



HAL
open science

Discours, dispositifs et expériences du réenchantement muséal au 21e siècle : regards sur trois musées d'art et d'histoire

Stéphanie Valade

► **To cite this version:**

Stéphanie Valade. Discours, dispositifs et expériences du réenchantement muséal au 21e siècle : regards sur trois musées d'art et d'histoire. Sciences de l'information et de la communication. 2019. dumas-02530238

HAL Id: dumas-02530238

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-02530238v1>

Submitted on 2 Apr 2020

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

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

Copyright

Master professionnel

Mention : Information et communication

Spécialité : Communication Entreprises et institutions

Option : Entreprises, institutions, culture et tourisme

Discours, dispositifs et expériences du réenchantement muséal au 21ème siècle Regards sur trois musées d'art et d'histoire

Responsable de la mention information et communication
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Dominique Pagès

Nom, prénom : VALADE Stéphanie

Promotion : 2018

Soutenu le : 06/04/2019

Mention du mémoire : Très bien

*À Frédéric,
Pour ses encouragements, son soutien
et ses conseils*

REMERCIEMENTS

Au terme de l'aventure qu'est un mémoire, je tenais à remercier celles et ceux qui l'ont rendue possible, et en tout premier Madame Dominique Pagès, qui m'a souvent aiguillée, conseillée avec persévérance, encouragée. Mon mémoire trouve son impulsion dans ses remarques, et s'est nourri de réflexions issues de ses cours pleins d'ouvertures. Monsieur François Quéré, mon rapporteur professionnel, a eu la gentillesse de me permettre de contacter mes interlocuteurs dans les musées et me faire des remarques sur la structure de mon mémoire.

Je remercie également les professeurs de ma formation au CELSA, et en premier Monsieur Antoine Roland, qui m'a accordée temps et attention, et dont les idées de médiations numériques m'ont plu et inspirée.

Je suis reconnaissante aux personnes que j'ai pu rencontrer en entretien pendant ce mémoire. Je les remercie chaleureusement d'avoir pris ce temps et d'avoir montré cet intérêt et cette compréhension. Merci donc aux conservateurs et directeurs des musées Unterlinden et lorrain, au secrétaire général du musée de Cluny, à l'architecte de la rénovation du musée de Cluny, à tous mes « publics » adulte, et à la seule jeune fille que j'ai rencontrée mais dont l'entretien n'a pas été exploité faute d'autres adolescents, j'en suis désolée. Merci à toutes ces personnes qui m'ont donné temps et attention avec générosité.

Enfin, je tiens à remercier ma famille, mes amis, pour leur patience pendant ces temps studieux, et mon compagnon pour sa présence attentive, clairvoyante, et toujours aidante.

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	7
<u>I - L'ENCHANTEMENT AU MUSEE : REALITE DANS L'HISTOIRE OU FANTASME RECONSTRUIT ?</u>	<u>14</u>
A- LES MUSÉES AU CROISEMENT DE LA SACRALITÉ ET DU POSTMODERNISME	14
1° LE MUSEE COMME LIEU DE MONSTRATION PARTICULIER	15
2° LE POSTMODERNISME MINE-T-IL LES LIEUX LEGITIMES COMME LES MUSEES ?	19
3° LE MUSEE EST-IL UN ESPACE « SACRE » - ET EN QUEL SENS ?	21
4° LES EVOLUTIONS ET INJONCTIONS POLITIQUES MODERNES, QUANT A ELLES, PRONENT L'OUVERTURE ET ANNONCENT (ENTRE AUTRES) L'ENCHANTEMENT	24
B - MAIS QU'EST-CE QUE L'ENCHANTEMENT ?	27
1° L'EXPERIENCE ENCHANTERESSE FAIT PERDRE PIED AVEC LA REALITE QUOTIDIENNE, CONNUE.	28
2° L'EXPERIENCE ENCHANTERESSE NOURRIT CE FAISANT UN IMAGINAIRE TOUT AUTANT QU'ELLE S'EN NOURRIT	34
3° L'EXPERIENCE ENCHANTERESSE SOLLICITE ACTIVEMENT (ET SOUVENT PARADOXALEMENT) NOS SENS	37
4° L'EXPERIENCE ENCHANTERESSE S'ARTICULE AVEC UN DISCOURS QUI LUI FAIT DEPASSER LA SEULE DELECTATION.	38
5° L'ENCHANTEMENT REPREND CERTAINS CODES DU MERVEILLEUX, MAIS POUR LES SUBVERTIR.	43
6°. ON A ENVIE D'EN PARLER ET DE PARTAGER L'ENCHANTEMENT.	44
7° QUELQUES PISTES DE TYPOLOGIE THEORIQUE DE L'IMAGINAIRE DE L'ENCHANTEMENT	45
C – JUSQU'OU L'ENCHANTEMENT PEUT-IL ÊTRE INSTRUMENTALISÉ ET EXTENUÉ PAR LE MARKETING ?	49
1° L'USAGE DU MOT DANS LE MARKETING EST COURANT.	49
2° MAIS QUE DIT KUROSAWA ? - AMBIGUÏTES DE L'ENCHANTEMENT THEORISE PAR <u>LA SCIENCE DE L'ENCHANTEMENT.</u>	51
3° L'ATELIER DES LUMIERES : EST-CE UNE DERIVE DISNEYLANDIENNE DE L'ENCHANTEMENT, ET JUSQU'OU ?	52
<u>II- L'ENCHANTEMENT ET TROIS MUSEES D'ART ET D'HISTOIRE : LE REENCHANTEMENT A-T-IL SA PLACE DANS LEUR RENOVATION?</u>	<u>62</u>
A – PRÉSENTATION DES MUSÉES DU CORPUS PRINCIPAL	64
1° LE MUSEE LORRAIN, UN MUSEE A L'HISTOIRE PRESTIGIEUSE, QUI MET EN VALEUR LE TERRITOIRE DE LA LORRAINE	64
2° LE MUSEE UNTERLINDEN, UN MUSEE TRES ALSACIEN MAIS A LA REPUTATION QUI DEPASSE LES FRONTIERES	68
3° LE MUSEE DE CLUNY, UN MUSEE DE SPECIALISTES DU MOYEN AGE, A L'ATTRACTIVITE MONDIALE	71
B – LES VISITES : LA PRÉSENTATION ET LA MISE EN SCÈNE DES MUSÉES PAR EUX-MÊMES	74
1° VISITE DU MUSEE LORRAIN LORS DU « DERNIER WEEK-END AVANT TRAVAUX » : UN MUSEE QUI MET EN SCENE SA RENOVATION ET SON CARACTERE TERRITORIAL.	75
2° VISITE DU MUSEE DU MOYEN-AGE ET DES THERMES DE CLUNY (PARIS) : DES LIEUX COMPOSES, PRESENTES DE MANIERE PLUS ENCHANTERESSE.	79
3° VISITE DU MUSEE UNTERLINDEN (COLMAR) LE 17 NOVEMBRE 2018 : LA PRESENTATION D'UN HERITAGE TERRITORIAL ENCYCLOPEDIQUE.	80

C – QUEL IMAGINAIRE DE REFONDATION DISCERNE-T-ON DANS LES DISCOURS TENUS PAR LES CONSERVATEURS, DIRECTEURS ET SECRÉTAIRES GÉNÉRAUX, À L'OCCASION DE LA RÉNOVATION DE CES MUSÉES ?	85
1° UNE CLAIRE VOLONTE DE LAISSER AUX PUBLICS LEUR AUTONOMIE ET UN CERTAIN REFUS DU «MARKETING »	85
2° LE CHARME DES LIEUX	89
3° UNE MODERNITE QUI SE NOURRIT DU PATRIMOINE ET DE L'HISTOIRE	91
4° LA PLACE LAISSEE A L'OBJET	91
5° L'EXPERIENCE PROPOSEE A CES PUBLICS EST-ELLE DE L'ENCHANTEMENT ?	93
D – SUR L'INCARNATION DE CES DISCOURS SUR LA RÉNOVATION DES MUSÉES : LE POINT DE VUE D'UN ARCHITECTE	97
<u>III – L'APPROPRIATION DE L'ENCHANTEMENT MUSEAL PAR LES PUBLICS : COMMENT LES PUBLICS VIVENT-ILS L'ENCHANTEMENT PROPOSE ?</u>	<u>102</u>
A – UNE THÉORISATION DE PLUS EN PLUS COMPLEXE DES PUBLICS	103
B – OBSERVATIONS PARTICIPANTES DES PUBLICS : RETOUR SUR DEUX MUSÉES DU CORPUS PRINCIPAL	105
1° LE MUSEE UNTERLINDEN	106
2° LE MUSEE DE CLUNY	109
C – MÉTHODOLOGIE ET PARTI-PRIS DES INTERVIEWS DE PUBLICS	116
1° LE CHOIX DES ECHANTILLONS.	116
2° ENTRETIENS AVEC LES PUBLICS : QUELQUES PARTI-PRIS.	117
3° LA MISE AU POINT DU GUIDE D'ENTRETIEN.	118
D – RÉSULTATS DES ENTRETIENS ADULTES	119
1° LA DEFINITION DU MOT « ENCHANTEMENT »	119
2° LA MISE EN SCENE	123
3° LA COMMUNICATION	124
E – LE CAS DES ADOLESCENTS	125
F - OUVERTURES ET PRÉCONISATIONS	128
1° D'UN POINT DE VUE ACADEMIQUE	129
2° D'UN POINT DE VUE EXPERIENTIEL	139
3° D'UN POINT DE VUE COMMUNICATIONNEL	148
<u>CONCLUSION</u>	<u>153</u>
<u>BIBLIOGRAPHIE</u>	<u>158</u>
<u>ANNEXES</u>	<u>166</u>
INTERVIEWS DES CONSERVATEURS	166
A. RICHARD DAGORNE (MUSÉE LORRAIN, NANCY, CONSERVATEUR ET DIRECTEUR DU MUSÉE)	166
B. AXEL VILLECHAIZE (MUSÉE DE CLUNY, PARIS, SECRÉTAIRE GÉNÉRAL DU MUSÉE)	173
C. PANTXIKA DE PAEPE (MUSÉE UNTERLINDEN, COLMAR, CONSERVATRICE ET DIRECTRICE DU MUSÉE)	178
INTERVIEW DE L'ARCHITECTE DU MUSÉE DE CLUNY, BERNARD DESMOULIN	194
INTERVIEWS DES PUBLICS ADULTES	206
GUIDE D'ENTRETIEN	206
A. FANNY	209
B. OLIVIER	227
C. JOAN	234
D. CHARLOTTE	247

Mémoire M2 CTC - Stéphanie Valade

E. PIERRE	258
F. FRÉDÉRIC	271
G. ERIK	287
RESUME	301

INTRODUCTION

Nous avons choisi dans ce mémoire, de croiser les notions de réenchantement et d'enchantement avec des problématiques muséales : leur attractivité pour les publics, et l'expérience proposée à ces mêmes publics. Or, parmi les synonymes d'enchantement, on peut noter « charme », « ensorcellement », « magie », « incantation » ; tous mots qui ont tendance à renvoyer à l'imaginaire de la magie, mais avec une forte connotation enfantine. Pour autant, l'application de l'enchantement et du réenchantement au musée nous semblait intéressante, pour améliorer encore l'expérience des visiteurs, les attirer, et pour que le musée puisse encore davantage se penser.

Nous avons donc voulu dans ce travail penser un réenchantement *muséal*, c'est-à-dire un réenchantement qui ne dénature pas le propos des musées, mais qui au contraire les rend plus attractifs, plus imaginaires, plus fascinants, via de l'enchantement.

La grande difficulté à laquelle nous nous sommes affrontée tout au long de ces recherches fut aussi la première : la compréhension que l'on a, spontanément, de l'enchantement. Dans la compréhension commune, il s'agit d'un phénomène léger et onirique, basé sur le spectaculaire, qui peut même être fortement marketé. Nous utiliserons d'ailleurs le terme de disneylandisation plusieurs fois dans ce mémoire.

Si l'enchantement est vraiment ce concept trivial, l'on peut douter de sa pertinence pour les musées. L'enchantement passe pour léger, mais ne correspond-il qu'à cela ?

Nous avons fondé notre recherche sur la conviction qu'il existait un autre concept d'enchantement, qui en serait une version « sérieuse » ou plus profonde. Nous avons donc construit cette notion d'enchantement, que nous trouvons plus réel et substantiel. Et nous avons ensuite évalué si nous la retrouvions dans la pratique des musées, pour voir si ce concept avait une pertinence, s'il permettait de penser un enchantement (ou un réenchantement) muséal.

Ce travail nous a permis à la fois d'affiner notre concept et de voir dans quelle mesure les musées pouvaient se dire enchanteurs.

Il convient de noter que pour autant, la première idée de notre mémoire était de le consacrer à *l'émerveillement* muséal. Nous devons à Madame Dominique Pagès de nous avoir aiguillée sur la notion plus complexe, car ambivalente, d'enchantement. Nous avons avec fruit creusé cette notion, plus riche. Par la suite, ses conseils fournis nous ont permis d'éviter, espérons-nous, certains écueils, en nous orientant vers une recherche très axée sur les publics, avec beaucoup d'entretiens. Enfin, nous avons aussi pu contextualiser et actualiser notre recherche suite à ses interventions.

Mais pourquoi penser un enchantement muséal ?

La situation des musées et leur « attractivité » sont des phénomènes complexes, et surtout, variables.

De nos jours, dans certains médias, les musées, surtout ceux ressentis comme « classiques », sont parfois présentés comme « poussiéreux »¹. C'est l'image d'Epinal. Surtout, l'individu moderne a du recul et veut participer – à la constitution des savoirs et discours par exemple. Il ne veut plus d'un discours descendant. Or les musées ont souvent déjà pris en compte ces changements. Ces accusations ne prennent pas en compte la vivacité des réflexions muséales.

En effet, la critique des musées n'est pas nouvelle, et des inflexions avaient déjà été prises : dès 1968, le côté « bourgeois » et élitiste des musées est décrié. Dans les années 70, puis avec la nouvelle muséologie, on met au centre entre autres les écomusées, qui mettent en valeur le patrimoine, matériel et immatériel, d'un territoire, et non les collections basées sur le prestige et l'exceptionnalité des œuvres. Pour autant, ainsi que le souligne Serge Chaumier², cette « reconnaissance des cultures populaires » et « des patrimoines ethnographiques » se fait « d'abord au

¹ <http://eve.ne.lefigaro.fr/citations/louis-pons>
etc...

² Serge Chaumier, « La nouvelle muséologie mène-t-elle au parc ? », *Expoland. Ce que le parc fait au musée : ambivalence des formes de l'exposition. Complicités*, p. 70 sq. pour tout le paragraphe.

nom du savoir et de la culture », comme pour les musées représentant la culture plus légitime. La nouvelle muséologie veut en fait redéfinir la culture. Une autre particularité fondamentale de cette nouvelle muséologie est de remettre le « destinataire au centre des préoccupations », en l'« impliquant », en « suscitant l'éveil des populations », le tout dans le but de réaliser une réelle démocratisation culturelle. Cette nouvelle approche muséale se différencie de la « classique » par un rapport différent aux collections, dont la seconde serait souvent « prisonnière ». Elle se construit, elle, par la valorisation du discours ou la valorisation du public. Ce serait la seconde option qui se serait la plus développée en France, en recourant par exemple aux émotions, aux sensations, aux implications, au principe d'un apprentissage ludique. Le problème étant qu'un glissement a pu se faire par la suite, qui amène à « des expositions spectacles » où « il ne s'agit plus d'expliquer mais de faire rêver », et « les années 80 ont vu se multiplier les projets où la reconstitution toujours plus imposante fonctionne de plus en plus pour elle-même ».

De nos jours, les musées sont concurrencés par toutes sortes d'autres « divertissements » culturels, par exemple les parcs d'attraction, que certains musées essaient d'imiter³. Ils sont aussi concurrencés par des espaces privés d'immersion sans beaucoup de médiation. N'est-ce pas par rapport à eux que les musées peuvent sembler vieux-jeu ?

Ces dispositifs se fondent sur un enchantement, c'est-à-dire, dans ce cas, une adhésion, une sorte de fusion qui mène comme dans un rêve. Mais cette définition de l'enchantement est-elle suffisante, et peut-elle s'appliquer aux musées, qui ont une vocation d'exposition de collection, en particulier ? Au fondement du musée se trouve aussi la mission de conservation scientifique.

Peut-être sont-ce plutôt les espaces d'exposition immersifs qui peuvent se baser sur l'enchantement. La projection est alors celle dans un ailleurs purement onirique.

³ Cf Florence Berlaën, « L'immersion dans les musées de sciences : médiation ou séduction ? », in Cultures et Musées, n°5, 2005. Du musée au parc d'attractions : ambivalence des formes de l'exposition (sous la direction de Serge Chaumier), pp. 91-110.

Or, les musées ne sont-ils pas toujours les porteurs d'une aventure historique, artistique et culturelle qui doit toujours se re-dire^{4,5}?

Et d'autre part, les enjeux des musées du 21^{ème} siècle sont aussi ceux d'une massification et d'une diversification souhaitées de leurs publics, qui entraîneront nécessairement un renouvellement de leurs discours et de leurs offres. Les musées sont invités à devenir plus inclusifs, favorisant la co-création et l'émergence de lieux de vie, donc une certaine forme, semble-t-il, de désacralisation.

Dans ce contexte, les musées peuvent-ils gagner malgré tout à se penser et se présenter comme des lieux enchanteurs eux aussi ?

Il s'agirait donc d'inventer l'enchantement muséal qui précisément réchantera les musées, lesquels sont toujours en demande ce qui pourra ajouter à leur modernité⁶, mais sans leur faire perdre leur spécificité.

Cela pose question : dans quelle mesure, sur la base de quelle définition, et avec quelles applications concrètes, les musées se réenchangent-ils ou pourraient-ils le faire ? Quelles sont les attentes des publics en termes d'expérience et de réenchantement muséaux, ainsi qu'en termes de communication ? Au final, est-ce bien une notion féconde ?

D'où émerge notre problématique : La notion d'enchantement ou de réenchantement est-elle pertinente - et en quel(s) sens - au 21^{ème} siècle, pour les musées et leurs publics ?

⁴ Ainsi les trois musées de notre corpus sont-ils issus de mouvements du 19^{ème} siècle, où des associations d'érudits, motivés entre autres par la préservation des trésors artistiques et culturels de leur région, les ont fondés. Certains furent d'abord très modestes, et leur développement fut dû à l'enthousiasme – y compris régionaliste – des amateurs.

⁵ Les musées « s'inscrivent dans une formidable volonté de diffusion des savoirs, d'éveil des consciences et d'instruction publique », Ils « exprim(ent) ce qu'il y a de meilleur au monde, de meilleur en l'Homme », Serge Chaumier, op.cit. p.67.

⁶ <http://www.leparisien.fr/loisirs-et-spectacles/ca-peut-rajeunir-notre-image-13-10-2005-2006377962.php>

D'où découlent nos hypothèses :

- il semblerait que si on évite les écueils du marketing et que l'on évite de penser l'enchantement comme pur spectacle, l'enchantement repensé puisse être appliqué au musée dans le but de le rendre plus attractif face aux attentes contemporaines ;
- il semblerait que pour comprendre ce qu'est l'enchantement muséal, il faille repenser la notion de matérialité, et l'articuler au concept de sacré;
- il semblerait que les publics ont des attentes contrastées vis-à-vis des musées, et que s'ils peuvent se laisser enchanter, il y a néanmoins des tensions, entre participation et subjugation, entre réalisme et acceptation du charme.

Et notre méthodologie :

Nous avons étudié trois musées d'art et d'histoire, discipline plutôt « sérieuse », qui semble à priori encore moins se prêter à l'enchantement tel qu'on le comprend spontanément. Pour autant, il nous est apparu intéressant d'aller vers ces musées qui sont porteurs d'un fort contenu, potentiellement « descendant » (le savoir historique), afin de pousser notre notion, le « réenchantement » - et l'enchantement - à sa limite. Ce sont des musées où les notions de « collection » et de « conservation » sont importantes. Ils sont donc particulièrement éclairants sur les difficultés à penser un enchantement muséal sérieux.

Bien plus, les trois musées étudiés ont connu ou connaissent d'importants travaux de rénovation. Les rénovations sont une période propice aux réinventions et l'occasion parfois de mettre en œuvre des idées nouvelles, ou que l'on avait depuis longtemps en tête. Elles sont souvent le fruit de considérations très pragmatiques (taille, normes...) mais nous avons voulu nous demander si l'on pouvait aussi les lire, fût-ce en creux, comme des réenchantements.

Pour mettre en test la première hypothèse, nous avons visité de nombreuses expositions dites « enchanteresses », afin de dégager certains traits qui pouvaient caractériser l'enchantement. Nous avons ensuite visité les musées de notre corpus et observé les publics à cette lumière. Afin de voir si le concept était pertinent, nous avons également mené des entretiens avec des conservateurs, directeurs et secrétaire général des musées étudiés, cherchant à cerner s'ils utilisaient le concept

ou y adhéraient. Nous avons aussi rencontré l'architecte d'une des ces rénovations muséales, afin de voir si il reconnaissait dans ce concept d'enchantement un processus à l'œuvre dans sa création. Un de nos fils directeurs a donc été d'analyser des visites et des lieux, mais surtout des discours, afin de voir si le concept d'enchantement ou de réenchantement muséal pouvait s'appliquer ; s'il y avait une forme d'efficacité souterraine du concept même si le mot n'était pas prononcé ou conscient.

Cela nous a notamment permis de voir le degré d'adhésion des agents des musées à l'idée que celui-ci soit enchanteur.

Pour éprouver la seconde hypothèse, nous avons procédé de manière plus théorique en partie. Nous basant sur une analyse de ces concepts, nous en avons proposé une articulation. Nous avons ensuite mis à profit les entretiens avec les publics pour voir la place qu'ils donnaient à la matérialité dans leur enchantement muséal, et aux autres composantes qu'ils citaient – et d'affiner notre propre compréhension. Nos visites nous ont également indiqué la place des objets dans l'expérience des musées. Cette hypothèse sur le lien entre matérialité et enchantement nous a semblé bien validée par le dernier entretien que nous avons fait, avec Bernard Desmoulin, l'architecte qui dirige la rénovation du musée de Cluny.

Enfin, pour confirmer ou infirmer notre troisième hypothèse, nous nous sommes fondée sur les travaux théoriques sur les évolutions contemporaines du musée, notamment sa tendance à devenir toujours plus participatif. Cela nous a permis, en relation avec les entretiens avec des publics, de tenter d'en cerner les attentes. Le lien entre participation et désacralisation (ou non) du musée a aussi pu être examiné à nouveaux frais : faire un musée de plus en plus participatif, veut-il nécessairement dire le désacraliser ?

Nous avons travaillé autant le réenchantement que l'enchantement muséal dans notre travail, partant du principe que si le réenchantement pouvait être un enjeu, historiquement situé, notamment des musées au 21^{ème} siècle, le ressort en serait un « enchantement ». Les deux notions sont donc étroitement liées et il ne nous est pas

paru possible d'étudier l'une sans l'autre. La première serait un résultat, lié à l'évolution des musées dans l'histoire ; la seconde en serait le ressort toujours actif selon nous – même si ambivalent et difficile à saisir sérieusement.

Cette démarche s'est concrétisée dans notre plan :

Dans un premier temps, nous avons posé le cadre théorique de départ de notre étude, en définissant les termes principaux (enchantement, postmodernisme, sacré, musée) et en proposant une première conceptualisation de l'« enchantement » appliqué au domaine muséal. Ensuite, dans la deuxième partie, nous avons visité les musées de notre corpus principal, le musée lorrain de Nancy, le musée Unterlinden de Colmar et le musée de Cluny de Paris, pour voir si nous y retrouvions nos intuitions de la partie 1. Nous y avons confronté visites et discours des conservateurs, directeurs et secrétaire général, ainsi que celui de l'architecte de la rénovation de Cluny. De manière complémentaire, ces discours et leur analyse ont enfin été comparés avec celle menée dans la troisième partie sur les publics : leur visite, leurs discours furent examinés. Il s'agit majoritairement des publics adultes mais les adolescents de la génération Z furent aussi évoqués. Nous en avons profité pour reconceptualiser, à la lumière de tous ces terrains, notre notion, bouclant la démarche entreprise en première partie, et pour donner quelques pistes d'action pour augmenter l'enchantement muséal.

I - L'enchantement au musée : réalité dans l'histoire ou fantasma reconstruit ?

L'objectif de cette partie est de poser le cadre théorique de notre recherche. Pour ce faire, nous allons proposer une conceptualisation des principaux termes nécessaires à la compréhension du problème. Nous proposerons également une première analyse de l'enchantement, via une liste de caractéristiques génératrices d'enchantement. Cela nous permettra de le situer notamment par rapport à l'imaginaire et au marketing, à propos duquel nous reviendrons sur le cas de l'Atelier des Lumières.

*

Pour situer notre propos, nous allons commencer par explorer la notion de musée. Les musées sont nés de la présentation d'œuvres, à destination du public, dans un espace commun et avec une vocation en générale éducative. Cela a permis de créer une expérience muséale bien différente de celle d'un cabinet de curiosités (notamment pour des raisons scientifiques). Cet espace a pu être considéré comme « sacré », et maintenant, l'on veut « désacraliser » le musée. Cela est-il fondé, et que pouvons-nous en tirer pour notre compréhension des musées, notamment pour préparer notre analyse de leur « enchantement » ?

A- LES MUSÉES AU CROISEMENT DE LA SACRALITÉ ET DU POSTMODERNISME

Le musée est au croisement de problématiques et d'enjeux qui en font un objet politique, autant qu'artistique, patrimonial, économique, identitaire ou même métaphysique.

En évoquant brièvement l'histoire et les spécificités de l'exposition muséale, nous en montrerons les tensions. Nous soulignerons ensuite que, selon notre hypothèse, le

postmodernisme vient mettre en difficulté une expérience « classique » du musée, mais que les alternatives à cette visite classique, loin d'être univoques, posent la question d'un sacré revisité.

Pour autant, cette hypothèse d'une sacralité du musée est discutée au sein même de la muséologie : le musée ne serait-il pas d'abord une institution de coercition et de domination sociale ?

En fait, tout se passe comme si le musée pouvait nous apparaître comme un espace avatar du sacré, mais assailli par toutes sortes de demandes d'ouverture, voire de marketing.

1° Le musée comme lieu de monstration particulier

Le musée est né à la suite des cabinets de curiosité, où de riches collectionneurs juxtaposaient des objets extraordinaires censés éveiller la curiosité et l'appétit de savoir. Mais quant à lui, le musée naît notamment avec la classification méthodique des objets, qui sont centraux dans les premières élaborations des musées. Cela montre une tendance rationnelle du musée : dégager des courants, des points communs entre les œuvres, qui permettent là encore de les trier, c'est-à-dire de mettre de l'ordre dans la présentation d'objets individuels.

D'autres questions viennent complexifier la question du statut et de la vocation des musées : ceux-ci ne doivent-ils être que pédagogiques ? Ou ont-ils un rôle social, au lieu de n'être que des lieux de conservation scientifique ? Si oui, lequel ? Les musées de territoire, par exemple, incarnent leur lieu et ont un rôle identitaire, de même que les centres d'interprétation. Les musées peuvent avoir une vocation sociétale, tel le Musée de l'Histoire de l'immigration à Paris, qui promeut un nouveau regard sur les immigrés et les mouvements d'immigration. L'éducation par le musée elle-même peut être mise en perspective avec autre chose que la science : ainsi après la seconde guerre mondiale, la volonté d'éducation était à comprendre dans un sens politique, pour promouvoir la démocratie.

Les musées, en outre, ont de plus en plus pris en compte les publics auxquels ils s'adressaient – n'obéissant plus seulement à une logique de collection. Cette

revendication fut notamment celle de mai 68, mouvement pour lequel le musée « traditionnel » (nonobstant ses contradictions internes) est un musée bourgeois et élitiste.

Le grand « schisme » est celui de la nouvelle muséologie, et avant elle celui de mai 68, apparu avec de fortes revendications. Cette nouvelle muséologie affirme notamment que le musée est une institution culturelle à disposition du plus grand nombre – principe que l'on retrouvera dans les dernières injonctions ministérielles aux musées dans le rapport de la mission « Musées du XXI^{me} siècle », dirigée par Jacqueline Eidelman et remis à Madame la ministre de la culture Françoise Nyssen en février 2017. Le musée doit être développé pour des impératifs de démocratie et d'ouverture culturelle, c'est dire qu'il est au service de la population.

Il convient de noter qu'en voulant contribuer, dans une optique démocratique, au développement des consciences, le musée rejoint paradoxalement ce musée humaniste qu'il veut dépasser. L'ambition humaniste des musées fut en effet d'éduquer et de contribuer à la mémoire de l'humanité, dans un esprit d'universalité du savoir et souvent même de progrès. Maintenant, revenu de ces idéaux universalistes, tout se passe comme si le musée avait toujours vocation à éduquer, mais à l'individualité critique, à la conscience réfléchie de la pluralité, et à la démocratie.

C'est que le musée a essentiellement une visée éducative⁷, et ne saurait devenir pur spectacle – ce serait rentrer en concurrence avec les parcs d'attraction, qui font de toute façon mieux ce travail⁸.

Mais du point de vue phénoménologique du visiteur, le musée peut, nous semble-t-il, être encore vu de manière très classique. Il nous semble en outre que ces a priori rejoignent pour partie ce que dit Walter Benjamin : le musée serait un pur espace vide, où les objets, privés de leur contexte d'origine, devraient voir leur sens recomposé. Ce que nous appelons des œuvres d'art, furent d'abord des œuvres voire

⁷ Serge Chaumier, op.cit., p. 67.

⁸ Florence Belaën, op.cit., p. 104. Cf aussi Serge Chaumier, op.cit., pp. 192.

des objets, et furent les produits d'époques où l'on ne créait pas pour entrer au musée, qui précisément n'existait pas.

Selon Benjamin, le musée s'est donc construit sur une séparation des œuvres avec leur contexte natif. Il s'est agi d'exposer les œuvres comme si elles se suffisaient à elles-mêmes, comme si cela faisait davantage sens de les exposer, dans un ordre volontiers didactique et chronologique. En effet, le musée essaie de recréer artificiellement ce contexte qu'il a éliminé, en l'exposant dans des cartels ou dans les autres médiations (audioguides, visites-conférences), mais cela reste artificiel.

D'ailleurs, les modalités de l'exposition muséale ne sont jamais neutres : quand on expose les œuvres chronologiquement, comme ce fut nativement le cas au musée, cela sous-entend l'existence de la notion de progrès. Ranger les œuvres selon leur ordre historique aurait du sens parce que cet ordre ne serait que la manifestation d'un mouvement sous-jacent, qui irait du moins au plus civilisé⁹.

Les tendances actuelles des musées sont pourtant différentes et mettent à mal cette vision traditionnelle. La réflexion sur ce que doit faire un musée, sur la manière dont il présente sa collection ou ses objets, et sur son rapport à ses publics (différenciés), est vivace.

La tendance aux médiations immersives par exemple est encore très en vogue – pour preuve de nombreuses expositions récentes, de Team Lab à l'Atelier des Lumières. Cette immersion est en effet enrichie et fortifiée par les possibilités du numérique.

Une tendance plus récente est celle du musée participatif. Une participation des publics peut par exemple être numérique, ainsi que l'expose Sébastien Magro, dans l'article « Les logiques participatives en muséologie aujourd'hui ». Selon cet auteur, « il en faudrait peu » pour que les musées puissent faire fond sur les pratiques numériques qui sont déjà celles de leurs visiteurs. Et ces pratiques numériques permettent, par exemple, la constitution d'un savoir « bottom-up », qui monte des utilisateurs à l'institution, ainsi qu'il l'illustre avec l'exposition du musée de Cluny sur

⁹ Il est d'ailleurs remarquable que dans certains musées, tel le musée de la musique de Paris, les instruments « européens » soient ainsi classés de manière historique, là où les instruments « du monde » sont livrés selon leur forme et sans distinction géographique. En fait, le fait que le musée classe et trie signifie une volonté d'inscrire ses objets dans l'histoire.

« l'Épée. Usage, mythes et symboles. ». Ainsi, « les publics ne sont plus des visiteurs passifs qui viennent « consommer » l'exposition, mais des participants actifs »¹⁰. D'autres exemples sont la gamification, les serious games, le transmedia... qui permettent aux visiteurs d'être acteurs de leur propre visite et de s'approprier son contenu, voire de faire des propositions. Le public peut choisir ce que le musée va montrer. Le rôle éducatif est ainsi co-assumé.

Ces deux tendances actuelles remettent donc en cause l'image traditionnelle du musée évoquée plus haut. Mais elles remettent également en question la finalité et les principes du musée.

Par la médiation participative, c'est la verticalité du savoir qui est remise en cause. On est désormais dans de la co-construction, principe qui semble ne plus pouvoir être ignoré. L'aspect intellectuel du musée, également, est remis en question, puisqu'il s'agit non seulement d'écouter un discours, mais aussi de manipuler, d'interagir... Certaines médiations muséales ont même poussé très loin cette co-construction, par exemple grâce aux ressources des réseaux sociaux. Ce sont des principes qui correspondent à la modernité de l'individu qui veut contrôler ce qu'il voit et la manière dont on lui présente le savoir, car il nourrit des soupçons à l'égard de tout discours descendant.

Par l'immersion, c'est même la dimension d'effort et d'acculturation qui serait questionnée, ainsi que l'expose Florence Belaën¹¹ à propos des musées de sciences. Selon cette auteure, l'immersion donne – faussement – au public l'impression qu'il peut comprendre et assimiler des théories scientifiques complexes et en mouvement, sans effort. Ce faisant, l'inflexion est prise vers une spectacularisation du savoir scientifique, à rebours de l'ambition éducative du musée. Ce dernier se rapproche donc, à sa défaveur, des parcs d'attraction.

¹⁰ Sébastien Magro, « Les logiques participatives en muséologie aujourd'hui », présentation faite au Flanders Fields Museum et mise en ligne sur son blog le 15 décembre 2012.

¹¹ Op.cit.

Elle présente cette tentation comme très répandue dans les musées de sciences. Ils auraient donc contribué – avec les musées d’arts et les centres d’interprétation – à la diffusion de ces médiations immersives.

Cependant, il faut aussi tenir compte des attentes réelles, plus complexes, du public¹². L’on a l’habitude d’opposer le cognitif au ludique (notamment pour condamner le second), mais les attentes des publics sont en fait plus variées : « l’affectif et l’hédonique, l’esthétique, la stimulation expérientielle et sensorielle, le cognitif, l’utilitaire, la spiritualité, le lien social, l’expression de soi, le ludique » sont autant de composantes des attentes des publics, qui varient de plus en fonction des individus.

Mais comment peut s’exprimer cet individualisme contemporain ?

2° Le postmodernisme mine-t-il les lieux légitimes comme les musées ?

L’homme actuel nous semble l’héritier du postmodernisme¹³ – savoir s’il l’a dépassé ou pas serait une autre question, intéressante, et à laquelle nos hypothèses tentent de répondre partiellement d’ailleurs. Le postmodernisme est ce mouvement de pensée qui revient sur l’héritage des Lumières : leur universalisme, leur confiance dans un progrès, leur discrimination entre vérité et fausseté. L’homme postmoderne ne croit plus en grand-chose : revenu de tout, et surtout de l’optimisme qu’il pourrait qualifier de « béat » ou naïf des penseurs du 18^{ème} siècle, il est volontiers irrévérencieux. Car à lui, « on ne la fait pas » ; passé par toutes les déconstructions et philosophies du soupçon, il sait que l’homme conjecture volontiers des arrières-mondes. Passé par les tragédies du 20^{ème} siècle, il sait aussi la vaniteuse confiance

¹² Cf Cyril Leclerc, « Une expérience ou rien ? qu’est-ce qui motive les publics culturels ? », in Culturecom.

¹³ Cf Y. Citton et C. Braitto, *Technologies de l’enchantement, pour une histoire multidisciplinaire de l’illusion*, UGA éditions, 2014, introduction, cf M. Wéber (qui parle de « désenchantement du monde ») et sa reprise par Maffesoli, qui propose un réenchantement du monde. Cf enfin l’article d’Isabelle Grellier, « Vers un réenchantement du monde ? », in Autres Temps, n°43, 1994.

dans les progrès de l'humanité. En fait, il ne croit plus en grand-chose, et s'il aime encore la culture, c'est pour les références qu'elle offre à sa verve.

Le « problème » de cet homme postmoderne vient, comme souvent, de ses qualités : désillusionné, il se pense comme lucide et érige cette ironie en posture existentielle ultime. Ce faisant, le concept de sacré le ferait sourire, à tout le moins il n'en éprouverait plus le besoin. Le sacré peut certes être analysé comme mystification ayant pour but d'aider au contrôle politique et social des foules¹⁴. Mais sans même adhérer à cette analyse politisante, on peut avancer que l'homme postmoderne prétend ne plus ressentir le besoin de sacré. Cela lui serait tout simplement passé comme un besoin plus infantile¹⁵ de l'âme humaine (ce faisant il reconduit la notion de progrès). Encore une fois, « à lui on ne la fait pas ».

Le participatif, et la tendance au musée-forum ou lieu de vie, semblent bien correspondre à cet individu désillusionné car ils donnent l'impression de contribuer à désacraliser le musée. Tous les efforts pour se rapprocher des publics semblent participer de sa désacralisation : ateliers, cours de yoga, conférences, voire barbecues... Le fait d'y prévoir nombre de médiations, venues parfois de la vie quotidienne, et où le public a un rôle à jouer, ôte au musée son côté intouchable¹⁶.

Pourtant ce n'est pas la première fois qu'on voit les publics s'appropriier les musées, on trouvait cette tendance déjà dans le cas des écomusées, où le public pouvait choisir de montrer des objets du quotidien. Mais ce mouvement d'appropriation, voire de tiers-lieu-isation, du musée, revient-il vraiment à en désacraliser tous les aspects ?

¹⁴ C'est la thèse de Judith Dehail, maître de conférences à Aix-Marseille université, Département des arts, médiation culturelle. Nous n'y croyons pas pour deux raisons au moins : nous pensons plutôt que le besoin de sacré et la capacité à le reconnaître sont des appétits anthropologiques fondamentaux ; en outre, miser sur les musées pour contrôler des foules nous paraît un pari peu pragmatique vu l'ampleur des foules concernées.

¹⁵ Rappelant ainsi les belles heures de la téléologie positiviste, mais Comte parle de religion, pas de sacré.

¹⁶ Cf musée Louvre-Lens dans Lorraine Rossignol, « Comment les musées chouchoutent leur public », article de Télérama, http://www.regards.fr/IMG/pdf/comment_les_musees_chouchoutent_leur_public.pdf.

Car en même temps, le musée se veut encore une fois cathédrale.

3° Le musée est-il un espace « sacré » - et en quel sens ?

Des penseurs ont fait le lien entre les cathédrales et les musées¹⁷. D'autres estiment que « l'Eglise a été remplacée par les musées »¹⁸. Ce rapprochement entre musées et sacré, doit, à notre sens, se comprendre de manière anthropologique. Il illustre une partie de notre hypothèse, selon laquelle le musée pourrait être un lieu où se joue le sacré. Non par institution, ou parce qu'on respecterait de manière irréfléchie son caractère légitime – ce serait une acception plus commune du mot. Mais au sens où le musée pourrait donner naissance à une expérience du sacré.

La notion de sacré s'est répandue dans les sciences sociales à partir du travail de W. Robertson Smith¹⁹ (*Religion of the Semites*, Londres, 1889). A la suite d'Emile Durkheim, les sociologues et historiens des religions ont voulu étudier ce phénomène. Pour Marcel Mauss notamment, il s'agissait de penser les deux « pôles de l'activité et de la pensée religieuse »²⁰. D'autres penseurs, ultérieurs, vont insister davantage sur la composante psychologique du sacré : Rudolf Otto, Roger Caillois. Mircea Eliade ira jusqu'à penser « la participation cosmique aux hiérophanies »²¹.

Tout d'abord, il convient de noter que le sacré est volontiers lié essentiellement avec la religion. Des penseurs tels Roger Caillois, l'ont situé aussi de ce côté-là. Roger Caillois était sociologue et écrivain, et fit paraître l'une de ses premières œuvres, *L'homme et le sacré*, en 1939. Pour ce penseur, le sacré est au cœur du religieux.

¹⁷ « Comment les musées sont devenus de « nouvelles cathédrales » », interview de Paul Rasse sur France Culture.

¹⁸ Malcolm McLaren, cité par Serge Chaumier, in « La nouvelle muséologie mène-t-elle au parc ? », p.88.

¹⁹ Cf Jean-Claude Schmitt, « La notion de sacré et son application à l'histoire du christianisme médiéval », in Cahiers du Centre de recherches historiques, 9 / 1992. <http://journals.openedition.org/ccrh/2798>

²⁰ idem.

²¹ ibid.

Il pense le sacré dans l'horizon de la religion : constitué de forces antagonistes pouvant être bonnes comme dangereuses, le sacré ferait osciller l'homme religieux entre espoir et crainte. Les deux forces s'opposent au profane, et l'homme religieux est celui qui vit dans ces deux mondes : le sacré et le profane.

Selon Caillois, les rites ont dès lors la fonction de régler ce qui entre dans le domaine du sacré, et ce qui en sort. Les fêtes, elles, servent à renforcer les forces du sacré quand elles s'affaiblissent.

Néanmoins, notre hypothèse est que, comme l'avance Mircea Eliade, ce besoin de structure sacrée du monde est une structure de la conscience humaine. Donnée anthropologique fondamentale, il ne serait dès lors pas possible de la dépasser, et elle se distinguerait de la religion même si les deux sont très proches. Le sacré serait un désir fondamental de la « nature » humaine, essentiel à elle. Il pourrait être articulé à une religion (selon des liens complexes d'incarnation et de monstration du transcendant), ou pas. C'est ce sacré a-religieux qui nous intéresse, et qui nous pousse à une lecture éliadienne de ce phénomène, lors même que les théories du penseur roumain ne sont pas sans apories²².

Si les musées peuvent bien choir du piédestal de leur sacralité supposée (l'époque dit bien vouloir les désacraliser), ils n'ont jamais eu de caractère religieux. Le sacré qui se serait, ou se jouerait encore, en eux, ne serait en rien religieux.

En revanche, selon notre hypothèse, l'appétit anthropologique pour le sacré cherche à s'investir. Et en ce sens, des lieux peuvent par exemple devenir sacrés, dès lors qu'on leur prête « plus d'existence » qu'aux autres, appelés profanes. Il peut donc y avoir sacralisation (acquisition du caractère sacré) ou désacralisation (sa perte) de quelque chose.

Si nous avons choisi de suivre Eliade sur ce point, c'est notamment pour sa pensée des espaces et des temps sacrés. Pour ce penseur, le sacré s'oppose à la conception du monde où tous les espaces se valent, monde purement euclidien où l'on ne fait que se déplacer, où toute différence d'espace n'est au fond que question de

²² Par exemple en ne pensant pas suffisamment les liens entre le sacré et le profane.

géographie, et où toute différence de temps n'est qu'un problème de montre. Un tel monde géométriquement indifférent est l'antithèse du monde sacré, l'antithèse d'un cosmos. Dans un cosmos, en effet, certains espaces « sont plus » (les espaces sacrés), certaines période de temps « sont plus » (les temps sacrés). Dans un cas comme dans l'autre, ce qui se joue à ces endroits et à ces moments dépasse complètement ce qu'on y voit, il y a un « trop-plein d'être » qui se manifeste dès lors sous la forme du mystère, donnant naissance à la fascination autant qu'à la peur.

Dans ce travail, nous considérons que le sacré peut être compris comme une force, un « numineux » (le terme est de Rudolf Otto, dans *Le Sacré*, paru en 1917, et fut repris par Jung²³), mais que nous l'entendons plutôt du côté de l'homme, comme appétit, désir structurel. Mais l'idée que le sacré soit ressenti de manière irrationnelle, avec ses émotions et ses sentiments, est bien importante pour nous.

L'on peut dissocier sacré et religion dans le sens où la seconde est une institution, chargée entre autres de régler les relations du Transcendant à l'homme²⁴, là où le sacré est une ouverture. Le sacré est l'envers du désir par lequel l'être humain cherche des lieux, des objets, des êtres, qui ont plus de poids ontologique. Une des grandes activités humaines est de recréer de l'ordre dans le désordre qui le mène à la mort. C'est pour cela, qu'il faut que des éléments se distinguent, aient plus de profondeur, « plus d'être ». Qu'ils aient quelque chose à nous dire. Mais ce quelque chose se montrera sur un mode voilé, car un message exténuable rationnellement serait insuffisant : le sens doit être donné, mais aussi obscur, intarissable car opaque, sentiment d'une plus grande plénitude.

Ces appétits et les expériences qu'ils rendent possibles ont pu être intégrés par la religion, mais restent différents. C'est pour cela que d'autres objets, comme les lieux muséaux, peuvent donner lieu à des expériences du sacré.

²³ Agnel Aimé, « Jung et le phénomène religieux », in *Imaginaire & Inconscient*, 2003/3 (n°11), p. 49-61.

²⁴ Selon Durkheim, la religion est « l'administration du sacré ».

L'expérience du sacré est émotionnelle et sensible, mais donne surtout accès à ce qui nous dépasse. Elle est la rencontre l'altérité, de ce qui « existe davantage » - dans tout le mystère que cette formulation indique.

C'est cette *expérience* que nous allons essayer de retrouver dans nos recherches de terrain et études de musées. C'est elle, qui selon nous, caractérise de manière centrale l'expérience muséale, et nous allons tenter de la retrouver dans l'expérience des musées d'art et d'histoire.

4° Les évolutions et injonctions politiques modernes, quant à elles, prônent l'ouverture et annoncent (entre autres) l'enchantement

La fréquentation des musées a connu des cycles. La période actuelle voit des fréquentations record.

« Après la *Muséofolie* des années 80 », les années 90 ont montré une certaine stabilité, et « depuis le début du nouveau millénaire, la fréquentation générale est à la hausse ». Il y eut « un doublement de la fréquentation en moins de 15 ans » (entre 2000 et 2014)²⁵.

En particulier, les musées ont vu leur fréquentation augmenter de 9% entre 2011 et 2016, comme le souligne le rapport de la mission « Musées du XXIème siècle ». Alors même que la fréquentation internationale chutait après les attentats de 2015 et 2016, les publics français ne se sont eux pas détournés de leurs musées. De plus, il ont été visiter aussi leurs musées de proximité (p. 17). Au total, ce sont donc 44% des Français ont visité un musée ou une exposition une fois dans l'année, en 2016. Le musée « apparaît comme la sortie culturelle de référence » pour les Français (idem).

Les musées ont donc le vent en poupe, mais font face à des défis et à des demandes de modernisation accrue. La modernisation en question est guidée par le désir d'ouvrir le musée à toutes les populations.

²⁵ Tous ces éléments sont repris de l'article « Comment sait-on ce qu'on sait aujourd'hui des publics de musée ? », Jacqueline Eidelman, dans le dossier « Les musées et leurs publics », in la revue « L'Ami de Musée », n°46, printemps 2014.

En effet d'après ce rapport, un des enjeux majeurs et fondamentaux du musée du 21^{ème} siècle est sa capacité à accueillir des publics variés, aux identités fluides et multiples, et aux projets divers, autrement dit d'accueillir virtuellement tout le monde. C'est la réalité de cette inclusion qui prouvera celle du désir d'ouverture du musée.

Et pour ce faire, il faut repenser « expositions, programmation culturelle, actions éducatives et de médiation, et formations », autant de propositions pour l'heure insuffisamment matérialisées, et qui « ménageraient d'autres points de vue sur les collections » (p. 20). Un des objectifs du musée est donc de repenser la présentation des collections (notamment permanentes), afin de multiplier les angles et s'ouvrir à la variété des publics. D'après le rapport, les musées souffrent encore d'une image un peu pétrifiante pour les populations moins aguerries à leur fréquentation. C'est ce contre quoi il leur incombe de lutter pour réaliser leur vocation démocratique et citoyenne.

Pour autant, le musée est plus que jamais « une aventure des émotions et de la pensée » (p.20). D'ailleurs, le rapport fait explicitement du réenchantement de l'expérience des publics une priorité. Il préconise en effet la création d'un bureau de la créativité muséale au Service des Musées de France (p. 30), structure dont le premier appel à projet portera sur des dispositifs pour réenchanter l'expérience de visite des collections permanentes (p.31).

Un premier appel à projet peut être lancé rapidement. Il sera consacré au renouvellement de la présentation des œuvres dans les galeries permanentes des musées : nouveaux accrochages, mix des collections, muséographie et parcours de visite, événements et interventions éphémères mobilisant d'autres disciplines artistiques et culturelles, dispositifs d'interprétation des œuvres, ..., susceptibles de ré-enchanter l'expérience de visite et de toucher de nouveau visiteurs.

Capture d'écran d'un détail de la page 31 du rapport « Musées du 21^e siècle »

Quelques injonctions faites aux musées pour remplir ces objectifs :

Favoriser la réflexivité, l'ouverture à l'autre. Inviter non seulement des artistes mais tout intellectuel susceptible d'expliquer et interpréter les problématiques sociétales.

Être un forum culturel permanent. Créer une web-tv des musées de France. Muer en un service culturel de proximité. Le musée doit apparaître comme « vivant, contemporain et accessible à tous » (p. 29). Être disponible : horaires, médiations diversifiées, prix favorisant la découverte et la fidélisation. Être impertinent et transdisciplinaire. Construire ses voisinages pour développer ses publics dans la durée. Changer sa communication pour changer son image (notamment en usant du numérique). Augmenter l'implication des grands départements nationaux dans le réseau des musées territoriaux. Encourager la coopération de toutes les institutions muséales, notamment les collaborations avec les FRAC.

Toutes ces orientations vont dans le sens d'un modernisme de proximité, qui « désacralise » *la manière d'aller* au musée. Il s'agit de développer un musée plus branché, plus communicant, qui devient son propre ambassadeur au lieu de se reposer sur les prescriptions légitimes ou les habitudes culturelles pour faire venir ses publics. Désormais, le musée doit parler de lui et s'insérer dans la cité, dans son urbanisme comme dans ses rythmes (horaires de visite...) ou ses habitudes de vie (médiations adaptées, prix...).

Le public doit se sentir libre de venir et libre dans son expérience du musée. Comment réaliser cela ?

Un exemple peut être trouvé dans l'analyse de Geneviève Vidal²⁶, pour qui les dispositifs d'engagement, les dispositifs de médiation sont là pour « accompagner (les publics) dans une ambivalence d'usages entre liberté et orientation ». Ainsi, on peut relever quelques principes trouvés dans l'observation du musée historique de Strasbourg : « pour soutenir et clarifier le discours, des choix colorés radicaux ont été faits (...) l'éclairage à l'aide de fibre optique aide à mieux voir les objets en vitrine et à concentrer le regard sur l'essentiel, à savoir les objets (...) le choix des objets (...) un musée accessible à tous physiquement (...) un parcours hiérarchisé et multilingue (...) des médiations pour les malentendants (...) des tablettes tactiles et interactives »²⁷.

²⁶ Geneviève Vidal, *La médiation numérique muséale*, Presses Universitaires de Bordeaux, 2018, p.63.

²⁷ idem, p.67.

Cela permet de poser les bases d'une expérience moderne de musée, conforme aux injonctions des autorités, mais est-ce pour autant créateur d'une expérience enchantée, qu'elles appellent aussi de leurs vœux ?

En tous les cas, ces préconisations, qui reflètent un état de la pensée muséale à un instant donné de son histoire, semblent reléguer la sacralité du musée au rang des antiquités : ouvrir le musée, le rendre abordable, encore une fois, n'est-il pas le contraire de le sacraliser ? Il conviendra de voir si, vraiment, ouvrir la pratique des musées désacralise tout ce qui s'y trouve et si le sacré que l'on peut expérimenter dans le musée n'est pas autre chose. Comme nous l'avons dit plus haut, il nous semble à ce sujet qu'on tend à réduire le concept de sacré ; nous pensons en effet qu'il faut conserver voire même réinvestir un certain sacré dans l'expérience du musée. Mais ce sacré serait remis en jeu différemment, manifesté de nouvelle manière.

Et l'enchantement reposerait sur ce sacré revisité.

B - MAIS QU'EST-CE QUE L'ENCHANTEMENT ?

Il convient, pour continuer de comprendre le sujet, de se demander ce qu'est l'enchantement. La notion d'enchantement muséal à laquelle nous aspirons ne peut être définie a priori, mais doit bien plutôt passer par l'expérimentation des terrains, mais il nous faut néanmoins une première définition de travail, afin de la confronter aux pratiques dans nos parties ultérieures. Cette première définition va donc être issue d'une analyse notionnelle, et se fonder sur un retour d'exposition, qui permet d'en actualiser les angles de proposition.

Qu'est-ce que l'enchantement ? Le terme évoque immédiatement l'enfance, ce qui le rapproche d'une certaine naïveté. Et de fait, se laisser enchanter comporte une part de laisser-aller, de baisse de la garde et de perte de contrôle. Il s'agit d'être moins rationnel, et plus ouvert à une adhésion plus franche, plus spontanée, aux histoires qui nous sont racontées. En ceci, cela se rapproche effectivement d'une attitude

enfantine. Pour autant, il ne s'agit pas d'une attitude *enfantine* au sens d'*infantile*. Nous allons explorer les dimensions essentielles de l'enchantement, pour cerner cette différence, et définir ce que nous proposons comme enchantement « pour petits mais aussi grands ».

Dans un deuxième temps, on notera que ce concept a fait les choux gras du marketing, même s'il est critiqué. Quel est cet « enchantement » du marketing, et pourquoi et comment l'enchantement muséal que nous appelons de nos vœux veut-il s'en différencier ?

1° L'expérience enchanteresse fait perdre pied avec la réalité quotidienne, connue.

Le mot « enchanter » vient de la sorcellerie : enchante ce qui prend possession du sujet soumis à l'enchantement, par le biais de sortilèges ou d'autres procédés magiques. Comme l'« enthousiasme » est le « dieu en moi », sorte de possession divine, on pourrait dire que l'enchantement est « un chant en moi »²⁸. Il est charme et chant, paroles qui me ravissent ma volonté et mon âme.

D'après le Littré, l'enchantement agit sur les hommes à la manière de formules magiques, d'une opération surnaturelle de charme à laquelle on ne pourrait résister, perdant sa personnalité ou le contrôle de notre volonté. L'enchantement causerait aussi un très vif plaisir, il est de l'ordre de la séduction (vs l'information ou la conviction argumentée). Il rend beau ce qui enchante.

En ceci, il dépasse en profondeur la simple délectation, qui est pourtant l'objectif que le musée se donne d'après la déclaration de l'ICOM. Selon les statuts de l'ICOM (2007) :

« 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. »

²⁸ Étymologie factice. Le mot dérive d'incantare, en latin.

La délectation est un délice, un plaisir que l'on savoure²⁹. C'est un contentement qui, s'il peut être du corps autant que de l'esprit, reste tout de même indexé sur la satisfaction. Il y a certes une forme de jubilation, voire de jouissance, dans la délectation : c'est le corps et/ou l'esprit qui s'épanouissent sous l'effet d'un grand plaisir. Mais il y manque tout l'aspect potentiellement ténébreux de la possession qui caractérise l'enchantement. Un enchantement, même positif, contient un élément d'étrangeté et de possession, l'enchanté est comme habité et agi par autre que lui-même – et il y consent. Cette altérité possiblement inquiétante, mais aussi fascinante, nous la retrouvons dans l'enchantement.

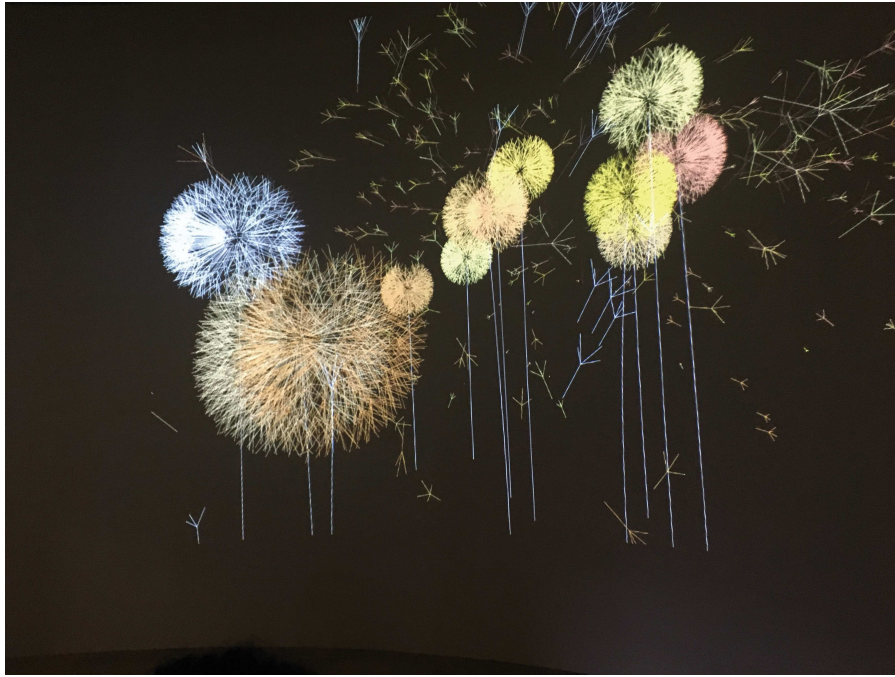
De manière imagée, nous allons utiliser l'expérience de visite de l'exposition « Artistes et robots » pour illustrer de premières dimensions de l'expérience muséale que nous qualifions d'enchanteresse.

VISITE DE L'EXPOSITION ARTISTES ET ROBOTS AU GRAND PALAIS ANALYSE DE MÉCANISMES DE L'ENCHANTEMENT À L'ŒUVRE

Comme le montre cette exposition, une exposition enchanteresse se caractérise par sa rupture avec le monde familier, par une immersion dans un monde autre, volontiers onirique.

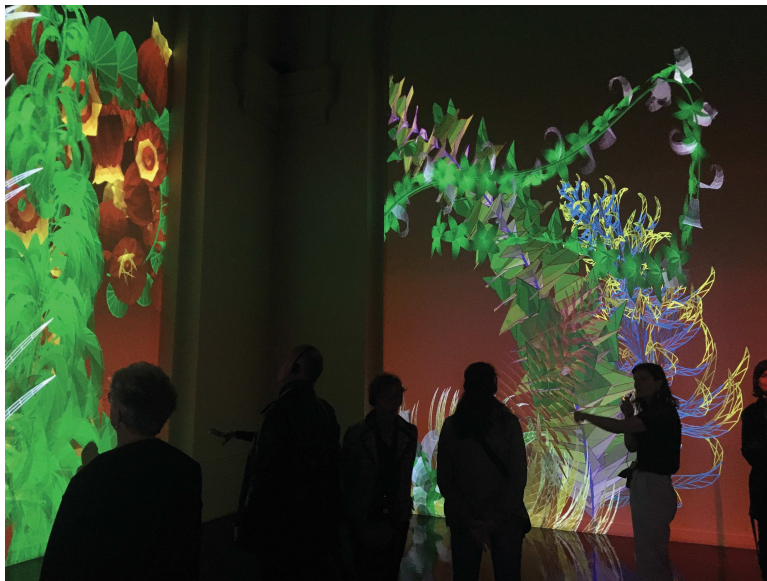
Cette qualité de l'exposition est obtenue notamment via l'immersion, tendance à la mode par ailleurs. Dans l'exposition « Artistes et Robots », citons les œuvres interactives (les pissenlits sur lesquels on pouvait souffler d'Edmond Couchot, les végétaux géants qui se courbaient quand on s'approchait de Miguel Chevalier).

²⁹ Selon la définition du Larousse.



Les pissenlits interactifs d'Edmond Couchot, ou une poésie du souffle

@valadestephanie



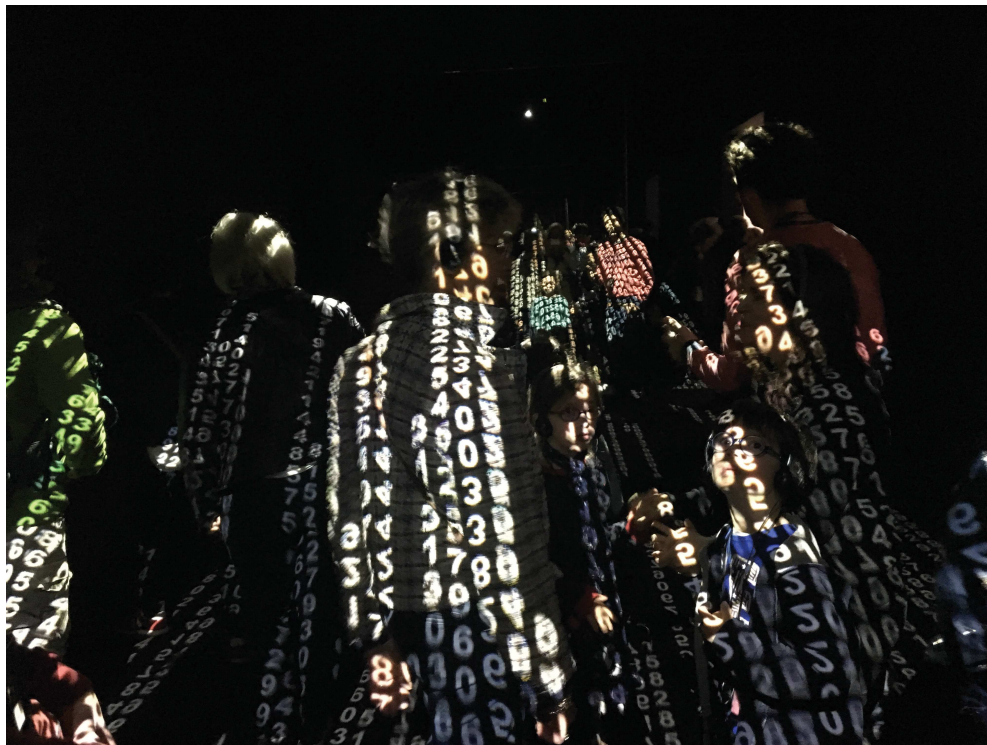
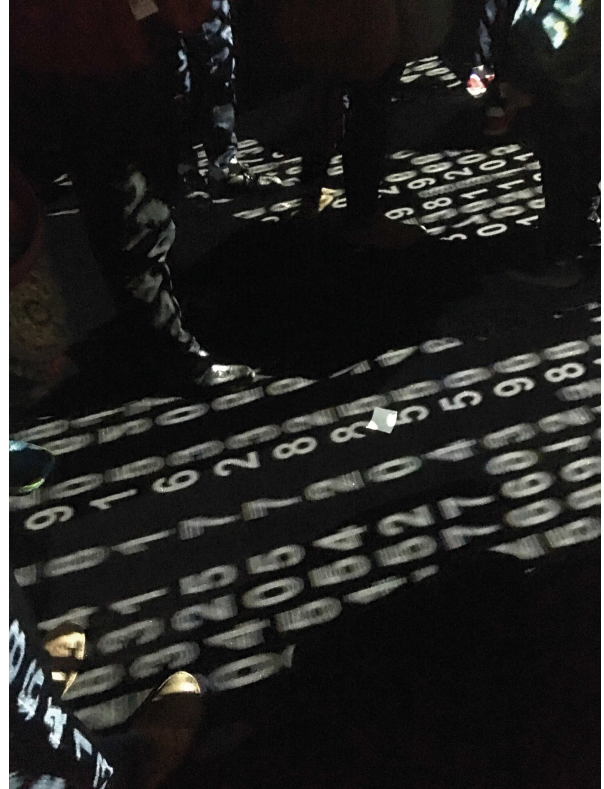
Miguel Chevalier crée numériquement des végétaux qui ondoient en fonction des corps des visiteurs

@valadestephanie

D'autres étaient simplement immersives (ainsi la salle plongée dans le noir, où l'on était plongés dans un défilement vertical de data numériques, une œuvre de Raquel Kogan).

Raquel Kogan, ou un monde
obscur de data qui efface les
limites des corps.

@valadestephanie



Une autre salle couverte de miroirs et occupée par de monumentales colonnes faites de feuilles de papier empilées, sculptées dans un style qui rappelait Angkor, nous rappelait d'ailleurs que toute expérience immersive n'a pas à être numérique.



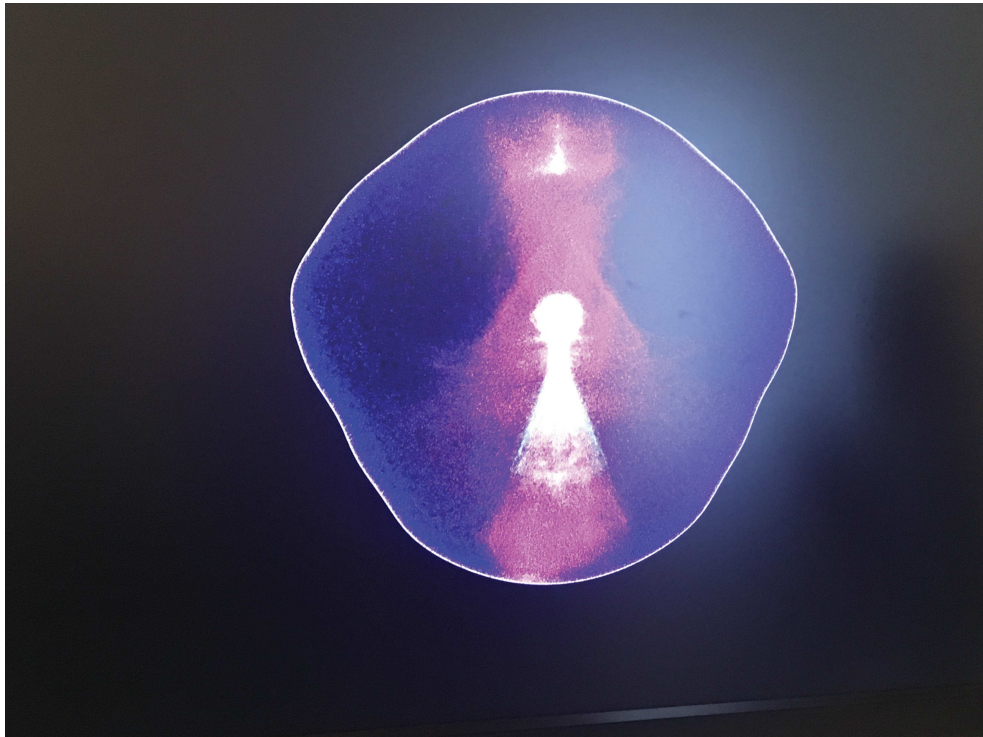
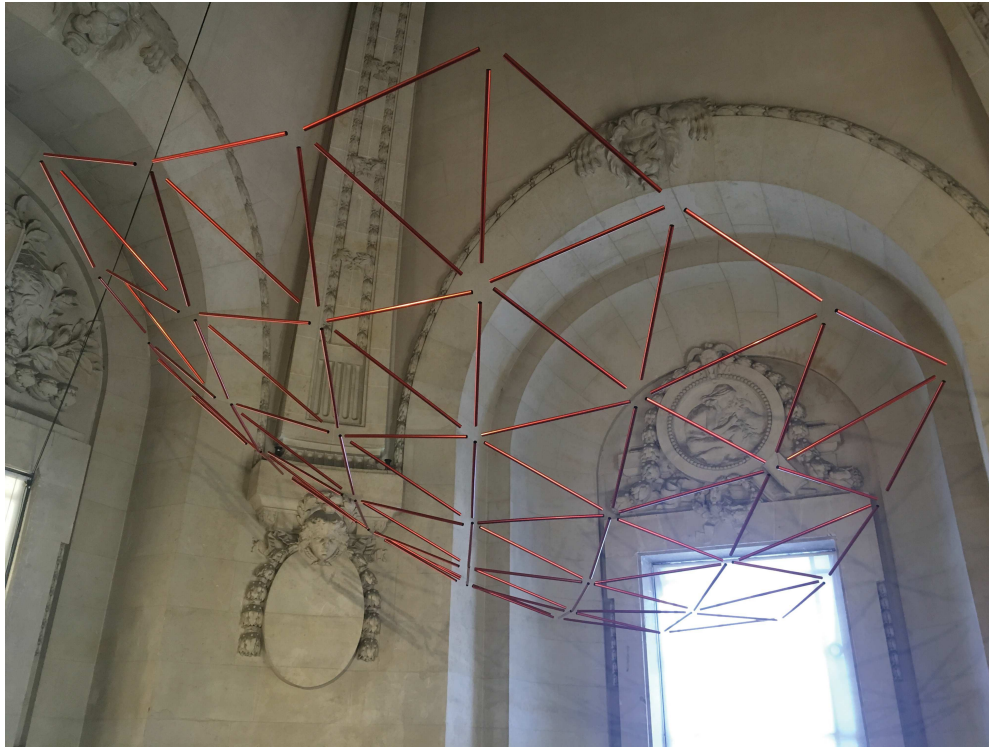
M. Hansmeyer, les piliers géants de papier.

@valadestephanie

Le gigantisme est en effet une autre qualité des œuvres et expositions qui veulent rompre avec la quotidienneté et ce faisant, nous subjuguier et enchanter. Nombre d'œuvres de cette exposition se caractérisaient ainsi par leur taille imposante. Les œuvres immersives bien sûr, vu qu'il s'agit d'entrer comme dans l'œuvre, mais aussi certaines autres œuvres comme le mobile aérien d'Elias Crespin, qui se mouvait sur la musique de l'œuvre de Jacopo Baboni, ou encore l'écran de data géant de Ryoji Ikeda. Le propre de ces œuvres monumentales est de faire perdre pied au visiteur, qui dissout le sens de sa propre mesure dans ce qui le dépasse. Ainsi l'œuvre lui fait expérimenter, autant qu'il est possible, la transcendance³⁰ et le sublime au sens kantien³¹ - mais physiquement, par un vertige des sens.

³⁰ « Ce qui le dépasse, ce qui est au-delà. »

³¹ Ce dont la taille, au-delà de toute considération sur le beau, lui fait expérimenter l'effroi (et chez Kant, évoque la loi morale).



Les œuvres d'Elias Crespín et Jacopo Baboni, le mobile poétique la représentation visuelle de la musique sur laquelle il se meut.

@valadestephanie

C'est pour cela que les œuvres monumentales immersives étaient souvent doublées d'un effet de miroirs, et d'effets de profondeur. C'était particulièrement efficace dans l'œuvre de M. Hansmeyer, mais aussi et encore plus dans celle de Raquel Kogan, où l'on ressentait presque un vertige. Les miroirs permettent de perdre le sens de l'espace, de dérouter le corps, et constituent ainsi un dispositif de choix pour amener le visiteur à de nouvelles expériences de situation géographique, quittant le monde familier.

De plus, il y a dans l'enchantement l'idée de merveille (mais pas seulement) : l'enchantement produit un émerveillement, tant ce qui enchante est fascinant. Il restera à voir dans quelle mesure cet émerveillement peut être entièrement imputable à la beauté des œuvres : ne peut-on pas être émerveillé pour d'autres raisons ? De plus, l'enchantement est lié à la pratique magique, bien loin de l'étonnement qui selon Aristote peut caractériser l'émerveillement. Chez Aristote, l'étonnement ouvre à une recherche intellectuelle. Ici, il s'agit de consentir à une forme d'ivresse.

Enfin, l'idée d'enchantement, signifiant une prise de possession, un sortilège plus ou moins métaphorique, enveloppe l'idée de passivité : celui qui est ensorcelé devient objet de l'ensorceleur.

2° L'expérience enchanteresse nourrit ce faisant un imaginaire tout autant qu'elle s'en nourrit

Dans un premier sens, est imaginaire ce qui n'existe que dans l'imagination. Pour autant, si l'on veut être précis, le concept n'est pas unifié³². Le mot le dénommant est devenu important et utilisé à partir de l'ouvrage de Sartre, *L'Imaginaire* (1940). Bachelard, notamment, lui fut redevable, pour qui le mot jusqu'en 1940 n'est

³² Nos analyses sont nourries de l'article « L'imaginaire » : naissance, diffusion et métamorphoses d'un concept critique, de Claude Pierre Pérez, disponible à <https://www.cairn.info/revue-litterature-2014-1-page-102.htm>

synonyme que de « fantastique ». A la suite du travail de Sartre, Bachelard l'utilisa de manière nouvelle (et contre celle de Sartre précisément) à partir de 1942 avec *L'Eau et les rêves*, puis avec *L'air et les Songes* (1943). Blanchot et Lacan eux aussi proposeront des modélisations alternatives au concept.

La problématique commune née de tous les débats de ces auteurs est celle de l'ordre ou du désordre de nos fantaisies. Usuellement, les productions de l'imagination étaient vues comme des productions sans rime ni sens de « la folle du logis »³³ que serait l'imagination. On aurait affaire à des images et apparitions irrationnelles et inclassables, partant inexplicables et im-modélisables. On serait donc au bord extérieur de toute science. Au contraire, ce nouvel usage du mot d'imaginaire, à partir de l'ouvrage de 1940, présuppose que ces images font monde et système : « Or s'il existe « l'imaginaire », c'est que la folle a des raisons, et que les chimères font système : que les fantaisies même ne sont ni anomiques, ni indéterminées ; qu'elles s'agencent l'une avec l'autre au sein d'une « structure », d'un « univers » ou d'un « diagramme » : qu'elles ont, comme on le dit et comme on le répète, leur « logique » ou leur « syntaxe ». « Les modèles de l'imaginaire relèvent de la science », assure Le Goff dans l'introduction de son *Imaginaire médiéval* »³⁴.

L'enchantement suppose l'imaginaire qui nous transporte dans une autre dimension, et nous pensons qu'il fait effectivement système, au sens où les illusions, images et délires de notre puissance imaginante, loin d'émerger d'un néant, s'enracinent dans notre spécificité et nos histoires personnelles et subjectives. Nous croyons, suivant Bachelard contre Sartre, que cette organisation en monde est riche de propositions : elle serait liée au « plaisir, (à) la création, (à) la liberté, (à) « l'ouverture », (à) l'intimité, (à) la profondeur, (au) réenchantement... »³⁵.

