



**HAL**  
open science

**La cohabitation des publics occasionnels, réguliers et assidus des musées au sein des expositions dites “ blockbusters ” : le cas de trois expositions blockbusters à Paris en 2017 : Vermeer au Louvre, Rodin au Grand Palais et Christian Dior au musée des Arts décoratifs**

Stéphanie Rolea

► **To cite this version:**

Stéphanie Rolea. La cohabitation des publics occasionnels, réguliers et assidus des musées au sein des expositions dites “ blockbusters ” : le cas de trois expositions blockbusters à Paris en 2017 : Vermeer au Louvre, Rodin au Grand Palais et Christian Dior au musée des Arts décoratifs. Sciences de l'information et de la communication. 2018. dumas-02933564

**HAL Id: dumas-02933564**

**<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-02933564>**

Submitted on 8 Sep 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

### La cohabitation des publics occasionnels, réguliers et assidus des musées au sein des expositions dites « blockbusters »

Le cas de trois expositions blockbusters à Paris en 2017 : Vermeer au Louvre, Rodin au Grand Palais et Christian Dior au musée des Arts décoratifs

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

Tuteur universitaire : Dominique Pagès

Nom, prénom : ROLEA Stéphanie

Promotion : 2017

Soutenu le : 03/05/2018

Mention du mémoire : Très bien

## REMERCIEMENTS

Je tiens à exprimer ma reconnaissance envers plusieurs personnes qui ont largement contribué à la réalisation de ce mémoire.

Tout d'abord, je remercie Dominique Pagès, ma responsable universitaire, pour ses riches enseignements au CELSA qui m'ont ouvert la voie professionnelle vers le monde passionnant de la culture ainsi que vers ce sujet de mémoire. Son soutien aux différentes étapes de ma recherche et ses conseils avisés ont été déterminants.

Je remercie également Patrick Germain-Thomas d'avoir accepté d'être mon rapporteur professionnel, nos échanges ainsi que ses recommandations m'ont permis d'approfondir mes enquêtes terrain et mon regard sur les publics des musées.

J'adresse ma gratitude envers Vincent Poussou, Agathe Grandval et Joëlle Le Marec qui m'ont consacré du temps pour apporter un regard professionnel à ma recherche et partager leurs connaissances des musées et des publics de la culture.

Ma reconnaissance va également à Anne Dopffer et Gaïdig Lemarié des musées nationaux du XX<sup>e</sup> siècle des Alpes-Maritimes pour m'avoir donné l'opportunité de vivre de l'intérieur ce milieu passionnant des musées, ainsi qu'aux visiteurs interrogés sans qui les enquêtes terrain n'auraient pu être réalisées.

Enfin, un grand merci à Jacqueline et Mihail Rolea pour leur soutien sans relâche, leurs précieux conseils et leur passion pour la culture qu'ils ont su me faire partager.

## SOMMAIRE

<b>Introduction .....</b>	<b>6</b>
<b>I) Les expositions blockbusters : un phénomène emblématique des mutations muséales ?.....</b>	<b>11</b>
<b>1) Des musées sous tension entre enjeux culturels et enjeux économiques .....</b>	<b>11</b>
a) Des musées protéiformes : du « musée temple » au « musée super-star » .....	11
b) Des évolutions muséales marquées par les bouleversements politiques, économiques et sociaux .....	13
<b>2) Le renouvellement des publics au centre des politiques culturelles .....</b>	<b>15</b>
a) De la démocratisation culturelle à la démocratie culturelle.....	15
b) L'émergence de nouvelles pratiques culturelles.....	17
c) Une fréquentation des musées en hausse.....	19
<b>3) Vers la multiplication des expositions temporaires.....</b>	<b>21</b>
a) Des collections permanentes aux expositions temporaires.....	21
b) Des programmations rythmées par l'alternance d'expositions - dossiers et d'expositions - événements .....	22
c) La scénographie : un enjeu croissant dans l'expérience de visite muséale .....	23
<b>4) Les expositions blockbusters à la conquête des publics .....</b>	<b>26</b>
a) Des expositions temporaires à la naissance des expositions blockbusters .....	26
b) Concentration des expositions blockbusters dans des musées « super-stars ».....	28
<b>II) Forte médiatisation et variété des dispositifs de médiation : des leviers incontournables des expositions blockbusters ? .....</b>	<b>30</b>
<b>1) Présentation du corpus .....</b>	<b>30</b>
a) L'exposition <i>Vermeer et les maîtres de la peinture de genre</i> au Louvre .....	30
b) L'exposition <i>Rodin, l'exposition du centenaire</i> au Grand Palais .....	32
c) Deux expositions aux partis pris ambitieux.....	33

<b>2) Invariants et variations : des expositions saisies par une diversité de discours .....</b>	<b>35</b>
a) Une médiatisation multicanale avant et pendant les expositions.....	35
b) Des expositions de Beaux-Arts peu dépendantes d'une scénographie spectaculaire...	40
c) Un éventail de dispositifs de médiation proposant différents niveaux de lecture .....	49
<b>3) Des attentes à l'expérience vécue par les publics : focus sur <i>Rodin, l'exposition du centenaire</i> .....</b>	<b>67</b>
a) Des sources d'information et des pratiques muséales variées .....	68
b) Des motifs de visite influençant l'évaluation de l'exposition elle-même .....	73
c) Un besoin de médiation variable à l'image d'une diversification des publics .....	79
<b>III) Les expositions de créateurs de mode : des blockbusters en puissance ?.....</b>	<b>87</b>
<b>1) Exposer et promouvoir la mode .....</b>	<b>87</b>
a) La haute couture, entre enjeux artistiques et enjeux économiques.....	87
b) Un ancrage territorial et une valorisation des filières de l'artisanat d'art .....	88
c) Les expositions de créateurs de mode : un phénomène devenu international .....	90
d) Des expositions qui bénéficient d'une large couverture médiatique.....	93
<b>2) Attirer un large public : de la fashionista à l'historien de l'art .....</b>	<b>94</b>
a) La haute couture : un spectacle féérique pour le grand public .....	94
b) Des créations accompagnées d'un discours scientifique et artistique .....	95
c) Une conception scénographique théâtrale .....	96
<b>3) L'événement <i>Christian Dior, couturier du rêve</i> au musée des Arts décoratifs : une scénographie spectaculaire au détriment du discours scientifique ?.....</b>	<b>98</b>
a) Christian Dior : un amoureux des musées et un homme de l'art.....	99
b) La couture « cultivée » et « artistique » selon Dior.....	100
c) Des sources d'inspiration éclairées par des tableaux, sculptures et objets d'arts décoratifs .....	102
d) De la galerie d'art à la salle de bal : une scénographie au cœur de l'expérience de visite.....	104
e) Une médiatisation sans précédent.....	121

<b>Conclusion</b> .....	<b>128</b>
<b>Bibliographie thématique</b> .....	<b>132</b>
<b>Annexes</b> .....	<b>142</b>
<b>Mots clés</b> .....	<b>246</b>
<b>Résumé</b> .....	<b>246</b>

## INTRODUCTION

Institutions séculaires, les musées ont profondément marqué le paysage culturel français et ont connu un spectaculaire développement depuis trois décennies. A leur création, ils n'avaient pas pour but de s'adresser au grand public mais aux connaisseurs. Jusqu'aux années 1980, la collection, l'acquisition et la restauration étaient pour les musées des missions principales avant celle de s'adresser aux visiteurs. Longtemps victimes d'une image poussiéreuse et élitiste, le regard que l'on porte sur eux s'est modifié au fil du temps. Désormais, il ne s'agit plus seulement de conserver et transmettre les collections mais aussi de les faire connaître au plus grand nombre. Le projet scientifique de l'institution s'accompagne d'un projet culturel qui inclut une politique des publics, les musées cherchant alors à faire correspondre les publics possibles et les œuvres. Dans une société où la communication et l'événementiel jouent un rôle croissant, ils décident de plus en plus souvent pour attirer et intéresser les visiteurs d'organiser des expositions temporaires, au rythme d'au moins deux par an. Avec le développement de ces expositions, les missions des musées se modifient en profondeur. Les services des publics se voient confier le développement des médiations envers différentes catégories de publics, ce qui suppose des outils de médiation adaptés. Les publics, qui croissent continuellement grâce au tourisme de masse, ont des niveaux de connaissances préalables différents lorsqu'ils découvrent une nouvelle exposition, mais aussi des attentes et des motivations hétérogènes. La question de l'horizon d'attente est d'ailleurs devenue un facteur déterminant dans la gestion des publics. Les musées font des enquêtes sur les publics, leurs attentes et leurs perceptions de la visite. Ils ont ainsi parfois recours à des dispositifs de médiation très ciblés pour toucher non pas le public mais les publics et satisfaire tant la curiosité d'un amateur que la soif de connaissances d'un spécialiste. Si les outils numériques sont de plus en plus pris en compte par les institutions dans l'éventail des dispositifs de médiation des grandes expositions, les dispositifs plus classiques (textes de salles, audioguides, visites guidées...) ne sont pas pour autant délaissés.

Dans ce contexte, comment parvenir alors à attirer et faire cohabiter des publics aux profils variés ? Comment proposer une médiation adaptée aux différents besoins et niveaux de connaissances des visiteurs ? Comment aider ces visiteurs à engager une relation avec les œuvres ? Ce sont quelques-unes des questions que nous aborderons dans ce mémoire de recherche, en prenant appui sur le phénomène des expositions dites « blockbusters ».

Expositions spectaculaires dont tout le monde parle et qui attirent un public très large, elles mélangent art et événementiel. Leur scénographie est souvent très étudiée et les outils traditionnels de marketing utilisés. Portant généralement sur les artistes les plus célèbres et les œuvres les plus connues, elles nécessitent l'obtention de prêts majeurs des musées. Comme à un concert, l'exposition blockbuster attire par ses têtes d'affiche, et ici nul besoin d'être à la mode, les rockstars se nomment Titien, Monet, Picasso ou encore Kandinsky ! En 2010, Monet attira ainsi plus de 900 000 visiteurs au Grand Palais.

Nous analyserons dans ce mémoire les imaginaires croisés des expositions blockbusters en confrontant plusieurs points de vue :

Comment les théoriciens énoncent ces dispositifs ?

Comment les médias les relayent ?

Comment les musées en parlent ?

Comment les publics les racontent ?

Nous nous interrogerons sur les leviers utilisés par les institutions culturelles pour attirer et faire cohabiter au sein de leurs expositions blockbusters des publics occasionnels, réguliers et assidus des musées. Cette réflexion portera principalement sur trois volets : la médiatisation, les dispositifs de médiation et la scénographie.

La médiatisation désigne ici la publicité faite autour d'une exposition par les médias. Dans le champ culturel, la médiatisation d'un événement limité dans la durée comme le sont les expositions blockbusters est dépendante de son « potentiel de médiatisation » (réputation de l'artiste mis en avant, réputation du musée, budget investi...). La médiation postule quant à elle que la culture n'est pas accessible à chacun immédiatement. Afin de la rendre accessible, l'institution a recours à l'intercession de médiateurs et de procédures de médiation. La médiation se propose donc de mettre en forme les relations entre les œuvres et les publics dans le cadre des expositions. Enfin, en mettant en scène la distribution plastique des œuvres ainsi que le parcours de visite, la scénographie influe sur les expositions et l'expérience vécue par les publics.



## Problématique

Grâce à quels dispositifs de médiation et de médiatisation, les expositions blockbusters peuvent-elles favoriser la cohabitation des publics occasionnels, réguliers et assidus des musées, mais aussi avec quelles limites face à la diversification des profils de visiteurs et à une expérience de visite influencée par la scénographie ?

Afin de mener cette recherche, nous nous appuyerons sur trois hypothèses :

- **Hypothèse 1** : Face à une diversité de contraintes et de mutations (baisse des subventions publiques, évolution des politiques culturelles, tourisme et mondialisation), les expositions blockbusters très médiatisées permettraient aux musées de concilier mission culturelle et scientifique avec exigences de rentabilité et hausse de la fréquentation.
- **Hypothèse 2** : Les motifs de visite des publics d'expositions blockbusters sont multiples et reflètent à la fois des pratiques muséales contrastées et des besoins en médiation variables. En développant un éventail de dispositifs de médiation, les musées parviendraient à proposer différents niveaux de lecture lors des expositions blockbusters pour répondre à la diversification des publics.
- **Hypothèse 3** : Dans une société qui valorise de plus en plus l'événementiel, l'importance croissante accordée à la scénographie des expositions risquerait de reléguer au second plan le discours scientifique proposé par les musées et sa perception par les publics.

La première partie de ce mémoire traite des profondes mutations auxquelles ont été confrontés les musées, entre enjeux culturels et enjeux économiques. En plaçant le renouvellement des publics au cœur des politiques culturelles, les expositions temporaires se sont multipliées, jusqu'à l'apparition du phénomène des expositions blockbusters porté par quelques musées « super-stars » qui laisse présager d'un système à deux vitesses entre Paris et la province.

Dans la deuxième partie du mémoire, nous examinerons la communication autour de ces expositions au travers de la médiatisation ainsi que les dispositifs de médiation déployés par les musées en prenant appui sur deux expositions blockbusters : *Vermeer et les maîtres de la peinture de genre* au Louvre et *Rodin, l'exposition du centenaire* au Grand Palais.

Du fait de la diversité des profils de visiteurs, la cohabitation des publics occasionnels, réguliers et assidus des musées supposerait de pouvoir répondre à des besoins en médiation très variables avec le risque de proposer par défaut un discours du « juste milieu ». Nous étudierons l'éventail des dispositifs de médiation afin de mieux appréhender les différents niveaux de lecture, entre complémentarité et degrés variables de complexité des discours.

Les enquêtes terrain auprès des visiteurs de *Rodin, l'exposition du centenaire* permettront non seulement de mieux cerner les sources d'information des publics et l'impact de la médiatisation dans leur choix de visite, mais aussi de comprendre leurs attentes et motivations qui sont bien souvent déterminantes dans l'évaluation de l'exposition elle-même. Ces entretiens seront complétés par le regard de professionnels sur le développement des publics.

Dans la troisième partie, nous nous pencherons sur le phénomène des expositions de créateurs de mode, en étudiant plus particulièrement l'exposition *Christian Dior, couturier du rêve* au musée des Arts décoratifs. Nous analyserons plus en détails la contribution de la scénographie à l'expérience de visite ainsi que les risques éventuels d'une approche très spectaculaire sur la perception du discours scientifique.

## **Méthodologie**

Nos recherches se sont appuyées sur la lecture d'ouvrages, d'articles et de rapports listés en bibliographie traitant des sujets suivants :

- Les mutations de l'institution muséale, son modèle économique, ses enjeux et ses défis
- Les publics de la culture, et plus spécifiquement leurs pratiques muséales
- La médiation culturelle dans un contexte de renouvellement des publics induit par les expositions temporaires
- Les expositions blockbusters avec un focus sur les trois expositions étudiées

Ces lectures ont été complétées par une étude approfondie des dispositifs de médiation proposés par les musées ainsi que par la participation à des visites guidées et conférences.

Des entretiens ouverts auprès des publics de *Rodin, l'exposition du centenaire* et *Christian Dior, couturier du rêve* constituent un travail « terrain » particulièrement riche en verbatims sur l'expérience de visite et les pratiques muséales. Les annexes 20 à 23 détaillent les guides d'entretien et la restitution des échanges.

Enfin, des entretiens avec des professionnels (annexes 25 à 27) ont permis de confronter certaines intuitions à la réalité, et ainsi d'enrichir l'analyse portant sur les publics de ces expositions.

Si les musées sont bel et bien entrés dans un XXI<sup>e</sup> siècle en pleine transformation, tiraillés entre différents enjeux, l'intérêt de ce mémoire est avant tout de mettre au cœur de la réflexion les publics des musées, qu'ils soient occasionnels, réguliers ou assidus. Les expositions blockbusters sont le reflet d'une réalité complexe entre des musées dont les missions évoluent considérablement et des visiteurs présentant des pratiques culturelles et des attentes diversifiées. L'expérience de visite, très subjective, apparaît de plus en plus au cœur des préoccupations des visiteurs et des institutions culturelles. La diversification des publics attendue lors de ces expositions reste un défi important pour des musées censés permettre à tous d'engager une relation avec les œuvres.

## **I) LES EXPOSITIONS BLOCKBUSTERS : UN PHÉNOMÈNE EMBLÉMATIQUE DES MUTATIONS MUSÉALES ?**

Dans cette première partie, nous aborderons les évolutions muséales qui ont accompagné les politiques de renouvellement des publics. Nous verrons ainsi comment la transition s'est d'abord effectuée des collections permanentes vers les expositions temporaires, puis des expositions temporaires vers les expositions blockbusters. Nous étudierons plus spécifiquement comment se traduit ce phénomène d'expositions blockbusters, son origine, ses caractéristiques et son développement au sein de musées « super - stars ».

### **1) Des musées sous tension entre enjeux culturels et enjeux économiques**

#### **a) Des musées protéiformes : du « musée temple » au « musée super - star »**

Selon le Conseil international des musées (ICOM), le 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 ». Toutefois, la réalité est moins évidente et en France le nombre de musées fait régulièrement l'objet de débats. Les estimations varient beaucoup, le guide Cabanne (1997) avance le chiffre de 5 000, tandis que le guide Morley-Le Vavasseur (2001) estime leur nombre à près de 10 000<sup>1</sup>. Certains établissements font par ailleurs l'objet d'une reconnaissance du ministère de la Culture. En 2010, ils sont 1 208 à bénéficier de l'appellation « musées de France », répondant à certains critères redéfinis par la nouvelle loi sur les musées du 4 janvier 2002, comme l'inaliénabilité et l'imprescriptibilité des collections. Ces établissements reçoivent un soutien financier et sont soumis à un contrôle scientifique. Parmi eux, 33 musées nationaux relèvent du ministère de la Culture.

Concernant les collections, la moitié des musées territoriaux recensés en 2002 possède des collections polyvalentes, tandis que l'autre moitié est constituée de musées présentant une spécialisation en ethnologie ou sciences et techniques (22,5%), en archéologie (11%), en beaux-arts (7%), en histoire (6,5%) ou en art contemporain (3%)<sup>2</sup>. A cela s'ajoutent de fortes disparités territoriales, les régions Ile-de-France, Provence-Alpes-Côte d'Azur et Rhône-Alpes comptant le plus grand nombre de musées.

---

<sup>1</sup> POIRRIER, Philippe (dir.), *Politiques et pratiques de la culture*, La documentation française, 2010

<sup>2</sup> Chiffres-clés de la culture 2010, La Documentation française

Loin d'une définition unique, l'approche de Jean-Michel Tobelem traduit également cette pluralité en distinguant de manière théorique onze typologies de musées<sup>3</sup>. Ainsi, par exemple, si le « musée temple » se donne pour vocation la délectation esthétique, le « musée éducateur » vise l'acquisition de connaissances par les visiteurs alors que le « musée exposition » affirme son ambition de créer des événements.

Type	Objectif	Métaphore	Caractère
<b>Musée temple</b>	Délectation	Église	Contemplation
<b>Musée conservatoire</b>	Préservation	Laboratoire	Territoire
<b>Musée éducateur</b>	Instruction	École	Transmission
<b>Musée consolateur</b>	Guérison sociale	Mémorial	Identité
<b>Musée vitrine</b>	Tourisme	Parc de loisir	Image
<b>Musée exposition</b>	Événement	Centre culturel	Spectacle
<b>Musée commerçant</b>	Divertissement	Centre commercial	Consommation
<b>Musée réticulaire</b>	Échanges	Réseau	Diffusion
<b>Musée prométhéen</b>	Développement	Entreprise	Croissance
<b>Musée virtuel</b>	Communication	Encyclopédie	Information
<b>Musée global</b>	Expansion mondiale	Multinationale	Marque

En outre, avec la mondialisation émergent également des musées « super-stars » qui se distinguent par les caractéristiques suivantes : collections prestigieuses, geste architectural, forte fréquentation, attractivité auprès des touristes, développement des ressources propres et impact économique sur leur environnement. Le Louvre, le Centre Georges Pompidou, le musée d'Orsay et le musée du quai Branly font partie de ces musées « super-stars ». A l'étranger, nous pouvons citer entre autres le Metropolitan Museum of Art et le Museum of Modern Art à New York, la National Gallery et la Tate Modern à Londres, le musée du Prado à Madrid, le musée de l'Ermitage à Saint-Petersbourg ou encore le Rijksmuseum à Amsterdam.

Les différentes typologies de musées sont apparues au fil du temps et sont le reflet de profondes évolutions muséales soumises à plusieurs facteurs.

<sup>3</sup> TOBELEM, Jean-Michel, *Le Nouvel âge des musées. Les institutions culturelles au défi de la gestion*, Paris, Armand Colin, 2010 (2e édition).

## **b) Des évolutions muséales marquées par des bouleversements politiques, économiques et sociaux**

L'exception française se manifeste depuis 1959 par la reconnaissance de certains secteurs de la culture comme faisant partie du service public. L'intervention directe de l'État est relayée, depuis les années 1970, par les collectivités locales qui ont su à la fois mettre en œuvre leurs propres politiques publiques de la culture et saisir les opportunités offertes par l'État. Toutefois, le volontarisme de l'État s'est épuisé dans les années 1990 et la diversité est grande entre les collectivités et types de collectivités (villes, départements et régions).

Confrontés, entre autres, à la stagnation voire la réduction des fonds publics pour leur fonctionnement, les musées ont connu de profondes mutations durant ces trente dernières années qui les ont conduits à prendre de plus en plus en compte des questions de finance, de performance et de communication. Certaines dimensions telles que la fidélisation et l'élargissement des publics, l'accueil des visiteurs, les activités « commerciales », la collecte de fonds, la mesure des performances ou encore la planification stratégique témoignent du développement d'une vision économique. Le concept d'« organisation culturelle de marché »<sup>4</sup> rend compte de cette différenciation croissante du secteur des musées, qui voit aujourd'hui l'émergence d'organisations de nature non lucrative poursuivant une mission culturelle, scientifique et éducative, mais qui sont de plus en plus soumis à des mécanismes de marché.

En définissant trois périodes clés des musées, Jean-Michel Tobelem détaille les mutations profondes auxquelles ils ont été confrontés<sup>5</sup>. La période avant 1950 correspond à ce qu'il nomme « le temps des propriétaires », celle de 1950 à 1990-2000 au « temps des managers » et enfin celle depuis 1990-2000 au « temps des actionnaires ». Avant 1950, les musées n'avaient à répondre de leurs actions que devant leurs tutelles publiques ou des conseils d'administration restreints. Entre 1950 et 2000 les tutelles n'ont exercé qu'un contrôle à distance, puis face à la diversification des sources de financement à partir de 2000, les musées ont dû répondre aux attentes d'un ensemble de tutelles, de partenaires, de donateurs et de bénévoles. Les musées sont devenus plus largement intégrés dans la société, à la fois du point de vue culturel, mais aussi pédagogique, touristique et économique.

Désormais, « face aux exigences nouvelles, aucun musée ne peut se contenter de gérer l'existant. Tout musée doit aujourd'hui s'interroger sur sa vocation, l'évolution de ses

---

<sup>4</sup> TOBELEM, Jean-Michel, *Le Nouvel âge des musées. Les institutions culturelles au défi de la gestion*, Paris, Armand Colin, 2010 (2e édition),

<sup>5</sup> Ibid., p.17. Tableau en annexe.

collections et de son public, son rôle dans la ville et la région, sa place sur la scène nationale et internationale », comme l'explique la direction des musées de France.<sup>6</sup>

Dans les musées français, la définition d'une stratégie propre à chaque musée prend le plus souvent la forme d'un « projet culturel et scientifique » visant à expliciter la mission du musée, les objectifs spécifiques poursuivis, ses priorités, les moyens pour y parvenir et les types de coopération qu'il entend développer. L'attractivité est devenue un enjeu structurant des établissements qui s'ouvrent aussi bien au public de proximité qu'aux touristes français et étrangers. En moyenne, le tiers des visites dans les musées et expositions est dû aux touristes étrangers et les deux tiers aux Français. Dans le contexte actuel de mondialisation, il n'est pas anodin de rappeler que le musée du Louvre reçoit dorénavant beaucoup plus de visiteurs que la Tour Eiffel pourtant emblématique de l'image de la capitale française. Les musées tentent donc de fidéliser les publics individuels grâce à de nouveaux tarifs attractifs et des cartes-pass incitatives, mais aussi par une programmation culturelle renouvelée, des dispositifs de médiation variés et une présence croissante sur internet et les réseaux sociaux.

Afin de proposer sans cesse de nouvelles expositions, les ressources de fonctionnement et celles escomptées de la billetterie ne sauraient suffire. Les tutelles administratives, sponsors et mécènes sont donc sollicités. Si le modèle français se fonde sur une étroite imbrication entre les secteurs publics et privés, le mécénat, pourtant encouragé par le ministère de la Culture depuis les années quatre-vingt, demeure relativement marginal par rapport aux pays anglo-saxons. La mise en place depuis 2003 d'un cadre juridique et fiscal très attractif a permis d'augmenter les montants liés au mécénat même s'il reste relativement modeste : un milliard d'euros<sup>7</sup>, à comparer avec l'effort des pouvoirs publics, qui s'élève dans ce domaine à 13 milliards d'euros<sup>8</sup> (soit environ 7,5% du total de l'effort public). L'aide des mécènes (issus principalement du secteur bancaire, de la communication et de la presse, des nouvelles technologies, du luxe, de l'agroalimentaire et des services) va davantage à des établissements et des événements déjà soutenus par les pouvoirs publics, plutôt qu'à des petites structures ou à des programmes inédits. Au musée d'Orsay, Guy Cogeval indique qu'« un tiers des revenus

---

<sup>6</sup> TOBELEM, Jean-Michel, *Le Nouvel âge des musées. Les institutions culturelles au défi de la gestion*, Paris, Armand Colin, 2010 (2e édition).

<sup>7</sup> Ce chiffre cumule les dons individuels (déclarés aux impôts) allant à la « culture » (soit 68M€) et les dépenses effectuées par les entreprises au titre du mécénat culturel (0,97Md€) Cf. Baromètre de la générosité des Français 2008, Fondation de France, avril 2009 ; C. Bazin et J.Malet, « La générosité des Français », Recherches et solidarités, nov.2009 ; Le mécénat d'entreprise en France, enquête Admical/CSA, 2008

<sup>8</sup> DELVAINQUIERE J.-C. et DIETSCH B., « Les dépenses culturelles des collectivités territoriales », Culture en chiffres, DEPS, n°3, 2009

doit être dégagé par le musée, la marge d'autofinancement est énorme »<sup>9</sup> et assume donc être « dans une logique d'un blockbuster par an pour pouvoir continuer au rythme de six expositions par an, quatre à Orsay et deux à l'Orangerie.»<sup>10</sup> « Pour financer des projets qui se justifient uniquement par leur qualité scientifique ou esthétique sans visitorat important, il faut avoir des expos à succès. Les sujets porteurs financent des sujets moins évidents »<sup>11</sup>, résume Jean-Paul Cluzel, alors président de la Réunion des musées nationaux et du Grand Palais. Ainsi, *Picasso.mania* a côtoyé en 2015 les rétrospectives consacrées à Fragonard et Elisabeth Vigée Le Brun.

De plus, les mécènes ont avec la crise réduit leurs budgets de communication, et il n'est pas rare désormais de voir de nombreux noms de mécènes sur les affiches d'expositions. Ainsi, l'exposition « Monet » de 2010 au Grand Palais ne comptait qu'un mécène exclusif, Natixis, alors que l'exposition *Picasso.mania* en 2015 en comptait six (Natixis, ERDF, PwC, MAIF, Nexity, Bouygues Bâtiment Ile-de-France).

Les musées connaissent donc des bouleversements majeurs, tiraillés entre enjeux culturels et enjeux économiques, mais ils sont aussi confrontés à des mutations profondes liées aux politiques de publics. Ils sont passés d'une situation où ils accueillait des publics connaisseurs, amateurs ou spécialistes, à une situation où les pouvoirs publics attendent d'eux qu'ils augmentent le nombre des visiteurs et s'efforcent d'en diversifier les profils.

## **2) Le renouvellement des publics au centre des politiques culturelles**

### **a) De la démocratisation culturelle à la démocratie culturelle**

La création du ministère des Affaires culturelles d'André Malraux en 1959 s'impose comme le moment fondateur de la « démocratisation de la culture » et le décret du 24 juillet 1959 précise en ces termes la mission du ministère de la Culture. : « le ministère chargé des affaires culturelles a pour mission de rendre accessibles les œuvres capitales de l'humanité, et d'abord de la France, au plus grand nombre possible de Français ; d'assurer la plus vaste audience à notre patrimoine culturel, et de favoriser la création des œuvres d'art et de l'esprit qui

---

<sup>9</sup> FRANCK-DUMAS Elisabeth et GALLOT Clémentine, « Musées. Appâts de géants », publié le 11/10/15 [http://next.liberation.fr/arts/2015/10/11/musees-appats-de-geants\\_1401891](http://next.liberation.fr/arts/2015/10/11/musees-appats-de-geants_1401891)

<sup>10</sup> Ibid.

<sup>11</sup> Ibid.



l'enrichissent ». La politique culturelle de Malraux s'inscrit dans la logique de l'État-providence, l'État se donnant pour fin d'assurer à tous le même accès aux biens culturels. Les années 60 voient alors la création des Maisons de la Culture et la décentralisation.

Les œuvres concernées sont alors celles jugées légitimes, le processus de démocratisation est conçu comme une extension des publics aux plans géographique et sociologique. Le caractère universel de l'art doit permettre de toucher chacun, sans médiation et sans pédagogie et le public est alors perçu à l'image du Peuple, des individus égaux. La création des Maisons de la Culture ne donne pas lieu à un véritable travail de prédéfinition du public, la politique d'André Malraux étant centrée sur une diffusion la plus large possible des œuvres, plus que sur la conquête d'un public clairement identifié.

A partir des années 80-90 et du constat de l'échec relatif de la politique de démocratisation culturelle, un autre principe est mis en avant : la « démocratie culturelle ». Elle exprime un projet d'une toute autre nature : la réhabilitation des formes populaires de culture. La question des publics fait suite à la mise en évidence des limites d'une politique de l'offre, selon laquelle la culture, en l'occurrence la culture « légitime », est à diffuser de façon uniforme. Puisque la « grande » culture reste globalement réservée à certains publics malgré les efforts déployés, l'accent est alors mis sur la légitimation artistique de formes d'expression considérées jusque-là comme « mineures », réservées à certains groupes sociaux. La politique de démocratisation n'est pas abandonnée pour autant même si se pose le problème de la cohabitation des principes de démocratisation et de démocratie culturelle. Ainsi certains lieux culturels traditionnels se voient investis d'une mission d'intégration des cultures émergentes et sont tentés de profiter de la présence d'un nouveau public pour lui transmettre un peu de culture dite légitime. En effet, malgré ce passage d'une logique de démocratisation à une logique de démocratie, la diffusion de la culture savante demeure bien souvent une priorité des politiques culturelles.

L'Opéra de Bordeaux en est un exemple, avec l'intégration de la danse hip-hop dans ses programmes. Symbole de l'élitisme au vu de sa programmation et de son public habituel, il s'est ouvert à la danse hip-hop et à son public adolescent largement issu des quartiers populaires. A la suite du succès de la parade hip-hop organisée en 1999 par les danseurs de la compagnie bordelaise *Révolution* dans le cadre du Carnaval, la mairie choisit de faire entrer le hip-hop à l'opéra, qui est alors en quête de renouveau. Le Hip'Opéra met en scène une quarantaine de jeunes danseurs amateurs et élabore un partenariat avec la compagnie *Révolution*, dont les spectacles sont insérés dans sa programmation. L'opéra ne perd pas pour autant de vue sa mission de démocratisation en essayant d'introduire dans les œuvres des

danseurs hip-hop des éléments de la culture dite légitime (danse contemporaine, musique classique...) et en tentant de faire adopter en partie des modes de réception propres au lieu et à ses codes sociaux, comme le silence durant les spectacles. Même si le public est parfois appelé à rejoindre les danseurs à la fin des spectacles, certains préfèrent retourner aux *battles*, exclues de l'opéra, qui consistent en une succession de performances individuelles dans un cercle où danseurs et spectateurs se mélangent.

Ainsi, le musée « temple de la pérennité » doit aujourd'hui lui aussi être en perpétuel mouvement pour attirer un public très large. Dès lors, politiques de publics et marketing culturel se développent. La place des publics s'est encore renforcée depuis que la Loi de 2002 a fait de l'existence d'un service des publics l'un des critères d'attribution de l'appellation « Musées de France ». Josy Torlet, Directrice des Publics de Paris Musées, estime que « le musée est aujourd'hui un lieu de vie, de culture, les jeunes y vont beaucoup plus fréquemment qu'auparavant. Les enjeux portent désormais sur la notion d'accueil et de service aux publics. On remet le public au cœur des problématiques, le travail sur les publics est en amont avant la conception. »<sup>12</sup>

### **b) L'émergence de nouvelles pratiques culturelles**

La sociologie des pratiques culturelles a longtemps été dominée en France par le modèle de *la Distinction* de Bourdieu qui se présente comme une théorie de l'héritage culturel. Selon ce modèle, le lien apparent entre le niveau de diplôme et la fréquentation des lieux de la culture savante masque un lien plus profond entre les caractéristiques de l'environnement familial et les dispositions de l'individu à l'égard de la culture. Grandir dans une famille où la culture fait partie du mode d'éducation crée des conditions favorables pour devenir un habitué des lieux culturels à l'âge adulte.

Depuis 1973, le comportement des français en matière culturelle fait l'objet d'études régulières menées par le ministère de la Culture. Elles notent l'émergence de pratiques culturelles qui combinent les goûts légitimes (la culture « savante ») et les goûts illégitimes. La palette des modes de consommation culturelle s'est donc élargie. Bernard Lahire a ainsi montré que les conduites de consommation sont plus éclectiques qu'autrefois et que ce qu'il appelle « les profils dissonants » (les comportements non homogènes du point de vue du degré de légitimité

---

<sup>12</sup> Conférence « Les stratégies de l'exposition blockbuster » organisée par le Club Culture & Management, Fondation d'Entreprise Ricard, le 28/03/17

des préférences et des pratiques culturelles) sont de plus en plus fréquents. Pour reprendre un exemple de son enquête, lorsqu'on est ouvrier à la retraite, on peut aimer la musette et l'opéra de Verdi, regarder à la télévision « Questions pour un champion » et les matchs de football, l'émission Thalassa et les retransmissions de patinage artistique, etc. La dissonance culturelle semble aujourd'hui fréquente quel que soit le milieu social et les individus peuvent mêler le cultivé et le populaire, le sérieux et le divertissant. Ces dernières années ont été marquées par l'essor majeur de l'audiovisuel accentuant « la porosité entre culture et distraction, entre le monde de l'art et celui du divertissement et de la communication », comme le précise Olivier Donnat dans son étude des pratiques culturelles à l'ère du numérique<sup>13</sup>.

Le numérique a également créé de nouvelles façons de pratiquer la visite culturelle. Des usages apparaissent qui bouleversent la relation aux visiteurs. Si le numérique fournit des informations pratiques au visiteur potentiel (horaires d'ouverture, prix, accès...), il permet surtout aux musées de déployer une communication institutionnelle et d'offrir une médiation culturelle en enrichissant le contenu de la visite : consultation d'œuvres d'art sur des sites dédiés, visite d'une exposition par une diffusion en temps réel (livestream) sur les réseaux sociaux, enrichissement de ses connaissances par les ressources en ligne liées aux expositions (MOOC, articles, vidéos). Les enquêtes menées par le CREDOC sur les pratiques de visite des Français montrent que 44 % des Français ont utilisé internet en lien avec les patrimoines en 2016, contre 37 % en 2014 et 35 % en 2012<sup>14</sup>. La notion de patrimoine recouvre ici les musées, expositions et monuments. Les usages pratiques (recherche d'informations, réservation de billets) sont les plus plébiscités, 38 % des Français vs 33% en 2014. L'exploration des contenus culturels (téléchargement de commentaires ou d'applications, visites virtuelles) progresse également en 2016, elle concerne 24 % des Français (+7 points vs 2014). Les usages participatifs se développent plus lentement, ils concernent 9 % de la population en 2016 (+ 5 points par rapport à 2014). Nous pouvons noter que selon les générations les pratiques liées à internet dans le cadre d'une visite culturelle sont différentes : les jeunes l'utilisent davantage pour les aspects pratiques de la visite alors que les seniors montrent un intérêt plus prononcé pour les contenus culturels. Concernant les musées, les 3/4 des visiteurs utilisent aujourd'hui internet avant, pendant ou après la visite.

---

<sup>13</sup> RIEFFEL Rémy, *Sociologie des médias*, Editions Ellipses, 4ème édition, 2015

<sup>14</sup> MILLOT Charlotte, MÜLLER Jörg, LALLEMENT Emmanuelle, RENZI Caterina, DEZELLUS Joséphine, « Les visites patrimoniales progressent encore chez les Français, signe d'un attachement fort et durable », CREDOC, N°23, avril 2017  
[http://www.credoc.fr/pdf/Sou/Note\\_de\\_synthese\\_N23\\_Visites\\_Patrimoniales\\_Avril\\_%202017.pdf](http://www.credoc.fr/pdf/Sou/Note_de_synthese_N23_Visites_Patrimoniales_Avril_%202017.pdf)

Partager sa visite sur les réseaux sociaux est une pratique en plein essor, devenue courante : elle est envisagée ou réalisée par 42 % des visiteurs des musées nationaux en 2015, soit une augmentation de 17 points par rapport à 2010.

Grâce aux contenus produits par les internautes eux-mêmes, le partage et l'échange sont encouragés. Toutefois, l'activité des visiteurs sur les réseaux sociaux varie selon la nature de l'exposition. Dans les expositions classiques, ils sont peu nombreux à partager une image ou un commentaire pendant leur visite (5 % par exemple dans le public d'*Élisabeth-Louise Vigée Le Brun*). Cette activité est plus conséquente dans les expositions contemporaines comme *Jean-Paul Gaultier* (20 %) ou *Monumenta 2016* (22 %). Les déclarations d'intention sont encore plus importantes lorsqu'il s'agit de publier sur l'exposition après la visite, avec 29% d'intentions de partage dans le public d'*Élisabeth-Louise Vigée Le Brun* et plus de 50 % dans les publics de *Jean-Paul Gaultier* (55 %) ou de *Monumenta* (51 %)<sup>15</sup>.

Toutefois, la situation reste très hétérogène selon les musées et les plus petits n'ont pas les moyens de développer une réelle politique numérique. De plus, cette accessibilité offerte à tous grâce au numérique ne modifie que marginalement le profil de ceux qui en profitent. Les plus sensibles aux offres numériques sont intéressés par leurs contenus et il est donc naturel qu'ils partagent des éléments de leur profil avec les publics physiques des expositions.

Ainsi, si les pratiques culturelles évoluent, il n'en demeure pas moins que pour 84% des Français<sup>16</sup>, la visite d'un musée ou d'une exposition reste le standard d'une sortie culturelle.

