*

# *La mue des musées*