³³ « L'imagination est la folle du logis. » Malebranche, *De la Recherche de la vérité*, 1674-1675.

³⁴ « L'imaginaire » : naissance, diffusion et métamorphoses d'un concept critique, de Claude Pierre Pérez, disponible à <https://www.cairn.info/revue-litterature-2014-1-page-102.htm>

³⁵ idem.

Nous pensons donc que le musée enchanteur est un musée de l'imaginaire, mais non de l'imagerie. L'imagerie est l'usage d'images stéréotypées sur un sujet, sortes de cartes postales mentales qui caractérisent bien cet objet, mais sur le mode déformé du cliché. Ce faisant elles se caractérisent aussi par leur fixité et leur absence de réflexivité.

Le musée enchanteur n'est pas un musée simplificateur, bien qu'il soit un musée simple (l'expérience notamment doit avoir une certaine évidence, même si elle est inattendue). Les crispations de l'imagerie déforment et surtout, sont attendues : l'imagerie est volontiers qualifiée de « populaire », ce qui signifie passée dans les représentations vulgaires³⁶, sans caractère innovant ou nuancé. Un des enjeux du musée réenchante sera justement de présenter un propos audible et une expérience « simple » sans verser dans cette facilité du stéréotype. Il lui faudra rester dans le monde de l'imaginaire, riche, foisonnant, et novateur, profond, pour éviter les clichés et cartes postales attendues (qui peut-être, pourraient néanmoins faire recette).

Cette dimension imaginaire est aussi celle de la narration de soi par le visiteur. Nous sommes car nous nous imaginons ; jusqu'à un certain point nous sommes ce que nous nous imaginons de nous-mêmes : d'où le besoin de mythologies personnelles³⁷. Pour y arriver, il faut puiser dans les souvenirs qui font son identité : dans ses connaissances préalables et dans sa sensibilité³⁸. « Ce faisant, les publics inventent le sens de leur visite ». « La muséographie et la scénographie offrent le cadre des réceptions » par les publics.

L'enchantement d'un musée permet une narration de soi car, détachant l'individu visiteur de ses réalités quotidiennes et lui proposant des objets polysémiques, il lui permet de se construire son propre récit. Selon nous, un musée enchanteur, parce qu'il a cette profusion qui nous a fait le rapprocher du sacré, est une invitation à se réapproprier par soi-même ce qui est présenté. Et pour ce faire, le visiteur va puiser dans ses souvenirs, ses affections, ses préférences... Cette construction imaginaire de

³⁶ « De la foule », selon l'étymologie du mot.

³⁷ Cf, sur un tout autre mode, l'ouvrage de Roland Barthes, *Mythologies*. Notre hypothèse est que toute personne humaine, elle-même, mythologise sa vie.

³⁸ Geneviève Vidal, op. cit., p.76.

soi ne doit pas être imposée, elle doit être le produit de la libre fantaisie du soi. C'est dire que le musée moderne, s'il veut être enchanteur, doit, selon nous, permettre aux publics de jouer librement. Jouer des discours, jouer des expériences, jouer du sens, jouer de soi.

Le discours du musée qui se veut enchanteur est le discours d'un individualisme décomplexé, qui a accepté et pris acte de la variété des cadres de réception, et qui incarne cette pluralité d'interprétations incommensurables qui caractérise les sociétés contemporaines libérales occidentales.

3° L'expérience enchanteresse sollicite activement (et souvent paradoxalement) nos sens

Dans la délectation, au contraire de l'enchantement, l'individu ne sort pas de lui-même, c'est dans ses propres limites qu'il ressent la plénitude du plaisir. La délectation manque du caractère transcendant de l'enchantement ; du coup aussi de son caractère ambigu et fascinant. Nulle fascination dans la délectation : aussi fine et raffinée soit-elle, elle est une satisfaction. Pour autant, ce délice immanent, qui passe par le délice des sens, se retrouve dans l'expérience enchanteresse. L'enchantement englobe et dépasse la simple délectation, mais il contient lui aussi une large part de plaisir.

Dans l'exposition « Artistes et Robots », l'expérience du gigantisme se traduit par des effets sensibles très concrets (perte de repères, vertige, hypnotisme de l'œuvre), de sorte que le visiteur a l'impression de son propre flottement corporel. Il fait l'expérience de sa transformation, notamment grâce à la variété des œuvres et dispositifs expérimentiels, ainsi qu'au rythme que cela imprime à la déambulation dans l'exposition. Ce faisant, il y a ambiguïté entre ce qui est dit (les robots sont de plus en plus immatériels, les algorithmes et ordinateurs sont eux-mêmes des robots) et l'expérience qui est offerte au visiteur, qui est certes sollicité pour son esprit, mais qui l'expérimente aussi dans sa chair.

Un autre ressort de l'enchantement dans lequel cette exposition jette le visiteur, est la poésie des œuvres. Toutes ne font pas peur, ou n'excitent pas en nous le sentiment de l'étrange : certaines sont poétiques, et font appel notamment à la musique. Ainsi la combinaison, dans le grand escalier menant au premier étage où l'exposition se poursuit, d'un délicat mobile rouge, suspendu au haut plafond grâce à des fils invisibles. Le mobile se meut ainsi dans l'espace au-dessus de la tête des visiteurs, se scindant parfois en fleurs stylisées, avant de revenir à sa composition d'origine, qui ondule elle-même lentement. La musique qui baigne ce ballet vient d'une œuvre de Jacopo Baboni, qui crée grâce à des programmes informatiques, de la musique en temps réel sur la base de son rythme cardiaque. La musique est aussi représentée par une figure bleue et rouge qui fait penser à la pulsation d'un cœur mais a une dimension onirique évidente. La sollicitation des sens ne passe pas seulement par de l'immersion gigantesque, mais peut aussi faire fond sur la subtilité des « petites perceptions »³⁹.

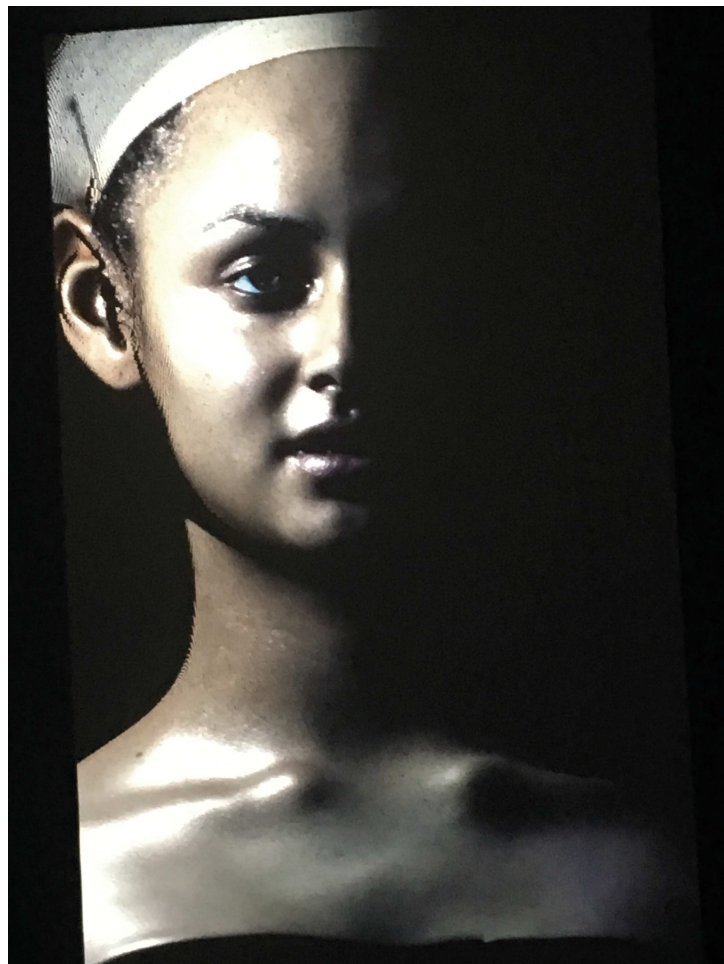
4° L'expérience enchanteresse s'articule avec un discours qui lui fait dépasser la seule délectation.

La délectation sensible, qui est celle qui attire les visiteurs dans ce type d'exposition, n'est donc pas sans son pendant intellectuel. Les expositions enchanteresses parlent aussi à l'intellect.

L'exposition « Artistes et Robots » fait son miel de toute une série d'œuvres qui sollicitent souvent et avidement les sens du visiteur. Mais cette sensorialité, cette expérience du corps, est couplée avec un discours très intellectuel, représenté lors de notre visite par les commentaires de la guide conférencière. À œuvres élaborées, explications élaborées : souvent les idées derrière ces créations étaient particulièrement abouties. Par exemple l'œuvre de Catherine Ikam et Louis Fléri représente un visage idéal, certes, donc que l'on pourrait réduire à une apparence plaisante et cosmétique, mais qui est se dessine à partir d'un nuage d'un million de

³⁹ L'expression est de Leibniz et désigne ce qu'on perçoit sans s'en rendre compte.

points. Ceux-ci s'agencent sous nos yeux pour faire émerger une beauté émergeant du monde numérique, beauté instable mais terrifiante dans sa perfection.

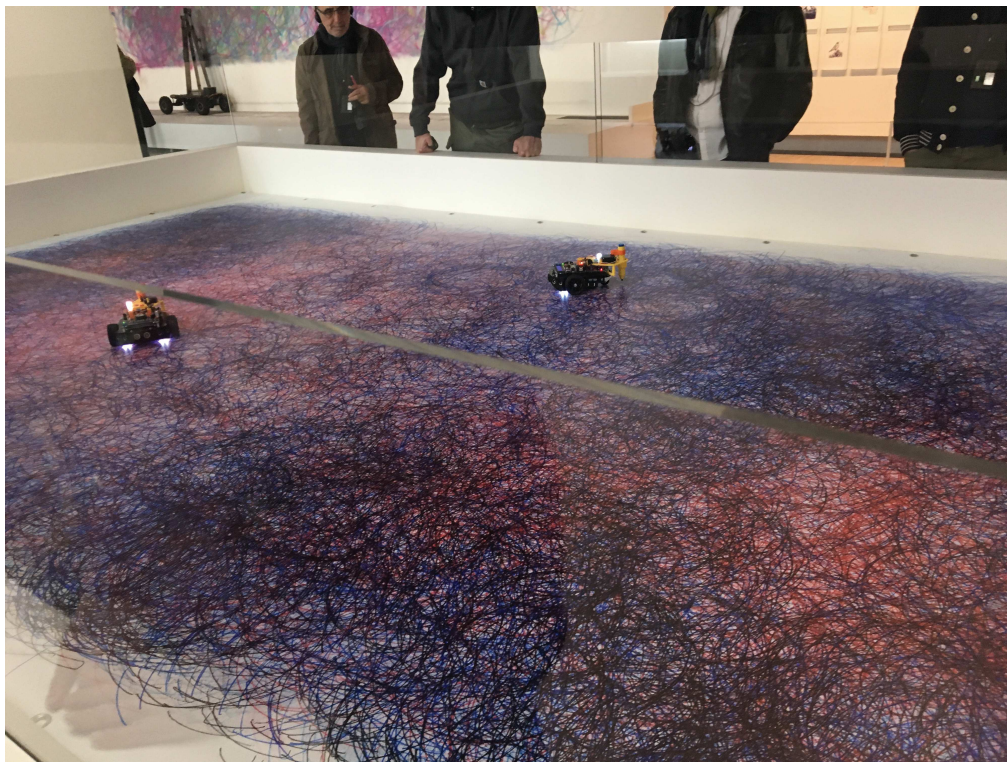


Catherine Ikam et Louis Fléri, l'émergence de la perfection factice à partir de la data
@valadestephanie

Un autre signe d'intellectualité dans l'exposition était l'œuvre parodique de Jean Tinguely, exposée en entrée de parcours. Ce mécanisme (ce n'était pas encore un robot, car il n'interagissait pas avec son environnement) dessinait mécaniquement des œuvres qui n'étaient pas sans rappeler (pour s'en moquer ?) celles de l'expressionnisme abstrait de Jackson Pollock. L'humour est la signature d'un retour sur soi narquois, à rebours de tout impensé.

Sur un autre plan, le discours tenu par la guide conférencière insistait à plusieurs reprises sur l'intervention du hasard dans la programmation des œuvres. En effet, celles-ci étant basées sur la programmation informatique (elle souligna d'ailleurs que

nombre des artistes représentés étaient architectes ou programmeurs informatiques), elles auraient bien pu s'en tenir au strict déterminisme du code. Mais leurs auteurs ont voulu instaurer un jeu entre hasard et nécessité, dialectique subtile. Par où l'on voit aussi le degré d'abstraction de l'exposition et du discours qui est tenu. En outre, parmi les concepts encore mobilisés par l'exposition, une idée centrale est que l'œuvre d'art, surtout si artificielle qu'elle est produite par des robots programmés, imite encore la nature. Ainsi les petits robots de Leonel Moura ont été programmés pour ressembler à des insectes qui reconnaissent leur trace, comme les phéromones qui guident les termites.



Les robots de Leonel Moura, petits insectes mécaniques qui suivent leur trace.

@valadestephanie

L'exposition fait ainsi fond sur un paradoxe : ce qui est au maximum artificiel ressemblerait (et d'une façon non évidente) à la nature. C'est un brouillage des marques et des ordres⁴⁰, qui entraîne à la fois confusion et remise en cause. Là

⁴⁰ Au sens des ordres de réalité, des niveaux de réalité (Blaise Pascal).

encore, le discours de l'exposition fait résolument appel à l'intelligence et à la libido sciendi⁴¹ du visiteur.

L'intelligence de cette exposition l'a amenée à brouiller les cartes, à rebattre nos certitudes, ici concernant la séparation entre l'humain et le robotique. Les visiteurs, ainsi que le soulignait la guide conférencière, en venaient ainsi à ressentir une empathie étrange pour ces robots qui pourtant ne sont pas des humains comme eux. Ce brouillage des cartes et des repères permet à l'exposition d'insister sur un point : les émotions que nous, humains, ressentons face à ces robots qui, non humains, nous ressemblent pourtant parfois. Citant la courbe de Mori, notre guide expliqua que quand un robot ne nous ressemble pas, comme par exemple la grue qui essaie vainement de prendre une prise d'Arcangelo Sassolino, nous pouvons ressentir de l'empathie pour lui.



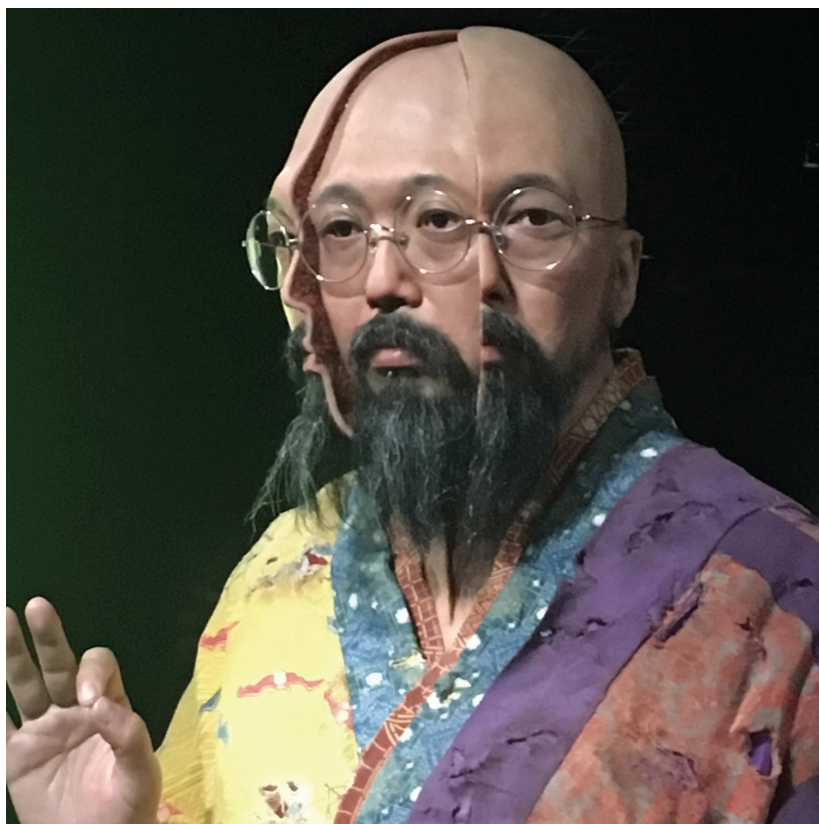
La grue d'Arcangelo Sassolino, métaphore de l'animal impuissant.

@valadestephanie

Dans le cas de la grue, nous ressentons de la pitié de la voir gratter le sol sans succès.

⁴¹ Le désir de savoir (le terme est originellement de Saint-Augustin).

Mais cette bienveillance se mue en rejet ou en malaise face à un robot à l'anthropomorphie trop réussie, tel ce bonze de Murakami qui terminait l'exposition.



Le bonze de Murakami, le double trouble et troublant de l'homme.
@valadestephanie



Par où l'on voit une autre caractéristique de l'enchantement : quand il fait le pari de notre intelligence, c'est pour nous faire toucher l'ambiguïté du réel, son épaisseur mystérieuse⁴².

⁴² Le succès même des discours sur Artistes et Robots en dit long. Les médiations du Grand Palais autour de cette exposition sont nombreuses : la guide conférencière tout d'abord, tenait un discours ouvertement conceptualisant. D'ailleurs elle prévint les parents que la visite n'étant pas faite à destination de leurs jeunes enfants, elle comprendrait très bien si ces derniers arrêtaient de l'écouter. Pour autant, nous étions entre quinze et vingt : certes en période scolaire, mais il faut croire que l'intelligence attire. La visite durait une bonne heure et demie. Outre le fait que les œuvres le réclamaient bien, c'est aussi un parti-pris fort de la part du Grand Palais : il ne s'agit pas de faire l'économie (pour ceux qui choisissent cette médiation) de la

5° L'enchantement reprend certains codes du merveilleux, mais pour les subvertir.

En effet, le merveilleux fut dévalorisé par Boileau, pour qui « l'esprit n'est point ému de ce qu'il ne croit pas »⁴³. Or l'enchantement, au sens intelligent du terme, crée suffisamment de ressemblance pour mettre en lumière l'ambiguïté, le « jeu » des choses, dont on ne sait jamais que très superficiellement ce qu'elles sont et où elles se situent. Pour autant, le merveilleux éclaire certains aspects de l'enchantement, car il attire en raison d'une envie universelle d'ailleurs et d'imaginaire, qui peut donner naissance à des codes. Ces points nous semblent importants à reprendre pour comprendre l'enchantement. En fait, on va chercher, pour réaliser l'enchantement, dans la mémoire collective, on joue avec les formes de l'imaginaire collectif. On peut notamment remonter aux histoires orales qui ont l'attrait des temps immémoriaux.

Le passage dans l'univers merveilleux ou enchanteur est souvent un basculement vers un monde parallèle, sans que cela empêche des ambiguïtés entre rêve et réalité. Les ordres de réalité se superposent : la mise en scène est de ce fait volontiers une mise en abyme. Le merveilleux est aussi désiré au nom d'un retour à l'enfance⁴⁴, dont on aurait perdu la capacité d'émerveillement, nous dirions plutôt que l'enchantement est désiré au nom d'un retour à l'innocence, à cette capacité, ou décision, de suspendre son incrédulité. À ce titre, la situation de l'homme postmoderne, pensons-nous, ne lui suffit pas. L'ironie et la désillusion ne peuvent suffire, il faut aussi des terres imaginaires, qui seront les terreaux de l'enchantement. Mais tous les lieux ne

réflexion. C'était une exposition sensorielle, expérientielle, où le nombre d'œuvres immersives aurait pu faire songer à du grand spectacle, mais on est vite détrompé : il y a un discours réel derrière ce spectacle, qui en fait illustre les concepts voire les met en œuvre.

⁴³ In *L'art poétique*, 1674.

⁴⁴ « Si les œuvres exposées ne sauraient être réduites à leur seul aspect merveilleux (elles offrent souvent une face plus grave), c'est cependant la jubilation qu'elles provoquent qui est mise en avant dans Waoohhh! avec la volonté non seulement de laisser libre court (sic), le temps d'une visite, à la part d'enfance qui habite chacun de nous, amis aussi de nous interroger sur ce qui constitue cette part d'enfance, et par-delà, sur l'essence du merveilleux. » selon le communiqué de presse de l'exposition Waoohhh! Le merveilleux dans l'art contemporain, du 19 octobre 2008 au 4 janvier 2009.

favorisent pas l'imaginaire, et celui-ci a ses propres topologies, comme l'a souligné Gaston Bachelard.

Par exemple, il existerait, d'après le merveilleux, des lieux sanctuaires des temps immémoriaux, où le monde actuel ne serait pas entré⁴⁵ : îles, pays à forte identité, lieux reculés sans moyens de transport. Ces enclaves renvoient à des temps lointains peuplés d'êtres fantastiques. Cette volonté de croire au merveilleux résiste à tous les rationalismes, car elle serait inscrite dans la « nature » humaine. Le merveilleux, tout comme l'enchantement, ont de ce fait un lien avec le sacré : ce sont des expériences qui donnent du sens en livrant un monde supérieur, plus existant. L'enchantement est recherché car une société purement désenchantée n'est pas supportable par grand monde. Attention, le merveilleux n'est pas que le légendaire (ce qui en ferait quelque chose de pittoresque), car il a des effets psychologiques et physiques bien réels, comme l'enchantement – nous l'avons vu plus haut.

6°. On a envie d'en parler et de partager l'enchantement.

L'enchantement rendrait prolixe, et donnerait naissance à toutes sortes de beaux discours. Selon Geneviève Vidal, c'est ce qui guide une visite : « Il y a certes la volonté de découvrir ou de redécouvrir l'histoire de Nantes, mais aussi d'avoir le plaisir de partager une visite », et les médiations réussies sont celles qui font parler « Les multimédias apparaissent comme vecteurs de dialogues entre parents et enfants »⁴⁶. L'enchantement se reconnaît aussi à l'envie d'être davantage acteur de sa visite, de jouer avec ce qu'on voit/entend/perçoit. Le plaisir de partager y est central.

Pour conclure sur « Artistes et Robots », l'exposition était prenante, à notre sens enchanteresse. Pour que l'on consente à se laisser enchanter, il faut que l'imaginaire fonctionne beaucoup, et ceci peut avoir lieu grâce à des sollicitations sensorielles, ce qui donne sujet à discussion. Le nombre important des dispositifs immersifs, numériques ou pas, contribuait à faire perdre pied avec la réalité quotidienne, livrait autant d'expériences à partager. Mais de plus, l'importance du discours du musée

⁴⁵ Cf Corinne Samindayar-Perrin, « Un merveilleux réaliste ? ».

⁴⁶ Op. cit., p.76 et 77.

était égale. Ce n'était pas qu'un pur spectacle, il y avait une réelle intention d'intelligibilité du réel de la part des organisateurs de l'exposition, l'exposition faisait fond sur une série de questionnements fondamentaux : quelle est ma relation à l'altérité (ici robotique), quelles sont mes limites (d'homme), ou encore qu'est-ce que la création ? Elle mobilisait parfois des archétypes de la pensée humaine : nature, machine, ailleurs, vide, rêve.

C'est l'ensemble de ces expériences, ressentis et questionnements, qui donnaient matière à discussions, par où les visiteurs se réappropriaient ensemble ce qu'ils avaient vécu, créant eux-mêmes de nouvelles strates mémorielles susceptibles d'être à leur tour activées dans d'autres visites futures.

L'enchantement muséal suppose donc une action sur le visiteur, quelque chose de proche de la subjugation. Est enchanteur en effet, ce qui souvent est très beau (même si on peut se demander si c'est une condition nécessaire), ce qui est sublimé et qui par là même soumet celui qui regarde ou entend. Dans notre contexte, le mot s'entend évidemment de façon analogique : le musée n'est pas sorcier au premier degré, en revanche il cherche à produire une impression proche de la magie dans l'esprit de ses visiteurs. Il y a sans doute dans la monstration d'œuvres artistiques et historiques un désir d'éblouir et d'investir. Pour autant, le visiteur ne reste pas passif et ingère, digère et réagence ce qu'il se donne l'occasion de vivre.

7° Quelques pistes de typologie théorique de l'imaginaire de l'enchantement

Pour faire un pas de plus au-delà de ces premières caractérisations théoriques, nous allons brièvement nous demander comment cet imaginaire, créateur d'enchantement (et donc de réenchantement muséal, selon notre hypothèse), s'articule et comment il peut être activé, encouragé. Pour tenter d'approfondir la notion d'enchantement au moyen de ses ressorts possibles, nous allons convoquer, sur l'imaginaire, la pensée de Gaston Bachelard ; puis, sur les techniques d'enchantement, l'ouvrage de A. Braitto et Y. Citton, *Technologies de l'enchantement*.

Il faut distinguer entre plusieurs sortes d'enchantement, selon la place que le récit, le jeu, et la réflexivité occupent ; des dispositifs, médiations et discours en sont les créateurs de manière différenciée. Il y a plusieurs sortes d'enchantement, soit qui jouent sur les passions (mot qui vient de pâtir, subir), soit qui élèvent et qui « éduquent » (offrant ainsi la délectation de l'esprit)

Or, ainsi que l'écrivait déjà Gaston Bachelard, les imaginaires mis en branle par l'enchantement ont des logiques et des géographies propres.

Dans *L'Air et les songes*⁴⁷, Bachelard distingue l'imagination fantaisiste, qui rationalise la vraie imagination, de cette dernière, dite dynamique ou matérielle. La seconde sourd des profondeurs de l'âme, dont elle exprime les forces, c'est elle qui livre les vraies figures de l'imagination. Sont de vraies figures de l'imagination celles qui ne sont pas figées dans des images qui surinterprètent. Pour illustrer cette surinterprétation, Bachelard donne l'exemple de l'image des ailes pour compléter l'imagination du vol. La vraie imagination, elle, est en mouvement, pure (dans son exemple, elle développe l'imaginaire du vol lui-même). Il faut « distinguer entre les images factices et les images vraiment naturelles »⁴⁸.

Selon le philosophe, il y a une vraie géographie de l'imaginaire. Ainsi, il développe une analyse des quatre éléments. Au sein de ces quatre éléments, dont chacun nous est nécessaire parce qu'il correspond à une de nos dimensions profondes⁴⁹, l'imaginaire aérien est le plus évanescent, il est toujours sur le point de s'évaporer.

⁴⁷ Que nous prenons comme exemple mais il conviendrait, dans un travail plus long, d'analyser chacun des quatre éléments tels que traités par Bachelard, et de rendre compte de leur géographie.

⁴⁸ Bachelard, *L'air et les songes*, p.23.

⁴⁹ « Nous croyons possible de fixer, dans le règne de l'imagination, une loi des quatre éléments qui classe les diverses imaginations matérielles suivant qu'elles s'attachent au feu, à l'air, à l'eau ou à la terre. Et s'il est vrai, comme nous le prétendons, que toute poésie doive recevoir des composantes, – si faibles qu'elles soient – d'essence matérielle, c'est encore cette classification par les éléments matériels fondamentaux qui doit apparenter le plus fortement les âmes poétiques. Pour qu'une rêverie se poursuive avec assez de constance pour donner une œuvre écrite, pour qu'elle ne soit pas simplement la vacance d'une heure fugitive, il faut qu'elle trouve sa matière, il faut qu'un élément matériel lui donne sa propre substance, sa propre règle, sa poésie spécifique. Et ce n'est pas pour rien que les philosophes primitifs faisaient souvent, dans cette voie, un choix décisif. Elles ont associé à leurs principes

Chaque élément correspond à une tendance fondamentale de l'homme. Concernant l'air, il s'agit de l'élévation. Une des choses les plus importantes pour l'homme est de maintenir sa verticalité, mais le mouvement vers le ciel sans rivage est tout aussi important. Pour ce faire, le mouvement imaginaire de l'air mêle légèreté et pesanteur, il est en constant équilibre. Par l'air, l'homme vit une ascension imaginaire qui lui est essentielle.

Ces directions de l'imaginaire (les quatre éléments) se développent ensuite dans une série d'images, qui selon Bachelard sont toutes nécessaires. Pour l'air, ces figures sont: le vol, les ailes, la chute imaginaire, le ciel bleu, les constellations, les nuages, la nébuleuse, l'arbre aérien, le vent, la déclamation muette. Ce sont les grands thèmes de l'imaginaire de l'air, les axes selon lesquels cet imaginaire ne peut manquer de se développer. Qui veut travailler sur l'imaginaire de l'air doit donc s'en servir comme d'éléments.

C'est dire que pour notre propos, voir comment on peut stimuler l'enchantement muséal, il s'agirait ici de travailler sur le thème des éléments fondamentaux, selon les figures (on a envie de dire « les archétypes ») qui les incarnent et les développent. Cela, de plus, touche à une autre caractéristique de l'enchantement proposée plus haut : sa tendance à être mis en mouvement par des questionnements fondamentaux (mais non pas menés de manière théoriques, plutôt incarnés de manière mystérieuse dans la matière), comme nous l'avons vu avec l'exposition Artistes et Robots plus haut.

Outre ce principe d'une organicité de l'imaginaire tirée de Bachelard, quelques premières pistes peuvent être tirées de l'ouvrage collectif *Technologies de l'enchantement*, sous la direction de Yves Citton et Angela Braitto. Dans le texte introductif, nommé « Une histoire des illusions », les auteurs annoncent les pistes qui vont être explorées dans cet ouvrage collectif consacré à l'enchantement (et à l'illusion).

formels un des quatre éléments fondamentaux qui ont ainsi devenus des marques de tempéraments philosophiques. », Bachelard, *L'Eau et les rêves*, p. 10.

En réalité, fondamentalement, les hommes se repaissent non de vérité mais de chimères et d'illusions. « Croire qu'une illusion n'est qu'une illusion, c'est sans doute l'illusion véritable, la plus tenace »⁵⁰.

Dans ces illusions, il s'agit de faire paraître ce qui n'est pas. L'enchantement tient à la fois de la merveille et de la sorcellerie. Quand il nous repaît des fausses apparences des chimères, il est diabolique ; quand il augmente notre puissance en faisant apparaître ce qui n'est pas encore, il nous ravit. Il y a dans l'enchantement l'idée d'un miroitement de ce qui est au-delà de ce que peuvent montrer les puissances humaines. « Autre chose, un esprit, une magie, un génie, une inspiration – a du intervenir pour que cela soit rendu possible »⁵¹. En fait c'est l'illusion du dépassement humain des capacités humaines. L'illusion a une dimension très englobante et prend l'homme dans un tout immédiat de l'expérience, pouvant mener à un état proche de la transe, notamment par le biais de la gestuelle. Le spectateur se sent absorbé, ses désirs sont comme réagencés.

Au niveau des moyens générateurs d'enchantement, on peut compter les technologies numériques en particulier, qui sont en train de redessiner nos imaginaires : le « jeu immersif contribue à faire émerger le je réflexif »⁵². L'enchantement doit en outre laisser la place au « pluralisme interprétatif », tant il lutte contre l'idée « qu'il n'y a qu'une interprétation possible ». Il y a un « espace de jeu, de bougé et de flottement » qui caractérise l'illusion.

Pour cette raison, il faut « désaligner nos perceptions du monde »⁵³, qui nous entretiennent dans l'illusion d'un rapport univoque aux choses, comme si « c'était évident ». C'est déjouer l'illusion des illusions, donc non pas désenchanter le monde, mais « plutôt élargir la palette de nos enchantements »⁵⁴.

Ce qui nous semble le plus important est la notion de jeu, de détournement. Il y a enchantement, et non illusion qui enferme dans un rapport à une vérité inquestionnée, quand le pluralisme interprétatif permet de se jouer à l'infini des

⁵⁰ G. Wajcman, cité par Y.Citton et A. Braitto, op.cit., p.28.

⁵¹ Citton et Braitto, op. cit., p.20.

⁵² idem, p.22.

⁵³ ibid. p.31.

⁵⁴ ibid.

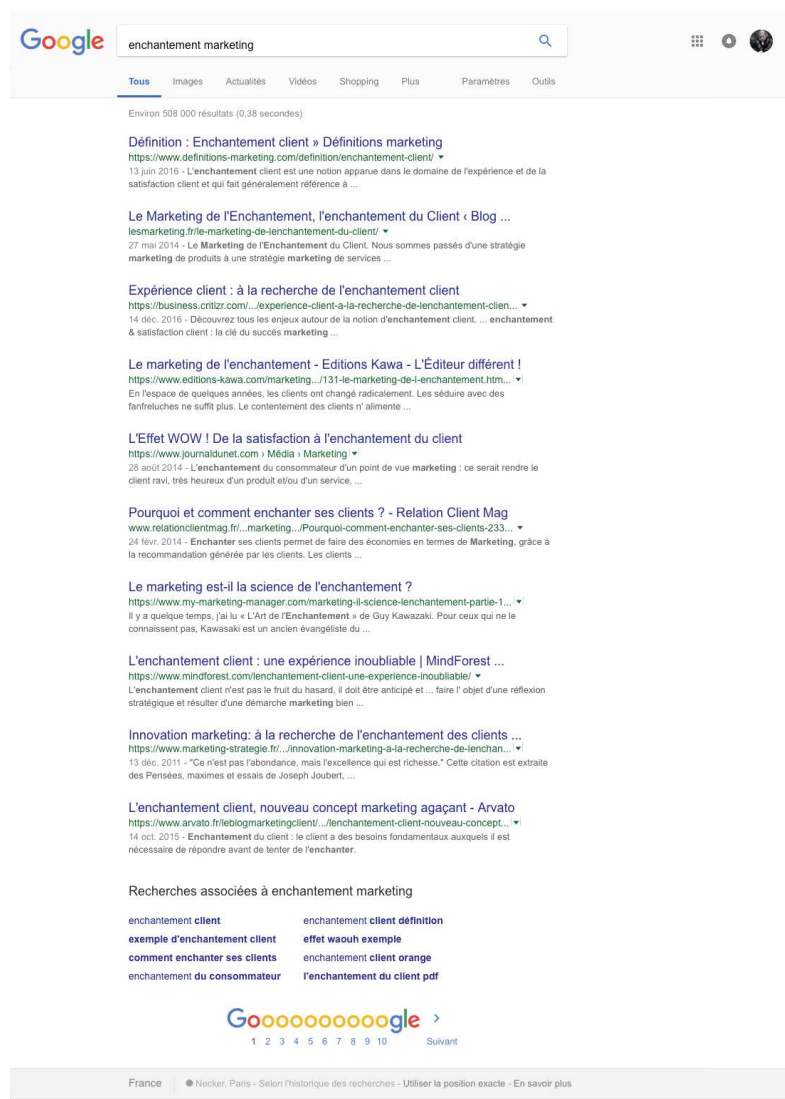
figures imposées de nos visions du monde. Le musée enchanteur sera celui de la pluralité, qui n'impose pas de « vérité » mais propose de jouer à interpréter à l'infini. Pour cette raison, la tension entre l'adhésion et la dissolution d'un côté, et le recul réflexif qui fait advenir le « je » de l'autre, nous paraissent-ils significatifs. Mais la dimension physique et proche de la transe nous semble aussi très prometteuse.

C – JUSQU'OUÙ L'ENCHANTEMENT PEUT-IL ÊTRE INSTRUMENTALISÉ ET EXTENUÉ PAR LE MARKETING ?

Enfin, une comparaison qui nous paraît importante, est celle d'avec la notion d'« enchantement » du marketing. En effet, le terme « enchantement » est très volontiers utilisé par le marketing. Les musées, eux, veulent travailler plutôt une offre « éducative » qui, qu'elle parte des collections ou des publics, n'obéit pas à cette logique marchande. Peut-on dès lors différencier l'enchantement muséal de celui du marketing ? Si oui, quels sont les points de différenciation, et que nous apprennent-ils sur l'enchantement muséal ?

1° L'usage du mot dans le marketing est courant.

Le mot d'« enchantement » est en vogue dans le marketing. Popularisé par Guy Kurosawa en 2011, il est repris à l'envi. On veut enchanter tout le monde, dans le droit fil de Kurosawa. Ce prosélytisme a donné naissance à toute une littérature sur le sujet, comme le montre cette capture d'écran.



Le concept est néanmoins controversé, comme on peut le voir dans cette définition tirée de Définitions Marketing, un site populaire adossé à un blog sur le marketing. « L'enchantement client est une notion apparue dans le domaine de l'expérience et de la satisfaction client et qui fait généralement référence à une volonté d'avoir une satisfaction client maximale.

L'enchantement client s'obtient non seulement par une qualité produit et service maximale qui permet de maximiser l'expérience client, mais également par des pratiques marketing et relationnelles qui visent à surprendre le client et à aller au-delà de ses espérances et attentes.

Au delà de l'effet de mode lié au terme, la notion d'enchantement client n'est pas forcément adaptée et optimale pour toutes les marques et secteurs d'activité. »

D'ailleurs la vidéo incluse dans la page⁵⁵ remet en cause la pertinence universelle du concept, en s'en prenant au « diktat de l'enchantement » et en posant la question : « pourquoi un client enchanté serait-il forcément plus rentable qu'un client simplement satisfait ? ». En fait, pour une entreprise, il faudrait calculer, pour son cas particulier, dans quelle mesure une satisfaction très aiguë (enchantement) se traduira par une plus grande fidélité, ou pas. Et l'intervenant démontre que cette corrélation n'est pas universelle. Pour lui donc, le concept d'enchantement du client est devenu un impensé, une obligation à laquelle tous se soumettent lors même que ce n'est pas forcément fondé sur une vraie modélisation de la loyauté. C'est donc devenu un impératif fourre-tout, ce qui nous semble typique de tous les concepts qui ont beaucoup de succès.

2° Mais que dit Kurosawa ? - Ambiguïtés de l'enchantement théorisé par *La science de l'enchantement*.

Le livre liste les techniques et conseils, des plus triviales aux plus inspirantes, pour fédérer les gens, les enchanter. Néanmoins, si tout le début du livre insiste sur l'éthique de l'enchanteur réel, et sur le caractère humaniste des entreprises vraiment enchanteresses, la suite de l'ouvrage donne des recettes très précises pour s'immiscer dans les pensées, les émotions et les actes, des personnes que l'on veut « enchanter ». On a même l'impression qu'il ne s'agit pas de leur donner le choix, mais bien de les ensorceler (qui est un sens du mot enchanter d'ailleurs). Les conseils proches de la PNL donnent les clés de ce qui s'apparente plutôt à de la manipulation, à de l'infiltration. Ici nul « jeu », nul espace n'est laissé au libre consentement à se laisser enchanter. La frontière entre cet enchantement et la manipulation semble mince, alors que l'enchantement que nous appelons de nos vœux ne se bâtit pas sur l'inconscience que les publics auront de processus de séduction qui les réduiraient à l'état de « proies ».

Nous voulons proposer l'enchantement comme une possibilité, librement choisie, un jeu des publics avec eux-mêmes, où ils acceptent de suspendre leur incrédulité et

⁵⁵ <https://youtu.be/Q7qJCsn6HQM>

consentent à se perdre temporairement dans l'illusion offerte. Mais précisément parce qu'il s'agit d'un jeu avec soi-même, il y a un aspect de « jeu » souvent assumé dans les médiations et dispositifs que nous espérons : les publics ne se fondent pas dans des attentes (très mercantiles chez Kurosawa, bien qu'il s'en défende au début) qui leur préexistent, qui ont été conçues sans eux, et qu'ils devraient en quelque sorte ingurgiter. Au contraire l'enchantement muséal se construit avec les publics.

Kurosawa nous dit que le véritable enchanteur œuvre pour changer le monde, pour agir bien. L'on peut avoir des doutes sur la pureté des intentions de tous ses lecteurs. Mais surtout cela place l'enchanteur dans une position de surplomb : c'est à lui de choisir d'être « éthique », car sinon les outils lui sont donnés pour que tout-puissant il soit en mesure d'extorquer de l'enchantement au public qu'il aura choisi. C'est à lui seul que revient la responsabilité d'œuvrer « pour le bien » et cela est assez paternaliste en ceci que les personnes à enchanter sont traitées comme des sujets, au sens de sub-jets, « jetés dessous », soumis. Ce n'est pas un marché équitable, entre personnes qui se traiteraient avec considération, alors que l'enchantement muséal peut être attendu comme une co-construction d'une expérience enchantée. L'enchantement véritable est une proposition, à laquelle le visiteur se prête, ou non. C'est en ce sens qu'il s'agit d'une « suspension volontaire de l'incrédulité » (selon la formule de Coleridge). C'est en ce sens aussi qu'il s'agit d'un jeu, jeu entre l'exposition et le visiteur, mais aussi jeu du visiteur avec lui-même puisqu'il accepte de se laisser duper.

3° L'Atelier des Lumières : est-ce une dérive disneylandienne de l'enchantement, et jusqu'où ?

Nous avons choisi d'étudier la première exposition, consacrée à Gustav Klimt et Friedensreich Hundertwasser (plus une programmation d'art numérique plus confidentielle) de l'Atelier des Lumières. En effet, c'est un des événements phares de l'année 2018, et le mélange des styles – qui se présente lui-même comme iconoclaste – qu'il réalise pose la question des rôles respectifs du marketing et de la démarche

muséale et/ou de médiation, dans un événement qui a énormément plu à de nombreux publics.

Notre méthodologie retenue articule :

- L'analyse personnelle de l'expérience de visite, et l'observation des publics.
- L'étude du vocabulaire employé par les organisateurs de ces expositions : même s'ils n'utilisent pas le mot, visent-ils l'enchantement des publics ou autre chose ? Pour répondre à cette question, nous avons procédé à une lecture critique de la présentation qu'ils font de leur démarche dans leur dossier de presse.
- Nous avons aussi observé les discours des visiteurs visibles sur la page FB et sur Twitter, après la visite. Les visiteurs décrivent-ils une expérience enchantée ?

A. La visite de cette triple exposition montre des publics souvent subjugués.

Les expositions furent visitées le mardi 17 avril 2018, en milieu de journée. Le site ne propose pas de visite guidée, ni de médiations. Lieu ouvert depuis quelques jours, il y avait déjà de nombreux visiteurs, venus en quasi totalité (semble-t-il) en petit groupe de connaissances. À notre sortie, vers 13 :30, la queue se formait déjà dehors. Le site est une ancienne fonderie, restaurée dans un style résolument brut et industriel, on entre rapidement dans la très vaste salle de projection.

Les trois films se succèdent en boucle. Le plus long est celui consacré à Gustav Klimt, les deux autres « l'accompagnent ». Il est à noter que les films ne sont pas présentés comme tels par les organisateurs, mais comme des « expositions », manière de se réclamer du monde muséal.

À notre entrée, c'était l'exposition Hundertwasser qui se finissait : le mouvement des figures graphiques et colorées du peintre, sur une musique hypnotique, donnait des sensations physiques tel que vertige, perte de repères dans l'espace. Cette deuxième sensation était renforcée par le fait que tous les murs, les sols étaient couverts des œuvres de Hundertwasser, rendues avec une netteté et un « réalisme » qui donnait à l'espace l'allure d'un rêve. On était d'emblée projeté dans du beau, ce qui n'est allé que crescendo pour se finir par l'exposition sur Klimt avec ses arbres dorés qui

croissent en arabesques le long des murs, ou encore des projections de décor nocturne habité de fleurs fantomatiques d'une couleur bleue spectrale.

Le choix de Klimt et de Hundertwasser pour habiller un espace aussi vaste se comprend aisément : Klimt est très généralement aimé, et son œuvre est souvent décorative ; Hundertwasser propose des peintures fortes, graphiques, rythmées. Pour autant, l'exposition sur Klimt ne montrait pas que ses œuvres, mais celles d'autres peintres aussi, certains plus classiques : preuve que le choix des œuvres n'était pas que celui d'artistes dits « faciles », et là encore, choix qui rattache au leg muséal. La musique classique et lyrique qui baignait cette exposition permettait là aussi de faire entendre des œuvres réputées élitistes de manière plus décomplexée.

Le fait même qu'il n'y ait ni réel cartel ni aucune médiation ni discours très visible (des noms d'œuvres étaient visibles à un endroit, mais fort peu évidents) est un choix fort : c'est poser l'œuvre là, sans explication, comme si elle devait provoquer un choc esthétique qui se suffit à lui-même.

Le public était pour autant réceptif et souvent subjugué, pour preuve le long temps passé à regarder : les spectateurs s'asseyaient volontiers où ils pouvaient pour regarder longtemps le défilement des belles images. Quasiment tous prenaient de nombreuses photographies, certains filmaient, d'autres avaient même du matériel de haut niveau (réflex). Le côté décontracté du lieu ainsi que son ampleur permettaient des déambulations libres, favorisées par le fait que si les projections différaient à tous les endroits de l'espace, il n'y avait aucune ordre ni hiérarchie à suivre. Il n'y avait pas de « parcours » prescrit.

L'ensemble était d'autant plus fascinant qu'on voyait les œuvres émerger, se dessiner ou se composer, et souvent dans des recombinaisons qui réinterprétaient ce que l'artiste avait fait : ainsi on pouvait voir des compositions de plusieurs toiles en un seul « tableau » immersif. Il y avait donc un côté créatif dans la monstration elle-même.

Le public semblait majoritairement happé par l'immersif en entrant dans l'œuvre d'art et en se promenant en elle sans prétention, mais entouré de beauté et « bercé » par de la musique classique. Il est intéressant de noter cet attrait pour le féérique, qui

soutient ce genre de projet : c'est le rêve d'un ailleurs, d'un monde où le contact avec le pur beau serait possible.

En assumant cette soif de beau, l'Atelier des Lumières se positionne entre musée et spectacle : musée par ce qui est montré ; par la présence d'œuvres très classiques au sein de la partie consacrée à Klimt ; par le mot même d' « exposition » au lieu de « projection » ou « film » voire « animation ». Le message est clair : nous sommes venus voir de l'art, du vrai, et il y a de la noblesse ici.

Dans le même temps, l'absence d'une réelle médiation signe un dispositif davantage de l'ordre du spectacle. Une œuvre ne s'éclaire pas d'elle-même, et ce qui nous a manqué c'est l'absence de discours autour des œuvres présentées. C'est un dispositif qui se vit comme une parenthèse, on entre dans un espace hors sol, où l'on rencontre des rêveries d'œuvres éblouissantes, mais on en ressort comme on y est entré, on n'est pas métamorphosé.

Dans l'entrée, un panneau explique que ces dispositifs immersifs ont été développés à l'intention d'enfants éloignés de l'art (pour toute sorte de raisons : sociales, financières, géographiques etc.). Le fait de projeter des esprits « vierges » dans un tel dispositif est pensé comme capable d'éveiller des questionnements. Mais la démarche du public semblait aussi être celle d'une jolie promenade ou d'une recherche d'époustoufflant. L'omniprésence des téléphones par exemple, pour photographier ce qui se passait, signe bien le fait qu'on est, dans ce dispositif, dans une civilisation de l'écran, du pur visuel médiatisé par le numérique. Il s'agissait aussi de montrer (sur les réseaux sociaux notamment) qu'on y avait été.

Il nous a semblé que cela manquait donc de voix, d'histoire(s) à raconter.

Donc certains traits de l'enchantement se retrouvent dans cette expérience : monde onirique ou en tout cas expérience d'un ailleurs ; visite immersive qui permet de perdre ses repères, ce qui se traduit par des sensations concrètes (vertige...); acceptation aussi de la part du public de se laisser charmer, dans une « willing

suspension of disbelief »⁵⁶ ; très forte présence, partout, du beau, et sous plusieurs formes (visuelle et auditive). En revanche, il manquait à notre avis l'histoire, celle qu'on raconte à notre intellect et qui inscrit notre expérience dans un récit et un sens.

B. Le dossier de presse donne une impression plutôt « calculée », et fait la part belle au storytelling.

Les expressions qui reviennent d'emblée (dès la première page écrite) et le plus souvent, sont des expressions liées au caractère imposant de leur dispositif et de la fondation qui les soutient, la fondation Culturespace. Le deuxième champ sémantique est celui de la nouveauté, de l'innovation et du caractère presque visionnaire de l'Atelier des Lumières.

La première page cite des chiffres et des faits impressionnants⁵⁷. Elle insiste sur le caractère inouï, novateur, de la proposition⁵⁸. On peut se demander si ce n'était pas déjà le cas des expositions non numériques, et de l'art en général. Il semble que ce faisant, le projet Atelier des Lumières insiste sur sa nouveauté, quitte à dénigrer implicitement ce qui se faisait avant, qui serait forcément « pas moderne ». Dans les pages suivantes, il n'y a pas une page sans ces marqueurs de grandeur et d'innovation.

En contrepoint, l'insistance sur le caractère patrimonial de l'espace industriel réaménagé pour faire place à l'Atelier des Lumières permet d'installer un storytelling discret : le projet s'inscrit de ce fait dans une histoire, une épopée même, celle de l'industrie. Et comme ce genre de fonderie n'a plus d'activité industrielle à Paris, cela convoque la notion de renaissance : « c'est aussi l'histoire d'une revalorisation

⁵⁶ « Suspension consentie de l'incrédulité », Samuel Taylor Coleridge, *Biographia Literaria*.

⁵⁷ Cf page 1 : « le premier Centre d'art numérique à Paris », « pionnier », « monumentales », « unique en son genre », les chiffres aussi : « 3300 m2 de surfaces, du sol au plafond, avec des murs s'élevant jusqu'à 10 mètres », « chaque année près de 600 000 visiteurs ».

⁵⁸ Cf page 1 : « pionnier », ici aussi, « capable de créer des passerelles entre les époques, de faire vibrer les pratiques artistiques entre elles, d'amplifier les émotions pour toucher le plus grand nombre ».

patrimoniale » page 4. « Le lieu forge l'identité du projet » : la filiation est revendiquée. Pour autant, l'ancienne fonderie n'est qualifiée que de « *cadre* de choix⁵⁹ » pour les expositions numériques : jusqu'à quel point la force et l'identité du lieu ont-ils irrigué l'Atelier des Lumières ? Cet héritage est-il sincère ? En tous les cas, il permet de raconter une belle histoire.

Le troisième thème récurrent dans le dossier de presse est l'émotion, l'intensité du choc esthétique provoqué chez les visiteurs. Cela est rattaché à l'art immersif⁶⁰. Cette présentation pose la question de la réelle autonomie du sujet qui vient visiter cet « art en immersion » (page 5). Le dispositif est présenté comme fondé sur le refus de la passivité du visiteur, mais l'immersif et l'émotion ne sont-elles pas, justement, des situations de passivité ? L'émotion, fût-elle esthétique, est une prise de soi, un saisissement : comment pourrait-elle être active ? Le caractère immersif est ce qui génère cette passivité, qui est celle du sujet débordé de toutes part par un réel qui s'impose à lui dans une monumentalité qui le dépasse. De plus, les séquences vidéo et audio sont déjà écrites, le visiteur n'a aucun loisir de les changer, même s'il peut déambuler. Tout au plus pourra-t-on faire remarquer que cette possibilité de déambulation était déjà offerte dans les musées.

Nous voyons bien une promesse d'enchantement dans l'Atelier des lumières. Page 5, les références à un vocabulaire de l'enchantement sont bien présentes : « la technologie s'efface au profit de l'émotion esthétique, suivant un scénario tout en poésie. Totalement immergé dans l'image et la musique, le visiteur est emporté dans une aventure sensorielle... ». Mais c'est un enchantement purement émotionnel.

⁵⁹ C'est nous qui soulignons.

⁶⁰ « Dès que retentit la première note de musique, la technologie s'efface au profit de l'émotion esthétique ». Ce recours massif à l'émotion est justifié par un « changement de public » : « On ne se familiarise pas avec la culture aujourd'hui comme on se l'appropriait hier. Les pratiques évoluent, et l'offre culturelle doit être en phase. La passivité n'est plus de mise, et je suis convaincu que, de plus en plus, on s'approprie l'art par l'expérience d'immersion et par les émotions qu'elle procure. » Le but est de « s'adresser à un public plus jeune et plus large que celui des musées classiques ». (Page 5, propos de Bruno Monnier).

De ce fait, il nous semble pouvoir vraiment discuter le côté passif ou actif accordé au visiteur de ces expositions : en les « prenant » de la sorte, en les ravissant, on leur dénie ce caractère critique, joueur, libre.

L'entreprise de l'Atelier des Lumières peut donc être questionnée. Jusqu'à quel point relève-t-elle du marketing ? Il y eut une véritable campagne médiatique lors du lancement de ces expositions Klimt/Hundertwasser/Poetic IA. Les images s'y prêtaient, belles et imposantes, avec quelque chose d'authentiquement saisissant. C'était une promesse d'expérience (d'ailleurs les expositions relèvent de la technologie AMIEX, acronyme qui signifie « Art & Music Immersive Experience »), une promesse de moment Wahou, dont on va parler, que l'on va photographier et partager sur les réseaux sociaux (ce qui fait d'ailleurs encore de la publicité au dispositif), que l'on va fantasmer en raison de sa nouveauté et de sa taille. Il est agréable de se faire prendre par la main, de se jeter dans l'immersion, et l'émotion esthétique peut être vécue comme enivrante. Pour autant, c'est une offre très calibrée, où le calcul économique n'est jamais bien loin : par exemple, il y a une boutique de produits dérivés qu'il faut traverser pour sortir. Le ratio taille de l'espace d'accueil/taille de la boutique (la seconde est nettement plus grande) dévoile bien l'intention mercantile.

Surtout que l'exposition de la dimension scientifique des « programmes » commence page 10. Ce n'est pas mis en premier. Dans cette présentation très claire, on perçoit en filigrane une insistance sur le caractère révolutionnaire de ces artistes : Klimt, Schiele et Hundertwasser (surtout Klimt)⁶¹.

Le vocabulaire magique-onirique-symbolique est présent dans la présentation des programmes : les thèmes existentiels sont soulignés chez Schiele, la proximité de l'érotisme et de la mort. La présentation la plus riche en vocabulaire enchanteur est

⁶¹ Nous y trouvons comme un rappel ou une mise en parallèle avec la démarche dont l'Atelier des Lumières se réclame : un artiste (ou des artistes) révolutionnaire et en avance sur son temps, mis en scène par un dispositif révolutionnaire et en avance sur son temps. C'est un procédé qui permet, par capillarité ou contamination, d'identifier le caractère novateur de l'artiste et celui de l'Atelier des Lumières.

néanmoins celle du programme consacré à Hundertwasser. Beaucoup d'expressions renvoient à la dimension quasi métaphysique de l'œuvre de Hundertwasser, et irriguent la présentation onirique qui en est faite : « dans le respect total de la nature et de l'homme », « remontent à la source de la vie et des éléments », « la source même de la vie et des éléments naturels », « spirale sans fin » (figure éminemment symbolique de l'infini et de la renaissance continue, de la métamorphose sans fin ; figure hypnotique qui plus est), « un monde utopique où la Nature est le modèle et l'Homme son centre » (on notera l'utilisation « essentialisante » des majuscules). L'élaboration du discours est donc bien possible, mais n'a été faite que dans le dossier de presse.

L'affirmation la plus problématique du document nous semble être celle de l'activité des publics. D'après le document, cette dernière semble découler de la simple déambulation dans un espace qui donne à voir des points de vue différents par sa seule configuration. Cela vaut-il activité réelle du public, lors même que précisément, ce qu'on veut lui faire vivre est une expérience totalement émotionnelle ? L'ambiguïté - ou le raccourci - est notamment visible dans l'entretien de Gianfranco Iannuzzi, pages 17 et 18. En effet, il dit page 18 : « Nous souhaitons que le visiteur conserve sa liberté de perception et d'interprétation dans un espace où ses mouvements et déplacements intègrent l'exposition. Immerger le public dans une œuvre tridimensionnelle permet d'amplifier la dimension émotionnelle, pour l'inviter à adopter une attitude plus participative ».

Il nous semble au contraire que l'activité d'un public est aussi, et essentiellement, celle de sa critique.

Tout cela laisse à penser qu'il s'agit d'un produit bien étudié. D'ailleurs les mécènes, exposés sur 7 pages (pages 20 à 26) ne s'y trompent pas : ils ne parlent jamais de musée et rarement d'art, mais plutôt d'inclusion, d'accès à la culture pour des publics éloignés, d'innovation technologique et d'expérience. L'un d'entre eux (BAIN & COMPANY) souligne même avec franchise le côté « bankable » du choix de Klimt et Schiele pour le démarrage de la structure.

C. L'impression de divertissement émerge aussi nettement de la lecture des commentaires sur la page Facebook.

La première lecture est impressionnante :

- Beaucoup de commentaires sont en anglais, ce qui montre que c'est devenu une attraction au-delà de la langue (ce qui est rendu possible par l'absence de médiation)
- Il n'y a quasiment que des gens contents (les seuls mécontents le sont sur le prix, le manque de flexibilité dans la réservation etc.)
- Quelques personnes déplorent néanmoins, malgré leur satisfaction, l'absence d'une réelle médiation : d'après eux, les explications étaient trop cachées et il leur paraît clair qu'on ne pouvait tout comprendre.

Les mots qui reviennent souvent sont :

- Expérience
- Emotion
- Enorme, incroyable, et tout le champ sémantique associé

Enfin, beaucoup de personnes insistent sur le succès auprès des enfants : même une ado de 16 ans accro au téléphone a aimé, leur fils de 2 ans a été « scotché »... etc. L'expérience est intergénérationnelle : une grand mère se décrit aussi contente que sa petite-fille.

En conclusion, il y a une vraie séduction du dispositif, cela plaît et est partagé entre les visiteurs et sur les réseaux sociaux. Néanmoins, si les mots beau et beauté reviennent, ce ne sont pas les premières occurrences, ni le mot art et encore moins musée. C'est plutôt pris comme un spectacle. Cela paraît donc très adéquat pour des personnes qui recherchent une expérience esthétique (c'est d'ailleurs la promesse du lieu), mais cela complète plus que cela ne concurrence vraiment les musées : les publics sont différents et ceux qui aiment les musées continueront d'y aller.

Pour autant, on peut se poser la question du côté disneylandisé que cela fait courir à l'art. Nous pensons que tout rapport à l'art, surtout si magnifiquement présenté, doit être considéré, car la « culture légitime » ne doit (ni ne peut) plus être écrasante et l'époque est à l'éclectisme culturel. De plus, l'art est quelque chose que l'on a tous les

droits de s'approprier, de la manière que l'on veut. Donc il y a une vraie sincérité de la part des visiteurs, qui choisissent de venir voir de l'art. Simplement il leur faut une manière plus spectaculaire de le mettre en scène, et cela n'est nullement dégradant. En revanche, la méthode de l'Atelier des Lumières semble bien relever davantage de l'opportunité économique que d'une seule prise de risque artistique ou médiatrice. Ils ont parfaitement construit leur offre et leur promesse. D'ailleurs, autant l'aspect technique est complexe et novateur, autant la promesse est simple : faire ressentir des émotions grandioses grâce à de l'art mis en scène. En ce sens, nous nous demandons si leur entreprise (montrer des œuvres d'art grandioses en utilisant une technique impressionnante) laisse vraiment le choix au spectateur, ou si celui-ci n'est pas capté puis pris par ses émotions. Auquel cas, on aurait bien en face de nous l'effet Wahou du marketing, mais pas forcément un enchantement tel que nous le théorisons.

*

Cette première partie a permis d'établir une compréhension du musée et de certaines composantes, postmodernes, de la modernité. En regard de ces attentes, l'aspiration anthropologique au sacré a été posée également. Dans ce contexte, la première caractérisation de travail de l'enchantement a mis en lumière plusieurs spécificités : l'enchantement est volontiers immersif ou joue sur le gigantisme, il fait perdre pied avec la réalité « commune », il est volontiers sensoriel et s'articule à un imaginaire qui fonctionne comme un monde. Il donne à penser, à parler, il génère des échanges. Enfin, il dépasse la seule délectation et s'il reprend le merveilleux, c'est pour le subvertir. Notre comparaison d'avec le marketing, ensuite, a mis en lumière le caractère foncièrement libre de l'enchantement, qui n'est qu'une proposition où l'on « joue avec » et non une technique où l'on se « joue de » son public.

Cet enchantement, tel que nous venons de le problématiser, peut-il se trouver dans les réinventions effectives opérées par les musées de notre corpus ? Le concept y est-il opérant voire même reconnu ? Que peuvent même nous apprendre ces musées et les discours qui se développent autour d'eux, à propos du concept d'enchantement ?

II- L'enchantement et trois musées d'art et d'histoire : le réenchantement a-t-il sa place dans leur rénovation?

L'objectif de cette partie est de confronter nos premiers acquis théoriques aux trois musées de notre corpus principal, le musée lorrain de Nancy, le musée Unterlinden de Colmar et le musée de Cluny de Paris. Ce sont trois musées qui se sont récemment réinventés via des travaux importants, ou sont encore en train de le faire. Nous appréhenderons ces terrains par le biais de visites, où nous nous demanderons comment ces trois musées veulent se présenter dans l'expérience de visite proposée, mais aussi via des entretiens avec leurs conservateurs, directeurs et secrétaire général. Nous compléterons cette analyse du discours des professionnels de ces réinventions muséales par celui de l'architecte de celle du musée de Cluny. L'objectif sera de distinguer si, et en quel sens, ces musées se présentent comme enchanteurs ; et si, et en quel sens, leurs « agents » actifs le disent eux-mêmes. Le but sera donc double : analyser l'enchantement « en acte » ou non ; et analyser les discours afin de voir la place du concept dans l'outillage conceptuel mobilisé par les professionnels impliqués dans ces modernisations.

*

Les collections permanentes sont généralement vues comme moins innovantes en termes de présentation. En effet, elles ont un côté figé (on ne change pas les œuvres, on peut les revoir à des années d'intervalle au même endroit), et les expérimentations scénographiques sont plutôt à chercher du côté des expositions. Ces dernières, fortement rémunératrices, bénéficient de davantage de moyens financiers, et n'obéissent pas à la même logique : ce sont des événements, racontés comme tels par les médias. Il faut « en être », et il y a un sentiment d'urgence lié au caractère éphémère de la manifestation. Les collections permanentes obéissent plutôt, elles, à des logiques patrimoniales et de monstration des trésors d'un territoire. C'est particulièrement vrai pour les musées de Nancy et d'Unterlinden, qui

sont des musées territoriaux. Le musée de Cluny a une identité plus historique, par l'histoire de l'hôtel de Sommerard et des thermes de Cluny, et sa localisation en plein centre touristique de Paris en fait une destination plus facilement internationale⁶². De plus, une tension existe entre la volonté de monter des expositions, qui rapportent argent et visibilité, et font avancer la science, et valoriser le patrimoine permanent. Pour autant, le rapport sur les musées du 21^{ème} siècle insiste sur la volonté politique de revaloriser les collections permanentes, et ouvrir les réserves.

Ces deux mouvements se retrouvent dans les travaux de rénovation des musées que nous avons étudiés. Néanmoins, leurs motivations semblent plus pragmatiques et de terrain, qu'une injonction dans un rapport⁶³. Les musées d'art et d'histoire que nous avons choisis ont pour point commun, entre autres, de connaître ou d'avoir connu des travaux d'envergure, rendus nécessaires selon leurs agents pour moderniser les parcours d'exposition.

Il s'agit donc ici de démêler les motivations et la philosophie derrière ces rénovations, afin de voir si l'on peut parler d'enchantement, conscient ou pas.

Après avoir brièvement présenté les trois musées étudiés, nous allons analyser la présentation qu'ils font d'eux-mêmes via la narration d'une expérience de visite de ces lieux, qui nous servira à contextualiser et comparer les discours de leurs directeurs, conservateurs, et secrétaire général⁶⁴. Le but sera de mettre en parallèle les « résultats », décrits tels que vus à l'occasion d'une visite, et les discours d'agents de ces rénovations muséales. Nous compléterons cette analyse comparative des discours et de la réalité de terrain en interrogeant pour finir l'architecte qui dirige la

⁶² Le musée Unterlinden a lui aussi une dimension touristique internationale, mais ce sont pour beaucoup des touristes du Grand Est agrandi (Allemagne, Suisse, Luxembourg...). C'est un musée de territoire, mais qui dépasse le cadre français « de l'intérieur ».

⁶³ Eux-mêmes se présentent ainsi : cf entretiens avec les conservateurs P. De Paepe et R. Dagonne.

⁶⁴ Respectivement Madame Pantxika De Paepe, conservatrice et directrice du musée Unterlinden, et Messieurs Richard Dagonne et Axel Villechaize, conservateur et directeur du musée lorrain et secrétaire général du musée de Cluny.

rénovation du musée de Cluny et a dessiné son nouvel espace d'accueil, Monsieur Bernard Desmoulin.

A – PRÉSENTATION DES MUSÉES DU CORPUS PRINCIPAL

1° Le musée lorrain, un musée à l'histoire prestigieuse, qui met en valeur le territoire de la Lorraine

Le musée lorrain fut d'emblée un musée de territoire. En effet, à son origine se trouve un groupe d'érudits lorrains de la première moitié du XX^{ème} siècle. L'époque est à la redécouverte du moyen-âge, du palais des ducs René II et Antoine de Lorraine mais surtout de toute une région.

Afin de mettre à l'honneur le patrimoine de la Lorraine, la Société d'Archéologie lorraine naît en 1848. Comptant des érudits locaux parmi ses fondateurs, elle relève du mouvement régionaliste nommé « lotharingisme⁶⁵ ».

C'est aux efforts de cette Société que l'embryon de musée lorrain doit de voir le jour en 1850. Fonder ce musée lorrain faisait partie des ambitions centrales de la Société d'Archéologie lorraine (avec des objectifs scientifiques et de conservation)⁶⁶. La Société est toujours, à ce jour, propriétaire de nombreuses œuvres du musée, et son siège est au musée.

En 1862, une grande exposition présente le patrimoine régional et en 1910, une section de folklore régional est inaugurée. Occupant le palais ducal depuis maintenant plus de 160 ans, le musée a atteint au fil des agrandissements une surface

⁶⁵ La Lotharingie est l'ancien nom de la Lorraine. Au sens strict, le lotharingisme désigne la « tendance à conserver ou à favoriser certains traits particuliers à la Lotharingie ». Au sens élargi, c'est « le fait de se sentir exclusivement lorrain ». (définitions du CNRTL <http://www.cnrtl.fr/definition/lotharingisme>). Le lotharingisme en tant que mouvement régionaliste naquit avec la Société d'Archéologie lorraine, moment d'effervescence important qui revivifia la fierté nancéienne.

⁶⁶ La Société d'Archéologie lorraine et du Musée lorrain est devenue la Société d'histoire de la Lorraine et du Musée lorrain en 1997. Elle publie une revue trimestrielle, Pays lorrain, depuis 1951.

d'exposition de plus de 8000 m². Les collections exposées vont de la Préhistoire au XIX^{ème} siècle, et touchent de nombreux domaines artisanaux et artistiques, présentés dans une optique historique.

La porte du palais des ducs de Lorraine



Source : site institutionnel du musée lorrain⁶⁷.



Le palais des ducs de Lorraine vu des jardins intérieurs

Source : site institutionnel du musée lorrain¹.

⁶⁷https://www.musee-lorrain.nancy.fr/thumb/cache/67a779736d4880da0cdb2b157ae20ad8/183313/image_src_5.jpg

Le palais des ducs de Lorraine – musée lorrain se situe dans la vieille ville de Nancy, dans la proximité immédiate de la place Stanislas, mondialement connue. Il est lui-même composé de trois ensembles de bâtiments : le palais des ducs de Lorraine, l'église et le couvent des Cordeliers, et le palais du Gouvernement. C'est donc aussi en liaison avec la rénovation de tout le quartier Stanislas que la rénovation du musée a été pensée : « Et puis il y a le secteur UNESCO. Le fait qu'il soit dans nos intentions d'engager la rénovation du palais du Gouvernement après celle du palais ducal, montre bien que la rénovation du musée, dont dépend aujourd'hui le palais du Gouvernement, c'est un chantier qui, après la place Stanislas, a pour but de franchir une étape supplémentaire dans la valorisation du patrimoine UNESCO de la ville. »⁶⁸

Vue aérienne du musée mettant au premier plan le « bâtiment Morey ».



© Palais des ducs de Lorraine – Musée lorrain, Nancy / Photo Ville de Nancy

⁶⁸ Laurent Hénart, maire de Nancy, interviewé dans Pays lorrain n° 99, p.6.

Vue aérienne du palais des ducs de Lorraine et de son environnement, intégrant le futur bâtiment d'accueil en verre (au centre)



© Agence Dubois & Associés (Ph. Ch. Dubois - F. Mazaud - E. Tardu Architectes Muséographes) / Olivier Defaye – Infographiste

Le musée est actuellement géré par une équipe de deux conservateurs du patrimoine. Le directeur du musée est Richard Dagonne (c'est lui que nous avons rencontré). Le musée lorrain est géré par la Société d'histoire de la Lorraine et du Musée Lorrain, mais c'est la ville de Nancy, l'Etat, la région, et le département, qui paient les travaux.

La fréquentation était d'environ 72 000 visiteurs en 2012. Au terme des travaux et l'effet « nouveauté » passé, Richard Dagonne s'attend à recevoir environ 100 000 ou 120 000 visiteurs par an⁶⁹.

⁶⁹ « Je ne suis pas dupe : la première année on aura 200 000, la deuxième 180 000 et la troisième 150 000. Et ensuite les conservateurs changent de poste et ce n'est plus leur problème. L'étiage va se trouver à 120 000 ou 100 000. » entretien avec Richard Dagonne.

Infographie qui montre les jardins intérieurs enrichis du futur bâtiment d'accueil (en verre, à gauche)



© Agence Dubois & Associés (Ph. Ch. Dubois - F. Mazaud - E. Tardu Architectes Muséographes) / Olivier Defaye –
Infographiste

2° Le musée Unterlinden, un musée très alsacien mais à la réputation qui dépasse les frontières

De manière ressemblante, le musée Unterlinden est né de l'initiative d'un archiviste érudit, Louis Hugot, qui décida de fonder une société de gens lettrés à Colmar en 1846. Cette société prit le nom de « Société Martin Schongauer⁷⁰ » en 1847. Le choix de ce nom lui-même est un hommage à l'histoire territoriale de Colmar, mais c'est aussi le choix d'un artiste dont la renommée, en son temps, était européenne et allait jusqu'à l'Italie ou les Pays-Bas.

L'association se donna immédiatement pour but la création d'un musée à Colmar, qui vit le jour en 1853 dans l'église abandonnée puis rénovée du couvent des dominicaines. Les premières expositions rassemblèrent des panneaux d'art médiéval, une rare mosaïque romaine en Alsace, des retables, des peintures modernes, des gravures, des moulages de plâtres antiques.

⁷⁰ Martin Schongauer est un artiste reconnu de la fin du moyen-âge, originaire de Colmar. Allemand, il était peintre et graveur sur bois et sur cuivre.

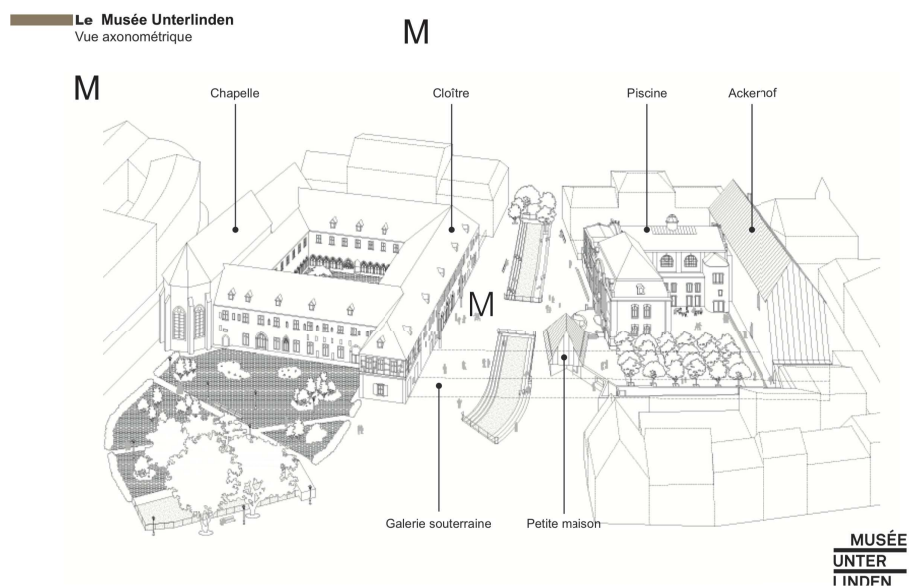
De manière analogue à la situation du musée lorrain, l'activité de la société Schongauer rayonna au-delà du seul musée, puisqu'elle se préoccupa de la sauvegarde des œuvres du séquestre révolutionnaire et les exposa pour la première fois dans l'église des dominicaines, ce qui institua le musée Unterlinden.

Les lieux se sont progressivement élargis, passant de la seule église en 1853, à l'ensemble du couvent à la seconde moitié du XX^{ème} siècle. Depuis, d'autres salles et des agrandissements parfois souterrains ont été encore ajoutés et les travaux de rénovation menés par le cabinet Herzog et de Meuron, livrés en 2015, marquent le dernier état du musée, le portant à une surface d'exposition de 7900m².