### **c) Une fréquentation des musées en hausse**

En 2016, 44% des Français ont visité un musée ou une exposition, au moins une fois dans l'année (+ 9 points vs 2011)<sup>17</sup>. La fréquentation des musées s'est renforcée au cours des années 1980-1990, bénéficiant d'une conjoncture marquée par la rénovation des établissements et par la multiplication des expositions temporaires. Cependant, cela cache de fortes disparités en fonction des régions et des types d'établissement concernés, entre les petits musées et certains

---

<sup>15</sup> DONNAT, Olivier (dir.), « Les publics in situ et en ligne », Revue Culture & Recherche, N° 134, hiver 2016-2017

<sup>16</sup> Rapport de la mission Musées du XXI<sup>e</sup> siècle, sous la direction de Jacqueline EIDELMAN, Volume 1 Synthèse. [http://www.culturecommunication.gouv.fr/var/culture/storage/pub/musees21\\_vol1/index.htm](http://www.culturecommunication.gouv.fr/var/culture/storage/pub/musees21_vol1/index.htm), février 2017

<sup>17</sup> Ibid.

musées « super-stars » qui profitent du développement du tourisme. Près de la moitié des visites concerne en effet les seuls musées nationaux, à commencer par le Louvre (8,8 millions de visiteurs par an), Versailles (6,5 millions) et le musée d'Orsay (3,1 millions).<sup>18</sup>

Parmi les 1 212 établissements portant l'appellation Musées de France, 7 musées ont reçu en 2010 plus d'un million de visites dans l'année : le Louvre, Versailles, le musée d'Orsay, le Centre Georges Pompidou, le musée du quai Branly, le musée de l'Armée aux Invalides et le musée Carnavalet avec ses annexes (les catacombes et la crypte de Notre-Dame).<sup>19</sup> Ils constituent 43% de la fréquentation générale, soit plus de 24,5 millions de visites. La catégorie des musées qui reçoivent entre 100 000 et 1 million de visites regroupe 60 établissements et a généré un total de 15,1 millions de visites, soit 26% de la fréquentation générale. Enfin, les 977 musées qui reçoivent moins de 100 000 visites représentent 31% de la fréquentation générale, soit environ 17,7 millions de visites. Le chiffre de la fréquentation des musées franciliens s'établit à lui seul à 33,4 millions de visites, soit 58% de la fréquentation des Musées de France alors que celui des musées situés dans les autres régions françaises représente les 42% restants, soit 23, 8 millions de visites.

Par ailleurs, les habitants des grandes villes vont davantage au musée que les autres : 53 % des personnes qui vivent dans l'agglomération parisienne ont visité un musée ou une exposition en 2014, contre 32 % en milieu rural, selon le CREDOC<sup>20</sup>. Mais cela n'est pas à rapprocher à l'effet de la densité de l'offre, considérable à Paris. À caractéristiques identiques (diplôme, revenu, âge, sexe), la taille de la commune d'habitation n'est pas un facteur discriminant. D'ailleurs, dans près de 60 % des cas les visites se font dans une région différente de la région d'origine du visiteur. Les écarts de fréquentation sont en revanche très marqués entre milieux sociaux, principalement selon le niveau de diplôme. Selon l'enquête du CREDOC, 15 % des non-diplômés ont visité un musée dans l'année, contre 72 % des bac+3 et plus.<sup>21</sup>

Même si l'engouement des Français pour les musées ne s'est pas traduit par une diversification significative des publics, la progression se lit à travers l'augmentation spectaculaire des entrées. Cette hausse est avant tout à mettre au compte de l'évolution structurelle de la société française

---

<sup>18</sup> EIDELMAN Jacqueline, JONCHERY Anne et ZIZI Lucile, *Musées et publics : bilan d'une décennie (2002-2011)*, juin 2012

<http://www.culturecommunication.gouv.fr/content/download/48349/380590/file/PublicdesMusées10ans>

<sup>19</sup> Ibid.

<sup>20</sup> Centre d'observation de la société, *Monuments et musées : une fréquentation qui diminue*, publié le 22/11/16 [www.observationsociete.fr/categories-sociales/conditions-de-vie/qui-visite-les-musees.html](http://www.observationsociete.fr/categories-sociales/conditions-de-vie/qui-visite-les-musees.html)

<sup>21</sup> Ibid.

avec une augmentation des effectifs d'étudiants, de professions intermédiaires, de cadres et professions intellectuelles supérieures, ainsi qu'une hausse de leur fréquence de visite. A cela s'ajoute l'essor du tourisme international, notamment en région parisienne. Toutefois, la généralisation de la gratuité dans certains musées semble quand même agir en faveur d'une diversification des publics. Mise en œuvre dès 1996 au Louvre le premier dimanche de chaque mois, l'expérience a été étendue en 2000 à l'ensemble des musées nationaux et des monuments historiques.

Par ailleurs, si les collections permanentes connaissent une certaine désaffection des publics, cela ne concerne pas les expositions temporaires qui jouent sur une logique événementielle et accueillent des publics de plus en plus hétérogènes (le passionné d'art, l'amateur, l'élève, l'enfant, le touriste...). Dans les grandes expositions, on assiste au mélange partiel des publics, contrairement à ceux qui prédisent la segmentation des cultures des plus nobles aux plus populaires. « Aller au musée » relève encore souvent d'une logique qui est d'abord celle du « être ensemble », de la participation commune à une même expérience.

### **3) Vers la multiplication des expositions temporaires**

#### **a) Des collections permanentes aux expositions temporaires**

Après les réflexions des années 1970-1980, les expositions temporaires sont devenues le vecteur d'une nouvelle médiation. Comme l'explique Jean Davallon : « l'exposition désigne à la fois l'acte de présentation au public de choses, les objets exposés (les expôts) et le lieu dans lequel se passe cette présentation. »<sup>22</sup> L'exposition est présentée comme un espace où la médiation circule sous toutes ses formes et propose un mode de réception de ce qui est exposé. Elle se distingue de l'œuvre d'art en ce qu'elle n'est pas réflexive, mais transitive au service de ce qu'elle montre. Non seulement elle montre des choses mais indique comment les regarder. L'exposition peut ainsi être abordée comme un média, elle présente des objets qu'elle met en scène.

La construction d'une exposition s'appuie à la fois sur les connaissances scientifiques du conservateur qui seront traduites en espace par le muséographe, sur le service des publics qui se fait l'écho des attentes des visiteurs potentiels pour concevoir des dispositifs de médiation

---

<sup>22</sup> DAVALLON, Jean (dir.), *Claquemurer, pour ainsi dire, tout l'univers. La mise en exposition*, Paris, Centre de Création industrielle, Centre Georges-Pompidou, 1986

adaptés et donner un sens de lecture singulier, et sur le service de communication qui anime les réseaux d'information.

Les grandes expositions constituent alors l'une des manifestations de l'entrée des musées dans le monde de la communication, de l'événement et du spectaculaire. Daniel Jacobi décrit ainsi cette mutation du rapport des publics aux musées : « Autrefois, on allait au musée. C'est-à-dire qu'on se rendait dans une institution immuable, rassurante, pour y admirer des œuvres reconnues, des objets remarquables ou des spécimens de référence. Aujourd'hui, on va voir une exposition. Ou plutôt la dernière exposition, la nouvelle exposition. C'est-à-dire quelque chose d'inconnu, de surprenant, un autre regard. Le musée était (et demeure) une institution. L'exposition, c'est le media privilégié dont s'emparent les musées pour devenir des institutions culturelles, davantage intégrées dans la société de consommation et de loisirs »<sup>23</sup>.

### **b) Des programmations rythmées par l'alternance d'expositions - dossiers et d'expositions - événements**

Les musées peuvent réaliser un équilibre dans l'établissement de leur calendrier d'expositions entre des expositions « populaires » et des expositions plus confidentielles mais répondant à des motifs artistiques ou scientifiques plus élevés. Il est de la responsabilité de la direction d'établir une stratégie qui découle de la mission scientifique et culturelle du musée, au service de laquelle la politique de communication sera mise en œuvre. Si cette mission est précisément définie, la communication demeure un instrument au service de l'institution muséale.

Il semble donc important de regarder comment les expositions s'articulent les unes par rapport aux autres dans la programmation d'une institution. La Cité de l'immigration avait par exemple organisé à la suite des expositions sur les sujets suivants : Pologne / Bande dessinée / Algérie / Frontière. Cette programmation faisait alterner des expositions traitant d'une communauté migratoire spécifique et des expositions plus transversales afin d'attirer de nouveaux publics et de les inciter à revenir plus tard pour un autre thème. Avec leurs expositions *Tintin et Hergé*, le Centre Georges Pompidou et le Grand Palais ont également tenté d'attirer des personnes qui ne viendraient pas naturellement dans ces musées. En 2017, avec l'exposition *Picasso Primitif*, le musée du quai Branly cherche aussi à interpeller des personnes s'intéressant déjà à Picasso mais pas forcément aux Arts premiers, pour leur donner envie de découvrir les collections du musée et d'autres expositions à venir. Afin d'attirer de nouveaux publics, les musées sont également tentés de différencier leur offre en proposant des expériences mémorables et immersives.

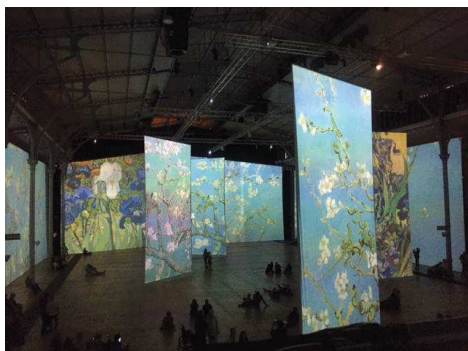
---

<sup>23</sup> JACOBI, Daniel, « Les musées sont-ils condamnés à séduire toujours plus de visiteurs », *La Lettre de l'OCIM* n°49, 1997, p. 9-10

L'enjeu est alors de trouver un équilibre entre la scénographie spectaculaire et le contenu scientifique, entre le divertissement et le message éducatif.

### c) La scénographie : un enjeu croissant dans l'expérience de visite muséale

Jérôme Glicenstein souligne dans son ouvrage *L'art, une histoire d'expositions* l'importance accordée à la scénographie : « Depuis une vingtaine d'années on a compris que des juxtapositions d'œuvres pouvaient produire du « sens » et ressembler à une forme de « collage » ou de « montage » (donc à une forme de « création artistique »). Les transformations que l'on peut produire sur une œuvre (ou un ensemble d'œuvres) « par l'accrochage » sont en fait « infinies ». Une peinture de Manet accrochée à côté d'une peinture de Vélasquez ou une peinture de Matisse à côté d'une de Picasso a des conséquences sur la « lecture » que l'on fait des deux œuvres. La scénographie d'exposition – comme la muséographie – est ainsi un exercice (largement subjectif) de « décomposition et recomposition » permanent qui n'est jamais neutre. » Victoria Newhouse a ainsi expliqué comment une même exposition consacrée à l'art égyptien (*L'Art égyptien à l'époque des pyramides*) avait pu faire l'objet de partis-pris quasiment opposés, lors de ses trois présentations en 1999-2000 à Paris, New York et Toronto<sup>24</sup>, alors qu'il s'agissait des mêmes objets. Au Grand Palais de Paris, Christiane Ziegler, directrice du département d'art égyptien au Louvre, avait réalisé une mise en scène exotique faisant référence au désert (sable sur le sol) et au paysage égyptien (couleurs des murs). Les objets placés en désordre sur le sol évoquaient les fouilles archéologiques. A l'opposé de cette mise en scène, à New York et à Toronto, les présentations utilisaient une neutralisation de l'espace afin que ces objets soient perçus comme des objets d'art intemporels.



Parfois, la scénographie devient l'élément central de l'exposition. En 2017, *Imagine Van Gogh* à la Grande Halle de La Villette casse ainsi les codes conventionnels de l'exposition en travaillant sur un principe d'immersion totale, un voyage fascinant dans les œuvres de Van Gogh sans exposer un seul de ses tableaux originaux.

---

<sup>24</sup>GLICENSTEIN, Jérôme, *L'art, une histoire d'exposition*, Paris, Presses Universitaires de France, 2010



Grâce à la vidéo projection multiple sur écrans géants et aux techniques de l'audio immersif, l'exposition permet de découvrir de manière ludique Van Gogh, loin du parcours « traditionnel » proposé par les musées. Alors que les toiles mesurent souvent 40 cm, les voiles d'images mesurent 5,50 m sur 11 m. Cette installation fait voler en éclats le conformisme avec lequel sont généralement présentées les images et la passivité ainsi attendue des spectateurs. Ainsi, lorsque l'art se mêle à la technologie et que les barrières tombent, nous ne sommes plus surpris de voir des parents allongés à même le sol et des enfants qui dansent, admirant les œuvres qui défilent sur 2 000 m<sup>2</sup> de projection durant une boucle de trente minutes, accompagnées de musiques signées Mozart, Bach ou encore Satie. Grâce à un jeu de fragmentation des toiles, les moindres détails des œuvres de Van Gogh deviennent perceptibles, comme l'exprime ainsi Annabelle Mauger : « Ce qui m'émeut dans le travail de Vincent Van Gogh, est d'entrer dans ses traits de pincesaux, courts, segmentés, droits d'où ressortent la fulgurante violence créative, pour au final donner un ensemble de contour souvent courbé et d'une grande douceur. Il y a dans le geste de Van Gogh tant de tendresse, d'intelligence sensible qu'il faut le voir ! C'est dans le détail des toiles que naît l'émotion. *Imagine Van Gogh* laisse les visiteurs déambuler librement, avec une diffusion en continu, sans indiquer un début ou une fin. Les œuvres se laissent longuement admirer pour inviter à la contemplation. Il semble alors loin le temps des textes de salles suggérant un sens de parcours, des cartels près de chaque tableau. Ici la place est laissée à l'émotion, à la rêverie, au rapport direct aux œuvres et invite chacun à se réinterroger sur sa relation à l'art. L'exposition nous prévient : « Les sens en éveil, vous approfondirez votre savoir et vivrez mille émotions dans une symphonie de lumières, de sons et de couleurs ».



En proposant plusieurs médias aux visiteurs, l'exposition *Jamaïca - Jamaïca* présentée en 2017 à la Philharmonie de Paris offre également une plongée immersive, cette fois-ci au cœur des mouvements et des conflits qui ont façonné les musiques jamaïcaines. Les vidéos rares et les instruments uniques côtoient la reconstitution d'univers musicaux comme les studios mythiques Studio One, Black Ark et King Tubby, et des installations interactives avec un sound system et des sélections à piloter soi-même.

Après la vue et l'ouïe, c'est un autre sens, l'odorat, qui est mis à l'honneur dans le parcours scénographique du Grand Musée du Parfum qui s'est ouvert fin 2016 dans un ancien hôtel particulier parisien. Les installations permettent aux visiteurs de mieux appréhender l'univers du parfum au travers de découvertes olfactives et d'immersions sensorielles. Toute la difficulté du musée repose ici sur le fait d'exposer quelque chose qui par définition est invisible. Le propos n'est donc pas de décrire simplement les étapes de la création ou de montrer des centaines de flacons et affiches de publicité. Après une première étape retraçant l'histoire de la parfumerie, les visiteurs sont conviés à une véritable expérience sensorielle et artistique qui les fait passer de spectateurs à acteurs. Dans un décor élégant et épuré, des fleurs gigantesques penchent leurs corolles devenues cloches olfactives pour les inviter à deviner les odeurs qui s'y cachent. Plus loin, des gouttes suspendues proposent de découvrir vingt-cinq des plus belles matières de la parfumerie d'une façon à la fois ludique et pédagogique. Une fois prise en main, la goutte dévoile son odeur ainsi qu'un commentaire associé. Le « bureau du parfumeur » propose quant à lui de comprendre les démarches de création des grands compositeurs de parfums.



La scénographie est donc devenue un enjeu croissant dans l'expérience de visite muséale. Couplée à d'autres facteurs de succès, elle peut permettre à certaines expositions de convoiter le statut de « blockbuster ».

#### 4) Les expositions blockbusters à la conquête des publics

##### a) Des expositions temporaires à la naissance des expositions blockbusters

Le terme « blockbuster » vient des États-Unis, où il a d'abord été employé pour qualifier les pièces de théâtre qui faisaient littéralement « exploser le quartier », puis il s'est généralisé pour caractériser les films à gros budgets dont on attend de gros revenus.<sup>25</sup>

Ce terme est utilisé depuis une dizaine d'années pour les œuvres d'art. L'exposition blockbuster est un mélange d'art et d'événementiel. Censée accroître l'attractivité du musée, c'est une exposition spectaculaire dont tout le monde parle qui attire un public très large et de nombreux sponsors. Le concept d'« eventocratie » inventé par le critique d'art Massimiliano Gioni reprend cette idée consistant à créer un événement autour des expositions organisées, où le spectaculaire de la forme prime parfois sur le fond et la création. Elle porte généralement sur les artistes les plus célèbres (choix d'une « tête d'affiche »), les œuvres les plus connues de tous, publics comme mécènes, et nécessite le plus souvent l'obtention de prêts d'œuvres majeures. Celles consacrées aux « maîtres anciens » (Van Gogh, Monet, Rembrandt...) sont les plus concernées par cette appellation « blockbuster », d'où l'inflation des expositions monographiques.

Elle s'appuie sur les outils traditionnels du marketing et de la communication (campagne publicitaire bien orchestrée, relations publiques, prix étudiés...) et sa scénographie est souvent très élaborée. La publicité répétitive et grand format est utilisée autour de l'exposition pour créer un événement qui donne l'impression qu'« il faut absolument » aller voir cette exposition. Créer le buzz devient alors l'une des priorités, comme en témoigne cette remarque d'Alain Seban : « *Dalí* aurait dû ouvrir mi-octobre, comme *Hopper*. On l'a décalée à fin novembre afin de créer l'événement ».

René Faroux, historien de l'art spécialisé dans la figuration narrative et commissaire d'exposition, évoque les risques de l'eventocratie : « Dans les années 1970 les expositions d'art contemporain étaient conçues par des historiens de l'art, des artistes, des critiques, des galeristes et des collectionneurs pour un public de connaisseurs, d'amateurs et d'artistes. A partir des années 1980, cette dimension « archéologique » s'est éteinte au bénéfice de la notion de loisirs culturels. Le public spécialiste est devenu un public jouisseur. Dès lors une rétrospective est devenue un événement, intégrant ici un spectacle, là des projections de films ou des concerts autour de l'exposition. On mélange les genres comme on met en regard des artistes qui

---

<sup>25</sup> FRANCK-DUMAS Elisabeth et GALLOT Clémentine, « Musées, appâts de géants », Next Liberation, publié le 11/10/15. [http://next.liberation.fr/arts/2015/10/11/musees-appats-de-geants\\_1401891](http://next.liberation.fr/arts/2015/10/11/musees-appats-de-geants_1401891)

n'appartiennent pas au même temps, comme ce fut le cas dans l'exposition *Picasso et les maîtres*. On n'éclaire rien, on juxtapose des noms en créant des « battle », des matchs comme une joute virtuelle, une compétition sportive. Ces mélanges mal dosés renvoient à un esprit de bateleur et de foire. A vouloir toucher tout le monde et plaire à tous, à vouloir tout montrer, on risque sérieusement de perdre en qualité. L'art a toujours été un marché mais sa mise en scène a pris le pas sur l'œuvre. »<sup>26</sup>

Cependant, vouloir créer l'événement autour d'une exposition n'est pas forcément synonyme d'une perte de discours scientifique au profit d'une pure course à la fréquentation. La récente Fondation Vuitton en est un exemple, elle s'est hissée en tête des records de fréquentation des expositions temporaires parisiennes avec *Icônes de l'Art Moderne. La collection Chtchoukine* qui s'est déroulée d'octobre 2016 à mars 2017. Les visiteurs pouvaient y admirer vingt-neuf tableaux de Picasso, vingt-deux de Matisse, douze de Gauguin et encore beaucoup d'autres de Manet, Monet, Van Gogh, mais aussi des œuvres des avant-gardes russes comme Malevitch et Popova. La barre du million de visiteurs a été franchie (1,2 million précisément, soit 9800 visiteurs par jour en moyenne) en moins de cinq mois ce qui n'était pas arrivé en France depuis l'exposition « Toutankhamon et son temps » au Petit-Palais en 1967, qui avait fait 1,24 million d'entrées. Joachim Monégier du Sorbier, Directeur des publics de la Fondation Vuitton explique que « le succès mesuré au nombre de visiteurs a été une surprise », même s'il précise également que « la commissaire de l'exposition Anne Baldassari avait assuré qu'on accueillerait plus de 1 million de visiteurs sur cette exposition »<sup>27</sup>. Il indique que la Fondation a eu la capacité à « surfer sur cette vague », avec par exemple une vraie souplesse pour aménager les horaires et assurer deux semaines de prolongation qui ont permis d'accueillir 200 000 visiteurs supplémentaires. La souplesse s'est également traduite dans les horaires d'ouverture, initialement de 11h à 20h, puis de 10h à 20h, puis de 9h à 20h et enfin de 7h à 23h ! Quelques mois avant le début de l'exposition, la billetterie a été ouverte à la Fnac, ce qui a permis d'attirer un public autre que celui de l'Ile de France. Selon lui, une véritable « alchimie » a opéré : « on cherche tous aujourd'hui à écrire ce story-telling, le story-telling est fondamental dans l'atteinte de ce blockbuster ».<sup>28</sup>

Mais cet événement a aussi profité à la Fondation Vuitton plus largement, puisqu'elle compte aujourd'hui 800 adhérents, dont 600 adhérents grâce à l'exposition Chtchoukine.

---

<sup>26</sup> RAINGEARD, Jean-Michel, « Publics et musées : de nouveaux rapports culturels ? », *L'Ami de Musée*, Dossier Les musées et leurs publics, N°40, Printemps 2014

<sup>27</sup> Conférence « Les stratégies de l'exposition blockbuster », le 28/03/17

<sup>28</sup> Ibid.

Joachim Monégier du Sorbier explique ainsi que « l'objectif n'est pas d'enchaîner les blockbusters mais les succès et d'accroître la notoriété de la Fondation. Elle a une mission d'intérêt général qui consiste à faire connaître l'art moderne et contemporain au plus grand nombre et en particulier aux plus jeunes. En outre, un peu plus d'un quart du public vient de l'étranger. L'ambition de la Fondation est de rayonner plus largement à l'international dans son visitorat. »

Toutefois, l'organisation d'expositions blockbusters n'est pas à la portée de tous les musées. Alors que de nombreux musées de province sont menacés de fermeture, ce sont majoritairement les grands musées parisiens qui organisent ces expositions blockbusters : le Louvre, le Centre Georges Pompidou, le Grand Palais, le musée d'Orsay, le musée du quai Branly.

### **b) Concentration des expositions blockbusters dans des musées « super-stars »**

Les records d'affluence rencontrés par les expositions des musées « super-stars » se multiplient. En 2009 par exemple, l'exposition *Picasso et les maîtres* accueille 783 000 visiteurs<sup>29</sup> au Grand Palais, *Kandinsky* 703 000 au Centre Georges Pompidou et *Titien, Tintoret, Véronèse*, 410 000 au Louvre. En 2010, le Grand Palais bat à nouveau des records, 913 000 visiteurs, avec une « tête d'affiche » parmi les plus connues du grand public pour son exposition sobrement intitulée...*Monet*. En 2012, c'est le Centre Georges Pompidou qui crée l'événement avec *Dali* et ses 790 000 visiteurs. Les années suivantes témoignent d'un engouement qui ne faiblit pas pour ces grandes expositions blockbusters : *Georges Braque, Niki de Saint Phalle, Jeff Koons...* Si ces expositions mettent en avant des artistes très célèbres, gages de succès auprès d'un public élargi, un phénomène plus étonnant a pris de l'ampleur ces quinze dernières années. Certaines expositions ne mettent pas à l'honneur un artiste en particulier ou un vis-à-vis de deux grands artistes, mais choisissent de traiter un angle thématique plus large pour regrouper plusieurs formes artistiques. Les titres d'exposition choisis témoignent de ce changement de discours. *Elles@centrepompidou* rencontre ainsi un vif succès en 2009 en proposant à ses 870 000 visiteurs un parcours thématique et chronologique, consacré aux artistes femmes, réunissant une sélection de 350 œuvres de 150 artistes, du début du XX<sup>e</sup> siècle à nos jours. En 2015, le musée du quai Branly propose un autre thème qui aurait pu sembler au premier

---

<sup>29</sup> Département de la Politique des publics, Direction générale des Patrimoines, ministère de la Culture et de la Communication. Tableau en annexe.

abord s'adresser à un public plus restreint : *Tatoueurs, Tatoués*. L'exposition accueillera pourtant 702 000 visiteurs !

Parfois, sans stratégie préméditée de la part de l'institution culturelle, les expositions dépassent largement leurs attentes en termes de fréquentation. Ce fut le cas de *Danser sa vie* qui s'est déroulée en 2012 au Centre Georges Pompidou et a attiré 386 000 visiteurs. Les artistes exposés permettaient de découvrir les interactions entre la danse et les arts plastiques, dans la tradition des grandes manifestations transdisciplinaires. Près de 450 œuvres des années 1900 à 2012 étaient présentées sur plus de deux mille mètres carrés, des chefs-d'œuvre de Matisse à Warhol mais aussi des chorégraphies qui marquèrent un siècle de danse, de Nijinski à Merce Cunningham.

Certains musées peuvent donc aussi connaître de belles surprises en termes de fréquentation sur ce type d'expositions, néanmoins ce sont majoritairement les mêmes que ceux qui programment des grands rendez-vous « incontournables » autour d'artistes très souvent exposés.

Avec le développement des expositions blockbusters, les musées pourraient être tentés d'organiser majoritairement de grandes expositions autour d'artistes déjà maintes fois présentés et qui ont fait « leur preuve » en termes de nombres de visiteurs, au lieu de faire découvrir des artistes plus méconnus du grand public. Toutefois, ces grandes expositions plébiscitées par un large public ne sont pas pour autant dénuées de discours scientifique. Par ailleurs, elles permettent de financer des expositions d'artistes peu connus et de les intégrer dans la programmation culturelle des musées.

La médiatisation dont bénéficient ces expositions laisse également présager du développement d'un système à deux vitesses, seules les grandes institutions parviendraient à connaître le succès car elles seraient les seules à détenir les moyens financiers nécessaires à ces grands événements. Le phénomène des expositions blockbusters engendre aussi le risque d'un système à deux vitesses entre Paris et la province, puisque ce sont majoritairement les grands musées parisiens qui organisent ces expositions (le Louvre, le Centre Georges Pompidou, le Grand Palais et le musée d'Orsay en sont quatre lieux emblématiques) alors que de nombreux musées de province sont menacés de fermeture.

Enfin, en mettant en avant le nombre de visiteurs comme un indicateur clé, cela met l'accent sur une vision « statistique » au service d'une segmentation de la demande. A contre-courant d'une politique de l'offre caractérisant habituellement le milieu culturel, elle pourrait accompagner une certaine marchandisation de la culture.

## **II) FORTE MÉDIATISATION ET VARIÉTÉ DES DISPOSITIFS DE MÉDIATION : DES LEVIERS INCONTOURNABLES DES EXPOSITIONS BLOCKBUSTERS ?**

Cette deuxième partie est consacrée à l'étude de deux expositions blockbusters : *Vermeer et les maîtres de la peinture de genre* au Louvre et *Rodin, l'exposition du centenaire* au Grand Palais. Après avoir présenté les partis pris de ces deux expositions, notre analyse portera principalement sur leur médiatisation et les dispositifs de médiation déployés. Nous évaluerons ainsi la place accordée à chacun de ces leviers. Nos enquêtes terrain auprès des visiteurs de *Rodin, l'exposition du centenaire* permettront de prendre du recul et de mieux cerner la diversité des expériences de visite vécues par les publics.

### **1) Présentation du corpus**

#### **a) L'exposition *Vermeer et les maîtres de la peinture de genre* au Louvre**

Cette exposition s'impose comme un événement car c'est la toute première exposition consacrée à Vermeer en France depuis 1966. Elle réussit la prouesse de réunir à Paris douze œuvres de Vermeer, soit un tiers des trente-six tableaux de l'artiste. Des prêts exceptionnels de tableaux ont été consentis au Louvre, et notamment *La Laitière* qui ne sort presque jamais du Rijksmuseum.

Voici un rappel des principales expositions ayant rassemblé des œuvres de Vermeer :

- 1866, Palais des Champs-Élysées, *Exposition rétrospective : Tableaux anciens empruntés aux galeries particulières*.

4 œuvres : *Jeune fille au collier de perles* (Berlin, Staatliche Museen zu Berlin), *Le Géographe* (Francfort, Städel Museum), *Jeune femme debout au virginal* (Londres, The National Gallery), *La Leçon de musique interrompue* (New York, Frick Collection).

- 1914, Sedelmeyer Gallery, *Hundred Masterpieces. A Selection from the Pictures by Old Masters which form or haveformed part of the Sedelmeyer Gallery*.

3 œuvres : *Jeune fille au collier de perles* (Berlin, Staatliche Museen zu Berlin), *Le Géographe* (Francfort, Städel Museum), *La Lettre* (Dublin, National Gallery of Ireland).

- 1921, Jeu de Paume, *Exposition hollandaise. Tableaux, aquarelles et dessins anciens et modernes*. 3 œuvres : *Vue de Delft* (La Haye, Mauritshuis), *La Laitière* (Amsterdam, Rijksmuseum), *Jeune fille à la perle* (La Haye, Mauritshuis).

- 1966, musée de l'Orangerie, *Dans la lumière de Vermeer*

12 oeuvres : *Diane et ses nymphes* (La Haye, Mauritshuis), *La Laitière* (Amsterdam, Rijksmuseum), *Vue de Delft* (La Haye, Mauritshuis), *La Ruelle* (Amsterdam, Rijksmuseum), *Jeune femme à l'aiguière* (New York, Metropolitan Museum of Art), *Jeune fille à la perle* (La Haye, Mauritshuis), *Portrait d'une jeune femme* (New York, Metropolitan Museum of Art), *La Dentellière* (Paris, musée du Louvre), *L'Art de la Peinture* (Vienne, Kunsthistorisches Museum), *L'Astronome* (Paris, musée du Louvre), *La Lettre* (Dublin, National Gallery of Ireland), *Jeune femme debout au virginal* (Londres, The National Gallery).



*La Laitière*, vers 1658-1659, Huile sur toile, 45,5 x 41 cm. Amsterdam, Rijksmuseum © Amsterdam, The Rijksmuseum



*Le Géographe*, 1669, Huile sur toile, 51,6 x 45,4 cm. Francfort, Städtisches Konstinstitut © Städt. Museum - ARTOTHEK

Si l'exposition est un événement, c'est aussi car le Louvre présente Vermeer aux côtés d'autres maîtres hollandais, révolutionnant ainsi la manière dont on appréhende sa peinture.

Elle s'inscrit d'ailleurs plus largement dans une Saison consacrée au Siècle d'or hollandais au musée du Louvre.

Réouverture des salles de peinture des Écoles du Nord (XVII<sup>e</sup> -XIX<sup>e</sup> siècles) :

Après onze mois de travaux, 530 tableaux hollandais et flamands retrouvent dans un nouvel accrochage les 20 salles rénovées du deuxième étage de l'aile Richelieu.

Exposition *Dessiner le quotidien. La Hollande au Siècle d'or* :

Cette exposition de dessins retrace le développement de la scène de genre au XVII<sup>e</sup> siècle.

Exposition *Chefs-d'œuvre de la collection Leiden. Le siècle de Rembrandt* :

Le Louvre présente une sélection d'œuvres du Siècle d'or hollandais de la collection Leiden.



Cette exposition invite donc les visiteurs à découvrir les collections permanentes ainsi que des expositions-dossiers, comme en témoigne ce panneau en fin de visite.



## **b) L'exposition *Rodin, l'exposition du centenaire au Grand Palais***

Le Grand Palais présente chaque année des expositions d'art ambitieuses comme *Monet, Picasso et les maîtres, Niki de Saint Phalle, MONUMENTA* ou encore *Hergé*. Le musée aborde aussi bien des sujets grand public que des thèmes plus pointus, toutes les formes de la création y sont représentées (peinture, sculpture, photographie...) ainsi que toutes les époques.

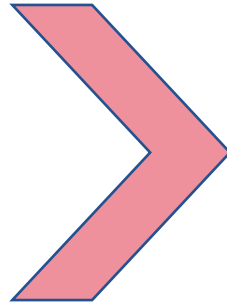
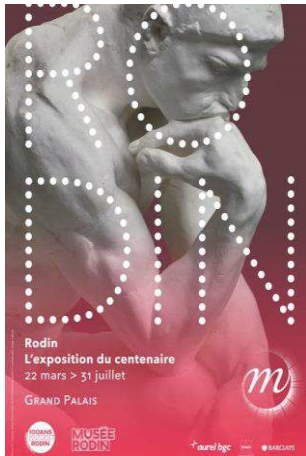
À l'occasion du centenaire de la mort de Rodin (1840-1917), le communiqué de presse de l'exposition nous explique que « le musée Rodin et la réunion des musées nationaux - Grand Palais s'associent pour célébrer l'artiste. L'exposition met en évidence l'univers créatif de Rodin, ses rapports avec le public et la manière dont les sculpteurs se sont appropriés son esthétique. Riche de plus de 200 œuvres de Rodin, elle comprend aussi sculptures et dessins de Bourdelle, Brancusi, Picasso, Matisse, Giacometti, Beuys, Baselitz, Gormley...et renouvelle le regard porté sur ce géant de la sculpture. » En effet, deux tiers des œuvres présentées ici sont de Rodin et un tiers des œuvres d'autres sculpteurs. Les vis-à-vis démarrent avec Picasso et se poursuivent avec des artistes contemporains comme Wilhem de Kooning dans les années 60-70, les Nouveaux Fauves allemands avec Markus Lüpertz et Georg Baselitz ou encore des jeunes sculpteurs comme l'Américain Thomas Houseago.

Catherine Chevillot, co-commissaire de l'exposition, précise en outre dans le catalogue de l'exposition que cet événement est « la pièce maîtresse d'un riche programme imaginé pour le centenaire : manifestations sur tout le territoire dans le réseau des musées de France, et dans le monde entier ; expositions, sorties de films et publications, inscription de Rodin au baccalauréat d'art plastique, édition d'un timbre par La Poste et d'une pièce par la Monnaie de Paris, nouvelles éditions originales de bronzes par le musée...»

L'exposition se décompose en trois grandes parties : « Rodin expressionniste », « Rodin expérimentateur » et « Rodin : l'onde de choc ». Chacune de ces parties permet de montrer à la fois des œuvres emblématiques de Rodin, mais aussi de découvrir des pans de sa création plus méconnues du grand public (tels que « les dessins noirs » et les assemblages). Si elle s'impose comme une exposition-événement, certaines salles traitent de thématiques plus confidentielles qui auraient tout à fait leur place dans une exposition-dossier, comme « Le plâtre : un univers rodinien » ou encore « Collectionner Rodin aujourd'hui ».

En outre, malgré le titre *Rodin, L'exposition du centenaire* et une affiche centrée sur *Le Penseur* qui pourraient laisser croire qu'il s'agit d'une grande rétrospective sur Rodin, il n'en est rien. Ici, dans chaque salle, les œuvres de Rodin dialoguent avec celles d'artistes qui ont tantôt

marché dans ses pas, tantôt rejeté son approche de la sculpture, des vis-à-vis qui bousculent le regard des visiteurs.



*De l'affiche accrocheuse avec son visuel « grand public » ... à la réalité d'une exposition qui fait dialoguer les œuvres de Rodin avec celles d'autres sculpteurs*

### **c) Deux expositions aux partis pris ambitieux**

Si l'exposition au Louvre est déjà un événement en parvenant à rassembler 12 toiles de Vermeer, son discours scientifique a lui aussi été très réfléchi pour présenter un projet ambitieux et novateur. Comme l'exprime Blaise Ducos, le commissaire de l'exposition : « Trouver quelque chose de neuf à dire sur Vermeer c'est quand même la quadrature du cercle. Ce qu'on a essayé de faire dans l'exposition c'est de dresser le répertoire des relations possibles entre les artistes. Ça peut être le plagiat, ça peut être le vol intellectuel littéralement, ça peut être la citation en forme d'hommage, ça peut être une espèce de tribut qu'on paie à un grand qu'on essaie d'honorer, ça peut être aussi une citation, et tout ça contribue à une forme de discussion, de conversation devant les œuvres qui je l'espère sera celle de nos visiteurs. »<sup>30</sup>

Le pari de Blaise Ducos semble réussi, « plusieurs m'ont dit vous avez osé. On ne se rend pas toujours compte de ce qu'on ose faire soi-même. Mettre Vermeer à côté des autres et non pas sur un autel, sur un trône, sur un piédestal. Mais vous avez eu raison m'ont-ils dit car évidemment il en sort vainqueur mais on le comprend mieux. C'est vrai que l'exposition s'attache en comparant les uns avec les autres, tous ces petits génies, cette ruche, à mettre en avant la nature de la contribution de Vermeer. »<sup>31</sup> En effet, Vermeer n'est pas toujours

<sup>30</sup> <http://www.rtl.fr/culture/arts-spectacles/vermeer-au-musee-du-louvre-une-exposition-sublime-une-revelation-7787329710>

<sup>31</sup> Ibid.

l'initiateur des scènes de genre raffinées et élégantes. Il intervient souvent en fin de chaîne, sa peinture est plus épurée, la lumière et l'espace sont ses vrais sujets.

Les expositions de sculpture, quant à elles, sont plus rares, non seulement parce qu'elles entraînent des contraintes techniques et financières importantes, mais aussi parce qu'elles ne déplacent pas les foules, contrairement à la peinture qui a la préférence du public. À part Rodin et Michel-Ange, les sculpteurs n'attirent pas beaucoup les visiteurs. L'exposition aborde ici Rodin en se tournant plutôt vers le XX<sup>e</sup> siècle et l'avenir que vers le passé, et ne choisit donc pas de revenir sur Michel-Ange ou sur l'antiquité qui ont été beaucoup montrés. Cette exposition surprend par l'omniprésence d'autres sculpteurs (ses disciples et héritiers directs mais aussi les grands du XX<sup>e</sup> siècle jusqu'à des œuvres contemporaines) et par la quasi-absence de Camille Claudel.

Comme l'explique Hélène Pinet, co-commissaire de l'exposition, contrairement à ce que pourrait suggérer le titre de l'exposition, il ne s'agit pas d'une rétrospective, mais d'une confrontation du maître avec d'autres artistes, essentiellement des XX<sup>e</sup> et XXI<sup>e</sup> siècles, afin de souligner son rôle de précurseur. : « Il y a toujours beaucoup de contraintes pour une exposition. D'abord son ampleur, parce qu'effectivement on montre quand même quasiment toute la carrière de Rodin, et puis on a voulu le mettre en regard avec les artistes de son temps, parce que Rodin était regardé dès la fin du XIX<sup>e</sup> siècle par des artistes de toute l'Europe, et de montrer ce que les artistes avaient vu, ce qu'ils avaient retenu de son œuvre. Donc vous voyez, il y a un parcours un peu chronologique sur l'œuvre de Rodin mais aussi sur tout ce qu'il a apporté, ce côté novateur dans l'art. Donc il a fallu faire des choix à la fois dans l'œuvre de Rodin, dans l'œuvre des artistes de son époque, dans l'œuvre de Rodin qui est non seulement la sculpture mais aussi les dessins, et puis après choisir des artistes du XX<sup>e</sup> siècle qui avaient bien regardé Rodin, qui parfois avaient voulu refuser et nier l'apport qu'il avait pu leur apporter. Et donc c'est tout ce jeu qui est mis en regard ici et qui n'a pas été facile à organiser. »<sup>32</sup>

Après avoir présenté dans cette partie les deux expositions étudiées et leurs partis pris, nous allons nous intéresser plus particulièrement dans la partie suivante aux leviers utilisés par les musées pour attirer et faire cohabiter des visiteurs aux profils variés.

---

<sup>32</sup> <http://www.lefigaro.fr/arts-expositions/2017/03/28/03015-20170328ARTFIG00114-visite-guidee-en-direct-de-l-exposition-rodin-au-grand-palais-a-paris.php>

## 2) Invariants et variations : des expositions saisies par une diversité de discours

### a) Une médiatisation multicanale avant et pendant les expositions

L'entreprise culturelle possède un large pouvoir sur ses activités de relations publiques. Toutefois le dernier mot revient souvent aux médias, qui peuvent décider de ne pas tenir compte de l'information qu'elle leur a fournie ou de n'en diffuser qu'une partie, avec tous les risques et toutes les lacunes que cela peut comporter.

Les supports de médiatisation utilisés sont variés : retombées presse via les Relations Publiques, encarts publicitaires en presse (achat d'espace média), affichage en ville et dans les réseaux de transports, marketing direct avec l'envoi de Newsletters, sites internet des institutions culturelles ou encore animation des réseaux sociaux participent à l'éventail des leviers utilisés par les musées pour attirer des publics variés.

Ainsi, si l'on attribue habituellement à l'affiche une fonction de rappel de la campagne principale, le marketing direct a quant à lui l'avantage de cibler les visiteurs beaucoup plus précisément que les médias de masse et établit une communication plus personnalisée. Il permet de communiquer un message dense et de présenter des offres complexes sans être contraint par la limite d'espace ou de temps qu'imposent les supports publicitaires traditionnels. Les réseaux sociaux (Facebook, Twitter etc) ajoutent une dimension d'échange et créent des liens avec les internautes. Ils impliquent les publics en leur donnant des outils pour diffuser l'information et ainsi passer de récepteur passif à acteur engagé.

Les institutions culturelles développent des relations étroites avec les journalistes afin de bénéficier d'une large couverture sur les expositions-événements en cours et à venir. Compte tenu du montant très élevé que représente la valorisation des retombées presse, ces actions sont incontournables dans la stratégie de médiatisation.

En 2016, le fichier presse du Grand Palais compte ainsi 3 560 journalistes<sup>33</sup>. A titre d'exemple, la valorisation des retombées presse a été estimée à 4,5M€ pour l'exposition *Mexique*, 5,9M€ pour *Carambolages* et a même atteint 23,6 M€<sup>34</sup> pour l'exposition *Hergé* qui a bénéficié au total de 2 060<sup>35</sup> retombées tous médias confondus (radio, télévision, magazines, blogs...). Dans le cadre de l'exposition Rodin, la presse spécialisée relaie largement des messages

---

<sup>33</sup> Rapport d'activité 2016 Rmn – Grand Palais, p.60

<sup>34</sup> Ibid., p.61

<sup>35</sup> Ibid., p.63

élogieux et en ligne avec le dossier de presse soulignant l'événement que cette exposition représente, l'influence primordiale de Rodin sur les sculpteurs modernes et contemporains ainsi que la célébration de centenaire de sa mort au travers d'un ensemble de manifestations. Les journalistes communiquent sur le fait qu'il ne s'agit pas d'une simple rétrospective mais d'une exposition très riche faisant dialoguer les œuvres de Rodin et celles de ses descendants. *BeauxArts Magazine* parle ainsi de « Rodin, l'empreinte d'un géant » et souligne qu'« à l'occasion du centenaire de sa mort, c'est le Grand Palais qui offre à Rodin ses espaces en mettant l'accent sur son incessante capacité de renouvellement, son goût permanent de l'expérimentation, mais aussi l'influence considérable qu'il eut et a encore sur les artistes.»<sup>36</sup> La présence marquante de nombreux artistes dans le parcours de l'exposition est soulignée : « Rodin face à tous ses descendants. C'est à la fois un choc de titans et un choc générationnel. Cent ans après sa mort, le père de la sculpture moderne se mesure aux prodiges qu'il a enfantés: Alberto Giacometti, Germaine Richier, Georg Baselitz, Anselm Kiefer...(...) L'idée est simple et efficace : montrer tout ce que les sculpteurs modernes et contemporains doivent à Rodin en confrontant leurs œuvres à ses créatures de plâtre, de marbre ou de bronze plus vraies que nature. »<sup>37</sup>

*Connaissance des Arts* prévient ses lecteurs que « la vague rodinienne déferle ce printemps »<sup>38</sup> et leur recommande vivement de se rendre à l'exposition : « Ce regard porté sur Rodin par des générations successives d'artistes donne le tempo de l'exposition du Grand palais, libérée du modèle classique de la rétrospective. (...) La manifestation du Grand Palais témoigne d'un magma en perpétuelle fusion. Elle montre encore l'extraordinaire regain d'intérêt pour cet œuvre fleuve chez les artistes depuis la fin du siècle dernier, dans un rejet de l'art conceptuel et minimal. (...) De nombreuses manifestations en France et à l'étranger se sont fédérées dans un hommage d'une ampleur sans précédent au sculpteur mort en 1917. (...) Programme complet à découvrir au fil de l'année sur [www.rodin100.fr](http://www.rodin100.fr) . ★★★ »

La presse généraliste s'emballe également pour cet événement, le Grand Palais n'hésite d'ailleurs pas à citer quelques commentaires sur son propre site internet, on peut ainsi y lire par exemple : « Renoncer à une banale rétrospective et trouver autre chose. Ce qui a été fait et bien fait » (*Le Monde*).<sup>39</sup>

---

<sup>36</sup> BÉTARD, Daphné (et al.) « Les 60 meilleures expositions à voir en 2017 », *BeauxArts*, janvier 2017

<sup>37</sup> BÉTARD, Daphné « Rodin, un centenaire très contemporain », *BeauxArts*, avril 2017

<sup>38</sup> COIGNARD, Jérôme, « La vague Rodin et Claudel », *Connaissance des Arts*, mai 2017

<sup>39</sup> DAGEN, Philippe, *Le Monde*, le 22/03/17

Si l'exposition Rodin bénéficie de belles retombées presse, l'exposition Vermeer connaît elle aussi un engouement des journalistes. La médiatisation orchestrée par le service presse du Louvre souligne au travers de son dossier de presse le caractère exceptionnel de cette exposition à ne surtout pas manquer, comme témoigne l'emploi des mots « événement », « figure si célèbre », « réunissant pour la première fois », « prêts exceptionnels consentis », « comme jamais auparavant », « dispositif inédit », « l'engouement du public ».

Les journalistes peuvent ainsi lire dans le dossier de presse qu'il s'agit d'« une exposition-événement que le musée du Louvre, en collaboration avec la National Gallery of Ireland et la National Gallery of Art de Washington, organise autour de la figure aujourd'hui si célèbre de Vermeer. Réunissant pour la première fois à Paris depuis 1966 douze tableaux de Vermeer (soit un tiers de l'œuvre connu du maître de Delft), l'exposition explore le réseau fascinant des relations qu'il a entretenues avec les autres grands peintres du Siècle d'or hollandais. Les prêts exceptionnels consentis par les plus grandes institutions américaines, britanniques, allemandes et bien sûr néerlandaises, permettent de montrer Vermeer comme jamais auparavant. »<sup>40</sup>

Suite aux files d'attentes interminables pour accéder à l'exposition, le Louvre n'hésite pas à en profiter pour accentuer l'événement exceptionnel que représente cette exposition, tournant ce désagrément positivement tout en informant de la mise en place de nocturnes :

« Ce dispositif, inédit au Louvre, est à la mesure de l'événement que constituent ces deux expositions et de l'engouement du public pour les œuvres de Vermeer et de Valentin. En effet, les prêts exceptionnels consentis par les plus grandes institutions américaines, britanniques, allemandes et bien sûr néerlandaises, permettent de montrer Vermeer comme jamais auparavant. Le musée du Louvre et ses équipes se mobilisent pour permettre au plus grand nombre d'admirer ces chefs-d'œuvre. »<sup>41</sup>

Pour leur part, les journalistes reprennent largement ce discours d'exposition-événement dans leurs articles, caractérisant ainsi de manière sous-jacente cette exposition comme un blockbuster. Ainsi, si *Le Figaro* souligne les plaintes du public dues aux longues files d'attente (« créneaux de visite saturés », « files d'attente interminables »), il met aussi l'accent sur le caractère exceptionnel de cette exposition qui parvient à rassembler douze Vermeer et sur l'affluence record (plus du double de visiteurs par rapport à des expositions passées considérées comme des grands succès), ce que ne manqueront sûrement pas de retenir les lecteurs : « En 2012, les expositions *Raphaël, les dernières années* et *La Sainte Anne, l'ultime chef-d'œuvre de*

---

<sup>40</sup> <http://presse.louvre.fr/vermeer-et-les-maitres-de-la-peinture-de-genre/>

<sup>41</sup> <http://presse.louvre.fr/dix-nocturnes-pour-les-derniers-jours-des-expositions-vermeer-et-les-maitres-de-la-peinture-de-genre-et-valentin-de-boulogne-reinventer-caravage-22-fe/>

*Léonard de Vinci*, considérées comme de grands succès, ont attiré en moyenne 4.000 personnes par jour. Mais Vermeer et Valentin de Boulogne en accueillent déjà plus du double (9.400). »<sup>42</sup>

Malgré ces critiques sur la gestion des flux de visiteurs, le Louvre ne peut que se réjouir lorsque *Le Figaro* relaie en ces mots l'exposition Vermeer : « Tous les musées recherchent LA grande exposition capable d'attirer du public et d'entretenir leur rayonnement à l'international. La réunion de douze Vermeer avec d'autres œuvres de maîtres néerlandais de la scène de genre, au Louvre, est assurément de celle-là. » Et si le Louvre ne cherche pas simplement à présenter LA grande exposition mais aussi à proposer dans sa programmation une alternance d'expositions-événements et d'expositions-dossiers (l'exposition blockbuster étant une belle opportunité d'inciter les visiteurs à découvrir d'autres expositions), il ne pourra que se réjouir de cette retombée dans *BeauxArts* : « Idéales pour poursuivre cette plongée dans l'art hollandais du XVII<sup>e</sup> siècle, les expositions *Chefs-d'œuvre de la collection Leiden* et *La Hollande au Siècle d'or* présentées au même moment dans l'aile Sully et la rotonde Sully du musée du Louvre. »<sup>43</sup>

Les retombées presse sont certes primordiales pour toute exposition-événement, mais les musées ne délaissent pas pour autant le support classique d'affichage. Il permet une mise en avant sur un média de masse, avec un visuel choisi par le service communication. Pour cela, quel meilleur support que d'apparaître en premier lieu à la vue de tous les passants, sur les façades de lieux aussi prestigieux et emblématiques que sont le Louvre et le Grand Palais ?



Les grandes affiches des expositions Vermeer et Rodin n'y ont pas échappé, avec des visuels qui participent à une communication très « grand public » comme en témoignent les deux œuvres choisies les plus connues : *La Laitière* et *Le Penseur*.

<sup>42</sup> <http://www.lefigaro.fr/culture/2017/02/28/03004-20170228ARTFIG00097-expo-vermeer-le-louvre-ouvre-plus-grand-les-portes.php>

<sup>43</sup> BÉTARD Daphné (et al.) « Les 60 meilleures expositions à voir en 2017 », *BeauxArts*, janvier 2017

L'affichage permet également de cibler des réseaux de visibilité en fonction des publics potentiels, le Grand Palais l'utilise largement en ville et dans les transports.



Cependant, l'affichage tout comme la presse, la télévision ou la radio, reste un média de masse, elle ne permet pas de cibler aussi précisément les potentiels visiteurs que le marketing direct avec des outils CRM très poussés. Ainsi, depuis 2012 une Direction des publics et du numérique a été mise en place à la Réunion des musées nationaux - Grand Palais. Elle s'organise autour de trois entités principales : une sous-direction des publics en charge de la médiation culturelle et des conférenciers, une sous-direction du numérique en charge de la production et de la diffusion de contenus numériques autour des expositions ainsi que de la valorisation et de la diffusion d'images d'art, et une cellule études et marketing transversale chargée de la connaissance et du développement des publics grâce aux enquêtes et au CRM. Le Grand Palais affiche clairement l'un de ses objectifs : « Chaque exposition est une occasion de repenser notre stratégie de communication, en fonction des cibles et des enjeux identifiés. Nous agissons pour faire de chaque exposition un événement à part entière. »<sup>44</sup>

La communication vise à faire venir un large public et à lui proposer l'ensemble des offres culturelles de l'exposition : visite guidée ou audioguide, participation à un débat, à une projection, achat d'un catalogue, d'une édition numérique... Le plan de communication est décliné sur le site internet du Grand Palais et sur les réseaux sociaux. Des teasers et bandes annonces vidéo sont diffusées en amont de l'ouverture, le ton et la forme de ces productions numériques varient : interviews des commissaires, web-documentaires, jeux, anecdotes... Le but est de faire venir les amateurs rapidement, en pariant sur un bouche-à-oreille positif pour conquérir de nouveaux publics.

La communication est relayée par le biais de campagnes d'e-mailings ainsi que par les partenaires médias du Grand Palais, institutionnels ou commerciaux. Le développement de ces

---

<sup>44</sup>Rapport d'activité 2016 Rmn – Grand Palais, p.58



supports est visible dans les résultats des enquêtes auprès des publics des expositions du Grand Palais. À la question : « comment avez-vous pris connaissance de l'exposition ? », les sources numériques (tous sites web y compris presse et réseaux sociaux) sont citées par 27 % des personnes interrogées au printemps 2016 contre 17 % des personnes interrogées à l'automne 2013. Cette hausse se fait principalement au détriment de la presse écrite qui diminue de 41 % à 22 %.<sup>45</sup>.

Si la médiatisation apparaît comme un levier essentiel des expositions blockbusters, nous pouvons noter qu'étonnamment dans le cadre de ces deux expositions étudiées peu de retombées portaient sur la scénographie.

### **b) Des expositions de Beaux-Arts peu dépendantes d'une scénographie spectaculaire**

L'exposition Vermeer est présentée dans l'espace du Hall Napoléon, créé par Pei à une époque où l'afflux de visiteurs était moindre. Elle ne permet pas de rassembler plus de 250 personnes à la fois. Le parcours reprend les thèmes des scènes de genre chères à l'époque (la lettre, la toilette, la visite, la pesée d'or...) qui restituent le quotidien idéalisé de la nouvelle classe aisée du XVII<sup>e</sup> siècle dans différentes villes des Pays-Bas.

L'accrochage reste particulièrement classique, les toiles de Vermeer sont installées aux côtés d'une soixantaine d'œuvres de ses contemporains, autres maîtres hollandais de la peinture de genre. Le format de ces petits tableaux presque miniaturistes invite à une attention particulière compte tenu de la précision des décors, avec l'impression de forcer l'intimité des personnages de ces intérieurs raffinés. La juxtaposition de toiles pratiquement identiques sur le plan de la composition, du sujet ou de la perspective offrent un élément de comparaison entre des approches picturales différentes. Cet accrochage sobre permet ainsi de retrouver les thèmes récurrents, les emprunts des uns et des autres, les imitations et les réponses.

---

<sup>45</sup> DONNAT, Olivier (dir.), « Les publics in situ et en ligne », *Revue Culture & Recherche*, N° 134, hiver 2016-2017



A gauche: Pieter de Hooch, *La peseuse d'or*, vers 1664, Berlin, Staatliche Museen zu Berlin.

A droite: Johannes Vermeer, *Femme à la balance*, vers 1664, Washington National Gallery of art.

Ainsi, si ces deux peintures présentent beaucoup de similitudes, Pieter de Hooch souligne l'attitude gracieuse et le luxe raffiné du décor alors que Vermeer entoure son sujet de mystère et rappelle la vanité de toute richesse par le tableau du jugement dernier à l'arrière-plan.

Dans le cas de l'exposition Rodin, la scénographie réalisée par Didier Blin se veut également sobre pour ne pas prendre le pas sur les œuvres qui se suffisent à elles-mêmes. Il n'y a donc pas de recherche de spectaculaire, ce qui explique entre autres le choix des tonalités, comme l'explique le dossier de presse : « L'aménagement scénographique est marqué par un mobilier sobre aux lignes épurées, favorisant le regard sur la sculpture. Les dominantes chromatiques du parcours sont de couleurs claires, gris clairs et bruns taupés légers traités en camaïeux et ponctuellement un rouge vif, en référence à l'exposition de Prague. Le plan de l'exposition, joint en annexe 11, permet de mieux comprendre comment se fait le parcours des visiteurs au travers des trois thématiques « Rodin expressionniste », « Rodin expérimentateur » et « Rodin, l'onde de choc » dans les Galeries E, F et G situées au rez-de-chaussée et au 1<sup>er</sup> étage.

Le dossier de presse souligne que « le parcours de l'exposition est conçu comme reflet de la trajectoire de l'artiste. Son œuvre, sa capacité d'invention, son influence et sa postérité apparaissent comme autant de facettes, qui constituent l'épine dorsale de la scénographie de l'exposition et nourrissent chacun des espaces. »

La disposition des bronzes, plâtres et marbres reste conventionnelle. Les œuvres des autres sculpteurs dispersées tout au long du parcours et confrontées à celles de Rodin auraient pu légitimer le titre « Rodin, l'onde choc » pour l'ensemble de l'exposition tant leur présence frappe les visiteurs. Cette scénographie privilégiant des rapprochements entre artistes peut toutefois porter parfois à confusion chez certains visiteurs comme le reproche Bénédicte Bonnet Saint-Georges dans *La Tribune de l'art* : « Rodin sert donc de figure de proue pour ses

confrères, plus ou moins connus. (...) Ses praticiens et/ou ses élèves – Bourdelle, Claudel – côtoient ceux qui n'ont pas connu le maître de son vivant. On en distingue pas non plus ceux qui revendiquent clairement son influence de ceux qui prennent le contre-pied de son art. »<sup>46</sup>



La scénographie de l'exposition permet le plus souvent de tourner autour des sculptures pour inciter les visiteurs à les observer sous différents angles.



Toutefois, cela n'est pas le cas pour certaines sculptures alignées sur les côtés, comme *Le Penseur* pourtant emblématique de l'œuvre de Rodin aux yeux du grand public.

<sup>46</sup> BONNET SAINT-GEORGES, Bénédicte, « Rodin, l'exposition du centenaire », *La Tribune de l'Art*, publié le 30/03/17 [www.latrinubedelart.com/rodin-l-exposition-du-centenaire-6693](http://www.latrinubedelart.com/rodin-l-exposition-du-centenaire-6693)

Nous pouvons également noter qu'il n'y pas dans les salles de dispositifs de médiation participatifs ni de dispositifs numériques (l'application peut toutefois être téléchargée).

Dans l'étude sur les publics conduite par le Grand Palais, une question a été posée aux visiteurs concernant leur satisfaction spécifiquement sur la scénographie. La note obtenue de 8,1/10<sup>47</sup> pour l'exposition Rodin, comparativement à une moyenne de 7,9/10 pour les autres expositions, montre que celle-ci a été dans son ensemble très appréciée. Cependant, des remarques sur des défauts de présentation des œuvres ont été faites, la principale critique portant sur le fait que les visiteurs ne pouvaient pas faire le tour de certaines sculptures. Une mauvaise visibilité de certaines œuvres en vitrine avec parfois des reflets de lumière a également été citée.

Plus globalement, les partis-pris scénographiques des deux expositions Vermeer et Rodin viennent confirmer des propos de Joëlle Le Marec qui soulignait que le thème d'une exposition peut influencer le rôle de la scénographie : « C'est sûr que les expositions d'art n'ont aucun besoin de cette scénographie, il suffit d'aligner les chefs-d'œuvre et l'effet d'événement, il suffit de mettre un nom très connu, les Impressionnistes par exemple ... Ce sont les noms, la promesse des chefs-d'œuvre qu'on va voir. Pour les expositions d'art il n'y a jamais eu énormément de scénographie ». Ainsi, les expositions d'art n'appréhenderaient pas la scénographie de la même manière qu'un musée de sciences par exemple, ce que Joëlle Le Marec explique ainsi : « Les musées de société ou de sciences sont des musées à discours. Il faut se donner les moyens de compenser l'absence d'œuvres par un traitement discursif qui se déploie dans un espace. Cela a stimulé pendant longtemps la réflexion sur les médiations dans la communauté des professionnels de la muséologie. Tout était à inventer dans un musée de sciences ou un musée de société. Il y avait des efforts à faire pour innover. Les musées d'art n'ont pas trop ressenti ce besoin car ils exposaient des œuvres. Même quand ils ont parfois été incités à faire autre chose qu'un accrochage classique, le dispositif classique d'accrochage est extrêmement résistant ».<sup>48</sup>

L'observation générale du comportement des visiteurs lors des deux expositions Vermeer et Rodin a permis de compléter plus précisément cette analyse en étudiant le parcours des visiteurs et leurs réactions face à la scénographie. Les comportements sont captés au moment où ils se produisent, sans l'intermédiaire d'un témoignage et sans demande d'accord préalable aux

---

<sup>47</sup> Entretien conduit avec Vincent Poussou et Agathe Grandval le 08/02/18

<sup>48</sup> Entretien conduit avec Joëlle Le Marec le 19/04/17

personnes observées afin que celles-ci ne soient pas tentées de modifier leur comportement en adoptant par exemple une attitude de « bon élève ». Il a semblé également intéressant de se référer à la typologie imagée du parcours des visiteurs proposée par une enquête réalisée au début des années 1980 au Centre Pompidou. Certains visiteurs y étaient qualifiés de fourmis (allant voir patiemment tous les objets un par un et dans l'ordre), d'autres de papillons (sautant d'un mur à l'autre, en effectuant des retours en arrière), de sauterelles (« sautant » par-dessus des sections entières d'une exposition), voire de poissons (filant à travers l'exposition sans s'arrêter).

Dans le cadre de l'exposition *Vermeer et les maîtres de la peinture de genre*, les observations suivantes (relevées le samedi 20/05 en milieu d'après-midi) ont permis d'enrichir notre regard sur les pratiques des visiteurs.



*Dans la file d'attente, un écran diffuse des photos des œuvres les plus emblématiques de l'exposition dont « La Laitière ». Une fois la file d'attente passée, l'affiche de l'exposition apparaît dans un format géant, il s'agit bien ici d'un événement qui fait appel à certaines techniques de marketing.*

*A l'intérieur de l'exposition, nous pouvons noter qu'aucune photo n'est autorisée, avec ou sans flash.*

Parcours adopté par les visiteurs	Visiteurs très majoritairement « fourmis ». Même si la scénographie thématique, et non chronologique, aurait pu permettre aux visiteurs d'être plus libres dans leur sens de visite, ils suivent le parcours proposé de manière très méthodique.
Temps passé devant les œuvres	Les visiteurs consacrent du temps à chaque œuvre, environ 30 secondes jusqu'à 1 minute. Compte tenu de l'attroupement devant chaque tableau et le manque de recul qui en découle, les visiteurs doivent également patienter, attendre sagement leur tour, pour voir un tableau sous différents angles.

Comportement face aux œuvres	Ils adoptent un comportement très sérieux, nous ressentons le poids de ce lieu emblématique, le Louvre, qui n'invite pas à la légèreté dans les discours entre visiteurs mais plutôt à respecter ce que le musée cherche à montrer au travers de cette exposition en adoptant un profil de « bon élève » (regarder les détails des œuvres, ne pas survoler, lire les cartels etc)
Lecture des textes de salles	La très grande majorité des visiteurs lisent les panneaux.
Lecture des cartels	La très grande majorité des visiteurs lisent les cartels.
Réactions face à la scénographie	La scénographie très sobre n'invite pas à des commentaires spontanés à son sujet de la part des visiteurs. Ils arrivent cependant bien à comprendre ce que cette scénographie sous-entend : permettre à chacun de retrouver les thèmes récurrents, les emprunts des artistes entre eux, mais aussi leur différence de signature picturale pour un même sujet. Lorsqu'ils sont accompagnés, il n'est pas rare d'entendre un « viens voir, ça ressemble assez à l'œuvre de cet autre peintre », ou encore « le jeu de lumière est ici plus intéressant que sur l'autre peinture, c'est vraiment très travaillé ».
Remarques intéressantes de visiteurs	« Quelle précision, quel niveau de détails sur un tableau aussi petit, c'est impressionnant » à propos de <i>La Dentellière</i> . « Le travail des étoffes, les moindres plis, c'est la perfection » à propos de la <i>Jeune femme assise au virginal</i> . « La lumière est très belle, on a l'impression que cette femme a quelque chose de mystique, on rejoint l'intimité de l'œuvre » à propos de la <i>Femme à la balance</i> « Je l'imaginai plus grand, c'est très bien peint mais je ne comprends pas pourquoi on en parle autant par rapport aux autres tableaux de Vermeer tout aussi intéressants », à propos de <i>La Laitière</i> .

Dans le cadre de l'exposition *Rodin, l'exposition du centenaire*, les observations suivantes ont été relevées sur deux jours : le jeudi 27/07 à partir de 18h et le vendredi 28/07 à partir de 15h. Ces deux moments ont permis d'observer des visiteurs aux profils variés : le jeudi soir ce sont surtout des personnes seules ou en couple, d'une quarantaine d'années, majoritairement françaises, alors que le vendredi après-midi les profils sont plus variés (personnes seules, entre amis, en couple, familles) et les étrangers bien plus représentés.

<p>Parcours adopté par les visiteurs</p>	<p>La moitié des visiteurs adoptent un parcours de « fourmis », l'autre moitié de « papillons » ou « sauterelles ». Il n'est pas rare non plus de voir des « fourmis » du rez-de-chaussée devenir des « papillons » voire « sauterelles » au 1<sup>er</sup> étage quand la fatigue ou l'impatience des accompagnateurs se fait sentir. Le comportement très sérieux, voire un peu scolaire dans la 1<sup>ère</sup> salle s'atténue progressivement au fil des salles. La beauté du lieu fait partie du parcours des visiteurs qui regardent les œuvres mais s'attardent aussi par exemple sur le majestueux escalier d'honneur.</p>
<p>Temps passé devant les œuvres</p>	<p>Le temps varie énormément en fonction des œuvres et des artistes présentés. L'exposition rassemble 350 œuvres dont 200 de Rodin...même les visiteurs les plus assidus ne s'arrêtent pas devant la totalité des œuvres. Le temps varie entre 10 secondes (pour des petits plâtres par exemple ou des dessins) et 3 minutes pour des œuvres phares de l'exposition comme <i>Le Penseur</i>, <i>La Porte de l'enfer</i> ou encore <i>les Bourgeois de Calais</i>.</p> <p>Le temps varie aussi entre ceux qui ont des audioguides ou l'application à télécharger sur le téléphone (les explications durent 2 minutes pour chaque œuvre) et ceux sans support particulier. Le jeudi soir, il n'y a quasiment personne avec des audioguides et quelques-uns seulement avec l'application alors que le vendredi après-midi ils sont nombreux à faire la visite avec un audioguide.</p>
<p>Comportement face aux œuvres</p>	<p>Curieusement le jeudi soir, les couples qui n'ont pourtant pas d'audioguide n'échangent pas de commentaires devant les œuvres, un grand silence domine alors que le vendredi après-midi les profils des visiteurs sont plus variés et les échanges plus fréquents.</p>

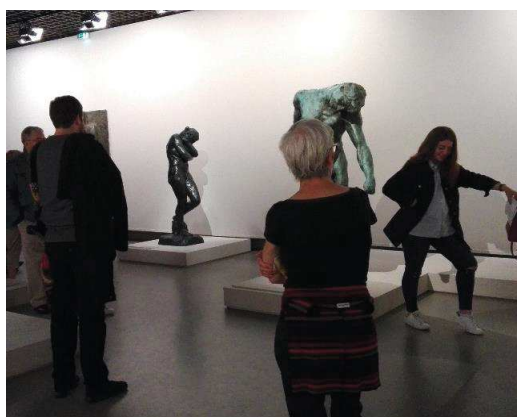
	<p>Une personne qui n'a ni audioguide ni application mobile cherche des informations sur Wikipedia devant les œuvres qui l'intéressent particulièrement.</p> <p>Une femme écoute son audioguide tandis que son enfant suit les commentaires sur sa tablette, mais elle n'hésite pas à créer du lien en ajoutant des commentaires à haute voix (ex : « les corps sont déformés chez Rodin »)</p> <p>Un homme visiblement féru de photos se contorsionne pour saisir les sculptures sous tous les angles.</p> <p>Parfois, les visiteurs se « lâchent », le musée devient alors aussi un lieu de distraction : Une dame s'amuse ainsi à prendre en photo sa fille devant les fesses de Paolo du <i>Baiser</i>, entre rires appuyés et connivence...et une autre au 1er étage se met longuement en scène devant les visiteurs amusés en dansant à côté de la sculpture <i>Grande Ombre</i> de Rodin la chorégraphie de Beyoncé <i>Single Ladies</i> !</p>
Lecture des textes de salles	La grande majorité des visiteurs lisent les textes même si l'extrême attention portée au premier panneau d'introduction à l'exposition redescend un peu au fil des salles, certains visiteurs finissant par les lire en diagonale.
Lecture des cartels	La grande majorité des visiteurs sont attentifs aux cartels. Certains prennent même une photo séparée du cartel en plus de l'œuvre.
Réactions face à la scénographie	<p>« Les œuvres sont bien mises en avant, en même temps le cadre est magnifique, c'est un lieu qui se prête à des sculptures monumentales. »</p> <p>« On pouvait faire le tour du <i>Baiser</i> alors que là pour le <i>Penseur</i> qui est quand même l'œuvre majeure ils la mettent contre le mur ! »</p>
Remarques intéressantes de visiteurs	<p>« Les pieds et les mains sont surdimensionnés chez Rodin, ils sont superpuissants. »</p> <p>« A chaque fois en restant à un endroit, tu les vois tous, tu as tous les points de vue », explique ainsi une mère à sa fille devant <i>La fontaine aux agenouillés</i> de Georges Minne.</p>



	<p>Certains parlent entre eux de la Fondation Vuitton, d'autres de Delacroix, la visite au musée se révèle être un lieu qui invite à des discussions sur l'art en général au-delà de l'exposition qui est en train d'être visitée.</p> <p>Un homme de 50 ans environ indique sur un ton très assuré à deux femmes qui l'accompagnent : « Ce qui est intéressant, c'est le rapprochement des œuvres de Rodin avec d'autres artistes. C'est ce qui justifie le prix élevé du billet. S'il n'y avait pas ça, les gens ne viendraient pas. »</p>
--	--



*Les visiteurs adoptent un parcours « fourmis » et font la queue ici de manière très disciplinée devant les œuvres.*



*Quand le musée devient un lieu de pur divertissement : une femme se met longuement en scène devant les visiteurs amusés en dansant à côté de la sculpture « Grande Ombre » de Rodin la chorégraphie de Beyoncé « Single Ladies », immortalisée en photo par son conjoint !*

Contrairement à d'autres expositions blockbusters, la scénographie, bien qu'agréable, n'occupe pas une place centrale dans les expositions Vermeer et Rodin. En revanche, nous allons voir que l'éventail des dispositifs de médiation est un élément majeur dans leur conquête de publics diversifiés.

### c) Un éventail de dispositifs de médiation proposant différents niveaux de lecture

Selon Jean Caune, la médiation est au centre du processus culturel : « Se focaliser sur le phénomène de médiation, c'est mettre l'accent sur la relation plutôt que sur l'objet ; c'est s'interroger sur l'énonciation, plutôt que sur le contenu de l'énoncé ; c'est privilégier la réception plutôt que la diffusion. »

La médiation artistique comprend ainsi les actions autour de l'œuvre artistique : sensibilisation, présentation ou encore pédagogie. Cette médiation vise des publics réels ou potentiels. La médiation tient un rôle important pour rassurer le visiteur, qui peut être intimidé par le lieu même du musée et également par les œuvres qui peuvent être difficiles d'accès.

Les éléments de médiation (textes de salles, cartels, catalogues, visites guidées, audioguides...) encadrent les œuvres présentées, tout en fournissant des indications complémentaires sur ce qui est à voir. Comme le précise Joëlle Le Marec, dans la vision de la culture telle qu'elle a été défendue et développée pendant le ministère d'André Malraux, l'idée est que la rencontre avec l'œuvre ne doit pas être médiée. Pourtant, « même dans l'art classique il y a toujours des savoirs associés. Il y a un amour de la médiation chez les publics car il y a un goût pour ces savoirs. »<sup>49</sup>

Nous pouvons reprendre la classification proposée par Elizabeth Caillet pour distinguer les « médiations indirectes » et les « médiations actives »<sup>50</sup>. D'un côté, il y a la médiation produite par l'ensemble des acteurs impliqués dans la réalisation d'une exposition ainsi que tous les outils techniques que ces personnes élaborent (cartels, textes de salles, catalogue, dossier de presse...). Cette catégorie correspond à ce qu'elle nomme « médiations indirectes », ce sont toutes les interventions de l'ordre de la production, qui donnent une orientation singulière à une présentation sous forme d'exposition. De l'autre côté, il y a ce qui relève de « l'action culturelle » ou de la programmation qui utilise des objets existants sous forme d'interventions visant à l'appropriation de l'art exposé par les visiteurs. Elle nomme cette catégorie la « médiation active », elle regroupe l'ensemble des interventions qui ont pour objectif de faire apprécier ou interpréter l'art. D'un côté une médiation qui se conçoit dans le prolongement de la création, de l'autre une médiation prioritairement orientée par la réception.

La médiation est l'une des priorités du Grand Palais, comme en témoigne la richesse de son offre : « Placer chaque visiteur au cœur d'une expérience culturelle : L'accès à l'art est d'abord

---

<sup>49</sup> Entretien conduit avec Joëlle Le Marec le 19/04/17

<sup>50</sup> CAILLET, Elisabeth, *A l'approche du musée, la médiation culturelle*, Lyon, Presses Universitaires de Lyon, 1995

une affaire de rencontre entre le visiteur et les œuvres. Nous avons à cœur de favoriser celle-ci en déployant des dispositifs de médiation variés, adaptés à chacun : scolaires, jeunes groupes, individuels ou publics empêchés. »<sup>51</sup>

De nombreuses visites guidées et ateliers sont ainsi proposés :

- Visite guidée de l'exposition avec un conférencier pour adultes et familles
- Visite-atelier adultes - dessins en promenade avec un conférencier, des temps sont prévus pour dessiner
- Visite guidée famille (à partir de 5 ans) avec un conférencier
- Visite-atelier famille (à partir de 5 ans) : après la visite guidée de l'exposition, les participants sont invités à expérimenter le modelage.
- Visite-atelier (5-7 ans) : après la visite guidée de l'exposition, les participants sont invités à expérimenter le modelage et l'assemblage pour créer une figure d'expression
- Visite-atelier (8-11 ans) : après la visite guidée de l'exposition, les participants sont invités à expérimenter le modelage et l'assemblage pour créer une figure d'expression

A ces visites viennent s'ajouter des projections commentées par un conférencier, et des visites avec conférencier à l'attention de publics plus spécifiques : malvoyants, malentendants, personnes souffrant de la maladie d'Alzheimer, personnes à mobilité réduite...

Les développements numériques permettent également d'enrichir le propos scientifique.

Des contenus multimédias variés sont développés autour de chaque exposition : articles, interviews, bandes-annonces, jeux, diaporamas, e-albums, vidéos, applications mobiles, etc.

Dans le cadre de l'exposition Rodin, les sites internet suivants sont proposés aux publics :

- [www.grandpalais.fr/fr/evenement/rodin-lexposition-du-centenaire](http://www.grandpalais.fr/fr/evenement/rodin-lexposition-du-centenaire) : articles, vidéos, interviews, chronologie, activités-jeux et extraits des films de l'exposition
- [www.grandpalais.fr/fr/jeune-public](http://www.grandpalais.fr/fr/jeune-public) : page Jeune Public
- [www.histoire-image.org](http://www.histoire-image.org) : 12 œuvres commentées et une newsletter spéciale Rodin
- [www.Rodin100.org](http://www.Rodin100.org) : site internet spécifique relayant l'actualité du centenaire à travers les initiatives qui se déroulent en France et à l'étranger

---

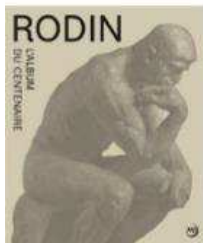
<sup>51</sup> Rapport d'activité 2016 Rmn-Grand Palais, p.39

Les applications numériques donnent également de nombreuses informations sur la visite, proposent de télécharger les audioguides ou encore d'accéder à des des modules ludiques. Ainsi, pour *Hergé*, le module « Photos bullées » permettait d'ajouter les phylactères et onomatopées des Aventures de Tintin sur ses photos personnelles, pour Rodin le module Photo Sculptée explore des matières premières de la sculpture en les appliquant sur photos.



*Le Grand Palais communique fortement à l'entrée via un affichage géant sur la possibilité de se connecter au wifi et de télécharger l'application. Cette mise en avant de l'application est également reprise à l'extérieur via un totem.*

Les ouvrages disponibles lors des expositions participent également à proposer une offre de médiation adaptée aux besoins spécifiques des publics, avec plusieurs formats (de 48 pages à 400 pages) et différents niveaux de discours. Seul le catalogue de l'exposition présentant un discours pointu au fil de ses 400 pages ne reprend d'ailleurs pas en couverture le visuel « grand public » du *Penseur*.

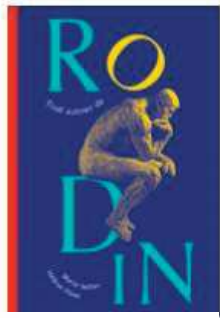


- Album de l'exposition, *Rodin. L'album du centenaire.*

48 pages

de Wassili Joseph

Les œuvres les plus iconiques de l'exposition commentées par un docteur en histoire de l'art, spécialiste de la sculpture du XIX<sup>e</sup> siècle

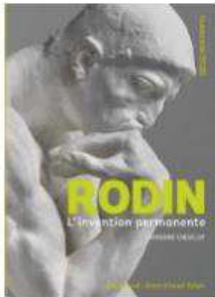


- Livre jeunesse (7-12 ans) - *Tout autour de Rodin*

64 pages

de Marie Sellier et Hélène Pinet

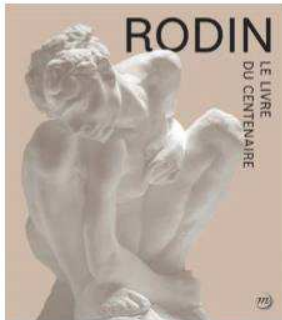
Activités : collages, assemblages, stickers, etc



- Hors-série Découvertes Gallimard - *Rodin. L'invention permanente*

48 pages

de Catherine Chevillot



- Catalogue de l'exposition, *Rodin. Le livre du centenaire.*

400 pages

**Auteurs :** Catherine Chevillot, **conservateur général, directrice du musée Rodin** ; Antoinette Le Normand-Romain, **conservateur général** ; Sophie Biass-Fabiani, **conservateur au musée Rodin** ; François Blanchetière, **conservateur au musée Rodin**; Christina Buley-Uribe, **historienne de l'art** et commissaire de plusieurs expositions sur Rodin; Christine Lancestremère, **conservateur en chef au musée Rodin, chef du service de la Conservation** ; Brigitte Léal,

**conservateur général au musée national d'Art moderne - Centre Pompidou** ; Hélène Marraud, **attachée de conservation au musée Rodin** ; Véronique Mattiussi, **responsable scientifique du fonds ancien au musée Rodin** ; Hélène Pinet, **conservateur au musée Rodin, chef du service de la Recherche** ; Catherine Lampert, **historienne de l'art et commissaire d'exposition**

Les dispositifs de médiation visant un large public sont complétés par des rencontres, colloques et conférences organisés dans l'auditorium pour des publics plus « avertis ».



Un panneau en fin de visite de l'exposition Rodin rappelle ces dispositifs mis en place spécifiquement dans le cadre de cet événement : colloque, rencontres, projections de films, performances artistiques etc...

### **Le colloque (sur 2 jours) Rodin : l'onde de choc**

Présidence du comité scientifique Catherine Chevillot, directrice du musée Rodin

Trois thèmes sont explorés durant ce colloque par vingt chercheurs et historiens de l'art :

- les échanges féconds de Rodin et des écrivains
- l'internationalisation de l'œuvre du maître
- L'intérêt des artistes contemporains pour Rodin

### **Les rencontres**

#### ***Rodin. L'exposition du centenaire***

Conférence inaugurale par les commissaires, Catherine Chevillot, conservateur général, directrice du musée Rodin et Antoinette Le Normand Romain, conservateur général

#### ***La Porte de l'Enfer ou le rêve du « livre architectural »***

Conférence par Sébastien Mullier, professeur de littérature française : Rodin face à Hugo, Baudelaire et Mallarmé

#### ***L'exemple de Rodin***

Conversation avec Maryline Desbiolles (écrivain, auteur de l'ouvrage « Avec Rodin ») menée par Caroline Broué, journaliste, productrice de « La Matinale du samedi » sur France Culture

***Rodin***, film de Jacques Doillon (2017),

Afin de mieux cerner les différents niveaux de lecture proposés autour des expositions, la participation aux dispositifs de médiation suivants a été particulièrement enrichissante :

- Visite guidée de l'exposition Vermeer en mai
- Visite guidée de l'exposition Rodin en juillet
- Conférence à l'auditorium du Grand Palais : « *La Porte de l'Enfer* ou le rêve du " livre architectural " : Rodin face à Hugo, Baudelaire et Mallarmé », par Sébastien Mullier,
- Rencontre à l'auditorium du Grand Palais : « Conversation avec Maryline Desbiolles, écrivain, auteur de l'ouvrage *Avec Rodin* »

Concernant la visite guidée, Michelle Gellereau précise dans son ouvrage *Les mises en scène de la visite guidée, Communication et médiation* qu'elle prend en charge 3 types de stratégies correspondant à 3 styles de mises en exposition décrits par Jean Davallon : la stratégie communicationnelle qui vise « la compréhension d'un savoir », la stratégie esthétique qui vise

à faire de l'objet exposé un « objet qui apparaît » au public et la stratégie ludique qui vise, au sens propre comme au figuré, un « transport du public ».