Ici comme à Nancy, la dimension urbanistique fut déterminante. Il s'agissait aussi d'inscrire le musée dans sa ville : « Le projet d'Herzog & de Meuron comprend également une dimension urbanistique visant à faire de l'espace entre les bains et le couvent, un lieu de vie et de passage dont l'attrait se voit renforcé par la réouverture du canal de la Sinn et le nouvel agencement de ses berges. Cet espace est ponctué d'une petite maison. »⁷¹

⁷¹ Site du musée Unterlinden <https://www.musee-unterlinden.com/musee/histoire-du-musee/21eme/>

Vue axonométrique de l'ensemble du musée Unterlinden et de son environnement



Source : dossier pédagogique de la formation GFA Architecture et urbanisme Colmarien, mis au point par Amandine Giraud, Guislaine Kiry, Pierre Joly, Cécile Quiniou, Laetitia Scheer, Brigitte Simon-Trujillo.¹



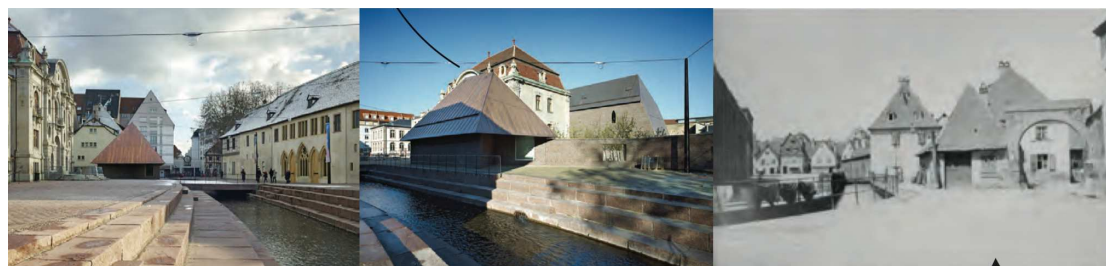
Vues de l'église des dominicaines et sa nef présentant le retable d'Issenheim



Vues du cloître et d'une salle d'exposition attenante avec ses transparences



Vues de l'ancienne piscine : extérieur actuel, intérieur ancien et rénové



Vues de la place centrale, de la Sinn, et de la petite maison reconstruite ; image d'archive présentant l'ancienne maison qui marquait l'entrée du couvent.

Source : dossier pédagogique de la formation GFA Architecture et urbanisme Colmarien, mis au point par Amandine Giraud, Guislaine Kiry, Pierre Joly, Cécile Quiniou, Laetitia Scheer, Brigitte Simon-Trujillo. ⁷²

Le musée Unterlinden est un musée privé, géré par la Fondation Schongauer. Sa fréquentation était de 213 530 visiteurs en 2017 selon le Point Colmarien n°259.

3° Le musée de Cluny, un musée de spécialistes du moyen âge, à l'attractivité mondiale

Le musée de Cluny fut également fondé suite à une initiative individuelle, celle du collectionneur Alexandre Du Sommerard. Amateur d'art médiéval et Conseiller-maître à la Cour des comptes, il s'installa, avec sa collection, dans une partie de l'hôtel qui porte aujourd'hui son nom à partir de 1832. A sa mort, l'Etat acheta l'hôtel et les collections en même temps que la Ville de Paris lui céda les thermes gallo-romains et le dépôt lapidaire. Les collections furent progressivement enrichies, notamment par Edmond Du Sommerard, fils du premier.

⁷² https://www.musee-unterlinden.com/wp-content/uploads/2018/06/Lextension-du-Musee-Unterlinden_leger.pdf

Fort de ses 3500 m² d'exposition⁷³, le musée met en lumière des œuvres de l'Antiquité jusqu'à la Renaissance.

Les bâtiments sont : l'hôtel de Cluny, qui fut construit à partir de 1485 et appartient à Alexandre Du Sommerard ; les thermes gallo-romains, dont la période de construction non précisément établie se situerait néanmoins entre la fin du I^{er} siècle et le début du II^{ème} après Jésus-Christ.

Vue sur l'hôtel de Cluny



Source : compte Walt Prod sur Google image

L'hôtel de Cluny côté jardin médiéval.



Source : Google image

⁷³ Les travaux d'extension prévoient 400 m² supplémentaires.

Un lieu remarquable sont les thermes gallo-romains.

Vue de l'intérieur du Frigidarium, et de sa coupole à 14 m de hauteur



Source : livius.org

Situé en plein centre de Paris, dans un de ses plus anciens quartiers, le musée de Cluny jouxte aussi le boulevard Saint-Michel, lieu d'une fréquentation touristique dense. Les travaux entrepris ont notamment eu pour but de tirer davantage partie de cette visibilité, pour peut-être attirer des touristes et des nouveaux publics.

Le nouvel accueil du musée, dans l'extension bâtie lors des travaux.



Source : Alain Simon

Perspective sur le bâtiment nouvellement bâti, depuis le boulevard Saint-Michel



Source : cabinet Desmoulin

Le musée de Cluny est un musée privé, placé sous la tutelle de la Commission des monuments historiques. Il accueille 244 718 visiteurs en 2018 en dépit des travaux et de plusieurs mois de fermeture totale⁷⁴.

B – LES VISITES : LA PRÉSENTATION ET LA MISE EN SCÈNE DES MUSÉES PAR EUX-MÊMES

Nous nous sommes demandé comment chaque musée se « narrait », l’histoire qu’il racontait sur lui-même. C’est ce qui a guidé nos visites, afin de voir si le concept

⁷⁴ <https://www.musee-moyenage.fr/media/documents-pdf/communiqués-de-presses/cp-frequentation-2018.pdf>

d'enchantement pouvait être discerné dans la trame de ce que ces musées mettaient en scène.

1° Visite du musée lorrain lors du « dernier week-end avant travaux » : un musée qui met en scène sa rénovation et son caractère territorial.

Ce dernier week-end était un événement prévu de longue date et annoncé sur tous les canaux de communication du musée : affiches, site, réseaux sociaux, bouche-à-oreille... Pour preuve les nombreux visiteurs venus de loin pour dire un dernier « au revoir » (pour cinq ans) à un musée emblématique de la région. Les personnes rencontrées dans la queue pour s'inscrire aux ateliers avaient plutôt deux profils : soit des personnes connaissant déjà le musée, et venant y faire une sorte de visite pèlerinage ; soit des personnes (et elles semblaient nombreuses) qui ne connaissaient le musée que par ouï-dire et qui saisissaient l'occasion de le voir puisque la prochaine serait dans plusieurs années. Toutes les personnes à qui nous avons parlé connaissaient à minima le nom du musée, personne ne semblait être venu là par hasard : il a donc une notoriété certaine sur le territoire. De plus, ce territoire est étendu : certains visiteurs disaient avoir parcouru 200 kilomètres pour venir. Les catégories ne se recoupaient pour autant pas, puisque le couple qui a dit avoir parcouru 200 km connaissait déjà le musée, alors que des personnes disant venir pour la première fois déclaraient justement n'être jamais venues tout en habitant tout près.

Notre visite s'est étalée du samedi matin au dimanche soir. Après un début modeste, l'affluence a enflé dans l'après-midi du samedi, mais elle atteignit son pic (sur le temps de notre visite) le dimanche après-midi. L'organisation des journées semblait épouser le rythme de la population : pause méridienne le samedi, début des festivités à 14 :00 le dimanche (sauf la chasse aux œufs), c'est-à-dire après le déjeuner. Un pique-nique n'a pas eu lieu pour cause de météo peu clémente. Les publics furent mêlés, mais il y avait moins d'enfants le samedi matin (plutôt des couples ou des petits groupes) et nettement plus de familles le dimanche.

Le week-end fut très organisé et riche en événements. La collection permanente était déjà fermée depuis plusieurs mois, c'est donc un musée réduit à son jardin, son espace d'accueil et son espace d'exposition temporaire, qui accueillit une foule considérable. Le musée s'attachait à accueillir « sa » population, et la volonté didactique était très forte : visites conférences sur la conservation et le transports d'objets ; visites des lieux déjà fermés et en travaux ; conférences sur les collections... Nous avons participé au premier type de visite, en assistant à une conférence sur les techniques d'emballage des œuvres. C'est un sujet technique et pointu, et l'intervenante fut très précise dans la présentation des matériaux (différents types de mousse, avec leur dureté ou au contraire douceur, et leur temps de dégradation, par exemple). Il y avait aussi un atelier sur le seul transport des œuvres. Le musée dévoilait donc son fonctionnement, et traitait ses visiteurs comme capables d'un intérêt poussé, voire comme des petits conservateurs eux-mêmes. Notons cependant que la conservation était un enjeu crucial pour les travaux, puisqu'il fallait bien stocker les œuvres quelque part, et que la rénovation s'est accompagnée de prêts entre musées et de la mise en place d'une réserve commune pour tous les musées de la ville. Cette présentation technique correspondait aux enjeux concrets de la rénovation, elle s'inscrivait dans la narration que le musée faisait de lui-même.

Et c'est l'impression générale que nous avons gardée de ces visites pédagogiques : qu'il s'agisse de nous faire découvrir la porte classée du musée ou ces techniques, toutes les visites s'inscrivaient dans une narration générale très cohérente. C'était un musée qui se racontait : son histoire, mais aussi et surtout ses travaux. Il s'agissait vraiment d'un « dernier week-end avant travaux », au sens où c'est ces derniers qui orientaient largement les présentations. Même les visites qui passaient par les parties déjà fermées des collections permanentes (et qui étaient déjà largement en chantier), n'étaient pas mises en place avec comme seul argument un certain « mystère » ou une « transgression » (venez voir l'interdit, le caché...etc.). Ces visites-là étaient proposées sur le mode de l'appropriation : venez visiter les coulisses (temporaires) de votre musée, venez voir pour comprendre de l'intérieur. Pour autant, toutes les visites, conférences et activités duraient au maximum 30 minutes (sauf

dépassement) : la qualité de néophyte des publics était prise en compte, et ce petit format permettait de faire plus d'activités différentes.

Comme nous le montrerons dans la partie suivante, nous rattachons cette volonté nettement pédagogique à la difficulté qu'ont pu rencontrer les travaux dans l'opinion publique : il s'agit d'un musée territorial, les électeurs ne sont pas loin. Le musée des ducs de Lorraine se présentait pour expliquer et fédérer.

Un autre axe de présentation du musée par lui-même à l'occasion de ses travaux était le caractère innovant des médiations choisies pour le nouveau musée à venir. Il y avait un propos profondément moderniste et pro-numérique dans la présentation qui était faite de l'objectif des travaux. Le numérique était présenté dès l'entrée dans le musée, à l'endroit même où l'on vient chercher les informations. Dans le hall central, on trouvait ainsi un casque de réalité virtuelle où le musée futur était présenté, et trois écrans de tailles diverses qui donnaient à voir ce que seront les futures médiations numériques du musée. Dans le casque, une vidéo mettait en scène un personnage qui expliquait les objectifs et les futures réalisations numériques du musée. Mais ce qui a attiré notre attention, c'était les écrans (de taille très imposante) que l'on trouvait au mur ou sur des tables. Ces médiations présentaient des objets historiques d'époques variées. L'interface très intuitive permettait de manipuler numériquement les objets, numérisés avec une grande qualité d'image, et de cliquer sur des textes d'explication. La qualité de ces médiations était manifeste, mais leur place dans le dispositif ne laissait que peu de doute quant à l'importance que le musée leur accordait dans sa réinvention. Pour être parfaitement exact, il convient même de souligner que cette monstration dans le hall d'accueil ne datait pas de ce week-end avant travaux, mais avait été mise en place depuis plusieurs mois, dans une optique explicitement pédagogique. Cette rénovation est un projet qui se veut et se dit moderne, et c'est ce qu'il s'agissait de faire saillir auprès de la communauté des habitants.



Cette volonté de fédérer était aussi celle de rayonner. Une visite Instagram nommée « Instameet »⁷⁵ était ainsi proposée par la personne en charge du numérique (et tout nouvellement recrutée) : l'objectif était, qu'en montrant des recoins et œuvres photogéniques et un peu cachés, que les visiteurs fassent des photos et les postent sur les réseaux sociaux. Cela aurait permis d'augmenter la visibilité du musée. Néanmoins, les participants effectifs à l'atelier étaient quasiment tous (à l'exception de deux « jeunes », à priori d'une vingtaine d'années) des photographes, qui venaient avec des appareils photos et non des smartphones. Nous avons donc noté un décalage entre les publics du musée et la cible des instagrammeurs : il y avait de la part du musée une volonté de toucher cette communauté, mais les personnes qui sont venues étaient autres. Nous avons supposé que les publics du musée étaient donc différents, visiblement moins 2.0 dans leur équipement et leurs réflexes. La visite fut donc largement détournée de son but originel, même si nous avons trouvé des photos tout de même sur Twitter.

L'activité du musée sur les réseaux sociaux fut intense ce week-end là. Il s'agissait certes d'expliquer ses travaux dans une narration pédagogique et cohérente, mais aussi d'activer voire d'augmenter sa communauté en ligne. Nous avons écrit plusieurs tweets, qui ont tous été likés et retweetés par la community manager du musée. Ce dernier week-end avant travaux était bel et bien une opération de communication, qui visait sa communauté mais voulait aussi accroître la notoriété du musée.

Il y eut aussi de l'événementiel plus festif : chasse aux œufs, représentation d'un spectacle par une troupe de théâtre. La pièce de théâtre en particulier, eut lieu hors de l'enceinte du musée, dans une rue adjacente, ce qui permettait éventuellement d'amener des curieux à entrer par la suite. Elle mettait en scène une compagnie locale, mais sur un thème complètement différent (la migration et les étrangers), dont nous n'avons pas vu comment il s'inscrivait dans l'ensemble de la manifestation, hormis son titre (« le grand déménagement »).

⁷⁵ La photo est celle utilisée par le musée sur Twitter et les réseaux sociaux, afin d'amener des participants à l'Instameet.

Pour conclure, cet événement contribue à positionner le musée comme territorial, patrimonial, doté d'une communauté, et avec lequel existe un lien affectif. Il y avait beaucoup de curiosité donc des personnes moins habituées du musée, mais qui en avaient entendu parler à cette occasion, venaient s'approprier leur patrimoine, et l'ensemble de la manifestation était une invitation à considérer ce musée comme son musée.

2° Visite du musée du Moyen-âge et des thermes de Cluny (Paris) : des lieux composés, présentés de manière plus enchantée.

Concernant le musée de Cluny, le discours nous a semblé davantage tourné vers l'enchantement.

L'entrée et la sortie, qui sont au même endroit, nous semblent signer d'emblée ce discours. La façade en métal bruni est en effet découpée de guipure de métal issue des motifs du moyen-âge. Elle donne à l'aplatissement rouge-brun, aux reflets un peu mordorés, une allure délicate et poétique, qui tranche avec les volumes modernes du nouveau bâtiment lui-même. La combinaison entre la référence historique via le motif et la finesse de la réalisation, fait de cette façade tout à la fois une invitation au voyage temporel en faisant allusion aux temps médiévaux, porteurs d'imaginaire, et un objet d'art à voir en lui-même. Cette double caractéristique permet d'éveiller la curiosité des passants du boulevard Saint Michel, là où seuls les initiés connaissent auparavant l'existence de ce musée⁷⁶. Ce faisant, le musée ne se raconte pas d'emblée comme seul musée historique, mais mobilise les dispositions à l'émerveillement et à la rêverie de ses visiteurs. Cette « signature » est même celle qu'il affiche pour attirer des personnes ignorantes de son existence, puisque c'est cette apparence qui est donnée à voir sur le boulevard. En outre, les thermes ont été restaurés de manière à laisser une ample vue du musée vers le boulevard et réciproquement, ce qui accentue un effet « vitrine » assumé. « L'accroche par émerveillement » est parachevée par la vision de leurs ruines, qu'une architecture sur

⁷⁶ Cf entretien avec Axel Villechaize.

pilotis a permis de ne pas cacher. La juxtaposition des époques (une caractéristique fortement marquée à Cluny mais aussi à Unterlinden⁷⁷) nous semble ici aussi être mise en scène de façon enchanteresse (mais nettement plus qu'à Colmar, où cette richesse n'est pas si rattachée à un projet d'enchantement⁷⁸). Tout se passe comme si cette multiplicité, en plus de susciter la curiosité, était gage d'une richesse de beautés de toutes époques. Cette profusion de richesse et de beautés, pensées et montrées entre autres pour elles-mêmes, nous semble être un facteur d'enchantement.

Le musée de Cluny est actuellement encore en travaux, et ouvre des parties de son parcours aux visiteurs en fonction de l'avancée de ceux-ci. Les impressions que l'on peut en ressentir sont donc multiples, et ne reflètent sans doute pas l'unité qui sera celle du futur parcours de visite, quand il sera complet. Quand nous avons visité le musée, nous avons eu en outre l'impression que les différents espaces avaient hérité de collections et expositions très différentes, attirant des publics assez hétérogènes, comme si le musée avait voulu développer une offre à même de toucher davantage de publics. Mais cette pluralité nous a inspiré la réflexion suivante: le caractère composite peut être gage d'enchantement tant il juxtapose le beau, quand celui-ci est aussi mis en scène pour sa puissance poétique.

Le frigidarium est présenté comme s'il parlait de lui-même : la hauteur de sa voûte, complète, et l'exposition lapidaire sur son pourtour saisissent le visiteur, semble-t-il, sans effort. Ce qui est exposé ici l'est avec très peu de médiations in situ, et sa beauté est montrée pour elle-même.

3° Visite du musée Unterlinden (Colmar) le 17 novembre 2018 : la présentation d'un héritage territorial encyclopédique.

Quant au musée Unterlinden, ce qui frappe d'emblée - avant même d'entrer dans le musée - est son caractère composite. Pour autant, le musée se présente de manière à

⁷⁷ Cf infra.

⁷⁸ Cf entretien avec Pantxika De Paepe.

la fois très esthétique par son bâtiment, et plus « classique » dans son rapport à ses œuvres.

Sur la place Unterlinden se trouve la toute neuve « petite maison », qui matérialise l'ancienne porte du couvent de Dominicaines ayant donné naissance au musée. Cette petite maison reprend les codes et les matériaux de brique cassée brune de l'Ackerhof, nouveau bâtiment que l'on aperçoit derrière. Au premier plan on est frappé par les élégantes façades néo baroques de la piscine de 1906 d'un côté, et du couvent du 13^{ème} siècle de l'autre, par laquelle on entre dans le musée.

Ce caractère composite se retrouve dans le musée lui-même : autour du cloître, l'espace est organisé autour du chef d'œuvre du retable d'Issenheim, vers lequel tout semble converger pour mener le visiteur vers cette contemplation bien mise en scène. La rampe d'accès oriente naturellement les visiteurs vers les salles Schongauer et de peinture et sculpture médiévales. C'est au terme d'une courte enfilade de trois salles que l'on se trouve dans l'imposante nef. Le choix du lieu met en relation la majesté du retable (il fait 2m70 de haut) et celle de la voûte qui l'abrite, et permet de déployer ses épaisseurs dans l'espace. Cette mise en volume d'une œuvre destinée à être ouverte dans son usage originel permet d'en montrer tous les détails : il est à noter que lors de notre visite, la restauration était en cours, mais que l'œuvre était complètement visible. Les échafaudages des restaurateurs étaient en effet rangés sur le côté, montrant la restauration en cours, mais en restant non intrusif, entre être là et ne pas être là. Le but était sans doute de ne pas priver le musée de son attrait touristique majeur pendant des années⁷⁹.

Cette première partie du musée, la plus fréquentée, nous a laissé l'impression que le parcours était très fléché vers le retable. D'ailleurs, notre entretien avec un gardien de salle a confirmé cette impression : il a dit qu'il avait été voulu de mettre le retable près de l'entrée, pour qu'un maximum de visiteurs y aillent. Il y a donc une volonté prescriptrice, même s'il est vrai que les touristes viennent très souvent pour cette œuvre. Ils sont donc déjà décidés.

Le musée déploie autour de l'œuvre un dispositif fait de grâce et de calme, le jardin au centre du cloître n'est pas très entretenu, nous y avons entendu beaucoup

⁷⁹ Commencées en 2018, les restaurations se poursuivront jusqu'en 2020.

d'oiseaux malgré la saison. Il n'y a ni chaise longue ni animation dans le cloître : tout semble concourir au calme et au respect d'une certaine solennité des lieux, qui n'empêche pas un côté familial via la présence d'un sapin de Noël dans le jardin. D'ailleurs les visiteurs respectent tous un volume sonore très réduit quand ils parlent : ils ont les codes des musées et il n'y a pas de contrevenant qui tenterait de rompre ce code classique. L'espace est aussi élégant : les murs sont en blanc et les indications (rares) des salles peintes en un brun assez clair que nous avons commencé par prendre pour du doré. Dans les salles, les plafonds alternent modernité des poutres en métal et aspect ancien des planchers alternativement bruts ou peints. Des cimaises rouges entourent et présentent les œuvres, confirmant l'impression d'élégance et de sobriété. Les volumes sont spacieux, notamment grâce à la hauteur sous plafond, et à la présentation aérée des peintures et sculptures. Les visiteurs ont été considérés puisqu'il y a pas mal de bancs. Nous avons vu deux reproductions articulées du retable, manipulables par les visiteurs, dont l'une était non dans la nef mais dans le cloître : autre manière de flécher le parcours et d'inciter à la découverte du chef-d'œuvre.

Le discours ressenti est celui d'une orientation forte vers le retable, présenté comme « important », ne serait-ce que par la place qui lui est allouée. Nous sommes dans un espace « sérieux », mais aussi beau, qui tend à montrer que dans l'austérité des sujets présentés peut aussi se trouver du plaisir à les contempler⁸⁰.

Un autre ressenti face à ces scénographie et architecture intérieure, est la volonté de décroquer et de pratiquer des transparences : la colonnade de la coursive ouvre sur le jardin, et même les salles qui entourent la coursive donnent sur le cloître via des fenêtres en ogive rendues le plus transparentes possibles, parfois agrandies mêmes de pans vitrés. Ainsi, quand on est dans les salles, on peut voir trois espaces : la salle, la coursive, et le jardin au fond ; chaque espace étant séparé autant que raccordé au suivant par un jeu de colonnes ou de fenêtre à ogives qui marquent bien le temps médiéval dont ce lieu est issu. Ce jeu du dedans et du dehors, de l'épaisseur

⁸⁰ Ces impressions furent confirmées par l'entretien avec Pantxika De Paepe.

des espaces et de leurs correspondances, tient d'un discours plus moderne, qui articule héritage et transparences actuelles.

Au premier étage nous avons découvert les arts décoratifs et populaires, beaucoup moins visités apparemment, tranchant avec la trentaine de personnes constamment autour du retable. La décoration était très différente, plus proche d'un espace vécu et moins scénarisé dans l'esprit muséal, mais toujours avec beaucoup de finesse : délicatesse des ferronneries accrochées en enfilade et de leur jeu de transparence, élégance des vitrines régulièrement disposées qui scandent pour ainsi dire l'espace... Le fond du propos nous a semblé plus classique, avec notamment la salle du trésor, ou un salon reconstitué avec tout son ameublement et son plafond peint « des demoiselles anglaises ». L'ensemble de cet étage ressemblait plus à un espace d'habitation, avec les quelques meubles cossus de la salle du trésor, buffet, fauteuils à pieds tournés et cheminée, le carrelage au sol... Le tout créait une impression d'intimité qui n'était pas présente au rez-de-chaussée au niveau du retable. Cela a renforcé notre impression d'un musée très composite.

L'espace muséal qui se dit comme muséal reprend ses droits dans l'entresol et le souterrain qui relie les deux parties du musée. S'y trouvent des œuvres reconnues, qui attirent des publics avertis munis de chaises pliables. L'espace a le dépouillement blanc des lieux muséaux plus classiques et contemporains, et présente les œuvres ici aussi de manière espacée, et ceci sans médiation numérique : la première table numérique (constituée de six écrans interactifs sans son) se trouve un peu plus loin. Elle est purement informative sur les chefs-d'œuvre du musée, vers lesquels elle semble devoir flécher les visiteurs. En effet, cette table n'ajoute pas de connaissance sur les œuvres, mais signale les plus remarquables à l'attention du visiteur - en plus de quelques autres menus, dont un consacré aux donateurs. L'interface est simple à utiliser, mais on ne peut pas manipuler les images. Le numérique n'est pas mis en avant dans le musée, c'est clairement un musée d'œuvres, tant c'est dans leur présentation que tous les efforts semblent faits.

La galerie souterraine, qui inaugure l'art moderne, est aussi tout de blanc peinte. Elle

est scandée par trois « petites maisons » ou espaces semi-clos, disposés sur son axe central. Le musée se montre ainsi comme très inscrit dans une démarche architecturale : son espace, bien que contraint par la disposition des bâtiments à n'offrir qu'un seul parcours possible, est très scénarisé.

Au rez-de-chaussée de l'Ackerhof, le bâtiment moderne ajouté lors de la rénovation par Herzog et de Meuron, une salle d'art du 20^{ème} siècle s'ouvre par une tapisserie reprenant Gernica de Picasso. C'est la seule œuvre de la pièce dotée d'un banc, signe clair bien qu'implicite, de l'intérêt de l'œuvre. Il y a peut-être là aussi un peu de prescription, de « guidage » du visiteur : on montre ce qui doit être vu avant le reste.

*

Ces trois visites ont montré des ressemblances, comme le caractère riche des trois musées, qui est mis en scène par la collection, certes, mais également par la scénarisation de leurs lieux, faits de plusieurs bâtiments d'époques différentes.

Les travaux de rénovation des trois musées semblent avoir été pensés pour mettre en lumière, plus que pour homogénéiser, cette diversité. Le caractère alors pluriel de ces musées est plutôt présenté, via les choix esthétiques qui consistent à magnifier chaque style dans sa propre logique, comme une richesse. Cette polysémie du beau et de l'historique, parfois même de la mémoire (nous pensons à la piscine d'Unterlinden, qui éveille chez certains visiteurs des souvenirs), est selon nous un facteur d'enchantement.

Mais ces trois musées diffèrent aussi : le musée Unterlinden est clairement le plus prescriptif, et ne tente pas de cacher son caractère « sérieux » (hérité de ses collections médiévales notamment), le musée lorrain se décrit nettement comme moderne (il est vrai que les rénovations commencent et qu'il y a peut-être des enjeux de communication à la population locale), tourné vers le numérique, là où le musée de Cluny se est celui qui se présente le plus comme enchanteur selon nous. Le nouvel accueil par exemple nous semble particulièrement enchanteur, car ayant fait le pari de la poésie mais aussi d'une certaine opacité ou mystère.

Nous allons maintenant étudier le discours des conservateurs à ce sujet. Comment parlent-ils de la rénovation de leur musée, et acceptent-ils d'y voir de l'enchantement ?

C – QUEL IMAGINAIRE DE REFONDATION DISCERNE-T-ON DANS LES DISCOURS TENUS PAR LES CONSERVATEURS, DIRECTEURS ET SECRÉTAIRES GÉNÉRAUX, À L'OCCASION DE LA RÉNOVATION DE CES MUSÉES ?

1° Une claire volonté de laisser aux publics leur autonomie et un certain refus du «marketing »

A. Une étude des publics quasi inexistante au préalable.

Les musées étudiés n'ont pas fait d'étude préalable des publics cibles (Cluny, Nancy, Colmar). Pour Nancy et Colmar, le projet scientifique du musée est très ancien (il date de 2002 pour les deux, et doit être remis à jour), et ne contenait pas d'élément très précis de caractérisation des publics, hors « les touristes », de façon non sériee⁸¹. Selon Pantxika De Paepe, directrice du musée d'Unterlinden, à l'époque, on ne réfléchissait pas à partir des publics⁸².

Le secrétaire général du musée de Cluny a même un discours plus revendicatif : « On n'essaie pas de proposer une expérience au public, le public est libre. (...) C'est un public CSP +++ avec 36 000 diplômés, c'est à eux de nous faire expérimenter des choses. Avec la réouverture, on garde donc la même politique des publics, le seul changement c'est l'accueil des personnes à mobilité réduite. ». Après la rénovation « Vient qui veut », même si « On s'attend (...) à une différence entre le public qu'on a

⁸¹ Entretien avec Richard Dagonne.

⁸² « Le cahier des charges c'est 2004 et en 2004 on consultait pas les publics. Et je sais qu'aujourd'hui, je referais le cahier des charges pour le musée, je ferais différemment, je consulterais plus les publics » entretien avec Pantxika De Paepe.

et celui qu'on pourrait avoir mais pour l'instant aucun retour. +25/30% sont espérés. »⁸³

Dans le musée de Cluny, la rénovation va se traduire par une visibilité très accrue : désormais le bâtiment sera visible du boulevard Saint Michel, et présentera un point de vue sur les thermes surplombés par la façade en métal propre à attirer le regard. La singularité du bâtiment attire l'œil et attise de ce fait la curiosité. Pour autant, même si une plus grande variété de publics est escomptée, rien n'est quantifié ou projeté. Les visiteurs pourront désormais venir par hasard, happés par leur curiosité en passant sur le boulevard, là où le musée était auparavant confidentiel et fréquenté par un public averti. Désormais, le musée s'ouvre à tous les publics de curieux sans savoir qui viendra.

Si aucun des trois musées n'a quantifié ou qualifié ses publics⁸⁴, on a l'impression que la motivation est donc un peu différente : cela n'a pas été fait à Nancy, peut-être faute de faisabilité ; à Unterlinden, ce n'était pas dans les usages, et si aucune étude n'a été faite depuis la réouverture, c'est entre autres faute de moyens ; à Cluny, même si la même raison n'est pas à exclure, cela est présenté comme davantage militant.

Le musée de Nancy a pour autant une approche moins opposée à une démarche centrée sur les publics : pour preuve leur recrutement en 2014, d'une conservatrice clairement identifiée comme spécialiste des publics. Si le conservateur interviewé reconnaît donc qu'il n'y a pas eu de démarche ni marketing, ni en direction des publics, il l'attribue donc à la constitution de l'équipe avant l'arrivée de cette dame. Elle était alors constituée de profils « scientifiques » moins sensibles à la problématique des publics. Mais depuis 2014, une nette inflexion a été prise qui tente de remettre les publics au cœur des préoccupations. Pour autant, certains aspects du chantier hérités des premières phases (par exemple l'architecture du nouveau bâtiment) sont difficiles à rectifier avec diplomatie. On peut constater un recrutement

⁸³ Entretien avec Axel Villechaize.

⁸⁴ Richard Dagonne a ainsi affirmé qu'ils pourraient atteindre 200 000 visiteurs l'année de la réouverture, et ensuite donner des ordres de grandeur de l'évolution de ce chiffre, cela restait une estimation personnelle.

analogue à Unterlinden puisque fut embauchée en 2015 une responsable des publics, poste qui n'existait pas auparavant⁸⁵.

B. Des raisons politiques

La prise en compte des publics est une demande notamment politique pour Nancy : le projet de rénovation du musée rencontre une certaine hostilité de la part des nancéiens, attachés à leur musée, et qui ne comprennent pas forcément les considérables changements architecturaux proposés dans le nouveau plan⁸⁶. Selon Laurent Hénart, maire de Nancy, "La modernité, le changement, la nouveauté, il y a plein de gens à qui, a priori, cela déplaît"⁸⁷. Il y a donc une dimension pédagogique : on associe les publics aussi pour ne pas se les aliéner. A cet égard, il vaut de remarquer que les MuséoLabo mis en place par le musée de Nancy avaient pour but d'associer la population à la réflexion sur le nouveau musée, afin de remonter leurs attentes et contraintes spécifiques. Le but était de leur donner la parole afin qu'ils aident à améliorer l'expérience de visite. Un lieu d'information sur le projet architectural, puis d'expérimentation des nouvelles médiations, fut mis en place dans l'espace d'accueil du musée. Dans le même ordre d'idée, une « maison du projet » est mise en place tout au long des cinq ans de chantier, aussi bien pour renseigner les touristes de passage sur le musée, que pour maintenir un lien avec la population tout au long de cette longue période. Cette « maison » aura la même double finalité d'information et d'expérimentation. La préoccupation de communication et de pédagogie est donc centrale, et indissociable de la volonté d'associer les publics. Il convient selon nous de rattacher ces choix et problématiques au statut du musée de Nancy : c'est un musée territorial, et s'il appartient à une association, les travaux sont payés par les pouvoirs publics. Donc le maire est redevable auprès de ses administrés du coût que cela représente.

⁸⁵ « On a créé un vrai service des publics, seulement en 2015 » entretien avec Pantxika De Paepe.

⁸⁶ « Dans la mémoire collective, le Musée lorrain est souvent associé à l'enfance : une visite avec l'école ou en famille. Cet attachement au palais, au souvenir des ducs de Lorraine, aux jardins, aux œuvres majeures (les « Callot et La Tour ») explique l'inquiétude parfois exprimée au lancement du projet de rénovation.", Pays lorrain, vol.99, Mars 2018, p.37.

⁸⁷ Pays lorrain, vol. 99, mars 2018, p. 8.

Il y a une dimension électorale qui n'existe pas à Cluny. De plus, le musée lorrain de Nancy a une dimension territoriale au sens identitaire : ce qui nous a frappé lors de notre visite, fut l'attachement des nancéiens venus dire au revoir à leur musée pour longtemps. On ne peut donc pas y toucher aussi facilement⁸⁸. Sur ce dernier point, une difficulté de Cluny est autre : les publics CSP+++ habitués du lieu doivent pouvoir cohabiter avec les nouveaux publics, moins familiers. Le problème serait donc plutôt la cohabitation éventuellement délicate de populations aux codes de visite différents, et dont certains peuvent avoir l'impression que c'est « leur » musée.

C. L'expérience construite pour, ou avec, les publics.

Les musées de Cluny et de Nancy disent donc capitaliser sur l'intelligence de leurs visiteurs, mais de manière très différente. Le musée lorrain n'a pas seulement informé les visiteurs, il a voulu les associer pour permettre une concertation. Il parle ainsi de véritable « expertise des usagers » pour « définir les fonctionnalités et les usages du futur musée rénové »⁸⁹. Le magazine *Pays lorrain* tient un discours très moderniste sur le sujet : « Le musée doit être pensé comme une expérience, depuis les premiers contacts souvent dématérialisés jusqu'au souvenir acheté en fin de visite. »⁹⁰. Le confort compte tout autant que le contenu pour créer une expérience de « délectation »⁹¹. C'est pour cela que Richard Dagorne voit d'un œil très favorable l'arrivée, dans les équipes de conservation, de personnes « de la communication, des publics, de la gestion etc. « Il y a beaucoup de musées qui ont été réaménagés sur la base d'un programme exclusivement scientifique, et ça c'est pas tenable aujourd'hui, sinon, on se retrouve à faire des adaptations dans les six mois qui viennent et finalement, à revenir sur des parti-pris architecturaux qui sont avant tout esthétiques plutôt que répondre à des problèmes de fonctionnement. ». Cette ouverture des équipes serait le pendant d'une ouverture à la parole des publics, l'ensemble de ces acteurs co-construisant le musée du 21^{ème} siècle. Si délectation il y a, nous apprend le *Pays lorrain* et le musée du même nom, elle ne peut se faire en niant la dimension

⁸⁸ Concernant le musée de Cluny, il convient tout de même de noter l'existence des « amis du musée ». Cf. entretien avec Bernard Desmoulin.

⁸⁹ *Pays lorrain*, p.38.

⁹⁰ *Pays lorrain*, p.40.

⁹¹ Le mot se trouve page 42 et 46.

ergonomique et confortable d'une visite au musée. Au musée de Cluny, les données sur les attentes des publics ont été remontées du livre d'or, où les demandes sont consignées depuis 1945. Les directeurs, conservateurs et agents d'accueil et de surveillance sont aussi de grands vecteurs de l'appréciation des publics, qui n'hésitent pas à venir leur parler.

Dans le cas du musée Unterlinden, la sociologie des public change la donne selon Madame De Paepe : il s'agit avant tout de touristes. Beaucoup sont venus faire la route des vins et sont attirés dans le musée par la réputation internationale du retable d'Issenheim ; néanmoins, c'est souvent leur première visite dans un musée, et si « ce sera effectivement la première fois qu'ils verront un musée, et ils pourront se dire « ah oui, un musée c'est ça, je peux y aller » »⁹², ce type de population demande à être fortement guidée. « Ils attendent que (d'être guidés), (...) c'est très drôle. Parce que moi je pensais qu'un visiteur, quand il arrivait aumusée, il avait envie de se laisser porter comme ça. Et c'est vrai que j'ai pas mis, vous verrez j'ai pas mis de numéros aux salles. En revanche c'est des salles 1380-1470 puis 1470-1500, et je me suis dit « bon, voilà, ça passera comme ça ». Mais en fait pas du tout. Ils veulent la salle 1 pour aller jusqu'à la salle 50. (...) Ils sont vite désespérés de la vie nos visiteurs. Dès qu'ils perdent la trace. (...) Ils veulent être enchantés mais ils veulent quand même avoir un espèce de fil rouge qui pourrait les tenir. Par chance, y en a quand même qui sont très heureux d'avoir cette liberté-là, mais très peu. Parce qu'on a justement des visiteurs qui sont pas des spécialistes. »⁹³

L'expérience proposée aux visiteurs est donc pensée comme confortable et claire, parfois au détriment d'une volonté plus « expérimentale » au départ.

2° Le charme des lieux

A. Des choix esthétiques forts.

Les musées Unterlinden et de Cluny sont les plus spectaculaires, Nancy ayant fait le choix d'une agence d'architectes expérimentée mais aussi d'une scénographie peu

⁹² Entretien avec Pantxika De Paepe.

⁹³ Entretien avec Pantxika De Paepe.

intrusive⁹⁴. Pour autant, pour chacun des trois musées, les collections sont pensées dans leur écrin, le bâtiment fait partie de l'expérience muséale et partant de son enchantement possible.

B. Le jeu des transparences

Les bâtiments de Nancy seront, au terme des travaux, enrichis d'un édifice supplémentaire, qui occupera la partie du jardin qui est celle actuellement des anciens bâtiments d'école. L'intérieur en sera lumineux, et les murs joueront de transparences modernes.

Ce choix des transparences, des ouvertures entre l'intérieur et l'extérieur, nous l'avons aussi retrouvé à Unterlinden, dans une volonté assumée d'ouvrir le musée, de lui ôter son caractère « clos et séparé » : « Les architectes ont détruit les grilles, ils ont créé ces grandes – quand vous êtes dans l'entrée – les verrières c'était des vitraux marron foncé, vert foncé néo-gothiques. Ils ont créé des vitrages transparents, de l'extérieur vous voyez le musée, quand vous rentrez vous voyez le jardin du cloître. Jamais on voyait tout ça. Ils ont ouvert de l'extérieur vers l'intérieur, pour qu'on voie. Parce que je trouve que c'est pas évident de rentrer dans un musée »⁹⁵. Ces transparences participent selon nous de l'enchantement, car elles instaurent un jeu et des liens : liens entre les espaces, et jeu entre les notions de dedans et de dehors. Jeu du regard qui peut, d'un seul point de vue, choisir de se poser sur des « couches » différentes de réalité : l'intérieur de la salle, la coursive, le jardin... et qui peut en changer sans effort à l'envi. Jeu enfin des perspectives qui mettent en relation objets et silhouettes dans des compositions éphémères ou inattendues.

Ces transparences se retrouvent aussi au musée de Cluny, mais enchantent différemment : ici aussi l'entrée du musée est vitrée, les thermes visibles à l'entrée à comme à la sortie (via la rampe de sortie en particulier). Là encore, cela semble pouvoir être rattaché à une volonté d'ouverture à l'endroit du public - à une forme

⁹⁴ « Il y avait parmi les offres des équipes, des équipes qui étaient très punchy en matière de scénographie, et c'était très séduisant. Le choix qu'on a fait s'est porté sur une agence d'architecture qui connaît son métier depuis longtemps, qui a rénové beaucoup de musées et dont on sait que la primeur sera toujours laissée à l'objet. » entretien avec Richard Dagonne.

⁹⁵ Entretien avec Pantxika De Paepe.

de désacralisation, au sens où l'espace sacré serait séparé⁹⁶, opaque, et potentiellement impressionnant. Le musée du 21^{ème} siècle est un musée qui se veut ouvert, et qui le montre dans ses murs et agencements lumineux. Au musée de Cluny cependant, c'est la matérialité de ce nouveau bâtiment brun et mordoré, couleur rouille, qui attire l'œil et la curiosité. Tout se passe comme si Cluny jouait davantage sur la notion de mystère, à la fois délicat (par les guipures) et moderne (par les volumes du nouveau bâtiment), tout en capitalisant sur la variété des autres architectures.

3° Une modernité qui se nourrit du patrimoine et de l'histoire

Il nous semble pour autant que, pour que l'enchantement soit proprement celui d'un musée, qui plus est d'art et d'histoire, il faut qu'il soit innervé de patrimoine et d'histoire. Dans chacun des trois musées étudiés (que nous avons chacun trouvé enchanteur à sa façon), l'épaisseur historique des lieux est non seulement préservée, mais sublimée, y compris dans les architectures modernes qui viennent s'y conjuguer.

4° La place laissée à l'objet

Un point commun, et non des moindres, aux trois musées de notre corpus principal, est la place laissée à l'objet, véritable enjeu de toute politique muséale. Selon Richard Dagherne, les architectes ont proposé une scénographie non intrusive qui justifie leur choix face à d'autres options plus « punchy »⁹⁷.

C'est pourquoi les médiations numériques, entre autres, ne sont jamais recherchées pour elles-mêmes - même lorsque le musée prévoit d'y faire assez massivement recours. Ainsi le musée lorrain compte sur des applications pour scander les parcours de visite, mais aussi pour rendre présents des objets absents (par exemple du fait de

⁹⁶ « sacer » veut dire « séparé » (le mot est latin), et la séparation est effectivement une caractéristique originelle du sacré. Cf Mircéa Eliade, *le Sacré et le Profane*.

⁹⁷ Entretien avec Richard Dagherne.

leur appartenance à une autre collection), ainsi que pour permettre une forme de manipulation d'objets complexes. Le numérique est donc investi de plusieurs fonctions, mais dont la finalité est toujours de mettre en lumière les objets et leur intelligence. « Je pense que c'est une grave erreur d'aller parasiter le contact direct entre le public et l'objet. Qu'on ait des visiteurs qui ne regardent pas du tout l'objet, qui soient plus intéressés par le cartel, voire par le dispositif numérique, l'accompagnement, pourquoi pas, en tout cas c'est pas forcément un problème, mais notre métier c'est quand même de favoriser le contact direct entre le visiteur et un objet. (...) C'est en cela qu'on peut vraiment parler de délectation, c'est qu'on a la chance d'avoir au musée des objets à la fois historiques et d'art, d'arts décoratifs, de toute beauté, qu'il ne s'agit pas d'aller parasiter au moyen d'une scénographie trop intrusive. C'est aussi ce qui nous a guidés dans le choix de l'agence d'architecture. »⁹⁸

Pour autant, les trois conservateurs, directeurs et secrétaires généraux interrogés ont tous admis que le numérique était devenu obligatoire car une demande des publics. Mais certains vont jusqu'à douter de la réalité de cette demande. Madame De Paepe, ainsi, déclare que si « Il faut (que la médiation numérique) existe, parce qu'aujourd'hui, c'est une demande en fait des publics ; mais en même temps je suis même pas sûre que ce soit une demande des publics. (...) en fait on n'a aucun retour, on sait pas, (...). Donc voilà. Je voudrais juste savoir si c'est un truc un peu à la mode et qui fonctionne bien, ou si c'est vraiment utilisé. »⁹⁹

Ce faisant, les musées du corpus principal indexent leurs choix (architecturaux, scénographiques, esthétiques), pour audacieux qu'ils soient, sur la mission plus traditionnelle du musée qui est de montrer des objets et de rendre le visiteur plus intelligent à leur égard¹⁰⁰. La situation de départ de ces visiteurs peut bien être très différente (les touristes primo visiteurs d'Unterlinden, les habitués « aux 36 000 diplômés » de Cluny ou les populations locales de Nancy), il y a à chaque fois cette

⁹⁸ Entretien avec Richard Dagorne.

⁹⁹ Entretien avec Pantxika De Paepe

¹⁰⁰ Entretiens avec de Richard Dagorne et de Pantxika De Paepe.

dimension sinon éducative, du moins d'éclaircissement, et elle est affirmée comme première.

5° L'expérience proposée à ces publics est-elle de l'enchantement ?

Notons tout d'abord que le terme « d'enchantement » fut bien accueilli par Axel Villechaize et Pantxika De Paepe ; avec plus de réserve par Richard Dagorne. Pour Axel Villechaize, « Quand on entre dans un musée, c'est toujours un enchantement »¹⁰¹ ; Madame De Paepe¹⁰² a une position plus distanciée concernant les publics et l'enchantement, mais comprend aussi une visite au musée comme un enchantement. C'est une vision poétique des musées que Richard Dagorne a légèrement opposée à la volonté d'intelligence liée à un musée historique : « Je pense qu'il y a en effet la satisfaction esthétique, mais aussi intellectuelle de quelqu'un qui a compris quelque chose qu'il ne connaissait pas. »

Pour autant, la revue *Pays lorrain* évoque plusieurs fois des thèmes qui sont ceux de l'enchantement et d'une expérience complète : « Ainsi, le parcours de visite consiste-t-il en un voyage, au cœur du palais et dans les collections. C'est une découverte à partager, en famille, avec les autres visiteurs, que l'on soit lorrain ou pas. L'expérience doit susciter deux effets. Un effet « eurêka », débouchant sur le plaisir gratifiant d'avoir compris ou reconnu. Un effet d'émerveillement, le plaisir de découvrir des œuvres et un site hors du commun. Les outils de médiation proposés favoriseront donc l'expérimentation et le partage. La visite doit être immersive et interactive. Immersive dans la mesure où le visiteur doit vivre une expérience complète. »¹⁰³

Les trois conservateurs, directeurs ou secrétaires généraux revendiquent une action très intellectuelle, presque d'éducation - « des élites », mais devant s'ouvrir, pour Axel Villechaize ; de la population lorraine pour Richard Dagorne ; quasiment militante

¹⁰¹ Cf entretien.

¹⁰² « Moi je comprends le mot « enchantement » et quand je rentre dans un musée, de tout façon je lévite, je suis sur un petit nuage, mais moi c'est moi. » entretien avec Pantxika De Paepe.

¹⁰³ Pays lorrain, p.42.

pour Madame De Paepe¹⁰⁴. L'expérience qu'ils proposent est donc éminemment instructive et formatrice. Comme le dit Richard Dagonne, on ne peut plus partir du principe qu'un lorrain d'aujourd'hui connaît l'histoire de la Lorraine. Il y a un conséquent travail pédagogique et d'accompagnement à mener¹⁰⁵.

En ce sens, le discours des musées est défensif : ils se défendent de vouloir faire du marketing¹⁰⁶ et d'infantiliser leurs visiteurs. Axel Villechaize, notamment, refuse le terme « d'expérience », que nous utilisons néanmoins. C'est un discours un peu traditionnel, qui s'inscrit dans l'histoire des musées, et vise à se différencier de tout guidage du visiteur considéré comme capable de mener sa visite. Les musées interrogés sont comme sur la défensive à ce sujet, entre modernisme (des médiations, entre autres) et attachement aux valeurs et missions fondatrices des musées.

L'enchantement repose donc sur le libre jeu accordé au visiteur, même si tous reconnaissent la nécessité d'accompagner à des degrés divers. Toute l'ambiguïté est là, entre liberté et accompagnement. Ainsi que l'écrit Geneviève Vidal sur le musée de Strasbourg : « les petits espaces d'exposition semblent faciliter le parcours, tout en prescrivant subtilement les déplacements » à Strasbourg¹⁰⁷. Peut-être qu'il faut aussi prendre subtilement le visiteur par la main pour qu'il se laisse aller, pour qu'il se laisse

¹⁰⁴ « j'espère que la muséographie que j'ai choisie les éclaire d'une certaine manière. Éclairer leur regard, permet au regard de se poser là où il faut qu'il se pose, de façon assez logique pour qu'ils comprennent les connexions, pour qu'ils comprennent les détails, pour qu'ils soient curieux, pour qu'ils s'intéressent à telle ou telle chose. »
entretien avec Pantxika De Paepe.

¹⁰⁵ Nancy propose un double parcours, historique et thématique. Or selon G.Vidal, à Strasbourg, « les visiteurs ayant peu de connaissances de l'histoire de Strasbourg insistent sur l'intérêt de l'approche chronologique, tandis que d'autres plus expérimentés sur l'intérêt de l'approche thématique », op. cit., p. 72. Cela montre l'intérêt de réussir des parcours différenciés. Il faut que le musée adresse des discours différents à des publics différents pour que chacun puisse jouer avec son identité, avec la réactivation de ses connaissances et de ses expériences, et puisse échanger avec ses proches. Le musée moderne est celui qui réussit à tenir différents discours dans un même espace. Il est essentiellement polysémique.

¹⁰⁶ Là encore, le discours de Richard Dagonne est plus défensif que celui du magazine Pays lorrain.

¹⁰⁷ Geneviève Vidal, op.cit., p.72.

bercer par l'enchantement. Il y a quelque chose d'enfantin dans l'enchantement, un lâcher prise. Cela n'implique-t-il pas d'être entouré, comme pris en charge ? Mais subtilement, avec pour but paradoxal de rendre toute sa liberté, son jeu (au double sens de ce mot) au visiteur.

Pour Axel Villechaize, l'enchantement passe par la narration. « Ré-enchanter c'est raconter une nouvelle histoire, prolonger l'histoire pour la ré-enchanter. Il faut de la nouveauté. », « faire replonger (les publics) dans le monde médiéval, redécouvrir un monde oublié. On le leur décrit, explique comment les gens vivaient, existaient. » Ce réenchantement évoque le merveilleux théorisé en première partie : il s'agit de ramener le passé à la vie, de rendre présent l'immatériel et le disparu, de jouer avec le temps. Il s'agit bien d'une expérience, à la limite du surnaturel, mais qui est une invitation. Le voyage temporel est toujours, aussi, fantastique, et situe la visite à la frontière de l'imaginaire.

La narration ainsi théorisée se réalise grâce à la densité des œuvres à disposition, qui offrent le socle de matérialité indispensable à la fixation de l'attention du visiteur. Nos trois interviewés insistent sur cette nécessaire puissance des objets, qui ne sont pas que des objets, et encore moins quotidiens, mais qui dans leur altérité convoquent autre chose. En ce sens, cette matérialité peut être dite « enchantée », réalisant même une des caractéristiques du sacré, l'ambivalence ontologique de l'objet. « Pour vous donc en fait, la matérialité, c'est-à-dire l'objet, prime ? - Ah oui, ah oui. Et c'est vraiment ce qui fait la spécificité des musées. Je pense que c'est une grave erreur d'aller parasiter le contact direct entre le public et l'objet. »¹⁰⁸

À cet égard, le rôle du numérique est révélateur : il accompagne et est un passage « obligé » de nos jours, mais il ne doit pas détourner de l'objet. Selon Axel Villechaize, « On ne peut pas rester à côté du numérique, le public en a besoin. », alors même que le détail des écrans du futur parcours n'était pas fixé au moment où je l'ai interrogé. Dans le musée lorrain, la réflexion sur le numérique est plus avancée, puisque des médiations étaient expérimentables dans le hall d'accueil du musée avant sa fermeture pour travaux. Mais la conclusion est tout aussi réservée et

¹⁰⁸ Richard Dagorne, entretien.

circonspecte. Si « le numérique s'est imposé comme une évidence lors de la définition du projet et qu'une première tranche de dispositifs numériques a même déjà été réalisée en 2016/2017", c'est "avec le souci de laisser la part belle aux œuvres (tant dans la scénographie que dans les dispositifs eux-mêmes)." ¹⁰⁹. Il peut s'agir de films explicatifs, « de ponctuation et d'articulation » ¹¹⁰ du parcours ; parfois les objets doivent être numérisés pour en voir des détails ou pour les saisir dans leur totalité disparue ¹¹¹. Il s'agit en outre d'animer des cartes, les livres virtuels... Une des finalités du numérique est enfin de permettre la monstration d'objets immonstrables : « le numérique peut aujourd'hui remédier au fait que certains objets emblématiques de l'histoire de la Lorraine n'appartiennent pas, et n'appartiendront jamais, aux collections du musée. Il peut en effet les rendre indirectement présents." ^{112,113}.

Tout est mis à disposition d'un parcours riche, qui fait sens et élève le visiteur, mais qui met surtout en avant des objets. C'est la richesse de ces derniers qui dicte l'arrivée du numérique, qui ne doit pas les éclipser, comme le dit Richard Dagonne ; c'est leur caractère polysémique et mystérieux, issu d'une époque et d'un contexte révolus, qui implique des médiations en phase avec le visiteur moderne. Non pas pour le flatter dans son goût des médiations numériques, mais pour saisir ce bout de la lorgnette pour l'amener à une expérience plus prenante.

En ce sens, l'enchantement proposé est bien une immersion mais non numérique, lors même qu'elle repose partiellement sur des médiations de cet nature. Ce caractère immersif tient à la force avec laquelle le visiteur est projeté dans une

¹⁰⁹ Le Pays lorrain, p.45

¹¹⁰ idem.

¹¹¹ Ibid.

¹¹² ibid., p.23

¹¹³ Cf G.Vidal, op. cit., p. 69 : à Strasbourg, « de petits films interactifs sont proposés là où l'objet seul est insuffisant pour évoquer des concepts. », « des photos haute définition permettent de découvrir des détails et de tourner virtuellement autour d'objets conservés en réserve » C'est-à-dire que le virtuel vient combler le manque de l'objet : soit il montre des détails invisibles sans lui, soit il permet de montrer ce qu'on ne possède pas : ubiquité de l'objet, comme si « sa reproductibilité à l'époque moderne » se métamorphosait en avantage.

époque révolue peuplée d'objets beaux et mystérieux. Il s'agit d'un voyage enchanté, où les artefacts sont autant d'invitation à se laisser ensorceler.

D – SUR L'INCARNATION DE CES DISCOURS SUR LA RÉNOVATION DES MUSÉES : LE POINT DE VUE D'UN ARCHITECTE

Bernard Desmoulin est l'architecte qui supervise les travaux de rénovation du musée de Cluny nommés Cluny 4, et il a lui-même créé le nouvel espace d'accueil du musée. Si ce nouvel espace est de taille modeste (600 m²), il est situé stratégiquement du côté du boulevard Saint Michel et sert donc de visage au musée pour tous les badauds et touristes qui passent par cet endroit¹¹⁴. C'est un bâtiment qui, tout en reprenant un motif moyenâgeux dans sa guipure, tranche avec l'image que l'on se fait du moyen âge : il remplace un accueil historique patiné, ses volumes sont simples et modernes et sa vêtture innovante tout en étant esthétique.

Pour autant, selon Bernard Desmoulin, l'enchantement n'a pas guidé explicitement les travaux. Il a fallu défendre le programme face aux amis du musée, qui sont exigeants – et conservateurs ; il a fallu travailler avec les conservateurs eux-mêmes, dont les problématiques sont scientifiques.

Néanmoins, le choix de Bernard Desmoulin était un choix, il nous semble, poétique. En effet, le bâtiment créé se singularise par sa présence, sa manière d'habiter l'espace avec les autres bâtiments du musée. Il est avant tout un objet, posé-là, et qui occupe son lieu. Et pour réaliser cette présence, le choix de Bernard Desmoulin a été de travailler sur la matière, conformément à ses travaux précédents¹¹⁵. Or précisément, « Quand on travaille sur une vêtture comme celle-ci on n'est pas toujours dans le rationnel, on est parfois dans la gratuité, dans l'esthétique, dans l'intuition, et c'est la différence entre ce qu'on fait et ce qu'on présente. »¹¹⁶. Lors d'une conférence au pavillon de l'Arsenal en septembre, il s'était longuement

¹¹⁴ Cf photos p.74.

¹¹⁵ Cf son site officiel <http://www.desmoulin-architectures.com/nos-realizations>.

¹¹⁶ Dans ce passage, B. Desmoulin oppose « évocateur », et « enchanteur » qu'il identifie à « onirique ». Nous ne reprenons pas cette dichotomie.

expliqué sur le fait qu'il ne savait pas encore quelle matière allait lui permettre de réaliser le bâtiment promis lors du concours qu'il venait de gagner. Il y a donc une idée, qui préexiste à ses conditions de réalisation – et qui serait infléchie par elles, car la matière n'obéit pas, et sa fabrication change elle-même le bâtiment, d'une manière que ses concepteurs ont voulue « aléatoire » et « imparfaite »¹¹⁷.

Il y a donc eu un vrai jeu entre l'idée et la matière, et il nous semble que c'est une certaine intuition poétique qui a été poursuivie, au-delà des considérations de réalisation industrielle qui y sont pourtant intriquées.

Et précisément, il nous semble que ce qui fascine dans ce bâtiment, c'est qu'on y sent ce pari poétique : on y sent que ce n'était pas tout-à-fait raisonnable, qu'il y avait avant tout une envie ; et les publics aussi nous semblent, pour beaucoup, capables de sentir ce genre de prise de risque et de l'apprécier. En ce sens, parce qu'il nous décolle des strictes considérations de faisabilité et d'utilité, ce bâtiment est enchanteur selon nous. Parce qu'il nous montre une certaine recherche, un certain désir. Par où il nous permet de mettre à mal les idées toutes faites que l'on se fait sur l'enchantement. Dans l'enchantement, c'est certes souvent l'onirisme qui sert de levier, mais ce qui compte c'est le surpassement : accéder à des réalités plus profondes que formatées. C'est ce tour de force qui génère chez le visiteur ou le spectateur cet ébahissement, cette fascination, qu'est l'enchantement : quand il sent que ce qui lui est proposé touche quelque chose de plus vrai que l'attendu.

Et pour réussir cette mise au jour de la réalité profonde¹¹⁸ des choses, il nous semble que la matérialité est un concept fécond. C'est en grande partie l'importance de ce concept chez Bernard Desmoulin que nous avons creusé lors de notre interview. La matérialité est ce qui n'obéit pas, ce qui co-construit nécessairement votre projet tant elle peut résister à vos injonctions.

Ce faisant, c'est comme si on réalisait l'enchantement sans totalement le vouloir. De l'aveu de Bernard Desmoulin, même si cela lui fait plaisir quand on lui dit que son bâtiment est enchanteur¹¹⁹, ce ne sont pas ces considérations qui l'ont guidé. Ce

¹¹⁷ Entretien avec Bernard Desmoulin.

¹¹⁸ Mais mystérieuse.

¹¹⁹ Entretien avec Bernard Desmoulin.

n'était pas non plus la commande. Nonobstant quoi il nous semble que le bâtiment qui existe désormais est éminemment enchanteur. B.Desmoulin lui-même reconnaît qu'il intrigue, qu'on lui demande souvent en quel matériau il est fait. Il parle des variations de sa lumière, de l'apparence de sa texture : c'est un bâtiment qui prend sa place sensoriellement. En fait, tout se passe comme si l'enchantement était venu en surplus par rapport à la commande et aux attentes et considérations scientifiques des interlocuteurs, mais dans le même temps, il n'est pas venu par hasard ou erreur. C'est bien la force de l'intuition (et son côté aventureux) qui créent le tour de force devant lequel beaucoup¹²⁰ des publics s'arrêtent.

Nous avons donc remarqué que sur les trois conservateurs interviewés, deux avaient une certaine hésitation à user du terme « enchantement ». Pantxika de Paepe parce qu'elle trouvait que les collections du musée Unterlinden étaient loin du côté « licorne » qu'elle comprenait dans l'enchantement ; Richard Dagorne, car il avait tendance à opposer l'enchantement et l'intellection, en laquelle il voyait le point fort du musée lorrain. L'un comme l'autre pensaient leur collection trop grave pour correspondre à de l'enchantement.

Ce dernier est donc vu par les spécialistes des musées comme un terme dénotant une réalité plutôt légère, séduisante. C'est cette définition que nous avons retrouvée à l'œuvre quand nous avons interviewé Bernard Desmoulin. Lui aussi a eu du mal à associer enchantement et le musée de Cluny, au motif que ce dernier serait un musée « de spécialistes » où l'on vient pour l'œuvre¹²¹. Donc l'enchantement ne ferait pas partie de l'expérience du visiteur moyen – qui à Cluny serait un expert, venu ici en connaissance de cause. Mais plus encore, l'enchantement n'aurait pas fait partie des considérations prises en compte lors des travaux : quand Bernard Desmoulin évoque ses travaux avec les conservateurs, c'est pour dire que « les conservateurs ont avant tout pour mission de conserver, d'expliquer, de faire comprendre. Et toute la part enchanteresse, ben elle existe pratiquement pas. On est vraiment dans un milieu

¹²⁰ Beaucoup et non pas tous, car les habitués de l'ancienne configuration du musée préféraient, pour certains, l'ancien accueil.

¹²¹ Entretien avec Bernard Desmoulin.

scientifique, où les choses ont une explication, ont un sens, et on n'est pas vraiment dans un rêve. »¹²².

Cette distance par rapport au concept d'enchantement, nous l'attribuons à trois facteurs. Premièrement, elle s'explique par le fait que nous étudions des musées d'art et d'histoire, qui sont plus « sérieux » ou en tout cas se prêtent à priori moins à des expérimentations esthétiques, que des musées d'art contemporain par exemple. Il y a une « vérité » ou au moins une science autour des objets exposés, qui fait que le jeu autour du discours muséal est restreint. La fantaisie, qui plus est, semblerait discréditer leur propos en le rendant frivole.

On a vu aussi que leurs considérations étaient plus pragmatiques. Les musées ne se rénovent pas explicitement pour créer de l'enchantement, mais pour d'autres raisons, plus pratiques et légales (notamment l'accessibilité aux personnes à mobilité réduite et la qualité de conservation des œuvres). Si une réflexion et une modernisation des parcours sont prévues, ce n'est pas en termes d'enchantement.

Mais cette réticence s'explique aussi, par la compréhension que les interviewés ont du concept d'enchantement : c'est un concept qui leur semble incongru, car inhabituel. Ce qui ressort, c'est une image onirique, plutôt légère, voire qui enjolive la réalité. L'aspect intellectuel, en particulier, ne semble pas du tout évident. S'il l'était, peut-être les hésitations seraient-elles moins fortes¹²³.

*

¹²² Idem.

¹²³ En préparant notre partie théorique aussi, nous avons pu remarquer que Judith Dehail ne l'utilise pas dans le cadre des musées, car précisément elle y voit un concept purement marketing, c'est-à-dire superficiel et manipulateur. Antoine Roland ne l'applique pas non plus aux musées, mais pour d'autres raisons. Quand j'ai évoqué ma thèse selon laquelle les musées recouraient au numérique un peu comme à une formule magique, pour lutter contre la désaffection des publics, contre toute accusation d'obsolescence, ou pour se mettre à la page, il m'a dit que les premiers choix de médiation numérique avaient été faits par des musées scientifiques dont les objets trop complexes et abstraits demandaient des médiations particulières. On est donc loin de l'enchantement comme motivation, au moins au début de l'utilisation de ces techniques.

Cette partie nous a donc permis de mettre en avant des propositions d'enchantement multiples de la part des musées étudiés, lors même que ce n'était pas réfléchi. Ces enchantements peuvent venir du charme des lieux, du rapport entre modernité et patrimoine, de la place laissée à l'objet. En tous les cas, nos interlocuteurs ont revendiqué une démarche décalée, pour des raisons diverses, par rapport à de pures attentes, quantifiées, des publics. Dans leurs discours, on notait en revanche une certaine distance à l'égard du mot « enchantement », que nous avons interprétée comme une méconnaissance du concept plus « sérieux » que nous essayons de mettre à jour.

Mais comme il fut souligné dès le début de notre travail, les musées sont de plus en plus centrés sur les publics, leurs attentes et les manières de leur faire interpréter les objets exposés. Leur but est entre autres de devenir plus inclusifs et d'attirer davantage de publics. C'est à cause de cette centralité des publics que la question de l'enchantement muséal nous a semblé se poser particulièrement : étant donné que l'on veut de plus en plus toucher de publics, et leur offrir une expérience qui « leur parle », l'enchantement, qui a cours dans le monde contemporain et dans le marketing, ne peut-il être aussi appliqué au musée ? Evidemment, il s'agirait alors d'un enchantement spécifique, muséal. C'est donc cet enchantement que nous cherchons à voir et à caractériser depuis le début de ce travail. Les deux mouvements - le voir et le caractériser conceptuellement - se nourrissant et s'affinant l'un l'autre continuellement.

A destination des publics, l'enchantement ne peut donc, à notre avis, être pleinement compris si l'on en exclut une analyse de ces publics – leurs discours, leurs visites. L'étude de la réception des propositions d'enchantement par les publics nous semble donc être l'indispensable complémentaire de l'étude des producteurs du cadre de présentation de l'enchantement.

III – L’appropriation de l’enchantement muséal par les publics : comment les publics vivent-ils l’enchantement proposé ?

L’objectif de cette partie sera de revenir aux destinataires, qui sont aussi le point de départ, de l’enchantement. Nous allons donc nous pencher sur la réception que les publics font de l’enchantement proposé. Nous avons insisté dessus : l’enchantement est une proposition et un « jeu ». Comment, dès lors, cette proposition et ce jeu sont-ils perçus et « joués » par les publics à qui ils s’adressent ?

Pour traiter de ces réceptions par les publics, après une brève contextualisation et un rappel des enjeux des publics, nous allons regarder comment les publics se comportent dans les musées d’art et d’histoire étudiés : ont-ils l’air « enchantés » ? Nous allons aussi, de manière symétrique à la partie deux, nous pencher sur leurs discours, en analysant les discours tenus par un échantillon de publics adultes sur l’enchantement de leur pratique muséale et d’expositions. Nous essaierons aussi d’inclure quelques pistes sur le public adolescent de la « génération Z », car même si nous n’avons pas obtenu suffisamment d’entretiens, cette génération nous semble intéressante car elle représente le futur des institutions muséales, et est porteuse de valeurs pleines de sens. Nous essaierons de voir ce que nous pouvons en conclure sur la manière dont les publics considérés vivent l’enchantement proposé, et là encore, cela nous servira aussi à affiner le concept d’enchantement muséal, qui se sera ainsi enrichi tout au long de notre travail depuis l’introduction.

Ce « retour » aux publics sera aussi une reprise des problématiques annoncées dans la première partie, notamment le lien entre l’enchantement et l’inclusion des publics. Enfin, quelles préconisations pouvons-nous enfin tirer de l’ensemble de ces terrains et interviews, et valident-elles nos hypothèses de départ ?

A – UNE THÉORISATION DE PLUS EN PLUS COMPLEXE DES PUBLICS

La multiplicité des publics s'articule avec l'essor des nouvelles médiations étudiées au début de ce travail. Si le musée doit devenir plus inclusif, c'est parce que le public s'est scindé en « les » publics, toujours plus particuliers. S'il est appelé à devenir plus participatif, plus immersif voire, c'est pour attirer l'attention de certains de ces publics, plus éloignés de la culture.

Ainsi, « le public » n'existe plus. Au temps de Theodor W. Adorno, ce dernier pouvait comparer les masses au public éclairé, même si c'était pour déplorer une massification de la culture, qui selon lui aurait pour corollaire d'en faire une industrie culturelle, dont les masses seraient les victimes. En effet, ses produits seraient ceux d'industriels qui n'exprimeraient en rien une sensibilité populaire. Les masses sont donc ici indifférenciées et la proie d'industries culturelles qui leur font consommer des produits sans intérêt artistique.

La notion de pluralité des publics apparaît à partir dès 1927 sous la plume de John Dewey. Elle reflète l'idée que des groupes d'individus interprètent chacun à leur manière le rapport à la culture, sans qu'aucune de ces interprétations ne puisse plus être considérée comme supérieure, comme l'était la culture « légitime ».

Michel Côté, qui dirigea le musée des Confluences à Lyon, puis celui de la Civilisation à Québec jusqu'en 2015, déclarait ainsi en 2011¹²⁴ que la pluralité des publics n'était pas seulement socio-économique, ou relative au niveau et au mode de formation, mais qu'elle consistait aussi en différents modes d'approche et de contact avec la réalité (par exemple, expérimenter ou toucher vs sentir).

Désormais, la pluralité des interprétations possibles des rapports à la culture est infinie, et ces interprétations peuvent être étudiées par des disciplines très variées et coordonnables. Les publics sont donc très divers, et cette diversité se répartit différemment selon la méthode que l'on choisit pour les étudier.

¹²⁴ Conférence au CELAT, <https://vimeo.com/30437335>.

Les disciplines qui étudient (et ce faisant catégorisent) les publics¹²⁵ sont par exemple la sociologie, qui elle-même peut se ramifier selon sa méthode (par exemple la méthode compréhensive vs celle de Pierre Bourdieu), ou aussi selon ses objets (la sociologie du genre) ; l'anthropologie (par exemple, Jean-Loup Amselle travaille sur la prolifération d'identités collectives suite au libéralisme – identités qui fondent donc autant de publics. Antoine Hennion, lui, fait l'anthropologie des objets culturels).

Une approche interdisciplinaire est celle de Terry Clark (professeur à l'université de Chicago), qui « croise les données de la sociologie urbaine et de la sociologie de la culture pour créer le concept d'ambiances », et son équipe était composée « d'urbanistes, d'historiens, de sociologues et de psychologues ». Une autre peut être vue dans les travaux de Marie-Madeleine Mervant-Roux, qui ont « engagé l'ethnographie, la sociologie, l'anthropologie historique et culturelle, l'esthétique du théâtre et des arts du spectacle ».

Citons encore l'étude des évolutions générationnelles et d'âges (Sylvie Octobre), ou les possibilités ouvertes par la psychologie (que Bernard Lahire croise avec la sociologie) ou encore la prise en considération de la psychologie cognitive, l'ethnographie (quantitative chez Jean-Claude Passeron)...

Si l'on applique ce principe de variété des publics aux musées, cela donne une typologie particulièrement riche. Ainsi au Louvre-Lens, une grande attention est portée à toutes sortes de publics. Selon Lorraine Rossignol¹²⁶ : les familles, notamment les nourrissons ou les grands-parents, les femmes victimes de violences conjugales, les demandeurs d'emploi, les « publics empêchés » tels les malades dans les hôpitaux ou les personnes en situation de handicap ou ayant de la difficulté à se déplacer... le musée cible tout le monde, chacun dans sa particularité, et c'est cette ouverture, doublée d'une adaptation des médiations qui se spécialisent, qui fait son

¹²⁵ cf, pour toute cette partie sur les disciplines qui étudient les publics, Laurent Fleury, *Sociologie de la culture et des pratiques culturelles*, 2016, p. 109 sq.

¹²⁶ « Comment les musées chouchoutent leur public », op.cit. Il est d'ailleurs amusant de voir que le singulier est encore utilisé par l'auteure, lors même qu'elle insiste sur la pluralité des publics et leur inclusion dans son texte.

succès. Selon cet article, environ 15 000 personnes ont eu recours aux médiations du Louvre-Lens à ce jour.

Mais ce qui compte n'est pas tant de « faire » une entrée, que d'instaurer une fréquentation¹²⁷, il ne faut pas seulement viser la connaissance mais instaurer une proximité réflexive si l'on veut avoir un impact social. Ainsi, les visiteurs continueront la réflexion et la discussion chez eux, après la visite.

Pour revenir aux publics, plus classiquement, on peut distinguer les publics scolaire, famille, du champs social, en situation de handicap, de voisinage, touristique...

Cette diversité nous a amené à choisir un type de public, que nous avons caractérisé comme « adulte », par opposition au public « adolescent » que nous aurions voulu traiter également. Nous aurions aussi trouvé pertinent de travailler sur les touristes. Notre méthode fut composée d'observations participantes, telle qu'appriées en sociologie, et d'entretien semi-directifs, c'est-à-dire de l'analyse de discours.

B – OBSERVATIONS PARTICIPANTES DES PUBLICS : RETOUR SUR DEUX MUSÉES DU CORPUS PRINCIPAL

Nous n'avons pas pu nous livrer à l'observation des publics dans le cas du musée lorrain, car il a fermé en avril. Quand nous y sommes allée pour le « dernier week-end avant travaux », n'avons pu nous y livrer à cette observation, survenue trop tôt dans notre formation. En revanche, nous avons observé les publics aux musées Unterlinden et au musée de Cluny (en novembre et décembre 2018). Les observations durèrent entre 2 et 3h à chaque fois, au cours desquelles nous déambulâmes dans l'intégralité du musée (peu d'observation statique).

¹²⁷ Michel Côté, Conférence au CELAT, <https://vimeo.com/30437335>.

1° Le musée Unterlinden

La visite eut lieu le 17 novembre 2018 de 11h à 14h. Le temps était plutôt froid, et c'était un samedi, le dernier précédant l'ouverture du marché de Noël de Colmar qui est le troisième plus important après Cologne et Strasbourg. Ce marché draine des milliers de touristes dans la ville, mais de l'avis d'un surveillant de salle interrogé, ce n'est pas le même public que le musée et cela ne se traduit donc pas par une fréquentation accrue du musée.

La fréquentation était moyenne quand nous sommes arrivée. Il s'agissait plutôt de personnes de plus de 60 ans, en couple ou en groupe. Nous n'avons remarqué aucun visiteur individuel sur toute la longueur de la visite, et un nombre très important portaient des audio guides, ce qui laisse supposer un public de touristes. Cette impression était renforcée par le fait que la langue la plus entendue lors de cette visite n'était pas le français, mais l'allemand. Nous avons en revanche très peu entendu d'anglais. Il y avait peu de groupes, au moins au début.

Nous avons vu plus de familles quand la matinée a avancé, mais leur nombre est resté nettement inférieur à celui des groupes sans enfants. Pourtant, un parcours spécial pour audio guide était signalé par des petits pictogrammes. Là, nous avons pu observer des visiteurs qui entraient et ressortaient en quelques minutes. D'une manière générale, les visiteurs du souterrain nous ont paru plus jeunes (en moyenne et relativement) que les publics autour du retable. Ils ressemblaient aussi davantage à un « public de musée », posant la question de la diversité des publics en fonction des zones du musée.

Les visiteurs étaient en effet très inégalement répartis : nous en avons vu beaucoup dans la partie d'art ancien, avec un net pic devant le retable d'Issenheim. D'après le même surveillant de salle, une écrasante majorité des touristes viennent pour le retable. Il y eut même de plus en plus de visiteurs au fur et à mesure de nos passages dans la nef où il est exposé. À rebours, la section d'arts populaires était vide quand nous y sommes passée. Nous avons retrouvé ensuite les visiteurs dans le souterrain, qui était assez densément occupé quand nous l'avons exploré, avant que cela ne

s'étiolé arrivé dans la partie moderne, l'Ackerhof, et sa salle d'art contemporain.

Nous avons demandé à deux surveillants de salle si les touristes qui venaient pour l'art moderne et contemporain étaient les mêmes que ceux venant pour le retable. Selon l'un comme selon l'autre, le musée n'a pas de données sur cette question. D'après la première surveillante, il y a des visiteurs qui se perdent dans le musée, notamment faute de signalétique suffisante (cf interview de Pantxika De Paepe). Ainsi, certains visiteurs commencent par la partie moderne et n'ont plus le temps pour le retable, ou l'inverse, car le musée est grand. D'après cette surveillante, il y a néanmoins sans doute plus d'habitues dans cette partie-ci du musée. Le deuxième surveillant confirma que les gens viennent pour le retable.

C'est peut-être cette fierté territoriale, entre autres, qui est partagée par les touristes et particulièrement quand ils sont autour du retable. En effet, un autre fait observé fut le respect des règles du musée par les visiteurs : aucun ne parlait fort, tous prenaient un temps conséquent pour regarder les tableaux dans les premières salles que nous avons visitées : les salles d'art ancien. Ils se montraient pour certains même les détails et semblaient en discuter, ils prenaient leur temps. Devant le retable, nous avons vu des personnes rester jusqu'à une demi-heure.

Cette longueur de contemplation ne semble pas attribuable qu'au seul respect des règles d'un musée. Il y a une fascination exercée par l'œuvre. Tous nos interlocuteurs ont insisté sur le pouvoir d'attraction du retable, y compris pour des touristes lointains (américains par exemple). Et son caractère religieux touche certains visiteurs, dont certains se découvrent même d'après le surveillant interrogé. L'objet en lui-même fascine : nous avons observé de nombreuses personnes sur les bancs situés entre toutes les strates du retable, et certains s'installaient confortablement pour bien voir. La reproduction du retable en miniature sur le côté, qui permettait de le manipuler pour voir la position des différentes peintures et leur organisation dans l'œuvre, était très utilisée. L'impression que nous ont donné les touristes autour du retable était qu'ils venaient pour voir l'œuvre et se comportaient dès lors en « bons élèves ».

Nous pensons que le retable impressionne et qu'il fascine, deux émotions qui sont

des expériences proches de l'enchantement. Néanmoins, nous parlerions davantage de contemplation, car cela reste à notre avis très intellectuel, et il n'est pas certain que la part imaginaire, sensorielle, voire immersive de l'enchantement, soit remplie.

Globalement, d'un côté le musée dans son ensemble nous a semblé enchanteur, car l'histoire et l'architecture du lieu, son origine très ancienne – et religieuse – créent une condition de l'enchantement : la projection dans l'imaginaire, ici via l'épaisseur historique du lieu.

Mais d'un autre, ce caractère multiple du musée peut dérouter des visiteurs moins avertis, notamment ceux que Madame De Paepe appelle des « touristes ». Ceux-ci ne peuvent-ils pas ressentir un certain déficit d'intégration, posant la question de savoir comment faire le liant entre ses différents lieux ? Ce relatif éclatement se retrouverait au niveau du vécu des visiteurs, qui choisiraient une partie du musée et non la totalité : peut-être les visiteurs manquent-ils d'un peu de narration pour intégrer toutes ces parties de l'expérience. Le musée Unterlinden est riche de plusieurs parties presque disparates : le caractère encyclopédique du musée pose la question du lien entre ces ensembles, d'une histoire générale.

Par exemple, la partie des arts populaires nous a paru un peu excentrée, et du coup peu vue. Elle « parle » visiblement moins aux visiteurs. Or on pourrait trouver ici certains leviers de l'enchantement : le jeu sur la nostalgie et la mémoire, c'est-à-dire sur un passé que l'on mythologise et fantasme, l'intrusion du rêve et de la rêverie dans la réalité. C'est l'effacement de ces frontières, la surimpression de la fantaisie imaginative sur le réel - toujours plus anguleux - qui est aussi un ressort d'enchantement. De nombreuses personnes sont sensibles à une forme de nostalgie douce¹²⁸.

La piscine, quant à elle, enchante sans avoir besoin de plus de médiations, grâce à l'élégance des formes des lieux, à leur espace et leur clarté, grâce à la mémoire que les gens en ont encore, aussi. Selon les surveillants de salle, les visiteurs « la reconnaissent » pour y avoir nagé¹²⁹. Nous y avons vu moins de personnes que

¹²⁸ Nous nous permettons ici une référence de « pop culture » : cf Foule Sentimentale, d'Alain Souchon.

¹²⁹ Il serait intéressant de se demander quelle est la part de la reconnaissance (de

devant le retable (de loin), mais nettement plus que dans la partie des arts populaires ; qui plus est, tous se prenaient en photo dans le décor que constitue cette grande salle parquetée.

Personnellement, nous trouvons le lieu enchanteur dans (et sans doute grâce à) son côté multiple. C'est la collection de toutes ces formes de beau que nous trouvons enchanteuses, et il est tout sauf certain qu'une narration plus intégrative nous enchanterait plus. Elle aurait au contraire sans doute le défaut de trop systématiser et d'anéantir de ce fait les ambiguïtés et polysémies qui permettent de naviguer d'un art à l'autre, d'une époque à l'autre, d'un enjeu à l'autre. En revanche, une narration plus unifiée plairait sans doute davantage aux visiteurs plus occasionnels de musée. Ce qui nous est apparu dans nos interviews adulte, et qui a renforcé des suppositions préalables, est que les publics les moins habitués sont aussi, en un sens, les plus conservateurs : ils veulent être guidés, que le parcours soit clair, et qu'il leur montre ce qui est « vraiment de l'art ». L'ambition du musée, selon Pantxika De Paepe, est justement de susciter la curiosité, pour aller au-delà de l'attrait touristique vers une curiosité plus universelle pour l'art. Or les touristes donnent l'impression d'avoir encore nettement envie de guidage¹³⁰.

2° Le musée de Cluny

Nous avons visité le musée de Cluny le 2 décembre 2018, qui était un premier dimanche de mois, date connue pour connaître de plus fortes affluences en raison de

quelque chose que l'on connaît personnellement comme la piscine, ou de quelque chose de réputé et fameux, comme le Guernica) dans l'enchantement des visiteurs. Ce seraient dans ce cas deux types d'enchantement : de nostalgie et de mémoire pour le premier cas, celui des locaux, et plus axée sur le caractère fameux des œuvres, pour les touristes. Cela nous amène à nous demander si pour le public touristique, ce ne sont pas les « grandes œuvres », reconnues - et non seulement belles - qui les enchantent. En ce cas, l'enchantement touristique serait un enchantement davantage « hors sol », développé dans l'imaginaire et la reconnaissance d'un certain brillant, là où l'enchantement local, bien qu'il contienne aussi cette dimension de reconnaissance, serait plus ancré dans un vécu réanimé par l'œuvre ou le lieu.

¹³⁰ Cf. entretien avec Pantxika De Paepe, et cf. supra, partie II.

la gratuité des musées. Et de fait, nous avons constaté, dès le hall, une quantité de visiteurs inhabituelle (nous sommes allés dans ce lieu plusieurs fois depuis l'été).

Le cadre de présentation est un musée en train de se rénover, qui ouvre partiellement au gré du temps telle ou telle partie, sans pouvoir ouvrir le tout pour l'instant. Le caractère composite permet de distinguer quatre zones, qui proposent chacune une expérience différenciée. Premièrement : la salle du trésor présente des pièces uniques de la collection permanente du musée. Elles sont peu nombreuses, et l'ensemble tient dans une pièce de taille raisonnable. Disposées dans des vitrines, elles se présentent elles-mêmes. Deuxièmement : l'exposition « magiques licornes », qui fait fond sur un animal imaginaire actuellement en vogue, mais pour en montrer l'épaisseur historique - outre celle mythologique. Elle aussi de taille relativement modeste, elle se déploie sur deux salles séparées par un mur épais doté de deux alcôves dont l'une sert à passer une vidéo. Troisièmement : les tapisseries de la dame à la licorne. On y arrive par un couloir peint en rayures bleu foncé élégantes, et trois citations scandent le mur, dont une utilise explicitement le mot « enchanté ». Quatrièmement : l'exposition sur la sculpture gothique, qui annexe de fait le frigidarium. C'est la partie qui vient d'ouvrir le plus récemment, et elle se différencie des autres (lesquelles sont dans les étages) par la hauteur sous plafond de ces anciens thermes romains.

Les publics étaient composites, avec de touristes – nous avons noté la présence de chinois, d'allemands, quelques américains et visiblement des hispanophones (mais d'autres n'ont pu être identifiés). Les touristes arrivaient au gré des groupes, ils apparaissaient en effet par grappes et disparaissaient aussi en même temps. Ces groupes, pour ce que nous en avons vu, étaient de taille relativement modeste, ce qui fait penser à un tourisme qui n'est pas « de masse ».

Dans les publics se trouvaient également les familles, venues avec leurs enfants. Il est notable que nombre de ces enfants avaient le même âge (approximativement), soit 6-

9 ans. Peu d'adolescents furent remarqués, mais quelques jeunes filles d'environ 18 ans, venues en petit groupe¹³¹.

Des duo d'amis, et des couples, furent aussi remarqués. Des retraités également. Ces deux catégories étaient souvent d'un âge visiblement supérieur à 60 ans, voire apparemment plus. Les personnes âgées semblaient plus familières des lieux, allant directement à l'un ou l'autre objet.

Enfin, une petite minorité était constituée des publics avertis, qui venaient là en connaisseurs : ainsi un monsieur âgé prenait-il des notes puis des photos avec un reflex dans la salle du trésor. Les objets pris en photo n'étaient pas les plus « spectaculaires », ce qui laisse supposer un goût et un discernement plus habitués à faire des choix hors du « plus connu ». Devant la dame à la licorne, où l'on trouvait le plus grand nombre de visiteurs, et où beaucoup étaient assis sur la banquette centrale, un groupe de quatre personnes, trentenaires, dissertait sur l'abbaye de Fontevraud et l'art gothique ainsi que la perte de certaines couleurs de la tapisserie. La jeune femme était elle aussi munie d'un gros appareil photo type reflex.

Leur comportement différait. Certains publics n'adhéraient pas vraiment au propos tenu par les musée, ni aux œuvres exposées, mais nous n'avons vu qu'une seule touriste (chinoise) sur son téléphone, qui semblait occupée à texter. D'une manière générale, nous n'avons pas observé cette attitude de décrochage explicite qu'est l'usage d'un smartphone. Les publics moins intéressés, moins « enchantés », passaient plus vite dans les espaces d'exposition : c'était particulièrement net dans l'espace consacré à la sculpture gothique au Moyen-âge, où le temps de passage pouvait être très rapide et les coups d'œil furtifs. Il est vrai que la disposition des salles, leur présentation, avait tendance à influencer sur le visiteur pour qu'il la visite en dernier : la « star » (la dame à la licorne) était à l'étage, de même que l'exposition connexe, qui drainaient toutes deux le plus de monde. Dès lors, les visiteurs étaient tentés de visiter l'exposition sur la sculpture gothique en dernier, en redescendant vers le Frigidarium, auquel on accède par le sous-sol. On peut donc supposer une possible lassitude de la part des visiteurs qui sont arrivés jusque-là après les autres

¹³¹ Ceci fut observé dans la partie « magiques licornes », et s'explique sans doute par l'objet de l'exposition.

espaces. Nous avons aussi vu des attitudes d'incompréhension, d'au moins un visiteur (visiblement accompagné de son fils), qui a fait une moue éloquente en arrivant en haut de l'exposition sur la sculpture gothique, point de vue qui lui permettait d'embrasser du regard la quasi-totalité de la première salle. Par la suite, ce visiteur a traversé assez vite, et comme « de loin », l'exposition, ne s'approchant jamais des œuvres et ne pouvant de ce fait lire les cartels. Son fils se tenait derrière lui en retrait. D'une manière générale, les visiteurs moins enchantés passaient simplement plus vite, et regardaient peu les œuvres, comme s'il y avait un refus de contact.

Pour d'autres raisons, nous avons ainsi observé des parents qui, repassant à travers l'expositions licornes en revenant des tapisseries de la dame à la licorne, faisaient accélérer leurs enfants, lesquels se seraient tout de même bien encore attardés sur tel ou tel objet mystérieux. Le public des enfants nous parut ici, de manière inattendue, sensible à ces objets (aiguïères en forme de licornes, etc.), et curieux, ce qui est la première étape de l'enchantement – surtout pour des enfants. L'écrasante majorité des parents leur expliquait ce qu'ils voyaient, d'où ça venait, etc., dans un mouvement très pédagogique. Nous n'avons pas entendu de parents parler d'affect, d'émotion (esthétique par exemple) : leurs explications étaient toujours orientées vers l'acquisition de connaissances. En revanche, certains enfants se penchaient sur les vitrines pour voir les objets, et semblaient très intéressés par leurs formes mystérieuses ne laissant deviner leur usage. Il est possible que cet aspect presque ludique (indirectement et involontairement) soit ce qui les ait enchantés ici : le caractère énigmatique d'une aiguïère, l'incapacité d'en voir un usage (alors qu'on suppose qu'il y en avait un), et donc la tentative pour percer ce secret, sont des ressorts qui nous semblent favoriser un certain enchantement dans cette exposition, qui pourtant restait de facture très classique. La beauté des œuvres pouvait compter aussi dans la fascination exercée sur ces enfants.

Les parcours des visiteurs aussi différents : on ne retrouvait pas les mêmes publics en tous les endroits du musée. Les tapisseries de la dame à la licorne sont le point phare du musée, et attiraient le plus de visiteurs. Parmi eux, on trouvait des experts mais aussi beaucoup de touristes et de familles. Il est vrai que les tapisseries se trouvaient juste dans la continuité de l'exposition licornes, ce qui engageait à faire l'une et

l'autre. Il y avait aussi des jeunes filles venues en groupe, et au moins un individuel venu visiblement en habitué et/ou spécialiste. La salle des tapisseries rassemblait donc un public plutôt moins habitué que dans d'autres parts du musée. Elle faisait peut-être office de visite muséale « officielle » : ainsi nous avons entendu plusieurs parents se plaindre que leurs enfants ne soient « pas capables de se concentrer 10 minutes », ce qui prouve qu'ils leur imposaient « la visite au musée », pendant laquelle il fallait « être attentif même si on est fatigué ».

Pour les publics de l'exposition « magiques licornes », où de nombreuses familles étaient aussi présentes, le rapport n'était pas toujours le même : nous avons vu deux petites filles porter des serre-têtes licorne, ce qui laisse supposer qu'elles aiment cet animal et que c'est pour leur faire plaisir que les parents les ont emmenées. D'ailleurs, le fait qu'il y ait eu très majoritairement des petites filles au moment où nous avons visité l'exposition (et moins de petits garçons, donc), semble indiquer que c'est bien pour suivre le goût de leurs enfants que les parents choisissaient de venir.

Les touristes se retrouvaient partout, mais surtout au premier étage, qu'il était à notre avis plus intuitif de trouver, et où étaient montrés les trésors et les tapisseries. Nous avons vu beaucoup de touristes visiter la salle des trésors, et non seulement la tapisserie : peut-être parce que ça fait partie de ce qui est pointé comme important dans les guides de visites ou par les tour operators. Ils prenaient assez souvent des photos, notamment des couronnes mérovingiennes, ou du reliquaire, nettement moins de la rose d'or ou des ivoires (statuettes à l'entrée de la salle). Dans cette salle des trésors, nous avons aussi vu des habitués : couples ou individuels essentiellement. Ces derniers déambulaient plus lentement, parlant davantage entre eux, avec des réflexions plus averties (sur le Moyen-âge, l'art, etc.).

Dans l'exposition sur la sculpture gothique / le Frigidarium, nous avons retrouvé beaucoup de visiteurs de ce profil, et moins des autres : quasiment aucune famille (aucune poussette et deux jeunes enfants), et très peu de touristes, auquel le thème parlait peut-être moins. Nous avons vu un groupe de touristes hispanophones traverser ainsi très vite l'exposition, leur guide tentant de leur donner quelques clés, mais sans réussir à leur faire regarder réellement les œuvres. Cette partie du musée donnait l'impression d'être davantage faite pour les « initiés » ou « déjà sensibilisés ». Tout se passait comme si les différentes parties du musée avaient été pensées pour

des publics différents, afin d'en « donner un peu à chacun ». En ce cas, les publics de cette partie sur la sculpture gothique nous apprendraient que c'est une partie à l'intention d'un public qui a plus l'habitude.

Qui était enchanté, et par quoi ?

Nous avons observé plusieurs attitudes proches de l'enchantement, même si il nous a semblé que l'attitude des visiteurs comprenait en général une dose de réserve – or l'enchantement repose notamment sur l'abandon, temporaire, de cette réserve, pour se laisser aller à l'hypnotisation et à l'emportement sensoriel et intellectuel généré par la rencontre avec l'objet.

Comme dit plus haut, certains enfants se laissaient intriguer par des objets énigmatiques, dans l'exposition licorne. Le caractère curieux et « émerveillable » des enfants de cet âge (6-10 ans), faisait que nous en avons vu se saisir du rébus que constituaient ces objets pour se pencher sur les vitrines. Le mystère fascine, et ces deux ingrédients - mystère et fascination, auxquels on ajoute la curiosité et le jeu de l'esprit (deviner ce qu'est l'objet) - sont des facteurs et indices d'enchantement.

Nous avons aussi vu des enfants s'extasier devant les costumes d'opéra et ballet de la suite de l'exposition. Nous voyons la joie de ces petites filles ici encore comme un indice, un marqueur d'enchantement, sans penser que celles que nous avons observées l'aient été totalement : il s'agit de la jubilation née de la surprise de retrouver dans le musée ce qui leur plaît et appartient à leurs goûts intimes. Se noue de ce fait une connivence entre leurs affections et le propos du musée, où le musée montre qu'il est à l'écoute de leurs goûts (surtout quand ceux-ci sont très « pop culture ») et leur donne de l'importance.

Nous avons paradoxalement moins vu d'enfants en situation de prémices d'enchantement devant les tapisserie de la dame à la licorne. Peut-être aussi l'objet demande-t-il d'être davantage approché et expliqué pour des enfants de cet âge, ce qui apparaît en premier à leurs yeux étant peut-être son âge. Enfin, les significations symboliques des tapisseries restent aussi trop opaques pour eux.

Les touristes nous ont semblé intéressés par le trésor, mais généralement, cet intérêt n'était pas exclusif d'une relative incompréhension. Peu avaient d'audio guide, et ce sont des objets qui s'inscrivent dans un temps et dans une pratique religieuse. Tout se

passé comme si la beauté de ces objets pouvait en retenir certains (parfois longuement, et prenant beaucoup de photos), mais l'opacité de ces objets, qui sont dans ce cas comme « posés là » dans toute l'épaisseur de l'inintelligibilité des œuvres, les empêchait d'accéder à un véritable enchantement. En effet, prendre des photos est aussi un comportement de touriste, qui veut emporter le souvenir de ce qu'il a trouvé remarquable, mais qui pourra aussi les poster sur les réseaux sociaux comme « ayant-été-à-Paris ». Donc nous supposons que ces touristes (ceux qui sont restés longtemps, en se montrant des œuvres dans les vitrines et en tentant d'en faire de belles photos) ont été touchés par la profondeur de la présence des œuvres¹³², mais peut-être qu'il faudrait que le jeu qui s'instaure entre l'œuvre et son spectateur s'approfondisse pour qu'on soit dans un cas d'enchantement. L'enchantement est comme un dialogue entre la sensorialité, l'intellect, et l'objet ; dialogue par lequel l'individu s'échappe un temps à lui-même, devient oublieux de ses propres désillusions¹³³, pour s'autoriser à s'élancer vers un absolu à la fois « ailleurs » et « très présent ».

Dans l'exposition sur le gothique du Moyen-âge, nous avons vu aussi des personnes abîmées dans la contemplation, notamment un touriste apparemment américain ou anglais (il avait un guide de Paris en anglais dans sa poche), que nous avons vu dans la deuxième salle de cette exposition, qui était aussi la dernière. Doté d'un audio guide, il prêtait une attention très soutenue aux œuvres, il semblait absorbé. Apparemment, déambulant seul (était-il venu seul ?), d'après son expression il paraissait ressentir du plaisir ou de la joie à cette contemplation. Fait notable, nous l'avons vu déguster sa visite de cette dernière salle, lors même que c'était la moins fréquentée, les autres visiteurs semblant avoir quitté le parcours avant. Mais lui passait d'une statue à l'autre, ne respectant pas l'ordonnement de la salle, mais sans en omettre aucune.

D'une manière générale, les attitudes des publics de l'exposition sur la sculpture gothique semblaient respecter davantage les codes du musée : ainsi il y avait significativement moins de bruit que dans l'exposition « magiques licornes » (cette

¹³² Nous pensons ici à Benjamin et à sa compréhension de la présence de l'œuvre d'art.

¹³³ Il échappe donc un temps à sa position post moderne.

dernière attirait, il est vrai, beaucoup d'enfants). L'enchantement de cette partie du musée était donc plus cérébral, mais sans dédaigner d'être sensoriel : la beauté des œuvres, ainsi que leur disposition dans l'espace, charmaient le regard. Ainsi, sens et intellect étaient régalez à parts égales ; mais c'est justement cette proportion qui attire un public déjà familier et cérébral. Enfin, le sujet de l'exposition était lui-même un crible, car très spécifique.

*

Nous avons donc vu la pluralité des situations et des attitudes d'enchantement, sur la base d'observations des publics dans deux des trois musées de notre corpus. Mais qu'en disent les publics eux-mêmes ? Se décrivent-ils comme capables d'enchantement, ou, eux aussi, ont-ils des réticences vis-à-vis du terme ? Et que décrivent-ils quand on leur demande ce qui les enchanterait ?

C – MÉTHODOLOGIE ET PARTI-PRIS DES INTERVIEWS DE PUBLICS

1° Le choix des échantillons.

Nous avons choisi d'interviewer, lors d'entretiens semi-directifs, des adultes de 30-40 ans jusque 46 ans. En plus, nous voulions interviewer un public d'adolescents entre 13 et 16 ans, mais cela a tourné court. Le public « touriste » a également été envisagé mais n'a pas pu être étudié pour des raisons de temps, d'opportunité et de longueur de mémoire. Il pourra être appréhendé dans un travail ultérieur.

Notre but était de voir si l'expérience d'enchantement était quelque chose d'accepté voire de désiré par ces publics, ce qui l'activait, et comment communiquer alors à l'intention de ces publics.

Nous n'avons eu aucune difficulté à trouver des publics adultes variés, mais avons connu des déboires à rassembler suffisamment d'interviews d'adolescents. Pour autant, nous voulions pouvoir comparer adultes et adolescents car cela aurait permis un décentrement de notre analyse. C'est pourquoi nous avons intégré à notre travail, bien qu'il ne s'agisse pas de sources d'une même nature, les hypothèses et conséquences qui nous semblent pouvoir être tirées à la suite de conférences sur le sujet des ados de la génération Z. En effet, nous n'avons pas réussi à rassembler de public adolescent suffisant. En revanche, nous avons pu assister à une journée de travail « en attendant l'ado » au même musée des arts décoratifs, et à une intervention au salon museum connections, sur le thème des post millenials, ou génération Z. Cette dernière fut particulièrement éclairante.

2° Entretiens avec les publics : quelques parti-pris.

Public « adulte » :

Notre échantillon rassemble compte une classe d'âge assez homogène, pour des raisons de simplicité dans le recrutement des interviewés. Nous avons essayé de varier sexe (quatre hommes et trois femmes), niveau social et métier, habitudes muséales connues (en quantité et en spécificité). Malgré ces précautions, il nous a été difficile de nous prémunir de certains biais : il y a surreprésentation de profils « intellectuels » et socialement favorisés. L'inclusion du profil « Olivier » n'a pas suffi à inverser cette tendance, malgré la considérable différence qu'il a donné à entendre. Le risque était en effet de ne parler qu'à des gens qui aiment déjà les musées, qui les pratiquent et auront donc des attentes averties.

Public « ado » :

Il fut remplacé par l'analyse de discours sur les adolescents. Le premier discours était centré sur la France, et fut porté par la journée d'études au musée des arts décoratifs du 5 novembre, nommée « en attendant l'ado ».

Le deuxième type de discours fut tenu par deux chercheuses néerlandaises le 17 janvier 2019. Leur présentation reprenait une typologie des générations sur le mode

des « persona ». Leur objectif était de donner des clés de communication pour toucher ces publics « jeunes », notamment via des exemples issus du marketing. Ces exemples étaient issus de la sphère anglo-saxonne et aucun n'était français.

3° La mise au point du guide d'entretien.

Nous avons construit le guide d'entretien du public « adulte » en trois temps : des questions de situation, pour voir où la personne interviewée se trouvait dans sa pratique des musées et ainsi éviter les contresens pour les questions ultérieures ; puis des questions sur l'enchantement, qui n'était donc volontairement pas présenté d'emblée. Cela donnait l'occasion de voir si ce mot, ou des mots connexes, étaient ainsi utilisés spontanément pour décrire l'expérience muséale. Concernant l'enchantement, nous avons aussi délibérément commencé par des questions générales et potentiellement hors musées (décrire une expérience d'enchantement) pour rendre la notion plus facile à appréhender par l'interviewé, et nous permettre d'avoir plus de mots et d'expressions à analyser. Enfin, un troisième moment de notre guide d'entretien consistait en la monstration de quatre médiations qui nous semblaient possiblement enchanteresses : l'Atelier des Lumières (médiation artistique numérique), les assiettes des services aux oiseaux Buffon (une médiation numérique mais à partir d'objets très matériels), les œuvres d'art du musée de Cluny (la pure matérialité de l'objet), et enfin la vidéo « le retour du sauvage » du musée de la chasse et de la nature (du matériel aussi, mais fantasmé et mis en scène de manière fantastique, et non numérique). Le but de ces extraits et visuels était de mettre l'interviewé en situation, pour que son propos ne reste pas que général-abstrait ; mais nous ne l'avons fait qu'en fin d'entretien car sinon cela aurait pu orienter leurs réponses sur l'enchantement en général, ou éclipser d'autres exemples que les interviewés auraient pu donner d'eux-mêmes.

D – RÉSULTATS DES ENTRETIENS ADULTES

Les entretiens menés avec les publics adultes nous ont amené à tirer des conclusions dans trois directions : tout d’abord, ils nous ont permis de préciser ce que les publics entendent par le mot « enchantement ». Ensuite, ils nous ont éclairé sur ce qu’ils attendaient en termes de scénographie et de communication.

1° La définition du mot « enchantement »

Sur les sept entretiens menés sur des adultes, les mots les plus fréquemment utilisés pour parler de l’enchantement muséal sont présentés dans le nuage de mots suivant :



Le premier constat est que peu de mots reviennent plusieurs fois, mais que beaucoup peuvent être classés ensemble ou appartiennent au même champ lexical. Les mots le plus utilisés sont « surprise », « apprendre » et « objet », ce qui signe une conception encore classique des expositions et musées enchanteurs : nos interviewés y attendent des lumières. Ils ont tous insisté sur les explications nécessaires à un véritable enchantement par les œuvres. Le lien avec les médiations est pour autant paradoxal : l'audio guide est souvent pris, mais rarement plébiscité, au profit d'autres sources de connaissance (catalogues, connaissances personnelles, ressources en ligne...). Tout se passe comme si l'intelligence des œuvres était reconnue comme première pour créer une situation d'enchantement, mais qu'il fallait garder la main sur ce qui allait être cette source d'intelligence, par où l'on voit d'emblée qu'une des caractéristiques demandées pour créer de l'enchantement est la liberté. Ces visiteurs sont donc bien dans l'activité par rapport à leur visite, dans la participation, sans être pour autant dans la co-construction réellement.

Certains ont utilisé des mots de participation et d'activité. Mais leur discours se marque de ce fait comme assez « traditionnel » au sens où ils évitent le recours au spectaculaire (le mot ne revient que chez Joan et on en sent l'idée chez Olivier). Tout en refusant l'information descendante, leurs revendications à l'activité restent peu virulentes. L'interlocutrice chez qui cette posture libre est le plus sensible est Charlotte, mais on peut penser aussi à Pierre (c'est alors mis au service d'une pure intellectualité revendiquée). De plus, cette demande d'information est souvent rattachée aux besoins des enfants (Joan, notamment).

Un autre mot qui est souvent apparu dans les entretiens est le mot « objet » (« matérialité », en général introduit par nous¹³⁴, a joui d'un bon accueil). On trouve aussi souvent le mot « œuvre ». La notion d'enchantement de ces publics implique une rencontre des objets et des œuvres : leur désir affiché est de voir et de vivre un contact avec des objets réels, et non de se perdre dans des médiations pensées pour elles-mêmes.

¹³⁴ C'est pour cette raison qu'il n'apparaît pas dans ce nuage de mots, qui recense les vocables spontanément utilisés par nos interlocuteurs. Mais certains mots recensés, eux, présentent à notre avis des parentés.

Cette gratuité des médiations fait d'ailleurs partie des procès qu'ils intentent au numérique, qui n'est jamais cité en tant que tel comme enchanteur. Cependant, beaucoup (trois sur sept) trouvent la proposition de l'Atelier des Lumières enchantresse quand on la leur présente (Joan en parle même spontanément). C'est ce qui fait qu'assez curieusement le mot numérique n'apparaît pas dans ce nuage de mots : aucun ne l'a utilisé pour parler de l'enchantement. Il fait en général partie des médiations reconnues et souvent appréciées, même si c'est avec du recul (Fanny, Pierre), seul un interlocuteur au profil très averti et élitiste (Erik) s'en moque un peu.

Très curieusement, les mots « chefs-d'œuvre » et « beau », qui pourraient sembler intuitifs, ne se retrouvent explicitement que dans le discours d'Erik. C'est le signe que le caractère « classique » de leur discours doit être tout de même nuancé : on n'est pas dans une perspective purement « beaux-arts ». Nous craignons en effet cet écueil à nos entretiens, tant le modèle inconscient du musée nous semblait être celui des beaux-arts où sont accrochés des tableaux. Au contraire, les exemples donnés par les publics interviewés sont extrêmement variés, allant du champ de bataille de Culloden en Écosse au musée de sciences. Nous n'avions pas réduit, volontairement, au musée d'art et d'histoire : force est de constater que pour ces publics, « musée » signifie tout type de musée. C'est sans doute ce qui explique la quasi absence du mot « chefs-d'œuvre » : ce qui est compris et affirmé comme muséal dépasse le seul beau. Par cette caractéristique, les discours tenus sont davantage dans l'air du temps, qui voit des musées ouvrir sur tous les domaines et proposer progressivement une présentation muséale de tous les aspects de la vie et de la culture. Ce faisant, ces discours dévoilent que le concept d'enchantement gagne en polyvalence et arrive à caractériser nombre de situations et d'interactions avec les œuvres.

Beaucoup de concepts convoqués dans ces interviews vont d'ailleurs dans le sens d'une expérience exceptionnelle : « éblouir », « magie », « émerveillement », « exceptionnel ». Venue par surprise, l'expérience d'enchantement est vue comme impressionnante, extra-ordinaire. D'ailleurs, le mot « immersif » bien que souvent connoté différemment, apparaît lui aussi, de même que la notion de pause temporelle ou dans la vie. Plusieurs personnes parlent de prolonger l'expérience, par quelque chose de complémentaire tel une expérience gastronomique, ou plus

classiquement en prenant son temps devant les œuvres. Dans l'enchantement tel qu'il est décrit par nos publics, tout se passe comme si cette expérience était celle d'une autre temporalité, comme si on acceptait alors de prendre son temps.

Un autre mot qui revient souvent est le mot « plaisir », ce qui manifeste un rapport plus charnel qu'intellectuel à l'enchantement, pour équilibrer le côté intellectuel qui nous a le plus marqués et étonnés. Beaucoup disent vouloir ressentir du plaisir, c'est un marqueur fort d'une situation d'enchantement.

En fait, le discours sur l'enchantement muséal est à la fois classique, hédoniste, et polyvalent ; il atteste d'un rapport assez décomplexé aux musées, ainsi que d'un désir de participation. Dans le même temps, les publics que nous avons interrogés cherchent à être impressionnés, à rencontrer un objet qui les subjugue.

Rares sont les interlocuteurs qui ont refusé la notion d'enchantement muséal (Fanny), il y a la conscience que de telles expériences sont possibles, mais on lit dans leurs discours que ces publics sont exigeants et informés, qu'ils ont un recul critique sur ce qui leur est proposé. Mais le constat le plus intéressant est que le mot « enchantement » lui-même, ne fut spontanément prononcé par aucun. Certains savaient que c'était l'objet de mon travail, cela a faussé la donne ; mais pour ceux qui ne savaient pas, le mot n'est pas « sorti » de lui-même : si les publics ont réagi généralement positivement à ce terme, ils n'y auraient pas pensé eux-mêmes.

Par où nous sommes tentés de tirer deux conclusions :

- chez les « professionnels » (conservateurs, directeurs de musée, architectes) comme chez les publics, le mot ne va pas de soi, il n'est pas dans l'air du temps au point qu'ils y pensent par eux-mêmes. L'enchantement muséal, ou le réenchantement des musées, cela ne leur semble pas intuitif.
- Il y a néanmoins moins de réticence chez les publics à accepter le terme et plus de célérité à s'en faire une idée. C'est-à-dire qu'ils semblent comprendre plus vite ce que nous avons voulu leur faire toucher du doigt, en parlant de « réenchantement ou enchantement muséal », que les professionnels, aux réflexes sans doute plus ancrés. Et ils y semblent également plus sensibles, ce

que nous rapprochons du fait qu'ils sont toujours à la recherche de nouvelles expériences muséales. Pour autant, ils n'y sont pas non plus habitués.

2° La mise en scène

Nos publics ont une idée assez marquée de ce qu'ils veulent ou ne veulent pas pour accepter de se laisser enchanter.

Ils parlent volontiers d'immersif, mais celui-ci n'est pas vu en général comme produit par des dispositifs numériques : l'immersif évoqué par Pierre est ainsi celui d'un apport de connaissances qui serait si bien fait qu'il vous isolerait du monde environnant pour canaliser toute votre attention sur ce qui est présenté et ce qui en est dit. Évoqué par Frédéric, l'immersif revêt des couleurs plus imaginaires. Contrairement à Pierre qui situe tout son intérêt et partant son enchantement dans l'aspect instructif de l'expérience, Frédéric insiste beaucoup sur la résurrection - via leur représentation - de temps et de réalités passées. De ce fait, s'il reconnaît totalement l'importance de l'information, il place l'enchantement au-dehors. Dès lors, l'immersif relève davantage d'une expérience émotionnelle, affective. Les discours si différents l'un et de l'autre relèvent aussi d'une stratégie d'affirmation individuelle : un discours est aussi ce qu'on veut raconter de soi (Pierre). Dans tous les cas, l'immersif – quelle qu'en soit la manière de le concevoir – est une réclamation pour se laisser enchanter. Il faut être un peu « pris » par le musée, faire « corps » avec ce qui est montré, y adhérer sans réserve.

Ce faisant, se pose à nouveau la question de la liberté réclamée par rapport à un musée qui se voudrait enchanteur. Faut-il prendre le visiteur par la main ? Dans la notion d'enchantement, il y a le « lâcher-prise » (Frédéric), on accepte de se faire conduire ailleurs (cette notion d'invitation, de projection dans le contenu exposé, est aussi importante dans les discours de nos publics). Pour autant, tout est dans le consentement à se laisser conduire : il faut baisser les barrières, dont peut s'attendre, chez des publics aussi avertis et critiques, à ce qu'elles soient vivaces.

Un autre élément important pour nos publics est la « scénographie », la « mise en scène ». Il faut qu'elle permette cette immersion, notamment via un accord entre la forme et le fond, qu'on trouve éminemment dans la scénographie autour de la tapisserie de Bayeux, selon Pierre.

Certains trouvent tout de même que ça manque de modernité, et qu'il faudrait envisager du hors-les-murs voire d'accrocher les tableaux du musée chez des particuliers (Fanny). Erik insiste sur la nécessaire modernité des musées, ce qui demande, concède-t-il, un peu de moyens. Un musée à la présentation obsolète est pour lui repoussant.

3° La communication

Selon nos publics vus en entretien, la communication muséale doit être sincère : la promesse doit être claire et véridique. Un seul interlocuteur réclame le « rêve » (il est vrai qu'il réclame en même temps le « réel »), plusieurs autres insistent sur la réalité. Frédéric par exemple, n'aime pas la présentation qui est faite du musée de la chasse et de la nature car il la considère insincère, il pense qu'elle sublime ce qui est avant tout mort et souffrance, ce qui conduit le visiteur vers un discours faux.

Pour autant, peu acceptent que la communication d'un musée qui vise l'enchantement le dise explicitement. Il y a en effet le risque que cela soit un peu « grossier », que cela « casse le truc » (Fanny). Ce sont des choses qui ne se disent pas. Il faut que cela vienne par « surprise », donc la communication ne doit pas trop pointer la situation d'enchantement. Surtout qu'on pourrait se mettre à « challenger » le dispositif, selon Frédéric.

Néanmoins, tous n'y sont pas rétifs (Charlotte par exemple), mais mettent en garde sur la réalisation d'une telle communication : comment dire l'enchantement d'un musée ? Nous mettons volontiers la délicatesse de la réalisation d'une communication enchantée en parallèle avec celle de la réalisation de médiations purement oniriques¹³⁵ : tout se passe comme si l'enchantement muséal était une réalité ténue, limite arachnéenne, et qu'à vouloir la réaliser on puisse lui casser ses

¹³⁵ Cf infra, Team Lab.

effets. Peut-être alors qu'une manière de préserver l'enchantement sera de moins promettre et de plus surprendre.

*

Les publics sont donc inégaux devant l'enchantement : plus le public est intellectuel, moins il semble enclin à se laisser enchanter. Critique, il demande à participer mais est aussi prêt à se faire prendre au collet par la subjugation.

Cependant, comme nous l'avons souligné, personne n'aurait parlé spontanément. Cela signifie-t-il « seulement » que le concept est encore insuffisamment dans l'air du temps ? Pourtant, on entend parler d'enchantement (réenchanter la relation client, etc.), le musée ferait-il donc exception ? L'enchantement serait-il trop frivole ? Y aurait-il alors de l'intérêt (conceptuel, mais surtout expérientiel pour les publics) à mettre en avant cette notion, ou est-elle inutile ?

Nous allons enrichir cette problématique par l'étude, plus rapide pour des raisons méthodologique, d'un autre public : celui des adolescents, la génération « Z ».

E – LE CAS DES ADOLESCENTS

A défaut d'avoir pu mener des interviews en nombre suffisant avec les adolescents, nous allons proposer quelques pistes de compréhension de ces jeunes (les post millenials ou génération Z), sur la base, premièrement, d'une journée d'études nommée « en attendant l'ado », et notamment de la conférence d'ouverture donnée par deux sociologues de l'observatoire des adolescents du Ministère de l'éducation nationale et de la jeunesse, Chantal Dahan (INJEP) et Patrice Chazotte (Centre Pompidou)¹³⁶. Notre deuxième source sera une conférence du salon Museum

¹³⁶ Compte-rendu officiel disponible à https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=2ahUK EwjuzYSVlpDgAhUImhQKHfC3AOYQFjAAegQIChAC&url=http%3A%2F%2Fwww.culture.gouv.fr%2FMedia%2FThematiques%2FMusees%2FVie-des-musees-Temps-des-publics%2FCompte-rendu-En-attendant-l-ado&usg=AOvVaw161Ba1G7R7z2WOjjlGSa_s

connections, intitulée « Post-millennials, nouvelles valeurs, autres significations », rassemblant Evelien Platteuw, responsable de la communication du TextielMuseum à Tilburg aux Pays-Bas, et Anna Borsboom, fondatrice de Stylink aux Pays-Bas.

Les interventions lors de la journée d'études autour des adolescents ont fait émerger quelques diagnostics :

- l'adolescence est une période de construction, mais il faut distinguer entre la période « collège » où il faut être comme tout le monde, et la période du « lycée », où il serait plus important de se distinguer.
- un point en commun avec l'analyse entendue au salon Museum connections, c'est que les ados évoluent dans un monde compliqué, où le cadre collectif est très délicat, ce qui induit une communication horizontale.
- les adolescents n'aiment pas les institutions, ils en vivent à l'écart. Comme dit Michel de Certeau, l'ado veut toujours « braconner ». C'est donc cela qu'il faudrait co-organiser. Il faut d'autres relais en plus de l'école.
- un autre point d'accord entre les deux groupes d'intervenants est la nécessité de travailler directement avec les jeunes, et non de les placer en bout de chaîne. Donc aussi avec le monde socio-éducatif, les associations...
- d'après les deux sociologues invités à la journée d'études, le « problème » des jeunes viendrait en grande partie de l'image que l'on aurait d'eux, et partant du peu de confiance qu'on leur ferait. Et de donner l'exemple du Studio 13/16¹³⁷ au centre Pompidou, qu'un autre intervenant de la journée a présenté.

¹³⁷ Présenté comme un univers très proche de celui des adolescents, où on leur laissait faire des choses, et où ils se sentaient accueillis. L'idée était de pas ajouter trop d'interdits, ainsi ils pouvaient écouter de la musique dans un coin par ex ; l'objectif était de créer du lien petit à petit : lien entre les médiateurs, les adolescents mais aussi les artistes. Pour éviter la routine, la thématique change tous les mois, et on a évité des montages/démontages d'un mois qui ralentissent le rythme et ferment l'espace pour un temps long : cela doit se faire en une semaine. Après des débuts (apparemment, d'après les dires d'autres participants autour de moi) clairsemés, la fréquentation est d'environ 60 adolescents par jour. Ce ne sont pas des scolaires (qui ne sont pas la cible) mais des individuels. L'espace n'est pas interdit aux adultes ni aux parents, l'idée est d'autoriser tout.

Les deux intervenantes du salon Museum connexions, quand à elles, ont proposé une typologie chronologique des générations depuis 1945 qui permet d'enrichir cette analyse sociologique en la modélisant et en l'historicisant.

Maturists (pre 1945)	Baby boomers (1945-1960)	Génération X (1961-1980)	Millenials (1981-1995)	Génération Z (nés après 1995)
Seconde guerre mondiale Rationnement Rôles fixes pour les genres Rock and Roll Familles nucléaires	Guerre froide Baby boom Swinging sixties Alunissage d'Apollo Culture jeune	Fin de la guerre froide Live Aid Introduction du premier PC Enfants seuls à la maison Accroissement du nombre de divorces	9 septembre Réseaux sociaux Invasion de l'Irak Télé réalité Google Earth	Ralentissement économique Réchauffement climatique Appareils mobiles Printemps arabe Production de son propre media
Propriété de son logement	Sécurité professionnelle	Equilibre vie privée/vie professionnelle	Liberté et flexibilité	Sécurité et stabilité
Automobile	Télévision	PC	Tablette/ smartphone	ear plugs et wifi
Lettre manuscrite	Téléphone	E-mail and textos	Textos ou réseaux sociaux	Appareil qui tient dans la main (ou intégré au vêtement)

On note tout d'abord que selon ces conférencières, les Post-Millenials s'opposent sur bien des points fondamentaux aux Millenials (la génération Y) : ils demanderaient en effet davantage de sécurité, ils achèteraient selon leurs valeurs et non les marques, seraient plus motivés pour changer le monde et voudraient des expériences « offline ».

Leurs réalités seraient :

- une conscience politique et écologique précoce,
- des pairs de milieux (ethniques, religieux, culturels...) variés,
- ils ont moins de références à une famille nucléaire.

D'où découleraient des caractéristiques à prendre en compte dans la relation avec eux, et la communication qui leur est destinée :

- ils sont plus hostiles au risque,
- ils ont des identités multiples, en « millefeuille », qui les amènent à exprimer une vérité individuelle,
- ils sont très investis dans le dialogue et la communication, et de ce fait ouverts à différentes vérités,
- ce sont des idéalistes réalistes, dévoilant la réalité derrière toute chose,
- ils ont besoin d'une dose de « magie », et de sens.

Les adolescents Z nous semblent ainsi résumer une tension que nous avons vue à l'œuvre, là encore de manière souterraine, chez nos autres interlocuteurs : celle entre un « réalisme » et une disposition à l'enchantement¹³⁸. Faut-il s'en tenir à la présentation argumentée et réaliste des « faits » (même si on peut discuter de ce qu'est un « fait »), ou - et jusqu'où - peut-on verser dans l'enchantement ? Et si oui, quel contenu lui donner ?

F - OUVERTURES ET PRÉCONISATIONS

Nonobstant sa relative méconnaissance, il nous semble que le concept d'enchantement peut être fécond - mais à certaines conditions. En effet, il résume bien, à notre sens, les aspirations contradictoires de l'époque, entre désir d'émerveillement (« d'étoiles dans les yeux », comme dit Fanny) et sens des réalités un peu désillusionné. Par ailleurs, il se place apparemment plutôt du côté de la subjugation que de la participation, mais nous pensons précisément qu'un enchantement est une forme de co-construction, où deux imaginaires se mêlent.

Pour toutes ces raisons, ce concept d'enchantement enrichirait les tendances actuelles du musée, mais à condition d'éviter l'écueil du manque de profondeur.

¹³⁸ Que nous avons théorisée au début de ce travail grâce à la tension entre sacralité et postmodernisme, même si les deux distinctions ne se recoupent pas exactement.

1° D'un point de vue académique

Tout d'abord, il convient de réfléchir à ce que l'on veut mettre derrière ce concept. Nos recherches nous ont amenée à développer certains points, non exhaustifs.

A. Il a d'abord semblé primordial de comprendre ce que nous entendions par « enchantement ». Ce dernier nous semble lié aux notions de poésie, de beauté, de jeu, de liberté, de corporalité et d'intellect. Mais se pose alors la question de critères de l'enchantement : quelles dimensions peuvent le générer?

Pour reconnaître un dispositif enchanteur, notamment dans des musées d'art et d'histoire, nous proposons quelques critères :

- Beauté des lieux et des objets, une beauté totale
- Mise en scène de la matérialité de l'objet
- Profusion visuelle, saturation des sens (qui ne passe pas par la surcharge mais par la présence)
- Résurrection de l'histoire (le passé rendu présent différemment, c'est-à-dire une forme de magie décalée)
- Délectation intellectuelle
- Capacité à parler à l'imaginaire des visiteurs
- Parcours narratif (qui propose donc un sens, co construit avec le visiteur)
- Insertion urbaine pensée
- Lumières
- Ambiance
- Immersion
- Expérience simple
- Expérience complète

La charge émotionnelle ne vient pas forcément d'un marketing calculé, dans le cas d'un musée, nous pensons qu'elle devrait venir du beau et de l'intelligent ; elle devrait amener à accepter le décentrement, la polysémie, la richesse, la coexistence plutôt que la simplification.

B. En outre, nous pouvons nous demander si l'enchantement se réalise quand il agrège des publics différents. Mais tout ce qui est merveilleux touche la part d'enthousiasme naïf des adultes. Il y a non seulement un consentement, mais aussi une disposition à être enchanté, qui se trouve activée en présence, notamment, de dispositifs poétiques, beaux, féériques, immersifs, dès lors qu'ils ne versent pas dans le spectaculaire en soi. Même des dispositifs numériques, pourtant tentés par la surenchère, peuvent limiter leurs effets pour fonder leur enchantement sur une approche poétique plus économe et moins spectaculaire. Par ailleurs, le beau et le féérique n'ont pas vocation à répondre à une esthétique forcément grossière ; il y a une magie et mystère de la matière, parfois même brute, qui est un miracle dans son apparition.

Sur la première possibilité, celle d'une féerie délicate et onirique, la Fondation Louis Vuitton organisait le vendredi 6 avril 2018 un événement présentant huit applications en développement. Leur finalité était de mettre davantage le bâtiment et la fondation en valeur, grâce au numérique. Toutes les applications faisaient appel soit à la réalité augmentée, soit à la réalité virtuelle, et s'adressaient pour certaines aux enfants, pour d'autres à tous les publics. Enfin, elles se concentraient beaucoup sur la découverte du bâtiment, et avaient une approche poétique. Une de ces médiations numériques nous a particulièrement enchantée ; elle laissait la part plus belle au rêve qu'aux moyens techniques.



RÉSONANCE

ANAËLLE GOBÉ
NY SITRAKA RAKOTONDRAZAY

L'Auditorium est un lieu où art, architecture et acoustique dialoguent pour offrir une expérience unique. Résonance est un projet de médiation culturelle en VR qui permet de le faire découvrir aux visiteurs.

Ce dispositif élaboré autour de l'auditorium était tout-à-fait onirique. Le casque situait le visiteur dans une reproduction de l'auditorium, mais plongé dans une obscurité bleutée. Le sol était couvert par une « mer » faite de vaguelettes pointillistes dorées. Il s'agissait ici de suivre du regard une délicate voile blanche, ondoyante et transparente. A chaque arrêt dans la divagation de la voile, un élément de

l'auditorium apparaissait stylisé en blanc et une voix expliquait en quoi ses caractéristiques techniques étaient particulières. Nous avons eu du mal à me concentrer sur ces explications, car l'effet sensoriel de l'environnement bleuté et nocturne qui nous entourait capturait toute notre attention. L'ensemble était très esthétique, notamment par le jeu et l'harmonie des couleurs. Nous avons vraiment eu l'impression d'un ailleurs, l'expérience immersive fut très concluante malgré la courte durée de l'expérience (trois minutes environ).

Mais la possibilité existe également de fasciner, d'emporter, de séduire et de questionner (en bref, d'enchanter) via une monstration purement matérielle. Il y a un mystère dans l'opacité de la matière. On ne sait pas vraiment ce qu'elle est, cette présence posée devant nous, aussi massive qu'inexpliquée. La matière, c'est le mystère ontologique : pourquoi y a-t-il quelque chose plutôt que rien ?¹³⁹ Montrer le vertige de cette présence, rien que présence, et sans raison, fait ressentir au spectateur l'abîme sur lequel il se tient : il nous semble que faire le pari sur ce frisson, métaphysique certes, mais né de la seule et simple matérialité, est une manière de réenchanter une expérience (muséale notamment) en la délivrant de bien des apparences. C'est ce que nous appelons la « matérialité enchantée ».

C. Par ailleurs, le côté « mignon » et donc inoffensif de ce qui est enchanteur nous semble devoir être questionné. Un point important est de se demander s'il peut y avoir un enchantement maléfique. Après tout, l'enchantement est une forme d'ensorcellement ; et si ne peut être enchanteur que ce qui est « mignon », la pertinence du concept pour les musées risque d'être limitée. Un musée n'a pas à être « mignon », et encore moins « inoffensif ».

Nos publics ont lié massivement enchantement et plaisir, mais ils étaient plus divisés quant à ce que nous avons appelé le côté mignon des sujets d'enchantement. L'enchantement est-il toujours le fait d'objets sans danger ?

Le teaser du musée de la chasse et de la nature, que nous avons utilisé pour nos guide d'entretiens adultes, est ici intéressant parce qu'il mêle les deux, esthétique et

¹³⁹ La question est de Leibniz.

noirceur de la mort. Cette vidéo très soignée, à l'image du musée, met en scène objets précieux et bêtes taxidermées (plus quelques infographies). Son côté surnaturel est lui aussi tout-à-fait propre à susciter l'émoi qu'est l'enchantement. L'univers de cette vidéo est pourtant sombre, ce sont des ombres de loups qui grimpent nuitamment des escaliers, des clairs-obscur qui révèlent des chouettes troublantes, des fumées évoquant les brouillards des forêts hantées. Se plaçant au crépuscule, entre chien et loup, l'action se déploie d'une manière mystérieuse et inquiétante. Les sons des animaux nocturnes ajoutent à l'ambiance, sinon d'horreur, au moins d'épouvante. Cette vidéo flatte nos sensations (délicieuses, ici) liées à la peur. Mais peur esthétique, danger fascinant aussi de beauté. Ce faisant, le spectateur de ce teaser est en proie à la fois à la fascination pour la beauté totale présentée, mais ressent aussi l'ombre de la mort – il s'agit bien d'un musée de la chasse. Cela fait-il enchantement ? Nos publics adultes interviewés furent divisés sur le sujet, car une composante selon eux essentielle de l'enchantement, est le plaisir. Néanmoins, il peut y avoir un saisissement par la noirceur, dès lors que ses oripeaux savent parler à notre part sombre. Pour ces raisons, nous serions tentée de penser qu'un enchantement du mal est possible, même si rare. Et d'une manière générale, nous pensons que l'enchantement que nous avons appelé « marketing » ou « manquant de profondeur », l'est peut-être parce que de l'enchantement il ne conserve que les attributs esthétisés, poussés à l'extrême, et détachés du contenu potentiellement dangereux de l'enchantement. On fait l'impasse sur le sortilège et on ne garde que l'image féérique.

Il est inhabituel qu'un sujet maléfique puisse être tant sublimé qu'il paraisse acceptable de se laisser enchanter par lui. Il y a là une dimension éthique¹⁴⁰ du problème : il est moins valorisé par notre société de se laisser enchanter par la mort. D'ailleurs, l'interlocuteur Frédéric reprochait précisément cette sublimation de la mort d'animaux à ce teaser. D'après lui, on n'imagine pas tel procédé à propos d'un musée historique sur un épisode noir de l'histoire récente. Il faut que le sujet se prête à la mise à distance de la sublimation, et dans ce cas, un vrai ensorcellement peut avoir lieu si le reste de la présentation est aussi enchanteur.

¹⁴⁰ Au sens de Hegel : les usages, les mœurs.

D. Ce qui compte davantage que ce côté esthétique discutable, c'est, nous semble-t-il, l'ambiguïté, qui permet la re-présentation de soi. L'enchantement a lieu quand quelque chose « joue » en nous, quand il introduit un « libre jeu des facultés »¹⁴¹ au sens d'une harmonieuse variation de nos facultés qui pour ainsi dire s'enroulent autour de l'objet afin de nous faire ressentir sensations et intellections à la fois. A cet égard, la figure du double (à la fois ressemblant et dissemblant) est une figure archétypique de l'humanité, symbolisant ses doutes et ses réverbérations intimes.

Nous prenons pour exemple les marionnettes vietnamiennes. Ce sont des marionnettes sur l'eau, actionnées par des marionnettistes cachés du public. Elles sont mues sur fond de musique traditionnelle pour jouer des contes. Les représentations ont lieu la nuit tombée, les éclairages nocturnes ajoutant à la magie du moment, et les airs joués par des musiciens dramatisent l'expérience tout en la nimbant de culture traditionnelle. L'ensemble forme une expérience esthétique et sensorielle, un spectacle prenant mais bruyant, loin d'une expérience faite de calme et de sérénité.

Spectacle de marionnettes sur l'eau.



© Vietnam National Puppetry Theater

¹⁴¹ Kant, *Critique de la Faculté de Juger*, Analytique du beau.



Détail de marionnettes sur l'eau.

@onbeavoyage

Un des ressorts d'enchantement ici est l'impression de magie : on ne voit pas les marionnettistes, ce qui donne une impression de facilité, de pouvoir surnaturel. Les figurines inanimées se meuvent comme d'elles-mêmes, comme si elles vivaient d'une vie étrange. Mais en plus, les marionnettes sont des figures humaines : ce sont des images de nous-mêmes que nous observons. Il y a donc un effet de miroir à la fois esthétique et psychologique.

Les costumes des marionnettes font aussi penser à des poupées, c'est-à-dire au monde enchanté de l'enfance. D'une manière générale, les poupées jouent sur l'ambiguïté marionnette/aspect anthropomorphe : elles ressemblent et à la fois ne ressemblent pas à une figure tout-à-fait humaine. Cette ambiguïté est elle-même enchantresse car elle donne l'impression d'un mystère, d'une profondeur, qui donne à penser et a une forme de noirceur : qui est ce double troublant, et que peut-il me faire ?

Enfin, l'installation n'est pas immense et ne fait pas que jouer sur du spectaculaire, mais bien plutôt sur la notion de double et de magie, sur l'ambiguïté : qu'est-ce qui

fait humanité ? Autrement dit, il y a une vraie pensée, via l'activation de figures archétypiques, derrière ces représentations en apparence enfantines. Elles sèment le trouble et chatouillent notre intelligence, tout en emplissant nos sens.

Discussion de la place du sacré dans le musée moderne, et de son rapport à l'enchantement

Un point essentiel dans la conceptualisation de ce que pourrait être l'enchantement dans les musées du 21^{ème} siècle nous semble être d'assumer un réinvestissement dans une certaine dimension sacrée de l'expérience muséale.

Contrairement à ce qu'avance Walter Benjamin, il nous semble y avoir une pertinence du sacré pour penser le musée contemporain. Selon la thèse de cet auteur¹⁴², le sacré est la caractéristique de l'art cultuel, celui qui se confond avec le religieux. Suivant le progrès de l'histoire de l'art, il aurait donc disparu avec cet art religieux des origines, pour laisser la place à des formes d'art fondées successivement sur l'esthétique, la véracité et l'action.

Nous pensons au contraire que le sacré demeure central dans l'expérience de l'art, qu'il ne remonte pas à une expérience dépassée, mais qu'il est toujours actif. En revanche il faut le repenser, le ré-investir, afin de le projeter dans une optique d'expérience muséale contemporaine.

Un autre concept de la pensée de Benjamin qui nous semble fertile pour repenser l'attrait des musées est la question du « ici et maintenant », de l'authenticité. L'ici et maintenant peut être rapproché de notre concept de matérialité. Pour nous, la matérialité est la forme de présence charnelle, l'expérience d'une présence pleine et dense, qui caractérise la rencontre avec un objet muséal singulier. Appartiennent à ce type d'objet les objets qui ont une aura¹⁴³. C'est cette matérialité qui est au cœur du réenchantement muséal, c'est elle qu'il s'agit de réenchanter. Et ceci se fera en assumant que le sacré n'est pas mort, qu'il faut plutôt le recentrer.

¹⁴² Cf W. Benjamin, *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*.

¹⁴³ W. Benjamin, op.cit.

Donc il convient de réfléchir à la possibilité de maintenir la dimension sacrée, mais recentrée sur la transcendance de l'expérience.

Les injonctions faites aux musées depuis de nombreuses années vont dans le sens d'une prise en compte de la centralité des publics, de leur expérience prise dans sa globalité. Ainsi, le confort de visite doit être pensé ; ainsi, les publics doivent autant que possible être invités à une démarche de co-construction (des parcours, des visites, des médiations...), partant du principe que le savoir n'a plus à être descendant mais qu'il faut au contraire faire dialoguer et interagir les cultures - du musée et des publics. Cette centralité des publics n'a pour autant pas toujours été de mise, ainsi Madame De Paepe, directrice du musée d'Unterlinden, a expliqué la non association des publics à la rénovation du musée par la date où celle-ci a été pensée (2004) : à cette époque, on ne voyait pas les choses comme cela. Il y a des mouvements dans la direction des musées. Le mouvement actuel prend ses racines dans la volonté de faire venir tous les publics au musée ; comme le dit le « rapport de la mission musée du 21^{ème} siècle », c'est un enjeu démocratique. Pour ce faire, il faut que les publics soient associés, et non plus seulement invités ou instruits, dans les musées.

Que reste-t-il du sacré dans ces musées souhaités du 21^{ème} siècle ? L'espace muséal est repensé comme espace de vie, comme espace appropriable par tous. L'idée est d'abaisser aussi les barrières symboliques, justement, de « désacraliser le musée ». Cela rejoint l'intuition de l'interlocutrice Joan des publics adultes : elle déclarait emmener ses enfants très régulièrement au musée pour qu'ils n'aient précisément aucune peur d'y aller quand ils seraient plus grands. Sa pratique était pensée pour empêcher l'établissement, chez ses enfants, de l'obstacle symbolique.

Le musée est donc nettement invité à « descendre de son piédestal », à se désacraliser lui-même pour devenir un espace « comme un autre » - c'est-à-dire profane¹⁴⁴. Mais est-ce vraiment ce qui se passe, quand on rencontre une œuvre, et est-ce donc tout-à-fait possible ?

¹⁴⁴ Cf la distinction des espaces chez Mircéa Éliade.

Il nous semble que la rencontre d'un œuvre, même préparée par toute une série de médiations – il ne s'agit pas de revenir à la fulgurance malraussienne - a quelque chose de transcendant. C'est l'expérience d'un ailleurs, imaginaire, mythique, insituable, qui s'incarne dans un objet. Cet objet permet au visiteur de se laisser prendre pour aller ailleurs, d'expérimenter ce surpassement. Dans la rencontre avec l'œuvre qui nous enchante, il y a une part de révélation¹⁴⁵ : révélation que la matière peut être bien davantage que ce qu'elle n'est usuellement, qu'en elle s'incarnent le beau et toute l'épaisseur de l'histoire. Le sacré, qui est aussi cette expérience de surpassement, nous semble constitutif de l'expérience d'enchantement.

Pour autant, éliminer des musées certaines dimensions du sacré qui font peur est un choix possible et pertinent si l'on veut que tous y aient accès : ainsi la dimension écrasante, et la symbolique du dedans et du dehors¹⁴⁶. Il nous semble que ces caractéristiques des musées, qui en font des lieux impressionnants et symboliquement séparés, sont ce que les réformes actuelles veulent gommer. En effet, il faut selon ces orientations que chacun puisse s'appropriier les musées, que tous y rentrent ; et l'on peut se demander si ces barrières n'ont pas été érigées non seulement pour permettre une expérience esthétique et artistique plus profonde (celle que nous appelons enchantement), mais pour éloigner certaines populations, pour rester « entre soi »¹⁴⁷ et pour marquer une supériorité sociale.

Or l'hétérotopie chère à Foucault doit rester ontologique, et non sociale. Il s'agit de conserver au musée sa réalité (et non son statut) de lieu autre, car dans ce lieu, une autre expérience, l'expérience d'enchantement muséal, peut avoir lieu.

¹⁴⁵ Le mot « épiphanie » a d'ailleurs été mentionné par un des publics avec lesquels nous nous sommes entretenue (Pierre).

¹⁴⁶ Le profane reste forcément en-dehors de l'espace sacré, qui n'est pas franchissable. Sacré veut dire originellement « séparé ».

¹⁴⁷ cf les propos d'Axel Villechaize, qui soulignait que si le musée de Cluny se mettait à accueillir beaucoup de personnes moins habituées aux codes du musée, il faudrait faire attention à ne pas faire fuir les publics plus habituels de Cluny.

Sauf à perdre, à notre sens, tout intérêt, un musée doit rester sacré, mais au sens où il permet une telle expérience de sacralité. Cette expérience relève du sacré pour les raisons évoquées plus haut : expérience du dépassement de la matière (peinture, objet d'histoire, bloc de marbre sculpté, rose d'or...) par elle-même, surgissement de ce qui est « au-delà ». C'est ce que nous avons appelé la matérialité enchantée : celle où la matière n'est plus seulement elle-même, mais où elle nous transporte dans un ailleurs imaginaire, mythique, et de ce fait volontiers immersif ; mais où elle est en même temps « présente » d'une façon à nulle autre pareille. Nous sommes projetés ailleurs, et en ressentons un intense plaisir. Cette projection nous prend par la main et nous envahit, et nous y consentons avec délice. Dans le même temps, cette projection nous ancre dans la réalité autour de nous : l'on est fasciné par la texture, la couleur, la matière, la présence de l'œuvre ; et cette fascination nous attache à cette présence réelle. C'est une expérience d'enchantement, car l'on accepte de se laisser saisir par cette expérience de dépassement ; il y a un consentement délectable à se laisser guider de la sorte en des territoires inconnus, dessinés par les jeux mystérieux de notre imaginaire ; on laisse agréablement voguer sa liberté et sa conscience critique au fil de mises en scènes et de présentation d'objets dont on accepte qu'ils nous prennent par la main, même si l'on sait que ce sont des présentations et des narrations¹⁴⁸.

Pour toutes ces raisons, il nous semble que le musée doit rester le lieu d'une expérience d'une certaine façon sacrée, et qu'il le fera grâce au réenchantement, parce que le réenchantement fait fond sur cette sacralité repensée. Évidemment, les leviers de l'enchantement sont bien plus nombreux ; néanmoins, il nous semble que si l'on veut penser un enchantement qui évite l'écueil du pur marketing, il faut garder à l'œuvre une part de dépassement et de mystère.

*

¹⁴⁸ Ce faisant, cette attitude d'adhésion temporaire est tout-à-fait contraire à la forme post moderne de conscience, qui ne laisse jamais aller. Il y a ici comme un abandon à une forme d'enchantement enfantin.

Comment alors incarner cet enchantement dans l'expérience des visiteurs ? Que leur proposer ?

2° D'un point de vue expérientiel

Comment donc réinjecter du sacré à l'époque de la reproductibilité technique¹⁴⁹ et du numérique ? Notre conviction est que les visiteurs ne demandent pas mieux que d'être éblouis, qu'il y a un vrai potentiel de lâcher-prise. Il faut alors les amener à cette acceptation de l'enchantement.

A. Le numérique par exemple, est souvent vu comme un moyen de générer des mondes magiques et oniriques. Il est peut-être même appelé à la « rescousse » pour générer du spectaculaire et attirer les foules¹⁵⁰.

Pour autant, il nous semble que son apport est plus ambigu. Multipliant les images¹⁵¹, il accélère encore terriblement la reproductibilité pensée par Benjamin (déjà théoricien du cinéma). Mais il crée aussi une millefeuilleisation de la réalité : on peut retravailler les images, les enrichir de réalité augmentée, tronquer, recomposer, poster, retoucher... le numérique va encore plus loin dans l'attaque de la densité unique de l'œuvre regrettée par Benjamin. On joue davantage, mais cela ronge la dimension « ici et maintenant », cette apparition de l'œuvre.

Le numérique n'est pourtant pas un ennemi, puisqu'il permet justement de poétiser la réalité, de la rendre polysémique et belle. Un des leviers d'enchantement, comme nous l'avons dit, est la perception par le spectateur d'une magie : il ne voit pas les ficelles (ou accepte de ne pas les voir) pour se laisser emporter par l'idée que ce qu'il voit est de la magie. Le numérique a des capacités, telles que créer des images qui se

¹⁴⁹ Expression de Walter Benjamin.

¹⁵⁰ Hypothèse de l'interlocuteur Pierre. C'est aussi une question que nous avons posée à Antoine Roland.

¹⁵¹ Une réflexion autour des images nous semble être celle, depuis le début de son œuvre, de Michael Haneke, mais qui s'est faite particulièrement aiguë et actuelle dans son film *Happy End*. Les écrans sont le lieu où les personnages se dédoublent autant qu'ils se révèlent, où ils disent ce qu'ils ne diront jamais dans la « vie », où ils dévoilent leur nature profonde tout autant qu'ils multiplient les angles de vue.

multiplient ou se construisent (cf Artistes et Robot), animer des hologrammes (cf l'exposition de minéralogie, ou celle sur les météorites, au Muséum national d'Histoire naturelle) et l'ensemble avec un rendu volontiers brillant, lumineux, qui nous projette facilement dans un monde d'apparence magique. Or la magie réintroduite, ça marche pour ainsi dire toujours : nous pensons ici aussi bien l'Atelier des Lumières qu'à *Au-delà du réel* de Team Lab, exposition d'art numérique à La Villette.

Cette dernière exposition nous a semblé à la fois pensée dans le sens d'un onirisme et d'une magie maximale, tout en se heurtant aux limites de l'expérience réelle. Elle illustre ainsi la difficulté à tenir la promesse d'enchantement quand on parie sur un pur dispositif numérique, immersif et onirique.

En effet, Team Lab avait construit un monde de rêve, musicalement habité. La pénombre favorisait l'immersion, car elle créait un mystère et empêchait d'être distrait par le détail des autres visiteurs, dont on ne distinguait pas vraiment les traits. On se mouvait donc dans un univers de silhouettes, ce qui laissait la place à l'imaginaire. Nous avons vu que le fait de laisser la place à l'imaginaire est central dans l'enchantement, car ce dernier vient autant du public que du dispositif : sont enchantés les publics qui co-construisent (paradoxalement) ce lâcher-prise, via les divagations de leur imagination. L'enchantement est foncièrement libre, et c'est ce jeu qui le crée. Sans jeu, pas d'enchantement, mais de la contrainte et des publics qui se sentent forcés¹⁵².

Les œuvres présentées étaient non réalistes, causant aussi par là une impression onirique : le visiteur déconnectait par rapport au monde extérieur. Le protocole pour rentrer avec un vestibule et une tenture, s'il permettait de bien retenir le noir à l'intérieur de l'exposition, créait aussi une impression de séparation du monde extérieur, et de cérémonie pour entrer. De plus, les œuvres évoluaient dans le temps, au cours d'un cycle qui durait une dizaine de minutes. Cette cyclicité et cette évolution faisaient penser à celle de la vie - d'ailleurs l'endroit le plus photographié était celui qui représentait l'image d'une cascade qui se couvre de fleurs et

¹⁵² Cf notre passage sur le marketing de l'enchantement de Guy Kawasaki.

d'arabesques roses au cours du cycle. Les grands schèmes de l'imaginaire, les éléments naturels, l'eau... les archétypes vitaux et naturels étaient convoqués, ce qui donnait une dimension élémentaire à cette partie du dispositif. On était immergé dans une nature, mais non naturelle, recréée par l'art numérique. Cet appel à la cyclicité, au recommencement éternel, à la nature idéalisée et aux valeurs de la vie, tous ces éléments sont des archétypes et aussi des éléments du sacré.

La pièce la plus réussie à notre sens est celle où des personnages japonais en hologramme flottaient dans une pièce tapissée de miroirs. C'est là qu'on entrait le plus dans un autre monde : en plus de l'obscurité, les miroirs faisaient perdre les repères spatiaux de profondeur. Les images qui tremblaient causaient une impression fantomatique. C'étaient d'ailleurs des images humaines, mais sans l'être vraiment¹⁵³. Leur représentation était plus proche de l'estampe et elles se présentaient en apparitions lumineuses de différentes couleurs proches de l'aquarelle. Cela mêlait l'art et ses codes à une expérience nouvelle car immersive et baignée d'étrangeté. La lumière parcimonieusement répartie mais intense quand elle était là jouait sur le manichéisme obscurité/lumière et dramatisait la scène. De plus elle convoquait l'imaginaire lié à ces deux éléments (pureté et vérité vs danger et mal, par exemple). Le côté anthropomorphe mais distancié des personnages créait un jeu de fascination/répulsion, causé par la vision de ces autres qui nous ressemblent tout en étant différent, ce qui est toute l'ambiguïté et la richesse de l'altérité. La musique étrangère et comme scandée, ses paroles en japonais qu'on ne comprenait donc pas, renforçaient le mystère et ce faisant la fascination. On retrouvait ici la perte de repères corporels et notamment spatiaux, qui est partagée par toutes les expériences immersives.

La réception des publics montrait que beaucoup se laissaient subjugués. De nombreux groupes ou couples restent longtemps, assis, à regarder. Beaucoup de photos, et notamment des portraits, étaient pris, ce qui montrait que l'exposition était aussi vécue comme un décor, et que l'on tentait de s'assimiler son caractère spectaculaire pour nourrir ses propres narrations de soi, sur les réseaux sociaux notamment.

¹⁵³ Ici aussi le thème du double d'apparence « humaine ».

Quelques questions se posent tout de même : dans quelles mesure cette installation était-elle vécue comme un pur décor par certains publics ? Les enfants jouaient, certains visiteurs donnaient l'impression de regarder sans regarder : était-ce encore de l'art ? Ou simplement une distraction esthétique ?

Par ailleurs et de manière plus originelle, il nous a semblé qu'il y avait une certaine fragilité chez ces dispositifs tellement oniriques qu'ils semblent dématérialisés : tout accroc dans les nécessaires dispositifs matériels rappelle le prosaïsme du réel et fait sortir de l'apesanteur de l'enchantement. Dans le cas de Team Lab notamment, on apercevait la moquette et ses raccords sous certaines couleurs de lumière. Les murs ployaient sous le poids des corps quand on s'asseyait contre eux, ce qui obligeait à faire attention et finalement à se contenir. L'aisance du corps doit être parfaite, et pour enchanter, on ne doit pas demander au visiteur de faire l'effort de ne pas voir les petits défauts. C'est par définition une expérience qui doit être « flawless », « seamless » - sans défaut ni couture. Pour ce type d'expérience, il faut s'approcher de la dé-corporéisation, ce qui finalement est assez difficile et coûte très cher. Dans le choix de cette méthode pour enchanter ses publics, la beauté comme la difficulté résident dans l'ambition d'incarner le rêve en faisant totalement oublier le corps. Pour cette raison entre autres, nous pensons que les résultats risquent de ne pas atteindre les objectifs voulus.

Il demeure que le numérique a tendance à impressionner. Voire à enchanter. Au regard de sa nouveauté, et des capacités qu'il permet de matérialiser, il peut paraître en lui-même « magique ». C'est donc aussi la fascination pour la science - pour la « fée électricité¹⁵⁴ » déjà en son temps – qui explique l'enchantement qu'il peut causer pour ainsi dire de lui-même, sur certains publics. Les visiteurs qui se laissent prendre sont ceux qui acceptent de retomber comme en enfance : ils savent bien que ce n'est pas de la magie, mais ils acceptent de faire comme si, comme les enfants qui jouent « On disait que... »¹⁵⁵. Le numérique, parce qu'on n'en comprend (en général)

¹⁵⁴ Expression apparue pour l'exposition universelle de 1900. Pour la postérité du vocable : <https://www.mots-surannes.fr/?p=13503>

¹⁵⁵ « Dans tout homme véritable se cache en lui un enfant : un enfant qui veut jouer ! » Friedrich Nietzsche, in *Ainsi parlait Zarathoustra*.

pas les mécaniques, et que ça impressionne, éveille des envies d'émerveillement enfantin. Pour autant, l'enchantement n'est pas que de l'émerveillement, raison pour laquelle une seule débauche de moyens techniques ne garantit pas l'enchantement : il faut que cet émerveillement ait entre autres la profondeur créée par cette latitude où le réel et son double¹⁵⁶ se mettent en branle et entretiennent des interprétations multiples. Il nous semble aussi que la dimension corporelle de l'expérience d'enchantement est centrale.

B. En tout état de cause, il nous semble que l'on peut retenir de ces analyses d'expériences d'art et de médiations numériques qu'il convient, pour enchanter, de dé-trivialiser la matière, tout autant que de jouer sur le temps et l'espace pour entrer dans une réalité autre.

C'est pour la première de ces deux raisons que nous avons étudié la médiation mise en place par le musée des arts décoratifs au musée Nissim de Camondo¹⁵⁷ : celle qui consistait à faire chanter les oiseaux de services de porcelaine nommés « les services aux oiseaux Buffon ».