Contrairement à l'audio-guide, l'un des intérêts du guide humain est justement sa dimension humaine, sa relation de témoignage, sa passion et l'attention qu'il porte aux visiteurs. Le guide donne des clés de lecture, non seulement des œuvres et du lieu visité, mais aussi d'un ensemble plus large du domaine traité.

Dans le cadre de l'exposition *Vermeer et les maîtres de la peinture de genre*, la visite guidée prend une forme interactionnelle de type « conférence » : le guide a organisé sa visite en fonction des œuvres et non du public. C'est la visite classique où le caractère professoral du discours du guide laisse peu de place aux questions et au dialogue. Le statut de visiteur reste celui de quelqu'un qui écoute et les relations sont asymétriques entre guide et visiteur.

Le guide conférencier fait d'emblée preuve d'une certaine autorité pour faire régner l'ordre dans le groupe et s'assurer que personne ne se disperse lors de ses explications. Cette introduction avec des consignes tel un règlement intérieur crée malgré lui une connivence entre les participants, comme si nous étions dans une visite en groupe scolaire. Ces consignes semblent toutefois nécessaires au vu de l'affluence record dans une salle qui se révèle vite étouffante et de la grande difficulté à se faufiler en groupe devant des œuvres aux dimensions très petites. Il est ainsi rare de pouvoir admirer une œuvre dans son intégralité de face et d'avoir par ailleurs un certain recul nécessaire. Des conditions de visite donc difficiles aussi bien pour les visiteurs durant ces 2h, que pour le guide-conférencier qui n'hésita pas à lancer à l'un des participants : « Attendez Monsieur, laissez-moi parler sinon on ne va pas y arriver », avec un agacement non dissimulé.

Le discours se veut très descendant et invite peu les participants à poser des questions et à être spontanés. Toutefois la bonne volonté du guide-conférencier ne faiblit pas, nous le sentons passionné par son métier qu'il a exercé de nombreuses années (il a une soixantaine d'années). Il n'hésite pas à sortir de temps à autre ses notes pour être plus précis. Ainsi, il introduit l'exposition avec un long rappel sur le contexte historique, la prospérité de la Hollande à cette époque, en faisant un détour par une explication du commerce triangulaire. Une fois passée l'introduction, il se réjouit alors davantage de commenter la technique de peinture que de décrire les contextes relatifs aux œuvres. Il évoque ainsi à propos de *La Peseuse d'or* « des volumes créés par des passages entre les ombres et les lumières. La lumière sur elle se réfléchit sur le miroir et fait un effet de retour », ou encore à propos de *La lettre* : « Toute la lumière tombe sur le geste d'écriture. Il l'amplifie par un jeu d'ombre et de lumière. Notez aussi

l'ambiguïté avec la lumière qui vient de gauche et non de droite ou de face ». Il nous invite fréquemment à regarder de plus près certains détails, pourtant difficilement observables compte tenu des attroupements.

Le contexte dans lequel la peinture a été réalisée ou ses emprunts à d'autres artistes sont finalement plus détaillés sur l'application mobile. Cette visite semble donc être un excellent complément à ces autres explications, mais parvient plus difficilement à s'imposer seule, sans aucun support préalable. En outre, des temps d'échange plus réguliers durant le parcours entre le guide-conférencier et les visiteurs auraient pu apporter un peu plus de rythme.

De plus en plus, le public est au centre des dispositifs de visite des musées dans un rapport qui se veut plus symétrique. Le guide mène un dialogue avec le visiteur pour construire sa visite à partir des aspirations du groupe, il se positionne plutôt comme animateur. Sans aller par exemple jusqu'à s'installer devant une œuvre pour la contempler avec les visiteurs, la visite guidée de l'exposition Rodin a pris davantage la forme d'un échange que lors de la visite guidée sur Vermeer très « descendante ».

Les visites guidées au Grand Palais rencontrent un vif succès, 26 personnes (visite complète) ont ainsi pris part à une visite d'1h30, majoritairement des couples ou des personnes venues entre amis, avec une moyenne d'âge d'environ 45 ans.

L'introduction de la guide conférencière rappelle d'emblée le parti-pris des commissaires de l'exposition « C'est une exposition qui rend hommage à Rodin. Ce n'est pas une grande rétrospective, l'accent est mis sur le fait que Rodin a initié beaucoup de problématiques de son siècle. »

Dès la première salle, la guide apporte une précision concernant la technique de Rodin : « Rodin est un modelleur, pas un sculpteur. Ce qui est en plâtre est de la main de Rodin, tout ce qui est en bronze et en marbre est fait par ses assistants selon les instructions précises de Rodin. »

« Rodin défocalise : Il y a toujours plusieurs sujets emboîtés dans la même œuvre. » Ses discours sont courts mais précis et permettent d'aborder de nombreuses œuvres en les resituant à chaque fois dans leur contexte.

A propos du *Penseur* : « Rodin s'inspire d'une figure de Carpeaux au musée d'Orsay, *Ugolin*. Carpeaux représente Ugolin exactement comme ça car il est en train de céder à la tentation du cannibalisme et ses enfants sont en train de mourir autour de lui. Au départ, c'était Dante et les gens vont l'appeler *Le Penseur* car tout le corps du *Penseur* est un immense cerveau. »



A propos du *Baiser* : « Ce n'est pas le *Baiser* au départ. Il s'agit de Paolo et Francesca. Francesca est une très belle femme, elle tombe amoureuse du frère de son mari qui lui est difforme. Durant une séance de lecture, ils vont s'embrasser. Le mari les surprend et les tue d'un coup d'épée. Vous pouvez voir l'ébauche du livre dans la main de Paolo. Ces deux amants ne forment plus qu'un. Il émane de la douceur. Les gens vont dire : ce n'est pas Paolo et Francesca mais le baiser car ce n'est pas torturé. Donc Rodin le retire de la *Porte de l'enfer*. »

A propos des *Bourgeois de Calais* : « Rodin a voulu montrer que le désespoir est toujours individualisé. Ils ne se regardent pas d'ailleurs. C'est une œuvre très forte qui fait partie des chefs d'œuvre de Rodin. »

A propos de *Balzac* : « On va évoquer un grand chef d'œuvre, le portrait de Balzac. C'est une commande. Balzac, décédé, ne peut pas poser pour Rodin. Il va aller en Touraine pour saisir à quoi ressemblent physiquement les gens de Touraine. Ensuite, Rodin essaie de faire la synthèse des gens qui ont posé pour lui. Il va tremper une robe de chambre dans du plâtre et va couvrir le corps de Balzac avec. Il n'a pas de cou mais cela lui donne de la force. Ce qui lui est reproché c'est qu'il n'a pas de main alors que c'est un écrivain. Rodin répond que sa puissance c'est son esprit, pas ses mains. Généralement, les écrivains sont représentés avec la plume à la main. Le corps est difforme car c'est la puissance de l'esprit de Balzac qui va lui donner forme. Rodin va perdre la commande mais ça reste un grand chef d'œuvre. »

A propos de l'une des œuvres d'Annette Messager, *Le couteau baiser* : « C'est l'antithèse de la douceur du *Baiser* de Rodin. Ici c'est l'agressivité, avec les coulures de gouache sanguinolentes. La forme de la découpe est une lame de couteau, quand le mari tranche la tête des amants. »

Au-delà du rappel du contexte dans lequel les œuvres ont été créées et de l'histoire qui les entoure, la guide-conférencière décrit avec des mots simples la technique de la sculpture, et nous invite à regarder de plus près ici la précision de la musculature, là le dos lisse des Danaïdes qui « sont en train de naître sous les mains du sculpteur comme une chrysalide. » De même, elle interroge le regard que nous portons sur ces sculptures et n'hésite pas à faire des rapprochements avec d'autres arts : « Ces *Trois Ombres* sont en fait une Ombre mais positionnée différemment. Sans tourner autour de la sculpture, cette œuvre nous permet d'avoir tous les points de vue, une vision globale. Picasso le fait aussi avec le cubisme et son de nez de profil. »

Elle insiste sur le fait qu'il y a toujours beaucoup de monde aux visites guidées en général : « Les gens sont très demandeurs de visites guidées, le succès ne se dément pas même s'il y a l'audioguide et l'application à télécharger. Quand ce sont des groupes d'individuels on a très

peu de questions, les gens n'osent pas. Quand ce sont des groupes constitués de gens qui se connaissent, ils parlent plus librement, il y a souvent des questions sur la technique. »

Elle explique être très libre dans le ton et le discours, autant dans les expositions blockbusters que dans une exposition comme *Jardins* qu'elle guide aussi. Elle ne nie d'ailleurs pas ce terme de blockbuster, mais tient à souligner que cela ne la contraint pas plus que pour une autre exposition plus confidentielle.

Elle précise également qu'elle essaie d'intéresser tous les publics, que cela est important dans sa démarche, car elle a aussi déjà travaillé avec des publics empêchés, en prison par exemple. Elle choisit de ne pas parler que de technique, ni d'avoir un discours trop pointu, et insiste sur son souhait de montrer une ouverture aux autres arts en faisant des ponts, ici par exemple pour l'exposition Rodin avec la peinture : « J'essaie d'inscrire la petite histoire dans la grande histoire de l'art, de surprendre, d'intéresser les visiteurs à l'art en général, pas juste à l'exposition, mais au-delà. »

Les visites guidées constituent un dispositif de médiation bien connu du grand public et connaissent un grand succès, comme nous avons pu le constater. Les colloques, rencontres et conférences restent toutefois plus « confidentiels ».

La conférence « *La Porte de l'Enfer* ou le rêve du " livre architectural ", Rodin face à Hugo, Baudelaire et Mallarmé » par Sébastien Mullier, professeur de littérature française, a rassemblé 150 personnes environ, un mercredi à 18h30. Le public est ici très majoritairement composé de femmes, à près de 90%. La moyenne d'âge est plutôt élevée, autour de 50 ans, même si plusieurs jeunes étudiantes de 20-25 ans semblent être venues entre amies, certaines sont étudiantes en histoire de l'art et en littérature. Le public semble plutôt un public habitué des lieux qui assiste probablement fréquemment à des conférences et autres rencontres au Grand Palais.

L'introduction est faite par Catherine Chevillot, commissaire de l'exposition, qui partage son enthousiasme avec le public quant à l'intervention à venir : « J'ai rencontré Sébastien dans une journée d'étude que nous avons organisée au musée sur *La Porte de l'Enfer*, cette exposition qui s'appelait *L'Enfer, selon Rodin*, et j'ai trouvé son approche de Rodin tellement nouvelle qu'il m'a semblé intéressant qu'il intervienne dans ce programme pendant l'exposition Rodin que vous pouvez voir jusqu'au 31 juillet au Grand Palais »(...) « Une nouvelle manière de mettre en rapport des domaines qu'on étudie peut-être trop souvent de manière séparée » (...) « Il va vous parler ce soir de Rodin notamment au travers du prisme qu'est la grande œuvre

source de beaucoup d'autres œuvres chez Rodin *La Porte de l'Enfer*, cette œuvre que Rodin commence en 1880 et qui finalement alimente toute sa création jusqu'à sa mort. »

La conférence menée par Sébastien Müllier se déroule de manière solennelle. Le ton est sérieux voire professoral, la présentation est très construite et les slides défilent pour illustrer des propos très pointus. Aucune question ou connivence avec le public ne vient perturber cette présentation très « descendante ». Le sujet est parfaitement maîtrisé par Sébastien Müllier qui impressionne par l'étendue de son savoir. Le public, visiblement de connaisseurs, est très attentif et semble conquis comme en témoignent les applaudissements appuyés. La fin de la conférence marque un petit relâchement après le sérieux de cette présentation, une dizaine de personnes viennent s'attouper près de lui pour le féliciter ainsi que pour savoir s'il donne des conférences dans d'autres lieux.

Extraits de la conférence retranscrits, témoignant de la précision de propos qui s'adressent à un public averti :

« Préambule : Rodin et Dante, de *l'Enfer* à *La Porte de l'Enfer*. En 1880, Rodin, sculpteur âgé de 39 ans et dont la reconnaissance tarde à venir, reçoit du sous-secrétaire d'état aux Beaux-Arts, Edmond Turquet, une commande prestigieuse, une porte de bronze pour un musée encore en projet. Il s'agit, je cite l'acte officiel : " Exécuter le modèle d'une porte décorative destinée au musée des Arts décoratifs, bas-reliefs représentant la *Divine Comédie* de Dante. Rodin ne respecte pas la commande à la lettre. De cette épopée en vers, de ce vaste triptyque qu'est la *Divine Comédie*, il ne retient que la première partie l'Enfer, au détriment des deux autres, *le Purgatoire* et *le Paradis* ».

« Rodin voit dans le XV<sup>e</sup> siècle la fin d'une ère, celle où l'architecture prédominait, véritable synthèse entre la sculpture, la peinture, la musique et la poésie. Au Moyen-Age, quiconque naissait poète se faisait architecte, tous les autres arts obéissaient et se mettaient en discipline sous l'architecture, c'étaient les ouvriers du grand œuvre. L'architecte, le poète, le maître, totalisait en sa personne la sculpture qui lui ciselait ses façades, la musique qui mettait sa cloche en branle et soufflait dans ses orgues (...) Le XV<sup>e</sup> siècle inaugure pour l'architecture l'ère de la séparation ou de la scission (...) Du grand édifice, les autres arts se désolidarisent notamment la sculpture et la littérature. »

« La synthèse rêvée par Hugo entre l'architecture et la littérature, Rodin la réaliserait par la sculpture, mais sur la base du livre illustré. (...) Rodin a pu sculpter sa *Porte de l'Enfer* en la détachant de la maison de Dieu, sur les plans matériels, métaphysiques et esthétiques. »

« Rodin et Baudelaire : *La Porte de l'Enfer* et *Les Fleurs du Mal*. C'est notamment dans une méditation sur les écrivains qui lui sont chers que Rodin élabore peu à peu *La Porte de l'Enfer*. Si la structure architecturale du monument résonne avec le roman de Hugo et ses éditions illustrées, les figures

humaines qui peuplent la porte font écho au recueil de Baudelaire, *Les Fleurs du Mal*, que Rodin lit avec ferveur à partir de 1885 (...). Pour Rodin, le corps baudelairien serait un corps gothique. »

« Rodin élabore sa *Porte de l'Enfer* selon des analogies nombreuses : entre la forme d'un livre illustré lorsqu'il est complètement ouvert et la forme d'une porte décorative lorsqu'elle est complètement fermée. L'illustrateur fait de sa double page une porte de papier, comme le sculpteur fait de sa porte une double page de plâtre. Ainsi, entre *Les Fleurs du Mal* et *La Porte de l'Enfer* ces ressemblances : de la pliure entre les deux pages avec le meneau central, des marges illustrées avec les pilastres ornés, des strophes quadrangulaires avec les vantaux rectangulaires, du noir de l'encre et du blanc du papier avec les ombres et les lumières du relief, du bandeau illustré avec le tympan (...).

Afin d'approfondir notre étude des dispositifs de médiation et de leurs différents niveaux de lecture, nous proposons ici une analyse mettant en parallèle les discours de plusieurs supports de médiation autour de deux œuvres emblématiques : *La Laitière* de Vermeer et *Le Penseur* de Rodin.

#### Comparaison des différents niveaux de lecture proposés autour de *La Laitière* :

<b>Visite guidée<sup>52</sup></b>	
<b>Discours autour de l'œuvre</b>	« Il a constamment joué avec ça, avec des petites tâches de lumière que vous retrouvez ici dans <i>La Laitière</i> , alors ces petites tâches redécomposent la matière, c'est-à-dire que c'est la lumière qui va recréer la matière, c'est comme une sorte de phénomène optique avant les Impressionnistes qu'il est en train d'analyser (...) Regardez le lait avec ses petits pointillés, c'est formidable, tout d'un coup on voit le filet qui tombe, il y a comme des petits granulés. »
<b>Principaux axes développés / éléments de discours mis en avant</b>	L'explication porte particulièrement sur la technique de peinture et l'esthétique de l'œuvre, l'accent n'est pas mis sur le contexte dans lequel ce tableau a été peint ni sur les significations qui lui ont été données.
<b>Application numérique à télécharger<sup>53</sup></b>	
<b>Discours autour de l'œuvre</b>	Introduction : « Dans une cuisine éclairée par la lumière perçant une fenêtre, une femme verse du lait dans un récipient. Les morceaux de pain que l'on aperçoit sur la table donnent à penser qu'elle prépare sans doute du pain perdu. Posé sur le sol dans la partie droite de la composition, on distingue un objet en bois à l'intérieur duquel se

<sup>52</sup> Participation à une visite guidée de l'exposition le 20/05/17

<sup>53</sup> Retranscription du texte oral sur l'application numérique à télécharger

	<p>trouve un brasero en faïence. Il s'agit d'une chaufferette que les femmes pouvaient glisser sous leur jupe pour se réchauffer. Juste derrière, le bas du mur est couvert de carreaux de Delft, une production typique de la ville de Vermeer. Le tableau, véritable icône de la nation néerlandaise a été prêté de manière exceptionnelle au musée du Louvre pour cette exposition. »</p> <p>Blaise Ducos : « Cette femme versant du lait, cette laitière, de la fin des années 1650 a fait l'objet d'interprétations rivales. Il est traditionnel de la considérer comme une grande figure classicisante dans la lignée des scènes de genre sophistiquées à laquelle Vermeer a tant sacrifié. Une autre interprétation s'éloigne de cette vision merveilleuse d'une laitière absorbée dans le travail quotidien, anoblée par la vertu de la peinture pour faire d'elle le discret objet d'un désir masculin. Cette femme qui ne regarde pas le spectateur, qui verse son lait lentement, alors qu'au bas de la composition sur l'un des carreaux de Delft on distingue un Amour avec son arc, serait dans cette vision une délicate et délicieuse tentatrice. »</p> <p>Cette interprétation est illustrée par le tableau présenté juste à côté. Il a été peint quelques années plus tôt par Gérard Dou. Vermeer a pu s'inspirer de cette composition et même de certains détails comme le carreau cassé que l'on retrouve dans les deux tableaux.</p> <p>Blaise Ducos : « Cette cuisinière hollandaise avec ces carottes pointant vers le spectateur et son regard acéré vaguement amusé et déluré est comme une invite à d'autres plaisirs sensuels. C'est cette tradition que Vermeer connaissait qui tend à inscrire <i>La Laitière</i> de Vermeer dans un contexte assez leste. C'est sans doute mal connaître la complexité de l'art de Vermeer que de penser qu'il peut simplement agir en écho à un autre peintre, être le continuateur d'une idée. Vermeer ne se contente jamais de suivre les idées des autres, il en tire profit mais toujours pour les métamorphoser, et toujours pour les abstraire, les transformer, pour leur donner une forme de majesté. »</p>
<p><b>Principaux axes développés / éléments de discours mis en avant</b></p>	<p>L'introduction resitue certains éléments du décor dans le contexte de l'époque : la chaufferette, les carreaux de Delft.</p> <p>La première partie de Blaise Ducos apporte une explication quant aux interprétations possibles : figure classicisante dans la lignée des scènes de genre ou « délicate et délicieuse tentatrice ».</p> <p>La deuxième partie du discours invite le visiteur à contempler le tableau de Gérard Dou présenté à côté pour comprendre comment Vermeer s'en inspire tout en s'en éloignant.</p>

## Conférence

### *Vermeer et les maîtres de la peinture de genre de Blaise Ducos à l'auditorium du Louvre* <sup>54</sup>

<b>Discours autour de l'œuvre</b>	<p>« Celle que nous attendons : alors évidemment nous avons rendez-vous pour en parler dans une conférence à part, mais je veux tordre le cou à quelques idées rapidement : d'abord cette laitière n'est pas en train de faire du... yaourt ! C'est dit.</p> <p>Cette laitière est en train de préparer le plat le plus humble qui soit, un pain perdu. Donc elle recycle du pain, pain que vous avez ici. Cette laitière qui flotte dans la chronologie, qui sait quand a été peint <i>La Laitière</i> ? C'est un tableau de jeunesse, l'artiste a 27 ans au plus. Et alors là c'est abyssal, parce qu'en fait la caractéristique de Vermeer, c'est une maturité exceptionnelle dès le plus jeune âge, carrière courte, il est mort à 43 ans, maturité presque immédiate. Il y a très peu d'essais de Vermeer, ce n'est pas balbutiant, ça monte en puissance, non, très vite, quasiment tout de suite il y a cette espèce de maturité, il y a des choses du jeune Vermeer, mais très peu. Il n'y a pas de trajectoire comme ça, il est tout de suite installé dans son excellence, et il explore cette veine.</p> <p>Nous possédons au musée du Louvre le tableau source de <i>La Laitière</i> : une cuisinière hollandaise de Gérard Dou, entourée d'une foule de détails, botte de carottes, volaille, chou, lanterne, dinanderie. Encore une fois la cage suspendue au-dessus de la tête du personnage, carreau cassé, voyez le carreau cassé qu'on retrouve dans <i>La Laitière</i>. Cette cuisinière hollandaise qui est de quelques années antérieure à <i>La Laitière</i>, Vermeer ne pouvait pas ne pas la connaître, et à mon sens, il en était souverainement agacé. Et on comprend mieux <i>La Laitière</i>, si on la voit comme le produit de l'agacement souverain de Vermeer vis-à-vis de Gérard Dou. Ça peut être étonnant de définir <i>La Laitière</i> comme ça, mais c'est peut-être d'abord une réaction à l'art de Gérard Dou. Réaction vers la majesté, vers l'épuration au sens propre, l'art est d'abord un art d'épure et vers un retour à l'essentiel face à cet art non hiérarchisé où la jeune fille et la botte de carottes ont la même importance. Chez Vermeer, le personnage a plus d'importance que les accessoires, même si les accessoires sont toujours magnifiés. Voyez le parallèle, alors le but n'est pas de tuer Gérard Dou, le but est de mieux comprendre la contribution des uns et des autres et ensuite le rayonnement se fait. Donc au fond un jeu d'actions-réactions dans cette exposition qui détermine je pense largement la création de l'époque. »</p>
<b>Principaux axes développés / éléments de</b>	L'explication démarre sur une note humoristique, faisant référence au yaourt <i>La Laitière</i> . Blaise Ducos resitue d'abord le tableau dans la carrière de Vermeer en insistant sur la très grande maturité artistique dès son plus jeune âge.

<sup>54</sup> <http://www.louvre.fr/presentations-d-expositions>

<b>discours mis en avant</b>	Il décrit ensuite l'œuvre de Gérard Dou, considérée comme « le tableau source » de <i>La Laitière</i> et explique son influence sur l'œuvre de Vermeer. Il développe enfin largement les caractéristiques artistiques de Vermeer : « un art d'épure », « un retour à l'essentiel », « le personnage a plus d'importance que les accessoires ». La conclusion insiste sur les contributions mutuelles des artistes qui sont au centre du discours scientifique de l'exposition.
------------------------------	---

Il ressort de cette comparaison de trois supports de médiation que les axes développés sont assez différents, par conséquent les discours apportent des niveaux de lecture complémentaires. Il s'agit en effet plus de complémentarité que de dispositifs présentant des niveaux de lecture plus au moins complexes dans leur formulation et références à d'autres artistes, œuvres ou formes artistiques. La conférence développe toutefois davantage le parti-pris de l'exposition, en insistant plus largement sur les diverses contributions des artistes à la création de l'époque et sur le fait que Vermeer n'est pas un peintre isolé.

Comparaison des différents niveaux de lecture proposés autour du *Penseur* :

<b>Visite guidée<sup>55</sup></b>	
<b>Discours autour de l'œuvre</b>	« Rodin s'inspire d'une figure de Carpeaux au musée d'Orsay, Ugolin. Carpeaux représente Ugolin exactement comme ça car il est en train de céder à la tentation du cannibalisme et ses enfants sont en train de mourir autour de lui. Au départ, c'était Dante et les gens vont l'appeler <i>Le Penseur</i> car tout le corps du <i>Penseur</i> est un immense cerveau. »
<b>Principaux axes développés / éléments de discours mis en avant</b>	L'explication fait référence à une figure peu connue du grand public, source d'inspiration pour Rodin : Ugolin de Carpeaux. Elle rappelle aussi l'origine de l'œuvre, la représentation de Dante.
<b>Application numérique à télécharger, parcours adulte</b>	
<b>Discours autour de l'œuvre</b>	« Abordons à présent l'œuvre la plus célèbre de Rodin, <i>Le Penseur</i> . Il faut longuement en faire le tour pour appréhender sa puissance et son expressivité, qui éclatent sous tous les angles de vue. Comment Rodin a-t-il réussi à matérialiser dans cette figure prostrée le bouillonnement de l'esprit ? Personne n'en a donné plus belle description que l'écrivain autrichien Rilke, qui fut le secrétaire du sculpteur : <i>Le Penseur</i> est assis,

<sup>55</sup> Participation à une visite guidée de l'exposition le 24/07/17

	<p>perdu et muet, lourd d'images et de pensées et toute sa force – qui est la force de quelqu'un qui agit – pense. Son corps entier s'est fait crâne, et tout le sang de ses veines, cerveau. » Le thème de l'homme réfléchissant n'est pas neuf. Lors de son voyage en Italie, en 1875, Rodin fut impressionné par la vision de la Renaissance, et notamment par l'œuvre de Michel Ange. L'attitude de sa figure doit en effet beaucoup à la statue méditative de Laurent de Médicis, qu'il put admirer à Florence. Mais le sculpteur va plus loin que Michel Ange : dépassant la simple méditation, il plonge son personnage dans le tourment. Pour trahir son bouleversement, il appuie le coude droit sur son genou gauche. Cette inflexion crée un déséquilibre expressif, qui met le corps tout entier en tension. L'artiste imagina ce personnage en travaillant à <i>La Porte de l'Enfer</i>, dans les années 1880. A l'origine, la figure, de plus petite taille, devait représenter Dante, l'auteur de <i>la Divine Comédie</i>, qui inspira le thème de la Porte. Mais en 1902, Rodin décide d'agrandir l'œuvre à une taille monumentale. Isolé de tout contexte anecdotique, traité pour lui-même, le personnage gagne en puissance et touche à l'universel : il devient l'incarnation de l'esprit. C'est sans doute cet aspect, associé à la puissance plastique de l'œuvre, qui poussa les générations suivantes à se l'approprier de manière parfois très personnelle, à l'image de l'Allemand Georg Baselitz, objet de notre prochain commentaire. »</p>
<p><b>Principaux axes développés / éléments de discours mis en avant</b></p>	<p>Le discours débute avec une référence à l'écrivain Rilke pour décrire <i>Le Penseur</i> comme la personnification du « bouillonnement de l'esprit ». Il s'ensuit une référence à Michel-Ange et à la statue méditative de Laurent de Médicis qui aurait inspiré Rodin, afin d'expliquer comment celui-ci dépasse la posture de simple méditation ainsi que la technique utilisée. Enfin, le discours explique le passage de la représentation de Dante au <i>Penseur</i> devenu « l'incarnation de l'esprit ».</p>
<p><b>Application numérique à télécharger, parcours enfant</b></p>	
<p><b>Discours autour de l'œuvre</b></p>	<p>Bonjour ! Je m'appelle Auguste Rodin. C'est moi qui vais t'accompagner tout au long de ta visite dans cette exposition qui m'est consacrée. Je ne serai pas seul : je suis accompagnée de Paul, le jeune apprenti qui vient d'arriver dans mon atelier. (...)</p> <p>RODIN : A présent, je vais te montrer une statue très connue. Sans regarder son titre, pourrais-tu me la décrire ?</p> <p>PAUL : C'est un homme nu qui est assis sur un rocher et qui ne fait rien. On dirait juste qu'il réfléchit. Il a l'air très concentré.</p> <p>RODIN : Bien vu ! Il s'appelle <i>Le Penseur</i>. C'est une allégorie de la Pensée, c'est-à-dire qu'il ne représente pas quelqu'un de particulier, mais une idée. Mémoire bien cette statue, car tu vas la retrouver plus tard sur une autre œuvre célèbre : ma grande <i>Porte de l'Enfer</i>. A l'origine, j'avais placé une version plus petite du <i>Penseur</i> au sommet de</p>



	<p>la <i>Porte</i>. Mais, en 1904, j'ai décidé de l'agrandir à taille humaine : c'est la version que tu as sous les yeux. Elle a beaucoup impressionné les autres artistes. D'ailleurs, as-tu remarqué qu'à droite du <i>Penseur</i>, il y a une autre statue peinte en bleu et blanc ? A ton avis, pourquoi l'a-t-on placée ici dans l'exposition ?</p> <p>PAUL : C'est... pour les comparer, non ? Mais ce n'est pas vous qui l'avez sculptée.</p> <p>RODIN : Tout à fait ! C'est une œuvre de l'artiste allemand Georg Baselitz, qui date de 2009. Baselitz dit qu'il ne s'est pas inspiré du <i>Penseur</i> quand il l'a sculptée...</p> <p>PAUL : Pourtant, la statue a la même pose ! Elle est assise avec un coude sur le genou.</p> <p>RODIN : Mais dirais-tu que c'est une copie ?</p> <p>PAUL : Eh bien... non. <i>Le Penseur</i> ressemble vraiment à un homme, et il est très musclé. La statue de Baselitz est brute et elle n'est pas réaliste. Il n'y a pas de détails, et le corps est peint en bleu. Elle est étrange.</p> <p>RODIN : Parce qu'elle ressemble un peu à une statue en bois ancienne. C'est la manière de Baselitz d'interpréter mon œuvre : il se l'approprie avec son propre style contemporain très brut. Tu verras au cours de l'exposition que de nombreux artistes ont reformulé mes recherches de différentes manières. »</p>
<p><b>Principaux axes développés / éléments de discours mis en avant</b></p>	<p>Le discours est d'abord centré sur la description de la figure du <i>Penseur</i> et son attitude pour introduire la notion d'allégorie, ici allégorie de la Pensée. Une référence est faite à <i>La Porte de l'Enfer</i> qui sera abordée plus tard. La moitié suivante de l'explication fait un parallèle entre <i>Le Penseur</i> et la statue de Georg Baselitz pour souligner l'influence de Rodin sur de nombreux artistes contemporains.</p>
<p><b>Album de l'exposition (« Album du centenaire »)</b></p>	
<p><b>Discours autour de l'œuvre</b></p>	<p>« Œuvre iconique de Rodin, <i>Le Penseur</i> est l'une des sculptures les plus connues au monde et a été l'objet de maintes réinterprétations depuis sa création pour la <i>Porte de l'Enfer</i> en 1880. Installé au centre du tympan de la Porte de l'Enfer dans le but premier d'y incarner Minos, roi des Enfers, cet homme méditant devient une évocation de Dante interrogeant sa création. Mais par sa nudité, l'auteur de <i>La Divine Comédie</i>, principale source littéraire de Rodin, acquière une dimension universelle. C'est Rodin lui-même qui nommera sa figure <i>Le Penseur</i> dès 1882, puis <i>Le Poète</i> à partir de 1888. Sa volonté était de « représenter l'homme comme symbole de l'humanité, l'homme rude et laborieux qui s'arrête au milieu de sa tâche pour penser aux choses, pour exercer une faculté qui le distingue des brutes. » À cette incarnation de la pensée, Rodin donne un physique puissant et massif, créant ainsi une tension entre la forme et le sujet, transcendant magistralement un poncif de la statuaire.</p> <p><i>Le Penseur</i> s'inscrit en effet dans une longue tradition de figures de l'introspection : La <i>Mélancolie</i> d'Albrecht Dürer, le <i>Julien de Médicis</i> de Michel-Ange, le <i>Satan</i> de</p>

	<p>Jean-Jacques Feuchère, l'<i>Ugolin</i> de Jean-Baptiste Carpeaux. Mais il rivalise surtout avec la puissance plastique du <i>Torse du Belvédère</i>. Cet antique appartenant aux collections du Vatican fascinait les artistes depuis le XV<sup>e</sup> siècle par la justesse de son anatomie et par sa force expressive. Dès 1888, Rodin représente son <i>Penseur</i> détaché de la Porte, dans des versions en plâtre et en bronze, lui donnant ainsi une vie propre. Cette autonomie est renforcée à partir de 1903 par un changement d'échelle grâce à l'agrandissement de plusieurs exemplaires, dont l'un en bronze sera installé de 1906 à 1922 à Paris face au Panthéon. Dès lors, la fortune de l'œuvre sera considérable, vue comme un symbole de l'homme moderne capable d'allier la pensée à la force. <i>Le Penseur</i> fascine Edvard Munch qui le dessine en 1907. Antoine Bourdelle, Jacques Lipchitz ou André Derain s'en souviennent dans nombre de leurs sculptures masculines, tout comme Jean Arp dans son <i>Hommage à Rodin</i> de 1938 où l'absence de figuration n'empêche pas la référence la forme accroupie et expressive. Mais après la première guerre mondiale, d'un symbole de la pensée créative, la figure se teintera chez Wilhelm Lehmbruck de désespérance, de repli sur soi, voire d'abattement face à la destinée humaine. Au début du XXI<sup>e</sup> siècle Georges Baselitz dans <i>Volk Ding Zero</i> reprend la forme d'un homme assis et accoudé mais la traite de manière robotique comme si toute vie s'en était échappée, dernier pied-de-nez à l'œuvre emblématique de Rodin. »</p>
<p><b>Principaux axes développés / éléments de discours mis en avant</b></p>	<p>L'explication débute avec une référence à Dante puis décrit le passage vers une statue incarnant la pensée.</p> <p>S'ensuivent des références pointues à plusieurs figures de l'introspection de Dürer, Michel-Ange, Feuchère, Carpeaux, ainsi qu'au <i>Torse du Belvédère</i> appartenant au Vatican. La deuxième partie de l'explication multiplie également les références mais cette fois-ci à des artistes qui se sont inspirés du <i>Penseur</i>, s'en sont éloignés, ou l'ont réinterprété : Munch, Bourdelle, Lipchitz, Derain, Arp, Lehmbruck et Baselitz...</p>
<p><b>Catalogue de l'exposition</b></p>	
<p><b>Discours autour de l'œuvre</b></p>	<p>« Est-il possible que Jean Arp, qui modela en 1938 un <i>Hommage à Rodin</i> aux entremêlements intenses, n'ait pas eu l'image du <i>Penseur</i> dans un coin de sa mémoire lorsqu'il sculpta <i>Évocation</i> d'une forme humaine spectrale (1950, pierre, Clamart, fondation Arp), tout entière construite sur le déséquilibre de la masse supérieure émergeant d'une sorte de formel ? Enfin la question surgit avec l'énigmatique <i>Nuit d'Oppède</i> d'Etienne Martin (1942, famille de l'artiste), qui se situe clairement dans le sillage du symbolisme, empli d'intériorité ésotérique, réintégrant la question de la signification. On peut trouver beaucoup d'essais reprenant la silhouette et la pose du</p>

	chef-d'œuvre de Rodin, comme l'esquisse du <i>Prophète</i> modelée par Antoine Bourdelle en 1888 (Paris, musée Bourdelle), ou celle d' <i>Homme s'appuyant sur ses genoux</i> par Jacques Lipchitz (1925). <i>La Figure accroupie</i> taillée par André Derain franchit un pas supplémentaire en enfouissant sa tête posée sur ses genoux, dans ses mains croisées (1907, Vienne, musée du XX <sup>e</sup> siècle). »
<b>Principaux axes développés / éléments de discours mis en avant</b>	Le discours est axé sur des œuvres qui se sont inspirées du <i>Penseur</i> et l'ont réinterprété. Si plusieurs artistes sont mentionnés comme Jean Arp, Etienne Martin, Antoine Bourdelle, Jacques Lipchitz et André Derain, l'explication dépasse les simples références pour en apporter une courte description.

Les cinq supports de médiation étudiés ici proposent aux visiteurs des niveaux de lecture différents. Le ton employé est adapté plus spécifiquement aux segments de publics : l'application numérique à télécharger pour les enfants apporte ainsi des explications de manière ludique et pédagogique sur la base d'un échange virtuel entre Rodin et un jeune apprenti Paul. Une fois cette connivence installée, le discours permet d'introduire des premières réflexions sur l'art en général, en soulignant les inspirations et emprunts des artistes entre eux.

Les divers dispositifs de médiation font référence à d'autres artistes et à plusieurs époques, aussi bien antérieures que postérieures à Rodin, l'objectif commun semblant donc d'intégrer les explications sur *Le Penseur* plus globalement dans l'histoire de l'art. Toutefois, nous pouvons noter ici des niveaux de lecture plus ou moins complexes en termes d'appropriation, aussi bien par l'emploi de certaines formulations que par des références pointues qui nécessitent quelques prérequis en histoire de l'art pour une parfaite compréhension. Le catalogue de l'exposition en est une illustration, son discours ne peut s'adresser à un très large public.

Cette deuxième sous-partie nous a donc permis de mettre en lumière le rôle joué par la médiatisation et les dispositifs de médiation pour attirer et faire cohabiter des publics aux profils très variés lors des expositions blockbusters. La troisième sous-partie suivante est consacrée à l'expérience vécue par les publics à travers des enquêtes terrain auprès des visiteurs de *Rodin, l'exposition du centenaire*.

### 3) Des attentes à l'expérience vécue par les publics :

#### focus sur *Rodin, l'exposition du centenaire*

Conduire des entretiens avec les visiteurs permet de recueillir une pluralité de témoignages qui traduit une grande diversité d'expériences de visite à la fois dans le vécu cognitif et affectif.

Le guide d'entretien avec les visiteurs de *Rodin, l'exposition du centenaire*, joint en annexe 20, est articulé autour de 6 grandes questions ouvertes construites en entonnoir. L'objectif est d'être le moins directif possible, même si des relances sont également prévues. Toutes les questions ne sont pas forcément posées dans l'ordre et comme formulées au préalable, les personnes interrogées peuvent librement parler de leur expérience vécue avec leurs propres mots, dans l'ordre qui leur convient.

Cette enquête a été conduite auprès d'un échantillon de 12 personnes fréquentant des musées et expositions :

- 3 personnes « public occasionnel », avec une fréquence de 1 à 2 fois par an
- 3 personnes « public régulier », avec une fréquence de 4 à 6 fois par an
- 3 personnes « public assidu », avec une fréquence de 12 fois par an
- 3 personnes « public très assidu », avec une fréquence bien supérieure à 12 fois par an

Public occasionnel	Public régulier	Public assidu	Public très assidu
Homme, 20 ans, étudiant en comptabilité, de Nancy	Femme, 45 ans, responsable commerciale, de Lyon	Femme, 21 ans, étudiante histoire de l'art, de Paris	Femme, 71 ans, retraîtée (contrôleuse de gestion), de Paris
Homme, 27 ans, consultant en informatique, de Paris	Femme, 43 ans, vendeuse, de Paris	Femme, 32 ans, chargée de communication, de Paris	Femme, 30 ans, étudiante en communication culturelle, de Paris
Homme, 41 ans, directeur commercial, de Paris	Femme, 70 ans, retraîtée (psychomotricienne), de Paris	Femme, 65 ans, retraîtée (enseignante), de Bordeaux	Homme, 48 ans, responsable partenariats institutionnels d'une mutuelle santé, de Caen

Ces entretiens avec les publics ont été complétés par un entretien semi-directif avec deux professionnels exerçant des fonctions clés en développement des publics au sein du Grand Palais :

- Vincent Poussou, Directeur du Développement des Publics et du Numérique
- Agathe Grandval, Responsable des Études

Ainsi, avant d'analyser et de détailler les commentaires recueillis lors des entretiens avec les visiteurs, il semble intéressant d'aborder dans un premier temps les grandes caractéristiques des publics habituels du Grand Palais et plus spécifiquement de l'exposition Rodin, en prenant appui sur les informations communiquées par Vincent Poussou et Agathe Grandval.

Les études mettent en avant des points communs dans les profils des visiteurs d'une exposition à l'autre : des CSP et des niveaux d'études assez élevés, un public majoritairement féminin à 67% en moyenne (avec toutefois certaines variations, l'exposition *Hergé* atteignant 50% d'hommes par exemple) et un âge relativement élevé de 45,7 ans. En outre, les expositions de photographie et celles d'art contemporain attirent souvent des personnes un peu plus jeunes et un peu plus d'hommes. Le Grand Palais a également mené une politique pour développer la venue des jeunes avec la création du pass Sésame Jeune de moins de 30 ans à 20€.

Agathe Grandval précise que « le Grand Palais est un établissement cher et lourd à ouvrir, on ne peut donc pas beaucoup se permettre des expositions qui auraient très peu de visiteurs, mais il est difficile de prévoir très précisément à l'avance la fréquentation d'une exposition. On ne sait jamais quelles sont les expositions qui vont être blockbusters. » *Irving Penn*, par exemple, a été une très bonne surprise avec 330 000 visiteurs, alors que Rodin a attiré 300 000 visiteurs et Gauguin 470 000.

Dans le cadre de l'exposition Rodin, les visiteurs présentent globalement les caractéristiques habituelles avec 67% de femmes et un âge moyen de 46 ans. Toutefois, l'événement a attiré un peu moins de Parisiens et un peu plus de résidents de régions que d'autres expositions. Un critère également étonnant concerne les 27% de primo-visiteurs qui ne sont jamais venus auparavant au Grand Palais alors que la moyenne s'établit à 19%. La moitié de l'augmentation de ces primo-visiteurs pourrait venir du fait que les touristes représentent 14% du total des visiteurs vs 10% en moyenne.

#### **a) Des sources d'information et des pratiques muséales variées**

Les entretiens conduits avec les visiteurs mettent en exergue des sources d'information et des pratiques muséales très variées qui ne peuvent se réduire à une classification suivant la fréquence des visites. La réalité est bien plus complexe.

Concernant l'impact des médias, il est estimé que consciemment ou non un consommateur est quotidiennement soumis à un nombre de messages promotionnels qui varie entre 250 et 3000, en fonction du temps qu'il alloue à la lecture ou à l'écoute des médias. De ce nombre, il en

percevrait à peu près 75 et en retiendrait une douzaine<sup>56</sup>. La théorie connue sous le nom de « two-step flow » postule que le message des médias est d'abord reçu et compris par des personnes qui sont des spectateurs ou des auditeurs attentifs puis mis en circulation par ces derniers dans le reste du public. Ainsi, ce sont les personnes déjà intéressées par la problématique d'un message qui sont disponibles pour le recevoir et ensuite le diffuser. Elles sont à la fois plus exposées aux médias, tournées vers l'extérieur et peu différentes des personnes qu'elles influencent.

Quatre processus psychologiques interviennent comme « mécanismes de défense » pour atténuer et même bloquer les messages véhiculés par les médias de masse :

- Le premier est « l'exposition sélective ». Celle-ci postule qu'une personne qui souhaite aller au musée regarde volontairement les annonces d'expositions parues dans les médias.
- Le deuxième processus est « l'attention sélective » qui implique que la personne ne remarque que certains messages en fonction de l'urgence ou de l'importance de ses besoins.
- La « compréhension sélective » intervient quant à elle au moment du décodage de l'information publicitaire. La personne interprète, selon ses besoins et ses valeurs, les signes (couleurs, symboles, formes...) qui appuient le message publicitaire.
- Enfin, la « rétention sélective » est le mécanisme par lequel la personne ne retient qu'une partie des messages qu'elle a reçus et perçus.

Ces mécanismes jouent un rôle important dans les sources d'information citées par les publics interrogés. Par ailleurs, en termes de pratiques muséales, une distinction peut être faite entre les visiteurs dits « initiateurs » et ceux « répondants ». Les initiateurs sont des personnes qui aiment organiser des sorties culturelles pour leurs amis. Leur implication dans la forme artistique choisie est généralement très grande et ils sont à l'affût des événements qui y sont associés. Les répondants sont beaucoup plus susceptibles d'assister à un événement culturel si un ami les y a invités. Ils ont habituellement une attitude positive à l'égard de la forme artistique, mais cela se traduit peu par une décision de leur part.

Avant de détailler les résultats des entretiens et les verbatims associés, nous pouvons nous appuyer sur une première vue d'ensemble communiquée par Agathe Grandval.

Dans le cadre de l'exposition Rodin, les trois premières sources d'information sont le bouche à oreille de l'entourage, l'affichage et la presse. 24% des personnes interrogées par le Grand Palais

---

<sup>56</sup> COLBERT, François, *Le marketing des arts et de la culture*, Montréal, Chenelière éducation, 2014

précisent avoir eu recours au numérique tous supports confondus incluant le site et les réseaux sociaux, 13% indiquent avoir consulté le site grandpalais.fr.

Au vu de nos entretiens réalisés, l'âge et le sexe ne semblent pas être des facteurs déterminants dans les sources d'information, la fréquence de visite des musées joue un rôle plus important. Nous constatons en effet que le public occasionnel est plutôt un public composé de « répondants ». L'invitation de leur entourage est souvent l'élément déclencheur d'une visite. Ce public a l'impression d'être peu exposé à des messages publicitaires portant sur les expositions (sans doute du fait des mécanismes de défense vus précédemment qui bloquent ces messages). Ils ne sont attachés à aucun lieu culturel en particulier, un bouche à oreille positif est donc le facteur le plus susceptible de les influencer.

Les sources d'information du public régulier sont au contraire multiples. Il cite spontanément plusieurs musées qu'il affectionne, et si l'entourage proche (famille, amis, collègue...) influence ses choix, il est aussi sensible aux messages véhiculés par les médias (affichage, presse, TV, internet, réseaux sociaux).

Plus les visiteurs sont assidus, plus ils reviennent régulièrement dans certains musées bien précis. Ils établissent comme un rituel, l'attachement à certaines institutions culturelles semble alors très fort. La presse, internet, la radio ou encore le bouche à oreille continuent toutefois d'entrer en compte dans leur décision.

Le public très assidu se distingue par sa volonté de chercher proactivement des informations relatives aux expositions et à la culture en général, même s'il se décrit également exposé aux messages publicitaires. Il va donc naturellement sur les sites internet des musées, les pages Facebook qui leur sont dédiées ou encore sur leurs comptes Youtube pour découvrir les contenus autour des expositions : interviews, articles, vidéos. Le choix d'une visite n'est donc pas anodin. La motivation de ce public est par ailleurs très grande et il ne ressent pas le besoin de venir accompagné pour vivre une belle expérience artistique.

<b>Public occasionnel</b>	
Homme, 20 ans, étudiant en comptabilité, de Nancy	« Je n'ai pas entendu de commentaires en amont sur l'exposition. » C'est l'un de ses amis qui l'accompagne qui a recommandé l'exposition, attiré par le nom de Rodin et le fait qu'« au Grand Palais ils parlent d'art, mais c'est assez grand public. »

<p>Homme, 27 ans, consultant en informatique, de Paris</p>	<p>« Je travaille juste à côté et donc je passe devant régulièrement, du coup je vois les affichages des expos qu'il y a, mais aussi l'affichage dans Paris, ils communiquent pas mal. En général, je vais voir une ou deux expositions par an. Ça dépend aussi de ce que ma famille ou des amis peuvent me recommander. »</p>
<p>Homme, 41 ans, directeur commercial, de Paris</p>	<p>« J'allais voir des expositions plusieurs fois par mois il y a 4 ans, j'étais en couple avec quelqu'un qui aimait beaucoup les musées. Deux fois par an maximum aujourd'hui. Et il y a beaucoup plus longtemps, j'allais souvent à des vernissages, car c'est un ami qui m'y conviait. Je regarde sur internet ce qu'il y a, sur google tout simplement, je regarde les avis. Je ne vais pas sur un site spécialisé en art car je ne suis pas pointu, donc au contraire je préfère les avis sur un site généraliste. L'avis de mes amis compte aussi car ils connaissent mes goûts. Mon amie m'a conseillé cette expo par exemple, et je sais que c'est une passion pour elle l'art, donc son avis est pertinent. Mais sinon je n'en avais pas entendu parler du tout, je n'avais lu aucun avis, et j'avais pas d'intérêt particulier car je ne suis pas fan de sculpture à la base. »</p>
<p><b>Public régulier</b></p>	
<p>Femme, 45 ans, responsable commerciale, de Lyon</p>	<p>« J'en ai entendu parler sur Facebook. C'est un ami qui a fait suivre la page d'exposition du musée. J'ai vu quelques affiches de l'exposition dans la rue. »</p>
<p>Femme, 43 ans, vendeuse, de Paris</p>	<p>« On en a un peu entendu parler de l'exposition Rodin, quelques affiches et dans des magazines. » « J'aime beaucoup le musée du Luxembourg car c'est un petit musée, c'est intimiste. Comme c'est petit ils choisissent toujours des angles bien précis, ce ne sont pas des rétrospectives, par exemple pour Rodin ils auraient pu faire Rodin et <i>Le Penseur</i>, juste une exposition sur <i>Le Penseur</i>. J'aime bien aussi l'Orangerie. »</p>
<p>Femme, 70 ans, retraitée (psychomotricienne), de Paris</p>	<p>« Je fréquente beaucoup le musée des Arts décoratifs, le Palais Galliera car les thématiques m'intéressent. Le Louvre, une fois par an maximum. Et les musées spécifiques à un artiste me plaisent aussi : Rodin, Zadkine. Celui que j'adore c'est le Petit Palais. » « Je m'informe en prenant l'officiel des spectacles, l'une de mes filles s'intéresse aussi beaucoup à l'art et me conseille, et aussi à la fin des journaux télévisés parfois ils mettent une exposition à l'honneur. »</p>



<b>Public assidu</b>	
Femme, 21ans, étudiante en histoire de l'art, de Paris	« Je regarde sur internet les expos qu'il y a, sinon en discutant avec des amis surtout. J'ai un ami qui connaissait des gens qui travaillaient au Grand Palais, ils ont recommandé cette exposition et l'information a circulé. »
Femme, 32 ans, chargée de communication, de Paris :	« Je n'ai pas de thème en particulier, plutôt des choix par lieux que j'ai l'habitude de fréquenter, plutôt des musées nationaux. Et je me tiens au courant de l'actualité culturelle via internet, la radio, la presse. »
Femme, 65 ans, retraitée (ancienne enseignante), de Bordeaux	« J'ai tendance à aller voir des expositions à Paris avec une ou deux amies, souvent les mêmes endroits : le Grand Palais, le musée d'Orsay, Pompidou, le musée du Luxembourg. » « Je lis toujours les critiques de <i>Télérama</i> avant d'aller visiter une exposition, pas <i>Connaissance des Arts</i> ou une autre revue, juste <i>Télérama</i> , je n'ai jamais été déçue par leurs recommandations.»
<b>Public très assidu</b>	
Femme, 71 ans, retraitée (contrôleuse de gestion), de Paris	« J'ai acheté toutes les cartes de tous les musées de Paris, ça fait un peu plus de 300€, mais rapporté au jour ça fait 0,86€. Je fais attention à la dépense comme beaucoup de personnes âgées. Si on achète dans un certain ordre, en achetant d'abord le Louvre, après on a des réductions sur l'achat de toutes les cartes. Cette année comme c'était Rodin, j'ai aussi pris la carte des Amis Rodin à 150€ parce qu'ils nous invitent aussi à aller voir d'autres expositions proches de Rodin gratuitement. Ils m'ont invitée à aller visiter <i>Picasso Primitif</i> , à visiter l'exposition Rodin avec la Directrice du musée Rodin. J'ai aussi eu une visite guidée de l'exposition Kiefer gratuitement. Ils nous invitent à Versailles pour les plâtres, à Meudon aussi. J'ai aussi la carte de Pompidou, j'ai vu Hockney, je ne connaissais pas du tout et j'ai beaucoup aimé. Je vais écouter des conférences, de la musique. »  « Je suis abonnée au <i>Monde</i> électronique et aux <i>Echos</i> , je lis la presse tous les matins. Je regarde aussi sur Youtube parfois. »
Femme, 30 ans, étudiante en communication culturelle, de Paris	« Je n'avais pas beaucoup entendu parler de l'expo Rodin, mais j'ai vu l'affiche et ça m'a donné envie, ça faisait moderne. La communication autour du film ça a aussi joué.  Je regarde beaucoup les affiches d'expos dans le métro, j'y suis assez sensible, certaines me donnent vraiment envie d'y aller.

	<p>Et je suis aussi attentive au titre, qu'il soit un peu énigmatique, par exemple <i>Picasso Primitif</i> ça m'a interpellée. Je regarde aussi les pages Facebook des musées, ils mettent du contenu, des vidéos. Si j'ai eu une bonne expérience de visite dans un musée, ça compte aussi, j'y retourne. Je vais voir plutôt les institutions de renom, je fais dans la valeur sûre, musée d'Orsay, Beaubourg, Grand Palais. C'est là qu'il y a le plus de contenus. Mais je vais aussi à la Fondation Vuitton par exemple.</p> <p>L'exposition Matisse-Picasso elle m'avait marquée, il y avait eu un bruit médiatique énorme, un bouche à oreille important. L'exposition Chtchoukine ça faisait un peu trop grand catalogue, ça aurait pu être une collection permanente, je n'ai pas trop compris l'angle, mais bon il fallait aller la voir, ne pas la rater. Mais sinon je suis mes goûts quand même, si l'artiste ne me plaît pas, je n'y vais pas, par exemple Magritte à Pompidou je n'ai pas voulu y aller. »</p>
<p>Homme, 48 ans, responsable partenariats institutionnels pour une mutuelle santé, de Caen</p>	<p>« Le lieu joue aussi je trouve, quand il y a des grandes mises en scène. Certains musées se prêtent à de grandes expositions, c'est vraiment le cas du Grand Palais qui met les œuvres en valeur.</p> <p>Je suis abonné à <i>Connaissance des Arts</i>, je lis leurs avis. Je vais aussi sur les sites internet des musées voir les contenus sur les expositions qu'ils proposent, comme les vidéos. Il y a aussi des articles intéressants sur des expositions dans les journaux, <i>Le Figaro</i> par exemple. Pour l'exposition Rodin, j'en ai beaucoup entendu parler dans les journaux, dans <i>Connaissance des Arts</i> aussi. »</p>

### b) Des motifs de visite influençant l'évaluation de l'exposition elle-même

Chaque visiteur poursuit une logique différente dans sa façon d'aborder l'expérience culturelle. Si les raisons intellectuelles, émotionnelles, récréatives ou de liens sociaux prédominent, nous pouvons considérer qu'il existe parfois également des motifs normatifs et de distinction sous-jacents<sup>57</sup>.

- Les motifs d'enrichissement intellectuel traduisent la volonté d'élargir ses connaissances, de satisfaire sa curiosité intellectuelle.
- Les motifs émotionnels sont liés à un besoin de stimulation multisensorielle et de plaisir procuré par une contemplation esthétique.

<sup>57</sup> COLBERT François, *Le marketing des arts et de la culture*, Montréal, Chenelière éducation, 2014

- Les motifs récréatifs témoignent d'un désir de se divertir du quotidien.
- Les motifs normatifs sous-entendent la volonté de se conformer aux attentes de la société et y être accepté.
- Les motifs d'interactions sociales reflètent une envie d'entretenir des liens avec autrui
- Les motifs de distinction révèlent une volonté de se distinguer symboliquement des autres, de faire connaître son statut social.

Les visiteurs peuvent poursuivre plusieurs motifs en même temps. Les personnes qui disposent d'un important capital culturel auraient tendance à chercher des expériences qui stimulent leur intellect de même que leur quête de distinction, alors que ceux qui disposent d'un faible capital culturel seraient plus susceptibles d'être motivés par les motifs récréatif, normatif et d'interactions sociales.

Concernant ce dernier point, une étude intéressante publiée en 2015 par l'organisme américain National Endowment for the Arts<sup>58</sup> montre que pour 73 % des personnes interrogées, partager un moment avec ses proches (« to socialize ») est une des premières motivations pour fréquenter un lieu culturel. Stéphane Debenedetti distingue trois contextes qui influent une expérience muséale : le contexte personnel du visiteur (ses attentes, le temps qu'il veut consacrer à la visite, ses connaissances), le contexte physique (le cadre) et le contexte social. Celui-ci se divise entre les « étrangers » (autres visiteurs, médiateurs, personnels d'accueil) et « les compagnons » qui forment le « contexte social intime ». Il peut y avoir absence ou présence de compagnons (couple, famille, amis...). La sortie au musée permettrait la consolidation des liens sociaux et impacterait sur les motivations et la satisfaction du public. Par ailleurs, moins le visiteur est expert, plus il est accompagné, la présence de ses compagnons le rassure. Quand un visiteur non accompagné va rechercher l'introspection et fuit les interactions, celui-ci est en règle générale plus familiarisé avec les lieux, plus expert. La volonté de créer du lien social peut toutefois aussi s'expliquer par le simple plaisir d'être ensemble, de partager un bon moment avec ses compagnons.

Dans le cadre de nos entretiens conduits avec les visiteurs, le public occasionnel semble surtout motivé par les interactions sociales que la visite d'exposition procure puisque c'est comme nous

---

<sup>58</sup> LECLERC, Cyril, « Une expérience ou rien ? Qu'est-ce qui motive les publics culturels ? », *Culturecom*, publié le 23/11/15  
<https://culture-communication.fr/fr/une-experience-ou-rien-quest-ce-qui-motive-les-publics-culturels/>

l'avons vu un public de « répondants ». Les motifs récréatif et intellectuel peuvent également être une source de motivation.

Le public régulier cherche quant à lui principalement à acquérir de nouvelles connaissances. Ce motif intellectuel reste déterminant également au sein du public assidu même s'il se conjugue alors avec un autre motif, récréatif ou d'interactions sociales.

Le public très assidu se distingue par son approche émotionnelle, le plaisir procuré par une contemplation purement esthétique, le besoin de voir de belles œuvres qui bouleverse ses sens. L'acquisition de connaissances serait plutôt la deuxième motivation.

<b>Public occasionnel</b>	
Homme, 20 ans, étudiant en comptabilité, de Nancy	<p><b>Motifs de visite :</b> « Honnêtement si mon ami n'avait pas voulu y aller, je n'y serais pas allé. Il a été moteur, et je me suis dit pourquoi pas, si ça dure 1h. »</p> <p><b>Ce qui a plu :</b> « Le cadre est super beau. Ça reste une expo agréable entre amis. »</p> <p><b>Ce qui a déplu :</b> « Un peu trop long »</p>
Homme, 27 ans, consultant en informatique, de Paris	<p><b>Motifs de visite :</b> « Rodin c'est quand même un grand nom donc je voulais aller voir l'exposition. C'est pour apprendre des choses, je n'ai pas eu la chance de baigner dans l'art quand j'étais petit, du coup je cherche surtout à découvrir des choses. »</p> <p><b>Ce qui a plu :</b> « Je trouve ça intéressant de voir les différentes phases, l'expérimentation puis ce qu'il a retravaillé, des zooms aussi sur certaines parties. C'est accessible, fluide, même pour quelqu'un comme moi qui n'y connaît pas grand-chose. »</p> <p><b>Ce qui a déplu :</b> « Parfois ça manque d'informations sur les œuvres, il y a juste le titre et le nom du sculpteur. »</p>
Homme, 41 ans, directeur commercial, de Paris	<p><b>Motifs de visite :</b> « Je cherche à me divertir à la base, à sortir du quotidien. C'est aussi un moment de partage quand on est en couple, d'échanger durant la visite. Je suis venu car mon amie m'a conseillé l'expo, et le lieu me plaît aussi. Je préfère aller au Grand Palais car l'architecture est magnifique, pareil pour le musée d'Orsay. »</p> <p><b>Ce qui a plu :</b> « L'exposition est bien construite, on s'aperçoit que dans chaque période Rodin avait un style défini. C'est agréable à parcourir. Et puis les commentaires de l'application étaient vraiment intéressants. Je pensais aussi voir que des œuvres de Rodin, comme ça s'appelle le</p>

	<p>centenaire de Rodin, et finalement l'exposition permet de découvrir d'autres artistes et de comprendre le leadership de Rodin. »</p> <p><b>Ce qui a déplu :</b> « On ne peut pas tourner autour de certaines œuvres, <i>Le Penseur</i> c'est l'œuvre emblématique et c'est incroyable on ne peut pas tourner autour ! Il manquait aussi des explications sur la technique de la sculpture, ils auraient pu consacrer une salle aussi au matériel, aux moules, comment on coule un bronze etc. »</p>
<b>Public régulier</b>	
<p>Femme, 45 ans, responsable commerciale, de Lyon</p>	<p><b>Motifs de visite :</b> « C'est un moment que je partage avec ma fille, et en plus on apprend des choses. Et puis aller à une exposition c'est aussi aller dans un lieu. Le Grand Palais, le musée d'Orsay, le Quai Branly ce sont des très beaux endroits. »</p> <p><b>Ce qui a plu :</b> « J'ai apprécié qu'ils aient découpé l'exposition en trois phases, qu'ils aient expliqué les changements qui s'opèrent dans son art. La manière avec laquelle il a choisi de faire ressortir les expressions, de rendre la matière vivante, c'est très intéressant. J'ai apprécié aussi de voir les œuvres de ses étudiants et de d'autres sculpteurs qui se sont inspirés de lui. C'est une exposition pour tout le monde dans la façon dont elle est construite, elle permet de bien s'approprier les œuvres. C'est aéré, on peut comparer le travail du maître et des autres. C'est aussi l'occasion de venir au Grand Palais, c'est un très bel endroit. »</p> <p><b>Ce qui a déplu :</b> « Il y a toujours la frustration de ne pas pouvoir toucher les œuvres. »</p>
<p>Femme, 43 ans, vendeuse, de Paris</p>	<p><b>Motifs de visite :</b> « C'est surtout pour découvrir des choses comme je n'ai pas fait histoire de l'art par exemple. Il y a tellement d'expositions à Paris, on n'a pas d'excuses, il y en a pour tous les goûts. »</p> <p><b>Ce qui a plu :</b> « Chez Rodin le mouvement il fait réel, il fait humain, on a l'impression qu'il va se mettre à bouger. Il travaille sur les détails du muscle. C'était aussi intéressant de mettre une œuvre à côté de ce que ça a inspiré, plutôt que juste une approche chronologique. J'ai aussi découvert les dessins, c'est pas du tout pour ça que je connaissais Rodin.»</p> <p><b>Ce qui a déplu :</b> « Les autres artistes, ça ne m'a pas donné envie de les voir, ils ne sont pas mis en valeur, ils font vraiment figés par rapport à Rodin. Giacometti par exemple je n'accroche pas du tout. Chez d'autres, ça fait scolaire leurs œuvres. »</p>

<p>Femme, 70 ans, retraitée (psychomotricienne), de Paris</p>	<p><b>Motifs de visite :</b> « C’est surtout la curiosité de mieux connaître un artiste, d’approfondir mes connaissances sur lui. Je n’y vais pas pour créer un lien social, même si j’apprécie plus tard d’en parler avec mon entourage. »</p> <p><b>Ce qui a plu :</b> « Rodin c’est un sculpteur qui se démarque des autres avec ses sculptures en mouvement. Il n’y avait aucune lassitude dans l’exposition, ce n’était pas juste des œuvres les unes à côté des autres, mais on voyait aussi le travail des matières avec la même œuvre. J’ai lu les cartels et les panneaux, mais j’ai surtout beaucoup apprécié les commentaires sur l’application qu’on avait téléchargée avec ma fille. J’étais aussi allée à la conférence sur la <i>Porte de l’Enfer</i> à l’auditorium du Grand Palais avec ma fille avant de voir l’exposition et ça m’a plu de la voir ensuite aussi bien mise en valeur près de l’escalier. »</p> <p><b>Ce qui a déplu :</b> « Rien de particulier, juste les petits plâtres qui m’intéressaient moins dans les vitrines par rapport aux autres sculptures monumentales. »</p>
<p><b>Public assidu</b></p>	
<p>Femme, 21ans, étudiante en histoire de l’art, de Paris</p>	<p><b>Motifs de visite :</b> « On adore avec mes amies faire des expositions, et puis j’étudie en histoire de l’art donc c’est un peu normal. C’est à la fois pour apprendre des choses, sortir du quotidien et des cours, et être avec elles. »</p> <p><b>Ce qui a plu :</b> « L’exposition apporte un éclairage nouveau car il y a aussi des dessins par exemple. J’avais visité le musée de Rodin, et pour avoir fait un stage au Louvre, je connais bien Rodin. J’ai trouvé que l’exposition est bien construite, le fait d’avoir séparé en trois étapes de sa vie et de sa construction artistique. J’ai aussi aimé voir d’autres artistes, et son influence assez prononcée, son impact. »</p> <p><b>Ce qui a déplu :</b> « Parfois la disposition des œuvres n’était pas optimale, on ne pouvait pas faire le tour. Ça aurait été bien aussi au moins un texte sur la technique du moulage, de la sculpture, et des explications sur les différents matériaux. »</p>
<p>Femme, 32 ans, chargée de communication, de Paris :</p>	<p><b>Motifs de visite :</b> « J’y vais pour apprendre des choses et puis ça change du travail, on est dans un bel endroit aussi. C’est mon moment de détente. »</p> <p><b>Ce qui a plu :</b> L’exposition est intéressante, les trois séquences sont bien réparties. Rodin j’aime beaucoup, et finalement je me suis rendue compte que je ne connaissais pas si bien.</p> <p>Il y a beaucoup de textes explicatifs, le propos scientifique est présent. »</p>

	<p><b>Ce qui a déplu :</b> « Les autres artistes prenaient une part trop importante dans l'exposition, je venais surtout pour voir Rodin. »</p>
<p>Femme, 65 ans, retraitée (ancienne enseignante), de Bordeaux</p>	<p><b>Motifs de visite :</b> « Je vais voir des expos pour élargir mes connaissances, c'est vraiment pour me cultiver. Je prends l'application et je fais le parcours seule même si je viens accompagnée. Je viens pour apprendre des choses, pas pour discuter durant la visite. Mais après l'exposition, on prend un verre et on échange sur la visite. »</p> <p><b>Ce qui a plu :</b> « Cette exposition dégage une grande puissance, et dans ce lieu c'est magnifique. On n'est jamais déçu au Grand Palais de toute façon ! J'ai adoré aussi qu'il y ait d'autres artistes présents et pas que des œuvres de Rodin. Dans l'une de mes conférences en italien, on m'avait parlé de <i>L'Homme qui marche</i> de Giacometti, j'étais contente de voir l'œuvre. »</p> <p><b>Ce qui a déplu :</b> « Rien, j'ai adoré. »</p>
<p><b>Public très assidu</b></p>	
<p>Femme, 71 ans, retraitée (contrôleuse de gestion), de Paris</p>	<p><b>Motifs de visite :</b> « Je travaillais avant dans les chiffres, et je n'avais pas le temps, on vous exploite, je me rattrape maintenant. Je ne cherche pas à aller voir des choses que je connais déjà, je fais du vagabondage, je suis une clocharde de l'art ! Je ne fais pas les musées pour être cultivée, je fais les musées pour regarder de belles œuvres, pour l'émotion, c'est plus joli que de regarder des panneaux publicitaires ! Je ne visite pas avec les gens sauf avec une copine du Louvre. »</p> <p><b>Ce qui a plu :</b> « L'exposition est bien construite, c'est agréable de parcourir les salles, il y a de l'espace, le lieu se prête bien à ces sculptures. On découvre aussi les œuvres d'autres artistes. »</p> <p><b>Ce qui a déplu :</b> « Rien en particulier, j'y retourne justement avec plaisir. »</p>
<p>Femme, 30 ans, étudiante en communication culturelle, de Paris</p>	<p><b>Motifs de visite :</b> « C'est un plaisir esthétique que je recherche, j'en ai besoin. C'est avant tout l'émotion artistique, puis la connaissance. »</p> <p><b>Ce qui a plu :</b> « Ce qui était étonnant, c'est qu'il y avait beaucoup d'œuvres qui n'étaient pas de Rodin, ça m'a beaucoup plu. J'ai revu avec plaisir des artistes que j'aime du XXI<sup>e</sup> siècle. Elle est bien conçue, j'ai suivi tout le parcours avec plaisir. »</p> <p><b>Ce qui a déplu :</b> « Les explications sur la technique manquaient. Et j'ai l'impression qu'ils ne parlaient pas du tout de Camille Claudel, c'est vraiment étrange. »</p>

<p>Homme, 48 ans, responsable partenariats institutionnels pour une mutuelle santé, de Caen</p>	<p><b>Motifs de visite</b> : « C’est surtout pour élargir mes connaissances, par pure curiosité intellectuelle. Je m’y rends tout seul donc je ne cherche pas à entretenir un lien social en allant voir des expositions. »</p> <p><b>Ce qui a plu</b> : « J’ai été agréablement surpris par la quantité d’œuvres présentées, et j’ai découvert aussi toutes les variantes que Rodin a faites, sur la <i>Porte de l’Enfer</i> par exemple. Je ne pensais pas non plus que les autres artistes allaient être autant représentés, c’était vraiment bien construit et on comprend l’influence de Rodin. »</p> <p><b>Ce qui a déplu</b> : « Ils auraient pu parler plus de Camille Claudel. »</p>
---	---

### c) Un besoin de médiation variable à l’image d’une diversification des publics

Les besoins des visiteurs en médiation semblent davantage liés aux motifs de visite qu’aux connaissances artistiques préalablement acquises ou à la fréquence de visite des musées et expositions.

Ainsi, trois personnes sur quatre déclarant rejeter les visites guidées, les audioguides et les applications à télécharger considèrent que le motif émotionnel est de loin le plus important. Ces dispositifs sembleraient donc les encombrer dans leur expérience esthétique, leur relation de plaisir à l’œuvre.

Les trois personnes interrogées pour lesquelles le motif intellectuel est prédominant sont justement celles qui accueillent très favorablement les médiations proposées. Elles apparaissent à leurs yeux comme une source d’enrichissement de la visite.

Les cinq visiteurs témoignant d’un avis plus mitigé (dans un certain cadre et sous certaines conditions) présentent des motifs de visite moins marqués, il s’agit plutôt d’une combinaison mêlant le besoin de se divertir, de créer des liens sociaux et d’acquérir des connaissances. Ils déclarent être ouverts à des explications si la voix n’est pas monocorde, les commentaires pas trop longs et que la sensation n’est pas celle d’être à l’école. Ils en attendent « de la vie », comme si la visite guidée était menée par un ami.

Public occasionnel	
<p>Homme, 20 ans, étudiant en comptabilité, de Nancy</p>	<p><b>Motif de visite</b> : liens sociaux</p> <p><b>A propos de l’application à télécharger</b> : « Je n’avais pas vu que ça existait. C’est bien ça, à 3€ c’est pas cher en plus. Carrément plus sympa qu’un audioguide, même si ce sont les mêmes commentaires qu’un</p>



	<p>audioguide, c'est mieux que ce soit sur le téléphone. Le format 2 minutes c'est bien, même si je n'écouterai pas tous les commentaires des 30 œuvres. En plus si ça mélange des œuvres connues et moins connues c'est ce qui est intéressant. »</p>
<p>Homme, 27 ans, consultant en informatique, de Paris</p>	<p><b>Motif de visite</b> : intellectuel</p> <p><b>A propos de l'audioguide</b> : « Je n'en prends jamais, je n'aime pas les voix monocordes. »</p> <p><b>A propos de l'application à télécharger</b> : « Je ne l'ai pas prise car j'avais fait un test avec une appli il y a longtemps et c'était pas ma tasse de thé, la lenteur et la voix monocorde. Quand j'ai besoin d'infos, je regarde directement sur internet devant les œuvres, sur Wikipedia, comme pour <i>la Porte de l'enfer</i> par exemple. »</p> <p>Réaction en écoutant <i>Le Penseur</i> sur l'application : « Cette voix c'est pas possible, c'est froid, monocorde, ils devraient faire comme avec le GPS et nous permettre de choisir plusieurs voix, ça fait vraiment old school, très années 90 ! »</p>
<p>Homme, 41 ans, directeur commercial, de Paris</p>	<p><b>Motifs de visite</b> : récréatif et liens sociaux</p> <p><b>A propos de l'audioguide et de la visite guidée</b> : « Normalement je n'ai pas le réflexe de prendre l'audioguide ni de faire des visites guidées. Aux audioguides il y a toujours la queue et c'est sale d'utiliser le même audioguide que quelqu'un d'autre en plus, l'appli c'est mieux du coup. Mais il y a quand même un côté plus sympa de faire une visite guidée, enfin si c'est juste 5 personnes, pas 25, et qu'on peut poser nos questions à la guide tranquillement. »</p> <p><b>A propos de l'application à télécharger</b> : « Mon amie m'a prêté l'application qu'elle avait téléchargée et c'était vraiment intéressant. Je ne savais même pas qu'on pouvait télécharger des applis dans les musées. C'était un peu long, un format une minute par œuvre aurait été suffisant. Je ne suis pas toujours resté devant l'œuvre avec l'appli, je commençais à écouter devant (1 minute environ sur les 2 minutes du commentaire), puis je faisais un tour au centre de la pièce pour regarder aussi le reste en même temps. Ils auraient pu aussi parler un peu de la technique de sculpture, il n'y avait rien dessus dans l'expo et rien sur l'appli. Et j'ai plus apprécié quand même les commentaires de mon amie, car c'est toujours plus sympa en live que d'écouter une appli, c'est plus interactif. Mais globalement</p>

	c'était vraiment bien l'appli, ça m'a donné envie d'en télécharger à l'avenir. »
<b>Public régulier</b>	
Femme, 45 ans, responsable commerciale, de Lyon	<p><b>Motifs de visite</b> : émotionnel, intellectuel et liens sociaux</p> <p><b>A propos de l'audioguide</b> : « Non, je n'en prends jamais, je préfère lire juste les panneaux. »</p> <p><b>A propos de l'application à télécharger</b> : « Je n'aime pas écouter des commentaires tout en regardant, ça me perturbe. Ça se regarde Rodin, ça ne s'écoute pas. »</p>
Femme, 43 ans, vendeuse, de Paris	<p><b>Motif de visite</b> : intellectuel</p> <p><b>A propos de l'audioguide</b> : « Sur le principe, je n'aime pas les audioguides. Je l'ai fait une fois dans une exposition sur les héros des Comics parce que je suis fan de Marvel et c'est important dans ce cas d'avoir toute l'histoire des personnages, mais pas pour la sculpture ou la peinture. »</p> <p><b>A propos de l'application à télécharger</b> : « J'ai un téléphone sans internet dessus. J'utilise pas du tout ce genre de choses. Je n'ai pas envie de toute l'explication, c'est plus le ressenti, pas le contexte ou l'histoire de l'œuvre qui m'intéresse. »</p>
Femme, 70 ans, retraitée (psychomotricienne), de Paris	<p><b>Motif de visite</b> : intellectuel</p> <p><b>A propos de l'audioguide et de la visite guidée</b> : « J'aime beaucoup faire des visites guidées mais elles sont souvent chères et vu déjà le prix du billet pour l'exposition... Les audioguides c'est pareil c'est aussi des frais en plus mais ça m'arrive quand même d'en prendre, j'aime vraiment avoir des explications, ça enrichit la visite. »</p> <p><b>A propos de l'application à télécharger</b> : « Les commentaires sont vraiment très bien, précis mais pas trop longs non plus, ils nous donnent des jalons et après c'est à nous d'aller plus loin si on le souhaite. Le format est idéal. »</p>
<b>Public assidu</b>	
Femme, 21ans, étudiante en histoire de l'art, de Paris	<p><b>Motifs de visite</b> : intellectuel, récréatif et liens sociaux</p> <p><b>A propos de l'audioguide</b> : « Je préfère d'abord repérer une œuvre, ensuite la regarder, lire les indications s'il y en a, mais pas avoir tout un blabla dans les oreilles. Et en plus à plusieurs sans audioguide on échange entre nous. »</p>

	<p><b>A propos de l'application à télécharger</b> : « J'aime bien avoir un éclairage, quand il y a quelqu'un qui m'explique, mais c'est plus agréable avec un guide physique. Si ça dure juste 2 minutes pourquoi pas. On n'était pas au courant qu'il y avait une application. »</p>
<p>Femme, 32 ans, chargée de communication, de Paris :</p>	<p><b>Motifs de visite</b> : intellectuel et récréatif</p> <p><b>A propos de l'audioguide et de la visite guidée</b> : « Je ne prends jamais l'audioguide et fait très rarement les visites guidées. En général, j'aime bien faire une exposition une première fois toute seule pour la découvrir par moi-même et si c'est une exposition que je trouve particulièrement intéressante, je vais après éventuellement faire une visite guidée. »</p> <p><b>A propos de l'application à télécharger</b> : « J'avais téléchargé une fois une application pour une exposition et ça n'a pas marché, donc après je ne l'ai plus refait. »</p> <p>« C'est intéressant de découvrir aussi des œuvres pas très connues, d'avoir les commentaires, et pas que des œuvres emblématiques. Le format de 2 minutes est pas mal, ou alors un format même plus long ça va mais on écoute moins de commentaires.»</p>
<p>Femme, 65 ans, retraitée (ancienne enseignante), de Bordeaux</p>	<p><b>Motifs de visite</b> : intellectuel et liens sociaux</p> <p><b>A propos de l'audioguide et de la visite guidée</b> : « J'aime bien les visites guidées. »</p> <p><b>A propos de l'application à télécharger</b> : « Je l'ai utilisée, elle est géniale, super bien faite. Les commentaires sont clairs, ni trop courts ni trop longs. Et en parallèle je lis tous les panneaux d'affichage et les cartels. »</p>
<p><b>Public très assidu</b></p>	
<p>Femme, 71 ans, retraitée (contrôleuse de gestion), de Paris</p>	<p><b>Motif de visite</b> : émotionnel</p> <p><b>A propos de l'audioguide et de la visite guidée</b> : « Je ne fais pas les visites guidées, sauf depuis que je suis avec les Amis Rodin et là c'était la Directrice du musée Rodin qui nous a raconté comment elle avait mis les œuvres. Je ne prends jamais les audioguides car je veux avoir une relation de plaisir avec l'œuvre, et pas entendre quelque chose ou avoir un a priori. »</p> <p><b>A propos de l'application à télécharger</b> : « L'application c'est comme les audioguides, ça ne m'intéresse pas, je ne veux pas savoir pourquoi une œuvre est faite comme ça mais juste savoir quelle est l'œuvre que je préfère. »</p>

<p>Femme, 30 ans, étudiante en communication culturelle, de Paris</p>	<p><b>Motifs de visite</b> : émotionnel principalement, puis intellectuel</p> <p><b>A propos de l'audioguide et de la visite guidée</b> : « C'est très rare que je fasse des visites guidées ou que je prenne l'audioguide, je trouve que c'est plutôt un obstacle à la découverte. »</p> <p><b>A propos de l'application à télécharger</b> : « Ce n'est pas ce que je recherche. J'ai fait les Beaux-Arts, donc ce type de commentaires ça ne me semble pas très utile, je le sais déjà ça. J'y vais surtout pour une expérience esthétique, je n'ai pas besoin de toutes ces explications. Si c'est de l'art pour l'art, je veux être seule devant l'œuvre. Peut-être que pour une exposition plus historique, alors là une appli c'est plus intéressant, ou alors pour une exposition très technique. Ça aurait pu être bien pour cette expo l'appli si c'était pour expliquer la technique de sculpture de manière très poussée mais là ce n'est pas le cas.»</p>
<p>Homme, 48 ans, responsable partenariats institutionnels pour une mutuelle santé, de Caen</p>	<p><b>Motif de visite</b> : intellectuel</p> <p><b>A propos de l'audioguide et de la visite guidée</b> : « Les audioguides je les prends parfois mais si j'ai vraiment beaucoup de temps, 3h. Là j'avais moins de temps, 2h. Les visites guidées, c'est plus contraignant en termes d'horaires, il faut réserver et tout, je n'en fais pas. A Chtchoukine par exemple c'était super bien fait, ils avaient des médiateurs dans les salles qui expliquaient les œuvres, sans réservation, on pouvait aller les voir directement. »</p> <p><b>A propos de l'application à télécharger</b> : « Je ne télécharge jamais ces applications. Mais en effet, c'est très bien fait, les commentaires sont précis et courts, juste 2 minutes. Il y a une force de synthèse remarquable. Le fait qu'il y ait 30 œuvres c'est bien, après il y en a quelques autres qui m'ont beaucoup plu et qui ne sont pas sur l'application, comme les mains d'Annette Messager. Ils auraient aussi pu dédier spécifiquement une partie de l'application aux œuvres des élèves de Rodin. »</p>

Agathe Grandval nous précise que 90% des visiteurs, voire plus, visitent simplement les expositions : « Ils considèrent que le contenu dans l'exposition est déjà suffisant, ils n'ont pas forcément envie d'avoir une démarche pédagogique qui serait plus compliquée. Ils veulent apprendre, que ça infuse, mais que cela reste une expérience agréable. Ça les gêne de se baisser pour lire les cartels, ou lorsqu'il y a du monde devant la chronologie ou devant le texte introductif à l'entrée. Ils sont nombreux à penser qu'il est inutile d'en rajouter en lecture avant

ou après, en audioguide, en application. Mais il y a plusieurs profils de visiteurs, ces dispositifs répondent à certaines demandes. »

Certains témoignages recueillis viennent en effet confirmer que les visiteurs sont d'accord pour acquérir de nouvelles connaissances, mais ils ne veulent pas pour autant avoir l'impression d'être sur les bancs de l'école et souhaitent que la visite muséale reste une expérience agréable.