Il s'agissait d'une médiation numérique, mais considérablement plus modeste qu'une exposition entière comme Team Lab ou L'Atelier des Lumières. En effet, il s'agissait d'une application téléchargeable sur smartphone. Elle fut développée par des étudiants et proposée au musée des arts décoratifs en 2011. Le but était d'animer sensoriellement une des belles pièces du musée Nissim de Camondo, à savoir les services de porcelaine dits « aux oiseaux Buffon ». Ces services, qui comptent de très nombreuses pièces, sont décorés par les oiseaux de la classification Buffon, d'où le nom qui leur est donné. Ils sont exposés dans une petite pièce meublée sur tous les murs de vitrines, à décor de bois blanc décoré. L'application permettait de pointer un oiseau, et alors on entendait son chant, cependant qu'une fiche reprenant les illustrations de Martinet¹⁵⁸ s'affichait sur l'écran. Chaque représentation d'oiseau

¹⁵⁶ L'expression est de Clément Rosset.

¹⁵⁷ C'est Antoine Roland qui a porté ce dispositif, disparu, à notre connaissance. Nous remercions également Catherine Colin de nous en avoir parlé.

¹⁵⁸ Ingénieur et dessinateur du XVIIIème siècle qui renouvela la représentation ornithologique.

étant unique, on pouvait entendre les chants des 350 oiseaux différents, tout en identifiant les volatiles.

Cette application a disparu depuis, par manque d'entretien.

Néanmoins, on peut noter qu'elle était sensorielle, d'un sens qui n'est pas assez souvent mobilisé dans les musées : l'ouïe. Les musées sont d'ordinaire les lieux d'un silence concerné. De plus, ce qui était donné à entendre était mélodieux, harmonique. Cela évoquait la nature, force mystérieuse dont on peut avoir la nostalgie. Il y avait un caractère ludique, à toujours découvrir un chant inattendu, et l'on pouvait passer d'un oiseau à l'autre. D'où d'ailleurs un côté presque démiurgique : l'acte simple d'appuyer sur un bouton donnait vie à l'inerte, au bidimensionnel, on animait d'un coup la matière. Enfin, le côté intellectuel et didactique était assuré par les planches illustrées des aquarelles de Martinet, qui en plus d'une représentation d'époque déjà enchanteresse en elle-même en ceci qu'elle convoquait le passé dans le présent, offrait un descriptif et des explications sur l'oiseau. On s'adressait donc aux sens et à l'intellect.

Ce qui nous semble, c'est que le côté enchanteur¹⁵⁹ est créé par plusieurs facteurs, qui ici se cumulent et se faisant se renforcent. Premièrement, le fait de faire venir quelque chose à la vie, de ramener le passé dans le présent ou d'évoquer des entités immémoriales telle la nature, nous semble très susceptible de faire naître l'enchantement, précisément parce qu'alors, le visiteur fait une expérience qui le dépasse, qui le rattache à des ordres de réalité plus grands. Cela évoque, ici encore, les travaux d'Eliade sur le sacré comme dépassement. En outre, le procédé fait naître des sentiments de fascination, mais aussi de nostalgie (la nature, le passé), ou de puissance (faire naître la vie). Enfin, cela mobilise l'imagination, dont nous avons parlé avec Bachelard.

Deuxièmement, l'aspect esthétique et sensoriel est aussi de nature à saisir les spectateurs de ce qui est bien un spectacle offert à leurs sens – et à leur imagination.

¹⁵⁹ Pour autant, cette appréciation ne semble pas partagée par tous nos interlocuteurs du public « adultes » : beaucoup la trouvent trop petite, « anecdotique ». A rebours, la conservatrice d'Unterlinden fut immédiatement séduite par l'idée. Tout se passe donc comme si cette poésie – pourtant reconnue par certains de nos publics « adultes », mais jugée insuffisante – touchait plutôt ceux dont c'était déjà le métier.

L'harmonie et la beauté sont de forts vecteurs d'enchantement, et la mélodie en particulier fait naître la rêverie.

Mais en effet, le fait de proposer ce dispositif sur des assiettes pouvait, du point de vue des publics, trivialisier la chose. De plus, le dispositif était effectivement modeste : les publics sont habitués à plus.

Pour autant, la même chose va être faite avec la salle des horloges, qui est déjà en elle-même fascinante (rythme des objets dorés sur les murs, jeux de lumière, élégance du lieu, beauté des couleurs, position du visiteur dans l'espace, on a même l'impression qu'elles nous regardent).



Salle des horloges au Musée des Arts Décoratifs (MAD).

Photo : @valadestephanie

Notre avis est qu'il y a des réels qui, notamment par leur répétition un peu hypnotique ou en tout cas mystérieuse, gagnent à être enrichis grâce à la réalité augmentée. Il s'agit par là de leur ajouter alors de la sensorialité, paradoxalement de l'incarnation, pour les faire gagner en poésie. L'enchantement repose alors sur le ravissement qui vient d'un réel aussi riche en beautés, aussi chargé et lourd en excellences. Le visiteur est impressionné par un réel tellement supérieur en esthétique et en profondeur à celui de tous les jours. En cela, on s'approche d'un caractère du sacré : donner à vivre une expérience hors de la quotidienneté, quelque chose d'exceptionnel, de séparé de la médiocrité¹⁶⁰.

¹⁶⁰ Au sens étymologique du mot : ce qui est dans la moyenne.



Un musée qui fait le pari de poétiser ses matières et de créer un lieu enchanté déconnecté de la quotidienneté, c'est le musée de la chasse et la nature. Et précisément, lui le fait sans recours massif au numérique. Il joue sur les textures, les lumières, et les tentures qui cachent le monde extérieur pour créer une réalité alternative luxueuse, baroque et insolite, où les sens plaisent à s'immerger¹⁶¹.

Exemple de salle cossue, la salle du cerf et du loup.

Photo : @valadestephanie

Le musée de la chasse et de la nature actionne les ressorts du merveilleux, du fantastique, parfois même de l'horreur en assumant le côté un peu terrifiant des animaux empaillés. Mais cette mort pourtant représentée s'inscrit dans un écrin fantastique, composé à la manière d'un cabinet de curiosités, collectionnant meubles précieux, coquillages et œuvres d'art en métal, en cristal... la matérialité dans tout ce qu'elle a de plus riche, de plus divers et de plus « plein » est convoquée à chaque pièce, les unes plus chargées que les autres. L'œil ne sait où se poser tant il est flatté par cette accumulation d'objets attirants par leur caractère étrange autant que beau et



Petit secrétaire de curiosités.

Photo : @valadestephanie

¹⁶¹ Et pour le coup, là tous les publics qui connaissaient ce musée étaient d'accord sur ces caractéristiques, même le public « adulte » Frédéric qui ne trouvait sa promesse malhonnête, précisément parce qu'elle sublimait la mort.

ayant toute l'épaisseur d'une incarnation très matérielle. Les œuvres remplissent tout l'espace jusqu'au plafond, dont tombent par exemple des bois de cerf stylisés en métal, ou qui sont tapissés de torsos et têtes de chouettes, dont les plumes couvrent tout le plafond de la pièce.



La salle de la chouette.

Photo : @valadestephanie

Loin d'être une reconstitution épurée, il s'agit d'un musée très « terrien », offrant à voir (et on a envie de toucher) tous les produits de la terre. Ce musée reprend les éléments fondamentaux : animalité, vie, mystère, terre, cuir, bois, mort, et même vie après la mort (via la naturalisation)... Outre la vue et le quasi-tact, l'ouïe est sollicitée via des animations sonores : les sens sont saturés d'impressions, mais le tour s'organise pour ainsi dire miraculeusement dans une narration autour du relais de chasse ou du cabinet de curiosité que le musée reproduit.

Le musée de la chasse et de la nature offre un exemple assez typique (bien que sans doute difficilement reproductible) de ce que nous appelons une matérialité enchantée : des objets ayant toute l'aura de leur incarnation, mais « twistés » pour s'insérer dans une narration extra-ordinaire, magique. Cette matérialité enchantée fait donc fortement appel à la sensorialité, mais le caractère décalé des objets présentés en appelle aussi à l'intellect via des sentiments d'étonnement, de fascination, d'interrogation.

Ce musée nous semble reprendre pleinement l'idée selon laquelle enchanter est

proche du charme, du sortilège: il s'agit de raconter des histoires, où l'on a l'impression d'avoir une place. L'enjeu est de montrer l'ambiguïté du réel, le jeu, la matérialité, la spiritualité, le mystère... et une dose de noirceur.

Enfin, le parcours se termine par une note humoristique via le faux trophée d'ours blanc animé, qui grogne quand il est actionné par le gardien de salle. L'objectif pour réussir un enchantement, n'est-il pas de « proposer un parcours instructif, esthétique et néanmoins ludique »¹⁶² ?

Notre avis, est que l'enchantement passe souvent par le fait d'être dans un beau lieu, pour qu'il y ait correspondance et comme résonnance entre ce qui est présenté et ce qui présente (expérience totale). La correspondance des beautés donne sens au récit: le beau raconte le beau, il y a une cohérence esthétique qui soutient la narration en faisant monde. Cette omniprésence emporte dans le rêve.

*

Quelles sont enfin les pistes de préconisations que nous pouvons avancer sur un plan communicationnel ? Comment communiquer à propos d'un musée repensé de cette sorte ?

3° D'un point de vue communicationnel

À la lumière de nos entretiens adultes, il nous semble qu'il faut éviter d'afficher la promesse d'enchantement, qui est vécue comme maladroite. L'enchantement ne saurait en effet se décréter, cela pourrait paraître une tentative de régenter les cœurs.

¹⁶² G. Vidal, op.cit., p. 69 – sorti de son contexte exact, à propos du musée historique de Strasbourg.

L'enchantement est librement consenti et non extorqué, pour faire vivre une expérience muséale ensorcelante. Pour autant, faut-il maintenir la promesse d'une « expérience » ? Que promet-on quand on promet une expérience ?

La notion d'expérience renvoie à celle de parcours ; une expérience, c'est l'histoire émotionnelle d'une visite : elle répond à la question « par quelles émotions suis-je passé à chaque moment ? » On pourrait ainsi dessiner une carte émotionnelle de la visite, et tous les souvenirs seraient enracinés là-dedans. Or, à notre avis, il faut davantage jouer avec la mémoire tant celle-ci a déjà des fonds en elle¹⁶³. Le visiteur ne part pas « de rien », et tout visiteur est unique. N'est-il pas réducteur de vouloir les faire passer tous par les mêmes états ? Ne faut-il pas permettre au visiteur d'écrire sa propre histoire ?

De plus, l'expérience est une notion marketing, proche de la manipulation. Or un musée réenchanté ne veut pas manipuler, mais proposer de prendre par la main pour offrir une invitation au voyage.

Mais alors, que mettre à la place ? Nous pensons qu'il faut mettre les valeurs, l'activité (valeurs de la génération Z notamment) en avant ; mais aussi le rapport à une réalité renouvelé (commun aux « adultes » et aux Z). Ce qu'il faut promettre sans doute, c'est un espace et un temps de jeu, avec soi-même (son identité, son histoire) et avec des objets bien ancrés dans leur ici et maintenant. Mais il faut que la communication autour de ces valeurs soit sincère, car nul n'est plus réticent à venir que celui qui se sent joué. On peut communiquer de manière mystérieuse, mais pas parce que ce serait un ressort qui marche : parce que le jeu auquel le musée nous invite nous amène en des contrées infréquentées de notre imaginaire, qu'il y a une part de voyage.

En revanche, la communication doit faire fond sur des valeurs esthétiques et oniriques, c'est d'ailleurs le type d'enchantement que nous avons favorisé. En outre,

¹⁶³ cf par exemple Geneviève Vidal, op.cit., p. 83 : « Entre le sensible et le rationnel, la posture des visiteurs-usagers les conduit à puiser dans leurs expériences culturelles et communicationnelles, qui donnent sens à leur visite et leurs usages multimédias dans l'exposition », pour l'intrication entre capital culturel et expérience muséale numérique. Le même diagnostic nous semble pouvoir être fait pour les médiations non numériques.

un musée ne peut perdre son ADN de musée sans être trompeur dans sa promesse : il lui faut assumer son côté culturel.



En ce qui concerne les adolescents de la génération Z, les musées doivent, pour cette génération, être non superficiels et réalistes. Un musée qui n'apporterait pas un sens profond ne marcherait pas avec cette génération. Mais il convient d'être honnête et transparent sur ses valeurs, car ils ne seront pas dupes et achètent par conviction.

Les jeunes de la génération Z aiment participer, co-crée et être actifs, à la manière de leur goût pour l'entrepreneuriat. Pour entrer en contact avec eux, les faire agir ou fabriquer quelque chose est un bon point d'entrée. En ce sens, l'offre du Pass Culture du musée Delacroix qui consiste à aider un conservateur, est susceptible de leur parler. Les lab de fabrication sont aussi de bonnes idées.

A cet égard, soulignons que l'exemple fut donné lors de la journée « en attendant l'ado » du musée américain le LACMA, à Los Angeles, qui surfe sur la tendance américaine qui consiste à faire des musées des tiers lieux pour les jeunes, ou encore du Virginia Museum of Fine Arts, qui forme les jeunes (rémunérés certes, mais en échange d'un programme très contraignant). Cette dernière initiative toutefois trouve sa place dans le système de recrutement universitaire des Etats-Unis, où les activités et responsabilités donnent du poids à la candidature.

Enfin, une initiative qui mérite à notre avis d'être considérée, est celle nommée « Museum in a box – Object-oriented experience design for museums »¹⁶⁴, qui permet, partout dans le monde, de toucher des répliques des œuvres. Un des choix fondamentaux de ses créateurs¹⁶⁵ était de mettre au point un dispositif sans écran – bien que très digital et relié à internet pour fonctionner - permettant l'expérience du tact, plus à même selon eux de développer une connexion plus forte avec les objets. Partant du constat qu'une large part des collections n'est pas exposée, et que les sites internet des musées, tout en cherchant toujours plus d'audience, en disaient peu au regard de leurs ressources tout en restant trop « passifs », les créateurs de ce « musée dans une boîte » réhabilitent le contact direct avec l'œuvre. Via une copie certes, mais que l'on peut toucher – frustration souvent entendue de la part des personnes fréquentant les musées¹⁶⁶ – ce qui pose au passage la question de l'authenticité d'une expérience muséale : le contact ne peut-il avoir lieu qu'avec l'objet réel ?

Les espoirs finaux du dispositif, tels qu'exposés dans une vidéo de présentation sur leur site, sont de rendre les utilisateurs acteurs, en devenant les conservateurs de leur propre collection, et de fonder « quelque chose comme Spotify, mais pour les musées »¹⁶⁷.

¹⁶⁴ <http://www.museuminbox.org>

¹⁶⁵ Il s'agit d'une start'up londonienne, qui veut apporter les musées à l'école.

¹⁶⁶ Cf par exemple l'interlocutrice Joan.

¹⁶⁷ <https://player.vimeo.com/video/191509240>

Le mot de la fin revient selon nous à la conférence Museum connections : « Keep it real and add some magic ! ». Cela nous a bien sûr fait penser à l'enchantement, qui consiste à ne pas voir la réalité seulement de manière tautologique (réel = réel), mais à lui ajouter des dimensions supplémentaires, qui sont comme autant d'invitations.

CONCLUSION

Au terme de notre recherche, nous pouvons donc répondre aux trois hypothèses posées d'emblée.

La première hypothèse se vérifie en ce sens que l'on peut effectivement penser un enchantement qui ne sera pas qu'un pur spectacle. Cet enchantement sera celui qui articulera la sensorialité, les émotions, la corporéité, et l'intellect. Il nous est paru bien possible de réaliser un tel enchantement, notamment via nos études des musées du corpus principal, ou des expositions et autres musées convoqués. Cet enchantement est certes exigeant, mais il donne au spectateur l'opportunité d'un jeu, jeu avec la réalité et jeu avec lui-même. Il nous semble qu'en appelant à la sublimation de la beauté des lieux (nous avons à de nombreuses reprises parlé de la richesse en beauté(s) des musées enchanteurs), tout autant qu'au maintien du mystère voire d'une part moins inoffensive de charme, en faisant tout cela l'enchantement permet de réenchanter les musées, et de ce fait, de parler aux visiteurs.

En effet, les musées se réinventent beaucoup depuis les années 70. A l'heure actuelle, cette réinvention est notamment très numérique. Cette technique permet de mettre en place des installations et des dispositifs immersifs ou spectaculaires, au point que parfois, l'on peut se demander s'ils ne sont pas recherchés pour eux-mêmes (Serge Chaumier, Pantxika De Paepe, Florence Berlaën).

Pour répondre à la seconde hypothèse, nous avons au contraire axé, au fur et à mesure de nos recherches, nos travaux sur la matérialité (que nous avons appelée « enchantée), sur les objets et leur présence. Il nous est en effet apparu que l'on obtiendrait la subjugation, l'adhésion, la joie, l'émerveillement et la délectation des publics (qui sont tous des ingrédients de l'enchantement), grâce à une présence des objets mis en valeur dans leur matérialité. Car la matérialité a ceci de troublant qu'elle nous ramène à des questions très mystérieuses, elle est une présence opaque et inexplicable au fond. La matérialité que nous appelons de nos vœux est à la fois cette présence physique, et le mystère ontologique d'un objet qui est un

surpassement d'être. En ceci, la matérialité « enchantée » par ce trop-plein d'être permet bien de ré-actualiser la question du sacré. Nous pensons qu'il faut réinvestir cette notion pour approfondir encore la réflexion muséale. Il ne s'agit pas de rendre le musée « sacré » - il faut bien plutôt décomplexer les publics pour que les obstacles symboliques à leur visite tombent. Il s'agit de repenser le caractère sacré des objets mêmes. Et cela n'implique aucune croyance (puisque sacré et religion sont deux choses bien différentes), et partant aucune laïcisation. Il s'agit tout au plus de prendre acte de l'appétit anthropologique de l'homme pour le sacré. C'est un ordre de réalité dont il aime faire l'expérience, dont il a le désir. Nous trouvons que les œuvres ou objets muséaux sont en eux-mêmes des objets qui surpassent l'expérience commune ; que devant tant de talent, de sens, voire de beauté (mais ce n'est pas obligatoire), le sens du sacré est justement éveillé. Il nous semble donc que mettre en avant, repenser, réinvestir ce sacré présent « dans » l'objet, est une manière d'approfondir, encore plus qu'elle ne l'est déjà, l'expérience des visiteurs, et que cela est de nature à les captiver et à les faire venir.

Cela nous permet de répondre à la troisième hypothèse : ces mêmes publics, que nous avons interrogés, ont des propos ambivalents sur l'enchantement. Ils sont à la fois demandeurs de participation et de critique dans leur visite – la médiation participative est maintenant bien acquise, et les publics plutôt cultivés avec lesquels nous nous sommes entretenue ne se voient autrement que sélectifs et critiques – et capables de se laisser subjugué. Il y a une ambiguïté (entre autres) dans l'enchantement, que l'on retrouve dans ces publics : c'est le tiraillement entre un pôle passif (se laisser prendre par l'enchantement, être pris par la main...) et un pôle actif (il faut consentir à cet enchantement, le public veut être acteur de sa visite). De plus, les visiteurs sont à la fois « réalistes » (au sens postmoderne du terme que nous avons défini en ouverture de ce travail) et capables de se laisser charmer.

Nous pouvons dès lors répondre à notre problématique : notre conviction est que ce concept, l'enchantement, ainsi que le réenchantement que d'après nous il permet, sont en effet riches d'ambiguïtés. Mais loin de poser problème, ce qui ne serait le cas que si l'on cherchait une réalité monolithique, il nous semble qu'il serait adroit de la

part du musée de tirer parti de ces ambivalences. En effet, une autre notion sur laquelle nous avons insisté est celle de jeu. Les visiteurs modernes jouent – avec leurs représentations d’eux-mêmes, avec leurs conceptions du monde par exemple. Toute conscience, de soi comme du monde, est un jeu en ce sens qu’elle dédouble ce qu’elle considère et qu’elle introduit de l’espace, « du jeu », dans des réalités qui sinon seraient indifférenciées. Or le musée a pour vocation d’éduquer, de donner à penser, de proposer des pistes pour co-construire du sens. Il est par excellence le lieu du jeu, mais un jeu pas forcément « ludique », un mouvement plutôt, par où les spectateurs peuvent replacer objets et discours dans les contextes qui font sens pour eux et qui les aident à se construire eux-mêmes.

Donc il nous semble que, pour complexe et en apparence théorique qu’elle soit, la notion d’enchantement, et le réenchantement qu’elle permet, sont des notions fécondes pour le musée au 21^{ème} siècle.

Ce n’était pas évident au début de notre recherche, où nous nous demandions si l’enchantement n’était pas « qu’un mot », une coquetterie conceptuelle. De plus, les mots « enchantement » ou « réenchantement » n’étaient pas utilisés spontanément par les acteurs du secteur, et qu’ils pouvaient même être accueillis avec circonspection quand on les suggérait. Cela dévoile le peu de reconnaissance du mot : mais cela devait-il l’invalider ?

Mais en observant les déclarations des uns et des autres, il nous est apparu que même s’il n’était pas prononcé, et sans doute même pas pensé, ses éléments pouvaient être mobilisés pour réfléchir ce que nous voyions ou entendions.

En effet, les notions d’enchantement et de réenchantement sont fertiles.

Parce qu’elles permettent de penser avec un « pas de côté » des questions essentielles, comme par exemple « comment éduquer l’homme postmoderne, par exemple, qui ne croit plus aux discours d’autorité ? » ou encore « comment répondre aux défis de la spectacularisation de la société ? ».

Parce que ce faisant, elle permet au musée de se repenser, ce qui est une part qui nous semble essentielle de son activité.

Parce qu'elles peuvent aider à trouver des angles pour parler aux publics modernes, nous pensons ici aux adolescents, que nous aurions, pensons-nous, étudiés davantage avec beaucoup de fruit.

Pour autant, il nous semble évident qu'il n'est pas facile d'incarner ce concept plutôt abstrait dans la réalité différente et parfois modeste des musées en général. Il faudrait une autre étude pour étudier comment incarner l'enchantement dans divers types de musées.

Dans ce parcours de recherche, plusieurs méthodes ont été approfondies et affinées. Tout d'abord, afin d'éviter un caractère trop abstrait du mémoire, nous avons fait le choix de mener un nombre significatif d'entretiens. Il nous a semblé qu'il était de prime abord difficile de poser des questions réellement ouvertes aux personnes interrogées, sans tenter de les aiguiller. Par ailleurs, le traitement réflexif de ces entrevues fut aussi d'une facilité inégale selon les interlocuteurs. Concernant la partie théorique, nous avons dû apprendre à donner davantage de place à des « états des lieux » sur les grandes notions mises en jeu, plutôt que de se fonder sur un point de vue jugé d'emblée fertile. Il nous a aussi fallu travailler à raccorder hypothèses et méthodologie retenue.

D'une manière générale, nous avons appris qu'il fallait constamment rééquilibrer les apports théoriques et de terrain du mémoire, notre tendance nous portant vers la théorisation ; et qu'un travail en dialogue (abondamment pratiqué dans ce mémoire) était un bon antidote à cette tendance « naturelle ».

Il nous semble néanmoins que des axes pourraient être suivis pour continuer la recherche entreprise ici :

- il serait sans doute pertinent d'affiner la recherche sur les publics, que nous avons circonscrite faute de temps. Les publics « adultes », par exemple, cela reste très général ;

- il serait notamment bon de questionner spécifiquement les publics des musées d'art et d'histoire, afin que les expériences relatées et réfléchies soient uniquement celles du corpus de musées considéré ;
- il serait aussi intéressant de travailler davantage sur les publics adolescents, car ce sont les publics de demain ;
- nous pourrions aussi nous demander quel est l'usage des technologies (comme nous avons vu avec les serious games ou le transmedia, par exemple) dans les différents publics, et si les publics adolescents notamment demandent ce type de médiation ou s'ils sont bien « offline » comme l'ont théorisé les intervenantes du salon Museum Connexions, et si cet usage est nécessaire à l'expérience d'enchantement ;
- nous demander spécifiquement si le numérique rapproche des œuvres ou au contraire les éloigne en n'en faisant qu'un « décor » à une expérience centrée sur autre chose, et donc si l'enchantement qu'il propose est muséal ;
- il serait aussi intéressant de décliner l'enchantement selon les types de musées, avec à l'horizon la question de l'unité (ou non) du concept ;
- enfin, l'on pourrait travailler à décliner l'application du concept d'enchantement selon les musées, afin de montrer encore davantage, par son incarnation, sa faisabilité et sa pertinence.

BIBLIOGRAPHIE

➤ Sur les images d'Epinal du musée

- Citations de Luis Pons (plasticien français né en 1927)

<http://eveve.lefigaro.fr/citations/louis-pons>

- Article du parisien sur la réouverture du musée de l'Homme

<http://www.leparisien.fr/loisirs-et-spectacles/ca-peut-rajeunir-notre-image-13-10-2005-2006377962.php>

➤ Sur la muséologie

- Cf Florence Berlaën, « L'immersion dans les musées de sciences : médiation ou séduction ? », in *Cultures et Musées*, n°5, 2005. *Du musée au parc d'attractions : ambivalence des formes de l'exposition (sous la direction de Serge Chaumier)*, pp. 91-110.

- Serge Chaumier, « La nouvelle muséologie mène-t-elle au parc ? », *Expoland. Ce que le parc fait au musée : ambivalence des formes de l'exposition. Complicités*, 2011.

- Sébastien Magro, « Les logiques participatives en muséologie aujourd'hui », article en ligne sur le blog de l'auteur

<https://blog.sebastienmagro.net/2012/12/15/les-logiques-participatives-en-museologie-aujourd'hui-enjeux-et-perspectives-du-transmedia-comme-mode-decriture-de-la-mediation/>

➤ Sur le désenchantement et le réenchantement du monde

- Isabelle Grelhier, « Vers un réenchantement du monde ? », in *Autres Temps*, n°43, 1994, p. 63-77.

http://www.persee.fr/doc/chris_0753-2776_1994_num_43_1_1696

- Fabio La Rocca, compte-rendu sur le livre de Maffesoli, « Le réenchantement du monde. Une éthique pour notre temps », non daté.

<http://www.ceaq-sorbonne.org/node.php?id=298&elementid=906>

- Michel Maffesoli, *Le réenchantement du monde. Une éthique pour notre temps*, La Table ronde, 2007.

- Vidéos youtube sur Maffesoli : « Réenchantement du monde »

<https://www.youtube.com/watch?v=bwXWZt9D7C8> et les onze suivantes

- Sur la fée électricité <https://www.mots-surannes.fr/?p=13503>

➤ Sur la définition de la notion d'enchantement :

- Roland Barthes, *Mythologies*, Le Seuil, 1957.

- Laurent Bazin, « Une communauté désenchantée ? Métamorphoses du merveilleux dans le roman contemporain pour adolescents », in la revue en ligne *Strenae*, n°8, 2015.

<http://journals.openedition.org/strenae/1351>

- André Berten, « Dispositif, médiation, créativité : petite généalogie », *Hermès*, la revue, n°25, 1999, CNRS Editions.

<http://documents.irevues.inist.fr/handle/2042/14972>

- Boileau, *L'art poétique*, 1674.

- Loïc Chevalier et Nonfiction, « Politique du merveilleux », article sur le site *Slate*, 2015.

<http://m.slate.fr/story/99941/politique-merveilleux>

- Yves Citton et Angela Braitto (dir.), *Technologies de l'enchantement, pour une histoire multidisciplinaire de l'illusion*, UGA éditions, 2014.

https://books.google.fr/books?id=ADFPDgAAQBAJ&pg=PA312&lpg=PA312&dq=dispositifs+de+l%27enchantement&source=bl&ots=d9-94wCPga&sig=-vjinNulrcORuUS-wkzUedo4yHQ&hl=fr&sa=X&ved=0ahUKEwjPifua_bTZAhXGaRQKHuGDz4Q6AEIQDAE#v=onepage&q=dispositifs%20de%20l'enchantement&f=false

- Laura Naudeix, « Intelligence de l'enchantement », in *Les Scènes de l'enchantement. Arts du spectacle, théâtralité et conte merveilleux (XVII^e-XIX^e siècles)*, dir. Martial Poirson & Jean-François Perrin, Desjonquères, Paris, 2011.

<http://www.fabula.org/acta/document7735.php>

- Martial Poirson et Jean-François Perrin (dir.), *Les scènes de l'enchantement Arts du spectacle, théâtralité et conte merveilleux (XVII^e-XIX^e siècles)*, Paris, Desjonquères, coll. « L'Esprit des Lettres », 2011

- Corinne Saminadayar-Perrin, « Un merveilleux réaliste ? », in *Romantisme* n°4, 2015, p. 49-61.

<https://www.cairn.info/revue-romantisme-2015-4-page-49.htm>

- Yves Winkin, « propositions pour une anthropologie de l'enchantement » in Rasse, Midol, Triki, *Unité-Diversité, Les identités culturelles dans le jeu de la mondialisation*, p. 169-170, L'Harmattan, 2002.

Collectifs ou anonymes :

- Communiqué de presse pour l'exposition Waoohhh !

<http://archives2008.artcatalyse.org/whaoohhh-merveilleux-art-contemporain.html>

- Présentation du séminaire « Le réenchantement du monde : dispositifs culturels et processus cognitifs », organisé par Veronique Servais, Arnaud Halloy, Pierre Petit et David Berliner, Université de Liège et ULB, 2013-2014.

- « Dispositif d'enchantement et créativité », Véronique Servais, Arnaud Halloy et Julien Bruneau, LIEGE CREATIVE, 2014.

<https://fr.slideshare.net/liegecreative/reverse-metallurgy-par-eric-pirard-liege-creative-021014>

➤ Sur l'espace muséal et ses modalités d'existence :

- Walter Benjamin, *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, publié d'abord dans la revue *Zeitschrift für Sozialforschung* (5e année, 1, 1936, p. 40-68) à Paris ; puis, après plusieurs autres versions, sous forme de livre en 1955. La version que nous avons choisie est celle publiée par , qui se fonde sur une traduction du texte dans son état de

- Claire Brunet, « art et poésie », in *Notions de philosophie III*, sous la direction de Denis Kambouchner, Gallimard, Paris, 1995.

- Jean-Louis Déotte, « Le musée n'est pas un dispositif », in *Les cahiers philosophiques* 2011/1, n°124, p. 9 à 22.

- Michel Foucault, « Des espaces autres ».Hétérotopies, Conférence au cercle d'études architecturales, 14 mars 1967, in *Architecture, Mouvement, Continuité* n°5 (1984), p. 46 à 49.

- Paul Rasse, « Comment les musées sont devenus les « nouvelles cathédrale » », entretien sur France Culture le 20 mai 2017.

<https://www.franceculture.fr/societe/comment-les-musees-sont-devenus-de-nouvelles-cathedrales>

➤ Sur le sacré

- Agnel Aimé, « Jung et le phénomène religieux », in *Imaginaire & Inconscient*, 2003/3 (n°11), p. 49-61.

- Roger Caillois, *L'homme et le sacré*, 1939.

- Mircéa Éliade, *Le sacré et le profane*, Gallimard, Paris, 1965.

- Jean-Claude Schmitt, « La notion de sacré et son application à l'histoire du christianisme médiéval », in *Cahiers du Centre de recherches historiques*, 9 / 1992.
<http://journals.openedition.org/ccrh/2798>

- Robertson Smith, *Religion of the Semites*, Londres, 1889.

➤ Sur l'imaginaire et ses archétypes

1° théories de l'imaginaire et de sa structure

- « L'imaginaire » : naissance, diffusion et métamorphoses d'un concept critique, de Claude Pierre Pérez, article disponible à <https://www.cairn.info/revue-litterature-2014-1-page-102.htm>

- Gaston Bachelard, *L'air et les songes*, José Corti, 1943.

- Gaston Bachelard, *L'Eau et les rêves*, José Corti, Paris, 1942 (édition citée : *biblio essai, le livre de poche*, Paris, 2012).

- Gaston Bachelard, *Poétique de l'espace*, PUF, 1958.

- Sur la psychanalyse utilisée par Bachelard : <http://www.implications-philosophiques.org/actualite/une/les-elements-psychanalytiques-1/>

- Malebranche, *De la Recherche de la vérité*, 1674-1675.

- Claude Pierre Pérez, « L'imaginaire » : naissance, diffusion et métamorphoses d'un concept critique, <https://www.cairn.info/revue-litterature-2014-1-page-102.htm>

- Jean-Jacques Wunenberger, *L'imaginaire*, aux PUF :
<https://www.puf.com/content/Limaginaire>

2° le cas de l'imaginaire numérique

- Interview sur l'imaginaire numérique:

<https://graphorama.net/Le-visible-et-l-imaginaire.html>

- Définition générale de l'imaginaire du numérique:

<http://anthropo-usages.angeliquemontuwy.fr/les-imaginaires-du-numerique/quest-ce-que-limaginaire/>

➤ Sur la création et la réception de ces nouvelles médiations muséales :

- Geneviève Vidal, La médiation numérique muséale: Un renouvellement de la diffusion culturelle, Presses universitaires de Bordeaux, 2018.

- Article sur le lien entre approfondissement et élargissement de l'audience d'un musée via le numérique

<https://labo.societenumerique.gouv.fr/2017/07/13/numerique-dynamise-frequentation-musees-expositions-monuments-elargir-autant-leurs-publics/>

- Article sur la tendance à la disparition de l'œuvre au profit du numérique

<https://www.franceculture.fr/emissions/les-nouvelles-de-leco/les-nouvelles-de-leco-du-jeudi-03-mai-2018>

- Article sur un possible déclin des médiations numériques

<https://www.linkedin.com/pulse/consumer-interest-vr-declining-according-sales-data-joshua-fruhlinger/>

- Article sur l'événement art connexion au Grand Palais

<https://www.grandpalais.fr/fr/article/art-connexion-le-numerique-en-fete-au-grand-palais-pour-toute-la-famille>

- Site de présentation de museum in a box <http://www.museuminbox.org>

- Vidéo de présentation de museum in a box

<https://player.vimeo.com/video/191509240>

➤ Sur la critique de ces nouvelles orientations muséales

- Vidéo sur Jean Fautrier et l'exposition au Musée d'art moderne de la ville de Paris :

https://dms.licdn.com/playback/C4E05AQHLH6hcYf4oFg/f2765f0d39924b40add77d7cacc1986e/feedshare-mp4_500-captions-thumbnails/1507940118923-hysdc8?e=1531148400&v=beta&t=C1MOQMeDv3lqgbl1FM2r4h_IOQcoefz8CXD4tNT2SP4

- Article critique sur les nouvelles orientations de la politique muséale (telles qu'on peut les voir dans le dernier rapport du ministère de la Culture, notamment) :

<https://www.latribunedelart.com/le-rapport-sur-les-musees-du-xxie-siecle-un-chef-d-oeuvre-de-novlangue#comments>

➤ Textes officiels sur les musées

- Enquête du CREDOC, commandée par la direction générale des Patrimoines du ministère de la Culture, 2016.

<http://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Connaissance-des-patrimoines/Connaissance-des-publics/Publics-et-patrimoines/PatrimoEtudes/Les-visites-patrimoniales-progressent-encore-chez-les-Francais-signe-d-un-attachement-fort-et-durable>

- Rapport « musées du 21^{ème} siècle », <http://www.culture.gouv.fr/Espace-documentation/Rapports/Rapport-de-la-mission-Musees-du-XXIe-siecle>

➤ Sur le musée d'Unterlinden

- Présentation du musée <https://www.musee-unterlinden.com/musee/histoire-du-musee/21eme/>

- Présentation des travaux sur le site du musée <https://www.musee-unterlinden.com/musee/architecture/>

- Présentation des travaux sur le site de la ville de Colmar

<https://www.colmar.fr/musee-unterlinden>

- Dossier pédagogique qui montre le musée rénové et en cours de rénovation

https://www.musee-unterlinden.com/wp-content/uploads/2018/06/Lextension-du-Musee-Unterlinden_leger.pdf

- Dossier de presse « le nouvel Unterlinden » de 2018 https://www.musee-unterlinden.com/wp-content/uploads/2018/06/Dossier-de-presse2018_05-BD.pdf

➤ Sur le musée des ducs de Lorraine

- Le magazine « Pays lorrain », Revue de la société d'histoire de la Lorraine et du musée lorrain ; numéro 99, 2018. Présentation du sommaire à <http://www.societe-histoire-lorraine.com/pays-lorrain-2018/>

➤ Sur le musée de Cluny

- Présentation des travaux sur le site du musée, notamment <http://www.musee-moyenage.fr/actualites/musee-de-cluny-en-mutations/projet-modernisation-cluny-4.html>

- Conférence de l'architecte Bernard Desmoulin : <http://www.pavillon-arsenal.com/fr/conferences-debats/cycles-en-cours/1-architecte-1-batiment/10986-bernard-desmoulin.html>

- Site de Bernard Desmoulin <http://www.desmoulin-architectures.com/nos-realizations>

- Sur la fréquentation du musée de Cluny en 2018 <https://www.musee-moyenage.fr/media/documents-pdf/communiqués-de-presse/cp-frequentation-2018.pdf>

➤ Sur les publics

- Compte-rendu de la journée d'études au Musée des Arts décoratifs « En attendant l'ado » (5 novembre 2018)

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=2ahUK EwjuzYSVlpDgAhUImhQKHfC3AOYQFjAAegQIChAC&url=http%3A%2F%2Fwww.culture.gouv.fr%2FMedia%2FThematiques%2FMusees%2FVie-des-musees-Temps-des-publics%2FCompte-rendu-En-attendant-l-ado&usg=AOvVaw161Ba1G7R7z2WOjjlGSa_s

- Michel Côté, Conférence au CELAT, <https://vimeo.com/30437335>

- « Comment sait-on ce qu'on sait aujourd'hui des publics de musée ? », Jacqueline Eidelman, dans le dossier « Les musées et leurs publics », in la revue « L'Ami de Musée », n°46, printemps 2014.

- Jean-Pierre Esquenazi, Sociologie des publics, La Découverte, 2003.

- Laurent Fleury, *Sociologie de la culture et des pratiques culturelles*, Armand Colin, 2016.

- Cf Cyril Leclerc, « Une expérience ou rien ? qu'est-ce qui motive les publics culturels ? », in Culturecom.

- Lorraine Rossignol, « Comment les musées chouchoutent leur public », article de Télérama,

http://www.regards.fr/IMG/pdf/comment_les_musees_chouchoutent_leur_public.pdf

f

ANNEXES

INTERVIEWS DES CONSERVATEURS

A. RICHARD DAGORNE (MUSÉE LORRAIN, NANCY, CONSERVATEUR ET DIRECTEUR DU MUSÉE)

Comment avez-vous construit vos publics ? Comment avez-vous déterminé qui vous espériez voir venir et ce qu'ils attendaient ?

Non, il n'y a pas eu d'étude marketing en particulier ou même d'étude des publics visés. On aurait pu l'envisager au moment de l'étude de programmation oui, en 2007-2008, mais y a pas eu d'étude du tout sur les différents publics visés par la rénovation. Même dans le projet scientifique et culturel en 2002, faudrait que je vérifie... parce que notre problème c'est qu'on a un projet scientifique et culturel qui est très très ancien, qui date de 2002, et le document que je vous ai envoyé, qui a pris la forme d'un magazine, se veut une première réponse à cette nécessité de mettre à jour le projet scientifique et culturel. Mais dans le projet scientifique et culturel, je regarde pendant que je vous parle, je ne suis pas certain qu'on aille très loin : on va dire les touristes, enfin c'est pas sérié, les publics ne sont pas individualisés.

Et pour leurs attentes ? Vous dites des choses super intéressantes dans le magazine, sur la qualité de l'expérience, et les particularités de l'expérience muséale que vous voulez leur proposer. Mais alors, c'est plutôt une démarche qui vient de vous, plus que d'attentes qui vous ont été remontées ?

Ben non, disons que la prise en compte de la dimension publics... Ce qui me paraît fondamental, c'est que dans l'équipe on a la présence d'un conservateur spécialisé dans les publics, ce qui n'était pas le cas jusqu'à présent. Le projet scientifique et culturel de 2002 a été rédigé à une époque où on avait plutôt un profil de

conservateurs, ici on est trois conservateurs, de savants, de chercheurs. Donc on avait des gens qui... Le projet il a été pensé d'abord par des scientifiques qui n'ont pas nécessairement mis les publics au cœur du projet de rénovation. Et même le concours architectural et les suites du concours, ont poursuivi sur ces mêmes bases, où le public n'était pas au cœur du projet. C'est seulement depuis 2014 et l'entrée en fonctions d'une conservatrice qu'on avait clairement identifiée comme une spécialiste des publics qu'on essaie de remettre les publics au cœur de nos préoccupations. Ça répond à une attente politique de la part du maire, qui lui voit bien qu'il a besoin de faire de la pédagogie vis-à-vis de son projet, et pour la population nancéienne, il est sensible au fait qu'on essaie de mettre en œuvre une dimension participative et donc mieux connaître notre public local. Mais on essaie aussi de faire évoluer le projet architectural, qui a été élaboré lui aussi sans une prise en compte vraiment suffisante de la dimension publics et donc, sans tordre le bras à l'architecte, on le fait gentiment évoluer vers une prise en compte accentuée de la dimension publics. Mais sans pour autant qu'on en soit à définir quels publics attendent telle ou telle chose, sauf dans le cas des MuseoLabo, qui parlent des publics handicapés, et de certaines cibles. Mais ça n'a pas pris une forme systématique. Il n'y a pas eu d'étude vraiment systématique.

J'ai lu le rapport sur les musées du 21^{ème} siècle, remis au ministère de la culture, et justement, ils parlent beaucoup de mettre les publics au premier chef, d'ouvrir le musée sur la ville, de faire du musée un forum, etc. Est-ce que ça vous a inspiré, causé ?

On n'est pas tant dans une optique de répondre à des directives, quelque chose qui soit officiel, que simplement c'est du bon sens. Moi il se trouve que je suis allé voir cet été une réalisation de l'équipe d'architectes avec laquelle on travaille, qu'il fallait absolument que je voie depuis plusieurs années, et j'ai rencontré un des membres de l'équipe de direction qui m'a dit « ben voilà, le projet n'a pas été suffisamment pensé en direction des visiteurs, aujourd'hui on a des espaces qui ne fonctionnent pas du tout, dont on se rend compte qu'ils ne sont pas du tout utilisés. » C'est même pas une histoire de répondre à un constat, de s'inscrire dans le cadre d'un constat dressé par le ministère, que de répondre à quelque chose qui relève du bon sens et qui est

constaté par des collègues dès lors qu'ils font fonctionner leur musée après une rénovation.

Le but c'est peut-être aussi, malgré tout, d'amener plus de publics et des publics plus variés.

Alors oui, ceci dit, c'était pour moi très important d'avoir dans l'équipe des conservateurs, quelqu'un qui soit spécialisé « publics ». Sophie Mouton, puisque c'est d'elle qu'il s'agit, le fait de façon d'autant plus forte qu'elle a dirigé un service des publics au musée des Beaux-Arts de Dijon avant de devenir conservateur. Donc c'est quelque chose qu'elle a chevillé au corps. Ça pose clairement la question du profil du conservateur, et de l'évolution du métier. Autant en 2002 on pouvait se permettre d'avoir des conservateurs-chercheurs, autant aujourd'hui, pour mettre en œuvre le projet de rénovation, on a besoin de profils très différents, qui sont aussi des gens de communication, de publics, de gestion etc., ce que de mon point de vue j'essaie aussi de faire. Y a beaucoup de musées qui ont été réaménagés sur la base d'un programme exclusivement scientifique, et ça c'est pas tenable aujourd'hui, sinon, on se retrouve à faire des adaptations dans les six mois qui viennent et finalement, à revenir sur des parti-pris architecturaux qui sont avant tout esthétiques plutôt que répondre à des problèmes de fonctionnement.

Est-ce que vous avez déterminé des indicateurs de réussite de votre rénovation ?

Non, quand je suis arrivé en 2011 à la fin de l'étude de programmation, devait être joint au projet architectural un document détaillant les moyens à mettre en œuvre et des objectifs de fréquentation. Cela n'a pas été fait. Qu'est-ce qui va se passer ? Je ne suis pas dupe : la première année on aura 200 000, la deuxième 180 000 et la troisième 150 000. Et ensuite les conservateurs changent de poste et ce n'est plus leur problème. L'étiage va se trouver à 120 000 ou 100 000. Notre chance c'est qu'il y a plusieurs tranches de rénovation, susceptibles de susciter l'intérêt du public à plusieurs reprises. Il y a 5 parcours de visite à terme, si on est astucieux il y a au moins 2 ou 3 grandes échéances derrière qui peuvent permettre, comme pour les parcs d'attraction – moi j'ai pas honte de citer cet exemple – on sait très bien comment ça fonctionne. C'est la nouveauté de l'année qui fait... Au Futuroscope ils arrivent à faire

revenir le visiteur. Je comprends que les élus aient du mal à s'engager, tant sur les frais de fonctionnement – ils se disent « ça va effrayer tout le monde », alors que je pense que les premières années de réouverture on va doper de manière considérable la fréquentation touristique et par voie de conséquence l'économie locale – mais c'est dur de s'engager sur des objectifs. Je n'ai jamais entendu le maire s'engager sur des objectifs en termes de fréquentation, ce qui d'ailleurs est plutôt confortable pour nous. Je vous ai cité le chiffre de 200 000, à mon avis c'est atteignable vu ce qu'on faisait avant.

Et vous pensez peut-être faire des enquêtes qualitatives sur leur expérience après la réouverture ?

C'est un peu loin mais bien sûr. De toute façon, on a la chance d'avoir à Nancy un département de sociologie qui travaille déjà beaucoup avec le pôle culture. Donc on n'a pas des choses spécifiques musées mais on a des données et des enquêtes sur la perception future par la population du musée, menées par ce département de sociologie. C'est pas spécifique musées, c'est encore au niveau supérieur que ces études sont menées.

Quels sont les principes qui vous ont dirigés, inspirés ? J'ai vu que vous utilisiez des mots comme la délectation, qui de toute façon apparaît dans les statuts de l'ICOM, mais pourquoi ce mot-là, qu'est-ce que vous entendez par là ?

Je vais répondre indirectement à votre question. Je vais vous parler du concours. Parce que quand on a fait le concours d'architecture, on avait donc à analyser des offres architecturales qui ne se limitaient pas à la dimension architecturale. On avait la dimension paysagère, on avait la dimension muséographique, on avait la dimension fonctionnement du musée, on avait la dimension insertion du projet dans la ville, enfin on avait beaucoup de dimensions à analyser. Il y avait parmi les offres des équipes, des équipes qui étaient très punchy en matière de scénographie, et c'était très séduisant. Le choix qu'on a fait s'est porté sur une agence d'architecture qui connaît son métier depuis longtemps, qui a rénové beaucoup de musées et dont on sait que la primeur sera toujours laissée à l'objet. Il ne s'agit pas de faire un musée ringard, d'où le numérique serait complètement absent, parce qu'on a déjà produit

beaucoup de choses qui viendront en complément de la présentation des objets, mais dans notre esprit, ça ne se fera qu'en complément de la présentation des objets. C'est en cela qu'on peut vraiment parler de délectation, c'est qu'on a la chance d'avoir au musée des objets à la fois historiques et d'art, d'arts décoratifs, de toute beauté, qu'il ne s'agit pas d'aller parasiter au moyen d'une scénographie trop intrusive. C'est aussi ce qui nous a guidés dans le choix de l'agence d'architecture. On est plutôt sur la vieille école, qui n'est pas forcément très au fait, et qui n'a pas forcément beaucoup utilisé le numérique et encore moins le décor si vous voulez. Mais il nous a semblé que c'était adapté, et à charge pour nous, et c'est là que c'est intéressant d'avoir des conservateurs jeunes et qui sont branchés publics, de compenser ça par un accompagnement numérique qui soit très contemporain dans sa mise en forme.

Pour vous donc en fait, la matérialité, c'est-à-dire l'objet, prime ?

Ah oui, ah oui. Et c'est vraiment ce qui fait la spécificité des musées. Je pense que c'est une grave erreur d'aller parasiter le contact direct entre le public et l'objet. Qu'on ait des visiteurs qui ne regardent pas du tout l'objet, qui soient plus intéressés par le cartel, voire par le dispositif numérique, l'accompagnement, pourquoi pas, en tout cas c'est pas forcément un problème, mais notre métier c'est quand même de favoriser le contact direct entre le visiteur et un objet.

Si je devais caractériser l'expérience singulière dont vous parlez, je cite, page 43 de votre magazine, je peux reprendre ce que vous dites sur cette matérialité, mais aussi, quand je vous lis, vous parlez aussi beaucoup de l'aspect intellectuel, c'est-à-dire qu'il faut éclairer le visiteur pour qu'il puisse apprécier.

Oui, c'est d'ailleurs spécifique aux musées d'histoire, mais face à des objets qui se livrent dans leur matérialité immédiatement, et pour certains dans leur beauté immédiatement, souvent on a besoin d'un accompagnement pour expliquer ce que c'est que l'objet, d'où ça vient, son historique, qui en font la richesse particulière. C'est ça notre problématique, d'ailleurs c'est amusant parce que dès qu'on passe dans un environnement de musée des Beaux-Arts avec les mêmes objets, l'approche n'est plus du tout la même. Je vois par exemple, nos collègues du musée des Beaux-

Arts, à qui on dépose des objets de la collection pendant la fermeture du musée, les dispositifs numériques qu'on a conçus pour accompagner les objets, je ne dirais pas que ça ne les intéresse pas du tout, mais c'est pas du tout une priorité. Alors que pour nous, dans la compréhension de l'objet, ils sont fondamentaux.

En fait, je viens à ça parce que le thème de mon mémoire c'est le réenchantement muséal au 21^{ème} siècle. Du coup j'essaie de voir si c'est un mot que mes interlocuteurs utiliseraient ou si on pouvait considérer qu'ils l'avaient à l'esprit, même s'ils n'utilisaient pas le mot. Qu'en pensez-vous ? Parce que vous utilisez le terme de délectation.

Oui, je ne sais pas. Le réenchantement, ça veut dire qu'il y a eu un enchantement à un moment, que ça a moins fonctionné à un moment et que là on essaie de réenchanter. Je ne sais pas à quelles dates vous situez l'enchantement, et à quel moment vous situez le désenchantement.

Je dirais que pour l'enchantement initial, c'est une discussion que j'ai eue avec une de mes intervenantes, qui disait que pour elle le musée était plutôt un lieu de coercition. Elle a une vision très sociologique, et très déconstructrice. Donc un lieu de coercition corporelle et sociale, et moi je situe plutôt dans une optique philosophique (j'ai une formation de philosophe) pour dire que le musée était là pour amener les œuvres en dehors de leur contexte d'origine, pour certes éduquer les personnes, mais aussi leur permettre le ravissement esthétique, et en tant que tel, les enchanter. Et j'opposais cette origine, qui en effet n'est pas datée et c'est peut-être une limitation à creuser de mon travail, à une position que je caractérise comme plus postmoderne qui consiste à dire ben finalement, on adhère moins, on est moins naïfs, et quelque part on s'en prévaut. Et du coup, ce que je voudrais creuser entre autres dans ce mémoire, c'est la possibilité de proposer, via la rénovation muséale, des musées qui proposent à leurs visiteurs de se laisser prendre par la main, de se laisser réenchanter à nouveau. Pas retrouver une naïveté bête, mais une adhésion.

Je pense que là où j'espère qu'on atteindra l'objectif... En tout cas nous l'idée c'est de partir du principe que le visiteur est un visiteur intelligent, et qu'on va le rendre plus intelligent. Je pense qu'il y a en effet la satisfaction esthétique, mais aussi

intellectuelle de quelqu'un qui a compris quelque chose qu'il ne connaissait pas. Nous notre principale difficulté, c'est quoi ? La dernière rénovation du musée date des années 1930, à une époque où le visiteur moyen connaissait l'histoire de la France et même certains connaissaient l'histoire de la Lorraine. Aujourd'hui, on ne peut pas partir du principe que tout le monde connaît l'histoire de la Lorraine, donc on s'inscrit dans une narration, on doit raconter un propos historique et on va le faire par l'objet. Ce qu'on veut, c'est que le visiteur sorte en se disant : ah oui, là j'ai vraiment appris quelque chose que je ne connaissais pas et qui était passionnant. C'est peut-être plutôt la satisfaction intellectuelle qu'on vise, au risque de vous décevoir. Mais en même temps, on a bien conscience qu'on a des objets d'une qualité esthétique très forte, donc on a cette chance-là, ça vient en plus. Mais moi je suis avant tout dans la recherche d'une satisfaction intellectuelle du visiteur qui se dit « je suis sorti en ayant vraiment appris des choses que j'ignorais ».

B. AXEL VILLECHAIZE (MUSÉE DE CLUNY, PARIS, SECRÉTAIRE GÉNÉRAL DU MUSÉE)

Intro : Cluny est un petit musée d'une centaine de personnes, avec une structure « en famille ».

Que voulez-vous faire expérimenter à vos publics ? comment caractériseriez-vous l'expérience du nouveau musée de Cluny, d'un point de vue expérientiel ?

On n'essaie pas de proposer une expérience au public, le public est libre. Il fait ce qu'il veut du musée, et au contraire c'est plutôt lui qui va nous apprendre des choses (accepte le parallèle avec Saint Augustin).

C'est un public CSP +++ avec 36 000 diplômés, c'est à eux de nous faire expérimenter des choses.

Avec la réouverture, on garde donc la même politique des publics, le seul changement c'est l'accueil des personnes à mobilité réduite.

Question : parallèle avec l'épistémologie : n'y a-t-il pas tout même toujours un parti-pris ?

Oui, maintenant le public peut venir par hasard. Avant il fallait connaître pour venir : connaître le lieu déjà, et aussi avoir les diplômes. Maintenant le musée se voit, via son bâtiment hyper moderne. Il y a quelque chose que l'on ressent quand on voit ce bâtiment. Beaucoup n'aiment pas, cependant. Mais ça attire le regard et la rue en face, refaite, ouvre sur le boulevard Saint Michel.

On s'attend donc à une différence entre le public qu'on a et celui qu'on pourrait avoir mais pour l'instant aucun retour. +25/30% espérés.

Comment les publics ont-ils été associés à la rénovation, consultés ? Qu'ont-ils dit ?

On connaît les demandes dans le livre d'or depuis 1945 et il n'y a pas eu de gros travaux depuis la fin de la seconde guerre mondiale. Il n'y a pas eu de demande spécifique maintenant, en fait ça fait 25 ans que les directeurs du musée ont voulu porter ce projet (ça fait 25 ans qu'on parle de Cluny 4 ou du Grand Cluny). A.Filipetti a lancé le projet. C'était une affaire de volonté par le politique, mais il fallait l'avoir. Ça

coûte quand même près de 20 millions d'euros, ce qui est beaucoup pour le ministère de la Culture.

Les directeurs sont aussi très proches du public, on va à des conférences, à des concerts et les gens viennent nous parler. Surtout il y a des remontées au niveau des gens de l'accueil et de surveillance.

Il y a 4 grandes raisons à Cluny 4 : offrir un meilleur accueil, accueillir les personnes à mobilité réduite, proposer une nouvelle muséographie chronologique (actuellement, les gens ont besoin d'explications, de comprendre. Moins de repères), et la rénovation des thermes qui tombaient en morceaux à chaque pluie.

Qui attendez-vous et comment avez-vous construit vos publics ? Qui vient déjà ? Voulez-vous conserver les mêmes ou développer de nouveaux publics ?

Vient qui veut. Nous sommes dans un musée d'histoire et de beaux-arts, or l'art du MA c'est plus compliqué, on a une matérialité à expliquer. Il faut un certain niveau, il faut plus d'explications que les seuls cartels.

Enfin, nous sommes dans un quartier universitaire, nous sommes une source d'inspiration pour les étudiants et les profs.

Pouvez-vous me donner quelques précisions supplémentaires sur les médiations numériques ? Nature : RA, VR, casques, œuvres numérisées...

Le nouvel accueil propose des visio guides. C'est une tablette numérique qui montre les salles, le plan,...

On a revu le site internet, je l'aime bien car je trouve qu'on entre directement dans le musée.

Une personne est chargée de la presse et des parties numériques (Tw, FB, Insta).

On ne peut pas rester à côté du numérique, le public en a besoin.

Dans la rénovation du parcours, il y aura peut-être des écrans. Pour la réouverture de l'hôtel des Abbés, on se pose la question de ce qui peut être numérique. Ce n'est pas du tout tranché, car le numérique ça évolue vite. Il faut toujours être en haut, or le haut de gamme coûte cher et on a un budget qui baisse depuis 5 ans.

Pourquoi avez-vous choisi le numérique ? quelles finalités ? La matérialité de l'objet, c'est une expression qui vous parle ?

Notre directrice est très dynamique, elle veut les meilleures personnes pour les meilleurs postes car la modernité se ressent par les personnes. Même chose pour le numérique.

Quels seront les indicateurs de réussite de votre rénovation ? Et notamment par rapport aux publics, qu'allez-vous mesurer ?

Le rapport d'activités du ministère nous impose de remplir un petit tableau (par ex nombre de salles ouvertes à l'année, nombre de surveillants par salle, coût du m2 muséographique...). Les EPA se fixent à eux-mêmes leurs indicateurs et ont plus d'argent. Nous essayons de devenir un EP pour gagner un peu d'argent.

Parmi vos principes directeurs, auriez-vous pu penser à la notion d'enchantement ? Pourquoi ?

Quand on entre dans un musée, c'est toujours un enchantement. Ré-enchanter c'est raconter une nouvelle histoire, prolonger l'histoire pour la ré-enchanter. Il faut de la nouveauté.

Le musée est toujours une découverte, qui plaît ou pas. Si ça déplaît est-ce un enchantement déplaisant ? *(nous sommes d'accord que oui, ça peut enchanter mais sur le mode d'un cauchemar. Le cauchemar a quelque chose de magique aussi).*

Moi, ma mission de service public c'est d'ouvrir le musée à un max de publics. Les faire replonger dans le monde médiéval, redécouvrir un monde oublié. On le leur décrit, explique comment les gens vivaient, existaient. Ça va aussi réveiller les souvenirs de ce qu'ils ont su dans les études. Pour moi, quand je suis arrivé, le moyen âge c'était les périodes sombres, je l'ai redécouvert.

Le musée de Cluny est né par souci d'esthétisme. Alexandre du Somerard, a exposé sa collection personnelle dans quelques pièces, pas pour éduquer le peuple, c'était un cabinet de curiosités et un plaisir d'esthète. Il a ensuite fait don à l'Etat de sa collection, et ses œuvres ont été exposées avec d'autres rachetées par les biens nationaux, plus les statues dans les thermes données à l'Etat. En 1844, la constitution du musée est annoncée au Journal Officiel. C'était juste une curiosité intellectuelle et

pas l'éducation et cela reste. Les gens qui viennent sont déjà éduqués, nous on fait l'éducation des élites.

Il faut donc s'ouvrir pour s'adresser à la population. Les conservateurs veulent des explications très compliquées pour les personnes qui s'y connaissent déjà. Entre soi paroxystique.

Le niveau est abaissé par le service culturel, chargé de la rédaction des cartels. (il me montre un cartel de 1930). Il est chargé de faire de nouveaux cartels, et met aussi des panneaux dans les salles pour faire venir un public plus populaire sans faire fuir le public aisé.

Comment vous y prenez-vous concrètement alors ?

Pour enchanter il faut faire confiance à l'intelligence du public. J'aime particulièrement le public des enfants, car ils découvrent toujours quelque chose, il faut leur raconter une histoire.

On s'appuie sur les conférenciers de la RMN par exemple pour les thermes. Le ré-enchantement par les conférences multiplie le plaisir de la visite.

Il y a aussi les dimanches faits par les étudiants, en coordination avec les conservateurs. 11-12 étudiants présentent une œuvre. Ré-enchanter, c'est faire partager son goût.

C'est aussi la résurrection des époques passées, entre rêve et réalité.

Pour ouvrir le public, on peut aussi citer « C'est mon patrimoine », organisé par le ministère et où nous sommes fer de lance. C'est une journée avec des enfants éloignés de la culture. Un groupe d'acteurs leur fait vivre une aventure. Le but c'est d'ouvrir le public, ça dure 1 ou 2 mois et ils repartent avec 2 billets pour venir avec leur famille.

Quels sont les principaux acteurs (métiers, fonctions) qui ont émergé de cette transformation muséale ? Avez-vous engagé de nouvelles personnes ? Cela a-t-il une incidence sur votre organigramme ? Qui a initié le projet et qui l'a piloté ?

Nous n'avons pas de nouveaux personnels puisque les effectifs fondent d'année en année. -6 postes cette année. Donc on recrute surtout pour l'accueil et la surveillance, qui représentent 60% des personnels.

On n'a donc recruté personne pour l'encadrement. On s'est par exemple passés d'une art thérapeute pour enfants.

C. PANTXIKA DE PAEPE (MUSÉE UNTERLINDEN, COLMAR, CONSERVATRICE ET DIRECTRICE DU MUSÉE)

Ma première catégorie de questions touche les publics, savoir qui vient chez vous.

Non ben ça on n'en sait rien, parce que depuis qu'on a ouvert, on n'a pas fait d'études de publics globales. On a fait des études de publics sur les expositions, mais on sait bien que les publics d'expositions ne sont pas les même que les publics qui viennent généralement. Et on s'était dit, on va pas la faire en 2016 on vient d'ouvrir, on va pas la faire en 2017, on voulait faire l'étude des publics en 2018 sauf que financièrement on n'a pas pu, donc on va la faire en 2019. Du coup je peux pas vraiment vous répondre, à part vous donner l'indication géographique, parce que ça nous demandons à nos visiteurs lorsqu'ils entrent, donc on sait quels sont les français et quelles sont les populations étrangères et d'où ils viennent, ça on le sait, donc – de tête hein – on a 50% de visiteurs français, 24 de visiteurs allemands, et puis après c'est 3,5 de visiteurs américains, 3 de Suisse, on doit quand même être à 5 de Benelux, voilà.

Donc y a quand même une attraction de proximité.

Ah oui, oui oui. Nos visiteurs allemands c'est quand même les plus importants.

Mais du coup, il me semble que ce musée est aussi un musée de territoire : il attire parce que les gens sont fiers de leur musée. C'est un marqueur.

Oui, c'est sûr que nous sommes en Alsace et que c'est un musée centré, pour la partie ancienne, sur l'art du Rhin supérieur, donc notre région mais qui s'étend aussi bien à Bâle que Fribourg juste en face, et que sur toute l'Alsace, et sur la partie un petit peu plus moderne de l'histoire, sur l'histoire de Colmar et de l'Alsace. Sauf que toute cette partie du premier étage n'est pas encore faite, elle était hors du contexte muséographique de l'extension, c'est quelque chose que la société Schongauer qui gère le musée prend en charge de façon autonome, et là on est sur un stade d'étude. Donc on doit refaire ce premier étage, mais comme il a été impacté par les travaux, parce qu'il a fallu construire un ascenseur, des escaliers de secours pour la circulation

verticale, le premier étage a été touché. Il a été touché par le passage des tuyauteries pour la climatisation. Donc y a des choses qu'il faut refaire, et on en profite pour ré-analyser cette partie-là. Donc tout l'aspect histoire du lieu, l'aspect patrimoine alsacien, est peu visible actuellement, parce que c'est pas fini. Le premier étage n'est pas terminé.

Par contre, c'est un musée qui est perçu comme ça, en fait ?

Oui, de toute façon. C'est un musée de territoire. Mais nous on a la chance c'est le retable d'Issenheim qui nous ouvre au-delà juste d'un musée de territoire, à une dimension plus internationale parce que les gens viennent du monde entier pour voir le retable d'Issenheim. Ça c'est un plus.

Avec les travaux, et y a des tas de raisons de faire des travaux (et c'est pas forcément l'enchantement)... d'ailleurs quelles ont été les raisons pour vos travaux ?

Y a beaucoup de choses. Parce que nous sommes dans un bâtiment qui était un ancien couvent de religieuses dominicaines, donc un bâtiment du 13^{ème} siècle, donc c'est pas tout à fait évident, tant pour les personnes à mobilité réduite que se dire qu'on était un musée où on n'avait pas de café restaurant. Alors c'est peut-être un peu idiot, mais c'est vrai que beaucoup de visiteurs aujourd'hui aiment bien se poser, boire un petit café ou manger carrément. Donc on n'avait pas ça. On n'avait pas d'atelier pour les enfants, on n'avait pas de grande salle d'exposition, donc c'est vrai qu'à un moment donné, et c'est ce qu'a souligné le projet scientifique et culturel dont l'écriture s'est terminée en 2002, en disant « il faut absolument que le musée s'agrandisse, pour pouvoir passer dans les musées du 21^{ème} siècle, autrement on sera toujours coincés. Et on avait des niveaux partout, c'était pas possible. Les personnes à mobilité réduite, et puis même les mamans avec des poussettes, passaient pas quoi.

Et quand vous avez fait ces travaux, qu'avez-vous voulu proposer au visiteur en termes d'expérience ?

Il faut comprendre que le musée avant, c'était un musée dans un bâtiment un peu contraignant du 13^{ème} siècle, avec une collection qui est quand même assez extraordinaire, même si y avait pas l'ouverture pour tout ce qui est art moderne et

contemporain, mais où y avait l'archéologie, les arts et traditions populaires, l'histoire, un musée un peu encyclopédique. Un musée encyclopédique dans un cadre ancien et qui était quand même vieillissant. A Colmar, les gens, pour eux c'était un musée poussiéreux. Donc avec cette extension – en plus on a eu la chance d'avoir une agence extraordinaire, Herzog et De Meuron - je me suis dit « c'est le moment ou jamais, voilà il faut qu'on change d'étiquette » et puis je veux que les gens s'y retrouvent dans ce musée. Parce que c'est pas évident un musée encyclopédique, l'air de rien quand vous avez trop de choses ça peut tuer des choses. Donc qu'ils s'y retrouvent, avec des choix de parcours, des espèces de fluidités dans les parcours, des rythmes différents, donc voilà. On a vraiment joué sur la muséographie, en se disant « il faut peut-être une approche plus claire, plus simple, qui est tout bête : chronologique » parce qu'avant la présentation n'était pas chronologique, c'était par technique comme ça se faisait avant dans les années 80, comme au Louvre. Y avait d'un côté les peintures, d'un côté les sculptures... Et je trouve que c'est pas évident pour un visiteur de... pourquoi par technique ?... Cette lisibilité qu'est la chronologie, qui est basique, mais je pense qu'en histoire de l'art la chronologie ça trompe pas, y a une vraie continuité et un vrai suivi. Donc je me suis dit « voilà, je propose ça, avec pour rompre ça des salles thématiques » : la salle Schongauer, la salle du retable, la collégiale saint Martin – là je vous parle de l'art ancien, car c'est ma spécialité. Voilà, je m'étais dit : plus de clarté, plus de lisibilité, plus de sobriété parce que je pense que les œuvres elles parlent d'elles-mêmes donc je voulais quelque chose d'assez sobre... et puis où chacun peut trouver un peu son compte. Avec des outils de visite un peu différenciés. Ça aussi c'était pas évident, parce que les architectes ils n'étaient pas très d'accord. Un cartel pour eux c'est aberrant, un cartel c'est juste un titre et une date et ça suffisait et même les cartels, au début ils voulaient les mettre dans un coin de la salle comme on fait pour l'art contemporain. Parce qu'ils ont beaucoup construit de musées d'art contemporain, mais ils ont eu au départ une difficulté à comprendre qui était nos publics chez nous. Parce que nos publics, au musée Unterlinden, c'est pas un public de musées contemporains, c'est même pas un public de musées beaux-arts, on a beaucoup de visiteurs chez nous qui sont plus du monde du tourisme, parce qu'on a beaucoup de groupes qui viennent faire la route des vins, et puis après qui viennent ici parce qu'ils savent qu'il y a un chef-d'œuvre. Ce sont des

gens qui n'ont pas l'habitude d'aller dans des musées. Donc ce type de visiteur-là, Herzog et De Meuron, ils connaissaient pas. Donc ça a été un peu compliqué de dire qu'il nous fallait des cartels, qu'il nous fallait des fiches de salle, vous allez voir les fiches de salle elles sont pas encore installées. Parce qu'ils voulaient pas de fiches de salle, donc ça y est les présentoirs de fiches de salle ont été posés, et les fiches de salle elles arrivent mais il a fallu se battre des années pour avoir le droit de mettre des fiches de salle. Le multimédia – c'est les audio guide, hein – les visio guides pour les enfants, après y a que deux espaces multimédia. Après on avait imaginé d'autres outils mais sauf que financièrement au bout d'un moment, vous y arrivez pas, donc ça viendra petit à petit. On avait imaginé un outil pour la tapisserie de Guernica par exemple. Mais il y est pas, ça se fera petit à petit. C'est pareil, j'avais imaginé aussi, à l'entrée du musée, y a une grande salle, qu'on appelle la salle d'orientation, où vous pouvez choisir ce que vous voulez faire : d'abord l'art ancien, l'art moderne... Là je voulais un espace un peu convivial, avec des tables, des chaises, des écrans, pour qu'ils puissent aller sur notre site et qu'ils puissent aller consulter notre base, nos collections, pour qu'ils puissent connaître nos collections, pour qu'ils puissent trouver des circuits, des parcours, et tout ça c'est pas fait non plus. Parce que financièrement on pouvait plus.

Donc ces outils futurs sont des outils numériques ?

Oui. Certains existent déjà, on en a deux, mais on en avait prévu d'autres, qui n'ont pas été mis en place et qu'on fera au fur et à mesure.

Oui, d'ailleurs j'ai une question relative au numérique : quelle est sa place dans l'enchantement muséal, est-elle vraiment nécessaire ?

Il faut qu'elle existe, parce qu'aujourd'hui, c'est une demande en fait des publics ; mais en même temps je suis même pas sûre que ce soit une demande des publics. Je vois, hier on avait une réunion des conservateurs du Grand Est, beaucoup de musées présentaient leur application smartphone et on demandait : mais quel est le retour, est-ce que vous savez qui les utilise, combien de personnes les utilisent, est-ce qu'ils gardent l'application... ? Et en fait on n'a aucun retour, on sait pas, ils savaient pas en fait. Donc voilà. Je voudrais juste savoir si c'est un truc un peu à la mode et qui

fonctionne bien, ou si c'est vraiment utilisé. Est-ce que c'est utilisé dans les musées de société, les musées historiques, est-ce que c'est utilisé dans les musées des beaux-arts, dans les musées archéologiques ? Je pense que c'est pas la même démarche.

Pour les musées de sciences ?

Oui, c'est pertinent. Au musée des Confluences c'est éminemment pertinent. Est-ce que pour un musée des beaux-arts c'est pertinent... ? Ça l'est, je pense, mais c'est un plus. Pour moi c'est un plus. Et qu'il faut pas démultiplier à l'extrême, en plus on sait que c'est compliqué, faut pas rêver. La maintenance, hein. Et quelque fois, c'est des gadgets pour être des gadgets et je suis pas sûre que ça fonctionne. Alors j'aimerais avoir le retour des grands musées, comme le musée des beaux-arts de Lille qui ont joué la carte.

Oui, Mégapixels. J'ai vu la personne des beaux-arts de Lille lors d'une exposition Art Connection au Grand Palais, et elle avait l'air de dire que ça marchait très bien. Mais pas seulement pour des raisons de technologie mais aussi grâce à la manière dont ils l'avaient implémenté, c'est-à-dire près du Forum, ce qui fait que ça se voyait pas en même temps que la visite. Du coup ça invitait les gens qui n'avaient pas vu les œuvres à les voir par la suite, ça titillait la curiosité, ceux qui avaient vu les œuvres pour les revoir, jouer un peu avec etc. Donc elle avait l'air de dire que ça animait beaucoup le Forum et que visiblement y avait un retour des personnes qui revenaient après grâce à cet outil.

C'est le meilleur exemple pour un musée des beaux-arts mais j'en connais pas tant que ça.

Un thème je vais creuser dans mon mémoire, c'est que plus je suis avancée, plus j'ai trouvé qu'il y avait des médiations très très poétiques, par exemple au musée Nissim de Camondo, y a eu pendant un moment une application pour smartphone pour animer les assiettes des services aux oiseaux Buffon. Vous shootiez sur l'assiette et l'oiseau chantait.

Oui c'est génial.

C'est une poésie qui fait chanter la matière.

Oui, je trouve. Le musée de la chasse et de la nature à Paris, ils ont réussi, c'est vraiment féérique, et c'est vraiment assez fantastique.

Mais c'est pas très numérique.

Ben non, c'est ça.

C'est là où je veux en venir : je pense que je vais plutôt m'orienter vers ce que je vais appeler la matérialité de l'objet.

Moi j'irais plus vers là – vu notre type de musée – que vers du numérique. Je sens que c'est pas ça que les gens attendent finalement. Me semble-t-il, même les plus jeunes.

Ils viendraient pas dans ce musée pour le numérique.

Non. Ils iraient le chercher ailleurs.

Et là, la question sur laquelle je vais rebondir : vu qu'on parle des publics, pour la rénovation, ya des musées qui décident la rénovation pour des raisons internes, et d'autres qui associent davantage les publics en faisant des Museo Labo, etc. Quelle a été votre politique ? Avez-vous consulté les publics, et si oui, sur quels sujets ?

Non. On n'a pas consulté les publics. Vraiment pas.

Et pourquoi ?

Parce que le cahier des charges c'est 2004 et en 2004 on consultait pas les publics. Et je sais qu'aujourd'hui, je referais le cahier des charges pour le musée, je ferais différemment, je consulterais plus les publics. J'aimerais bien justement, l'année prochaine, faire des débats pour savoir un peu ce que les gens attendent. Entre-temps y a eu le rapport du musée du 21^{ème} siècle, y a eu des musées qui ont fait des expérimentations nouvelles, et nous c'était trop tôt. En 2004 c'était trop tôt. Et en fait on n'était pas du tout dans cette démarche-là. Effectivement, on faisait un musée pour un public, pour des publics, mais de là à se dire que c'était la première question et que c'était pour ça qu'on faisait le musée, non.