Comme nous l'explique Vincent Poussou, cette ambivalence dans l'appétit éducatif des publics complique la démarche des institutions : « L'enjeu de la proposition culturelle et de l'art peut-être en général, c'est de créer une relation sensible qui vienne à un moment donné adoucir ou faciliter la partie instruction. La demande éducative porte sur une proposition qui aide à grandir d'une certaine manière et qui ne fait pas que passer de la connaissance. (...) Je ne suis pas sûr que le taux de satisfaction augmenterait si on avait plus d'explications car il faudrait que ces explications arrivent d'une certaine manière, qu'elles infusent. Si on rajoute trop de couches explicatives, finalement c'est aussi répulsif. Peut-être que la vraie satisfaction c'est lorsque l'exposition raconte une histoire intéressante qu'on arrive à bien comprendre. Lors de l'exposition *Les peintres américains et la Grande Dépression* qui a eu plus de succès que prévu, le sujet était assez limité, on racontait cette période historique et les peintres l'illustraient d'assez près avec une bonne explication sur les différentes manières de réagir face à cette crise, dans cette tourmente dans laquelle était plongé le pays. Certains allaient vers l'engagement politique, d'autres se réfugiaient dans une forme d'abstraction en essayant de s'évader du monde, les troisièmes allaient vers un réalisme, les quatrièmes idéalisaient la campagne...Et tout cela était un récit qui fonctionnait bien, tout ce qui venait apporter des éléments complémentaires s'accrochait à ce récit d'une manière qui paraissait naturelle alors qu'elle était travaillée. »

Par ailleurs, chaque visiteur demanderait un niveau d'accompagnement différent. Les textes de salles et les cartels développés (informations reprises dans le dépliant de l'exposition remis à tous les visiteurs) doivent donc en dire « ni trop, ni pas assez ». Afin de répondre aux besoins variables des visiteurs, Vincent Poussou souligne l'importance de trouver « un juste milieu dans ce qui est proposé à tout le monde, libre à eux de les utiliser s'ils en ont envie », et ensuite de proposer « différentes briques pour ceux qui en veulent davantage (...) Mais ce sera toujours un juste milieu qui ne satisfera qu'un juste milieu de public, et par conséquent pas tout le monde. »

Si l'application à télécharger semble un bon support de médiation par son approche plus moderne et ludique que l'audioguide, nous pourrions envisager qu'elle intègre différents niveaux de lecture dans son fonctionnement. Ainsi, au lieu d'être la copie des textes de l'audioguide actuel, elle pourrait proposer plusieurs modules complémentaires « Pour aller plus loin », par exemple ici sur les techniques liées à la sculpture qui ont été plusieurs fois citées comme un manque par les visiteurs, ou des modules spécifiques sur Camille Claudel et les élèves de Rodin.

En facilitant l'immersion du public dans un univers, ces nouvelles technologies sont a priori des facilitatrices, qui amplifient l'expérience recherchée par le public. Dans son étude de l'impact des expositions d'immersion sur la valorisation des expériences culturelles<sup>59</sup>, Isabelle Collin-Lachaud y voit trois axes principaux :

- une dimension utilitaire (orientation, autonomie dans le choix du parcours),
- une dimension cognitive (acquisition de connaissances),
- une dimension affective / sensorielle.

Toutefois, nous avons conscience que cela nécessiterait des développements supplémentaires du musée sans pour autant répondre aux besoins de tout le monde. De plus, comme le souligne Agathe Grandval, les visiteurs « trouvent malgré tout que 3€ c'est trop. Quand c'est leur matériel, leur téléphone, ils estiment que le contenu devrait leur être donné puisqu'ils ont payé l'entrée à l'exposition. Et les gens ont aussi du mal à télécharger l'application, à la manipuler. » En effet, ce point ne peut être écarté, l'utilisation de l'application n'est pas à la portée de tous, certains visiteurs peuvent ne pas en comprendre le fonctionnement.

Comme nous le rappelle Joëlle Le Marec<sup>60</sup> : « Dans les musées qui tiennent un discours, qui ont une forte dimension pédagogique, les visiteurs se laissent guider, ils sont confiants dans le fait qu'ils n'ont pas besoin pour visiter de compétences qu'il faudrait avoir acquises à l'extérieur. Si la médiation suppose des compétences non pas en histoire de l'art mais en aisance dans l'usage des dispositifs numériques c'est comme si on reportait le problème de la connaissance ou de la culture préalable nécessaire sur la technique. »

---

<sup>59</sup> LECLERC, Cyril, « Une expérience ou rien ? Qu'est-ce qui motive les publics culturels ? », *Culturecom*, publié le 23/11/15

<https://culture-communication.fr/fr/une-experience-ou-rien-quest-ce-qui-motive-les-publics-culturels/>

<sup>60</sup> Extrait d'un entretien conduit avec Joëlle Le Marec le 19/04/17

Comme nous l'avons montré dans cette deuxième partie, les expositions blockbusters censées attirer un large public ne sont pas pour autant des simples alignements de chefs-d'œuvre dénués de discours scientifique. Les deux expositions étudiées ici, *Vermeer et les maîtres de la peinture de genre* et *Rodin, l'exposition du centenaire* témoignent de partis pris ambitieux invitant les visiteurs vers des vis-à-vis avec d'autres artistes. Nous sommes ainsi surpris du décalage entre une affiche d'exposition jouant un rôle « d'appât » avec en son centre l'œuvre de l'artiste la plus connue du grand public, laissant envisager une rétrospective, et la réalité d'un parcours de visite bien plus riche en découvertes. Les noms Vermeer et Rodin sont certes la promesse de chefs-d'œuvre, mais ils permettent également aux commissaires d'exposition d'aborder ces artistes en les intégrant dans un discours plus large de la « grande histoire de l'art ».

La communication orchestrée par le Louvre et le Grand Palais autour de ces deux expositions est primordiale pour attirer dès l'ouverture un très large public, avant que le bouche à oreille ne prenne également la relève, et pour assurer de nombreuses retombées médiatiques. Si les journalistes n'hésitent pas à utiliser un ton événementiel, comme « l'affluence record » pour Vermeer ou « la vague rodinienne déferle ce printemps » pour Rodin, ils n'en oublient pas pour autant d'insister sur les partis-pris des expositions. Nous pouvons ainsi lire « l'exposition ne sera pas monographique pour autant » ou encore « Rodin face à tous ses descendants ».

Cette communication est importante car elle influence une partie des publics dans leur choix de visite. Si le public occasionnel est plutôt un public composé de « répondants » pour lequel l'invitation de leur entourage est souvent l'élément déclencheur d'une visite, les messages véhiculés par les médias (affichage, presse, TV, internet) sont davantage pris en compte par les publics réguliers et assidus. Le public très assidu n'est d'ailleurs pas simplement « exposé » aux messages des médias, il explique rechercher aussi proactivement des informations relatives aux expositions en se rendant sur les sites internet des musées, les pages Facebook qui leur sont dédiées et leurs comptes Youtube pour découvrir de nombreux contenus tels que les interviews, articles et vidéos.

Nos enquêtes terrain ont aussi permis de mettre en lumière la diversité des motifs de visite. Si le public occasionnel est surtout motivé par les interactions sociales que la visite d'exposition procure, les motifs récréatif et intellectuel ne sont pas pour autant exclus. Le motif intellectuel est déterminant au sein des public régulier et assidu, même s'il peut se conjuguer avec un autre motif, récréatif ou d'interactions sociales. Le public très assidu se distingue quant à lui par la place accordée à une approche émotionnelle, au plaisir procuré par la contemplation esthétique.

Enfin, notre étude d'un large éventail de dispositifs de médiation a permis de souligner la richesse des contenus proposés par les musées dans le cadre de ces expositions blockbusters. Conscientes de la diversité des profils de visiteurs qu'elles attirent, les institutions souhaitent permettre à tous d'engager une relation avec les œuvres. Elles proposent ainsi des supports complémentaires ou marqués par des degrés plus ou moins complexes en termes d'explications des œuvres. Les références à d'autres artistes ou courants artistiques sont parfois survolés, parfois détaillés très précisément. L'exercice est particulièrement compliqué pour les musées tant les besoins des visiteurs en médiation semblent variables et davantage liés aux motifs de visite qu'aux connaissances artistiques préalablement acquises. La variété des dispositifs de médiation s'impose toutefois comme un élément incontournable des expositions blockbusters, qui ne peuvent se satisfaire d'un discours du « juste milieu », pour continuer de passionner aussi bien un amateur qu'un grand connaisseur et permettre aux musées de fidéliser leurs publics.

### **III) LES EXPOSITIONS DE CRÉATEURS DE MODE :** **DES BLOCKBUSTERS EN PUISSANCE ?**

Cette troisième partie est consacrée au développement d'un phénomène relativement récent : les expositions de créateurs de mode. Subtil équilibre entre savoir-faire, créativité et industrie, la mode investit les musées à travers des rétrospectives dédiées entre autres à ses créateurs. La Haute Couture s'expose désormais au même titre que la peinture ou la sculpture, poussée par des politiques culturelles qui veulent défendre l'importance de ce patrimoine français. Nous étudierons donc ici la montée de ce phénomène, puis analyserons plus spécifiquement le cas de l'exposition *Christian Dior, couturier du rêve*, devenue la référence en matière de scénographie. Nous nous interrogerons sur la place de cette dernière dans la construction d'une visite muséale, afin d'évaluer si son impact se fait au détriment du discours scientifique.

#### **1) Exposer et promouvoir la mode**

##### **a) La haute couture, entre enjeux artistiques et enjeux économiques**

La haute couture représente un secteur stratégique qui a beaucoup contribué au rayonnement international de la France. Longtemps considérée comme la capitale mondiale de la mode, Paris continue de jouer un rôle majeur malgré une compétition internationale accrue.



L'appellation « Haute Couture » date d'ailleurs de 1945 et est juridiquement protégée. Pour être considérées comme des Maisons de haute couture, les marques du luxe doivent répondre à des critères précis : vêtements réalisés sur-mesure dans les ateliers de la maison, travail à la main, personnel d'au moins 20 personnes par ateliers (brodeurs, plisseurs, plumassiers, etc.), défilés deux fois par an, nombre minimal de 25 modèles par collection. Seules 15 Maisons bénéficient du label « Haute Couture » en tant que membres permanents de la Chambre Syndicale : Chanel, Christian Dior, Givenchy, Jean Paul Gaultier, Maison Margiela, Giambattista Valli, Franck Sorbier, Adeline André, Maurizio Galante, Alexandre Vauthier, Alexis Mabille, Stéphane Rolland, Yiqing Yin, Schiaparelli et Julien Fournié. Les défilés de haute couture sont le laboratoire par excellence de l'artisanat de la mode. Loin de la frénésie des centaines de défilés de prêt-à-porter à Londres, Paris, Milan ou encore New York, ces défilés sont un exercice typiquement parisien. Le nombre de clientes ne dépasserait pas les quelques centaines, néanmoins la haute couture a toujours eu une fonction dans l'industrie de la mode, même si elle a évolué au fil des années. Pendant longtemps ces défilés jouaient un rôle de laboratoire d'idées et d'innovation, lançant les tendances. Aujourd'hui, la haute couture est devenue une vitrine pour les Maisons, car si elle ne s'adresse pas à tout le monde, elle fait rêver beaucoup de personnes, en particulier la clientèle du prêt-à-porter qui va parfois se contenter d'acheter un sac ou un parfum. Pour les grands groupes du luxe, c'est aussi l'opportunité de bénéficier d'une forte médiatisation.

Le principe d'une haute couture certes déficitaire mais pourvoyeuse d'image pour les autres activités des Maisons (parfums et cosmétiques, accessoires, prêt-à-porter) reste donc défendu par de grands groupes dont LVMH. Si les défilés continuent d'attirer les regards, les expositions de haute couture sont également devenues un enjeu important pour ces Maisons soucieuses de défendre un savoir-faire artisanal.

### **b) Un ancrage territorial et une valorisation des filières de l'artisanat d'art**

Les expositions de haute couture sont une occasion de célébrer les artisans d'art qui forment un réseau où chaque savoir-faire constitue un facteur d'excellence : plisseurs, plumassiers, dentelliers, tisseurs d'étoffes, peintres sur tissus, paruriers floraux, maroquiniers, brodeurs, passementiers... Ils sont en effet nombreux à s'être associés à de prestigieuses Maisons depuis le XIX<sup>e</sup> siècle. Ainsi, Lesage, le spécialiste de la broderie, a construit son histoire au fil de la mode. Fondé en 1858, l'atelier du brodeur Michonet fournit les premiers grands noms de la mode comme Charles Frédéric Worth mais aussi Madeleine Vionnet. Réputée pour ses motifs

avant-gardistes, la maison Lesage réalise pour Elsa Schiaparelli des broderies sur les thèmes du cirque, des coquillages, des signes du zodiaque. Au rythme des défilés, les ateliers donnent vie aux idées les plus extravagantes. Les vêtements et accessoires sont parés de somptueuses broderies héritées d'un savoir-faire unique que l'on découvre sur les podiums de Christian Dior, Louis Vuitton, ou encore Chanel.

Si les brodeurs restent encore sous les feux des projecteurs, les plumassiers ont pour leur grande majorité disparu au cours du XX<sup>e</sup> siècle. Alors qu'en 1900 Paris comptait plus de 300 plumassiers, en 1960 ils n'étaient plus que 50. Aujourd'hui, Lemarié demeure pratiquement le seul en France. Fondée à l'époque des chapeaux volières en 1880, la Maison acquit au fil des décennies son titre de premier plumassier de France. Héron, cygne, paon... : les plumes les plus précieuses sont ainsi nettoyées puis teintées de toutes les couleurs avant d'être minutieusement découpées et encollées. La maison Lemarié a ensuite étendu son activité aux fleurs : tulipes, dahlias, pivoines, œillets, orchidées et roses se déclinent en organza, mousseline, tulle, velours, ou encore cuir. Dans les années 1960, Gabrielle Chanel se tourne vers Lemarié pour réaliser son célèbre camélia. L'accessoire emblématique est ensuite revisité par Karl Lagerfeld en tweed, satin, fourrure, carton...

Une autre grande Maison témoigne du rapport étroit, intime, entretenu au fil des décennies entre la haute couture et les métiers d'art : Swarovski. Maison familiale créée en 1895, elle s'est engagée depuis plus de 120 ans aux côtés des grands noms de la couture.

**SWAROVSKI**



En 1956, Manfred Swarovski collabore avec Christian Dior à la création d'une pierre personnalisée à la couleur unique, symbole de la vision du couturier. De leur rencontre naîtra un cristal aux reflets chatoyants et à une couleur évoquant les nuances du pôle Nord : la pierre *Aurore Boréale*. Une micro couche de métal bleu, vaporisée sur les facettes inférieures de la pierre, produit une irisation flamboyante et des reflets arc-en-ciel. En 2017, Swarovski s'associe d'ailleurs au musée des Arts décoratifs à l'occasion de l'exposition *Christian Dior, couturier du rêve*.



Parmi les créations exposées, les visiteurs peuvent découvrir le somptueux collier « montres molles » incrusté de cristaux swarovski de la collection haute couture printemps-été 1999.

Un cartel développé « Les parures haute couture » détaille par ailleurs dans l'exposition les liens avec les métiers d'art : « Dès 1947, Christian Dior accorde une importance particulière aux parures destinées à rehausser de leur éclat ses créations de haute couture. Il collabore avec les plus grands paruriers

qui rivalisent d'inventivité dans des dialogues créatifs avec le couturier. Des contrats d'exclusivité sont signés dès 1948 avec Kramer of New York, puis avec Mitchel Maer, et enfin avec la maison Henkel & Grosse de Pforzheim. Dès 1956, Manfred Swarovski collabore activement, par des collections de cristaux renouvelées chaque saison, à créer le style lumineux et spectaculaire voulu par Christian Dior. »

Le musée de mode dédié à Yves Saint Laurent qui a ouvert en 2017 à Paris met également l'accent sur ces métiers d'art comme ici avec cette veste de soir dite « Hommage à ma maison » de la collection printemps-été 1990.



Le cartel apporte des précisions quant à la broderie : « Veste courte d'organza de soie (maison Abraham) brodée de filés métalliques dorés et de fils de soie, de paillettes, de pampilles et de strass (maison Lesage). Cette veste est l'un des témoignages de la complicité entre le brodeur Lesage et le couturier. Ce dernier a trouvé son inspiration dans les salons en observant le miroir dans lequel

se reflétaient le lustre et le ciel de Paris. Il l'intitule ainsi « Hommage à ma maison ». La broderie de feuilles d'or rappelle l'encadrement du miroir alors que les pampilles semblent scintiller à l'instar du cristal du lustre. »

Les musées et les expositions de mode sont donc une merveilleuse occasion de rendre un hommage prononcé aux métiers d'art, de les valoriser tout en sensibilisant le grand public.

### **c) Les expositions de créateurs de mode : un phénomène devenu international**

Si les expositions de mode connaissent une popularité accrue depuis plusieurs années, cela ne fut pas le cas pendant longtemps faute de proposition de la part des musées. Le premier couturier vivant à entrer dans un musée fut Yves Saint Laurent. En 1983, le Metropolitan Museum de New York inaugure la rétrospective *Yves Saint Laurent, 25 ans de création*. Pierre Bergé, raconte cette expérience incroyable à l'époque : « C'est Diana Vreeland, qui dirigeait alors le *Vogue* américain, qui est à l'initiative de cet événement. Elle a su convaincre Philippe de Montebello, le directeur du Met, avec ces mots : « I'm talking about art », mots qui

résonneront comme un coup de tonnerre dès l'ouverture de l'exposition.»<sup>61</sup>  
Les critiques fusent concernant la place de la mode dans un musée mais le succès est au rendez-vous avec plus d'un million de visiteurs !

Olivier Gabet, qui partage le commissariat de l'exposition *Christian Dior, couturier du rêve* avec l'historienne de la mode Florence Müller, n'hésite pas à rappeler le contexte qui prédominait alors : « J'ai travaillé sur cette rétrospective de 1987 qui portait sur les dix ans de Christian Dior. À l'époque, la mode n'était pas bien vue dans les musées des beaux-arts en France, où depuis la création des académies au XVII<sup>e</sup> siècle, la vision des arts demeure hiérarchisée. Les premières collections de costumes s'articulaient autour de personnalités comme Jules Barbey d'Aurevilly (1808-1889). Monter des expositions sur des couturiers est un phénomène bien plus récent. Celle de Dior, alors que Bernard Arnault avait acquis la maison peu avant et que Jack Lang était ministre de la Culture, a permis de prendre conscience de l'importance de la « patrimonialisation ». Non seulement on s'est rendu compte que le vêtement avait sa place dans nos musées et qu'il suscitait l'intérêt du grand public, mais cela a incité les marques établies comme les jeunes designers à archiver leurs modèles.»<sup>62</sup>

En 2011, l'exposition *Savage Beauty* sur Alexander Mc Queen réussit l'exploit de rassembler 661 000 visiteurs en 3 mois au Metropolitan Museum de New York et 493 000 visiteurs en 5 mois au Victoria & Albert Museum à Londres en 2015. Hannah Marriott déclare ainsi dans *The Guardian* : « The golden age of haute couture may be decades past, but – thanks to the success of shows such as *Alexander McQueen: Savage Beauty* – we are now living in the golden age of the blockbuster fashion exhibition. »<sup>63</sup>

Des expositions consacrées à des créateurs contemporains ouvrent alors leurs portes les unes après les autres. En 2012, à Paris le musée des Arts décoratifs met en parallèle les univers de Louis Vuitton et de Marc Jacobs, directeur artistique de la marque. Le chausseur Christian Louboutin est célébré dans une grande rétrospective au Design Museum de Londres. Au Metropolitan Museum of Art de New York, une exposition confronte les créatrices Elsa

---

<sup>61</sup> DE SMET, Séverine, « La mode a investi les musées », *Nouvel Obs*, publié le 15/05/12.  
<https://o.nouvelobs.com/mode/20120504.OBS4691/la-mode-a-investi-les-musees.html>

<sup>62</sup> GUILLAUME, Hélène, « Dior, de l'art à la couture : 70 ans de création aux Arts décoratifs », *Madame Le Figaro*, publié le 04/07/17.

<https://madame.lefigaro.fr/style/dior-de-lart-a-la-couture-70-ans-de-creation-aux-arts-decoratifs-040717-133115>

<sup>63</sup> MARRIOTT, Hannah, « Major Paris exhibition celebrates 70 years of Dior fashions », *The Guardian*, le 03/07/17.  
<https://www.theguardian.com/fashion/2017/jul/03/major-paris-exhibition-celebrates-70-years-of-dior-fashions/>  
« L'âge d'or de la haute couture est sans doute derrière nous depuis plusieurs décennies, mais grâce au succès de shows comme *Alexander McQueen : Savage Beauty* nous vivons désormais l'âge d'or des expositions de mode blockbusters »

Schiaparelli et Miuccia Prada : *Schiaparelli and Prada : Impossible conversations*. » Certains sont même invités au musée pour y présenter leur toute nouvelle collection. Ce fut le cas, à la Cité de la Mode et du Design de Paris, de la maison japonaise Comme des Garçons. Les visiteurs pouvaient y admirer des tenues blanches présentées dans des bulles transparentes issues de la collection « White Drama » printemps-été 2012 dessinée par la japonaise Rei Kawakubo, la créatrice de Comme des Garçons : pas de vêtements d'archives mais des créations contemporaines présentées lors de la Fashion Week parisienne : « Ce défilé fut un grand moment de poésie, au-delà de toutes les conventions », raconte Olivier Saillard, directeur du Musée Galliera. Je trouvais dommage que seule une poignée de journalistes ait pu admirer la collection. J'ai donc proposé à la Cité de la Mode d'en faire le sujet d'une exposition. Rei Kawakubo a aimé le projet et s'est chargée de l'installation. »<sup>64</sup>

Le phénomène se révèle mondial, avec un engouement par exemple pour Yves Saint Laurent aux quatre coins du monde. En deux ans, l'historienne de la mode Florence Müller a été chargée de trois événements dédiés au couturier : une exposition au Petit-Palais à Paris en 2010, une autre à Madrid fin 2011 et enfin une dernière en 2012 à Denver qui a dépassé toutes les attentes en matière de fréquentation : « Le 25 mars, jour d'ouverture, tous les billets avaient été vendus, raconte-t-elle. J'ai été impressionnée par l'intérêt de la presse américaine, et surprise de voir les jeunes filles excitées à l'idée d'admirer de près la saharienne, le smoking, ou les robes couture signées YSL ». <sup>65</sup> Le musée d'art de Denver se fait connaître grâce à Yves Saint Laurent. « Les institutions prennent la décision d'accueillir des expositions de mode car leurs excellents chiffres de fréquentation leur permettent de se positionner sur la carte mondiale des événements culturels »<sup>66</sup>, confirme Florence Müller.

Cet engouement ne se dément pas, en 2015 l'exposition sur Jean-Paul Gaultier au Grand Palais attire plus de 418 000 visiteurs en 4 mois. En 2017, plus d'une dizaine de grands rendez-vous ont lieu dans les grandes capitales du monde. Paris accueille des expositions sur des thèmes aussi variés que : *Balenciaga, l'œuvre au noir* au musée Bourdelle, *Kimono. Au bonheur des dames* au musée Guimet, ou encore *Dalida, sa garde-robe, de la ville à la scène*, au Palais Galliera...et un musée consacré à Yves Saint Laurent ouvre ses portes. L'année 2018 promet également d'être riche en événements mode un peu partout dans le monde avec des expositions autour de couturiers majeurs comme *Martin Margiela. Rétrospective* au

---

<sup>64</sup>DE SMET, Séverine, « La mode a investi les musées », *Nouvel Obs*, publié le 15/05/12.

<https://o.nouvelobs.com/mode/20120504.OBS4691/la-mode-a-investi-les-musees.html>

<sup>65</sup> Ibid.

<sup>66</sup> Ibid.

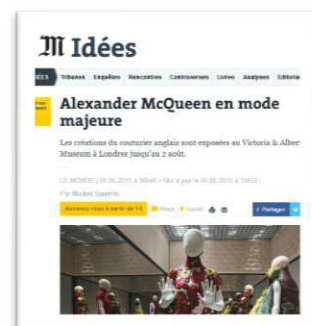
Palais Galliera, *Gianni Versace - Retrospective* au Palais du Kronprinz à Berlin, *Azzedine Alaïa : the couturier* au Design Museum de Londres.

Si les expositions sur les créateurs de mode sont un phénomène international, celles avec un parti pris thématique se multiplient aussi, comme *Royal Women* au musée de la Mode à Bath ou encore *Fashioned from nature* au Victoria & Albert Museum de Londres.

#### d) Des expositions qui bénéficient d'une large couverture médiatique

Alors que les défilés lors des Fashion Weeks continuent d'affoler les médias, les expositions de créateurs de mode, elles aussi, sont désormais sous les feux des projecteurs.

La couverture médiatique de ces événements ne concerne pas seulement les magazines féminins ou ceux dédiés à la mode et au design. Loin d'une simple image glamour, ces expositions sont traitées avec le même sérieux par les journalistes que celles rassemblant des chefs d'œuvre des plus grands noms de la peinture ou de la sculpture. Elles gagnent ainsi leurs lettres de noblesse dans *Le Monde*, *Le Point*, *L'Express* ou encore *Télérama*. Le phénomène étant devenu international, les journalistes n'hésitent plus à nous inviter à aller découvrir une exposition mode au Victoria & Albert Museum ou encore au Design Museum de Londres.



## 2) Attirer un large public : de la fashionista à l'historien de l'art

Les expositions qui célèbrent la mode dans les musées ne cessent de se multiplier et font se déplacer un très large public. À l'origine de ce plébiscite, des commissaires d'exposition passionnés qui ont su la mettre en scène et la démocratiser. Si l'intérêt pour l'histoire de la mode n'est pas récent, il sort désormais du seul cadre des initiés.

De plus, alors que le succès d'une exposition d'art moderne repose beaucoup sur un nom connu, le public de la mode se déplace de manière assez stable, quel que soit le thème : une griffe pointue comme Alexander McQueen ou une exposition avec un angle précis sans un nom accrocheur de « star » (comme *Tenue correcte exigée. Quand le vêtement fait scandale* ou *Fashion Forward*) attirent des publics diversifiés. Le succès est toutefois quasi-certain quand l'exposition est portée par un couturier star et vivant.

### a) La haute couture : un spectacle féerique pour le grand public

Découvrir l'audace d'une coupe ou encore observer la précision d'une broderie : une exposition de mode est loin de laisser les visiteurs indifférents. « La mode n'intimide pas le grand public et les musées permettent de créer une proximité avec le vêtement »<sup>67</sup>, précise Olivier Saillard. Même les créateurs à la notoriété naissante ou limitée à des passionnés de mode bénéficient de l'aura des grands événements liés à des couturiers plus reconnus. S'il y a beaucoup d'étudiants en mode, en art ou en architecture dans ces expositions, les femmes y sont également surreprésentées parmi les visiteurs, mais les hommes se montrent de plus en plus intéressés.

Ces expositions attirent donc un public de plus en plus large, curieux d'admirer de ses propres yeux des créations habituellement réservées à un cercle restreint de clients et de journalistes. « Ceux qui n'ont pas la chance d'assister à des défilés de mode voient rarement ce qu'est vraiment une création de haute couture », déclare en 2015 Jean-Paul Cluzel, alors président de la Réunion des musées nationaux - Grand Palais. « Les meilleures images, les meilleurs reportages télévisés n'arrivent pas à rendre compte de la richesse d'un tissu, d'une broderie. Seule une exposition peut permettre cela pour le commun des mortels »<sup>68</sup>, explique-t-il lors d'une présentation de l'exposition Jean-Paul Gaultier aux journalistes. Dans douze pays, durant cinq ans, deux millions de personnes ont vu cette exposition produite par les musées des Beaux-Arts de Montréal. « Le nom de Jean-Paul Gaultier parle à plusieurs générations, explique

---

<sup>67</sup> DE SMET, Séverine, « La mode a investi les musées », *Nouvel Obs*, publié le 15/05/12.

<https://o.nouvelobs.com/mode/20120504.OBS4691/la-mode-a-investi-les-musees.html>

<sup>68</sup> DE MONTMORIN, Gabrielle, « La mode investit les musées », *Madame Le Figaro*, publié le 13/02/17.

<http://madame.lefigaro.fr/style/la-mode-investit-les-musees-030217-129520>

Nathalie Bondil. Il a habillé Madonna et Rihanna, a travaillé avec Kylie Minogue et Angelin Preljocaj, Luc Besson et Régine Chopinot. Il a une telle amplitude dans ses goûts et ses collaborations qu'il attire tant un public pointu qu'un public populaire mû par la simple curiosité. »<sup>69</sup>

Si les expositions de créateurs de mode parviennent à transporter les visiteurs dans un voyage où couleurs chatoyantes et matières luxueuses participent à la féerie, peuvent-elles pour autant véhiculer également un discours scientifique ?

### **b) Des créations accompagnées d'un discours scientifique et artistique**

L'entrée de la mode dans les musées est l'œuvre de commissaires d'exposition qui ont souhaité faire « parler » le vêtement pour le plus grand nombre et ont dépoussiéré la mode au musée, comme Pamela Golbin, Franco-Chilienne à la tête du musée de la Mode et du Textile en 1993, devenant à cette époque la plus jeune conservatrice en chef de France.

Si les expositions sur les créateurs de mode se sont multipliées depuis, il semble important de distinguer les musées comme le Palais Galliera à Paris, le Metropolitan Museum of Art de New York et le Victoria & Albert Museum de Londres qui ont la charge de collections de mode, et les institutions qui profitent parfois simplement d'un sujet considéré comme « porteur ». Olivier Gabet, directeur du Musée des Arts décoratifs à Paris, organise depuis près de trente ans deux à trois expositions de mode par an. Il insiste sur l'importance « qu'il y ait un point de vue et une analyse. Sinon c'est une opération commerciale »<sup>70</sup>. L'exposition au Musée des Arts décoratifs consacrée au créateur belge Dries Van Noten en 2014, qui a accueilli 180 000 visiteurs, avait suscité un vrai dialogue avec le designer, explique-t-il. « Il existe une vision un peu futile qui diminue la vraie valeur de la mode, analyse Olivier Saillard. Notre mission est donc d'apporter des connaissances à un public qui n'appartient pas nécessairement à cette discipline, tout en lui proposant une exposition belle à voir. »<sup>71</sup> Pour cela, les relations étroites entre musée, créateurs et maisons sont essentielles. Lorsqu'Olivier Saillard décide de programmer en 2017 une « saison espagnole », il pense à Balenciaga et à son travail autour du noir. La maison de couture qui célèbre en 2017 son centième anniversaire soutient alors l'initiative. « Balenciaga finance le projet, mais a fait preuve d'une confiance rare, me donnant

---

<sup>69</sup> DE MONTMORIN, Gabrielle, « La mode investit les musées », *Madame Le Figaro*, publié le 13/02/17. <http://madame.lefigaro.fr/style/la-mode-investit-les-musees-030217-129520>

<sup>70</sup> F HENDRIKSZ, Vivian, « Les 12 expositions mode à ne pas manquer de 2018 », *Fashion United*, publié le 21/12/17. <https://fashionunited.fr/actualite/culturelle/les-12-expositions-mode-a-ne-pas-manquer-de-2018/2017122114297>

<sup>71</sup> DE MONTMORIN, Gabrielle, « La mode investit les musées », *Madame Le Figaro*, publié le 13/02/17. <http://madame.lefigaro.fr/style/la-mode-investit-les-musees-030217-129520>



une liberté absolue. Nous nous connaissons depuis longtemps avec les équipes. L'exposition se tiendra au musée Bourdelle, ce qui leur a beaucoup plu. Ils avaient en mémoire l'exposition Grès. »<sup>72</sup>

Si le discours des expositions est primordial, des partis pris ambitieux ne peuvent cependant suffire à attirer les foules. Dans une société envahie par l'événementiel, la scénographie semble s'imposer comme l'un des facteurs clés de succès auprès du grand public.

### c) Une conception scénographique théâtrale



En 2010, le Petit Palais accueille une exposition retraçant 40 ans de création d'**Yves Saint Laurent**. Aucune rétrospective de cette ampleur n'avait été consacrée au couturier depuis celle au Metropolitan Museum de New York en 1983. L'exposition décline par thèmes 307 modèles de haute couture, accompagnés de films et de photos. La scénographie signée Nathalie Crinière (également scénographe de l'exposition *Christian Dior, couturier du rêve*) est pensée comme une fresque théâtrale, transformant l'espace en atelier, palette de peintre ou encore salle de bal. Les hiérarchies entre les genres artistiques s'estompent ici avec des robes inspirées des peintres préférés du couturier comme celle nommée Mondrian.



En 2016, le musée des Arts décoratifs réussit avec son exposition ***Fashion Forward*** à raconter trois siècles de mode grâce, entre autres, à une scénographie impressionnante.

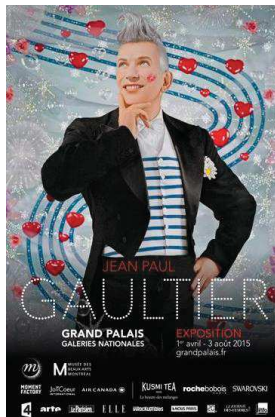
La période qui s'étend de 1715 à 1920 est présentée sous forme de tableaux, les costumes sont mis en scène au milieu de tentures et de miroirs anciens. Les créateurs de 1920 à 2016 sont exposés quant à eux dans une salle immaculée rappelant les podiums.

Au-delà d'un voyage dans un univers fascinant, l'exposition permet également aux visiteurs d'appréhender de manière ludique les évolutions de la société, comme avec la silhouette

---

<sup>72</sup> DE MONTMORIN, Gabrielle, « La mode investit les musées », *Madame Le Figaro*, publié le 13/02/17. <http://madame.lefigaro.fr/style/la-mode-investit-les-musees-030217-129520>

New Look de Christian Dior qui s'oppose aux tenues pratiques imposées par la guerre ou encore la mini-jupe Courrèges créée en pleine révolution des mœurs.



Avec l'exposition consacrée à « l'enfant terrible de la mode », **Jean-Paul Gaultier**, le Grand Palais marque également les esprits en 2015, en proposant une scénographie révolutionnaire, multimédia.

Créée en 2011 par le musée des Beaux-Arts à Montréal, l'exposition s'est par la suite posée à Dallas, San Francisco, Madrid, Rotterdam, Stockholm, New York, Londres puis Melbourne.

Elle a été vue par 1,5 million de visiteurs à travers les 9 premières étapes avant d'arriver à Paris.

De nombreux objets et documents d'archives sont révélés au public pour la première fois. Croquis, costumes de scène, extraits de films, de défilés, de concerts, de vidéoclips, de spectacles de danse, et même d'émissions télévisées illustrent des collaborations artistiques emblématiques. Si l'exposition marque les visiteurs, c'est en grande partie grâce à plusieurs révolutions scénographiques. Elle présente des pièces inédites du créateur (haute couture et prêt-à-porter), créées entre 1970 et 2013 dans une mise en scène qui relève véritablement du show. Organisée par thème (les marins et les sirènes, le punk revisité, la parisienne décomplexée de la belle Epoque, le corset et la sensualité du corps, le sado-masochisme, l'exotisme...), l'exposition échappe à la rétrospective chronologique et s'impose par son interactivité. La version française, co-réalisée avec la Réunion des musées nationaux - Grand Palais, et l'étroite collaboration de Jean Paul Gaultier lui-même et de sa Maison de couture est ainsi enrichie d'installations spéciales pour sa 10<sup>ème</sup> étape :

- *Installation audiovisuelle immersive - Les muses*
- *Installation « morphing » - Le salon*
- *Narration du défilé des parisiennes - Punk Cancan*
- *Installation vidéo - Jungle urbaine*

Jean Paul Gaultier confie alors durant la conférence de presse : « Je me disais, rentrer dans un musée, c'est pour les gens morts. J'ai fini par me laisser convaincre, mais je voulais que ce soit la vie ».

Grâce à une prouesse technique, basée sur un jeu de moulage et de projections vidéos, la compagnie canadienne UBU animent une trentaine de mannequins, vêtus des tenues du couturier. Leurs yeux bougent et leurs lèvres parlent, comme de vraies personnes. Toutes celles

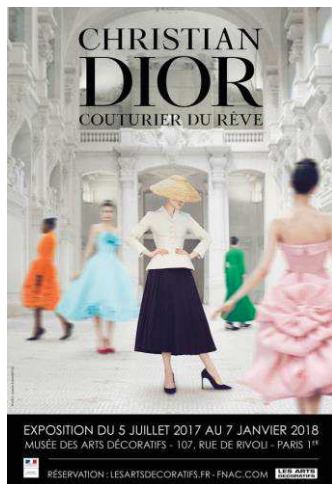
et ceux qui ont toujours rêvé d'assister à un défilé sont comblés par ces mannequins qui défilent en musique et ponctuent le parcours de leur présence poétique et ludique.



Si la scénographie de l'exposition *Jean-Paul Gaultier* reste l'une des références dans cet univers mode, celle monumentale de *Christian Dior, couturier du rêve* a sans conteste hissé l'exposition au rang de blockbuster.

### 3) L'événement *Christian Dior, couturier du rêve* au musée des Arts décoratifs : une scénographie spectaculaire au détriment du discours scientifique ?

En 1987, une grande rétrospective dédiée à l'œuvre de Christian Dior avait lieu dans le pavillon de Marsan du musée des Arts décoratifs qui abritait le premier musée des Arts de la mode. Cette exposition était alors centrée sur les dix années de création de Christian Dior, entre 1947 et 1957.



Du 5 juillet 2017 au 7 janvier 2018, le musée des Arts décoratifs organise à nouveau une exposition majeure sur Christian Dior mais cette fois-ci pour célébrer l'anniversaire des 70 ans de la création de la maison Christian Dior. L'exposition revient sur la destinée unique de Christian Dior que son ami Jean Cocteau avait pressentie à travers « ce nom magique qui comporte celui de Dieu et or » et invite les visiteurs à découvrir l'univers de son fondateur et des six directeurs artistiques qui lui ont succédé : Yves Saint Laurent, Marc Bohan, Gianfranco Ferré, John Galliano, Raf Simons et Maria

Grazia Chiuri. Réparties sur 3 000 m<sup>2</sup> de surface de présentation réunissant, pour la première fois, les espaces de mode habituels et la nef, plus de 300 robes de haute couture conçues de 1947 à nos jours côtoient de très nombreux objets de mode (chapeaux, bijoux, sacs, chaussures,

parfums...) ainsi que des toiles d'atelier, photographies de mode, documents (illustrations, croquis, lettres, documents publicitaires...).

Elle explore également les liens tissés entre la couture et les autres formes d'art. Tableaux, meubles et objets d'art enrichissent tout le parcours de la visite. Les deux commissaires d'exposition, Florence Müller (Conservatrice de la mode et du textile du Denver Art Museum) et Olivier Gabet (Directeur des musées des Arts décoratifs) ont imaginé des correspondances inédites entre les robes et des œuvres prêtées par les grands musées du monde.

Si l'exposition se veut être un événement, le pari est plus que réussi. Plus de 700 000 visiteurs se sont rendus à cette exposition qui s'est imposée comme le « phénomène Dior » à ne pas manquer, avec des queues interminables de plus de 2h tous les jours et par tous les temps, du jamais vu pour une exposition au musée des Arts décoratifs !



### **a) Christian Dior : un amoureux des musées et un homme de l'art**

Rien ne prédisposait Christian Dior à une carrière dans la mode. Jeune homme, il envisage de devenir architecte ou compositeur de musique. Il souhaite rentrer aux Beaux-Arts mais ses parents s'y oppose, il s'inscrit donc à l'École des sciences politiques. Attiré par le Paris vibrant de l'époque, il rejoint une bande de jeunes artistes composée de peintres comme Christian Bérard ou encore de musiciens comme Henri Sauguet : « Nous nous étions simplement réunis entre peintres, littérateurs, musiciens et décorateurs, sous l'égide de Jean Cocteau et de Max Jacob »<sup>73</sup>. Finalement, devant son manque d'assiduité dans ses études, son père finit par accepter de lui financer une galerie de tableaux.

Avant de se diriger vers la mode, Christian Dior a ainsi été directeur de galerie de tableaux en association avec ses amis Jacques Bonjean, puis Pierre Colle, de 1928 à 1934. Cette activité est

---

<sup>73</sup> Connaissance des Arts, exposition *Christian Dior, couturier du rêve*, Hors-série N°773, 2017, p.16

évoquée dans l'exposition à travers des tableaux, sculptures et documents rappelant une programmation éclectique. Dior présentait dans ses galeries à la fois des artistes déjà célèbres tels que Picasso, Braque et Matisse mais aussi des jeunes artistes de sa génération tels que Dalí, Calder et Giacometti.

Mais la crise économique de 1929 provoque la ruine de la famille Dior, il se forme alors au dessin et devient illustrateur de magazines. A partir de 1935, il vend ses dessins aux modistes et aux maisons de couture telles que Patou, Schiaparelli, Balenciaga, puis entre comme modéliste chez Lucien Lelong en 1941. Ce n'est qu'en 1946, alors âgé de 41 ans, qu'il s'associe à l'industriel Marcel Boussac et crée la maison de couture Christian Dior.



Amateur d'antiquités, collectionneur d'Art nouveau et décorateur passionné par le XVIII<sup>e</sup> siècle, il a puisé dans toutes ces sources pour définir l'esthétique de sa maison de couture et de ses créations. Ses robes sont empreintes de références à la peinture, à la sculpture et à tout ce qui compose l'art de vivre (papiers peints, étoffes, chinoiserie...).

### **b) La couture « cultivée » et « artistique » selon Dior**

Christian Dior disait que « les robes de la haute couture ont le caractère unique et insolite d'un objet d'art. Elles sont parmi les dernières choses qui soient faites à la main, la main de l'homme dont la valeur est irremplaçable, car elle donne à tout ce qu'elle crée ce qu'aucune machine ne saurait apporter : la poésie et la vie. »<sup>74</sup>

Christian Dior rompt avec l'héritage de la haute couture d'avant-guerre qui évoluait vers une mode simplifiée et fonctionnelle. Gabrielle Chanel avait donné un ton minimaliste à l'élégance avec ses tailleurs inspirés de la mode masculine, Christian Dior va à contre-courant en cherchant son inspiration dans les silhouettes de la Belle Epoque. En 1947, pour sa première collection haute couture, il dévoile une vision révolutionnaire de la mode. Alors qu'il avait baptisé sa collection d'un nom de fleur, « Corolle », c'est Carmel Snow, rédactrice en chef de Harper's Bazaar, qui à la fin du défilé s'exclame : « Dear Christian, your dresses have such a new look ! » L'expression New Look reste dès lors attachée à cette collection qui se distingue par deux

---

<sup>74</sup> Connaissance des Arts, exposition *Christian Dior, couturier du rêve*, Hors-série N°773, 2017, p.18

silhouettes dominantes, Corolle et En 8. La première se compose de jupes amples comme une corolle, l'autre, de jupes étroites comme la tige d'une fleur. Toutes les deux ont des bustes épanouis, des épaules douces, des tailles fines et des hanches sculptées. Modèle phare du New Look, le tailleur Bar s'impose comme le manifeste de cette mode célébrant la femme-fleur tout en courbes. Le nom de cet ensemble fait référence au bar du Plaza Athénée, palace voisin de la Maison Dior dans lequel se rendaient les femmes élégantes. Le « New Look » replace alors Paris comme la capitale de la mode.

La couture selon Dior mélange avec subtilité classicisme et audace baroque, et se manifeste dans une générosité de matières et d'ornements. Ses influences sont multiples, l'architecture, l'histoire et l'art tiennent une grande place : Versailles et le Petit Trianon, le Second Empire, la Belle Epoque, l'impressionnisme, les ballets russes, Picasso, Dalí... C'est d'ailleurs entouré d'artistes et d'amateurs d'art que Christian Dior inaugure en 1947 sa Maison de couture et certaines robes rendent hommage à Picasso ou encore Braque. Épris de littérature et de théâtre, plusieurs créations portent aussi des noms poétiques comme Falbala, Lever de rideau, Chimène, Vaudeville. Quant à l'hôtel particulier à la façade néo-classique où se situe la Maison Dior, il mêle avec élégance moulures blanches et boiseries gris Trianon, fauteuils à médaillon néo-Louis XVI, canapés néo-Louis XV, candélabres et lustres.

Ainsi, comme l'expriment Olivier Gabet et Florence Müller : « L'esprit qui fait de Dior une valeur universelle et typiquement française émane de choix puissants parmi lesquels figurent le vêtement vu comme la reconstruction idéalisée de la nature, le tissu comme la matière d'une architecture du corps, l'art et la culture comme les nourritures indispensables de la création. »<sup>75</sup>

Ce lien avec l'art se poursuit tout au long de l'histoire de la Maison et Christian Dior le lègue à ses successeurs. Ainsi, pour sa collection de 1984, Marc Bohan réinterprète le drip painting de Pollock et en 1995 Gianfranco Ferré traduit en couture la figure de l'Arlequin de Cézanne. John Galliano continue les allusions artistiques, notamment avec l'ensemble Shéhérazade de 1998 qui fait écho à l'orientalisme de Léon Bakst. Il évoque le surréalisme et se penche sur l'impressionnisme et le pointillisme, mais aussi l'art contemporain rendant hommage à Sterling Ruby dans plusieurs de ses créations.

---

<sup>75</sup> GABET Olivier et MÜLLER Florence, Catalogue de l'exposition *Christian Dior, couturier du rêve*, Édition Les Arts Décoratifs, Paris, juin 2017, p.9



Cette couture « artistique » et « cultivée » de la Maison Dior est une source d'inspiration pour les plus grands photographes de mode. *Dovina et les éléphants* de Richard Avedon est l'une de ses photographies iconiques.

Dès les premières collections, les robes haute couture sont également immortalisées par des images sophistiquées dans des cadres somptueux : Versailles, Trocadéro, la place de la Concorde...

### **c) Des sources d'inspiration éclairées par des tableaux, sculptures et objets d'arts décoratifs**

Tout au long de l'exposition, tableaux, sculptures et objets d'arts décoratifs éclairent les goûts et sources d'inspiration de Christian Dior et des directeurs artistiques qui lui ont succédé.

Plusieurs centaines de modèles de haute couture, d'archives, de documents, de photographies proviennent des collections de la Maison Dior et du musée des Arts décoratifs, mais aussi de nombreuses autres institutions : le Palais Galliera, la Fondation Pierre Bergé – Yves Saint Laurent, le musée Christian Dior de Granville, l'Union française des arts du costume, le Museum of London, le Victoria and Albert Museum de Londres, le Costume Institute au Metropolitan Museum of Art de New York et le De Young Museum de San Francisco.

Les modèles de haute couture dialoguent avec des œuvres d'art prestigieuses de toutes les époques qui ponctuent l'ensemble du parcours de visite pour souligner les liens tissés entre la mode et l'art. Celles-ci proviennent des collections du musée du Louvre, du musée d'Orsay, du musée de l'Orangerie, du Château de Versailles, du Centre Pompidou, du musée des Arts décoratifs et de nombreuses collections particulières.

Comme l'expliquent Olivier Gabet et Florence Müller, « cette exposition se veut aussi une expérience visuelle, sensible et artistique unique, rendant intelligible et visible à tous le dialogue étroit que la maison Christian Dior, dès ses origines, a tissé avec l'art et l'histoire, l'objet et la littérature. Ainsi, tout au long du parcours, elle joue de correspondances toutes baudelairiennes entre la mode et l'art – un Boldini, un Gainsborough suggèrent en miroir suggèrent en miroir la silhouette selon Christian Dior, des sculptures égyptiennes le monde imaginaire de John

Galliano, une toile de Sterling Ruby la poésie d'une surface de soie chez Raf Simons, et la grâce du *Printemps* de Romaine Brooks la féminité engagée de Maria Grazia Chiuri. Ce rassemblement d'œuvres d'art est là aussi unique, autour de pièces remarquables provenant de collections privées et des collections du musée des Arts décoratifs, du musée du Louvre, du musée d'Orsay, du Centre Pompidou, du Petit Palais, du château de Versailles en particulier. »<sup>76</sup>

Les références historiques sont très présentes à l'image de la section Trianon sous le regard de Marie-Antoinette par Vigée Le Brun. Les créations influencées par l'Afrique, l'Égypte et l'Asie donnent la réplique à des œuvres issues des collections du Louvre et du Quai Branly.



Ce rapprochement direct entre couture et œuvres d'art est un projet très ambitieux, comme l'admet Olivier Gabet : « Notre responsabilité est énorme. Beaucoup de personnes risquent de venir pour la première fois dans un musée, attirées par le nom de Dior. Ces gens vont peut-être découvrir par la même occasion des œuvres comme celle de Boldini ou de Vigée Le Brun. Nous avons essayé de construire une exposition exigeante, mais aussi très populaire, dans le sens noble du terme, avec des textes clairs et des informations nettes. Pour qu'un public d'amateurs puisse entrer sans crainte de ne pas comprendre. »<sup>77</sup>

<sup>76</sup> GABET Olivier et MÜLLER Florence, Catalogue de l'exposition *Christian Dior, couturier du rêve*, Édition Les Arts Décoratifs, Paris, juin 2017, p.9

<sup>77</sup> PORRET, Karine, « Christian Dior aux Arts déco : dans les coulisses de l'expo monumentale », *L'Express*, publié le 04 juillet 2017, mis à jour le 27/12/17.  
[https://www.lexpress.fr/styles/mode/dior-exposition-au-musee-des-arts-decoratifs-visite-guidee\\_1923221.html](https://www.lexpress.fr/styles/mode/dior-exposition-au-musee-des-arts-decoratifs-visite-guidee_1923221.html)



#### d) De la galerie d'art à la salle de bal : une scénographie au cœur de l'expérience de visite

L'exposition est pensée selon un parcours chronologique et thématique réunissant pour la première fois les espaces dédiés à la mode ainsi que ceux de la nef du musée soit près de 3 000 mètres carrés. L'Agence NC s'est chargée de la scénographie en étant à l'écoute du « grand public » pour mettre l'enchantement au service de l'art. Les thèmes sont mis en scène par Nathalie Crinière, dans des ambiances évoquant successivement la galerie de Christian Dior, les ateliers Dior, les jardins, l'Avenue Montaigne, le Trianon, les voyages...



Dès l'entrée de l'exposition, le hall fait écho au 30, avenue Montaigne, sous-entendant par là-même que Christian Dior est chez lui au musée des Arts décoratifs, un musée qu'il affectionnait particulièrement.

Le découpage des galeries invite le visiteur à une multitude de découvertes, chaque salle possédant une identité propre.

Dans la première salle, un mur s'anime et s'enrichit d'éléments interactifs, mêlant tradition et modernité. Il plonge les visiteurs au cœur des origines de la maison Dior au travers de documents intimes et patrimoniaux.



La deuxième salle « **Dior galeriste** » évoque l'univers de Christian Dior avant sa renommée en tant que couturier, lorsqu'il était directeur de galerie de tableaux avec ses amis Jacques Bonjean, puis Pierre Colle, de 1928 à 1934. Si l'ambiance est feutrée, la salle reprend des codes classiques

d'accrochage des œuvres d'art et invitent les visiteurs à découvrir des artistes qui furent exposés dans sa galerie, comme Dalí et son *Buste de femme rétrospectif*.



Des peintres très célèbres auprès du grand public côtoient ici des artistes moins connus comme Leonor Fini et Mario Tozzi, témoignant de la programmation éclectique voulue alors par Christian Dior. De son passé galeriste, Christian Dior garde toute sa vie une passion pour l'art qui demeure l'une des principales sources d'inspiration de ses créations.



La salle « **Les affinités artistiques** » sensibilisent les visiteurs sur les rapprochements entre haute couture et art, à la fois chez Christian Dior mais également chez ses successeurs qui multiplieront dans leurs défilés des allusions à leurs artistes préférés, de Picasso à Pollock.

Les photographes de mode ont également beaucoup contribué à la renommée de la Maison Dior dès sa fondation en 1947, car cette période coïncide avec l'épanouissement de la photographie. La salle « **Christian Dior et la photographie** » revient sur ces grands noms qui ont accompagné les succès de la Maison : Richard Avedon, Irving Penn, Erwin Blumenfeld...



Le parcours se poursuit dans la salle « **Colorama** », où les robes et miniatures de modèles originaux, chaussures, chapeaux, bijoux, sacs, maquillage et parfums se déclinent dans une palette de couleurs. La magie de cet arc-en-ciel opère auprès des visiteurs émerveillés devant les vitrines. Le colorama traduit le rêve du couturier d'une mode globale qui habillerait de la tête aux pieds une femme en Christian Dior.



L'une des qualités de l'accrochage est d'autoriser plusieurs lectures pour le grand public mais aussi pour une audience plus avertie. Les murs colorama sont également un prétexte pour survoler toutes les activités de la Maison Dior. Pionnier dans la politique de licence, Christian Dior a passé des contrats avec des fabricants dans le monde entier. Les visiteurs découvrent ainsi les collaborations de Christian Dior avec d'autres métiers d'art et Maisons, comme les souliers Roger Vivier, les chapeaux de Stephen Jones, les bijoux Henkel & Grosse, ou encore la fameuse pierre *Aurore Boréale* créée spécialement par Swarovski pour la Maison Dior.



La salle « **Paris** » rappelle aux visiteurs que depuis le XVII<sup>e</sup> siècle c'est la capitale de la mode et du luxe. C'est donc naturellement à Paris que Christian Dior installe sa Maison de couture dans un hôtel particulier. C'est toujours au 30, avenue Montaigne que se situe encore aujourd'hui la Maison et les ateliers de haute couture. Paris est une source d'inspiration inépuisable, son architecture influence des coupes de vêtements et même les thèmes de certaines collections, comme en 1988 avec les fourrures « Un hommage aux monuments de Paris ». Le cadre privilégié de la capitale met également en valeur les créations immortalisées par les plus grands photographes.

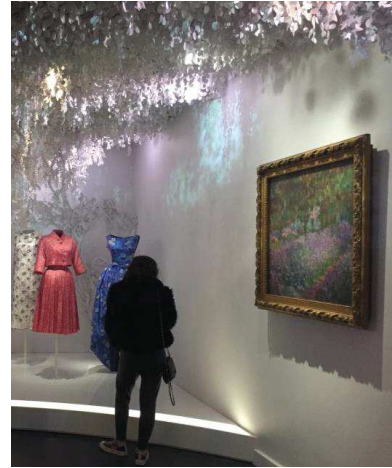


Si le décor de la maison de couture s'inspire du XVIII<sup>e</sup> siècle avec sa façade néo-classique, ses fauteuils à médaillon, ses lustres et candélabres, les références sont également nombreuses dans les robes créées par Christian Dior et ses successeurs. La salle « **Trianon** » traduit cet univers en mêlant robes, tableaux et mobilier.

L'exposition invite également les visiteurs à des voyages lointains en parcourant la salle « **Le tour du monde en Dior** ». Prêtées par les plus grands musées, des œuvres de toutes époques viennent enrichir le regard porté sur la haute couture en proposant des vis-à-vis audacieux entre art et mode.



Plus loin, les **jardins** tant aimés de Christian Dior conduisent le visiteur sous une cascade de fleurs spectaculaire qui réunit des robes de toutes les périodes de Dior sous les plafonds envahis de glycines de papier. Si c'est dans son jardin, en faisant des croquis, que Christian Dior imaginait ses collections, l'exposition présente aussi le jardin de la maison de Monet à Giverny. Ce rapprochement n'est pas fortuit car Christian Dior a une passion pour l'impressionnisme, il cite d'ailleurs Monet dans ses Mémoires. « Après la femme, les fleurs sont les créations les plus divines », disait Christian Dior. Les fleurs rappellent à Dior le jardin de son enfance à Granville, un refuge dont il est nostalgique. Les fleurs inspirent sa vision du New Look avec la jupe en corolle et se déclinent en broderies ou encore en drapés en forme de rose comme le modèle *Opéra Bouffe*.



Ses successeurs font perdurer cet amour des fleurs dans de somptueuses broderies et n'hésitent pas à faire défiler les mannequins entre des murs tapissés de fleurs fraîches.

L'exposition continue sous la nef avec en préambule le fameux tailleur *Bar*.

Les six salles en enfilade bordant la rue de Rivoli accueillent de manière chronologique les six designers ayant succédé à Christian Dior : **Yves Saint Laurent, Marc Bohan, Gianfranco Ferré, John Galliano, Raf Simons et Maria Grazia Chiuri**. Bien qu'ils traduisent l'allure Dior chacun à leur façon, le filet de lumière ininterrompu qui relie les différentes alcôves souligne l'idée de la transmission d'un designer à l'autre. Au choix risqué du très jeune Yves Saint Laurent succède la réaction rationnelle de la nomination de Marc Bohan. Puis c'est l'arrivée flamboyante de Gianfranco Ferré, suivie de celle du punk de la mode John Galliano, l'affirmation « minimaliste » de Raf Simons et enfin la vision engagée de la féminité d'une femme, Maria Grazia Chiuri.



L'espace les « **Ateliers de 1947 à 2017** » joue de la hauteur du lieu. Selon Christian Dior, « le vrai luxe exige le vrai matériau et le vrai travail artisanal. Il n'a de sens que si ses racines s'enfoncent profondément dans un tuf baigné de traditions. » Les croquis présentés évoquent le point de départ d'une collection, avant que les ouvrières sous la direction des « premières » et des « secondes » confectionnent les robes. Les toiles (ébauches de robes) sont réalisées par les ateliers à partir de croquis. Le savoir-faire et la technique, sans lesquels la haute couture n'existerait pas sont mis en scène dans l'Atelier où des ouvrières sont à l'ouvrage.

« L'atelier de fabrication » du sac Lady Dior présenté dans l'exposition mêle à la fois un discours artistique et scientifique et permet de mettre en avant les métiers d'art de manière très concrète. Voici un extrait du discours tenu aux visiteurs :



« Il faut savoir que la poignée du sac Lady Dior est composée de 9 pièces différentes et que l'ensemble du sac Lady Dior est composé de 140 pièces, et ce sans compter le fil. Donc c'est intéressant de voir ce genre d'ateliers car ça permet de mettre en valeur les métiers d'art, un vrai savoir-faire mais aussi de comprendre les différents éléments qui composent un sac, les différentes

matières. La seule chose qui n'est pas faite à la main dans les sacs Dior c'est la couture, tout est cousu en machine à coudre spéciale, mais sinon tout le reste est fait à la main. »

Question d'une très jeune fille : *Combien de temps faut-il pour faire un sac ?*

« Pour en faire un entier, ça c'est la question qui tue, parce que le plus long en fait c'est de trouver la matière première. La peau que tu vois, l'agneau, est pour le coup de provenance française, ça met un temps fou pour pouvoir trouver la peau. Une fois qu'on a toute la matière première, une fois qu'on a tous les éléments, si on ne parle que de l'assemblage, c'est à dire quand un artisan qui s'occupe de l'assemblage reçoit un sac sous cette forme et qu'il doit le rendre sous cette forme il lui faut une journée de travail. Mais on se doute bien qu'avant d'avoir cette forme-là, il y a un travail en amont qui est très long. Il a fallu sélectionner le cuir, faire la découpe et faire cet effet cannage, cet effet matelassé qui est fait sur machine spéciale. Donc pour avoir une fourchette, il faut compter une semaine à 10 jours pour faire un sac, mais c'est une large fourchette. Pour l'assemblage en revanche je peux être plus précise, c'est une journée, mais si on m'avait posé la question en peau de crocodile qui est un cuir beaucoup plus difficile à travailler, il faudrait compter 2 jours de travail. »

Puis, une longue galerie, « **L'allure Dior** », accompagne les visiteurs avant la plongée au cœur du bal. Cette galerie propose un résumé de l'évolution de la ligne et de l'allure Dior depuis 1947, illustrée de robes et d'extraits de films ou de vidéos de défilés.

Enfin, le parcours de l'exposition s'achève sur le clou du spectacle, « **le Bal Dior** », dans le cadre somptueux de la nef décorée telle une salle de bal pour une présentation des robes du soir les plus somptueuses.



Cette dernière salle réunit les robes les plus théâtrales par le travail des ateliers (comme les célèbres modèles Junon et Vénus, automne-hiver 1949) ou par les femmes qui les ont portées (la duchesse de Windsor, Grace de Monaco, Isabelle Adjani, pour n'en citer que quelques-unes). Si les bals de l'après-guerre sont en effet l'écrin parfait pour les robes fastueuses créées par Christian Dior, John Galliano rend aussi hommage à ce goût pour les bals en présentant en 2007 pour le soixantième anniversaire de la Maison Dior le « Bal des Artistes » à l'Orangerie de Versailles. Maria Grazia Chiuri proposera quant à elle un bal de conte de fées dans une forêt enchantée pour son premier défilé. Les tenues portées par les reines, princesses ou premières dames côtoient celles flamboyantes vues sur les tapis rouges du monde entier et immortalisées par Ava Gardner, Marilyn Monroe, Elizabeth Taylor, Brigitte Bardot, Monica Bellucci, Charlize Theron, ou encore Marion Cotillard.

La visite s'achève par un espace présentant toutes les publications consacrées à Christian Dior et à la maison de couture.

Cette scénographie monumentale, digne d'un grand « show », semble dépasser les attentes des visiteurs. Avant de détailler plus précisément les commentaires recueillis dans le cadre des entretiens, le guide d'observation<sup>78</sup> suivant permet de bien comprendre le parcours des visiteurs et la place accordée à la scénographie.

---

<sup>78</sup> Visite de l'exposition le 27/12/17

Parcours adopté par les visiteurs	Les visiteurs adoptent dans leur grande majorité un parcours "fourmi" et malgré la densité de l'exposition ils donnent l'impression de ne vouloir rien rater, aussi bien les robes de haute couture, que les accessoires de mode ou les tableaux et autres objets d'arts décoratifs. Le parcours invite également à un beau moment de convivialité et de complicité en famille et entre amis, chacun n'hésitant pas à revenir sur ces pas pour faire partager son coup de cœur.
Temps passé devant les robes de haute couture	Ce temps est variable, les salles <i>Colorama</i> et <i>Les jardins Dior</i> rencontrent par exemple un grand succès, ce qui est moins le cas de <i>Trianon</i> ou <i>Le tour du monde Dior</i> . Il atteint son paroxysme dans la salle de bal où les visiteurs s'attachent à regarder les moindres broderies et se rêvent à imaginer quelle robe choisir s'il ne fallait en porter qu'une seule.
Temps passé devant les objets de mode (bijoux, sacs, chapeaux, chaussures, parfums...)	Exposés dans les vitrines de la salle <i>Colorama</i> comme un véritable arc-en-ciel, c'est dans cet espace que les visiteurs consacrent le plus de temps aux objets de mode. Les commentaires traduisant leur émerveillement fusent et étonnamment les objets de mode et les miniatures des robes rencontrent autant voire plus de succès que les robes haute couture exposées.
Temps passé devant les documents de mode (croquis, illustrations, photographies, documents publicitaires...)	Bien que moins captivés par ces documents que par les accessoires de mode par exemple, les visiteurs y sont toutefois attentifs, la scénographie aidant les rapprochements. Les photographies retiennent davantage l'attention que les croquis et illustrations.
Temps passé devant les tableaux, meubles, sculptures et objets d'arts décoratifs ayant inspiré Christian Dior et ses successeurs	Les visiteurs consacrent beaucoup de temps dans la salle « Christian Dior galeriste » qui concentre le plus grand nombre de tableaux, sculptures et objets d'art. L'accrochage classique des tableaux rappelle pourtant davantage la scénographie épurée des musées de Beaux-Arts dont les chefs-d'œuvre se suffisent à eux-mêmes que la scénographie plus spectaculaire d'une exposition de créateur de mode.



Comportement face aux robes et accessoires de mode	Devant les robes, les visiteurs échangent d’abord entre eux sur un premier ressenti spontané (« elle est trop belle », « celle-ci j’adore », « je voudrais trop la porter ») puis les regardent plus précisément comme de véritables œuvres d’art pour finalement faire part de commentaires plus précis qui portent sur le travail des broderies, les nuances des couleurs, le tombé des drapés etc. Certaines femmes regardent avec nostalgie les robes des premières années de la Maison Dior qui leur font penser à l’époque de leur mère où les femmes s’apprêtaient davantage, une époque qu’elles jugent tristement révolue. Les accessoires de mode sont regardés moins en détails que les robes, mais les visiteurs n’hésitent pas à souligner la modernité de certaines pièces qui restent encore « très actuelles » malgré les années. Le fait de mélanger les collections anciennes avec les collections récentes est apprécié.
Comportement face aux autres œuvres	Les visiteurs en famille avec des jeunes enfants ou des adolescents saisissent particulièrement l’occasion de les sensibiliser aux peintures, sculptures et autres objets d’arts décoratifs qui sont disséminés tout au long de la visite. Cela est particulièrement le cas dans la salle « Christian Dior, galeriste » qui ressemble à s’y méprendre à une salle de musée des Beaux-Arts.
Lecture des textes de salles	La majorité des visiteurs lisent les panneaux, même s’ils semblent souvent lus en diagonale au vu du temps passé devant.
Lecture des cartels	Compte tenu de la densité de l’exposition et du nombre important d’œuvres présentées par salle (la salle <i>Colorama</i> donne par exemple une sensation de ruche de milliers de choses à voir), les visiteurs ne lisent pas tous les cartels. Même lorsque les robes ou les accessoires leur plaisent visiblement, ils n’ont pas toujours le réflexe de regarder le cartel s’y référant. L’émotion et l’émerveillement semblent parfois suffire, sans avoir plus d’explications.

Espaces retenant particulièrement l'attention des visiteurs	Les salles <i>Coloroma</i> , <i>Les jardins Dior</i> , <i>Les ateliers de 1947 à 2017</i> et <i>Le bal Dior</i> enthousiasment particulièrement les visiteurs qui s'y attardent, témoignent de leur enchantement et échangent entre eux leurs ressentis.
Réactions face à la scénographie en général	La scénographie appelée aussi par les visiteurs « mise en scène » ou encore « décoration » remporte tous les superlatifs quand ce ne sont pas « les mots qui manquent pour décrire la beauté de la mise en scène ». La grande majorité des commentaires faits à haute voix porte d'ailleurs sur cette scénographie avant même les commentaires sur les robes haute couture. Les réactions témoignent d'un pur émerveillement, d'une véritable expérience de visite au-delà des œuvres présentées.
Remarques précises de visiteurs sur des éléments de scénographie	<p>A propos de la robe «Shéhérazade » ( Christian Dior – John Galliano,1998) dans la salle <i>Les affinités artistiques</i>, une femme interroge son amie : Mais quand est-ce que tu portes ça ? », elle lui répond simplement « Mais c'est une œuvre d'art ! ».</p> <p>A propos de la salle <i>Colorama</i> : « C'est incroyable le nombre d'accessoires qu'il y a dans les vitrines, et en même temps c'est trop beau, ça ne fait pas fouillis du tout », « ça donne trop envie de rentrer dans les vitrines ! », « c'est juste sublime comment ils ont rapproché les miniatures, les robes, les accessoires, ça a dû être un travail de titan pour faire ça ! »</p> <p>A propos de la salle <i>Le bal Dior</i> : « On se croirait dans un rêve, c'est magique », « Les jeux de lumière sont sublimes », « waouh, là on en prend plein les yeux, les robes suspendues, la hauteur de plafond, les lumières, c'est juste trop beau », « Quelle mise en scène ! Ils n'auraient pas pu faire ça dans n'importe quel musée »</p>

Les entretiens conduits avec les visiteurs ont par ailleurs permis de recueillir beaucoup de verbatims propres à la scénographie, puisqu'il s'agit en effet du premier point évoqué comme motif de satisfaction. Cette scénographie ressort spontanément en tête à la question : « Qu'est-ce qui vous a plu ? ».

Le guide d'entretien (disponible en annexe 22) est articulé autour de 4 grandes questions ouvertes, même si des relances plus précises sont anticipées pour chacune d'elles. L'objectif est d'être le moins directif possible, de laisser les personnes interrogées s'exprimer librement. Cette enquête a été conduite auprès d'un échantillon de 8 personnes fréquentant des musées et expositions :

- 2 personnes « public occasionnel », avec une fréquence de 1 à 2 fois par an
- 2 personnes « public régulier », avec une fréquence de 4 à 6 fois par an
- 2 personnes « public assidu », avec une fréquence de 12 fois par an
- 2 personnes « public très assidu », avec une fréquence bien supérieure à 12 fois par an

<b>Public occasionnel</b>	<b>Public régulier</b>	<b>Public assidu</b>	<b>Public très assidu</b>
Femme, 28 ans, vendeuse, de Bruxelles	Femme, 70 ans, retraîtée (orthophoniste), de Paris	Femme, 38 ans, chef de groupe marketing, de Paris	Femme, 65 ans, retraîtée (enseignante), de Paris
Femme, 46 ans, cadre dans la santé, de Montreuil	Homme, 32 ans, commercial en cosmétiques, de Paris	Femme, 30 ans, chargée de ressources humaines, de Saint- Germain-en-Laye	Homme, 51 ans, juriste, de Toulouse

Les commentaires des visiteurs interrogés sur la scénographie mettent en exergue trois principales caractéristiques : cette scénographie spectaculaire mérite tous les superlatifs, elle propose également un parcours de visite très riche et pédagogique, et elle permet enfin de créer du lien social grâce à son cadre convivial.

### **Une scénographie spectaculaire qui mérite tous les superlatifs :**

Devant un show si spectaculaire et tant de démesure, les visiteurs se disent littéralement éblouis par la scénographie. Les intentions des deux commissaires d'exposition semblent entendues, Florence Müller expliquait en effet que « dans une exposition, on essaie d'atteindre deux buts : faire en sorte que les gens apprennent quelque chose, mais aussi qu'ils ressentent une émotion.

Avec Christian Dior, une robe est une sculpture. On y découvre des volumes, des ombres, des lumières... »<sup>79</sup>. Olivier Gabet insistait également sur l'effet d'émerveillement recherché : « A la fin de votre parcours, vous aurez peut-être été marqué par quelques modèles. Sans parfois retenir le nom de son créateur. Mais vous allez surtout retenir un effet d'éblouissement. »<sup>80</sup>.

<b>Public occasionnel</b>	
Femme, 28 ans, vendeuse, de Bruxelles	« On en a pris plein les yeux, c'est magnifique ! C'était vraiment à ne pas rater. Le lieu aussi est magique, dans la salle de bal, on a l'impression d'être dans un conte de fées ».
Femme, 46 ans, cadre dans la santé, de Montreuil	« J'ai adoré, j'ai beaucoup aimé les présentations. La scénographie de la salle de bal, ça fait 2 fois que je reviens voir l'exposition, la première fois je suis restée dans cette salle une demi-heure, là encore 15 minutes. À part une ou deux pièces dans lesquelles il y a un verre pour pas toucher les choses, dans les autres on a une proximité, je trouve ça fabuleux, on est plongé dedans. (...) Je trouve que la scénographie est merveilleuse, féerique...et pétillante aussi ! Ça donne du relief aux robes, et on les voit sous différents aspects, presque différentes couleurs par moment. (...) La dernière fois on a passé presque 4h, là un peu moins, mais avec le même émerveillement. »
<b>Public régulier</b>	
Femme, 70 ans, retraitee (orthophoniste), de Paris	« Ça invite à la balade. (...) Presque partout on peut passer derrière les robes, c'est vraiment voir la couture sous toutes les coutures ! (...) Je dirais que les vitrines sont comme des écrins et les bijoux sont les robes de haute couture. (...) Dans la salle de bal, j'ai beaucoup aimé les robes qui avaient été portées par des stars de notre époque et à côté était présentée la vidéo de ces femmes. Je pouvais voir la robe en vidéo avec l'actrice et la robe juste à côté, je trouve ça fantastique, au niveau mise en scène c'est très joli. Chaque salle a un thème propre, la salle Colorama c'était comme une palette de couleurs, c'est presque une peinture vivante. La salle de bal, c'était presque comme si on était à l'opéra. Je n'avais jamais vu une exposition où les œuvres sont mis en exergue jusqu'au plafond, c'est rarissime. On pouvait même voir les robes par en-dessous puisqu'il y en avait qui étaient suspendues depuis le plafond, une mise en

<sup>79</sup> PORRET, Karine, « Christian Dior aux Arts déco : dans les coulisses de l'expo monumentale », *L'Express*, publié le 04 juillet 2017, mis à jour le 27/12/17.

[https://www.lexpress.fr/styles/mode/dior-exposition-au-musee-des-arts-decoratifs-visite-guidee\\_1923221.html](https://www.lexpress.fr/styles/mode/dior-exposition-au-musee-des-arts-decoratifs-visite-guidee_1923221.html)

<sup>80</sup> Ibid.

	<p>scène incroyable. Les ateliers de Christian Dior aussi, la salle est comme une pyramide enneigée avec les patrons des robes qui vont jusqu'au plafond, c'est comme à 360°, on tourne et on est toujours entouré.</p> <p>Les robes sont présentées comme des œuvres d'art. C'est exactement comme si on était au Louvre et qu'on mettait des statues célèbres dans des écrins. La lumière aussi met en valeur les robes, parfois on dirait des statues.</p> <p>Je dirais que la scénographie est époustouflante, colorée, virevoltante, chatoyante. C'est comme si on déambulait dans la penderie de quelqu'un de riche et qu'on se demandait ce qu'on allait choisir comme robe. »</p>
Homme, 32 ans, commercial en cosmétiques, de Paris	« Les décors sont magnifiques ! (...) Faire un tel show dans un musée c'est surprenant ! (...) Si les autres musées pouvaient faire des mises en scène aussi spectaculaires, je l'accompagnerais peut-être plus souvent voir des expos ! »
<b>Public assidu</b>	
Femme, 38 ans, chef de groupe marketing, de Paris	<p>« La scénographie est vraiment spectaculaire. (...) J'ai particulièrement aimé que toutes les salles soient très différentes, aient leur propre « caractère », ce qui donne une sensation de surprise, de ne pas savoir à quoi s'attendre dans la prochaine salle...un sentiment parfois un peu proche du divertissement comme on peut le vivre dans un parc d'attractions. Les salles <i>Colorama</i>, <i>Jardins</i>, <i>Tour du monde</i>, les ateliers et la salle de bal m'ont beaucoup plu.</p> <p>On en prend plein les yeux dans la salle de bal, j'ai surtout été sensible aux effets de lumière qui donnent une ambiance magique qu'on ne retrouvait pas dans des précédentes expositions de mode, car sinon la disposition des robes me rappelle quand même ce qui a déjà été fait dans le cadre des expositions Yves Saint Laurent et <i>Fashion Forward</i>.</p> <p>C'est dans la continuité mais clairement un niveau au-dessus. »</p>
Femme, 30 ans, chargée de ressources humaines, de Saint-Germain-en-Laye	<p>« J'ai trouvé l'exposition magnifique, grandiose !</p> <p>C'est hallucinant tous ces décors des salles pour quelque chose qui est éphémère !</p> <p>Je m'attendais à ce que ce soit beau, mais pas à ce point-là franchement.</p> <p>Les robes sont magnifiques c'est vrai mais c'est surtout toute la mise en scène qui est incroyable car s'ils avaient juste mis les robes à la suite ce ne serait pas "waouh" ».</p>

<b>Public très assidu</b>	
Femme, 65 ans, retraîtée (enseignante), de Paris	« La mise en scène est spectaculaire, c'est assez incomparable par rapport à ce que j'ai déjà vu. J'ai vu plusieurs expos sur la mode, j'avais vu Yves Saint Laurent, j'en ai vu plusieurs au musée Galliera. Là c'est un cran au-dessus avec une mise en scène somptueuse. La scénographie est très originale, c'est une scénographie qui sort vraiment de l'ordinaire. Des mises en scène complètement différentes d'une salle à l'autre, ça peut aller dans des tons noirs, ensuite c'est rouge éclatant, tout d'un coup ça devient blanc. Des miroirs au plafond qui reflètent toute la luminosité. Quand une scénographie est originale comme ça, ça amplifie la qualité de l'exposition et la qualité des œuvres, ça les met encore plus en lumière. »
Homme, 51 ans, juriste, de Toulouse	« Déjà que le musée des Arts décoratifs c'est un très beau musée, mais alors là ils ont mis le paquet, je pense qu'on en parlera encore pendant des années. Ça dépasse même ce qu'on imaginait, on avait vu pas mal de photos. Les scénographes qui ont fait ça, chapeau, vraiment à voir ! Il y a plein de thèmes différents, on a l'impression de voyager. (...) La dernière salle est grandiose, c'est le clou du spectacle. A mon avis, même ceux qui ne sont pas des passionnés de mode trouveront quand même l'exposition splendide parce qu'une scénographie comme ça, ça parle à tout le monde. »

### **Un parcours de visite très riche, pédagogique :**

Les visiteurs insistent sur le fait que l'exposition est conçue comme un voyage qui fait défiler les thèmes de salle en salle. Elle leur permet d'acquérir des connaissances tant sur la Maison Dior, son histoire et l'influence de ses différents directeurs artistiques que sur le passé de galeriste de Christian Dior, et sur l'art en général grâce aux rapprochements entre les robes et les œuvres prêtées par les grands musées. Ces différents volets de l'exposition participent à sa richesse, en associant subtilement l'émotionnel et le cognitif : « apprendre sans en avoir l'air ».