C'est-à-dire qu'à cette époque-là on ne se disait pas « je fais le musée avant tout pour le public. »

Non non. Ça c'est nouveau. Et en 2004, cette démarche-là n'existait pas. Et le concours a eu lieu en 2009, et le cahier des charges moi j'ai commencé à le rédiger en 2004, et y avait pas en fait cette idée-là. Hier, les musées du Grand Est on avait une assemblée générale, et ils m'avaient demandé de faire une présentation sur la rénovation du musée et sur la muséographie, et j'ai mis la muséographie trois ans après et je leur ai dit que je ferais pas la muséographie trois ans après l'ouverture. Et le retour, une espèce de petit bilan. Mais je leur ai dit qu'aujourd'hui je ferais pas du tout ça comme ça.

Mais il y a un temps de réalisation qui fait qu'on est un peu en décalage.

Oui, bien sûr.

Donc vous n'avez pas construit une attente de publics. Je dois avouer qu'il n'y a aucun musée qui m'a raconté ça pour l'instant.

Je pense que les musées qui aujourd'hui... enfin, aujourd'hui... y a même y a deux ans, oui. Mais en 2004, non.

Nous allons passer à l'enchantement, qui est mon thème principal. Est-ce que l'enchantement, c'est quelque chose que vous souhaiteriez à vos publics ? Explicitement, je veux dire. Si je vous le dis comme ça, est-ce que vous vous y retrouvez ?

Oui, tout-à-fait. Parce que moi, c'est ce que j'espère. Quand un visiteur rentre au musée, j'espère qu'il va en avoir plein les yeux, moi c'est ce que j'espère... après... Ce matin je faisais une visite, c'était pour tout-à-fait autre chose, c'étaient des jeunes qui sont en lycée agricole, et en fait je leur ai demandé de travailler sur le jardin. Vous verrez quand vous visiterez demain, le jardin du cloître c'est une espèce de friche – que j'aime bien, hein. Mais je leur ai demandé de travailler dessus donc ils ont toute l'année pour travailler dessus. Je leur ai fait une visite ce matin, et on travaillera sur un cahier des charges et tout ça. Mais c'est pas des jeunes qui sont habitués à venir

au musée mais c'était génial parce qu'ils étaient... c'était super. Ils parlaient pas beaucoup, c'étaient pas des grands bavards, j'arrêtais pas de leur dire « n'hésitez pas à me poser des questions ». Timides, quand même, même si ce sont des grands... mais je voyais bien et c'était super, et j'ai dit à leur prof « merci, parce que c'était super, ils sont extraordinaires... »

Ils peuvent s'enthousiasmer ?

Oui, ah vraiment.

Ils étaient enchantés ?

Oui, tout-à-fait.

Mais du coup, que comprendriez-vous par la notion d'enchantement en fait ?

Qu'est-ce que l'enchantement, alors... wow... (elle réfléchit) C'est à la fois, ... C'est avoir à la fois les pieds sur terre, parce qu'il faut avoir un niveau qui est celui du terrien et qui est celui de tous les jours et de la vie de tous les jours, du quotidien, et par rapport à ça, il y a des choses, il y a des objets, qui vous sortent de ce quotidien-là et qui vous permettent, soit d'évacuer, soit de vivre une autre aventure. Pour moi, c'est ça l'enchantement.

C'est quitter un niveau, c'est partir vers un autre monde ?

Oui, oui.

Et dans ce cas-là, comment vous y prenez-vous dans votre musée pour qu'ils aient cette expérience ?

Alors, je m'y prends de façon très classique, c'est juste leur donner à voir les choses.

Mais donner à voir, c'est pas si évident que ça.

Non, c'est pas du tout évident. Mais j'espère que la muséographie que j'ai choisie les éclaire d'une certaine manière. Éclairer leur regard, permet au regard de se poser là où il faut qu'il se pose, de façon assez logique pour qu'il comprenne les connexions pour qu'ils comprennent les détails, pour qu'ils soient curieux, pour qu'ils

s'intéressent à telle ou telle chose. Donc c'est uniquement par le jeu de la muséographie, de ce qu'on peut leur apporter par les commentaires, par les fiches, par les cartels, pour leur dire « là c'est... essayez de voir là, parce que là c'est quelque chose d'important ». Et après je vais pas très loin, à part les deux multimédias, je vais pas aller très très loin, et après, c'est vrai que notre service des publics fait en sorte que, par le biais des ateliers, par le biais des manifestations, que ce soit des débats, des pièces de théâtre, des concerts qui ont lieu dans le musée... j'aurais des médiateurs dans toutes les salles, je trouverais ça merveilleux. Mais même si j'ai pas de médiateurs, tous nos agents... Avant l'ouverture, les agents qui étaient dans les salles, c'était des agents de surveillance. Ils étaient là que pour la sécurité des œuvres et des personnes. Aujourd'hui ce sont des agents d'accueil et de surveillance. Ils sont formés, en fait je leur fais des visites vraiment très régulièrement, mes collègues leur font des visites, pour qu'ils connaissent les œuvres, et pour qu'ils puissent en parler aux visiteurs. Avant, ils avaient pas le droit de parler aux visiteurs. Parce qu'on ne sait jamais, ça peut être une personne qui vient parler pendant que l'autre découpait une toile. Aujourd'hui, sans problème : ils expliquent, ils conseillent. C'est pas des médiateurs, mais quand même. Ce sont des personnes qui peuvent les accompagner.

Donc pour enchanter le visiteur, il faut un peu le prendre par la main ?

Ça j'en suis sûre. Ils attendent que ça, en plus, c'est très drôle. Parce que moi je pensais qu'un visiteur, quand il arrivait au musée, il avait envie de se laisser porter comme ça. Et c'est vrai que j'ai pas mis, vous verrez j'ai pas mis de numéros aux salles. En revanche c'est des salles 1380-1470 puis 1470-1500, et je me suis dit « bon, voilà, ça passera comme ça ». Mais en fait pas du tout. Ils veulent la salle 1 pour aller jusqu'à la salle 50.

C'est un peu prescriptif, c'est-à-dire qu'ils veulent tout bien faire...

Oui. Mais là ils le veulent. Et on l'a pas fait, et je le fais pas tout de suite parce ma salle 1 et 2, elle est fermée. Y a eu des problèmes structurels, donc y a un plafond qui menaçait de s'effondrer donc les assurances ont tout fait bloquer. Les travaux vont commencer en janvier mais je vais pas numéroter les salles, parce que s'ils

commencent à la salle 3, là ils vont être totalement désespérés. Ils sont vite désespérés de la vie nos visiteurs. Dès qu'ils perdent la trace.

Donc ils ont vraiment besoin d'un accompagnement.

Oui. Ils veulent être enchantés mais ils veulent quand même avoir un espèce de fil rouge qui pourrait les tenir. Par chance, y en a quand même qui sont très heureux d'avoir cette liberté-là, mais très peu. Parce qu'on a justement des visiteurs qui sont pas des spécialistes.

Oui, j'allais vous demander à quoi vous rattachiez cela.

C'est parce que ce sont pas des spécialistes. Ceux qui connaissent les musées... Je vois bien dans les textes, les retours qu'on peut avoir, y a ceux qui sont séduits par ce musée, qui nous remercient pour ce voyage fabuleux ; et puis les autres ils nous disent « mais pourquoi y a pas de signalétique, on comprend rien, on n'arrive pas à trouver où est la sortie, on sait pas par quel bout il faut le prendre » parce qu'ils connaissent pas les musées.

Et du coup, c'est peut-être un musée qui a d'autant plus d'importance, s'il est leur porte d'entrée vers le monde muséal.

Oui oui oui, ça je pense, pour nous c'est super important. Bien sûr. Ça je suis d'accord, parce que tous ces gens qui vont venir parce que c'est compris dans le circuit route des vins, ce sera effectivement la première fois qu'ils verront un musée, et ils pourront se dire « ah oui, un musée c'est ça, je peux y aller ».

Maintenant, je voulais parler de la communication. Pendant la rénovation, avez-vous adopté une communication particulière ?

Alors on a communiqué pendant les travaux, à la fois avec un petit journal qui parlait de ce qu'on faisait, des coulisses. Parce qu'on trouvait que c'était important qu'ils sachent qu'il y avait un chantier des collections, qu'effectivement y avait des pelleuses d'un côté, mais que d'un autre côté on s'occupait des collections, on les nettoyait, on les inventoriait, on les marquait, on les conditionnait... enfin tout ça. Donc on a fait sortir ce petit journal. Y avait une newsletter aussi qui rappelait tout ça.

Il y avait des visites de chantier, beaucoup de visites de chantier. On aurait voulu avoir une maison de chantier, avec le projet et tout ça. C'est au départ ce que nous avons souhaité, et puis ça n'a pas pu être fait, financièrement ça aussi ça était... donc on l'a pas fait, malgré tout on a pu faire ces visites de chantier, ça c'était très bien. Quand c'était une phase où on pouvait faire des visites de chantier, parce qu'il y a des phases où on peut pas, mais c'était quand même assez impressionnant, parce que les visiteurs ont pu visiter tous ces lieux-là, le grand bâtiment, l'Ackerhof, qui est collé aux bains, en brut hein, en béton. Et puis on pouvait leur expliquer ce qu'il y aurait à tel ou tel endroit, et c'était très bien. Et puis pour expliquer aussi, ce sont évidemment des locaux qui sont venus pour ces visites de chantier, on en faisait tous les vendredis, trois visites par vendredi. Donc on était en binôme, à chaque fois y avait un conservateur et puis une des personnes du service d'architecture de la ville. Donc c'était bien, y avait des questions plus techniques et puis des questions liées réellement au musée, et c'était très bien. Et on a pu désamorcer des petites bombes, des questions genre « ah ouais, c'est là que vont nos impôts locaux, et pourquoi y a tout ça ? ». Et c'est vrai que dès qu'on expliquait, tout de suite : « ah là on comprend bien, ah oui ».

Et puis vu que c'est un musée privé... il appartient du coup à une association ?

Alors, il est géré par une association, qui s'appelle la Société Schongauer, qui est une association de droit local, loi 1908, Alsace. Les bâtiments appartiennent à la ville de Colmar. Les collections ont des statuts très différenciés : y a des collections appartenant à l'Etat, du séquestre révolutionnaire, les collections appartenant à la ville, et les collections Schongauer. Et en fait, y a une convention entre la ville et la société Schongauer pour que le musée fonctionne en fait.

Autrement dit, quand on rénove les bâtiments, c'est pour la ville donc c'est les impôts.

Quand c'est des gros travaux, c'est la ville. Donc pour les travaux d'extension c'était un financement ville – qui a payé la moitié, quand même, qui était maître d'ouvrage et qui a payé la moitié – c'était l'Etat français, la région Grand Est, le département du

haut Rhin, la société Schongauer et le mécénat. C'était 44 millions d'euro, tout compris : inclus les deux places et l'office du tourisme.

Et justement, quand vous communiquiez sur votre musée, quand il était fermé, ou même maintenant, quelle était la promesse que vous faisiez au public ?

(Elle réfléchit) Notre communication c'était « le nouvel Unterlinden ». Parce que notre volonté, c'est vrai, c'était de toucher le public local. Le grand public. Quand on dit public local, c'est le Rhin supérieur, c'est-à-dire l'Alsace, la Suisse qui nous borde, et l'Allemagne qui est à côté et un peu du Benelux. C'est ça, notre public local et c'est ceux-là qu'on voulait aller chercher. Ceux-là qui avaient l'image d'un musée qui était vieillissant, parce que y avait eu des petits travaux, mais c'était à chaque fois des petits travaux par petits bouts, vous savez comme on peut faire « ah oui, cette salle est moche » et puis on refait. Y avait pas d'unité du tout. Donc voilà, se dire qu'on décloisonnait, qu'on ouvrait... et je trouvais que pour ça les architectes ils avaient vraiment réussi. Avant on était dans un couvent, de religieuses, qui vivaient dans la clôture. Donc y avait plus le mur, quand on était musée, de six mètres de haut, qui entourait le couvent et que vous verrez dans la maquette, dans la salle d'histoire du musée. Mais malgré tout, y avait des grilles, ferronneries tout autour du couvent, on était vraiment repliés sur nous-mêmes, enfermés. Les architectes ont détruit les grilles, ils ont créé ces grandes – quand vous êtes dans l'entrée – les verrières c'était des vitraux marron foncés, verts foncés néo-gothiques. Ils ont créé des vitrages transparents, de l'extérieur vous voyez le musée, quand vous rentrez vous voyez le jardin du cloître. Jamais on voyait tout ça. Ils ont ouvert de l'extérieur vers l'intérieur, pour qu'on voie. Parce que je trouve que c'est pas évident de rentrer dans un musée, pour des gens qui sont jamais rentrés dans un musée. Donc le fait d'ouvrir, enfin j'essaie de me dire que c'est plus agréable et d'ouvrir vers l'extérieur, pour moi c'était aussi quelque chose... Ce que je leur vendais c'était « venez dans un lieu qui appartient à votre monde ».

Et du coup vous n'avez pas pensé à utiliser le terme, ou même simplement l'imagerie ou l'imaginaire de l'enchantement ?

Non. Non parce qu'on n'a pas des collections qui sont très... Nos collections c'est pas très...

C'est pas des licornes.

Non. Y en a une, mais ça suffit pas. Ma petite nièce, qui était là y a quinze jours, qui a cinq ans, elle m'a dit « il est moche ton musée » et elle a pas voulu aller voir le retable. Ça lui a fait tellement peur...

Donc vous diriez que le terme d'enchantement ne s'appliquerait pas à votre musée ?

Si malgré tout, moi j'y crois, moi je pense que c'est quand même de l'enchantement ; mais l'enchantement que certaines personnes qui voient un petit monde de licornes et de bisounous, ça ça marche pas chez nous. Ils arrivent et déjà ils s'en prennent plein la... alors voilà, ils voient le retable d'Issenheim et ils tombent sur la crucifixion du retable d'Issenheim, c'est un peu plombant. C'est dur, les crucifixions à longueur de temps, les décollations de Saint Jean-Baptiste, et puis toutes ces scènes religieuses où personne ne comprend plus rien aujourd'hui, c'est pas évident.

En fait, le problème pour que ça enchante, c'est le côté « pas évident », c'est pour ça que la médiation est nécessaire.

Oui, là il faut de la médiation. Je l'ai, la médiation, mais que quand on accueille les groupes, je l'ai pas en individuel.

Vous me disiez que votre public local, visé, c'était la grande région Est.

Avec la Suisse et l'Allemagne qui vont avec, oui.

Du coup, avez-vous pu savoir si votre masse de publics avait augmenté avec la rénovation ou pas ?

Oui, ça oui, ça de toute façon oui. On était à 150 000 visiteurs, avant la rénovation, l'année d'ouverture on en avait 296 000, là on est autour de 200 000. Après ça retombe, mais on a effectivement augmenté. Ça a un peu changé d'ailleurs, on avait plus d'Allemands, maintenant les proportions varient un petit peu car on a plus de Français de l'intérieur, comme on dit ici en Alsace, parce qu'on a l'effet TGV aussi,

peut-être, qui fonctionne. Et puis on a entendu parler du musée. C'est vrai que lors de la réouverture, quand même, pendant dix jours, gare de l'Est y avait une frise de trente mètres de long, sur trois mètres de haut, avec que des visages, enfin que des yeux du musée Unterlinden. Voilà, et puis on fait de l'affichage aussi dans le métro en fonction de nos expositions temporaires. On a plus de Français de l'intérieur qui viennent, que d'Allemands avant l'extension. Ça a un petit peu évolué.

Dernière question pour la communication : l'enchantement pour la communication, vous ne voulez pas vous en servir, ou vous seriez prêts à reprendre des images de l'enchantement ou du vocabulaire ?

Non, parce que je pense que ça serait quand même... parce que ça serait trahir, parce que tout visiteur quand il rentre au musée, je pense pas qu'il... on n'a pas les collections qu'il faut pour l'enchantement. Moi je comprends le mot « enchantement » et quand je rentre dans un musée, de tout façon je lévite, je suis sur un petit nuage, mais moi c'est moi. Donc je peux pas appliquer ça à tous nos visiteurs, c'est pas possible, et ça serait... voilà je veux pas trahir, je veux pas donner une image fausse.

J'ai encore quelques questions, notamment relatives à la politique publique. Evidemment, quand vous avez programmé vos travaux, le rapport de la mission musée du 21^{ème} siècle n'existait même pas dans son idée ; néanmoins, est-ce que vous vous inscrivez dans ce courant, parce que je trouve qu'il y a des espèces de courants, qui existaient déjà, on les voit dans des rapports antérieurs ?

Oui, tout-à-fait, parce que c'était marqué dans nos projets scientifiques et culturels, et on voulait s'attacher à nos publics, et on a fait un grand pas. De toute façon y avait pas de service des publics au musée avant 2015. Avant la personne qui s'occupait de la communication s'occupait aussi du service des publics, on trichait. Elle faisait 10% du service des publics, et tout le reste elle faisait de la communication. C'est pas possible, donc on a créé un vrai service des publics, seulement en 2015. Pour tout dire aussi, on est gérés par une société privée, qui vit sur les entrées. Donc une grande partie des publics, c'est-à-dire les publics des scolaires, qui ne paient pas, tous les publics empêchés qui ne paient pas non plus, ça ne les intéressait pas du tout.

Donc là on a changé de président, y a une plus grande compréhension de ça et y a une volonté de faire venir aussi ces publics, même s'ils ne paient pas. Les scolaires de l'académie de Strasbourg et du Land Bade Wurtemberg ne paient pas.

Et du coup, moi y avait des thèmes qui m'intéressaient beaucoup dans ces orientations générales : la valorisation des réserves, la mise en réseau, le musée comme lieu de vie. Tout ça, est-ce que c'est des orientations que vous pourriez adopter par la suite ?

Ça, ça a déjà commencé, parce que la personne qui est chargée du service des publics – mais ça je vous avais déjà répondu, elle est en congé parental, donc elle ne viendra que début juillet - mais celle qui a été recrutée en 2015, elle est vraiment formidable, elle vient de Tourcoing, du musée Eugène Leroy, et elle est génialissime, elle a des idées assez extraordinaires. Elle faisait partie des tables rondes pour les musées du 21^{ème} siècle, et elle a visité tous les musées, que ce soit Lille, que ce soit le musée des Confluences, qu'elle connaissait déjà, elle va vraiment vers ces... et elle avait déjà commencé en fait, elle a créé des formules qui sont arrêtées là, parce que ça fait un an qu'elle est pas là, mais... elle avait créé des manifestations, que ce soit les petits ambassadeurs, ou les happy family, qui nous a permis de faire venir des publics jeunes, des jeunes couples avec leurs jeunes enfants, une catégorie de publics qu'on n'avait jamais eue avant. Voilà, des ateliers pendant les vacances scolaires, qu'elle a mis au point avec des artistes locaux qui se sont vraiment engagés pour le musée. C'est tout bête, hein, mais voilà : ça fait venir. Et puis elle a tissé tout une gamme, tout un réseau de partenariats, classiques, avec la comédie de l'Est qui est le théâtre, avec l'opéra du Rhin, avec les ballets du Rhin, avec le conservatoire de musique, avec l'école de théâtre, enfin tout ça...

J'ai une dernière question, au niveau de la mise en œuvre des travaux : est-ce que ça a eu une incidence sur votre organigramme ? La personne engagée en 2015 pour le service des publics n'est peut-être pas la seule.

On a changé l'organigramme. Ce qui est apparu c'est le service des publics, avec un service culturel et un service éducatif. On a recruté aussi, à partir de 2015, un responsable du développement, pour aller justement vers le public touristique, donc

il s'occupe d'aller sur tous les salons à l'étranger, en Chine, au Japon, en Russie... pour faire venir tous ces groupes. Donc il s'occupe à la fois du tourisme, et de tout ce qui est commercial, avec la boutique, le café. On n'avait pas de café avant. On avait une boutique, c'était les personnes de la billetterie qui vendaient, il y avait trois catalogues qui se battaient en duel. Maintenant on a une vraie boutique. Et puis y a toute une politique de location des espaces, qui sont obligatoires pour un budget. On a aussi, mais ça on l'avait dès 2007, une responsable du mécénat, qui avait été mise en place aussi pour trouver du mécénat pour l'extension et là, qui est en poste fixe. On a un cercle des mécènes, qu'il faut faire vivre, on a des recherches de mécénat, donc ça c'est aussi nouveau. On a une administratrice, qui n'existait pas non plus avant. Et c'est ça aussi que j'avais demandé, qu'il y ait une administratrice parce que là on commence à devenir une vraie entreprise, on était 35 on est 52.

INTERVIEW DE L'ARCHITECTE DU MUSÉE DE CLUNY, BERNARD DESMOULIN

TRAVAIL DE PRÉPARATION

Problématiques des bâtiments

Travaille sur différentes tailles de bâtiments. Teste des matérialités, connivences avec des lieux, sur le musée de Cluny (petit + forte notoriété)

Création de liens avec l'environnement. Possibilité d'entamer un dialogue avec vieilles architectures, comparer des rhétoriques, des langages. Plus facile qu'inventer à partir de rien.

Gain en 2014 de l'accueil du musée. Les travaux pour la refonte du parcours commencent. Petit bâtiment de 600m², mais important.

Quelques principes de bases cf villa Malaparte, pas extraordinaire mais parle de la relation avec son environnement. Fait partie du paysage. Semble l'avoir même dessiné. Déteste le mot « intégration ». Il faut une amitié avec ce qui entoure, une courtoisie. Travail de rapport avec l'autre (paysage, bâtiment, tissu).

Formé contre la théorie : du passé faisons table rase. Du passé, faisons table ouverte. En travaillant sur matérialité et géométries très très simples, on peut faire petit. Souvent les choses vieillissent mal parce que les formes vieillissent mal et leur expression n'a pas de sens ; alors que la matérialité fait sens.

L'architecture doit travailler sur présence et effacement. Se montrer et ne pas être tout seul. Il faut donc avoir une expression simple, familière, et quelque part créatrice.

Ex de Matérialité= béton brut, cuivre oxydé, inox, eau comme sol. Contexte où tout objet aurait été malvenu (Sarrebouurg)

Autre ex : restaurer la maison porphyrienne ancienne ambassade : jeu de matières avec du cuivre, de l'eau, du travertin. Dialogue avec une vieille maison.

Autre ex : Cluny en Bourgogne. Quelque chose de très très simple, qui n'ait pas de forme, qui est pure matière. Métal oxydé qui s'efface, mais aussi est extrêmement présent, s'insère dans des ruines.

Paradoxe à chaque fois : comment se montrer/comment s'effacer ?

Montreuil : centre d'art contemporain. Deux rhétoriques très différentes, montrer le questionnement et non les réponses, pour marquer le caractère de centre d'art contemporain.

Grand commun du château de Versailles, 24 000 m². A fait l'intérieur.

Comment transformer/rénover ce bâtiment ? Comment moderniser ?

→ pas travailler sur le patrimoine, mais travailler dans un lieu, dans un paysage.

Chaque époque fait des « interventions », ex les volumes des toitures de Cluny. Il s'agit de les faire dialoguer.

Ont tout de suite travaillé avec les toitures, qui étaient déjà riches de plis = en rajouter un. Se poser discrètement sur la terrasse Botzwillwall.

Il y a un collage de toutes les époques. Ont cherché le bâtiment qui vienne le moins perturber l'existant.

La matérialité, c'est ce qui est perçu en premier, plus que la forme. Plus importante que la géométrie. Eviter toute géométrie « domestique », c'est un bâtiment culturel. Signaler son statut culturel, signal, presque logo de la façade.

Croit aussi aux motifs et à l'ornementation, avoir envie de temps en temps de ne pas être moderne, mais en évitant toujours le pastiche. La couleur aussi recherche une complicité avec le lieu, mais doit s'en distinguer.

Les dentelles de métal permettent que les ouvertures ne soient pas perçues comme des ouvertures. Matière : voulait être plus créatif que la courtelle. Ce qu'il trouve bien dans l'étude de la matérialité, c'est qu'on ne sait jamais ce qu'on a à l'arrivée. Les choses ne sont jamais comme on les dessine, et des fois c'est pas bien, des fois c'est mieux. Côté aventureux, côté travail avec les entreprises.

Matérialité : quelle matière donner à ce bâtiment ?

Bronze pour recouvrir le bâtiment : poids impossible. Recherche de quelque chose de ressemblant : panneaux en fonte éprouvée. Fonte d'aluminium, presque plus utilisée depuis 70 ans. Léger, a de l'épaisseur, modelable, économiquement acceptable. Cherchaient quelque chose de non parfait, de « hasardeux » car bâtiment lisse impossible au milieu des ruines. Créer l'impression qu'on ait un peu vieilli avec le matériau. Gros travail avec le fabricant de fonte sur le type de relief qu'ils voulaient. 50 échantillons au moins, travail sur tout un été. Volonté d'un relief hasardeux : du coup chaque tôle est différente : dimension, relief. On ne peut pas dessiner ce relief, on a ce qui va sortir du moule. Donc dialogue entre calculs très précis pour la taille des tôles, et le côté hasardeux pour leur relief. Plus essais de couleur et choix du bronze. Et ils se sont rendus compte que quand elle est teintée, la fonte d'aluminium accroche différemment la lumière. Donc le bâtiment varie selon la lumière, mais surtout chaque tôle est différente => jeu variable entre elles, et imprévisible.

Matériau plus utilisé = mode prototype. Beaucoup de tâtonnements.

Le dessin est hasardeux, parce que c'est la matière qui est hasardeuse.

Ex aussi de l'escalier : matériau forcément léger, mais aussi qui vieillit bien et qui permet les courbes = contraintes créatives

Nouveau bâtiment qui n'est pas une copie, mais qui fait partie de l'ensemble, de la famille.

GUIDE D'ENTRETIEN

- 1) Quand vous avez conçu cette rénovation pour le musée de Cluny, avez-vous pensé à l'enchantement, ou vous l'a-t-on demandé ?

- 2) Pourtant, ce que vous avez réalisé est assez, je trouve, « enchanteur » : les couleurs, la variabilité de la lumière, les formes et la guipure de métal... L'enchantement peut-il être une manière, a posteriori, de qualifier ce que

vous avez fait ? Pouvez-vous voir cela comme une réponse à la problématique du bâtiment (ou du musée) ?

- 3) Si c'est pertinent, comment avez-vous choisi de l'incarner ? D'après vous, comment incarneriez-vous l'enchantement ?

- 4) Si pas pertinent, vous pensez donc que les musées peuvent se passer de cet enchantement ? Pourtant votre œuvre est très belle : pourquoi tant d'esthétique ?

- 5) Un de vos concepts forts est la matérialité. Dans mon travail, je parle de « matérialité enchantée » car elle dépasse sa propre présentation, elle est une forme de « présence » (W. Benjamin) qui déborde (M. Eliade). Pensez-vous que la matérialité est un facteur d'enchantement d'un lieu (si c'est ça qu'on attend d'elle), et comment ?

- 6) J'ai l'impression que dans votre rapport à la matière, il y a aussi sa résistance, d'où le côté aventureux à s'en servir (cf conférence à l'Arsenal). La matière, c'est ce qui n'est pas que modelable, c'est ce qui résiste, ce qui a sa vie propre. Pourquoi cette résistance vous attire-t-elle ?

ENTRETIEN RÉALISÉ

La première question, c'est : quand vous avez conçu cette rénovation pour une partie, enfin d'après ce que j'ai lu vous êtes chargé de la totalité de la rénovation, mais vous avez créé l'espace d'accueil.

Oui.

Et quand vous l'avez fait, avez-vous pensé que ça pouvait être enchanteur ou est-ce que c'est quelque chose qui a traversé votre esprit, même si vous avez travaillé avec de tout autres injonctions ?

Alors c'est le mot « enchantement », si vous pouvez me le préciser. Parce que je sais ce que veut dire ce mot-là, mais peut-être qu'il n'a pas le même sens pour vous que pour moi.

En fait, je m'inspire de ce qu'on dit d'un musée dans des textes officiels disant qu'ils devaient générer de la délectation. Alors l'enchantement c'est différent, vu que la délectation, c'est proche de la nourriture, alors que l'enchantement c'est plus de l'ensorcellement, on se laisse fasciner par. La meilleure définition que je puisse donner, c'est une définition qui n'est pas de moi mais de Coleridge « la suspension volontaire de l'incrédulité ». C'est-à-dire que tout ce qui est de l'ordre du « j'y crois mais à moitié », on se laisser quelque part reguider presque en enfance, on se laisse fasciner par les objets, on se laisser emporter par ce qui nous est raconté par le musée. Et pour moi, l'enchantement c'est ça, c'est une attitude qui est plus volontairement naïve, je dirais.

Donc je terminerais en disant que quand j'ai vu les travaux de votre bâtiment, en disant que moi par exemple, il m'enchant. C'est-à-dire que quand je le vois je suis prise par les détails, je regarde, j'aime bien voir les mouvements de la lumière, et je pense plein de choses. Pour moi, c'est quelque chose d'enchanteur par la présence qu'il a, en fait. Parce qu'un des concepts importants de mon mémoire, c'est aussi la matérialité, matérialité « enchantée », et du coup vu que c'est quelque chose que

vous mettez aussi en avant, notamment lors de la conférence à l'Arsenal, ben je me suis dit que ce serait intéressant d'avoir votre avis.

Très bien. Ben écoutez, ce qui m'embête un peu c'est que vous avez pratiquement tout dit. (il rit).

Bon, ce qui est vrai, c'est que d'une part, pour moi, un musée c'est quand même un lieu où il y a presque.... C'est un lieu qui a une autorité scientifique. En plus, le musée de Cluny c'est un musée de spécialistes, c'est pas un musée de goût, c'est pas un musée de plaisir, c'est un musée d'histoire, et donc les gens qui viennent, c'est plutôt un public, comment dire, averti. Y a beaucoup de visiteurs étrangers. C'est pas un musée qui a une réputation nationale, vous voyez. C'est un musée national, mais c'est pas une annexe du Louvre, on fait pas partie des tours operators, donc quand on vient au musée de Cluny, on vient pour voir une œuvre. Et voilà. Donc c'est un peu particulier. C'est un musée qui a 300 000 visiteurs, je pense qu'il y en aura un peu plus avec la nouvelle extension, et c'est vrai quand on a travaillé sur ce musée, d'une part on voulait lui donner une nouvelle visibilité, c'est ce que j'ai toujours dit. C'était le programme. Et c'était lui donner une image un peu plus contemporaine, qui peut jouer contre lui en même temps.

Donc le mot « enchantement », pour revenir à votre question, c'est oui et c'est non. Enchantement, c'est vrai par ce travail sur la matière, moi je me suis un peu inspiré d'un reliquaire qui est d'ailleurs exposé dans la salle qu'on appelle le Trésor, où il y avait une forme de préciosité qui pouvait évoquer à certains certaines choses. Et donc quelque part, quand on dit « donner une nouvelle visibilité », c'est au sens propre, c'est-à-dire que les gens n'avaient jamais fait le lien entre les thermes et le musée ; et c'est aussi, dans l'imaginaire, faire rentrer le moyen-âge de façon un peu plus forte.

A nul moment, vous n'avez pensé au terme « enchanteur ». Mais quand on vous le dit ?

Quand on me le dit, ça me fait plaisir ! Mais, comment dirais-je, j'ai passé deux ans avec les conservateurs, à parler. Et c'est vrai que les conservateurs ont avant tout pour mission de conserver, d'expliquer, de faire comprendre. Et toute la part enchanteresse, ben elle existe pratiquement pas. On est vraiment dans un milieu scientifique, où les choses ont une explication, ont un sens, et on n'est pas vraiment

dans un rêve. Dans le mot « enchantement », y a une part un peu onirique, qui se décolle de la réalité, et là on est vraiment dans la réalité. Et le bâtiment, lui, par contre, il a plutôt un pouvoir évocateur. Quand on travaille sur une vêtue comme celle-ci on n'est pas toujours dans le rationnel, on est parfois dans la gratuité, dans l'esthétique, dans l'intuition, et c'est la différence entre ce qu'on fait et ce qu'on présente.

Et alors, pensez-vous que ce soit un concept qui est pertinent – ou pas, pour penser un musée ? Vous, même au-delà de vos travaux. Pour penser votre travail pour les musées en général, pensez-vous que c'est quelque chose qu'on pourrait davantage mettre en avant ?

Ah bien sûr, absolument. Ah oui, oui, et d'ailleurs ça fonctionne, parce que le côté, cette matérialité euh... à la vêtue proposée, d'abord ça attire le regard, je pense qu'il y a une forme de curiosité également, c'est un peu ce qui m'est revenu. Y a l'effet inverse, je me suis fait pas mal agresser aussi par des gens qui passaient devant et qui revenaient vers moi, l'architecte. Ça peut être pris comme provocation aussi. Tout ça fait que rapidement on va vers le passionnel. Effectivement, j'ai entendu des fois « mais quoi, c'est le moyen-âge, ça n'a rien à voir... ». Et c'est vrai que donner comme ça, une image un peu inhabituelle, en plus le 5^{ème} arrondissement est très très protégé. Donc on a pu faire ça parce que c'est un bâtiment culturel, également parce que c'est un musée ; et donc vouloir attraper les gens un petit peu par une image un peu atypique, a fait qu'on... enfin je sais pas si c'est de l'enchantement, mais quelque part ça a fonctionné quoi. Mais je sais pas si c'est volontaire parce que quand vous travaillez... enfin j'ai une petite expérience dans ce monde-là, mais c'est vrai qu'à la fois y a un travail de communication, et puis il faut faire très très attention parce qu'il faut pas faire un bâtiment trop daté. Parce que les collections, elles, elles ont 500-600-700 ans. Vous voyez.

D'ailleurs c'est quelque chose dont vous parlez lors de la conférence au pavillon de l'Arsenal, disant que la matérialité faisait sens alors que les volumes...

Exactement. J'ai dit à cette conférence que ce pliage, cette architecture de toitures, c'était pas du tout par mimétisme, mais que c'était simplement une forme

rationnelle, simple, familière, voilà... et on n'a pas du tout cherché à surprendre. Par contre, c'est sur la vêtue, et là il fallait quelque chose d'une matérialité à la fois nouvelle et traditionnelle. On peut toujours basculer d'un côté ou de l'autre. Et il fallait quelque chose qui soit surtout, ce que toute architecture rêve, et c'est pour ça que je parle d'« illusoire », une forme d'intemporalité. Il faut quelque chose qui, dans 50 ans, sera regardé de la même façon.

Dernière question : je voulais revenir sur le concept de matérialité, parce que comme je vous l'ai dit tout-à-l'heure, je m'en sers, mais moi évidemment je parle de matérialité enchantée, c'est raccord avec mon sujet, du coup la manière de l'analyser n'est pas du tout la même. J'ai bien écouté votre conférence à l'Arsenal où vous êtes très technique, ce qui est justement passionnant, parce qu'on voit que votre définition de la matérialité, elle est issue d'une pratique, et d'une pratique technique, scientifique, très précise. Alors que moi, ce que je fais est plus conceptuel, et j'ai pas l'expérience de rechercher une matière particulière pour faire un bâtiment. Du coup, ce que j'appelle matérialité, et que je qualifie d'enchantée, c'est parce que pour moi en fait, la matière, c'est une forme, c'est une présence physique, des atomes qui sont devant vous, par exemple la pierre, et à la fois, si je l'appelle « enchantée », c'est parce qu'en elle se montre davantage. C'est une forme de présence en même temps, et la présence, c'est pas physique, c'est quelque chose d'ineffable, d'insaisissable, mais devant certaines personnes, comme devant certains objets, on ressent comme si il y avait davantage de présence. Et pour moi, la matérialité enchantée, c'est quand les deux coexistent. C'est-à-dire qu'on a une matière qui s'impose, qui occupe le champ visuel, qu'on a presque envie de toucher, et dans le même temps, on a une « aura » en quelque sorte, pour reprendre le terme d'un philosophe, ce qui montre que cette matière est peut-être plus que ce dont elle a l'apparence. Donc je suis désolée pour cette définition qui est peut-être un peu philosophique...

Elle l'est, mais c'est agréable à entendre.

On est toujours un peu gêné quand on fait un peu de philo par rapport à quelqu'un qui fait des choses très concrètes, on se dit « est-ce que je raisonne pas un peu à creux ? »

L'inverse est vrai aussi, c'est-à-dire qu'on est toujours gêné quand on entend des discours très élaborés, et on a l'impression d'être un plombier à côté. Je me sens un peu barbare...

Je trouve que réfléchir de manière incarnée, ça permet d'éviter de dire des choses qui sont des non-sens. Mais pour ce qui est de la matérialité enchantée, qui est donc mon concept, est-ce que vous pensez que ça rejoint ce que vous appelez matérialité ? Est-ce que vous voyez une ressemblance ?

Oui, je vois une ressemblance (il semble hésiter), maintenant que vous me le dites, je la vois, je la vois. Nous on est aussi un peu dans le domaine, pas d'innovation, c'est un mot prétentieux, mais on doit lutter contre la préfabrication, l'habituel, le lieu commun, l'air du temps, toutes ces choses-là, donc ce qu'on cherche quelque part, c'est de s'imposer, de chercher le regard de l'autre, avec quelque chose qui est inhabituel. Enfin je ne sais pas si ça correspond tout-à-fait à ce que vous dites vous.

Pas tout-à-fait mais je crois comprendre. Avec le risque, vu que c'est inhabituel, de pas faire quelque chose qui soit « trop ». C'est ce que vous disiez tout-à-l'heure : il faut que ce soit inhabituel et intemporel en même temps.

Voilà. Alors l'avantage de cette vêtue à Cluny c'est que, de loin elle est presque habituelle, et de près elle contredit toute préfabrication et toute industrialisation, puisque chaque tôle est différente. Alors pour ceux qui savent regarder, y a un petit effet de surprise, en plus elle joue parfaitement avec la lumière. Par exemple, je suis passé l'autre jour devant, elle est extrêmement triste quand il fait pas beau. Aujourd'hui, ça va être beaucoup plus j'espère joyeux. Donc tout ça fait que c'est inhabituel au sens où il y a une matière, voilà, un relief, une épaisseur... des choses qui sont en contradiction avec le système de production actuel vous voyez. Et c'est là où... en plus moi j'ai toujours pensé qu'un musée c'était un lieu de matière, quels que soient les objets exposés, c'est de la matière. Que ce soit un lapidaire, des petits objets... J'avais travaillé sur le musée des arts décoratifs, et on pouvait aussi bien montrer du cuir, du verre, et donc j'ai gardé cette idée. Donc je ne sais pas si c'est pour « enchanter », mais ça c'est une chose importante, c'est qu'un musée ne peut pas être un bâtiment habituel, c'est une sorte de coffre-fort, où on expose, où on

insiste sur ce que l'on est. On insiste sur notre particularité, et la particularité de ce musée, Cluny, c'est comment montrer l'aspect précieux et savant du moyen-âge. Donc il fallait une matière particulière, il fallait quelque chose à la fois connu et en même temps oublié. Et donc on a cherché beaucoup, ça a été pour moi un véritable questionnement, parce que quand j'ai été lauréat de ce concours, je ne savais toujours pas ce que c'était. Je savais ce que je voulais pas, mais je savais pas ce que je voulais. Donc il fallait... oui, peut-être qu'il y avait un rapport avec l'enchantement, quelque chose qui... et c'est vrai que le nombre de questions, le nombre de fois où on m'a dit « mais qu'est-ce que c'est que cette matière ? », parce que je crois qu'utilisée comme ça y a assez peu d'exemples. C'est vrai que le fait qu'on me pose la question montre que ça a attiré l'œil. Et attirer l'œil, c'est peut-être le début de l'enchantement, enfin je ne sais pas.

Ce qui est assez drôle, c'est que vous me posez ces questions, mais je continue à me les poser moi aussi. Quand on fait les choses, c'est pas forcément clair dans votre tête non plus.

En fait, j'ai eu l'impression, lors de votre conférence, que ce qui vous intéressait aussi dans la matière, c'est que c'était pas que modelable. Il y avait une espèce, pas de lourdeur, mais d'impénétrabilité de la matière, ça résiste, on en fait pas forcément tout ce qu'on veut.

Ça c'est l'intérêt, et pour le béton c'est un peu la même chose, c'est qu'il y a une sorte de mystère, c'est la matière qui vient à vous, c'est pas vous qui la créez. Vous ne savez pas ce que vous... vous orientez c'est tout, c'est un petit peu comme... J'enseigne l'architecture en termes de projet, et c'est la même chose, on fabrique pas des étudiants. On peut orienter, on peut suggérer, et là c'est un peu pareil, et c'est ce qui me plaît dans cette matière, dans ce travail. On la choisit pas sur catalogue, ça existe pas les catalogues de fonte d'aluminium comme ça. Ça existe pas, mais en même temps, celui qui la travaille, celui qui va la produire, ça se fait dans des usines – on n'est même pas là le jour où on la produit - ben voilà, c'est presque lui, avec son geste, qui décide et c'est là pour peut-être cinquante ans. Ça j'aime beaucoup, cette part de hasard, d'imperfection... et ça aussi c'était drôle, car on a vraiment recherché l'imperfection, et on est allés voir des gens qui travaillaient sur la perfection. Et les

gens qui travaillent sur la perfection ne comprennent pas l'imperfection. Ils font la même chose, leur seul langage c'est le langage de la quantité et du nombre de pièces, mais là c'est complètement différent. Et l'argument économique est arrivé tout à la fin, je crois qu'ils ont perdu de l'argent, mais ils voulaient le faire, ils voulaient aller au bout.

Pour eux aussi, ils voulaient expérimenter la résistance.

Complètement. C'était l'aspect plaisant de ce projet. Quand vous travaillez sur des prototypes, y a un côté recherche qui fait que tout le monde s'y met. Tout le monde a l'impression que... y a pratiquement pas de hiérarchie entre celui qui conçoit et celui qui fait. C'est sur le même plan quoi. Et donc c'est passionnant. Voyez, vous dites pas à quelqu'un « je veux ça, et puis tu vas me le donner ». C'est pas ça. C'est que celui qui va vous le donner, il a autant d'importance que vous, qui lui demandez quelque chose. Enfin j'aime bien ce genre de rapports, qui est assez inhabituel dans le bâtiment.

J'espère avoir répondu à vos questions.

Oui, bien sûr. Vous m'avez dit plein de choses intéressantes, après je ne m'attendais pas à ce que vous me disiez que l'enchantement était votre concept directeur. C'est à moi d'interpréter.

Oui, parce que le mot « enchantement », il a eu cours y a quelques années.... J'ai même travaillé pour différents musées, pour un centre d'art contemporain, mais le musée de Cluny, il est très particulier, c'est un musée vraiment de spécialistes, qui veulent des choses très précises. Eux, ils n'ont pas besoin d'être enchantés, l'œuvre suffit.

Ce que j'appelle « enchantement », ce n'est pas forcément une débauche de moyens un peu disneylandienne, c'est vraiment, c'est pour ça que je parle de matérialité, pour moi c'est la matérialité qui enchante. C'est se faire captiver par un objet juste parce qu'il est là. Et du coup, moi je suis enchantée par le musée de Cluny, que j'adore.

Y a un livre d'or, qui est laissé à disposition des visiteurs, et y a des critiques sur l'accueil, en disant... les gens regrettent ce côté poussiéreux, ce côté... Et c'est drôle, parce que vouloir présenter différemment, tout compte fait ça ne satisfait pas tout le monde. La modernisation, ça créé pas forcément l'enthousiasme. Non non, une œuvre, on est habitué à la voir de telle façon, parce qu'il y a les amis du musée vous savez. J'ai dû présenter le projet plein de fois devant les amis du musée. Et c'est des gens, on rigole pas avec eux. Ce sont pas des plaisantins. Et donc, si le fait qu'on ait gagné un peu de place est une bonne chose, le fait qu'on donne une nouvelle image, ça créé pas l'unanimité.

Là encore, c'est une forme de résistance, mais de la matière humaine cette fois-ci.

Exactement.

INTERVIEWS DES PUBLICS ADULTES

GUIDE D'ENTRETIEN

Ce guide d'entretien porte sur les musées et les expositions. Même si je n'ai pas toujours écrit les deux en toutes lettres (pour plus de légèreté), toutes les questions portent sur les expériences que vous avez eu ou pouvez avoir dans les deux cas, musées et expos.

1° Qu'attendez-vous d'un musée ?

2° Quelle est votre pratique des musées ? Quels types de musées et/ou expositions fréquentez-vous ? Avec quelle fréquence approximative ? Prenez-vous beaucoup de médiations (audio guides, tablettes, visites commentées, ateliers,...) ?

3° Diriez-vous que ces expériences de visites de musées et/ou d'expos vont ont plu ? (Sur une échelle de 1 à 10, 1 étant le minimum et 10 le maximum)

4° Pouvez-vous choisir 5 mots pour décrire ces expériences (passées et présentes) des musées et expositions ?

5° Pouvez-vous raconter votre dernière expérience d'enchantement ? (Ce n'est pas forcément une expérience muséale). Qu'avez-vous pensé ? Qu'avez-vous ressenti ?

6° Dans cette expérience, quelles sont les choses qui, selon vous, ont concouru à vous enchanter ?

7° Que comprenez-vous derrière le mot d'« enchantement » ? Si cela vous arrange, vous pouvez donner des mots qui représentent bien l'enchantement pour vous.

8° Est-ce qu'un musée ou une exposition qui utiliserait cette expression d'« enchantement » (par ex dans ses affiches, sa communication, les reportages à la télévision...) vous attirerait davantage ?

9° Si un musée veut vous enchanter, comment peut-il s'améliorer ? Ou ne voulez-vous pas vous laisser enchanter, et alors pourquoi ?

10° Voici des exemples de dispositifs que les musées ou les expos mettent en place pour enchanter leurs publics. Vous, est-ce que ça vous donne envie de visiter, d'y passer du temps, d'en parler ? Que ressentez-vous face à ces images ou vidéos ?

EX1. L'ATELIER DES LUMIÈRES On peut se faire une idée de l'expérience d'un visiteur en regardant la vidéo ici : https://www.youtube.com/watch?v=T2_LXWn6cw0&index=9&list=RDT2_LXWn6cw0

EX.2 LES OISEAUX DES SERVICES BUFFON AU MUSÉE NISSIM DE CAMONDO Il s'agit d'une application pour mobile (qui a disparu depuis) qui permettait d'entendre le chant des oiseaux d'un célèbre service en porcelaine. On pointait l'oiseau, et le chant retentissait. Une fiche le présentant (espèce, caractéristiques...) s'affichait aussi.



Rollier du Sénégal



Camondo AR: Oiseaux Enchanteurs
Service Buffon, Cabinet des Porcelaines

LES ARTS
DECORATIFS

arimagine



EX3. L'ACCROCHAGE TEMPORAIRE DE LA COLLECTION PERMANENTE DU MUSÉE DE CLUNY On peut s'en faire une idée en regardant les photos ici : <http://www.musee-moyenage.fr/actualites/vie-des-collections/actualite-des-collections/presentations-temporaires.html>

EX4. MUSÉE DE LA CHASSE ET DE LA NATURE D'après la présentation vidéo qui est faite ici : <http://www.chassenature.org> (C'est la vidéo sur la page d'accueil du site du musée)

A. FANNY

34 ans, pas d'enfant, vit à Paris. Chargée de communication.

Fanny a été choisie en raison de son âge (plus jeune que notre moyenne), de son absence d'enfant. Nous avons voulu voir si le mode de vie qui en découlait impactait, et comment, sa perception des musées et de l'enchantement.

Qu'attends-tu d'un musée, et particulièrement des musées d'art et d'histoire ?

Tu peux répondre des musées en général, et après on resserrera.

Ben déjà, d'avoir accès à des œuvres, surtout celles que je connais déjà, par ma formation ou des cours, de ma culture générale. D'apprendre des choses, parce que souvent c'est le cas (rires). En histoire de l'art, j'ai un niveau proche de zéro, donc j'apprends souvent énormément de choses. Et si je connais déjà le sujet, d'avoir un angle un peu différent oui, sur un sujet. Et puis quand même, ben... ben quand même de me divertir. (rire)

Justement, comment tu te divertis dans les musées, quels sont tes moyens habituels ?

Mais justement je ne sais pas, je ne pourrais pas te dire, mais j'ai l'impression que ... En fait, ce n'est pas parce que je n'ai pas été divertie que je n'aime pas, je tiens à le préciser (rire). Donc il se peut que parfois le musée ne me divertisse pas, mais que j'aie adoré l'expo quand même, mais me divertir, j'ai l'impression que c'est surtout la scénographie en fait, qui fait que ça peut provoquer une sorte de divertissement. J'ai deux exemples d'expo, là, en tête, qui me viennent...

Lesquels ?

Ben Barbara. Bon, déjà le sujet était intéressant, mais bon la scénographie était très très travaillée et je trouvais qu'elle collait parfaitement au sujet de l'exposition et c'est vrai que j'ai été emballée, et je suis sortie contente et divertie. Et une deuxième, mais ça date un peu, et c'est marrant c'est celle à laquelle j'ai pensé tout de suite en parlant de divertissement : c'est l'exposition Bohème, mais je crois qu'elle est sortie

en 2011 ou je sais pas, au Grand Palais. Et elle sortait à côté d'une exposition blockbuster, donc y avait quasiment personne et nous on avait décidé d'y aller, parce que justement y avait moins de monde, et finalement là j'ai été vraiment emballée. Et là c'est pareil, c'est la scénographie, c'est-à-dire qu'il y avait un gros effort de fait sur le... ben en fait y avait différentes périodes ou différents angles qui étaient mis en avant, et à chaque fois, par angle ou par période, y avait des couleurs différentes... Enfin on était vraiment immergé dans le temps de la bohème etc. Bref, et là aussi, au-delà des tableaux et de ce qui pouvait être accroché, ben c'était le... y avait même une bande musicale. D'ailleurs j'avais même acheté la BO. Voilà. Ouais.

Interruption.

Tu me parlais de la bohème et de ce qui te plaît.

Ah oui, et là où j'ai l'impression de m'être un peu divertie, c'est tout l'à-côté de l'exposition, et c'est un peu flippant de s'en rendre compte (rire).

Tu ressentirais de la mauvaise conscience, de ne pas être une bonne élève dans un musée ?

Heu, ben je vais te dire un truc : oui. Et d'ailleurs, pendant très longtemps, quand j'allais voir une expo, même les salles ou les tableaux qui m'intéressaient moins, ben je faisais l'effort de m'arrêter et de tout regarder, vraiment, pour donner une chance à chaque œuvre. Et en fait j'ai un peu, j'ai un peu évolué, maintenant je me laisse plus guider par mes envies et je passe un peu les salles qui m'intéressent moins. Et au début, c'était un peu bizarre car je me disais que j'allais louper des choses, mais en fait même quand je les regardais je les loupais, donc ça revient au même. Je pense que les salles pour lesquelles j'accroche moins, peut-être que j'aurais besoin d'un guide ou de quelqu'un qui m'explique en quoi elles peuvent être intéressantes et qui me recontextualise, parce que souvent en fait c'est aussi un manque de connaissances. Voilà...

Et tu dirais que c'est lié, le fait d'apprendre, de comprendre d'un côté, et le fait de te divertir de l'autre ? tu penses que tu as besoin de te divertir pour intégrer quelque chose ?

(hésitation) Non, pas forcément, et j'ai en tête l'exemple de cet été où j'ai été dans un musée à Perpignan, le musée Hyacinthe Rigaut, je crois. Il a été rénové y a pas longtemps, donc c'était une réouverture, et y avait aucun... c'était pas du tout divertissant et les salles étaient très bien agencées et y avait pas tout cet à-côté. J'ai appris énormément de choses, et j'ai appris énormément sur les peintres de la région etc. Et pourtant... et d'ailleurs j'ai eu un coup de cœur pour un des peintres de la région, dont le musée porte le nom, et j'ai appris des choses, mais je me suis pas du tout divertie, donc non c'est pas forcément lié. Et en plus j'ai adoré, ça fait partie de mes top musées.

Quelle est ta pratique des musées ? Quels types de musées est-ce que tu fréquentes, et avec quelle fréquence ?

Heu, quels types de musées... (elle réfléchit) ben un peu de tout, ça dépend des expositions qui sont proposées, enfin j'ai pas... si y a un musée que vraiment je fréquente énormément, c'est la Philharmonie, en fait j'aime beaucoup les expos à chaque fois. Je pense que je dois être la cible (rire), ça matche bien, en plus c'est pas très loin de chez moi, enfin bref c'est parfait. Mais sinon j'ai pas trop de, de.. j'évite les grosses expos parce qu'il y a trop de monde et ça m'énerve, mais je peux aller dans des petits musées, dans des gros musées, enfin j'ai pas de problème, des musées publics, privés.

Et tu ne vois que des expos ou tu vois parfois des collections permanentes ? Parce que tu parles que d'expos.

En fait (hésite)... Quand je vais pour la première fois dans un musée, je vois d'abord l'exposition permanente, et après les temporaires. Si je reviens dans un musée, j'ai tendance à ne pas aller à l'exposition permanente, sauf si, je sais pas, s'il y a des œuvres que j'ai adorées et que j'ai envie de revoir. J'y reviens pour les expos temporaires. En même temps j'ai l'impression que je vais choisir tel musée pas vraiment pour le musée mais pour plus l'expo, et à mon avis c'est l'expo temporaire

qui est plus mise en avant, dans la communication. Donc à mon avis c'est ça qui me conduit...

Tu dirais que tu vois les accrochages permanents parce que tu veux être une bonne élève ? Et dans ce cas, est-ce que c'est pas un peu chiant, est-ce que c'est pas quelque chose d'un peu rébarbatif, d'aller voir les permanentes ?

Attends, je réfléchis. Ben non, parce que par exemple, ma dernière expérience en expo permanente, c'était ce musée à Perpignan. C'était pas du tout barbant. Pas du tout.

Et tu ne te le dis pas avant ?

Il est possible mais il faudrait que... la prochaine fois tu sais j'y penserai. Mais il est possible que je me dise : bon, c'est à faire (rire). Il est fort probable que je me dise ça oui.

Mais tu ne parles que d'expos, pas de collections permanentes... les expos c'est plus sexy ?

Oui, souvent d'ailleurs, tu vois, tout à l'heure je te parlais d'angle un peu différent, on trouve ça beaucoup sur les expos temporaires. L'angle bohème, là, par exemple, c'était sur une expo temporaire et tu peux le faire qu'à ce moment-là, d'avoir...

Il y a un côté événement, et puis il y a peut-être plus de communication...

Oui, complètement.

Est-ce que tu peux me dire si tu prends beaucoup de médiations, de type audio guide, visite commentée, tablette, ateliers – même si tu n'as pas d'enfants... ?

Oui, et d'ailleurs moi je trouve ça dommage car j'aimerais beaucoup participer à des ateliers et je trouve que ça ne se fait pas du tout les ateliers pour adultes, et c'est dommage parce que... enfin je ne sais pas ce qu'il serait possible de faire, mais il y en a jamais jamais jamais, et c'est dommage parce que moi j'aime bien expérimenter... ah si, une fois à Lille, j'ai participé à, comment elle s'appelle, la gare qui a été réhabilitée et il y a un musée dedans, mais le nom m'échappe. Mais, bref, et là c'était

pareil, c'était une expo temporaire, y a que des expos temporaires de toute façon, et c'est toujours sur les nouvelles technologies, ou c'est sur des sujets un peu d'actualité, et là ils font expérimenter, y compris les adultes. Et je trouvais ça vraiment intéressant, en tout cas moi ça m'a vraiment plu. Et sinon, un truc de médiation, moi j'aime bien les audio guides mais j'en ai déjà parlé en cours (rire)...

Je ne me souviens pas...

Je suis peut-être l'une des seules... enfin je prends toujours l'audio guide, mais quasiment toujours, vraiment, enfin c'est très rare, enfin sauf s'il coûte 10 euros et que je trouve que c'est vraiment trop cher, mais sinon je le prends vraiment tout le temps. Mais j'aime encore mieux avoir une visite guidée.

Ah donc tu préfères des personnes.

Oui, des personnes c'est mieux, parce que, enfin bref l'audio guide y a la voix, même si ce sont des acteurs et tout, ils essaient de jouer, y a une voix qui est un peu toujours la même. Et puis l'audio guide peut pas s'adapter non plus à nos réactions, alors qu'un guide, s'il est bon, il va s'adapter. Si on s'arrête... ça m'est déjà arrivé d'avoir des guides qui s'arrêtent devant un tableau parce que mon regard s'était un peu attardé dessus...

Ils avaient remarqué ton intérêt...

Oui.

Sur une échelle de 1 à 10, ces expos t'ont-elles plu ? ça peut être varié, mais es-tu plutôt bon public, est-ce que tu aimes les choses...

Pendant toute ma vie ?

Non, mettons la dernière année.

(Réfléchit) Non... enfin de manière générale j'ai trouvé ça, enfin c'est rare quand je vais voir des expos qui sont vraiment mauvaises ; rien que le fait d'avoir et c'est vrai, je suis désolée mais, je pense qu'on s'en rend pas assez compte, mais rien que le fait d'avoir des cartels qui sont à jour avec des infos qu'on sait avoir été... enfin c'est déjà

énorme. Et avoir un effort sur l'accrochage... Non, je dirais que j'ai été plutôt contente oui. Enfin là c'était pas cette année, mais y a encore d'autres expos qui me viennent, et y a des choses qui sont restées et...

Donc tu as une expérience positive des musées, tu aimes ça et tu y vas régulièrement ?

Oui, mais juste pour terminer, à chaque fois, je ressors et je me dis : c'est marrant, mais je trouve ça dommage que ça se passe à l'intérieur d'un bâtiment, je sais pas pourquoi, je sais pas comment, mais je trouve qu'il y a un truc où tout est enfermé et tout est... je me demande s'il n'y aurait pas une autre vie possible pour les œuvres en dehors des bâtiments eux-mêmes et donc des musées, mais honnêtement j'en sais rien.

Il y a du hors les murs, par exemple.

Y a du hors les murs, mais ça reste toujours quand même un peu... enfin ça reste toujours un peu la même chose.

Pourquoi la même chose, si c'est hors les murs ? C'est pas assez innovant ? Il faudrait autre chose, du numérique... ?

Ben le numérique, moi, j'accroche pas, et hors les murs, ça reste quand même, on accroche quand même souvent dans un lieu qui reste un lieu un peu institutionnel, c'est juste qu'on a déplacé la collection ailleurs mais ça revient au même. Je préférerais presque qu'on mette des œuvres un peu n'importe comment dans le salon de ma voisine, et je trouverais ça génial, et qu'en plus il y ait un monsieur ou une dame qui vienne m'expliquer... ça je trouverais ça canon. Enfin c'est une expérience énorme.

Est-ce que tu peux trouver cinq mots pour décrire ces expériences de musées et d'expositions ? Les résumer en cinq mots.

Traditionnel ; éducatif ; sérieux... oh purée, ça vient tout seul ! Là par contre j'en ai plus... Qualitatif, ben franchement j'ai pas vu de mauvaises expos. Ah si j'en ai vu une

horrible, à Perpignan toujours (rire). J'ai fait les deux. Et c'est tout, je m'arrête à quatre, c'est pas grave ?

C'est pas grave du tout. Ce que je note, c'est que t'as pas mis divertissant...

Mais non.

C'est amusant parce que c'est ce que tu disais en premier.

Mais oui. Que ça pouvait me divertir, mais en fait non. Pas sur les dernières tu vois. Sur celles d'avant oui, mais tu vois, Barbara ça a plus d'un an déjà, je crois. C'est la dernière qui m'ait vraiment divertie.

Mais tu aurais pu le dire, si le spectre avait été plus large ?

Oui.

Est-ce que tu peux me décrire ta dernière expérience d'enchantement, et c'est pas du tout forcément un musée ?

Oui, et ben j'y ai réfléchi et franchement, je sais pas du tout (rire) et j'étais bien embêtée, mais franchement j'en sais rien. Je sais pas.

Tu as l'impression de ne pas ressentir cette sensation ?

Non, pas du tout. Et vraiment pas, je.... Et pourtant, je te l'ai dit avant qu'on commence, j'ai été voir Team Lab, qui est considéré comme un truc enchanteur. Alors moi ça a pas du tout... j'ai trouvé ça horrible, je me suis demandé quel était l'intérêt, c'était tout pixellisé sur les murs, enfin bref j'ai détesté. Y avait plein de monde à côté de moi, enfin....

Alors ça, ça m'intéresse. Vu que tu n'aimes pas l'enchantement, parlons du désenchantement d'une expérience dite enchanteresse. Tu trouvais que c'était techniquement nul ? Pas à la hauteur ?

Ah mais complètement pas. Parce que je trouvais qu'il y avait dans la communication beaucoup de bruit autour de l'interactivité, finalement, moi j'en ai pas du tant que ça et en plus c'était de l'interaction un peu.... Enfin j'en sais rien, je te dis ça et ça se

trouve techniquement c'est énorme (rire). C'est un peu comme avoir lu Zola et dire : oui, ben moi j'ai pas trop aimé, tout le monde dit qu'il écrit super bien et moi je trouve... enfin si ça se trouve ce que je te dis, c'est ça. Bref, enfin moi ça m'a pas... Mettre ma main sur le mur et le fait de faire dévier une fontaine, j'ai pas trouvé ça... ça m'a pas fait...

Rêver ?

Non, pas du tout. Et de voir les autres le faire non plus. J'ai trouvé qu'on avait tous l'air idiots, en plus ça me faisait un peu flipper de voir tout le monde avec son iPhone se prendre en photo, enfin ça rendait même pas en plus. Enfin peut-être sur certains murs, mais moi je trouvais que ça rendait pas. Et pareil, enfin tu l'avais visitée Team Lab ?

Oui.

Tu sais, la salle où y a les fleurs qui sortent et tout ça. Et tout le monde assis par terre. Enfin je sais pas, y a un truc et moi je suis passée complètement à côté. J'étais avec deux autres personnes qui ont beaucoup aimé, mais moi je suis vraiment passée à côté.

Donc tu ressentais quoi ?

Je me suis vraiment ennuyée, j'étais pas dedans, je me sentais vraiment extérieure en me disant : mais à quoi ça sert, mais c'est quoi ce truc, mais pourquoi ils nous montrent ça, mais quel est l'intérêt ? à aucun moment je ne suis rentrée dans leur délire ou dans leur proposition quoi.

Donc la magie n'a pas eu de prise sur toi ?

Non, et je me suis demandée, je sais pas, peut-être que je suis trop vieille ou j'en sais rien tu vois (rire).

Mais tu ne t'es pas sentie coupable de ne pas être sensible à ça ?

Non, mais je pense aussi que, pour être tout-à-fait honnête, je ne me suis pas du tout sentie coupable parce que c'est Team Lab et que c'est presque.... Tu vois dans la

posture c'est plus facile de dire que t'as pas aimé Team Lab que de pas avoir aimé, bah par exemple je parlais de Zola tout-à-l'heure. Zola, dire qu'il écrit mal, tu vois, c'est plus dur à dire. C'est une position qui est quand même plus facile à soutenir.

L'enchantement, ça ne te parle pas. La magie, l'onirisme non plus ? C'est pas du tout ce que tu recherches, un monde imaginaire, par exemple Miyazaki ?

Mais si, mais moi j'aime bien tous ces trucs-là, mais là en fait, je pense que ça fait très longtemps que je ne l'ai pas ressenti. Quelque chose de magique...

Où tu te fais juste emporter, par l'imaginaire ?

J'essaie de voir dans les spectacles vivants. J'ai un concert, mais je ne sais pas si c'était de l'enchantement. Je suis allée l'année dernière au concert d'Emily Loizeau et j'ai ressenti énormément de choses, un truc un peu magique, ou mystérieux... Je ne dirais pas que c'était de l'enchantement, par contre j'étais vraiment à fond dans le concert et ça allait crescendo et j'ai tout aimé, du choix des chansons à l'interprétation, à ce qu'elle proposait aussi sur scène avec son groupe... Je me suis laissée embarquer.

C'est un peu une définition de l'enchantement...

Donc oui, le dernier concert d'Emily Loizeau...

Donc pas un musée.

(Rire) non pas un musée, non. Désolée. (rire)

Et qu'est-ce qui en serait le plus éloigné, est-ce que ce serait les collections temporaires ou les permanentes, qui seraient encore plus éloignées de cet enchantement ?

Oui, les expositions permanentes.

La question c'est : à ton avis, qu'est-ce qui bloque ? (pour toi). Pourquoi tu réponds les permanentes quand je te demande ce qui est le plus désenchanté ?

Je pense que c'est parce que c'est figé ; ça a été choisi à un moment donné et ça bougera pas. Enfin tu vois, moi, mon mémoire traite du patrimoine et c'est ce que je

peux reprocher aussi au patrimoine immatériel, c'est qu'à partir du moment où il est figé, ben il perd un peu de vie et je dirais que c'est moi ce que je ressens pour les permanentes. Elles perdent un peu de leur vie et c'est bien quand elles sortent.

Chez ta voisine.

Ou même ailleurs, par exemple j'ai regardé un documentaire qui était pas très bon, mais c'est pas grave, sur Jackie Kennedy et en fait, pendant le mandat de son mari, la Joconde est sortie du Louvre pour aller aux Etats-Unis, je sais plus dans quel musée par contre. Certainement le MET, enfin je sais pas, et ça, par exemple, je trouve que c'est énorme parce que ça donne un peu d'événement autour de la Joconde, qui sort, qui va jusqu'à New York, qui prend... je sais pas si elle est partie en bateau ou en avion, et qui arrive pour une exposition. Ben c'est temporaire du coup, mais c'est un événement.

Tu dis que tu n'es pas sensible à l'enchantement, mais est-ce que tu en as une compréhension qui t'est propre ?

Comment je le définirais ? (Elle réfléchit). Ben je pense que je mettrais peut-être une notion de surprise, mêlée à un instant un peu magique qui met des paillettes un peu dans la tête, et quand même divertissant, enfin qui te, qui à un moment donné te fait oublier tout le reste. Donc ta vie, ou tes soucis, voilà.

Donc ce que tu appelle divertissant, c'est pas forcément amusant.

Non.

Mais plutôt quelque chose qui t'emmène loin du quotidien.

Oui.

Et c'est comme ça que tu utilises le mot depuis le début de notre conversation ?

Heu... oui, par exemple pour les... oui complètement. Quand je parle de... Oui. Si tu veux le changer pour que ce soit plus simple, tu peux. Pour moi, les expos, c'est... d'ailleurs, une expo amusante, faut vraiment que ce soit bien fait, parce que... (rire). Si c'est du LOL partout et du, enfin bref, ça marchera pas sur moi.

Est-ce qu'un musée, qui du point de vue de la com utiliserait l'enchantement, se présenterait comme enchanteur, est-ce que tu trouverais ça crédible, est-ce que ça t'attirerait davantage ?

Heu, ben en fait ça me fait un peu penser à Disney, donc crédible : moyen, et moi je pense qu'en terme de communication, ils se planteraient un peu parce que c'est pas quelque chose qui se dit. Même si on a décidé de monter un dispositif un peu enchanteur dans un musée ou avec des œuvres un peu originales ou spéciales, écrire « ben en fait on a fait une exposition pleine d'enchantement », ben je pense qu'ils se planteraient un peu en communication. Que c'est pas quelque chose qui se dit, c'est quelque chose qui se vit, qu'il faudrait peut-être trouver un autre angle pour en parler.

Ça casserait leur truc quoi.

Oui, oui oui.

Ma question suivante c'est de savoir comment un musée peut s'améliorer pour t'enchanter, mais vu que tu ne laisses pas tellement enchanter, juste en général : comment penses-tu qu'un musée peut se modifier pour être davantage intéressant et je pense particulièrement aux collections permanentes ?

(Réfléchit). Ah c'est dur sur les expositions permanentes. (Réfléchit). Ben si mais c'est déjà fait, là ça fait longtemps que j'y suis pas allée mais c'est parce qu'il y a trop de monde, mais Pompidou, le dimanche, te propose de visiter une partie du musée avec un guide. Et c'est la collection permanente. Et il va aller chercher 3 – 4 œuvres comme ça, et ça par exemple je trouve que c'est canon.

Parce que ça t'oblige pas à tout faire, en fait ?

Non.

Parce que ça te libère de la posture de la bonne élève... ?

Exactement. Celle qui va regarder toutes les œuvres, dix secondes, et lire le cartel...

C'est hyper intéressant comme question.

Analyse des vidéos etc.

Tu as vu peut-être chasse nature ?

J'ai vu le début de la vidéo. Par contre, tu sais que j'y suis pas allée. Ah tiens, d'ailleurs je reviens sur ce que j'ai dit sur l'amusement, parce qu'eux, je trouve que c'est assez bien fichu. Encore une fois, à mon avis je suis carrément dans la cible, c'est l'humour trentenaire.

(La vidéo n'est pas celle qu'elle a vue. On la voit sans son. Fanny réagit au cours du visionnage.)

Déjà, à partir de ce que tu as vu, qu'est-ce que ça t'inspire ?

C'est une vidéo sur leur collection permanente, c'est ça ?

Oui. Tout d'abord, qu'est-ce que ça t'inspire ?

Qu'est-ce que ça m'inspire... Je trouve que c'est plutôt de bonne facture et ça me fait penser à presque une bande annonce de film, de film qui fait un peu peur. Enfin, voilà. J'ai trouvé ça plutôt sympathique et c'est pas évident parce qu'ils ont fait quand même – moi c'est pour ça que j'y suis pas encore allée, j'ai pas envie de voir des animaux empaillés – et en même temps, là, d'avoir vu cette petite vidéo, je me dis : faut, au delà du fait que ça buzze un peu et que je suis curieuse, ouais ça m'a donné un peu envie d'y aller.

C'était ça ma deuxième question : est-ce que ça te donne envie de visiter ?

Oui. En plus j'ai l'impression qu'il n'y a pas que ça parce que j'ai vu aussi des sculptures etc., donc ouais, ouais ouais, j'ai trouvé plutôt pas mal. Et tu vois, avec la petite note d'humour, et là je trouve qu'elle est bien dosée. Encore une fois, je suis carrément dans la cible, donc demande ça à ma mère, peut-être qu'elle te répondra pas la même chose. En tout cas pour moi, oui, ça marche.

Et est-ce que tu penses que ça peut te donner à rêver particulièrement, que c'est la dimension onirique qui t'a touchée ?

Oui, ah ben oui, complètement. C'est le côté ténébreux, plutôt la forêt, en plus ça fait très conte pour enfants, c'est clairement ça qui me... oui. Qui m'a touchée.

Deuxième exemple. Je voulais savoir si ce genre d'objets, si tu pouvais être intéressée par des mises en scène, qui mettent en scène que des objets.

Ce type d'objets, c'est-à-dire ?

Des objets d'art et d'histoire...

Oui, parce que, d'ailleurs c'est sujet non pas à dispute, mais à questionnement dans mon couple, c'est que mon copain est pas du tout... moi je peux m'arrêter pendant des heures sur des tables qui montrent des petits objets pour regarder parce que, je sais pas, j'aime bien. Mais ça peut être des bijoux, de la vaisselle, j'ai presque une passion pour ça, je sais pas pourquoi.

Donc tu dirais que tu préfères les objets au numérique, peut-être ?

Ah complètement, mais oui. Moi je pense que je pourrais plus être enchantée par quelque chose de réel que par quelque chose de numérique. Par contre, je fais une différence avec les lunettes...

La réalité virtuelle.

Oui, la réalité virtuelle. Parce que ça, pour l'avoir testé une fois, c'est vraiment flippant mais ça marche. Les trucs d'immersion, c'est... voilà.

Et tu penses justement, que la dimension matérielle sera peut-être un jour remplacée par ce genre de médiation ?

Non.

Pourquoi ?

Parce que il est évident que si ces objets-là, on peut pas les toucher, quand t'es au musée et que t'es juste à côté d'eux, tu te dis toujours que oui c'est faisable de le toucher. Alors que quand t'as le casque, ben non. Enfin je sais pas. Non, en même temps ça va pas ce que je dis, parce que à terme les casques vont permettre d'avoir

vraiment l'impression d'avoir l'objet à côté de soi, et que tu vas peut-être même le ressentir très fortement. Je pourrais pas te dire, là.

Mais malgré tout, tu préfères les objets.

Oui. (rire)

Là j'ai une dernière vidéo. Vidéo de l'atelier des Lumières. Je voulais montrer l'expérience. Parce qu'en fait c'est un gars qui se prend souvent avec ses chaussures, je sais pas pourquoi. Tu y es allée, ou non ?

Non, pas encore.

Tu veux pas que je te déflore tout, alors ?

Non, mais en fait, avant la vidéo j'ai l'impression que c'est la même chose que Team Lab. C'est immersif ?

C'est immersif, oui. Et c'est inspiré de... y a des morceaux réagencés d'œuvres réelles. C'est toujours la même salle, qui est séparée en espaces car c'est un espace industriel avec des piliers etc.

Veux-tu regarder jusqu'au bout ?

Non.

Qu'est-ce que ça t'inspire, quand tu vois ça ? Je précise que ce n'est pas la meilleure vidéo pour montrer ça, mais que je l'ai choisie car elle est du point de vue de la personne qui visite, alors que les autres c'était de la com.

Ben je ressens un peu ce que j'ai vécu à Team Lab. Enfin là j'ai vu plein de monde à côté, enfin je sais pas. Ça me dit rien, je suis censée aller la voir avec une amie mais en fait je repousse à chaque fois (rire). Je pense qu'un jour je vais assumer et je vais lui dire qu'en fait j'ai plus envie après Team Lab. Ou alors j'y vais juste par curiosité, mais ça me dit trop rien.

Est-ce que tu as des raisons, pour ça ? ça peut même être des sensations...

En fait je (elle hésite) je vais te dire un truc, en fait le côté immersif je crois que ça va pas marcher sur moi, parce que ça n'a pas marché chez Team Lab, donc je ne vois pas pourquoi ça marcherait là ; et de deux, certes ce sont des vrais tableaux, et ce sont de super tableaux, et on peut peut-être voir des détails qu'on... mais si on nous explique pas, à quoi ça sert ? ben oui, tu vois en gros plan, mais à quoi ça sert ? J'ai eu d'autres... c'était quel musée... à Amsterdam, c'était le musée de Van Gogh. Donc c'est pas du tout immersif, hein, en fait ils te prennent un tableau et c'est sur un tableau, et ils te décortiquent. En plus c'est interactif quand même. Donc tu peux zoomer sur une partie du tableau et ils vont t'expliquer quels types de pigments ont été utilisés, quels types de pinceaux... et à la fois c'est interactif, donc tout le monde était là à essayer de zoomer pour essayer de voir ce qui se passait, et quelle était la couleur utilisée, et en plus t'apprends quelque chose et je trouve ça plus intéressant que ce genre d'expérience.

Est-ce que tu lui reprocherais aussi la passivité qu'elle induit ?

C'est possible oui, c'est très possible. D'ailleurs j'ai détesté à Team Lab, le fait de m'asseoir. Et oui, t'es passif oui en plus.

(Dernière médiation : les services aux oiseaux Buffon.)

Mais (elle revient en arrière) même si je pouvais interagir avec l'œuvre, je crois que ça me plairait pas non plus. C'est pas passif au sens « tu peux pas interagir avec l'œuvre », c'est passif comme si on te donnait beaucoup d'images, beaucoup de couleurs, et beaucoup de lumières. Je me sens gavée, et vas-y, prends-en plein les mirettes et ça marche pas, ça a pas marché.

Est-ce que tu dirais que c'était de la poudre aux yeux ?

Oui, et même presque c'est de la poudre, mais qui scintille pas beaucoup (rire).

(Retour à la dernière médiation.)

Donc ça c'est une application, c'est ça ?

Oui, tu pouvais repartir avec. Et ma question c'est toujours : est-ce que ça te donne envie d'aller voir, est-ce que ça augmente ton désir ?

(Elle réfléchit). Mais ça reste sur ton téléphone ? Ben en fait moi je pense que je suis un peu vieille école pour tout ça, mais j'aime pas quand c'est sur mon téléphone. Et j'aurais préféré un système où tu appuies sur un bouton à côté de l'assiette et y a deux enceintes qui te diffusent le chant de l'oiseau.

Et pourquoi cette réaction ?

Ben parce qu'avec le téléphone j'ai l'impression d'être un peu coupée, ça me coupe un peu le lien que je peux avoir avec la visite, avec l'objet. J'aime pas, j'utilise jamais les applications dans les musées.

Pourquoi est-ce qu'une application te couperait davantage de l'expérience de l'objet qu'un bouton ?

Déjà le bouton est intégré dans le dispositif, donc ça te fait pas vraiment sortir, et en plus, t'as le droit presque de toucher le dispositif, c'est quand même énorme, alors que normalement on n'a pas le droit. Donc là tu t'autorises. Et puis le téléphone c'est le tien donc tu vois, moi j'essaie de moins me connecter, et au musée je vais être obligée de le sortir, de télécharger l'appli. En fait pour moi c'est un moment où j'ai pas envie de l'utiliser, j'ai envie de le laisser dans mon sac, souvent je le laisse à la consigne. C'est mon objet du quotidien que j'ai un peu envie d'oublier quand je suis au musée.

Donc ça veut dire que pour toi, le musée c'est pas quelque chose du quotidien ?

Oui, et je pense qu'on revient à la notion de ce que j'appelais moi le divertissement, où ça te coupe un peu. Enfin tu rentres quand même dans un bâtiment, tu viens quand même pour vivre une expérience, et qui est censée un peu te couper de la réalité. Un tout petit peu.

Et cette expérience, tu attends qu'elle soit plutôt « traditionnelle », pour prendre un de tes mots ?

Oui, complètement. Mais après, je pense que avec des choses traditionnelles, on peut faire quelque chose de très créatif et d'innovant et qu'on n'est pas obligé d'aller chercher à chaque fois dans les nouvelles technologies... enfin je sais pas. Je suis un peu partagée, moi, là-dessus. Un peu partagée oui. Pourquoi pas dans les musées, mais je pense que ça coûte trop cher, c'est pour ça que c'est pas possible de le mettre en place, mais avec mon petit bouton qui diffuse le bruit de l'oiseau et puis quelque chose qui ouvre au mur, enfin bref une vidéo de l'oiseau, j'aurais trouvé ça canon.

Et qu'est-ce que tu pensais de la vidéo que j'avais montrée, d'Azay-le-rideau ? Est-ce que c'est quelque chose à quoi tu serais plus sensible ?

Alors ben j'avais pas aimé leur vidéo, en terme de communication (bon à titre personnel) mais sinon oui, un truc un peu à l'ancienne, avec un mécanisme, ça me plairait beaucoup. J'aime bien moi par exemple les petites boîtes, où tu insères une clé, et puis ça s'ouvre comme par magie, et puis y a une musique et un petit truc qui tourne. Enfin c'est tout con, mais oui, ça par exemple ça peut m'enchanter. (rire) Et c'est plus simple que... (elle hésite).

Tu trouves qu'on va chercher trop loin ?

Oui, je trouve que parfois... En plus je vais te dire un truc. Je trouve que dans les musées, souvent, tout ce qui est numérique ou tout ce qui utilise les nouvelles technologies, ça tombe en panne. Donc à la base ça coûte moins cher, et après c'est un bras pour tout réparer et c'est un vrai problème parce que quand t'arrives dans ce musée et que t'as deux-trois éléments qui sont en panne, ben ton expérience elle est un peu... bon ben c'est dommage quoi.

Merci beaucoup.

ANALYSE CRITIQUE DE L'INTERVIEW DE FANNY

Fanny est une étudiante en communication culturelle, ce qui avertit de son appétit pour ce genre de manifestations et d'institutions. Pour autant, elle prévient d'emblée de son manque de culture en histoire de l'art : il y a une culpabilité consciente sur le sujet, cohérente qui plus est avec son attente d'enseignement de la part des expositions et musées visités. Elle avait tendance à faire toutes les salles, et encore maintenant commence « logiquement » par la permanente avant les temporaires d'un musée qu'elle découvre.

En fait, elle a à la fois un rapport neuf et quelque peu décomplexé aux expositions et musées, tout en demandant des expériences assez classiques d'éducation. Elle aimerait faire des choses ludiques, innovantes. Mais dans le même temps, Fanny ne croit par exemple pas à l'enchantement dans le domaine des expositions et des musées, dont elle a une vision plutôt traditionnelle. Néanmoins en leur demandant d'aller davantage vers le public, par exemple quand elle voudrait que les œuvres voyagent plus. Il y a donc une réelle richesse dans l'ambiguïté de ce discours : à la fois ouvert et appelant à une médiation descendante.

Son concept phare, pour voir si elle a aimé une exposition, est le « divertissement », mais elle en a une définition contre-intuitive puisqu'il s'agit de l'emmener loin du quotidien, de « couper un peu », et non simplement d'être amusant. Mais de manière paradoxale, elle ne cite pas ce « divertissement » parmi les cinq mots qui caractérisent le musée selon elle. Pour autant, c'est l'idée qui marque le plus son discours sur les musées et expositions. C'est en outre un concept qui rassemble certaines des caractéristiques de ce que nous appelons enchantement : être « emballé », être « immergé ». Ces expériences marquent, sinon un complet enchantement tel que nous le définissons, du moins ses prémices.

Ce profil montre donc quelqu'un de curieux, qui a pratique culturelle réelle, mais sans le bagage érudit, ce qui lui donne donc une forme de légèreté (bien que teintée de culpabilité) tout en lui donnant des attentes plutôt classiques.

B. OLIVIER

Olivier, 38 ans, un enfant, travaille à Paris mais habite en banlieue. Restaurateur dans le 6^{ème} arrondissement.

Olivier a été choisi en raison de son métier moins intellectuel, et de son peu de pratique des musées. Nous nous sommes demandé ce qu'un public un peu moins « averti » attendrait des musées, et comment il verrait l'enchantement.

Quelle est votre pratique des musées ?

Pratiquement aucune.

Est-ce que vous vous souvenez du dernier ?

J'ai travaillé pendant 10 ans au musée du Louvre, au café Marly, mais sans avoir la chance de visiter. Mais j'ai visité avec l'école. J'ai travaillé 10 ans dans un musée sans le visiter, c'est marrant hein ? C'était en face de la pyramide du Louvre, c'était magnifique. Avec le calme la nuit. J'étais sur l'aile Richelieu.

Et vous n'avez jamais visité ?

Oui.

Donc je vais vous poser la question suivante de manière hypothétique. Si vous visitiez une expo ou un musée, prendriez-vous un audio guide par exemple, ou vous laisseriez-vous porter par vos émotions par exemple ?

Bon alors la première fois je pense que j'irais juste comme ça, dans un premier temps à l'aventure, et puis par la suite, si j'ai l'occasion d'y retourner, notamment avec ma fille, je prendrai... un audio guide oui. C'est les choses qu'on écoute là ?

Oui, c'est les petits casques qu'on voit dans les musées. Il existe la même chose en vidéo, mais c'est plus rare.

En fait, j'ai visité les musées avec mes parents, quand j'étais adolescent, mais maintenant je n'ai plus le temps. On habitait Strasbourg, on visitait les châteaux des Vosges.

C'est le manque de temps ou il y a d'autres raisons ?

Non, c'est le manque de temps parce que moi j'aime beaucoup le street art, l'art déco... et il y a plein d'expositions que j'aimerais aller voir, voilà, je sais pas si ça a vraiment un rapport avec les musées... Mais j'ai pas le temps quoi.

Bon, votre expérience muséale est ancienne, mais si vous deviez la caractériser en cinq mots, que diriez-vous ?

Ben déjà « historique », euh... cinq ?

Vous pouvez m'en dire six, c'est flexible.

Ben déjà j'ai du mal à en trouver deux. (rire). Ben je me base beaucoup sur le musée du Louvre, parce que j'y ai travaillé. La nuit c'est calme, il n'y a pas de circulation. Avec les lumières, c'est... c'était assez sympa, j'ai beaucoup aimé cette période-là. Non, sinon je dirais historique, heu..., « histoire ».

Vous aimez les musées plutôt pour les émotions, ou plutôt de manière intellectuelle, parce qu'on apprend des choses ?

Non, c'est pas les émotions, mais plutôt le savoir, l'histoire.

Et vous me parlez des décors du Louvre, qu'est-ce qui vous plaisait tellement ?

Je travaillais sur cette grande terrasse, c'était assez intense, et le soir, quand je retrouvais ce calme et que je pouvais être plus tranquille, avec moins de speed. C'est vrai que la vue de la pyramide, c'est quelque chose. Les gens ont fini par s'habituer, mais à l'époque, ça devait être un peu provocant. Le soir, dans le noir avec les lumières, ce cadre... c'est féérique.

Eh bien ça m'amène à ma question suivante : passons de la féerie à l'enchantement. Quelle est votre dernière expérience d'enchantement, de quelque nature qu'elle soit ? ça peut être une soirée entre amis, un voyage... pas forcément un musée.

Peu importe le contexte ?

Peu importe le contexte.

C'est un moment avec ma fille.

Et pourquoi ça vous a enchanté, qu'est-ce que vous entendez par enchantement ?

Par rapport à ma fille ou en général ?

Général, sinon ce serait indiscret.

En fait, c'est ce qui est parallèle au rêve, mais aussi à la réalité. Du coup c'est ce qui donne du plaisir dans la vie.

Est-ce que vous pouvez préciser ce qu'on ressent quand on est enchanté ? (d'après vous). Des émotions, des sensations...

Je pense qu'il y a un bien-être psychologique, on est bien dans ses baskets. Après, c'est des moments qui sont assez rares.

Vous pensez que la rareté contribue à l'intensité de la chose ? C'est parce que c'est rare que c'est intense ?

Oui, je pense que c'est lié.

Donc faudrait pas qu'il y en ait beaucoup trop, on ne le ressentirait plus ?

Sûrement, oui, c'est pas bête. Moi ça me convient bien comme ça, voilà quoi. J'ai un boulot qui est intense, j'ai ma vie de famille qui est intense, c'est la vie qui est intense. Je l'apprécie, sinon je serais parti de Paris.

Un musée qui communiquerait autour de l'enchantement, via des affiches ou autres, qui dirait le mot, est-ce que c'est quelque chose qui vous attire ou pas du tout ?

Non, pas du tout.

Pourtant, c'est assez proche de féérique, alors pourquoi ?

Ben là on parlait du café Marly, et c'est un endroit où j'ai travaillé, mais dire qu'un musée est enchanteur, c'est pas quelque chose qui me ferait venir.

Qu'est-ce qui vous ferait venir alors ?

Il faudrait vraiment qu'il y ait un sujet qui m'intéresse énormément. J'irai pas au hasard.

Il faut que vous sachiez à l'avance, pas de surprise ou de mystère ?

Oui, il faut que ce soit clair. Le mystère... pas trop. Au cinéma, par exemple, j'y vais vraiment pour voir quelque chose dont j'ai envie. Faut vraiment que j'apprécie.

Maintenant je vais vous montrer des vidéos, qui sont des exemples de ce que les musées mettent en place pour attirer les gens. Ça c'est quelque chose qui a ouvert il y a quelques mois, ça s'appelle l'Atelier des lumières, c'est un ancien énorme bâtiment industriel, dans le 11^{ème}, qui a été transformé en espace de projection d'œuvres et là, ce qu'ils projettent c'est un peintre du début du 20^{ème} siècle, Klimt. Et ils projettent en expérience immersive, c'est-à-dire que c'est immense et que du coup on est plongé dans l'image. Les gens se baladent au milieu des œuvres qui sont projetées sur les écrans. Y a aussi de la musique à fond les ballons.

C'est récent, ça ? Je ne connaissais même pas. (il regarde avec attention)

Ça, ça vous plaît beaucoup.

Oui.

Ça vous donne envie ?

Oui.

Est-ce que vous pouvez me dire rapidement ce qui vous attire dans ce genre d'endroit ?

Ben déjà ça me plaît, c'est qui déjà ? Klimt ?

Oui, un artiste de Vienne au 20^{ème} siècle.

Ben oui, si j'avais le temps d'y aller, oui.

Et c'est la taille qui vous attire..., autre chose ?

Oui, j'ai trouvé ça très atypique, très original.

Deuxième exemple, les services aux oiseaux Buffon. (je donne les explications) Est-ce que c'est le genre de chose qui vous donne davantage envie de le voir ?

Je pourrais jeter un œil par hasard, si vraiment ça apparaîtrait...

Elle a eu du succès cette appli ?

Oui, relatif, car le musée où les assiettes se trouvent n'est pas très connu.

Je trouve ça très bien, mais ça ne me parle pas spécialement.

Le troisième exemple, c'est les objets de Cluny. Ce qui compte n'est pas la présentation, mais le fait qu'il n'y ait pas de numérique, et que les objets sont exposés de manière purement matérielle. Est-ce que ça vous donne envie de voir les objets ?

C'est où ça ?

C'est au musée du moyen-âge, au métro Cluny.

Et c'est quoi la question ?

La question, c'est : est-ce que ce genre d'objet vous attire ? Dans les musées de nos jours, on met beaucoup de numérique. Là ce n'est pas le cas. Est-ce que ça vous parle ? Est-ce qu'exposer des beaux objets en soi, ça suffit pas à créer de la magie ?

Si j'ai le temps de le faire, oui j'irai.

Plus que les assiettes ?

Plus que les assiettes. Les assiettes, si vraiment j'étais obligé, sortie scolaire, alors oui.

Je préférerais aller au musée du 11^{ème}, là,...

L'atelier des lumières.

Et enfin quatrième exemple. C'est une présentation du musée de la chasse et de la nature.

Et donc tout ça c'est dans le musée ?

Voilà, le film c'est autour du retour du sauvage, parce que quand on chasse, ben c'est des animaux sauvages.

C'est très bien fait, on dirait une vidéo de film.

Et qu'est-ce que ça vous inspire, est-ce que ça vous donne envie d'y aller ?

Oui ça attire, ça attire. C'est un peu le mystère, c'est un peu étrange. C'est bien ficelé, pour donner un petit coup de modernité je pense. On a l'impression de regarder une bande annonce de film.

Donc si vous deviez les classer ?

Je mettrais les assiettes en dernier, les dorures en avant-dernier, celui-ci en deuxième et les projections en premier.

Est-ce qu'il y en a un des quatre, ou les quatre, qui est susceptible de vous enchanter ?

Les deux premiers oui, les deux suivants, j'irais s'il y avait une sortie scolaire... mais sans reculer hein, avec plaisir. Les musées j'ai vu ça quand j'étais adolescent, ils m'ont montré tout ça. Maintenant...

Et ça ne vous manque pas ?

Non, parce que c'était une autre époque. C'était pour s'occuper, mais surtout pour se cultiver. Maintenant je manque de temps.

ANALYSE CRITIQUE DE L'INTERVIEW D'OLIVIER

Olivier a un rapport beaucoup plus distancié à l'égard des musées que le reste de notre échantillon. Averti par ses parents sur certains aspects de la culture (pour beaucoup patrimoniale classique), il a depuis délaissé ces activités-là faute de temps et sans doute de goût. Son discours est très cohérent, mais synthétique : d'une part nous l'avons vu sur son lieu de travail, d'autre part, les élaborations poétiques ou expérientielles autour des musées et de l'art ne semblaient pas être son fort. C'est une personne qui est davantage dans l'action et l'efficacité, que dans le rêve : pour illustration, son exemple d'enchantement relève de sa vie familiale. Son manque de culture muséale le rend aussi décomplexé pour nommer les objets exposés, il a un franc-parler qui n'est pas encorseté dans les conventions de la communication artistique et muséale.

Il est sensible aux médiations spectaculaires, qui promettent des émotions fortes et reconnaissables (l'Atelier des Lumières en premier choix, le musée de la chasse et de la nature en second).

Pour autant, il a une vision très prescriptive et conservatrice de ce que doit être un musée : « historique », sérieux, respectable. Il est l'illustration que l'absence de pratique de l'art s'accompagne fort bien d'une vision conservatrice et respectable de celui-ci : tout se passe comme s'il y avait une idéalisation qui allait de pair avec cet éloignement.

C. JOAN

46 ans, mère de deux enfants, parisienne. Hôtesse de l'air.

Joan a été choisie en raison de son mode de vie « bobo » (niveau de consommation élevé, fort appétit pour les produits culturels mais un peu branchés, habite un quartier multiculturel), et de son rôle de maman de deux jeunes enfants.

Qu'attends-tu d'un musée ou d'une exposition ?

J'attends d'un musée ou d'une exposition... différentes choses, ça dépend des musées et des expositions. Parfois j'ai envie de voir des choses que je sais aimer et parfois j'ai envie de voir des choses que je ne connais pas. Donc c'est très divers. Ça n'est pas forcément un apprentissage, ça peut être purement récréatif. Ça peut être pour passer le temps, pour découvrir autrement une ville, ça peut être du tourisme.

Donc c'est pas forcément « intello » ?

Non, pas forcément.

Quelle est ta pratique ? Est-ce que tu y vas seule, en famille, en couple, avec des amis ?

Seule, en famille, oui. Avec des amis ça fait longtemps. En couple, non, parce que quand on y va avec Emile, on y va avec les enfants.

Et le ratio approximatif ?

J'y vais majoritairement en famille.

En famille, j' imagine que c'est quand tu es ici ; seule c'est plutôt quand tu es à l'étranger ? (Joan est hôtesse de l'air)

Je peux y aller seule ici, parce qu'en journée j'ai du temps. Le matin, je peux.

Quel type de musée ou d'exposition fréquentes-tu le plus volontiers ? Par exemple, les musées de sciences, de beaux-arts...

Plutôt des musées de beaux-arts, mais c'est très varié entre peinture et sculpture. Plutôt la peinture mais pas forcément, ça peut être aussi des mosaïques, de la poterie, je suis pas forcément fermée. Ça peut aussi être des expositions à caractère plus historique qu'artistique.

Est-ce que tu as donc une pratique du musée historique ?

Oui, et même une pratique du musée historique assez poussée et régulière parce que c'est quelque chose avec les enfants, qui va plus facilement les attirer. C'est plus facile de les accrocher avec une période historique, le Moyen-âge avec les chevaliers, l'hygiène au Moyen-âge... savoir si on était propre au Moyen-âge, c'est amusant. Des choses comme ça... moi ce qui me permet... ils vont avoir eux un niveau de lecture, et moi je peux faire une expo quasiment en parallèle. Tout en voyant le même tableau, on voit pas la même chose.

Et vous en parlez à la fin ?

On en parle pendant, à la fin, et souvent y a des guides qui sont super bien faits, que tu peux télécharger, qui sont en support à la visite. Ils te permettent de faire une visite exhaustive, en fait ils t'ont balisé le chemin pour faire des trucs qui vont les intéresser et savoir à peu près le temps que tu vas mettre.

Et tu trouves pas ça trop dirigiste ?

Non, c'est bien ficelé leur truc. Après, rien n'empêche quand tu vas plusieurs fois dans un musée, d'avoir ton propre parcours. Au Louvre, avec Daphné, on fait des incursions, des... déambulations ? bref, on va partir sans idée préconçue, et finalement on va regarder que des annonciations parce que c'est le truc du jour, ou on va regarder que des archers parce que c'est le truc du jour...

La pratique n'est pas toujours dirigée, donc.

Non, par contre quand c'est un musée qu'on connaît pas, on va quand même un peu suivre le parcours balisé. Pour une première fois.

Quelle est ta fréquence approximative de ta visite de musées ou d'expos ?

Tout compris, deux par mois. Une en famille et une toute seule.

Et du coup, tu prends beaucoup de médiations ?

Quand je visite seule, je regarde généralement le site mais je télécharge rien. Quand j'y vais avec les enfants, je télécharge, j'imprime la brochure... j'y vais armée.

Parce que tu penses que sinon ils décrocheraient ?

Non, mais c'est... ça aide quand même. En fait, quand tu vas faire un musée avec un enfant, ou avec n'importe qui, d'ailleurs, si tu n'as aucune préparation, la plupart des gens décrochent. S'ils ne savent pas du tout ce qu'ils vont aller voir, ils passent complètement à côté du truc. En parler un tout petit peu avant, ça permet de savoir ce qu'on va voir, ce qu'on va rechercher. Après on peut avoir une approche complètement différente de ce qu'on te dit, mais avoir deux-trois clés quand tu vas voir Picasso, pour savoir pourquoi il te met un nez sur l'oreille et réciproquement... enfin je veux dire avoir deux-trois mots bien choisis pour expliquer le cubisme, ça aide. Parce que quand tu es devant l'œuvre et que tu dois trouver des mots pour expliquer ce genre de choses à un public, même quand tu es face à des adultes qui n'y connaissent rien, c'est compliqué si t'as pas préparé un tout petit peu ton truc. Ça demande pas des tonnes de préparation, tu fais un quart d'heure sur le site avant et tu as deux ou trois clés à donner pour avoir une bonne lecture de l'expo.

Donc tu ne crois pas à la rencontre magique, immédiate, de l'œuvre ?

Si, ça marche pour un tableau. Sur une expo complète, c'est risqué.

Et tu prends aussi des audio guides, des visites commentées, des ateliers pour les enfants... ?

Alors pour les ateliers pour les enfants, dès qu'il y en a, adaptés, je les prends parce que ça marche très très bien. Les audio guides, ça dépend du discours, des fois c'est extrêmement long et pas du tout adapté. Même s'il y en a qui sont adaptés pour les enfants, c'est pas forcément le cas, donc souvent on les laisse, c'est pas intéressant.

Et quand c'est moi, je préfère lire la pancarte qu'avoir un audio guide en fait. Ça me gonfle plus qu'autre chose.

Et pourquoi cela te gonfle ?

C'est un truc de plus que t'as en main, et... y a des endroits où c'est intéressant, par exemple quand tu vas visiter des arènes, parce que là tu as très peu de panneaux. Quand tu te balades dans un musée, tu as généralement un truc explicatif qui est assez conséquent. Donc si t'as le truc explicatif, que t'as regardé deux trois choses, maintenant là aussi internet qui fait que t'as des Q+R codes quasiment partout, t'as pas besoin de l'audio guide. Tu prends ton téléphone, tu prends l'application qui va bien du musée et tu as l'explication au moment où tu en veux mais tu n'as pas le guide en permanence avec toi.

Donc pour toi c'est plutôt une gêne qu'une aide ?

Ben maintenant ça devient une gêne parce qu'on a d'autres outils pour le faire.

Et sur une échelle de 1 à 10, aimes-tu ton expérience des musées ?

Ça dépend. Globalement 7-8, parce qu'il y a des musées où tu te fais prodigieusement ch*er. Ils prennent trois poteries dans un coin est ils appellent ça musée, ça devrait mettre en valeur le territoire... quel territoire ?

Non, par exemple l'Atelier des lumières, c'est une expérience artistique en soi. Au-delà des œuvres que tu vois, elles sont mises en scène, là tu peux aller sur du 9, sur du 10, parce que c'est un truc global. Tu as la musique, tu as l'ambiance, tu as tout en fait, c'est presque prémâché, mais disons que ça t'enveloppe, c'est un spectacle. Par contre, tu n'iras pas le revoir. Mais tu assistes à un spectacle, et où tu as un très grand plaisir, parce que ça t'étonne, c'est la première fois que tu le vois, tu t'y attends pas, c'est quelque chose de nouveau et d'innovant. C'est impressionnant, très bien fait. Un musée, t'as plein de choses qui vont te parasiter ton expérience de visite : ça va être le groupe qui, avec le guide, fait un bruit pas possible et qui t'empêche d'accéder à l'œuvre que t'as envie d'aller voir, donc tu renonces, ou tu te dis « bon, j'habite Paris, je viendrai la prochaine fois ». Mais la prochaine fois, t'as aussi un groupe devant ce truc et donc tu le vois jamais... donc voilà, y a des parasites qui ont rien à

voir avec l'exposition qui peuvent parfois te la gâcher. Souvent dans les musées... le pire c'est que c'est les enfants qui s'en plaignent aussi, des gens qui ne sont pas respectueux, des gens qui font du bruit, des gens qui se permettent de pousser pour passer devant, d'écraser... enfin quand le musée est extrêmement connu, je prends le Louvre ou Orsay, qui sont des musées extrêmement célèbres, bah c'est un peu la lutte, hein, des fois.

Et les grosses expositions, c'est pareil ?

C'est la lutte pour ta vie, faut prendre des billets coupe-file, faut partir le matin pour 10h, pour avoir une chance de la regarder dans à peu près des bonnes conditions, faut pas y aller en début de truc, faut pas y aller en fin de truc non plus... faut vraiment baliser ton truc dès le départ, sinon t'es foutu quoi. Ça gâche le plaisir, y a des parasites extérieurs qui font que tu peux pas arriver à une bonne expérience. Moi il me faudrait le musée pour moi, en fait (rire).

Est-ce une raison pour retourner vers les permanentes ?

Ben le mercredi matin y a personne dans les musées, parce que les écoles n'y vont pas le mercredi matin parce qu'ils n'ont que le matin. Quand on est allés voir l'exposition au musée Guimet sur les samouraïs qui était magnifique, mais vraiment sublime... honnêtement t'as plein de pièces à regarder, et sur trois lieux différents. Si tu peux pas accéder, si t'es à trois mètres de la vitrine, tu ne vois rien. Rien du tout. Et c'est plein de petits détails, voilà, donc derrière 25 personnes moi je suis capable de sortir et de me dire que je reviendrai une autre fois. Ou pas. Mais j'ai pas envie de lutter pour aller voir une armure de samouraï.

Donc j'imagine que ça c'est plutôt une expérience de désenchantement, à cause d'autrui.

Oui.

Mais dans ce cas-là, serais-tu prête à passer au musée numérique ? Tu peux y aller à n'importe quelle heure et t'auras jamais le problème de quelqu'un qui se met devant toi.

C'est très bien le numérique. Ça permet d'accéder à des choses que tu pourras jamais voir parce que c'est à l'autre bout du monde ; maintenant tu n'as pas la taille réelle de l'œuvre, tu n'as pas le contact avec la matière, même si tu vas pas toucher le tableau tu vas voir l'aspect de la peinture, ce que tu ne verras pas par un écran. Tu auras pas le vrai rendu des couleurs. Non, tu vois, y avait des émissions que je trouvais très intéressantes - je sais pas si elles passent encore – où ils t'expliquaient un truc... c'était très intéressant, généralement ils prenaient un biais un peu de travers pour t'expliquer un truc rigolo sur une œuvre, c'était intéressant. Mais là, complètement numérique, faudrait avoir un écran géant, faudrait... et t'as pas l'œuvre. Tu sais pas quelle taille il fait, en réalité. Je sais pas, par exemple... plein de gens ont vu le plafond de l'opéra Garnier, mais le voir en vrai ça n'a rien à voir. Parce que tu es dessous, tu vois la hauteur, tu vois les couleurs, tu vois avec les sièges, et quand tu le vois juste en image ou en vidéo, t'as pas le volume, et tu n'es pas dans l'espace, donc tu te rends pas compte.

Donc ce qui te manquerait, c'est la dimension d'espace mais aussi peut-être la dimension de « matérialité ».

Matérialité, oui, de manière induite parce que tu perds plein de choses à l'image numérique, même si elle est très bien rendue, de texture, de...

Même, quand tu vas dans un musée, des fois les odeurs participent. Quand tu vas à l'opéra Garnier, les odeurs de la salle participent du lieu et de l'aspect que ça va te donner. Le numérique, t'auras rien du tout, c'est différent : tu vas être... c'est comme de regarder un film au cinéma et devant ta télé. Même si c'est le même film, au cinéma tu peux pas t'arrêter. T'es dans un endroit un petit peu sanctuarisé. C'est le même film, tu peux même avoir un écran de meilleure qualité, mais c'est pas la même expérience.

Et tu penses que le musée est sanctuarisé ?

Le musée, on peut le sanctuariser, et c'est pour ça justement que j'y emmène très souvent mes enfants, parce que les gens qui y vont pas jeunes n'osent pas y aller âgés. Je pense que si tu le fais jeune, tu désacralises le lieu, tu n'as pas peur d'y aller. Faut pas avoir peur de se dire : « je n'y connais rien, et alors ? ce n'est pas grave. Si je

trouve ça nul, j'ai le droit de trouver ça nul. » J'expérimente, je me fais mon opinion. J'apprends des choses, je découvre. Y a des choses que tu peux ne pas comprendre à un âge, et tu les comprendras plus tard. Mais tu n'auras pas peur d'y aller, parce que tu connais cet endroit. Tu peux aller au Louvre, c'est plus un endroit qui te fait peur. Y a des gens que je connais, en province, ils sont jamais allés au Louvre, ça leur fait peur. Ils se disent « non, mais c'est pas pour moi » parce que c'est un endroit mythique. C'est un blocage symbolique, comme d'aller à l'opéra ou d'aller au ballet. C'est même plus une question de prix, parce que même si on leur offre le billet, ils n'iront pas.

Peux-tu choisir 5 mots pour décrire ce qui d'après toi fait l'enchantement au musée ?

L'intemporalité. Le grandiose. Le sacré. Le snobisme, aussi, parfois.

Et ça fait partie de l'enchantement, pour toi, le snobisme ?

(Elle hésite, dit non puis oui). Y a quelque chose, si, dans la fréquentation au musée, le snobisme fait d'une certaine manière partie de l'enchantement. Genre les réceptions de l'ambassadeur. Si si, dans les premières, aux vernissages...

(Elle revient à l'enchantement). Je trouve que ce qui est remarquable, c'est que l'enchantement au musée, il persiste alors que le musée devient de plus en plus accessible. Et il est de plus en plus enchanteur parce qu'il est de plus en plus accessible. C'est plus un truc réservé à une élite. On a de la chance d'être à Paris, ils font énormément de choses pour les écoles, pour que les gens viennent, pour que les populations dites défavorisées puissent accéder aux musées jeunes et justement n'aient pas ce blocage, et je trouve que pour le mettre en valeur, ils l'ont réenchanté justement. Parce qu'ils ont éclairci les salles, ils ont agrandi, ils ont mis mieux en valeur certaines œuvres qui étaient dans des recoins complètement pourris. Ils ont fait des efforts qui font que les musées sont plus beaux qu'avant. Moi je suis arrivée à Paris fin des années 80, début des années 90, les musées n'étaient pas aussi beaux qu'aujourd'hui. Les musées de la Ville de Paris, parce qu'on y allait quand même pas mal avec l'école, au Louvre etc., c'est des choses qui ont... enfin la pyramide, ça a

apporté de la lumière. Y a plein de choses qui, en le rendant plus populaire et plus accessible, qui ont sublimé en fait les œuvres.

Parce que là tu parles des collections permanentes.

Je parle des collections permanentes. Mais si tu veux, moi je suis pas suffisamment cultivée pour dire que j'ai fait le tour de toutes les collections permanentes à Paris. Avec les enfants, à chaque fois, on fait un bout de galerie, pas plus. Parce que faut pas saturer. Et puis on peut y aller une semaine, un mois après si on veut.

Et qu'est-ce qui est, selon toi, le plus enchanteur : un musée ou une exposition ?

(Elle réfléchit) Un musée. Parce que tu rencontres... j'allais dire des « personnes », tu rencontres différentes œuvres, totalement différentes. C'est comme si tu te balades dans une forêt et au détour d'un bois tu rencontres un tableau, et puis tu changes de galerie et tu vas tomber sur une autre époque. Alors que quand tu vas voir une exposition, tu sais que tu vas voir vraiment un artiste, tu vas rester dans un univers. Alors ça peut avoir son avantage, parce que parfois elles sont très très bien mises en scène justement. Des fois elles sont très très bien mises en scène. Les deux sont vrais, mais je sais pas ce qui est le plus enchanteur, ça dépend de la mise en scène. Les expos peuvent aussi être complètement loupées. Non, je peux pas te donner de réponse définitive.

En tout cas tu es très sensible aux deux.

Je suis très sensible à la mise en scène des œuvres. Et au peu de gens qu'il y a devant (rire).

Est-ce que tu peux me définir l'enchantement selon toi ? Les caractéristiques qui y concourent, chez toi ?

La surprise. La lumière. L'harmonie avec les volumes. Et... aussi le choix des œuvres, pas simplement dans la mise en scène, mais le choix des œuvres réunies.

Et tu te sens comment ? Est-ce que c'est physique, intellectuel... ?

Ça peut être très physique. Ça peut être le poil que se hérissé, ça peut être de la tristesse... comme ça peut être purement intellectuel. Il peut y avoir deux émotions qui sont contradictoires : je peux avoir une émotion intellectuelle qui sera très différente du ressenti physique. Parce que je peux être, je sais pas, très émue par un Saint Sébastien, alors qu'en soi le concept m'énerve. (rire)

Du coup, y a pas de critère univoque ?

Ça dépend des fois, oui. Et j'ai envie de te dire que la même œuvre me fera pas forcément toujours le même effet.

Un musée qui utiliserait dans sa communication le terme, ou le concept, d'enchantement (dans ses affiches, la communication, les interviews qui fleurissent dans les medias), est-ce qu'il t'attirerait davantage ? Est-ce que ça te convainc comme manière de parler de soi ?

Oui, par contre il a intérêt à être à la hauteur.

Donc tu trouves pas que ça casse le truc ou qu'il promet trop ?

Non, non non. Un musée peut être à la hauteur de ce type de promesse, par contre y a certains peintres où tu as du mal. Je peux pas, par exemple, imaginer une expo sur Munch avec marqué « enchantement ». Ça se prête pas à toutes les œuvres. Ou à tous les musées. Un musée de la Grande Guerre qui s'appellerait l'enchantement, non mais tu vois ce que je veux dire. Ça ne se prête pas à tout. Mais je pourrais être partante.

Si un musée veut t'enchanter, comment peut-il s'améliorer ?

Avoir moins de monde ? (rire) Non, mais c'est un paradoxe : un musée qui a du succès, il a forcément plus de monde, mais là on ne peut plus voir.

Pour l'instant, c'est le confort de visite pour t'enchanter davantage ?

Oui, c'est très important. C'est primordial.

L'atelier des Lumières. J'ai compris que tu avais beaucoup aimé. Tu trouves ça enchanteur ou pas ?

Je trouve ça... impressionnant. Techniquement, c'est super impressionnant. C'est, oui c'est enchanteur.

Pourquoi t'as hésité ?

Parce que ça fera pas le même effet la deuxième fois. Ça marchera pas deux fois.

Et ils vont changer d'exposition, ça va plus être Klimt, tu crois que même quand on n'a pas vu la deuxième, ça vaut le coup d'y aller ou ce n'était que la première fois, avec la surprise ?

J'ai pas vu... à la Villette, j'avais vu l'expo Van Gogh. C'était tout aussi bien. Si on change le programme et que les concepteurs ont bien pensé leur spectacle, ça peut être enchanteur. Là, les deux premiers artistes, Klimt et...

Hundertwasser

Oui, Hundertwasser, étaient assez évidents. Le troisième, c'était quand même touchy d'arriver..., c'était conceptuel mais ça passait très bien. C'était pas évident. Nous quand on est arrivés, on est arrivés sur le troisième justement, sans faire exprès, et là je me suis dit « Oulà, ça va être dur ». Alors qu'Hundertwasser ça passe très bien. Alors que quand tu passes à Hundertwasser, ça passe très bien, il faut y aller crescendo. Si ça passe en premier, ça passe pas.

Les assiettes

Génial. Je trouve ça génial, de prendre un truc, qui existe, qui est fixe, et d'oser en faire quelque chose. C'est autre chose.

Et ça ça pourrait te pousser à aller voir davantage ce musée ?

La vaisselle, en soi, c'est pas forcément ma tasse de thé, mais c'est très ludique là, du coup t'as une autre approche. Si si, ça me plairait, ça.

Est-ce que tu dirais que c'est enchanteur ?

Ludique. C'est gadget.

Le musée de Cluny

Est-ce que un pur objet, dès lors qu'il manifeste une certaine virtuosité ou quelque chose d'autre, est-ce que ça peut t'attirer ?

Ça peut m'attirer. Ça je ne l'ai pas vu, mais quand tu vas voir le trésor qui se trouve à Notre Dame, c'est des purs objets, mais c'est impressionnant. Tu as un côté grandiose, et puis toute la pompe du christianisme et puis du poids du pouvoir, ça t'apporte tout ça quoi. Oui, ça peut m'intéresser ça.

Et ça peut t'enchanter ?

Non, je trouve pas ça enchanteur. Je trouve ça impressionnant, grandiose, mais enchanteur je mets pas ça derrière.

Et pourquoi ?

Là, en l'occurrence, c'est de l'art sacré... ça a du mal à m'enchanter l'art sacré. C'est plutôt des convictions personnelles. Ça va m'intéresser plutôt au niveau incidences politiques, ce genre de chose, mais pas... L'art sacré, je le désacralise pas mal.

Le musée de la chasse

C'est le musée Rodin ? Qu'est-ce que c'est que ce machin ? On dirait le musée de la chasse à Paris.

Bravo, c'est un teaser pour le musée de la chasse.

Il est super bien fait. J'ai reconnu le sanglier en fait. (rire)

Est-ce que ça, tu dirais que ça t'enchanté ?

J'adore.

Mais entre adorer et être enchantée...

Moi j'aime bien le musée de la chasse. C'est un musée que j'aime bien, honnêtement. Même si y a plein de bestioles taxidermées, tout ça, je sais que j'ai des clients. J'ai un

client à la maison. Et je trouve que c'est super bien fait, on dirait un film heu... tu sais, une super production. C'est génial. C'est super bien fait.

Et donc ça te donnerait envie d'y aller, si tu ne connaissais pas ?

Mais de toute façon je vais y retourner. Mais oui, ça me donne encore plus envie d'y retourner.

Tu crois que le musée pourrait se qualifier d'enchanteur, quand on voit la vidéo ?

Ce serait pas le terme que j'emploierais. Ce serait... (elle hésite) « vivez une expérience différente », « vivez... » enfin c'est presque... Enchanteur, moi je mets quelque chose de féérique derrière. C'est très sombre là. Donc ça pourrait être enchanteur dans le sens « forêt de sortilèges », maléfique. Génial ce teaser, c'est nouveau ? Moi le musée de la chasse, quand je vais sur le site, je regarde juste les horaires, je connais déjà le musée.

ANALYSE CRITIQUE DE L'INTERVIEW DE JOAN

Le profil de Joan est à la fois classique (sorties en famille avec son compagnon et ses enfants), et très parisienne : grosse consommation d'art et de sorties culturelles. Le métier de Joan, à première vue, semble plus superficiel, mais c'est quelqu'un qui a une culture classique considérable, lors même qu'elle ne la montre pas. Bien que mère de famille, elle se permet des sorties en solo, ce à quoi l'autorisent de plus les horaires décalés de son métier.

C'est donc quelqu'un qui s'octroie une certaine « liberté » dans son mode de vie, qui s'autorise des choix très personnels.

C'est aussi quelqu'un d'efficace, à cause de son emploi du temps chargé : elle ne rechigne pas devant des guides de parcours un peu dirigistes dès lors qu'ils lui simplifient la vie. Tout en se permettant de s'en affranchir aussi parfois. Elle reconnaît la nécessité des explications et des médiations en général : si elle laisse toute sa place à l'émotion esthétique, elle n'est pas sans savoir la place de l'éducation dans la fréquentation des musées. Elle est aussi très consciente des obstacles symboliques vis-à-vis des musées.

C'est donc un profil averti, qui picore ce qui lui plaît, et se permet de zapper selon ses intérêts de médiations dirigistes en visites libres. C'est cette latitude de choix, ainsi que la pluralité des musées et expositions visitées, qui signent en elle quelqu'un qui appartient à un milieu privilégié.

D. CHARLOTTE

Profil : 35 ans, mère de 2 enfants, parisienne, travaille dans la communication culturelle et touristique.

Charlotte a été interrogée en raison de son appétit pour l'art (africain en particulier), de son mode de vie aisé et son rôle de maman de deux adolescentes. Nous nous sommes demandé comment une personne favorisée verrait l'enchantement, et en quoi cela pourrait différer de nos autres publics.

Qu'attends-tu d'un musée en général ?

Vaste question ! Qu'attend-on d'un musée en général... ?

Non, toi.

Moi. Heu, bien une certaine évasion, découvrir des genres, des styles, des artistes, et puis se laisser aussi submerger et quelque part émerveiller par ce qu'on va voir. Je pense que quand on va au musée, on s'accorde une pause un petit peu hors du temps, et une pause à soi... et en ce qui me concerne j'ai plein d'attentes de ces moments-là, qui sont de l'enchantement quelque part. Mais surtout de l'émerveillement, et ensuite du partage, et des échanges, et de la connaissance, et plein de choses de ce genre-là.

Tu fais une distinction entre émerveillement et enchantement. Tu vois cette différence comment ?

L'émerveillement pour moi, il serait plutôt sensoriel, et l'enchantement il serait plutôt porté par une atmosphère... c'est assez lié quand même. Mais, je sais pas, il faudrait qu'on sorte un Larousse.

Très volontiers, quand tu veux.

Non, enfin oui, je pense qu'il y a une différence oui, j'utilise les deux mots parce que je pense qu'il y a une petite nuance. Mais en tout cas la frontière me semble assez faible, quand tu vas voir un musée... le côté émerveillement, c'est plutôt la découverte d'une œuvre, d'un artiste, d'un style ; et l'enchantement, c'est le plaisir que ça te procure justement.

Quelle est ta pratique des musées ? que vas-tu voir ? avec quelle fréquence, et prends-tu beaucoup de médiations ?

Je ne suis pas une grosse consommatrice, pas assez à mon goût. Parce que je trouve que ça demande du temps, et que j'en ai pas trop. Dans la vie professionnelle, je prends moins de temps pour aller au musée. Donc la fréquence, c'est assez aléatoire, je peux pas vraiment te dire. Sur une année, une dizaine de visites, peut-être ? Et tous les genres, aussi bien des grosses expos que des choses plus confidentielles, dans des galeries ou... voilà.

Et est-ce que tu prends des médiations, ou est-ce que, par exemple, tu n'aimes pas ça du tout ?

En général, j'aime pas ça du tout. J'en prends pas, je prends pas de casque, d'audio guide, je prends assez peu de plans. Si je les prends, c'est que je suis avec les filles. Et plus pour le côté ludique en fait : j'apprécie de pouvoir circuler librement et de me faire une idée... ensuite si j'ai besoin d'une précision sur une œuvre, là je vais la chercher. Je me souviens d'une expo que j'ai vue juste avant l'été, au printemps, sur César, au centre Pompidou, au dernier étage. Eh bien cette exposition était organisée de telle manière que... y avait un parcours qui était pensé, et le visiteur pouvait faire un peu ce qu'il voulait, et moi je me suis beaucoup amusée à d'une part, circuler un peu dans le sens imposé, et aussi à vadrouiller d'une pièce à l'autre, en les désorganisant. Et j'apprécie. Mais après, j'ai été chercher des infos sur internet, j'ai acheté le catalogue, j'ai acheté le livre.

Et pourquoi tu n'aimes pas les médiations ?

Je sais pas, je trouve que c'est gênant. T'as l'air d'un chinois dans Paris avec tes écouteurs, je sais pas, j'ai l'impression que t'as une lecture imposée. Parce que de

toute façon, c'est un petit peu une lecture imposée puisqu'on va te parler de quelque chose et que ce qu'on va t'en dire est la seule chose que tu vas entendre. Et je pense que ça peut te détourner aussi de ce que tu ressens face à une œuvre. Donc voilà, c'est ma tournure d'esprit : j'aime pas ça.

Et tu n'as pas peur d'apprendre moins de choses ?

Non, j'ai pas peur d'apprendre moins. Tant pis pour moi, effectivement, mais c'est aussi (pour revenir à ta première question) un moment assez hors du temps, un moment pour toi. Je trouve que les musées en France sont de très belle qualité, offrent une vraie... « expérience ». Et donc t'as pas envie, moi j'ai pas envie en tout cas, de la voir gâchée par une voix qui va me dire que telle pièce, telle œuvre, c'est... des précisions trop techniques en fait, qui vont un peu m'enfermer et ôter la magie. Pour moi c'est une étape à part. Par contre, quasiment à chaque fois, j'achète le livre de l'expo.

Et tu les lis après ?

Oui. Je les feuillette en tout cas. Souvent ils sont très illustrés, mais t'apprends des choses, sur l'artiste, sur son parcours de création, sur ses réflexions... Et cette étape-là, qui est post visite, me plaît davantage.

Et elle t'a l'air moins prescriptrice ?

Elle l'est sans doute tout autant, puisque de toute façon on te communique une information hyper précise, mais elle me gêne moins pour la visite.

Est-ce que tu aimes aller au musée, sur une échelle de 1 à 10 ?

10, quand y a un bon restau c'est 11. Tu prends des endroits comme le MOMA à New York, et ben t'as une espèce de café je sais plus à quel étage, et tu poursuis le moment avec un chef, avec une vue, et j'aime bien. J'ai pas encore testé le restaurant de la Fondation Louis Vuitton, mais je suis à Paris le week-end prochain, et je pense que je vais cumuler visite, déjeuner, et je trouve que c'est aussi une expérience culturelle, une expérience artistique, voilà, et en même une découverte gastronomique parfois. Et ça ça me fait poursuivre tu vois. J'aime bien associer plaisir

intellectuel et sensoriel. C'est-à-dire que je vais pas au musée juste une heure comme ça, j'aime bien flâner, au musée du Quai Branly dans les jardins, ou...voilà, c'est plus ça.

Donc ce que tu aimes dans le prolongement par le restaurant, c'est le côté flânerie, promenade ?

Oui, aussi pouvoir parler. Je vais rarement à une expo toute seule, donc échanger. Échanger c'est bien. Ça c'est super important. Genre : j'ai détesté, j'ai aimé, et pourquoi. Et aussi bien avec des adultes qu'avec des enfants, qui ont d'autres visions. Et comme moi j'ai deux filles, voilà t'apprends plein de choses, même avec une ado rebelle qui dit « off boff c'est nul ».

Comment décrirais-tu un musée en 5 mots ?

Découverte, plaisir, émerveillement, échanges, là j'ai trop de mots qui me viennent : c'est plaisir, c'est culture, c'est enrichissement personnel, et aussi patrimoine parce que j'associe beaucoup un musée à son espace et que ça me paraît important de préserver aussi l'enveloppe du musée, le bâtiment. Un musée que j'adore, c'est le musée d'Orsay. Je te cite des grands basiques, bateau, mais j'adore flâner dans ces musées-là. Donc j'associe aussi le bâtiment, l'architecture, donc ça fait plein de mots

Quelle est ta dernière expérience d'enchantement, et pas forcément muséale ?

Ben c'était une soirée, avec des amis. Et encore une fois, j'associe l'enchantement à quelque chose qui est une parenthèse dans ta vie, quelque chose qui est un peu exceptionnel. Et le mot « exceptionnel » ne devrait pas être associé à mon avis à la visite d'un musée. Mais voilà, l'enchantement c'était cette soirée-là, où on était une quinzaine d'amis, et on a ri, on a parlé, on a échangé sur tout et n'importe quoi, nos projets... Et on a dansé, et voilà tu vois, une espèce de bulle de bonheur qui t'enchant vraiment. Dont tu te souviens, tu fermes les yeux et puis tu revis les sensations que t'as vécues et t'as plein de souvenirs hyper positifs.

Je voulais y venir : à ton avis, quelles sont les sensations de l'enchantement, pour toi ?

Quand tu es enchantée, est-ce que tu peux (ou pas) décrire ce que tu sens ?

C'est un sentiment ultra positif, déjà. Mais est-ce que je peux le décrire... ? L'enchantement en général c'est quelque chose qui te procure une espèce d'énergie positive en fait, qui laisse des traces dans ton être, et pour l'appliquer au musée, je pense que c'est aussi ce qu'il en reste. Des impressions que tu as eues. Tu ne te souviendras pas forcément de tous les détails de l'expo, mais c'est des sensations, des surprises, un émerveillement, et puis tu te poses, tu y penses, c'est tout ton corps aussi qui se souvient de ce qui s'est passé. Et pour moi l'enchantement il est aussi corporel, ça n'engage que moi mais je crois que c'est hyper important.

Et cette définition de l'enchantement, la trouves-tu pertinente, ou inatteignable, dans un musée ? à moins que ce soit inutile... ?

Je ne suis pas d'accord pour dire qu'un musée n'a pas à rechercher l'enchantement, parce que au contraire, pour moi, un musée a toute sa légitimité dans cet enchantement-là. Par contres, les moyens d'y arriver sont peut-être différents, et du coup le résultat est peut-être moins puissant pour certains, tu vois. Si l'on compare une projection de son et lumière sur un beau bâtiment, une cathédrale, quelque chose qui est vivant, qui t'emmène dans un tourbillon de sensations à un moment précis, à mon avis il ne procure pas les mêmes sensations ni le même enchantement qu'un parcours de visite classique de pièce en pièce, d'œuvre en œuvre... donc je pense que c'est là-dessus qu'il faut peut-être essayer de réfléchir. Que faire pour qu'un parcours de visite qui est forcément traditionnel - tu vas pas projeter au musée du Louvre, un artifice – mais si l'objectif est d'avoir le même enchantement, il faut trouver une alternative à la monstration un peu traditionnelle peut-être.

La difficulté étant que c'est plus compliqué de se réinventer pour une collection permanente, que pour une expo.

Absolument. Mais une collection permanente, doit-elle répondre à cet enjeu-là ? Je ne suis pas certaine, puisque on peut considérer que les collections permanentes, elles sont un peu figées dans le temps, tu peux aller au musée en début et en fin d'année, tu seras sûr de retrouver les mêmes choses. Donc tu te dis : ok, si j'y vais pas maintenant, j'irai une autre fois.

Dans la communication, si jamais un musée se disait enchanteur, qu'est-ce que tu en penses ?

Oh là, là, la promesse de l'enchantement.

Oui, si elle était quasiment explicite, voire même explicite, qu'est-ce que tu en penses ?

Ça m'inspire qu'à défaut d'y arriver, ils auront au moins essayé de communiquer. Après, la communication n'est pas toujours efficace ni efficiente. Mais cette première étape-là, de renouveler ses promesses et de le dire, c'est déjà intéressant. Donc j'aurais une analyse plutôt technique et critique. Après, je serais assez séduite, oui.

Donc ne trouverais-tu pas que c'est un peu racoleur ou que ça casse l'enchantement, de le dire ?

Encore une fois, je pense qu'il faut bien le dire. Ça peut être plus ou moins bien fait. Faire une promesse d'enchantement, et la concrétiser dans une démarche communicationnelle, ça me semble intéressant, mais ça peut être un flop. Donc moi l'idée me séduirait ; après, à voir. Je vois une expérience plus complète, je pourrais me sentir enchantée de vivre une expérience de visite, suivie d'une conférence, d'une projection, d'un déjeuner... tu vois quelque chose qui soit finalement une expérience globale. Encore une fois, j'aime bien l'idée de me dire que je vais me nourrir de quelque chose, et que ça s'inscrit dans une sortie.

Donc c'est à la fois une parenthèse et une parenthèse très complète ?

Idéalement. Les fois où ça m'a vraiment plu, ce fut le cas.

Si un musée veut t'enchanter davantage, comment peut-il s'y prendre ?

Je crois que c'est aussi très subjectif. Je ne serai pas enchantée de la même manière que mon voisin ou mon frère. Mais prenons l'exemple d'un musée qui ne m'attirerait pas du tout du tout du tout, et que je trouverais plutôt ennuyeux. J'en vois pas là, comme ça. Un musée que j'ai été visiter à reculons. Ah, si au Troca, le musée de la marine, un truc comme ça. Je suis partie avec les pieds de plomb, avec les filles, et puis finalement, tu vois dans mon souvenir c'est un peu flou mais j'ai le sentiment

d'avoir appris plein de choses et d'avoir pu échanger avec les puces sur ces sujets-là. Donc encore une fois, on en revient à ça, il faut que ça soit une promesse d'échanges, qu'il y ait matière à discuter, à rêver quand même un peu...

Rêver, tu n'en as pas beaucoup parlé.

J'ai pas beaucoup parlé du rêve, de l'émerveillement oui mais c'est pas la même chose. Rêver c'est se projeter dans un imaginaire qui n'est pas notre réalité et qui nous permet de se déconnecter encore plus. C'est pas vraiment ce que j'attends d'un musée, malgré tout, parce que je me dis que toutes les œuvres que l'on admire elles sont quand même clairement ancrées dans la réalité, une période, façonnées par un artiste qui a existé. Pour moi on est clairement dans la réalité.

Ça c'est intéressant. Toi, tu ne dirais pas que l'art renvoie forcément beaucoup à l'imaginaire ? Mais au contraire il y aurait un rôle de la réalité, de la matérialité de l'œuvre ?

La matérialité de l'œuvre oui - quelque soit son sujet qui peut être tout-à-fait imaginaire, d'ailleurs - pour moi c'est très important. C'est une parenthèse dans ton temps à toi, qui t'émerveille, mais qui se raccroche à une réalité physique.

Est-ce que tu pourrais préciser ce que tu entends par matérialité ?

Ah, c'est être en face de l'œuvre. Une visite virtuelle sur internet m'intéresse pas du tout. Et pour autant, je la trouve parfois pertinente, dans l'éducation, dans l'apprentissage. Inès utilise l'application Paris Musée pour se balader, et elle adore. Donc c'est un outil, oui, c'est un outil d'apprentissage. Mais pour moi rien ne remplace l'œuvre quand tu la vois en vrai. C'est comme écouter un CD ou aller écouter un concert, quoi.

Nous visionnons une vidéo présentant L'atelier des lumières.

C'est marrant parce qu'en voyant ça, mais ça ne me fait pas du tout envie. Je trouve ça techniquement impressionnant, ça doit être un peu rigolo. J'ai pas l'impression d'abord d'aller dans un musée, ça pour moi c'est sûr. Et c'est plus quelque chose de ludique, et à mon avis c'est très bankable parce que c'est ludique, c'est facile, c'est

des images qui bougent, t'en as plein les yeux. Voilà. Moi ça me fait pas rêver. Je crois que pour l'expérience j'irai peut-être mais ça va vite me barber je crois.

De toute façon, ils sont sur la fin de l'exposition Klimt, ils en auront bientôt une nouvelle.

Eh bien je ne suis pas d'accord sur le mot. Je dirais plutôt installation, performance... pour moi c'est pas une expo, mais au sens traditionnel du terme, peut-être que je suis trop tradi, mais là tu vois, je suis pas emballée en fait.

Et donc ça ne t'enchant pas du tout ?

Ben non. C'est pas l'enchantement que j'attends, c'est juste un cinéma en 3D, c'est WAHOU, mais est-ce que le WAHOU c'est de l'enchantement, je suis pas certaine. Donc pour moi c'est pas enchanteur. C'est grandiose, indiscutablement, une prouesse technique, un détail exceptionnel, mais pour moi c'est pas ce que j'appelle l'enchantement. Attention, je ne peux pas dire que j'aime ou que je n'aime pas, parce que je n'y ai pas été ; en revanche, je suis pas du tout attirée.

Nous lui présentons la médiation des services aux oiseaux Buffon.

Je trouve ça hyper rigolo. Ludique, et effectivement intéressant pour dynamiser une collection d'assiettes, qui reste... voilà. Musée que je ne connais pas et qui a priori ne me fait pas rêver. Pour le coup, je trouve que c'est un bon moyen de parvenir à peut-être pas enchanter les gens mais en tout cas attirer leur attention, et euh... dépoussiérer le truc. Je trouve le concept intéressant en tout cas.

Et tu me disais que la matière c'était quelque chose qui t'attirait. Qu'est-ce que cet exemple t'inspire ? Est-ce que cette médiation change quelque chose ?

L'assiette ça nous renvoie à un quotidien, donc quelque chose d'un peu banal. Ce sont de très belles assiettes, mais ça fait écho quand même à un quotidien. Quand toi t'es devant ça, faut vraiment être passionné. Est-ce que le fait d'avoir une application, qui à mon avis est intéressante, fait venir davantage de monde, je ne suis pas certaine, parce qu'il faut quand même avoir envie de se déplacer pour voir des

assiettes quoi. Le lien entre les deux, il me semble enrichissant pour la collection, mais il va pas forcément faire venir davantage.

Moi, ce que je vois, c'est le tour de force d'animer ce qui est complètement inerte. Mettre un peu de vie dans cette matière.

Oui mais pourquoi une assiette aurait besoin qu'on mette de la vie, et pas la Joconde. Même si la Joconde est intéressante en soi, et qu'on l'a aussi rendue intéressante.

Nous regardons le site internet du musée de Cluny.

C'est matériel, mais c'est pas n'importe quelle matérialité de l'objet. Est-ce que c'est le genre d'objets qui te donnent envie d'aller au musée les voir ?

Encore une fois, on en revient vraiment au goût de chacun. Là, on est dans la spiritualité, dans des choses hyper intimes, qui te renvoient à des codes hyper personnels. Donc moi ça me donne envie d'y aller, bien sûr, en plus ce sont des pièces exceptionnelles, mais encore une fois ça n'engage que moi et mon goût.

Donc, toi te montrer la matérialité sur des photos (très belles, hein mais ce sont des photos), ça peut suffire ?

Sur un site internet, je trouve que c'est bien de donner un petit peu à voir.

Donc pas que du virtuel ou de la vidéo ?

Non, je pense que c'est bien d'inviter ton visiteur à se projeter, aussi.

Nous regardons la vidéo « le retour du Sauvage », du musée de la chasse.

Je trouve que le film est très bien fait, déjà. C'est typiquement le genre de musée sur lequel j'avais effectivement des réticences et je trouve que cette vidéo donne envie, elle est très très bien faite.

Et il n'y a rien de virtuel.

Encore une fois, pour enchanter, faut des promesses réelles.

Et tu dirais que ça c'est une promesse réelle ? Ce qu'ils montrent, c'est quand même du fantastique.

C'est du mis en scène, mais je pense que je peux voir tout ce qui est montré là. Donc faut vendre du rêve, aussi, ils sont là pour ça. Là, j'y suis sensible.

Et qu'est-ce qui te plaît le plus dans cette vidéo ?

En plus y a un peu d'humour, j'adore (elle voit la fin avec les poussins). L'humour, elle est très bien faite, le montage est excellent, très contemporain. Ce qui ne colle pas forcément avec l'image que j'avais du musée, donc tu vois... donc oui, la vidéo me plaît.

ANALYSE CRITIQUE DE L'INTERVIEW DE CHARLOTTE

Charlotte privilégie un rapport personnel, émotionnel, aux expositions. Elle n'aime en général pas ce qui lui apparaît comme directif, mais aime vadrouiller et rechercher elle-même les informations qu'elle veut, souvent après l'exposition. Charlotte achète en effet souvent le catalogue (c'est rare dans notre échantillon).

Elle trouve que la visite de l'exposition doit être un moment hors du temps, on est tenté de dire « de grâce », d'où son refus de toute intrusion prescriptrice.

Mais elle tient aussi au plaisir complet de sa visite, puisqu'elle aime la continuer, le cas échéant, d'un repas gastronomique sur place. Elle a une conception assez hédoniste des expositions : elle aime que s'y rencontrent son bon plaisir et toutes les sortes de satisfactions, pas seulement celle, esthétique, de l'exposition elle-même.

Ces choix placent Charlotte dans une catégorie sociale à la fois cultivée et habituée de la culture (dépensant par exemple son argent pour les catalogues puis les lisant chez elle), et financièrement capable d'assumer ces choix de vie un peu luxueux. Collectionneuse elle-même d'œuvres d'art, elle privilégie un rapport personnel et expérientiel aux musées et expositions, qu'elle connaît bien, y compris à l'étranger (cf l'exemple du MOMA).

On peut se demander si son profil conforte ainsi ce qui avait été observé sur le profil Olivier de manière opposée : là où le manque de pratique culturelle s'allie avec une vision plutôt directive et conservatrice de la culture, sa fréquentation habituelle et intégrée, elle, va de pair avec une exigence de liberté.

E. PIERRE

40 ans, deux enfants, région parisienne, cadre supérieur.

Pierre a été choisi en raison de sa culture très composite : scientifique/geek d'un côté, classique de l'autre. C'est donc quelqu'un qui ne tiendra pas les discours attendus, vu qu'il ne les connaît pas, tout en ayant une pratique très régulière de la culture.

Alors première question : qu'attends-tu d'un musée ?

Oh la question ! Quand je vais dans un musée, je peux y aller pour des raisons sociales, je peux y aller pour moi, je peux y aller en tant que papa. Quand j'y vais en tant que papa, je veux que ça éclaire mes enfants, ou en tout cas essayer de les faire progresser sur plusieurs aspects. D'abord, la connaissance culturelle. Donc qu'ils aient un fond culturel sympathique etc. Le fond culturel étant que, si je devais viser une classe sociale en termes de culture, je veux pas que ce soit « vieille-France-Jean-Didier-qui-pue », je veux plutôt que ce soit des gens d'un niveau... comment dire... fac de philo, conservateur de musée. Donc tu vois, exactement. Des gens qui ont un recul critique sur ce que c'est que l'art en général.

Et quand tu dis « viser un milieu social » comme ça, ça veut dire quoi ? Le souhaiter pour tes enfants ?

C'est pas que je souhaite leur milieu, c'est que je veux qu'ils aient un niveau intellectuel pour discuter avec des gens. Et qu'ils puissent répondre, à ce niveau-là. J'ai pas envie qu'ils soient genre « oh j'ai été à la dernière exposition Picasso du machin, trop bien ». Comment dire ? C'est pas ce milieu-là que je veux. Je suis très clair. Dans ce que j'attends pour mes enfants, y a ça. Le deuxième point, c'est qu'en fait, ce qui m'intéresse beaucoup - et ça va commencer à élargir sur mon deuxième rôle si j'y vais pour moi, mon plaisir - ce que je veux c'est que ça puisse être... (il cherche ses mots)... illustratif, un fait stylisé, donc je veux que l'exposition ou ce qui

m'est présenté dans le musée soit un fait stylisé de la démarche artistique, soit de l'auteur, soit d'une école, soit d'une époque. Ou en tout cas du propos, du sujet du musée. Le fait stylisé ça va être, par exemple, qu'est-ce qu'il a cherché ? Pourquoi il a fait comme ça ? Et finalement son chemin qui a fait qu'il a abouti au produit qui est montré par le musée. L'exemple ultra bateau du fait stylisé que je cherche, c'est par exemple, y a quelques années j'avais été invité à une exposition au Grand Palais pour un précurseur de l'impressionnisme, un anglais.

Turner ?

Turner, c'est ça, voilà. Et donc en fait, ce qui est rigolo, c'est que tu vois que c'était quand même inscrit dans une époque, dans une démarche, et en fait c'est une recherche de forme nouvelle dans la peinture. Au final, l'exposition était extrêmement éclairante là-dessus. Parce que tu voyais les tâtonnements du Turner au début, au milieu et à la fin, avec des variantes, des recherches de différents types de formes etc. En tout cas, tu pouvais lire l'exposition – parce que je n'ai pas prétention à connaître Turner – l'exposition était très structurée là-dedans et c'était très éclairant, la recherche de forme et l'émergence de la forme impressionniste. Donc ce qui m'intéresse dans une exposition, c'est d'avoir en général, un propos comme ça.

Donc quelque chose d'éclairant ?

Voilà. Ça peut être sur d'autres modes d'expression, parce que c'est pas toujours une forme de peinture, ça peut aussi être « qu'est-ce que j'ai voulu dire ? », ou alors « quel est mon mode de représentation de la société humaine ? ». Et ce sera la même chose quand je vais lire une bande dessinée, quand je vais regarder un film, quand je vais regarder une série... en fait au final, ce qui va vraiment me faire plaisir, c'est de me mettre dans la tête du concepteur de l'objet, au sens large, et de se dire par exemple : quelle est sa vision du monde qui fait qu'il a fait son œuvre d'art comme ça ? Tu vois, j'ai fini de regarder hier soir un manga en anime qui s'appelle Hunter X Hunter, et en fait, pour moi, le propos que je comprends, l'auteur parle des relations humaines entre les personnes. Et en fait, en sous-jacent, la manière dont les personnages sont définis, puisque c'est un manga avec des combats etc., les caractéristiques des combats et des batailles, sont sa vision du monde : qu'est-ce qui

définit un être humain ? Et après y a quatre arcs narratifs, et chaque arc narratif est centré sur un aspect qu'il estime important dans la définition des relations humaines. Et pourtant ça reste un manga... plus abêtissant qu'abêtissant si tu lis au premier degré comme un produit de divertissement. Et y a une couche de lecture divertissement. Mais c'est flagrant qu'il y a un modèle derrière. Et l'auteur a fait des pauses de deux à trois ans entre chaque arc. Donc ça veut dire qu'il a pas enchaîné un produit pour faire du chiffre d'affaire, il a réfléchi : voulait-il continuer à étendre son modèle ?

Tu m'avais parlé de trois points, je crois.

Après, y a l'exposition sociale où en fait, j'ai besoin d'un endroit pour dire « j'y étais ».

Ça t'arrive souvent, ça ?

J'essaye le moins possible. Mais après il reste que dans ma hiérarchie de ce qui est important dans la société, dans le milieu de geeks avec mes potes qui connaissent des choses en jeux vidéos, culture geek et science-fiction, si il y a un truc qui est vraiment bien, j'aurai envie d'y aller pour pouvoir leur dire que j'y ai été. Mais c'est social. Pour moi, dans ma hiérarchie de l'humanité, c'est pas une question d'être un notable, c'est une question de connaître des trucs de geek et de science-fiction. C'est pour m'intégrer, pour pouvoir discuter avec mes potes. Parce que c'est des gens avec qui j'aime bien passer du temps.

Question deux ! Quelle est ta pratique des musées ? C'est-à-dire : quel type de musée ou d'exposition tu favorises, avec quelle fréquence, et est-ce que tu prends ce qu'on appelle des médiations (audio guides, visites guidées, ateliers, autre...) ?

Alors des musées, au sens musées/monuments nationaux, je pense que je dois avoir une fréquentation de deux par mois. C'est beaucoup mais c'est parce que l'immense majorité, c'est en famille avec les enfants. Parce qu'avec (ma femme) on accorde une importance à l'éveil culturel et qu'à partir de là, on fait souvent des choses. Tu vois, par exemple, la semaine dernière on était partis en Normandie, on a fait trois activités culturelles. On a vu la tapisserie de Bayeux par exemple. Et aussi on a un abonnement à la cité des sciences.

Pourquoi celui-là ?

(en riant) Parce que c'est les sciences ! Bon, c'est parce qu'il y a la cité des enfants, qui est un endroit vachement sympa, déjà, voilà. Et puis j'aime bien leurs expositions, j'aime bien ce qu'ils font. Après, ça a un côté un peu... ils visent le grand public, ils visent un peu trop l'entertainment par certains côtés, mais ils ont quand même eu, et ils continuent à avoir, pas mal de choses qui sont expérimentatoires (sic) et qui illustrent bien les choses. Et ça, c'est un côté plaisant des musées scientifiques, c'est qu'ils ont des choses qui sans être trop « loisirs », permettent de montrer les notions qu'ils veulent éclairer. Les notions physiques sont clairement expliquées et y a plein de trucs comme ça. C'est la vertu quand tu travailles sur des trucs de sciences dures : assez vite, quand tu travailles sur des expositions, tu peux faire des mises en pratique qui éclairent et expliquent les choses de manière très directe, donc en fait c'est très lisible dans le regard de mes enfants.

Et justement, pour leur expliquer, est-ce que tu prends des audio guides, des tablettes... ?

Quand c'est des expositions ou des musées plutôt scientifiques, j'ai tendance à expliquer moi-même. Quand y a des audio guides, et que j'ai l'impression que ce sera un bon produit, un bon média, je prends avec plaisir. Par exemple, quand on a été voir la tapisserie de Bayeux, on avait le choix : avec ou sans audio guide, on a pris avec et c'était absolument merveilleux. En terme de format d'exposition, l'adéquation entre la pièce, sa mise en scène, l'audio guide, c'est... génial. C'est vraiment quelque chose de brillant. C'est aussi l'objet en tant que tel qui porte la chose, c'est pas quelque chose qui est transposable partout. C'est une tapisserie qui fait 70 mètres de long, y a des numéros sur la tapisserie, qui sont brodés, avec des scènes. Donc c'est comme une BD et à partir de là, t'as l'audio guide qui te dit « scène 1, il se passe ça », « scène 2 »...etc. Et il commente autour. Donc t'as qu'à marcher avec l'audio guide, et t'as vu l'objet et l'histoire qui est racontée. Comment dire ? C'est une adéquation parfaite.

Donc là tu trouves qu'il y a l'importance et de l'objet et de la mise en scène.

En tout cas les deux se complètent très bien. Les enfants ont été intéressés : l'aîné a intégralement écouté, la cadette s'est déconcentrée sur la fin, mais en tout cas là le truc était intéressant. Quand j'ai la perception que l'audio guide a une expérience complète et immersive pour les enfants – et le mot immersif est important – je suis preneur de ce genre de choses. Après, je peux me gauffer et prendre un audio guide qui va pas aller et rater un audio guide qui va être bien. Mais j'aime bien ça, surtout quand ça va faire appel à des capacités d'explication que je n'ai pas.

Qu'est-ce que tu appelles immersif, surtout quand on parle d'un audio guide ?

Ce que j'appelle immersif, c'est une expérience qui va rapprocher l'utilisateur, le mec qui le vit, vers un état de flot centré sur l'activité en question. Et là, l'activité c'est d'apprendre quelque chose. Donc l'audio guide va être bien du moment que le mec va être concentré sur le propos parce que ça le projette dans ce qu'il apprend. Il est moins concentré sur le monde qui l'entoure (par exemple : comment embêter sa petite sœur), et il est plus concentré sur : on lui raconte un truc qui l'intéresse.

Pourtant il percevait bien la tapisserie.

Mais l'audio guide, c'est le complément de l'objet. L'audio guide en tant que tel m'intéresse pas, c'est quand il est adapté à l'exposition. C'est l'expérience : je regarde l'objet et j'ai le propos, qui est immersive. Mais l'audio guide est facteur d'immersion parce que si y avait pas l'audio guide, y aurait que le truc à regarder, et il serait tenté d'aller... embêter sa petite sœur. Le caractère immersif est favorisé parce qu'il y a un propos intéressant, y a une forme et y a une saturation des sens. C'est-à-dire que t'as pas que les regards, t'as aussi l'oreille.

Est-ce que t'as déjà vécu sur autre chose, le tact, l'odeur ?

Sur le tact y a des choses. Cet été, on a fait plusieurs expositions au Québec, sur des trucs de la nature, notamment y avait une expo sur la biodiversité, du côté de Trois Rivières. Le guide sortait des bestioles de leur boîte et il nous les donnait, on les tenait, on les caressait etc. C'était des bestioles vivantes. Ce côté-là de sensations est assez intéressant, et c'est quelque chose qui est intéressant parce que c'est immersif, mais par contre le problème c'est la contrainte de ressources.

En fait, comme l'audio guide à la tapisserie de Bayeux, c'est un moyen de contrôler le flux : le truc dure trente minutes, et tout le monde avance à la même vitesse, tu te marches plus sur les pieds... c'est une adéquation parfaite.

C'est un peu comme le château de Neuschwanstein en Bavière, ils ont trois millions de personnes par mois qui veulent visiter le château, et donc pour limiter la surexploitation du truc, tu réserves deux mois avant ton groupe, sinon t'auras pas de place, et chacun a un audio guide, qui est déclenché à un moment par le guide, ça dure trois minutes. Quand ça finit, tout le monde a fini en même temps, et est obligé de passer à la pièce suivante. Ça cadence. Ça permet que les groupes se succèdent et que ça file droit. Mais ça prend une place importante par rapport à l'immersion. Ça devient contre-immersif cette fois.

Oui, ça casse un peu l'histoire.

Exactement. Mais est-ce que j'ai répondu à tout ?

Il manque les types de musées que tu visites.

Ben un peu de tout, ça va de la culture pop d'une expo Star Wars à la culture plus... (il cherche son mot) d'une exposition Picasso. Je dirais que je fais du 70/30 : 70 en culture plus classique, et 30 en pop. Le classique sera quasiment que centré sur les enfants, le pop... un peu plus diversifié.

Tu sembles avoir donc une grosse pratique des musées et expositions. C'est une expérience que tu aimes en général ?

(il réfléchit) Bon, c'est pas par obligation. J'ai tendance à aimer ça, après parfois y a des fois où c'est nul.

Peux-tu qualifier ton expérience muséale en cinq mots ?

Un mot important pour moi, c'est le propos. La continuité du propos, c'est la clarté (aussi bien dans le propos que dans les pièces, j'aime bien quand y a beaucoup de lumière). Après, moi j'aime bien « stochastique », parce que j'aime bien que tu puisses avoir différentes visions du musées selon ton humeur, du temps, de pourquoi t'y vas, de combien de temps t'y vas etc. J'aime bien quand y a une profondeur qui

fait que tu peux voir rapidement deux trois choses et puis après revenir, ou te focaliser (sic) sur un truc, ou revoir quelque chose d'un peu différent... Je veux qu'il y ait des interprétations assez claires, mais j'aime bien aussi quand c'est riche et que tu peux en avoir plusieurs à côté, pas forcément sur le même objet tu vois. Parce que quand c'est sur le même objet, j'ai toujours un doute si y a pas une interprétation qui est erronée ou une autre. J'ai vraiment du mal sur la polysémie. Je dis ça parce que je pense au musée d'Orsay, y a des expositions qui ont un propos, mais y a aussi un fond d'expos qui est là pour appâter le touriste parce que ça fait partie des « must see ». J'aime bien l'histoire de ce qui a mené à l'impressionnisme, mais le style impressionniste... je trouve pas ça beau. Par contre, dans le musée d'Orsay, y a deux pièces que j'aime beaucoup, qui sont celles sur le mobilier, qui sont merveilleuses. Tu peux aussi mettre culture pop dedans. Donc le musée de Cluny, si j'y ai été, c'est parce qu'il y a des épées et du moyen-âge, et que j'ai été biberonné à ça. Même si il est pas blindé de ça, il reste que j'y suis allé deux fois rien que pour me rattacher à cet imaginaire. Ça me permet de revisiter cette culture pop, à une aune d'objets historiques, et dans une certaine mesure c'est un réenchantement pour moi. De la culture pop.

Donc le musée serait réenchanteur de quelque chose d'autre ?

Oui, c'est un enchantement à rebrousse-poil. Ça fait quatre mots, et j'ai pas envie de me forcer à trouver un cinquième...

Est-ce que tu peux me raconter ta dernière expérience d'enchantement, et pas forcément muséal ?

Ben c'est très simple, le manga que j'ai écouté récemment. Qui montre une vision du monde de l'auteur, qui n'est pas forcément la mienne, mais qui était riche et intéressante. Et qui était vraiment élaborée.

La question suivante, c'est : qu'avez-vous pensé, qu'avez-vous ressenti ? Et là, j'ai envie de passer à ton ressenti.

Alors c'est très particulier : le ressenti, j'essaie de... je suis ennemi de mon ressenti, j'essaie de prendre une distance permanente et instantanée par rapport à tout ce qui

va être une manipulation de mes émotions. Donc en fait, de manière générale, j'essaie d'effacer mon ressenti pour le cristalliser toujours sous forme d'analyse.

Donc plutôt intellectuel que...

C'est comme ça qu'on dira. J'intellectualise les choses. Donc quand tu dis « ressenti », déjà c'est un mot j'ai du mal à y répondre parce que par défaut, moi c'est un point de lutte. C'est devenu naturel maintenant, mais j'arrive pas à accepter de ressentir les émotions quand je découvre quelque chose. Tout de suite je vais essayer de les dépasser pour aller vers de l'intellectuel.

Mais c'est pas forcément de la manipulation. On peut te proposer quelque chose et libre à toi de ressentir ou de ne pas ressentir.

Peut-être que manipulation est un terme trop rapide, mais ce blocage-là vient de la pub et du journal télé, où tu sens manipulé, ce qui fait que très vite y a une sorte d'incrédulité, très forte, qui est arrivée par rapport à tous les messages qu'on m'envoie en me disant « mais qu'est-ce tu veux me faire faire ? ». Très vite, cette attitude est devenue identitaire, c'est ma construction.

Dans cette expérience, celle du manga, quelles sont les choses qui ont concouru à t'enchanter ? Par rapport à ce que tu as dit, tu as quelque chose à ajouter ?

La stylisation et les personnages comme incarnations de valeur, qui se confrontent. Y a aussi un sujet de forme : le manga, c'est quelque chose qui clique avec moi. Le style est simple, c'est en noir et blanc, c'est des choses stylisées. Vu que t'as moins de détails, tu te consacres sur le style, sur la stylisation du monde.

Donc ce que tu préfères, c'est quand ce que tu appelles stylisation est mise le plus à nu, quand c'est clair.

Oui, permette d'être plus clair, et plus centré sur le propos.

Tu es donc un public très polarisé. Du coup, que comprends-tu derrière le mot d'enchantement ?

Oui, parce que j'ai une intention : j'aime bien apprendre, et j'aime bien progresser. Maintenant, le mot enchantement... (il réfléchit). Pour moi, le plus proche serait une épiphanie. Donc y a bien un aspect de révélation en fait.

Révélation de la vision du monde ?

Oui, c'est un bon terme. Après, y a peu de continuité là-dedans : c'est un moment où j'ai progressé, hop, et j'attends le suivant.

Et cet enchantement, tu le ressens parfois dans les musées ?

Oui. Je t'ai raconté par exemple l'exposition de Turner. Qui est en fait la première exposition où j'ai commencé à évoluer dans ma pratique muséale ; avant j'allais beaucoup moins au musée et j'étais moins intéressé à ça. C'est le propos de l'exposition qui m'a fait changer, pas le propos du peintre.

Donc c'est vraiment la manière dont ça s'insère dans une narration qui vient de l'exposition.

Exactement. Et Turner, l'impressionnisme, je m'en fiche. Ça me ferait mal d'admettre qu'il m'a convaincu de quoi que ce soit, cet homme. Donc c'est bien ça le terme, y a une question de narration et de raconter l'histoire.

Ok. Et les procédés numériques, par exemple ? Qu'est-ce que tu en penses ? Est-ce que ça aide à l'enchantement ?

Pour moi, ça ne doit être qu'un outil... et en fait... (il réfléchit)... en fait le problème c'est que je trouve que la plupart du temps c'est du BS. C'est juste pour dire « on en a un ». C'est une manière de tirer des sous pour financer et se payer des trucs, y a un enjeu économique derrière le numérique qui me paraît discutable. Et même dans mon boulot j'expérimente la même chose, je fais de la réassurance, ça se fait depuis des centaines d'années avec du papier et de l'encre, et si je dis « en plus de ça, on va avoir un truc digital », les mecs vont dire « trop bien, parle-m'en ». Ça change rien à la transaction, mais vu que c'est digital, les mecs ils pourront s'en vanter en se prévalant d'être modernes. Y a une sorte de futurologie, c'est agaçant. Dans mon expérience, dans ce que je veux de la part du digital, dans ma pratique des musées... c'est rigolo,

on avait été l'année dernière au musée de Falaise, de Guillaume le conquérant, on avait une tablette guide avec une caméra. Tu filmais les pièces et tu avais l'imagerie virtuelle qui montrait la pièce, tu faisais des trucs, tu pouvais avoir des jeux, les enfants s'en moquaient un peu d'ailleurs, mais ça permettait de montrer des choses et c'était assez intéressant. Mais bon, ça c'est moyen comme truc guide, en fait c'est pas aussi bien que Bayeux, on apprenait des choses mais c'était pas non plus merveilleux. C'est joli et tout, voilà. Donc ça, à la rigueur, c'est ce qui commence à être acceptable dans le numérique, c'est quand ça favorise quelque chose : l'immersion, le propos. Et tout ce qui n'est pas ça, je m'en fiche. Mais y a aussi un autre aspect du digital en fait : c'est quand ça participe au propos en tant que tel. Par exemple, notre ami Turner qui a créé une autre forme d'expression en peinture ou a aidé à son émergence, un nouveau média pour raconter des histoires ou des propos, qui s'appuie sur le digital, c'est intéressant en tant que tel. Le numérique peut être non plus un soutien à l'exposition mais l'exposition en tant que telle.

Au niveau de la com, maintenant. Un musée qui te ferait une promesse d'enchantement, qui utiliserait ce mot dans ses affiches par exemple, ça t'inspire quoi ?

Je réfléchis, je ressens pas, donc quand j'entends un mot comme « enchantement », je me dis « qu'est-ce qu'il essaie de me vendre comme soupe ? ». Pour moi, quand il me présente « enchantement », soit c'est le propos, c'est-à-dire une exposition sur l'enchantement, soit ça veut dire « notre exposition ça va être de l'enchantement », et là je me dis « ok, t'essaies de me vendre de la soupe ».

Donc ça veut dire que ce que tu vois comme opposé à l'enchantement, c'est ce côté intellectuel chez toi ?

Non. Mon enchantement, c'est quand ma vision intellectuelle des choses est nourrie. Par contre, quand un musée affiche l'enchantement sur ses affiches, c'est plus l'enchantement en tant que tel, c'est un élément marketing. Il appâte le chaland. C'est pas le même univers, et il est en train de dévaloriser un mot qui m'intéresse par ailleurs, pour en faire quelque chose qui ne m'intéresse pas. Ça me repousse plutôt.

J'ai quatre exemples à te montrer, pour finir. A chaque fois, la question est la même : est-ce que ça t'enchant, est-ce que ça te donne envie d'y aller ?

Alors l'enchantement, ça risque d'être non ; est-ce que ça me donne envie d'y aller, à voir. Regardons.

L'atelier des lumières.

Moi en tant que tel j'irai jamais le voir, sur cette base-là ; éventuellement si j'ai du temps à tuer avec les enfants ou que ma femme, ça la botte, pourquoi pas.

Pourquoi n'iras-tu jamais le voir ?

Parce que c'est de l'entertainment, ça m'intéresse pas. C'est pas enchanteur, c'est divertissant. Je préfère voir un Star Wars plutôt que ça, tu vois.

Les oiseaux Buffon.

(il rigole) Aller voir pour ça ? Non. Même quand j'y suis et que je vois que ça existe, je vais essayer pour une assiette, et quand je vais voir que c'est du chant et des infos sur les oiseaux, je vais arrêter. C'est un faux contenu pour moi. Au final, c'est rigolo, mais je serais vachement plus intéressé pour avoir un catalogue, papier ou pdf, qui va me lister les oiseaux par vaisselle et avec directement le texte. Ça va m'embêter d'avoir besoin de prendre une photo pour aller chercher de l'info, avoir un son pourri et une information qui sera mieux mise en linéaire.

Donc le fait que ce soit une expérience...

C'est pas une expérience. Ça m'intéresse pas. Moi je le vois comme un boulet, j'ai une information que je pourrais avoir en plus et je suis obligé de me coller avec un téléphone à prendre une photo, à attendre le machin, c'est horrible. Y a une promesse, et ça ne peut être que décevant, parce que c'est pénible. Pour avoir trois infos, qui seront mieux en linéaire...

Le musée de Cluny

Est-ce que des objets, dans leur pure matérialité, ça peut attirer, voire enchanter ?

Oui. C'est quelque chose de spécifique au musée de Cluny, mais que j'expérimente aussi au musée d'Orsay, c'est que ces objets-là, ce qui est fascinant c'est de deviner comment ça a été fabriqué. En fait, un objet comme ça, c'est la vie de trois personnes. Y a trois personnes qui sont nées pour faire ça, et qui ont fait que ça toute leur vie. Et ça, c'est pas qu'un objet, c'est la vie de trois personnes. C'est quelque chose qui est émouvant.

Le retour du sauvage, du musée de la chasse et de la nature.

Oui, ça c'est quelque chose qui peut m'intéresser. Si le propos de l'exposition m'intéresse, c'est le genre de mise en forme qui peut m'appâter. J'aime un peu moins la fin marrante, mais je comprends.

Et tu trouves que ça joue pas sur les codes qui sont ceux d'un enchantement de la réalité ?

Complètement. Ça joue à susciter des émotions, à rappeler des émotions que t'as déjà ressenties par ailleurs et là c'est plutôt les films d'angoisse, ou semi horreur, et là c'est une exposition où tu vas revivre des choses qui appartiennent à cet univers-là. C'est très clair que tout ce qui est montré appartient à la collection du musée, mis à part les bestioles vivantes ou l'infographie. Mais ils essaient de dire : dans cette exposition, tu pourras la vivre en convoquant des émotions proches des films d'angoisse ou des trucs comme ça, du registre cinématographique qui est évoqué dans la vidéo.

Tu penses que la promesse, c'est une promesse de fantastique en fait.

Non, d'émotions liées à la vision du fantastique. Ils suggèrent que tu pourrais expérimenter quelque chose qui est proche de l'univers des films d'angoisse etc. Pour autant, je suis certain que c'est différent. Après, si ils font une visite nocturne le soir d'Halloween etc., ils peuvent s'en approcher. Mais par contre, je pense que les mecs qui se font hameçonner par ça et qui arrivent le mercredi après-midi entre deux centres aérés se faire le truc etc., ils vont se sentir un peu roulés.

ANALYSE CRITIQUE DE L'INTERVIEW DE PIERRE

Pierre a un rapport très polarisé à l'art et aux présentations muséales et dans les expositions : il en attend exclusivement des lumières, c'est-à-dire l'explication aussi claire et dénuée d'ambiguïté que possible, de ce qu'il appelle un « fait stylisé ». C'est-à-dire qu'il en attend de rendre le réel, et par exemple les processus de création, plus intelligible en dévoilant les schémas de développement.

Il rejette consciemment les aspects émotionnels qui pourraient être ceux des musées et expositions, les assimilant à de la manipulation.

Il a un avis très tranché sur la définition des choses et ce qu'il attend (ici des musées et des expositions), que ce soit pour lui-même ou pour ses enfants. S'étant fait une culture lui-même (plus jeune, il était l'archétype du geek qui nie l'intérêt de la culture classique), il l'appréhende de manière volontairement partielle et personnelle. Tout se passe comme s'il entendait en exploiter la capacité explicative du monde, tout en refusant la dimension plus expérientielle, sensible : la culture est acceptée et même choisie, mais seulement dans ses aspects les plus « scientifiques ».

Il connaît certaines problématiques de la médiation muséale (notion d'immersion, importance ou pas de l'audio guide...) car c'est quelqu'un qui se documente beaucoup, ce dont il est très fier. De manière paradoxale pour un « geek », il a beaucoup de recul par rapport aux médiations numériques, ce qui montre encore la dualité (relative) de sa culture et le caractère tranché de ses choix.

Finalement, ces traits semblent être ceux d'un relatif autodidacte, qui s'affirme via des choix tranchés, partiels même s'il en donne des justifications.

F. FRÉDÉRIC

46 ans, sans enfant, habite Paris. Métier de cadre.

Frédéric a été choisi en raison de son profil à la fois scientifique et littéraire, de son profil « classique » d'ingénieur, mais néanmoins de sa pratique culturelle éclectique. Également en raison de son absence d'enfants.

La première question, c'est : qu'attends-tu d'un musée ?

(Il réfléchit) J'attends d'y voir ce que je veux y voir, donc si je vais voir un musée, euh, que je n'ai jamais vu, par exemple le musée Gustave Moreau, ben je m'attends à voir les œuvres, des œuvres de l'artiste. J'attends aussi d'être transporté dans le monde, l'imaginaire de cet artiste – s'il s'agit d'un musée artistique. Si c'est un musée de, qui représente le... dans lequel on va trouver des œuvres du patrimoine d'un lieu, ben je m'attends à retrouver autant que possible une exhaustivité des œuvres du patrimoine d'un lieu. Par exemple, à Liège, y a le musée qu'on appelle le musée de la vie wallonne, ben je m'attends à ressortir du musée en ayant découvert une palette des œuvres qui représentent la vie wallonne.

Et du coup, tu dirais que ce qui est premier c'est ce que tu peux apprendre (via l'exhaustivité, via le fait que ce soient des œuvres reconnues de tel ou tel artiste, etc.), ou est-ce que c'est plutôt quelque chose comme un ressenti - tu as utilisé les termes d'imaginaire, se faire transporter...

Les deux, je pense qu'il faut remplir les deux missions. Je pense qu'on doit apprendre des choses, découvrir, en apprendre sur le sujet, on doit ressortir de là en ayant acquis des connaissances, et d'autre part, c'est en plus de ça, c'est tout aussi important, être transporté dans une représentation. Que le musée nous emmène à la découverte du monde qui est le sujet du musée.

Mais tu as quand même conscience, en utilisant le terme de représentation, que c'est une reconstruction ?

(Il réfléchit) Oui, enfin oui.

Tu crois qu'on peut ressusciter le passé ?

C'est pas nécessairement le passé, mais on, oui, par exemple dans le musée de Montmartre, on doit avoir des choses qui nous en apprennent sur le lieu, mais aussi qui nous emmènent quelque part. Cela doit nous emmener dans une représentation de ce qu'était (oui, c'est vrai, c'est passé forcément) la vie dans ce lieu.

Il faut être fidèle ?

Oui, fidèle, oui. Il faut que ce soit tout de même fondé sur des faits, à un passé qui s'est déroulé, mais ça doit aussi jouer avec notre imaginaire. Le musée doit finalement savoir, essayer de deviner ce que les gens ont comme représentations au sujet de ce que représente le musée.

Et cet imaginaire que les gens ont, il faut qu'il se cale dessus ou il peut essayer de le tordre, de le rectifier, de le changer... ?

Je pense que c'est entre les deux. Je pense que le musée doit jouer avec son mythe, enfin le mythe de ce qu'il présente, mais aussi si besoin est, de le corriger. C'est pour ça que je dis qu'il faut être à la fois factuel, et emmener les gens vers ce qu'étaient l'artiste, le lieu, oui il faut quand même que ce ne soit pas complètement fantaisiste. Il faut quand même être fidèle à ce qui était... oui

Et est-ce que tu dirais, quand tu tombes sur un musée qui fait ça (mettons le musée Montmartre), que tu es enchanté, ou est-ce que tu utiliserais un autre mot ?

Ah. Euh,... je suis enchanté si la seconde mission m'a vraiment plu. C'est pour ça que c'est important. Si je sors de là en ayant vu simplement un..., en ayant acquis des connaissances comme si j'avais ouvert une encyclopédie, je serai satisfait, mais ça ne m'aura pas enchanté. Tandis que l'enchantement, lui, je dois avoir été ébloui. C'est évidemment beaucoup plus difficile, parce que au plus on va tirer vers quelque chose de mythique, au plus on a l'impression d'être ébloui. Alors quel est le degré de fantaisie dans tout ça ? Mais je pense que je serais enchanté, si on arrivait à me transporter.

Et est-ce que tu pourrais me définir ce que tu entends par enchantement ? Tu peux me parler par ex d'une expérience d'enchantement, récente ou ancienne, qui n'est pas forcément muséale.

Récemment, on est allés dans une fête foraine, et j'ai été enchanté parce que j'avais l'impression de revivre des émotions et des plaisirs que j'avais déjà vécus, qui me rappellent une période heureuse. Je pense que l'enchantement est lié au plaisir quand même. On ne peut pas être enchanté et en même temps souffrir, ou en rappelant des émotions ou des souvenirs négatifs. Je pense que l'enchantement nous porte vers des émotions positives. Et j'étais enchanté oui, parce que ce que je vivais à ce moment-là, la réalité donc, me rappelait des souvenirs d'un passé auquel j'avais pas été confronté récemment, donc c'était un passé qui ne s'était pas reproduit, et qui était des bons souvenirs, qui a marqué ma mémoire.

Et dans ce cas, comment expliques-tu qu'on puisse être enchanté en visitant un musée, mettons, sur les mérovingiens ?

Oui, tu peux pas avoir de souvenirs, c'est vrai. C'est un peu plus difficile à répondre. On peut être enchanté parce qu'on vit alors une expérience qui nous transporte dans une représentation qui nous fascine. Oui c'est ça, on peut vivre une expérience fascinante. On est confronté à une représentation passée, qu'on n'a pas soi-même vécue, qui nous fait rêver. C'est-à-dire qu'on vit une chose qu'on aurait pu avoir vécu dans un rêve, on vit une expérience, une représentation, avec des éléments qu'on ne peut pas vivre dans une réalité actuelle. On vit dans la représentation d'un monde qu'on s'est imaginé et qui procure du plaisir, qui ne correspond pas forcément... où on idéalise quand même cette représentation. Dans le cas des mérovingiens, ça va être les objets d'art qui sont présentés dans le musée, sont vraiment riches, magnifiques, très jolis, y a notamment des pièces d'orfèvrerie. On imagine toute l'implication artistique de ceux qui les ont faits, et on imagine alors... c'est un temps éloigné, ces gens se sont beaucoup impliqués dans l'art, et il en reste quelque chose qui est reconnu à travers les siècles. C'est peut-être ça qui nous enchante, que derrière cette représentation, y a la reconnaissance d'un peuple qui a vécu il y a très longtemps et qui a compté dans l'histoire européenne et française. Et qui a laissé une

trace artistique. Peut-être que quand on essaie de définir ce qui nous a enchanté, y a tout ça, des choses un peu factuelles, mais qui nous procurent finalement du plaisir parce qu'on peut d'une certaine manière y participer par l'expérience vécue, lorsqu'on visite le musée.

Et justement, sur ton expérience, tu parlais tout-à-l'heure d'émotions, de sensations, d'imagination. Qu'est-ce que tu ressens comme sensations ou comme émotions, quand tu es face à quelque chose qui t'émeut, qui t'enchanté dans un musée ?

C'est du plaisir, c'est une émotion positive. Alors pourquoi est-ce qu'on ressent du plaisir ? C'est quelque fois difficile à préciser...

Oui, mais et ses manifestations physiques ? Je sais pas, tu peux... te perdre en méditation, y a des personnes qui m'ont dit qu'elles avaient les poils des bras qui se hérissaient...

Non c'est possible, je comprends très bien. (Il réfléchit) Par exemple, j'ai été enchanté aussi en visitant le musée Rodin, et l'expo Rodin que j'avais vue quelques mois auparavant, et j'ai eu beaucoup de plaisir, et je peux être ému, avoir quasiment la chair de poule etc., ça peut être proche de ça en effet. C'est de l'émotion, c'est difficile de dire... J'essaie en tout cas de prendre le temps de vivre cette émotion positive. Ça se traduirait par m'isoler face aux œuvres, de ne pas me laisser distraire, de faire durer ce moment-là. C'est plus vivre ce temps-là, et d'être le plus proche possible des œuvres. C'est comme ça que je le dirais. Et c'est vrai qu'en même temps y a le plaisir, donc c'est être en relation forte avec l'œuvre, et comment ça se manifeste ? C'est en faisant durer le moment le plus longtemps possible, voilà comment je le décrirais.

Et du coup – là on parle d'expositions ou de musées indifféremment, tu peux parler de l'un ou de l'autre – en général, qu'est-ce qui t'enchanté le plus ? Est-ce que ce sont les expos ou les permanentes ? Ou est-ce qu'il n'y a pas de règle du tout ?

Ça peut être l'un ou l'autre, en effet. Je pense que l'exposition est toujours un produit d'appel pour un musée, enfin c'est ce qui nous amène à aller dans un musée. Mais le musée Rodin par exemple, y avait pas d'exposition, et c'était la découverte de l'artiste

dans son atelier qui m'intéressait, donc y a pas toujours un lien fort. Y a des lieux qui ne sont que des lieux d'exposition, et dans ce cas-là, oui c'est l'exposition qui m'attirerait – je pense par exemple au Grand Palais ; mais je pense que quelque fois, quand on s'intéresse à un artiste ou à une collection, eh bien certains musées ont de très belles collections. Je pense au Prado, beaucoup de choses m'ont beaucoup plu, et là, à l'avance je me dis pas « ben voilà, y a une thématique particulière ou un artiste particulier que j'ai envie vraiment de rencontrer à travers le musée, et voilà j'y vais. » Je n'ai pas de... c'est équivalent je dirais. Pour moi, une exposition c'est une thématique ou un artiste, et un musée c'est une thématique ou un artiste. L'un ou l'autre, je les mets à égalité.

Et du coup tu disais que quand on allait par exemple au Louvre, on avait une thématique à l'avance. Est-ce que le fait de le savoir à l'avance, de pouvoir le travailler à l'avance, de pouvoir se l'imaginer à l'avance, accroît ton enchantement, ou pas ?

Euh... peut-être, évidemment ça dépend des cas, et on peut être surpris en s'aventurant dans un musée. Notamment au Prado par exemple. Là j'avais pas préparé la découverte, et j'ai été enchanté par les œuvres de Goya de sa période sombre. C'est quelque chose que je ne connaissais pas et qui m'ont agréablement surpris. Et j'ai passé du temps à les regarder, et à avoir le plaisir de les regarder longtemps. Elles m'ont beaucoup frappé. Mais quelque fois oui, je pars d'une démarche de me documenter un peu à l'avance, et ça alimente déjà mon imaginaire. Je frémis d'avance d'être face à l'œuvre elle-même et d'être avec cette œuvre, moi et cette œuvre, de passer un temps avec elle.

Tu parles beaucoup de toi et l'œuvre, d'être seul face à l'œuvre etc., pourtant tu prends des médiations, tu prends des audio guides.

Oui, c'est vrai. Mais l'audio guide, c'est plus pour la première mission de tout à l'heure, d'en apprendre, de ressortir de là en ayant une connaissance. L'audio guide n'est pas là pour ne pas me laisser distraire, lui il a tendance à me distraire en effet. Je me surprends souvent dans un musée, en ayant mon audio guide, à faire deux visites en une. J'écoute mon audio guide ou je regarde la documentation qui est mise à côté de l'œuvre pour en apprendre quelque chose, je fais un premier tour et puis après, je

coupe l'audio guide, je laisse passer un peu de temps et je refais un second passage justement. Et des fois c'est l'inverse, je fais un premier passage sans rien écouter, ni lire, je me laisse vraiment imprégner puis je fais un second passage. C'est vrai que l'audio guide, lui, m'aide à voir ce qu'il y a derrière les coulisses d'une œuvre. Ça m'intéresse aussi, c'est comme quand on regarde un DVD et qu'on regarde les bonus, ou qu'on se documente par après, pour voir ce que d'autres en ont pensé en fait. Mais l'audio guide seul ne serait pas suffisant, au contraire il faut l'éteindre un moment et se laisser fasciner, se laisser se confronter à l'œuvre.

Et dans ce cas, quel est le rôle du guide dans ton enchantement ?

L'audio guide pour moi, c'est pour donner quelques clés sur le contexte, pour remplir une mission de connaissance. Ce n'est pas une mission d'enchantement, je pense. Y aurait peut-être d'autres médiations plus proches de l'enchantement, mais alors ça doit être moins encyclopédique. Dans ce que j'ai vécu en tout cas ; peut-être qu'il y a d'autres audio guides qui font ça différemment, sous forme de conte, où on nous emmène quelque part mais ça doit être moins encyclopédique. J'avais visité en Ecosse un château, et là on avait des hologrammes ou des projections où on en apprenait sur les œuvres, mais c'était moins encyclopédique. Déjà la scénographie était différente, c'était pas un audio guide, et on était transporté dans le contexte de l'époque médiévale. Y avait des personnages qui avaient vécu dans ce lieu, ou qui étaient passés par ce lieu, en tout cas qui avaient une relation avec le lieu qui apparaissaient au fur et à mesure qu'on évoluait dans le parcours et qui nous parlaient d'eux et du lieu aussi. Et ça, c'était différent, et ça pouvait contribuer à nous enchanter.

Tu as été enchanté par cette visite ?

J'avais été... oui, pas toute la visite mais oui, j'avais été enchanté, tout-à-fait. En Ecosse toujours, j'avais vu un autre site, qui était un site de bataille très connu entre les anglais et les anciens écossais, si on peut les appeler comme ça, et évidemment y avait des choses très encyclopédiques dans la présentation du lieu. Voilà, on en apprenait sur les différentes armées etc., les armes, les techniques de bataille, et puis tout-à-coup on nous emmenait dans un autre endroit, qui était comme un couloir où

il y avait des ombres. Il y avait des jeux de lumière et des voix, les voix des soldats qui approchaient du champ de bataille comme si on vivait les dernières heures, avec eux, avant la bataille. Et je trouvais que là c'était... j'ai été enchanté, parce qu'on était avec eux, on sentait la peur qu'ils avaient, leurs doutes, ça m'avait bien plu. Et puis on sortait de là, de ce couloir-là, et on débouchait sur le champ de bataille lui-même, et là on avait un autre parcours. C'était assez libre, y avait plusieurs possibilités de parcours, justement avec un audio guide, là, on allait dans ce champ de bataille – qui était assez grand – c'étaient des petites balades. Et au fur et à mesure qu'on allait ici ou là, les audio guides se « réveillaient » en quelque sorte et là on entendait encore les voix des soldats qui nous indiquaient « voilà, nous sommes morts ici », ou « c'est là que nous avons subi le feu de nos ennemis » etc. Ou au contraire on passait dans l'autre camp : « c'est là qu'on s'est fait agresser, et on a répondu de cette manière »... etc. On était transporté là où les faits s'étaient déroulés, c'est pas encyclopédique, on vivait des émotions.

C'est pas un monde de fées dans ton exemple, c'est un monde de mort, de guerre... et pourtant on a envie de vivre cette expérience. Donc l'enchantement n'est pas forcément, pour toi, un monde mignard ?

Non, c'est pas tout sucré. C'est pour ça que je disais qu'il y a une part de fantaisie mais ça repose sur des faits réels. Probablement qu'ils ont retrouvé des récits de soldats, qu'ils ont reconstitué des choses avec tout ce qu'ils ont pu retrouver. Donc c'est sans doute très proche des faits, et puis avec ces faits, ils ont imaginé des conversations qu'auraient eu ces soldats. En tout cas ils ont essayé d'être le plus proche de la réalité, et ils ont jugé intéressant de rendre compte de ces petits faits d'histoire au sein d'un événement plus important. C'est une autre manière d'aborder un événement historique, et je pense, plus proche de l'homme en fait.

Et donc tu irais jusqu'à dire qu'il peut y avoir un enchantement « du mal » ? Est-ce qu'on peut se faire se chanter que par des choses positives ? est-ce qu'au contraire, la sorcellerie pourrait être enchanteresse aussi ?

Je pense que oui, je dirais pas « enchanté », on est un peu entre les deux. Si on allait dans une chambre de torture dans un château fort, si on joue à se faire peur, peut-

être ; si les faits sont plus proches de nous... tu sais y a eu des événements très sombres en France dans un passé proche, eh ben c'est tellement proche que je pense pas qu'on pourrait être enchanté. A Budapest, on a vu le musée de la Terreur, et ils ont fait des efforts dans la scénographie pour nous rendre ce qu'on vécu ces peuples soumis à ces déportations, exécutions, tortures, enfermements, et ils n'ont pas hésité à nous faire ressentir des émotions négatives. On est parfois dans des cellules de prison, ou des salles où les gens ont été interrogés. Ils ont essayé d'être factuels, en nous représentant les lieux où les faits se sont déroulés ; et ils ont essayé de nous les faire vivre en faisant un effort sur l'ambiance. Et s'ils avaient été un petit peu loin, je pense qu'il faut pas se l'interdire, oui on peut être enchanté par ça. Quand on visite ce genre de musées, où l'objet du musée est négatif, faut savoir à quoi s'attendre. On a envie d'essayer de comprendre... faut pas se l'interdire, on pourrait être enchanté en effet. L'histoire est faite autant de choses positives que négatives. On voit bien, la scène de bataille en Ecosse, les écossais ont été battus et cette bataille a sonné le glas de leurs espoirs d'être un peuple à part entière, autonome, et ils ont été définitivement soumis à l'Angleterre, donc c'est pour les écossais sans doute une expérience très négative et je crois que tout ce qui a été fait dans le musée pour expliquer, leur permet d'essayer de comprendre. Ils sont honnêtes en tout cas avec l'Histoire.

Et pour parler de ces expositions, musées, qui t'ont plu, pourrais-tu choisir cinq mots pour les définir ? À ton avis, quels mots définissent le mieux une expérience muséale enchantée ?

Ah, euh... (il hésite) fascination, plaisir, émotion - trois c'est déjà pas mal... - je dirais être transporté, y a une notion de transport et puis revivre encore les choses. C'est ça.

Est-ce qu'un musée ou une exposition qui utiliserait le levier de l'enchantement, que ce soit de manière explicite (« c'est de l'enchantement ») ou de manière implicite en jouant plus ou moins subtilement sur l'enchantement, est-ce que ça t'attire ? Ou préfères-tu qu'il ne le dise pas ? Est-ce que l'enchantement c'est bankable dans la communication pour toi ?

Ah, bonne question. Poser la question permet de prendre conscience des choses, peut-être en effet que c'est attirant, mais il faut aussi se laisser enchanter, se laisser surprendre. C'est vrai qu'en visitant le musée de la bataille d'Ecosse, c'était pas dit à l'avance, mais en sortant de là on a été enchantés, on a été surpris. Peut-être que le cinquième mot que je cherchais c'est la surprise en fait. On est doublement enchanté quand on a été surpris. Si c'est à l'avance, on se prépare un petit peu, on peut pas s'empêcher de challenger ce qui voudrait nous emmener, nous transporter... Va-t-on se laisser transporter ? C'est comme une fête foraine, on sait qu'on va être séduit, probablement, mais c'est à la fête foraine de nous emmener. Pourquoi se le dire à l'avance ? C'est un peu le travail des gens qui sont en charge du musée, d'emmener les visiteurs sans pour autant le leur signifier trop longtemps à l'avance. C'est une question de communication ici, donc oui, y a des moyens subtils de le faire, y a en ce moment une exposition au jardin des plantes, y a des animaux qui sont éclairés, probablement pendant la nuit, donc on sent bien qu'ils ont envie d'enchanter leur public. Et puis ils le disent, et puis pourquoi pas, mais je pense que c'est un équilibre en fait, je crois qu'il faut un peu se faire connaître au visiteur, mais il ne faut pas trop en dire, il faut que le visiteur soit quand même surpris. Faut pas tout révéler. Ça doit se révéler pendant la visite, y a beaucoup de choses qui doivent se révéler pendant la visite.

Je vais énoncer deux affirmations. Tu vas me dire si tu es d'accord ou pas. La première, c'est : l'enchantement comprend une part de mystère.

Oui, tout-à-fait.

La deuxième : tu as parlé de se laisser enchanter. Ça veut dire que l'enchantement comprend du lâcher-prise mais qu'on peut pas le forcer.

Euh...

Ou alors est-ce qu'on peut prendre quelqu'un par la main et le tirer ?

Oui, y a une part de lâcher-prise. Le visiteur aime se laisser emmener, et le musée va l'emmener dans le monde qu'il est censé dévoiler.

Par contre, ce serait plutôt contraire à l'enchantement de forcer, manipuler, faut que ce soit consenti.

Oui, quand on prend Disneyland par exemple, ou les parcs Disney en général, là le public est vraiment pris par la main, et on le pousse, on le force à entrer dans ce monde imaginaire des films de Disney.

Tu appellerais ça de l'enchantement ?

Ces personnes vont vivre une expérience comme ça, oui, mais ça se joue aussi dans leur imaginaire. Ils vont se rappeler des émotions qu'ils ont eues en voyant ces dessins animés, mais tout est attendu. Là, ça se cadre sur les productions de Disney. Mais je pense que pour que ce soit mieux, il faut un équilibre et le dévoilement doit se faire au cours de la visite. Les gens doivent savoir, et ça doit les intéresser évidemment, mais faut pas leur dire trop à l'avance. Faut qu'ils puissent être emmenés quelque part.

Passage aux extraits vidéos et aux photos.

L'atelier des Lumières, du point de vue d'un visiteur.

Quand tu vois ça, qu'est-ce que tu ressens, qu'est-ce que tu en penses ?

Ah ben pour moi c'est magnifique, indépendamment des œuvres de l'artiste qui sont touchantes, je pense que la mise en valeur, d'après ce que je vois ici, c'est très réussi. On est immergé dans l'œuvre, un énorme effort est fait pour immerger le spectateur – parce que c'est visuel ici, c'est très visuel – dans le monde de cet artiste. On a l'impression de baigner dans le monde de Klimt, on le voit – tel que c'est représenté ici. Evidemment c'est très bien filmé. C'est dans ses œuvres qu'on est immergé. On n'est pas immergé, j'ai l'impression, dans la conception de ces œuvres. C'est très visuel.

Justement, est-ce que le côté informatif ne te manque pas ? Parce qu'il faut savoir qu'il n'y a quasiment rien.

Là ça ne dérange pas, parce que le but ici c'est de donner la place totale à l'œuvre, et justement, celui qui a envie de se documenter sur les choix artistiques, il le fera en dehors. Il le fera dans une autre expo. Non, d'après ce que je vois, c'est

magnifiquement... la technique est incroyable. Ça permet vraiment au spectateur de baigner dans les œuvres, et ça ne me dérange pas, au contraire. Il faut parfois savoir faire ça en deux moments : un moment où on se laisse toucher par les œuvres, et un autre où on apprend, pas forcément faire ça en même temps. Et ici le premier moment est réussi.

Et tu dirais que c'est enchanteur ?

Ah oui, tout-à-fait.

Deuxième exemple : les services aux oiseaux Buffon.

Quand tu vois ça, qu'est-ce que t'en penses, qu'est-ce que tu ressens ?

Moins, je ressens moins de choses. Ça ne m'aurait pas tellement enchanté. J'aurais fait autre chose. Dans le musée de Camondo, ce qui m'aurait enchanté, c'est pas tellement de faire chanter des oiseaux sur des vaisselles, c'est un détail. Ce qui m'aurait enchanté c'est une scénographie qui mette en valeur le 18^{ème} siècle, parce que c'est un collectionneur des objets d'art du 18^{ème} siècle, et donc une scénographie qui m'y transporte m'aurait enchanté. Pas faire chanter des oiseaux. Si je vais au musée de Camondo, ce que je cherche c'est d'essayer d'être transporté dans cette époque, de vivre... parce que finalement c'est ce qu'on fait salle après salle, et j'aurais voulu avoir encore plus cette impression.

C'est anecdotique pour toi ?

Oui, pour moi c'est anecdotique. C'est ça.

Tu trouves pas qu'animer la matière, en soi, c'est une idée intéressante ?

Si si, ah si, mais ce serait alors au musée de la chasse, oui, totalement. C'est parce que ce musée de Camondo est tellement spécial sur les objets d'art du 18^{ème} siècle, c'est ça que j'aurais voulu, ou alors être transporté à l'époque de Camondo lui-même, où il recevait tous ses invités dans son hôtel de maître.

Qu'est-ce qui manque ? Parce que tout de même, y a des meubles, visiblement ils n'ont pas changé l'agencement... C'est donc révélateur de la manière dont ils vivaient à l'époque, d'ailleurs l'audio guide insiste dessus.

Justement, la visite du musée permet de prendre conscience de cette famille, de tout son vécu et puis de tous ses efforts pour collectionner ces objets. On a envie de comprendre encore plus ce qui a été à l'origine de cette démarche-là. On a envie de se mettre à leur place. Et donc pour ça, j'aurais été enchanté s'il y avait eu un moyen d'être transporté dans cette famille, il aurait fallu représenter encore plus cette famille. Ils étaient un peu absents. Bon y avait pas mal de cartons où on nous parlait plus, mais si une forme de présence avait été développée, ça m'aurait beaucoup plu. Je pense qu'ils sont modestes, ils n'ont pas conscience qu'ils pourraient en faire plus. Ils veulent conserver le musée sans le bousculer. Pourtant j'ai vu des commentaires sur le net, y a des gens qui se disent enchantés. Mais je pense que ça pourrait être plus dynamique encore.

Le musée de Cluny

Tout d'abord, il y a une question que j'ai oublié de te poser : quelle est, pour toi, l'importance du numérique dans ton enchantement ?

C'est un support incontournable pour moi, ça offre beaucoup beaucoup de possibilités, surtout grâce à l'amélioration du graphisme. Qui dit numérique, dit visuel, or le visuel est important. Ça permet de créer des reproductions virtuelles de plus en plus réalistes, et je pense que c'est un incontournable. Ça peut contribuer beaucoup à donner des expériences qui nous enchantent. Mais pas que ! On peut aussi faire appel à des conteurs, faire appel à des figurants.

Ou même faire appel à des objets singuliers ? Là par exemple (je montre les trésors de Cluny)

Oui, tout-à-fait. Il ne faut s'interdire aucun type de support, le numérique en fait partie, et je pense aussi bien les supports audio, que les écrans, que les personnes physiques.. toute cette palette contribue à donner de l'enchantement.

Et alors, que penses-tu des tables géantes numériques, ou autres dispositifs ? Par exemple au musée des Beaux-Arts à Lille, ça s'appelle Mégapixels...

J'ai vécu ça aussi récemment, à Bruxelles, dans le grand musée, oh... le musée des Beaux-Arts de Bruxelles. Y a dans ce musée quelques Brueghel, et il y a des espaces, où on peut s'asseoir. Et là sont projetés sur de grands murs des détails des toiles, et là on a en revanche, on a des voix qui nous attirent. Enfin c'est un peu encyclopédique, et ça met en lumière certains détails de l'œuvre. J'aime bien, ça enrichit encore l'expérience.

Donc tu serais aussi sensible à la présence simple de l'objet ? J'ai choisi comme exemple ces objets du moyen-âge parce que je trouve qu'ils ont une forte présence, mais donc tu serais aussi sensible à ça ? à des objets dans une mise en scène minimale. Et tu penses que ça peut suffire à subjuguier, à enchanter, ces objets magnifiques ?

Oui, mais je trouve que dans l'enchantement, il y a un effort qui doit être fait pour mettre en valeur l'objet. Récemment, dans la partie des collections permanentes du musée de la monnaie, j'ai été enchanté, vraiment enchanté. C'étaient des trésors issus des collections du musée, des pièces d'or issues de découvertes, ou alors de découvertes d'anciennes pièces dans un grenier, suite à une affaire judiciaire si je me souviens bien. Voilà, y avait plusieurs exemples. C'était tout simple, c'était une exposition de ces pièces, toutes n'étaient pas là, mais ils les avaient mises d'une certaine manière et il y avait un audio, une bande son qui passait, depuis le plafond, avec des conteurs qui nous racontaient l'histoire comme si ça avait été un fait divers. Et voilà, on était avec eux, comme si on était des détectives qui avaient découvert avec eux, des journalistes de l'époque, qui avaient découvert ces pièces au moment où elles avaient été révélées au public. Et la manière dont ça avait été présenté suffisait à m'enchanter. Donc oui, y avait peu de moyens, quelques objets, mais ils avaient réussi cette expérience.

Donc tu parles d'expérience ?

Oui, c'est vrai. C'est parce que... Encore un autre mot que j'aurais pu dire tout-à-l'heure, c'est participation. L'enchantement, c'est un compromis entre se laisser

prendre par la main et participer. Ce n'est pas du Las Vegas où tout est déjà fait à l'avance ; comme l'imaginaire vient du participant, ben il faut que son imaginaire rencontre ce que le musée a à proposer et l'imaginaire du monde tel que le musée le conçoit. Il faut être surpris, c'est important, mais je pense que le musée doit permettre aux participants de participer. Il faut vraiment maximiser le plaisir qu'on a d'être enchanté.

Trailer du musée de la chasse et de la nature

Quand tu vois ça, qu'est-ce que tu ressens, qu'est-ce que tu penses ?

D'abord je pense que le clip est bien fait. Ce que je ressens, c'est on se doute, c'est pas explicite que c'est le musée de la chasse, mais au fur et à mesure du clip on sent que ça traite de ce sujet. Je pense qu'on a l'impression qu'il y a beaucoup de mise en scène dans le musée. Des trophées de chasse sont bien mis en scène, qu'on veut créer une ambiance. Que ce lieu, que le visiteur qui va visiter ce lieu, va vraiment baigner dans plusieurs ambiances liées à la chasse, qu'on tente de présenter et même de styliser. Les trophées de chasse sont présentés comme des œuvres d'art, et disposés d'une certaine manière pour, c'est difficile un peu d'expliquer. Evidemment, les trophées de chasse c'est un peu dérangent, il y a la notion de la mort d'animaux, donc là j'ai l'impression qu'on veut l'enlever, faire disparaître le côté négatif de l'objet pour le présenter comme une œuvre d'art. Bon, quand je vois ça, je suis un peu mal à l'aise.

Donc ce que tu ressens, c'est d'être plutôt mal à l'aise ?

D'être mal à l'aise oui, parce que tu as l'impression que le côté négatif peut être complètement évacué, qu'on peut styliser le trophée de chasse, sublimer même. Alors que la chasse, c'est la peur, l'attente, la souffrance, la mort, le bruit, tout ça, et ça c'est absent du musée. La chasse est magnifiée et c'est ça qui me dérange quand je vois ça.

Tu dirais pas que c'est enchanteur alors ?

Je dirais que pour moi, c'est pas enchanteur. A cause de ce qu'il y a derrière. Quand j'ai cité l'exemple du champ de bataille, y avait pas cette magnification, c'était pas... y

avait aucun effort de stylisation. C'était sur des événements dramatiques, au contraire, ils ont fait une scénographie qui respectait les faits et qui respectait la mort. Tandis qu'ici, on a l'impression que c'est positif, que ça met en valeur la chasse...

Le musée est tout-à-fait comme ça, sublimé, précieux.

Donc moi je vais pas le vivre comme une expérience d'enchantement.

Tu irais le voir ?

Je serais mal à l'aise. Je trouve que là, y a quelque chose que j'avais cité en début d'interview et qui ne s'y retrouve pas « il faut quand même respecter les faits ». Et là, on s'en éloigne, on entre dans la fantaisie – trop pour moi. Le curseur se déplace trop du côté de la fantaisie. Je serais pas enchanté dans ce cas-là.

ANALYSE CRITIQUE DE L'INTERVIEW DE FRÉDÉRIC

Frédéric a une formation scientifique, mais a désormais une intense pratique culturelle (entre autres de musées et d'expositions), qu'il a tendance à beaucoup rattacher à l'expérimentation de l'imaginaire. Pour autant, il fait la synthèse entre une approche d'apprentissage et cette approche expérientielle-émotionnelle.

Le thème de la rencontre de l'œuvre et du temps qui s'y déploie est central dans son discours. De plus, il tient à un ancrage dans le réel, à une factualité des expositions et au respect des faits.

Il a tendance à reconnaître aux audio guides une fonction instructive certes nécessaire mais aussi limitante, notamment en regard de l'enchantement qu'il situe plutôt du côté de l'expérience imaginaire. L'idéal pour lui est d'articuler les deux.

Il apparaît donc comme une personne qui a beaucoup de culture des musées et expositions, et avec beaucoup d'ouverture sur les différents aspects de l'expérience muséale. Bien qu'ayant des préférences artistiques, il va visiter des collections très différentes. Sa curiosité lui a permis de vivre les expériences muséales de manière différenciée et d'avoir une position très réflexive sur sa pratique culturelle.

G. ERIK

Premier entretien avec un habitué des musées et expositions, Erik Le Bras.

Pour ce visiteur averti, qui voit une soixantaine d'expositions par an, la recherche porte sur la beauté et le « côté intellectuel ». Sa visite suit l'ordre d'une collection, car pour lui c'est construit et il y a un risque de manquer le sens sinon. C'est un public qui désire apprendre, qui a peur de rater quelque chose. Il a donc une vision didactique et assez « descendante » du musée. C'est ainsi qu'il aime suivre un ordre chronologique dans ses visites de musée, ce qui lui permet de voir les influences et de faire des parallèles. Pour cette raison les mélanges lui semblent malheureux, notamment l'approche thématique, qui est selon lui sacrilège dans un musée (contrairement aux expos où cela ne le gêne pas). Dans le même ordre d'idées, il tient aux rappels chronologiques au début d'une expo pour entrer dans la vie de l'artiste. Les textes sont importants pour son enchantement, mais il reproche à certains cartels de tourner à la « logorrhée ». Au contraire, un texte facile d'accès et intelligent participe à son enchantement. En effet, exposer de belles œuvres sans rien autour, ou avec des cartels laconiques, lui semble de nature à gâcher l'expérience : il y a un besoin intellectuel pour se laisser enchanter, car s'il y a une puissance émotionnelle de l'œuvre, ça touche vite ses limites. C'est donc un public fortement demandeur de contenu intellectuel, dont il fait une condition pour se laisser enchanter. Néanmoins, la primauté pour créer de l'enchantement va cependant à des œuvres qui portent l'expo : il faut quelques chefs-d'œuvres.

Deuxième entretien, huit mois plus tard.

La première question, c'est « qu'attends-tu d'un musée ? »...

Bonne question. Euh, culture, déjà... ça c'est important. De voir du beau. De voir des œuvres, même des œuvres majeures, si je peux en voir une ou deux, c'est déjà pas mal. Et une scénographie qui met en valeur toutes ces œuvres.

Est-ce que tu dirais que tu attends d'un musée d'apprendre, alors ?

Oui. J'aime découvrir dans un musée, que ce soit... je découvre beaucoup dans les expositions, surtout, mais ça me permet après, d'aller voir souvent les cartels, et voir les provenances, et ça me donne envie d'aller voir les musées, du coup.

Et tu disais aussi découvrir les œuvres majeures, peut-on dire que tu laisses guider par les recommandations, que tu es sensible à l'aspect reconnu d'une œuvre ?

Oui. C'est vrai. Y a forcément des trucs que je ne connais pas, des domaines que je ne connais pas, et quand on me dit « c'est une œuvre majeure », je vais le croire. D'ailleurs on le voit souvent, c'est d'un point de vue esthétique, technique, euh ça sort du lot commun des œuvres. Oui, c'est important de connaître les œuvres majeures dans un domaine précis. Euh, de les voir en vrai, plus que les voir sur des photos. J'ai même plaisir à en revoir certaines.

Donc tu dirais aussi que la rencontre avec l'œuvre est importante ?

Oui, elle est fondamentale. Dans le sens où elle apporte un bien-être, y a une satisfaction de voir l'œuvre, y a... on se sent bien. Souvent les œuvres sont esthétiques, donc y a quelque chose de plaisant à voir quelque chose d'esthétique, et puis y a le côté intellectuel. C'est une satisfaction personnelle, voir des œuvres rares aussi. C'est plaisant pour les yeux, c'est apaisant ; ça peut être émotionnellement riche, parfois violent. Ça provoque des choses, ça laisse pas indifférent, mais souvent ce que moi je ressens c'est que ça me fait du bien, ça m'apaise. C'est comme une séance chez le psy.

Et est-ce que tu dirais que ça t'enchant ?

Oui, ça m'enchant. Très souvent, c'est enchanteur. Mais il faut que les œuvres soient bien présentées, c'est là que la scénographie est importante. Parce qu'il y a des musées où c'est vieillot, c'est démodé. Par exemple, le musée d'archéologie de Saint-Germain-en-Laye, euh, c'est dépassé. Et du coup, parfois, ça n'aide pas à s'intéresser aux œuvres. On peut passer à côté de certaines œuvres parce que la scénographie est ratée, ou démodée, ou épouvantable.

Qu'est-ce que tu appelles une scénographie démodée ?

C'est dans la présentation. On voit bien qu'il y a des présentations qui évoluent, heu ben le musée de Saint-Germain-en-Laye, on voit bien que ça date des années 70. On sent qu'aujourd'hui, on ne présente plus parfois les objets de la même façon. Les cartels sont écrits encore à la machine dans certains musées. Là je suis allé au musée d'Autun, heuh, le musée des beaux-arts d'Autun, on voyait bien que c'était complètement démodé. Les cartels étaient anciens, tapés à la machine...

Et ça, ça casse l'enchantement ?

Ça casse l'enchantement, oui.

Mais alors, il faut un minimum de moyens pour être enchanté.

Il faut un minimum de moyens. Et d'ailleurs c'est pour ça que les musées, souvent, se rénovent : parce qu'ils ont compris qu'il fallait séduire le public et que quand c'est vieillot, dépassé, ben le public il se détourne du musée. Pourtant même si les œuvres sont belles, si elles sont intéressantes, si elles sont importantes, ben le public, comme c'est démodé, c'est défraîchi, c'est plus dans le goût du jour,...

Peut-être qu'il faut rencontrer le goût du public.

Heu, il faut lui donner envie. Et c'est pas en disant telle ou telle œuvre est importante, il faut que l'ambiance y soit. Une ambiance qui soit plaisante : les couleurs des murs, faut que ce soit propre, donne un impression que c'est contemporain. Y a des musées, moi j'en ai vu à Tours, là les peintures sont écaillées, ça aussi ça aide pas. Ou le parcours, souvent dans les musées anciens, on sent que le parcours n'est plus adapté : on monte des escaliers, on en descend, on se perd, c'est pas très clair.

Et un musée qui serait parfaitement lisse, ce serait un musée numérique par exemple.

Qu'est-ce que tu en penses du musée numérique ?

Faut voir les œuvres en vrai. Y a Google image pour le numérique, et une œuvre, vue derrière son ordinateur, bon c'est sympa pour la voir comme ça quand on est loin, qu'on peut pas aller au musée, ou pour les recherches – pour les recherches c'est intéressant – mais je trouve que pour l'émotion, pour l'enchantement, ben non, y a pas d'enchantement derrière son ordinateur, il est quand on a l'œuvre face à soi.

Et derrière l'enchantement, tu comprends quoi, si tu devais le définir ?

Le plaisir, avant tout le plaisir. Intellectuel, visuel, oui c'est ça. C'est quelque chose qui est difficilement définissable, c'est intellectuel, visuel...

Tu dirais que c'est plus intellectuel ou plus sensoriel ?

C'est les deux. Y a des choses qui... parce que l'intellectuel, tu peux l'expliquer ; le sensoriel c'est purement subjectif, c'est tu aimes... Moi je suis comme ça, c'est j'aime l'œuvre ou je l'aime pas, ou elle me laisse indifférent... Quand je l'aime, j'aime m'attarder sur l'œuvre, voir les détails, les détails techniques, regarder la composition... Quand je l'aime pas, il m'arrive d'avoir des envies de destruction de l'œuvre, parce que je la supporte pas. Ça c'est mon côté très excessif, mais en même temps, je trouve qu'une œuvre qui provoque en moi du rejet, je trouve ça très intéressant. Je préfère ça à une œuvre qui me laisse indifférent.

Et tu dirais qu'il y aurait un enchantement possible de quelque chose qui serait négatif, ou que l'enchantement, c'est forcément un monde attirant... ?

L'enchantement négatif...

Quelque chose qui déplaît ou quelque chose qui fait peur, peut-il enchanter, ou faut-il que ce soit forcément quelque chose d'idyllique ?

Euh,... dans le domaine des arts africains – que je connais bien – y a un esthétisme très particulier, qui n'est pas celui de l'art occidental, où la notion de beau et de laid est au service de la religion, d'un message, d'une symbolique, et y a des choses qui peuvent paraître effrayantes. Y a des constructions, dans l'art africain, qui peuvent paraître effrayantes, laides, moches, et qui ont une force... donc l'enchantement, est-ce qu'il faut que des choses belles, qui soient plaisantes ? Non.

Peut-être même que la catégorie du beau ne s'applique pas, sauf à penser un enchantement très mercantile ?

Oui, euh... mais dans l'enchantement du marché de l'art, les objets qui atteignent des prix très élevés, qui dépassent le million, sont tout de même des œuvres importantes.

C'est pas une œuvre secondaire... y a la question de rareté, y a la question d'esthétique d'ailleurs, est-ce que tout le monde veut ces œuvres-là ? Mais c'est jamais une œuvre qui laisse indifférent, qui va atteindre un million d'euros par exemple. Par exemple, qu'est-ce qui marche bien ? Le fameux tableau de Leonard de Vinci, c'est déjà un artiste que tout le monde connaît – normalement - après c'est pas ce qu'il y a de mieux chez Leonard de Vinci, mais c'est une œuvre rare, ce qui peut expliquer son prix. Y a un peu un enchantement, un peu particulier tout de même, dans le prix.

C'est pas du contentement de pouvoir se le payer ?

Oui alors y a le contentement de pouvoir se le payer, mais moi j'ai vu des œuvres dépasser le million dans les domaines art africain, art précolombien, art océanien, je peux pas me les payer, mais y a une certaine satisfaction à voir ces œuvres atteindre des prix importants. Surtout quand ce sont des objets importants, historiquement, esthétiquement... C'est difficile à expliquer en fait. L'enchantement c'est quelque chose de difficile à expliquer, c'est un peu mystérieux. Y a la partie intellectuelle, certes, mais y a la partie subjective, émotionnelle.

Mais du coup, les mêmes objets devraient enchanter tout le monde selon l'universalité du goût de Kant, ou au contraire c'est quelque chose de très très subjectif ?

Très très subjectif, très personnel aussi. J'aime l'art précolombien, j'aime l'art africain, y a des gens qui détestent l'un et l'autre.

Mais est-ce qu'on peut pas trouver des œuvres rassembleuses ?

Je suis pas sûr qu'on puisse rassembler tout le monde avec des œuvres de toutes cultures confondues. L'art occidental domine, d'ailleurs souvent on voit des ouvrages sur l'art où tous les autres arts sont mis de côté, parce que les auteurs ont estimé que c'était pas si important que ça. Et peut-être que le goût, aussi, des visiteurs des musées, est formaté par le goût des critiques et des historiens de l'art.

Ils ont un rôle de prescripteurs ?

Oui.

Est-ce que tu pourrais me décrire ta dernière expérience d'enchantement alors, mais pas forcément muséale ? Ça peut être autre chose.

Euh, j'ai vu récemment l'exposition le cubisme au centre Pompidou. Je voulais absolument aller la voir, parce que déjà d'un point de vue intellectuel, je sais que l'art africain a influencé le cubisme, donc je voulais voir, retrouver dans les œuvres ces influences. Et puis je connaissais mal, donc je voulais en savoir plus. J'y suis allé, et ça a été un véritable enchantement, intellectuel parce que j'y ai appris énormément, c'était très réussi, et aussi l'enchantement des œuvres. Là y avait vraiment des œuvres de très grande qualité, y avait des tableaux, mais aussi une très grande diversité des œuvres. C'était une très grande exposition, je dirais même que c'était l'enchantement limite jusqu'à l'overdose, tellement y en avait trop. Ça y a aussi une chose, c'est que quand c'est trop grand, parfois on n'en peut plus, même si c'est sublime. Il faut, y a une limite à l'enchantement aussi. Donc là j'ai beaucoup aimé l'exposition, mais elle était trop grande et ils auraient pu supprimer deux ou trois salles, moins d'œuvres...

Et si tu devais caractériser ton sentiment d'enchantement, mais sans le côté intellectuel, pourrais-tu donner cinq mots qui expriment ce que tu ressens comme émotions, sentiments, quand tu es enchanté ?

Alors y a des tableaux, soit de personnes soit de paysages, alors on a envie soit de connaître la personne, ou envie d'être dans ce paysage. Et ça, je pense que c'est une partie de l'enchantement. C'est de vivre, être dans l'œuvre en fait. Et je me dis, quand je vois des paysages, là ça donne vraiment envie d'y être, on se dit que c'est beau, on a envie d'y être, de le vivre, d'être dans le paysage. Et puis on se demande si dans la réalité c'est aussi beau que ça. Donc autant ne pas aller voir la réalité, rester dans le mythe de l'œuvre. J'ai souvent vu des personnages, des portraits, où je me suis dit « oh celui-là ou celle-là a l'air sympa, j'aurais envie de le connaître ». Ça se trouve il l'était pas. Et ça ça fait partie de l'enchantement.

Donc l'enchantement a une partie menteuse ?

Oui, c'est mythologique, tout-à-fait. Elle mythifie ce qui est montré.

Mais ça mythifie pas forcément de manière sucrée, ça mythifie mais pas forcément d'un côté mignard.

Ça sublime. Ça se trouve, pour les portraits, les personnages dans la vraie vie étaient totalement odieux, mais là, vu que le portrait est avenant, vu que le personnage est représenté de manière avenante, on aurait envie de lui parler et d'être ami avec lui.

Peut-être alors que l'enchantement ça donne envie d'aller vers. Tout en ayant conscience que c'est un mythe et que ça tient plus du mythe que de la réalité.

Mais ce n'est pas pour autant que je vais aller me renseigner sur la vie du personnage ou aller voir une photo du paysage.

Y a une forme d'adhésion mais en même temps on a envie de rester dans son désir, dans son imagination.

Tout-à-fait.

Mais alors, est-ce qu'un musée qui utiliserait l'enchantement comme un ressort de communication – que ce soit explicitement, en se disant musée enchanté, ou implicitement, via des images etc. - est-ce que tu trouverais ça convaincant ou qu'est-ce que tu en penserais ?

Heu, faudrait que derrière son enchantement soit convaincant. C'est-à-dire qu'il faudrait que le choix des œuvres... tu peux pas faire de l'enchantement avec un artiste très secondaire. Y a des tableaux qui sont ratés. Ils sont dans des musées, est-ce que ça valait vraiment le coup de les exposer ? Peut-être parce que mon goût est devenu très exigeant avec le temps ! Non, y a des œuvres, je me dis « non, ça ne m'intéresse pas », et est-ce qu'on pourrait m'enchanter avec ce type d'œuvre ?

Ce type de discours, le discours du musée.

Il faudrait savoir quel serait ce discours.

Par exemple, il te propose « une expérience enchanteresse ».

Mais j'ai l'impression que c'est ce qu'on essaie de nous faire. Moi ça m'attire pas, quand on me dit « expérience enchantresse », je m'en fous un peu en fait. Moi, mon expérience elle est purement subjective, c'est quand je suis face à l'œuvre, c'est quand je le vis, dans le bon sens ou dans le mauvais sens. Moi, si on me dit « venez vivre une expérience sensorielle avec telles ou telles œuvre », c'est pas un argument, ni dans un sens ni dans l'autre. Je dirais même que ça pourrait même me faire fuir. Parce que ça manquerait de quelque chose de.... Je dirais que c'est mercantile et que c'est pas du... il me faudrait aussi un aspect intellectuel. Je préfère par exemple un musée qui réouvre après des travaux, ça oui, ça m'intéresse, parce que je me dis « ils ont fait des efforts », c'est la scénographie, donc y a de quoi... qu'est-ce qu'il y a dans les musées récents qui ont pu ouvrir, qui sont... le musée de Cluny, oui, mais pas encore fini. Je n'ai pas encore été le voir, je ne sais pas ce qu'il en est.

Moi j'y retourne bientôt.

Y une exposition sur la sculpture gothique, donc j'aimerais bien aller le voir. Ceci étant dit, l'entrée du musée donne envie. Ils ont fait un effort...

Si un musée voulait t'enchanter, alors, que pourrait-il améliorer. On a vu que c'était pas la com, en tout cas pas une certaine forme de com. Comment verrais-tu alors la com d'un musée qui t'enchanterait, sans utiliser le terme, pas le concept non plus ?

Parfois l'humour, mais il faut que l'humour soit... oui, je trouve ça important, surtout pour ceux qui ne sont pas attirés par les musées, ça peut leur donner une envie d'aller découvrir, et ça sort du côté un peu guindé que peut donner, qui peut laisser paraître dans certains musées. Ça peut paraître un peu sérieux, un peu pédant, donc c'est une façon de démocratiser, de désacraliser...

Tu penses que le musée doit quitter son côté sacré ? Parce que le sacré, c'est aussi la rencontre avec le mystère, ce n'est pas que la mise à distance.

C'est une bonne question. Faudrait pas qu'il n'y ait que ça, mais oui peut-être un peu l'ouvrir.

L'Atelier des Lumières, tu dois connaître.

Oui, je connais, j'y suis pas allé. Alors ça c'est vraiment le truc enchanteur, qui est censé être enchanteur par excellence. Moi ça m'attire pas. Esthétiquement, c'est assez réussi, c'est même très réussi. Mais j'y suis pas allé, je n'irai pas parce que l'original c'est important pour moi. Je déteste par exemple les musées où il y a des copies.

Pourquoi ? Parce qu'après tout, si la copie est bonne... ?

Ah ben pour moi, il faut alors vraiment que la copie soit ancienne. Une copie contemporaine.... J'ai visité des châteaux où il y avait des copies de tableaux qui se trouvaient dans des musées, eh ben je préfère qu'on mette quelque chose d'autre à la place, plutôt qu'une vulgaire copie. Pour moi, je ne supporte pas. C'est quelque chose qui me fait fuir.

Pourtant on peut imaginer qu'on aura la même sensation, visuelle...

Non. Eh ben je n'ai pas la même sensation. J'ai l'impression d'être trahi, qu'on m'arnaque. Moi je veux une œuvre authentique.

Tu veux rencontrer l'exceptionnel ?

Voilà. Je ne me satisfais pas de la copie.

Donc pour revenir à l'expo Klimt, tu penses que ça fait venir quel type de public ?

C'est de l'art contemporain en fait. Plus qu'autre chose. Une installation contemporaine. Alors le public doit être le même que celui qu'on voit dans les installations.

Ben justement non, c'est beaucoup plus populaire. On y vient en famille, on se balade...

Oui, mais est-ce qu'ils iront voir Klimt (dans un musée) ensuite ?

C'est la question que je me pose.

Y a eu un article du journal des Arts sur la question. Il est paru dans les 2-3 derniers numéros. Il se posait la question de la validité de ce genre d'événement.

Il n'y avait aucune explication, aucune médiation.

Ils ne racontaient pas la vie de Klimt, pourquoi il peignait, ou quand il est né et il est mort ?

Il y avait un petit cartel minimal caché quelque part en hauteur.

C'est que c'est pas important pour eux, c'est qu'ils s'en fichent. Tu vois des œuvres, tu sais qu'elles sont de Klimt, mais tu n'en sais rien de plus en détail. T'as pas l'époque, ... cela dit c'est esthétique, c'est visuel, c'est pas mal. Ce serait gratuit j'y serais allé, c'est 15 euros, je trouve ça très cher pour ce que c'est. Pour moi c'est de l'art contemporain. Déjà, moi, une installation j'y vais pas en soi. Ce serait une expo sur Klimt, avec les tableaux de Klimt, oui, mais ceci étant dit, il faut des explications, parce que j'ai vu des expositions où t'as quasiment rien comme explication et je trouve ça, c'est une erreur. Il faut expliquer. Moi y a des domaines que j'ignore et j'ai besoin d'en savoir un peu plus, ça aide aussi à rentrer aussi dans l'œuvre.

Tu penses que ce besoin est généralement partagé ou c'est toi ?

Euh, qui va dans les musées en fait ? Est-ce que les milieux populaires, ouvriers, vont dans les musées ? Qui va dans les expositions ? Plutôt ceux qui viennent de milieux sociaux plutôt privilégiés, qui ont une connaissance aussi culturelle des œuvres. Ça, ça veut dire qu'il y a quelque chose qui ne marche pas. Par exemple, le musée du Louvre ou Orsay, quand on y va y a surtout des touristes et très peu de français qui y vont.

Le service de Buffon au musée Nissim de Camondo.

Ah c'est original. Et qu'est-ce qu'on apprend ?

Y avait une petite explication, en dessous, à propos de l'oiseau.

Ah quand même. Mais si t'es obligé de mettre ton téléphone sur chaque assiette, t'es pas près de t'en sortir. T'en fais quoi, t'en fais dix ? Et puis après t'arrêtes parce que t'en as marre. C'est à dire que là, c'est un petit plaisir sur 2-3 trucs, et puis après... C'est anecdotique.

Est-ce que tu trouverais ça enchanteur ?

Je trouverais ça amusant. Est-ce que c'est enchanteur... je dirais « bon, c'était drôle, ils ont pensé le truc ok, sympa, mais voilà ». On passe à la pièce suivante quoi, en gros c'est un peu ça.

Le musée de Cluny

Ça c'est leur site internet ? Il est très bien leur site internet, moi déjà j'aime beaucoup ce genre d'images, « en mosaïque ». Leur site est plutôt réussi par rapport au musée du Louvre où là, je trouve que c'est épouvantable. Le pire c'est le site internet du musée de l'Homme, qui est absolument pas du tout fonctionnel. Tu cherches les informations. Là, là c'est pratique, c'est assez bien fait. Ça te donne envie d'aller voir. C'est pas facile.

Ce que je voulais questionner, c'est le fait de montrer de « pures » œuvres, sans médiation ou mise en scène particulière. D'ailleurs, je ne t'ai pas demandé ton rapport au numérique.

Ben je l'utilise tout le temps.

Et tu penses que ça peut enchanter les muées ?

Moi quand je voyage, que je fais des musées, je vais d'abord regarder ce qu'il y a, notamment via la page Wikipedia : les artistes, les œuvres... mais après, y a pas d'image parfois. Donc alors je vais sur Google image pour me faire une idée, quand je ne suis pas familier de l'œuvre. Et après, en fonction du goût, si ça m'attire ou ça m'attire pas, si je pense que ça peut être intéressant, je vais y aller.

Donc c'est ça que tu appelles le numérique ? C'est consulter internet ?

C'est consulter internet pour me faire une idée. Je vais pas être enchanté par le numérique.

Mais le numérique, ça peut aussi être autre chose. Par exemple, au musée des Beaux-Arts de Lille, tu as Mégapixels... On peut avoir des hologrammes qui jouent des scènes dans les musées...

Agrandir un truc, ça c'est bien pour ceux qui ont des problèmes de vue, j'ai envie de te dire. Le troisième âge, qui souvent voit rien parce que c'est mal éclairé, mais après est-ce que moi ça m'enchanté d'aller agrandir une œuvre sur un ... Non, je vois pas l'intérêt en plus, parce que l'œuvre je l'ai en face de moi.

Bon et si on imagine une animation numérique, je pense à mes hologrammes, est-ce que tu trouverais ça intéressant, anecdotique, est-ce que ça apporterait quelque chose ?

Je suis pas sûr que ça apporte grand-chose, en soi. Les trucs numériques qui marchent bien, par exemple à la cathédrale d'Amiens, c'est des projections, des couleurs... ça c'est bien parce que ça ce sont des choses qui ont disparu. La reconstitution de ce à quoi ressemblaient les portails de la cathédrale au moyen-âge, ça oui.

Donc en fait, faut que le numérique ait une justification ?

Oui, voilà. Faut qu'il soit utile. Si c'est uniquement de l'amusement... En fait, peut-être que ça va amuser les enfants, mais est-ce qu'un adulte va s'amuser avec ça ? Au bout de cinq minutes... Par exemple, je suis allé au musée de Bibrac, à côté d'Autun, et y avait une tablette avec le plan du site avec les vestiges, et y avait une tablette tu passais dessus et ça reproduisait le plan et t'avais des informations. J'ai pas trouvé ça particulièrement utile.

Par contre, une application qui permettrait de reconstituer des ruines en shootant dessus sur une tablette, ça ça serait plus intéressant ?

Oui, et ça existe.

Dernier exemple : le musée de la chasse et de la nature.

On dirait un film d'horreur, ou fantastique. Ça fait pub, hein, limite pour un parfum, un truc genre Dior, Eau Sauvage. Bon, le bâtiment est pas mal et la scénographie est très belle. C'est un truc atypique. Mais bon, ça c'est le visuel, tu regardes ça sur Youtube, mais t'en fais quoi ? Est-ce que ça va me donner envie ? Oui, bon. Mais quelqu'un qui connaît pas, il peut être déçu. Mais l'esthétique est là, il sera pas déçu

par la scénographie très particulière. On est plus, dans ce musée-là, dans un cabinet de curiosités qu'autre chose.

Clairement.

Ça marche bien ce genre de chose. Ça plaît, c'est original, ça se veut ancien alors que c'est complètement reconstitué, mais ça marche. Après, y a pas plus d'infos...

Et ça donne une idée d'enchantement possible ?

C'est... ouais... si si. Y a un effort, la scénographie est très particulière, elle est surchargée en fait. Y a pas 36 musées comme ça.

Donc ça, ça peut être enchanteur.

Oui.

Et tu penses que c'est ce que promet la vidéo ? D'être enchanté ?

Alors je trouve que la vidéo ne montre pas véritablement ce qu'est le musée. Ça n'a rien à voir. Le musée, que je connais, c'est pas ce que je retrouve dans la vidéo.

Pourtant ce sont que des éléments du musée.

Oui, alors je vois bien les animaux, mais on voit pas la scénographie particulièrement. C'est juste des points de détail. Or la force du musée, c'est justement sa scénographie.

ANALYSE CRITIQUE DE L'INTERVIEW D'ERIK

Ce type de public est assez conservateur, et demande un fort capital culturel (notre interlocuteur en est conscient). Il semble probable que cela ne va pas se retrouver chez tous les publics, notamment les publics plus jeunes. Ce type de population, de plus, était déjà sensible aux musées avant même les efforts de ceux-ci pour se renouveler (travaux, numérique, immersion, participatif...), voire même sera un public rétif à ces innovations. En revanche, une de ses formulations est très instructive : pour lui, l'aspect intellectuel est important pour accepter de se laisser enchanter. Par où l'on voit que dans l'enchantement, il y a une perte volontaire de maîtrise. Comme le dit Coleridge, il s'agit « d'une suspension volontaire de l'incrédulité ». Pour être enchanté, il faut donc y consentir. Par où cette prise de possession de l'âme n'est pas qu'une passivité, mais bien une activité du visiteur.

RÉSUMÉ

L'enchantement est une notion que l'on rattache spontanément à un monde féérique et enfantin. Les musées, quant à eux, sont toujours sommés de se penser, de se réinventer, pour accueillir de plus en plus de publics différents. L'enchantement est un concept fertile pour ces réinventions à notre époque. Pour cela, nonobstant sa compréhension commune, il faut le penser en profondeur. Il faut ainsi le rattacher à sa dimension imaginaire, discursive, sensorielle, extra-ordinaire. Cet enchantement peut être retrouvé à l'œuvre dans des rénovations muséales, lors même que les acteurs de ces dernières ne le pensent pas. Les publics, quant à eux, sont animés de désirs contradictoires, entre réalisme et acceptation du charme, entre participation et acceptation à succomber. Ils peuvent donc être sensibles à l'enchantement. L'enchantement ainsi repensé, et applicable au musée, articule une matérialité « enchantée » et une expérience du sacré. Des expériences telles que celles de la gemellité, de l'ambiguïté du réel, sont plus susceptibles de créer de l'enchantement. Il ne faut pas occulter sa dimension potentiellement étrange, voire « maléfique ». D'un point de vue communicationnel, l'enchantement gagnerait à être présenté comme un jeu, au sens d'espace de respiration, et comme une invitation.

MOTS-CLÉS

Enchantement musée matérialité numérique sacré publics