<b>Public occasionnel</b>	
Femme, 28 ans, vendeuse, de Bruxelles	« Je n'y connais pas grand chose en haute couture en fait mais je trouve qu'il y avait beaucoup d'explications sans que ce soit rébarbatif. On voit aussi les styles des différents créateurs. Et j'ai bien aimé la salle avec l'Afrique, l'Egypte...on ne s'attend pas à voir ça, il y a même des œuvres anciennes à côté, qui viennent de musées, j'en ai pris une en photo c'est du Louvre. C'est vraiment une expo très complète. »

<b>Public régulier</b>	
Femme, 70 ans, retraitée (orthophoniste), de Paris	« La salle ethnique faisait des rapprochements par exemple avec des statues du Quai Branly pour faire un lien entre la mode et l'art en général. »
Homme, 32 ans, commercial en cosmétiques, de Paris	« Le parcours de l'exposition est très bien fait, du coup on comprend bien les étapes, les évolutions, c'est pas juste une exposition de robes pour les filles. »
<b>Public assidu</b>	
Femme, 38 ans, chef de groupe marketing, de Paris	« Ce qui est très intéressant aussi c'est de comprendre le parcours de Christian Dior puis toute l'histoire de la Maison Dior ainsi que les influences venant de l'art en général. Les autres expositions de mode ne mettaient pas le focus comme ça sur des peintures, sculptures, photographies...on restait davantage dans l'univers de la mode. Là on croise des œuvres prêtées par le Louvre, le musée du quai Branly. On a l'impression à la fois d'enrichir ses connaissances et de profiter d'un moment de pure beauté esthétique, c'est très réussi. Les explications dans chaque salle sont également très claires, j'en suis ressortie avec le sentiment d'avoir appris plein de choses. »
Femme, 30 ans, chargée de ressources humaines, de Saint-Germain-en-Laye	« Il y avait quand même aussi beaucoup de tableaux, d'œuvres d'art, je ne savais pas du tout que Christian Dior avait été galeriste. Je trouve que du coup on a l'impression d'apprendre aussi plein de choses sur la Maison Dior et pas que de voir des robes, et même sur l'art plus généralement car je ne vais pas vraiment au Louvre par exemple mais là il y avait des sculptures à côté des robes qui venaient du Louvre. La salle consacrée à la partie sur sa galerie d'art était très bien faite aussi, c'était un précurseur à son époque. »
<b>Public très assidu</b>	
Femme, 65 ans, retraitée (enseignante), de Paris	« J'ai bien aimé aussi les rapprochements entre les robes à fleurs et les tableaux. »
Homme, 51 ans, juriste, de Toulouse	« Je trouve que toute l'exposition est bien construite, au début on comprend les origines de Christian Dior, ses influences, sa passion pour l'art en général, et puis le renouveau qu'il a insufflé dans la mode, sa modernité aussi. (...) Et puis aussi les salles sur tous les créateurs qui lui ont succédé, c'est intéressant de voir ce qu'ils ont chacun apporté, leur vision. »

## Une visite idéale pour créer du lien social, partager un beau moment de convivialité :

Cette scénographie donne le sentiment que l'exposition est accessible à tous, les visiteurs étant sur un pied d'égalité lorsqu'il s'agit d'émotions et de ressenti. Même si certaines personnes peuvent être davantage sensibilisées que d'autres à l'approche pédagogique, il n'en demeure pas moins que l'exposition réussit haut la main à insuffler une convivialité entre les visiteurs qui viennent à plusieurs et en profitent pour partager leurs émotions à haute voix : une visite qui se révèle être un beau moment d'échange et de détente, loin du quotidien.

<b>Public occasionnel</b>	
Femme, 28 ans, vendeuse, de Bruxelles	« On est venues entre amies, à 4, et on a toutes adoré ! Dans la salle avec toutes les couleurs on s'amusait entre nous à faire comme si on faisait les magasins et qu'on pouvait choisir notre robe, les chaussures et le sac qui vont avec ! Franchement on a passé un super moment ensemble ! Si toutes les expositions étaient comme ça, on irait peut-être plus souvent en voir entre amies. »
<b>Public assidu</b>	
Femme, 38 ans, chef de groupe marketing, de Paris	« J'ai quand même pris aussi l'habitude d'aller voir des expositions sur des créateurs de mode avec ma mère qui aime beaucoup le sujet. Ce sont des expositions dans lesquelles je cherche moins à enrichir mes connaissances, plutôt à développer un regard purement esthétique, je suis davantage dans l'émotion, le ressenti. On va souvent entre autres au Palais Galliera, au musée des Arts décoratifs et au Grand Palais. C'est un moment de convivialité entre nous. »
Femme, 30 ans, chargée de ressources humaines, de Saint-Germain-en- Laye	« Je suis venue avec une copine parce qu'elle avait vu l'expo Jean-Paul Gaultier et à l'époque elle m'avait dit que c'était top, je n'avais pas pu y aller et du coup je voulais pas encore rater celle-là. On a passé un super moment ensemble, ça valait bien les 3h de queue sous la pluie ! En plus c'est convivial, on peut discuter devant les robes c'est pas l'ambiance des musées où il faut se taire, où on se croirait à l'école. En même temps c'est de la mode. »

En outre, les remarques laissées par les visiteurs dans le livre d'or à la fin du parcours de l'exposition ne font que confirmer cet engouement pour la scénographie, parfois appelée « décoration » ou encore « mise en scène ». Elle participe grandement à produire un effet d'émerveillement, un moment de pure émotion.



*« Nous en avons pris plein les yeux ! Merci »*

*« Merveilleux !!! Quelle magnifique scénographie pour de si belles pièces !!! »*

*« Merci pour le rêve et l'émotion »*

*« Splendide ! Nous en avons pris plein les yeux.*  
*La dernière salle, l'apothéose... »*

*« De nouvelles surprises à chaque nouvelle pièce »*

*« Super exposition, magnifique, splendide. Très belle muséographie !  
Quel beau travail ! »*

*« Très jolie exposition et somptueux décor »*

*« Exposition magnifique, les robes bien sûr mais aussi leur mise en scène. »*

*« Féerique »*

*« Exposition magnifique, sublime et féerique. Nous sommes fières d'avoir  
participé à cette magie... »*

*« Epoustoufflant. Une mise en scène 5 étoiles. »*

*« On m'avait dit A NE PAS RATER et effectivement il n'y a pas assez de  
mots pour définir la beauté et l'émerveillement que j'ai éprouvé.*  
*Merci mille fois à tous ceux qui y ont participé. »*

*« Superbe. Rien à dire. Plongée dans l'univers Dior.*  
*Moment unique. Camille et la famille, de Monaco »*

*« Du rêve à portée de main »*

*« Une exposition magique. Une scénographie de rêve.  
Des robes œuvres d'art. Délicieux moment. »*

*« Magnifique, une merveille, on repart avec des paillettes plein les yeux. »*

*« Une promenade onirique...un vrai conte de Noël... »*

*« Je n'ai jamais vu une expo aussi belle !!! Bravo pour la scénographie,  
un plaisir des yeux. »*

Les commentaires abordent dans leur grande majorité l'aspect spectaculaire de la scénographie qui laisse les visiteurs sans voix, émerveillés. Toutefois, quelques personnes soulignent aussi la

richesse de l'exposition, très bien documentée, ou mentionnent une œuvre qui a particulièrement retenu leur attention :

*« Magnifique exposition, très bien fournie (merci le fonds Dior) et scénographie merveilleuse : on plonge dans l'univers ! Pédagogique avec le focus sur chaque Directeur Artistique. »*

*« Merci pour cette exposition qui montre aux gens que la mode est aussi une question d'art et que cet art peut donner naissance à quelque chose de merveilleux comme la naissance de la marque Dior. »*

*« Superbe exposition, mention spéciale pour la toute dernière œuvre « 30, avenue Montaigne » par Xavier Casalta. Voir la célèbre devanture tout en pointillés, ça n'a pas de prix ... »*

*« Magnifique exposition ! Pourquoi pas un musée ? »*

Comme l'ont fait remarquer plusieurs visiteurs, une scénographie originale et spectaculaire ne relève pas simplement du pur « show » comme dans un parc d'attractions. Elle amplifie la qualité perçue de l'exposition et des œuvres en les mettant davantage en lumière. Cela ajoute une « plus-value à l'exposition » et permet de vivre une expérience immersive.

La scénographie s'est d'ailleurs révélée être l'axe majeur sur lequel les médias ont fortement communiqué, mais pas uniquement pour insister sur son caractère divertissant.

### **e) Une médiatisation sans précédent**

L'inauguration de l'exposition pendant la semaine des défilés haute couture et une durée record de 6 mois (du 5 juillet 2007 au 7 janvier 2018) ont permis d'amplifier sa médiatisation et ont joué un rôle dans les très bons chiffres de fréquentation, non seulement des Parisiens, mais aussi des touristes durant l'été et les vacances de Noël, ainsi que des professionnels de la Fashion Week de septembre.

Les retombées presse montrent que les journalistes abordent particulièrement quatre points clés dans leurs articles : la fréquentation record de l'exposition, son caractère « grand public », sa scénographie spectaculaire qui mérite tous les superlatifs, et son parcours de visite très riche et pédagogique.

## Une fréquentation record :

« Il n'y avait pas eu d'exposition consacrée à Christian Dior, à Paris, depuis trente ans. Organisée par les Arts décoratifs, l'événement qui célèbre les 70 ans de la maison de couture et qui a déjà attiré pas moins de 600 000 personnes depuis son ouverture à l'été 2017 mérite tous les superlatifs. »<sup>81</sup>

« L'exposition *Christian Dior, couturier du rêve* qui a atteint des sommets de fréquentation depuis son ouverture le 5 juillet ferme ses portes ce 7 janvier 2018. » « Dès fin octobre 2017, avec près de 400 000 visiteurs accueillis en quatre mois, le musée des Arts décoratifs bat ses records de fréquentation pour une exposition. « Pour nous c'est un cas absolument exceptionnel. » déclarait alors le directeur du musée Olivier Gabet (...) A titre de comparaison parmi les expositions récentes les plus fréquentées du musée, celle sur Barbie en 2016 avait attiré 240 000 visiteurs en six mois, et en mode celle sur Dries Van Noten en 2014 avait séduit 160 000 visiteurs sur une durée de huit mois. »<sup>82</sup>

« C'est l'exposition dont tout le monde parle »<sup>83</sup>

## Une exposition "grand public" :

« Une exposition exigeante et populaire »<sup>84</sup>

« C'est une exposition de mode populaire. On intéresse les gens de 7 à 77 ans, issus de tous les profils sociaux et horizons culturels » a poursuivi le directeur du musée, se réjouissant du « buzz incroyable autour de cette manifestation en France et à l'international ». Il estime à plus de la moitié la part des visiteurs étrangers.<sup>85</sup>

« A l'occasion de son 70ème anniversaire, Dior expose ses plus belles créations imaginées par ses directeurs artistiques emblématiques au sein du Musée des Arts Décoratifs de Paris. Un rendez-vous incontournable pour les aficionados de la maison de l'avenue Montaigne. »<sup>86</sup>

<sup>82</sup> CULTUREBOX (avec AFP), « Derniers jours pour l'exposition Christian Dior, couturier du rêve au MAD », publié le 19/12/17, mis à jour le 03/01/18.

<https://culturebox.francetvinfo.fr/mode/les-arts-deco-face-a-son-succes-l-expo-christian-dior-ouvrira-aussi-le-soir-26710117>

<sup>83</sup> ELLE La Rédaction, « Vous n'avez pas encore vu l'expo Christian Dior au Musée des Arts Décoratifs ? Nous vous offrons vos places ! », *Elle*, publié le 29/09/17.

[www.elle.fr/Loisirs/Sorties/Musees-Expos/Vous-n-avez-pas-encore-vu-l-expo-Christian-Dior-au-Musee-des-Arts-Decoratifs-Nous-vous-offrons-vos-places-3548663](http://www.elle.fr/Loisirs/Sorties/Musees-Expos/Vous-n-avez-pas-encore-vu-l-expo-Christian-Dior-au-Musee-des-Arts-Decoratifs-Nous-vous-offrons-vos-places-3548663)

<sup>84</sup> PORRET, Karine, « Christian Dior aux Arts déco : dans les coulisses de l'expo monumentale », *L'Express*, publié le 04 juillet 2017, mis à jour le 27/12/17.

[https://www.lexpress.fr/styles/mode/dior-exposition-au-musee-des-arts-decoratifs-visite-guidee\\_1923221.html](https://www.lexpress.fr/styles/mode/dior-exposition-au-musee-des-arts-decoratifs-visite-guidee_1923221.html)

<sup>85</sup> CULTUREBOX (avec AFP), « Derniers jours pour l'exposition Christian Dior, couturier du rêve au MAD », publié le 19/12/17, mis à jour le 03/01/18.

<https://culturebox.francetvinfo.fr/mode/les-arts-deco-face-a-son-succes-l-expo-christian-dior-ouvrira-aussi-le-soir-26710117>

<sup>86</sup> GARRIGUES, Manon, « Dior célèbre ses 70 ans au Musée des Arts Décoratifs », *Vogue*, publié le 04/07/17.

## Une scénographie spectaculaire qui mérite tous les superlatifs :

« Christian Dior aux Arts déco : dans les coulisses de l'expo monumentale » <sup>87</sup>
« C'est aussi une véritable invitation au voyage, qui mène le visiteur de la Chine à l'Égypte, en passant par un jardin aux glycines odorantes. » <sup>88</sup>
« C'est un univers de conte de fée que l'on découvre. » « La scénographie de cette exposition qui fait dialoguer œuvres d'art et robes est parfaitement réussie. Et le visiteur ébloui par toutes ces magnificences sort sur un petit nuage. » <sup>89</sup>
« Visitors with only a passing interest in fashion may find themselves running out of superlatives. » <sup>90</sup>
« Un parcours féérique qui plonge les visiteurs dans l'univers de son fondateur et de tous les grands couturiers qui lui ont succédé (...) Magique ? Grandiose ? Majestueuse ?...On ne sait quel superlatif utiliser pour qualifier l'exposition <i>Christian Dior, Couturier du rêve</i> , qui se tient actuellement au Musée des Arts Décoratifs.» <sup>91</sup>
« Signée Nathalie Crinière, la scénographie de l'exposition plonge en outre le visiteur au cœur même des thèmes chers au couturier et à ses talentueux successeurs. D'une galerie d'art à un atelier, en passant par un boudoir et une salle de bal, le voyage promet d'être enchanteur... » <sup>92</sup>
« Le parcours historique dense, enrichi de documents, d'accessoires et de photographies de mode, va crescendo basculer dans la féerie, la démesure et le show totalement hors norme, à l'image de la puissance de la marque internationale. » <sup>93</sup>

<sup>87</sup> PORRET, Karine, « Christian Dior aux Arts déco : dans les coulisses de l'expo monumentale », *L'Express*, publié le 04 juillet 2017, mis à jour le 27/12/17.

<sup>88</sup> FREYSSELINARD, Isabelle, « 6 expos mode pour passer l'été avec style », *BeauxArts*, le 04/08/17  
<https://www.beauxarts.com/lifestyle/6-expos-mode-pour-passer-lete-avec-style/>

<sup>89</sup> VICQ, Céline, « A la découverte de Christian Dior, couturier du rêve », *L'Homme Nouveau*, le 15/09/17.  
[www.hommenouveau.fr/2270/culture/a-la-decouverte-de-christian-dior--couturier-du-reve.htm](http://www.hommenouveau.fr/2270/culture/a-la-decouverte-de-christian-dior--couturier-du-reve.htm)

<sup>90</sup> MARRIOTT, Hannah, « Major Paris exhibition celebrates 70 years of Dior fashions », *The Guardian*, le 03/07/17.  
<https://www.theguardian.com/fashion/2017/jul/03/major-paris-exhibition-celebrates-70-years-of-dior-fashions/>  
« Les visiteurs avec un intérêt passager pour la mode pourraient manquer de superlatifs »

<sup>91</sup> ELLE La Rédaction, « Vous n'avez pas encore vu l'expo Christian Dior au Musée des Arts Décoratifs ? Nous vous offrons vos places ! », *Elle*, le 29/09/17.  
[www.elle.fr/Loisirs/Sorties/Musees-Expos/Vous-n-avez-pas-encore-vu-l-expo-Christian-Dior-au-Musee-des-Arts-Decoratifs-Nous-vous-offrons-vos-places-3548663](http://www.elle.fr/Loisirs/Sorties/Musees-Expos/Vous-n-avez-pas-encore-vu-l-expo-Christian-Dior-au-Musee-des-Arts-Decoratifs-Nous-vous-offrons-vos-places-3548663)

<sup>92</sup> GEOFFROY-SCHNEITE, Bérénice, « Le magicien Dior au musée des Arts Décoratifs », *Connaissance des Arts*, le 05/07/17.  
<https://www.connaissancedesarts.com/design-et-decoration/le-magicien-dior-au-musee-des-arts-decoratifs-1171816/>

<sup>93</sup> PHILIPPE, Bénédicte, « Christian Dior, couturier du rêve », *Télérama*, le 02/01/18.  
<http://sortir.telerama.fr/evenements/expos/christian-dior,-couturier-du-reve,n4858614.php>

## Un parcours de visite très riche, pédagogique :

« Le parcours retrace l'histoire de la maison depuis 1947, dévoile les savoir-faire et explore les thématiques chères à Christian Dior – qui fut tout d'abord galeriste – ainsi qu'aux couturiers qui lui succédèrent, d'Yves Saint Laurent à Maria Grazia Chiuri.»<sup>94</sup>

« Le visiteur est pris par la main dans un monde féérique et érudit »<sup>95</sup>.

« Le parcours retrace l'histoire de la maison depuis 1947, dévoile les savoir-faire et explore les thématiques chères à Christian Dior – qui fut tout d'abord galeriste – ainsi qu'aux couturiers qui lui succédèrent, d'Yves Saint Laurent à Maria Grazia Chiuri.»<sup>96</sup>

« Sur près de 3 000 mètres carrés, les visiteurs sont invités à slalomer entre plus de 300 robes de Haute Couture, conçues de 1947 à nos jours. Aux côtés de ces créations d'exception, qui font pétiller les yeux des petits comme des grands, sont présentées des toiles d'atelier et des photographies de mode, ainsi que plusieurs centaines de documents (illustrations, croquis, photographies de reportage, lettres et manuscrits, documents publicitaires...) et d'objets de mode (chapeaux, bijoux, sacs, chaussures, flacons de parfums...). Au total, c'est plus de 70 années de création qui dialoguent également avec des tableaux, des meubles et des objets d'art. Ces œuvres soulignent et prolongent le regard de Christian Dior, homme de l'art et grand amoureux des musées, en explorant les liens qu'il a su tisser entre la couture et toutes les formes d'art, définissant l'empreinte de la Maison. »<sup>97</sup>



L'exposition bénéficie également d'un grand "buzz" sur les réseaux sociaux. 130 000 personnes suivent la page du musée des Arts décoratifs sur Facebook. Même posté 4 mois après l'ouverture de l'exposition sur la page officielle du musée, un message affiche 86 000 vues et 1 880 partages.

Sur son compte Twitter suivi par 55 000 abonnés, le musée des Arts décoratifs nous annonce que "la nef a été transformée en galerie des glaces."

<sup>94</sup> FREYSSELINARD, Isabelle, « 6 expos mode pour passer l'été avec style », *BeauxArts*, publié le 04/08/17 <https://www.beauxarts.com/lifestyle/6-expos-mode-pour-passer-lete-avec-style//>

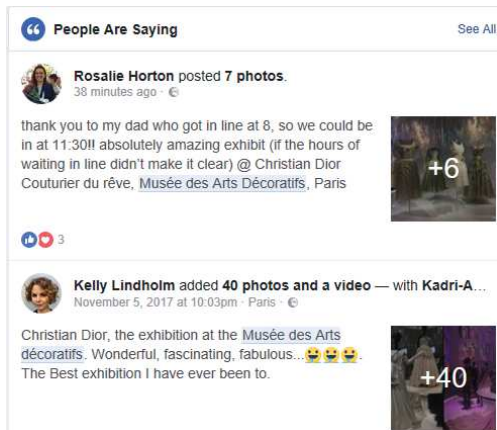
<sup>95</sup> PORRET, Karine, « Christian Dior aux Arts déco : dans les coulisses de l'expo monumentale », *L'Express*, publié le 04 juillet 2017, mis à jour le 27/12/17.

[https://www.lexpress.fr/styles/mode/dior-exposition-au-musee-des-arts-decoratifs-visite-guidee\\_1923221.html](https://www.lexpress.fr/styles/mode/dior-exposition-au-musee-des-arts-decoratifs-visite-guidee_1923221.html)

<sup>96</sup> FREYSSELINARD, Isabelle, « 6 expos mode pour passer l'été avec style », *BeauxArts*, publié le 04/08/17 <https://www.beauxarts.com/lifestyle/6-expos-mode-pour-passer-lete-avec-style//>

<sup>97</sup> ELLE La Rédaction, « Vous n'avez pas encore vu l'expo Christian Dior au Musée des Arts Décoratifs ? Nous vous offrons vos places ! », *Elle*, le 29/09/17.

[www.elle.fr/Loisirs/Sorties/Musees-Expos/Vous-n-avez-pas-encore-vu-l-expo-Christian-Dior-au-Musee-des-Arts-Decoratifs-Nous-vous-offrons-vos-places-3548663](http://www.elle.fr/Loisirs/Sorties/Musees-Expos/Vous-n-avez-pas-encore-vu-l-expo-Christian-Dior-au-Musee-des-Arts-Decoratifs-Nous-vous-offrons-vos-places-3548663)



Les réseaux sociaux permettent aussi de faire parler plus largement de l'exposition à l'étranger grâce aux touristes qui la visitent et partagent ensuite photos et commentaires élogieux comme : "Wonderful, fascinating, fabulous...The Best exhibition I have ever been to."

Et jusqu'aux derniers jours de l'exposition, les réseaux sociaux participent à un bouche à oreille grandissant. *Radio Classique* ou encore *Connaissance des Arts* n'hésitent pas à rappeler sur leurs pages qu'il ne reste plus quelques jours pour découvrir cette exposition "Coup de coeur".



Les entretiens menés avec les visiteurs de l'exposition montrent que la presse, la télévision et le bouche à oreille ont été les principales sources d'information aussi bien pour le public occasionnel que pour le public très assidu. Si l'exposition a bénéficié d'avis très élogieux dans l'ensemble des médias, les réseaux sociaux sont également cités.

Public occasionnel	
Femme, 28 ans, vendeuse, de Bruxelles	« J'en avais entendu parler par ma copine, qui a vu un reportage dessus à la télé c'était sur TF1 ou France 2, et ma sœur a vu un reportage dessus sur une chaîne marocaine. Et puis sur Facebook, les gens en parlaient. Sur twitter aussi. Les photos donnaient envie. Du coup elles ont décidé de m'inviter à l'expo pour mon anniversaire. On n'est jamais allées avant au musée des Arts décoratifs. On va rarement dans les musées et pas particulièrement voir des expositions de créateurs de mode, c'est plus les reportages qui ont donné envie. Il y a eu aussi un documentaire sur Christian Dior sur Arte, sur sa vie, sa carrière. »

Femme, 46 ans, cadre dans la santé, de Montreuil	« J'en ai entendu parler par la pub, par mon amie aussi qui est venue avec moi, et il y a eu beaucoup de bouche à oreille. Je vais rarement dans des musées, ça dépend de ce qu'il y a, où je suis, mais d'habitude c'est plutôt en vacances qu'on fait ça. »
<b>Public régulier</b>	
Femme, 70 ans, retraîtée (orthophoniste), de Paris	« Je suis passée à plusieurs reprises dans le quartier, et devant le musée il y avait toujours la queue, assez incroyable. Et puis dans les magazines il y avait des avis élogieux. Ma fille souhaitait aussi la voir, du coup je l'ai accompagnée. J'aime beaucoup le musée des Arts décoratifs, j'y ai déjà vu plusieurs expositions, sur les bijoux, la mode, j'avais trouvé très bien l'expo Fashion Forward il y a un peu plus d'un an. »
Homme, 32 ans, commercial en cosmétiques, de Paris	« Je suis venu avec ma copine, ça fait longtemps qu'elle en parlait, qu'elle voulait aller la voir, et ses collègues qui l'ont vue ont adoré, du coup je l'ai accompagnée. Sur internet aussi ils en avaient parlé et dans des magazines. »
<b>Public assidu</b>	
Femme, 38 ans, chef de groupe marketing, de Paris	« J'ai entendu parler de l'exposition via le bouche à oreille de mon entourage proche (famille, amis, collègues...) et de la presse, généraliste mais aussi dans les magazines mode et arts. »
Femme, 30 ans, chargée de ressources humaines, de St-Germain-en-Laye	« J'ai des amies qui avaient dit sur Facebook que c'était surtout à ne pas rater, et franchement je suis contente de les avoir écoutées ! En même temps dans les magazines féminins aussi ils la recommandaient vraiment, on en a parlé un peu partout. »
<b>Public très assidu</b>	
Femme, 65 ans, retraîtée (enseignante), de Paris	« J'en ai entendu parler dans Télématin et aussi je crois dans l'émission du soir avec Claire Chazal sur la 5. C'est une petite émission d'un quart d'heure et il y a un petit récapitulatif des choses à voir. Elle a été médiatisée mais pas surmédiatisée. »
Homme, 51 ans, juriste, de Toulouse	« Ça a été très médiatisé, mais pas non plus surmédiatisé car il y a déjà tellement de monde qu'ils n'ont pas besoin de ça. J'en ai entendu parler par les médias, par la presse, je lis un peu de tout et c'est vrai qu'on en a parlé un peu partout, c'est un phénomène. »

Les visiteurs n'ont toutefois pas l'impression d'avoir été touchés par une surmédiatisation mais plutôt que le bouche à oreille a grandi au fil du temps, la rendant incontournable, LE blockbuster mode de l'année.

Comme nous l'avons vu dans cette troisième partie, l'évaluation des expositions ne peut être abordée simplement en termes cognitifs au travers de connaissances factuelles. Les musées permettent aussi de sensibiliser les visiteurs, d'éveiller leur curiosité, sur un registre émotionnel au-delà de l'apprentissage. A ce titre, les visiteurs comme les institutions culturelles montrent un intérêt de plus en plus prononcé pour la scénographie qui contribue à enrichir le parcours de visite.

Si le risque peut être de reléguer au second plan le discours scientifique des commissaires d'exposition, nous nous apercevons ici au travers de nos entretiens avec les visiteurs que la scénographie est certes un élément central dans leur évaluation de l'exposition mais qu'elle vient surtout amplifier l'expérience de visite. Comme nous confiait l'un des visiteurs : « ça amplifie la qualité de l'exposition et la qualité des œuvres, ça les met encore plus en lumière ». Le risque qu'une exposition deviendrait par sa scénographie spectaculaire uniquement un moment de pur divertissement n'est pas confirmé ici. La scénographie peut aider les visiteurs à entrer en relation avec les œuvres plus facilement, en racontant un récit. Face au rejet de certains visiteurs vis à vis de médiations qui peuvent paraître trop scolaires, elle contribue à transmettre des connaissances de manière plus ludique, « sans en avoir l'air ».



## CONCLUSION

A travers ce mémoire de recherche, nous avons tenté de répondre à la problématique suivante : Grâce à quels dispositifs de médiation et de médiatisation, les expositions blockbusters peuvent-elles favoriser la cohabitation des publics occasionnels, réguliers et assidus des musées, mais aussi avec quelles limites face à la diversification des profils de visiteurs et à une expérience de visite influencée par la scénographie ?

Dans une première partie, nous avons porté une attention particulière à la compréhension de notre domaine de recherche, les expositions muséales dites « blockbusters ».

Notre première hypothèse postulait que face à une diversité de contraintes et de mutations, les expositions blockbusters très médiatisées permettraient aux musées de concilier mission culturelle et scientifique avec exigences de rentabilité et hausse de la fréquentation.

La réalité est certes complexe, mais au vu de nos recherches cette hypothèse se confirme. Face aux politiques culturelles prônant le renouvellement et la diversification des publics, les institutions muséales se doivent en effet d'accroître leur fréquentation. Les musées « super - stars » sont les plus concernés par l'organisation de ces grandes expositions autour d'artistes déjà maintes fois présentés, très médiatisés et plébiscités par un large public. Toutefois, comme nous l'avons vu, dédier des expositions à des artistes très connus n'exclut pas pour autant des partis pris audacieux des commissaires d'exposition permettant de satisfaire également les attentes des publics les plus assidus. En outre, la médiatisation autour de ces expositions permet de communiquer plus largement sur l'institution culturelle en mettant en avant les collections permanentes et les expositions - dossiers à venir pour un public plus averti.

Dans la seconde partie, nous avons mis au cœur de notre réflexion les publics des musées, afin de comprendre comment la cohabitation peut se faire entre des publics occasionnels, réguliers et assidus dans le cadre des expositions blockbusters. Nos enquêtes terrain ont mis en exergue des profils de visiteurs très variés, aussi bien dans leurs pratiques muséales, leurs sources d'information, leurs motifs de visite que leur besoin de médiation.

Notre deuxième hypothèse supposait que les musées parviendraient lors des expositions blockbusters à proposer un éventail de dispositifs de médiation avec différents niveaux de lecture pour répondre à la diversification des publics.

Comme le soulignait Joëlle Le Marec, « la médiation trouve son public. Dès qu'il y a une proposition elle est explorée ».<sup>98</sup> Notre étude d'un large éventail de dispositifs de médiation a permis de souligner la richesse des contenus proposés par les musées dans le cadre de ces expositions blockbusters, afin de permettre à tous d'engager une relation avec les œuvres. De plus, au travers de nos enquêtes terrain, les besoins des visiteurs en médiation sont apparus davantage liés aux motifs de visite qu'aux connaissances artistiques préalablement acquises.

Enfin, dans une société qui valorise de plus en plus l'événementiel, notre troisième hypothèse postulait que l'importance croissante accordée à la scénographie des expositions risquerait de reléguer au second plan le discours scientifique proposé par les musées et sa perception par les publics. Nos entretiens avec les visiteurs nous ont permis de montrer que la scénographie est certes un élément central dans leur évaluation de l'exposition, mais qu'elle n'est pas vécue comme un simple divertissement, elle vient surtout mettre en valeur les œuvres et amplifier l'expérience de visite. Elle a également le mérite de contribuer à transmettre certaines connaissances de manière plus ludique que des dispositifs traditionnels.

### **Un parcours de recherche plus complexe que prévu**

Étant donné la nature des expositions étudiées, notre parcours de recherche s'est avéré très riche, mais aussi plus complexe que prévu. Les expositions blockbusters affichent des records d'affluence, cela suppose donc de s'armer de patience et de détermination pour obtenir les billets d'entrée et s'inscrire à une visite guidée. Malgré des nocturnes mises en place, l'exposition Vermeer affichait ainsi sans cesse « complet » sur place et sur internet. Il a donc fallu être à l'affût du moindre créneau qui se libérait. Si la période estivale a permis d'éviter les foules au Grand Palais, l'exposition sur Christian Dior qui avait bénéficié d'une forte médiatisation en France et à l'étranger a nécessité plus de 3h de queue devant le musée des Arts décoratifs pour disposer du précieux sésame. Nous avons également évoqué dans notre recherche le succès des visites guidées. Afin de préserver la qualité de ces visites, les groupes sont limités à environ 25 personnes et donc très vite complets au vu de la fréquentation des expositions. La participation aux visites guidées pourtant affichées complètes a été possible grâce à la compréhension des équipes des musées, attentives à ce sujet de recherche et à la sélection de leurs expositions dans le corpus terrain.

---

<sup>98</sup> Extrait d'un entretien conduit avec Joëlle Le Marec le 19/04/17

Compte tenu des conditions difficiles de visite de l'exposition Vermeer (espace bondé, chaleur gênant le confort des visiteurs, queue devant chaque œuvre ne facilitant pas la contemplation), il a été décidé de ne pas interroger les personnes à la sortie de l'exposition, puisqu'elles ne semblaient pas dans des conditions propices à un échange. En revanche, les visiteurs des expositions Rodin et Christian Dior étaient bien plus disposés à consacrer du temps à une véritable discussion. Ceci s'est traduit par la richesse des verbatims recueillis quant à l'expérience de visite. Les visiteurs se sont d'ailleurs montrés beaucoup plus bavards que prévu, certains s'épanchant longuement sur leurs pratiques muséales. Le questionnaire préalablement établi et ses multiples relances ont donc été très utiles pour s'adapter à chaque personne interrogée, le déroulé variant davantage que ce qui avait été anticipé. Chaque visiteur a ainsi pu exprimer la singularité de son expérience de visite.

Les difficultés rencontrées n'ont donc pas été un frein mais ont nécessité d'apporter des ajustements à notre méthode de recherche.

### **Perspectives de recherche**

Ce travail de recherche a été conduit dans un cadre universitaire mais aussi dans une perspective professionnelle. Il nous a fait prendre conscience de la pluralité des expériences de visite. Il y aura toujours autant d'expériences culturelles que de personnes qui les vivent.

Afin d'approfondir notre travail, il serait intéressant d'élargir l'échantillon du nombre de visiteurs interrogés, tout en conservant des entretiens ouverts les invitant à s'exprimer librement, avec leurs propres mots et ressentis.

Nous pourrions aussi envisager des entretiens spécifiques portant sur chaque dispositif de médiation utilisé : visite guidée, audioguide, application à télécharger, conférence, rencontre... Ces entretiens permettraient de comprendre plus précisément l'usage qui en est fait : utilisation de ce seul dispositif ou en complément d'un autre support de médiation, motivations ayant conduit à ce choix, avantages et inconvénients éventuels, attentes...

Par ailleurs, la prise en compte d'expositions dédiées à la photographie ou à l'art contemporain pourrait également enrichir les enquêtes terrain. Leurs publics sont souvent considérés comme plus jeunes et plus masculins que ceux des expositions de peinture et sculpture.

### **Ouvertures professionnelles**

Les pratiques culturelles ont beaucoup évolué et les motifs de visite des expositions sont multiples. Proposer une expérience culturelle, c'est donc proposer une expérience globale qui

va au-delà de la simple présentation d'une œuvre. Certains craignent que le musée s'apparente alors peu à peu à un parc d'attractions, la logique du divertissement primant sur les autres motifs de visite. Gérard Selbach propose ainsi le terme d'*edutainment*, un mélange d'éducation et de divertissement : « Les musées vont in fine ne plus chercher à vendre leurs collections aux publics, mais à vendre des loisirs et du divertissement culturel. : le secteur de *l'edutainment* est né ».<sup>99</sup> Afin d'éviter cette « Disneylandisation », l'expérience de visite proposée par le musée doit rester en cohérence avec le discours scientifique de l'exposition ainsi qu'avec l'identité et le projet culturel du musée.

L'approche événementielle de la culture au sein des musées semble toutefois s'inscrire comme une tendance de fond. Désormais, des domaines réservés auparavant à quelques initiés, tels que la musique classique ou l'art contemporain, proposent des « Journées Portes Ouvertes », la « Nuit Blanche » ou encore la « Folle Journée ». Le succès de la « Nuit européenne des Musées » ne se dément d'ailleurs pas, et mai 2017 marquera sa treizième édition. En complétant les visites par des parcours interactifs, jeux, performances et ateliers, cet événement continue d'attirer de nouveaux publics, en particulier les familles et les jeunes. Les musées sont ainsi nombreux aujourd'hui à multiplier leurs offres pour diversifier leurs publics. Aux expositions s'ajoutent de multiples conférences, des colloques, des ateliers pour les jeunes et les familles, des cycles de projections, des concerts, du spectacle vivant et même des événements à la connotation festive revendiquée. Les soirées « Before » du musée du quai Branly en sont une illustration. Organisées de 19h à minuit autour des thématiques des expositions, elles convient les visiteurs à découvrir le musée autrement en mêlant visites, performances, workshops et DJ sets.

Autrefois voués à l'étude, à la contemplation et au recueillement, les musées se sont ouverts à tous les publics et sont devenus plus conviviaux et participatifs, capables sans cesse de se réinventer. Malgré ces profonds bouleversements, le musée reste un symbole fort de l'accession possible à la Culture. La mission de toute grande exposition, qu'elle soit blockbuster ou non, est peut-être alors comme l'expriment Olivier Gabet et Florence Müller : « Faire aimer, faire rêver, faire découvrir, apprendre et partager, émouvoir et bouleverser. »<sup>100</sup>

---

<sup>99</sup> SELBACH, Gérard, *Les musées d'art américains : une industrie culturelle*, L'Harmattan, 2000, p.241

<sup>100</sup> Catalogue de l'exposition « Christian Dior, couturier du rêve », GABET Olivier et MÜLLER Florence, Edition Les Arts Décoratifs, Paris, juin 2017

## **BIBLIOGRAPHIE THÉMATIQUE**

### **Mutations de l'institution muséale**

#### **Ouvrages**

COLBERT, François, *Le marketing des arts et de la culture*, Montréal, Chenelière éducation, 2014

GOB, André, *Le Musée, une institution dépassée ?*, Paris, Armand Colin, 2010

MAIRESSE, Françoise, *Le Musée, temple spectaculaire. Une histoire du projet muséal*, Lyon, Presses universitaires de Lyon, coll. « Muséologies », 2003

RASSE, Paul, *Les Musées à la lumière de l'espace public. Histoire, évolution, enjeux*, Paris, L'Harmattan, coll. « Logiques sociales », 1999

TOBELEM, Jean-Michel, *Le Nouvel âge des musées. Les institutions culturelles au défi de la gestion*, Paris, Armand Colin, 2010 (2<sup>e</sup> édition).

#### **Dossiers, études, rapports officiels et statistiques**

Colloque *Nouveaux musées, nouvelles ères urbaines, nouvelles mobilités touristiques*, 20 et 21 janvier 2011.

Disponible en ligne sur : [http://www.univ-paris1.fr/fileadmin/IREST/Colloques/Presentation\\_du\\_colloque\\_Musees\\_et\\_Tourisme.pdf](http://www.univ-paris1.fr/fileadmin/IREST/Colloques/Presentation_du_colloque_Musees_et_Tourisme.pdf)

Cour des Comptes, *Les Musées nationaux après une décennie de transformation. 2000-2010*, Paris, La Documentation française, 2011.

Disponible en ligne sur : <[http://www.ccomptes.fr/fr/CC/documents/RPT/Rapport\\_public\\_thematique\\_musees\\_nationaux\\_mars\\_2011.pd](http://www.ccomptes.fr/fr/CC/documents/RPT/Rapport_public_thematique_musees_nationaux_mars_2011.pd)>

Rapport de la mission Musées du XXI<sup>e</sup> siècle, sous la direction de Jacqueline EIDELMAN, Volume 1 Synthèse, février 2017.

Disponible en ligne sur : [http://www.culturecommunication.gouv.fr/var/culture/storage/pub/musees21\\_voll/index.htm](http://www.culturecommunication.gouv.fr/var/culture/storage/pub/musees21_voll/index.htm)

#### **Articles**

GOB André et MONTPETIT Raymond (dir.), « La (r)évolution des musées d'art », *Culture & Musées* n°16, 2010.

JACOBI, Daniel, « Les musées sont-ils condamnés à séduire toujours plus de visiteurs », *La lettre de l'OCIM* n°49, 1997, p. 9-10

QUIGNON, Catherine, « La fragile économie des musées », *Le Monde*, publié le 10/05/15  
Disponible en ligne sur : [http://www.lemonde.fr/economie/article/2015/05/10/la-fragile-economie-des-musees\\_4630817\\_3234.html](http://www.lemonde.fr/economie/article/2015/05/10/la-fragile-economie-des-musees_4630817_3234.html)

WARLIN, Ariane, « Musées nationaux : Modèle économique », *Le nouvel Économiste*, publié le 29/06/11.  
Disponible en ligne sur : <http://www.lenouveleconomiste.fr/lesdossiers/musees-nationaux-modele-economique-10725/>

## **La ville festive et événementielle**

### **Articles**

CHAUDOIR, Philippe, « La ville événementielle : temps de l'éphémère et espace festif » *Géocarrefour*, Vol. 82/3 3007, publié le 26/03/08.  
Disponible en ligne sur : <http://geocarrefour.revues.org/2301>

GRAVARI-BARBAS, Maria, « La ville festive ou construire la ville contemporaine par l'événement », *Bulletin de l'Association de géographes français*, 2009, 86-3, pp 279-290.  
Disponible en ligne sur : [https://www.persee.fr/doc/bagf\\_0004-5322\\_2009\\_num\\_86\\_3\\_2673](https://www.persee.fr/doc/bagf_0004-5322_2009_num_86_3_2673)

SPIELMAN Guy, « *L'événement - spectacle* », 2013, 92, pp. 193-204.  
Disponible en ligne sur : [https://www.persee.fr/doc/comm\\_05888018\\_2013\\_num\\_92\\_1\\_2703](https://www.persee.fr/doc/comm_05888018_2013_num_92_1_2703)

## **Les publics de la culture**

### **Ouvrages**

BOURDIEU Pierre, DARBEL Alain, *L'Amour de l'art. Les musées d'art européens et leur public*, Paris, Minuit, 1969

CORDIER J.-P., SERRE S. « Interactions familiales au musée : approches sociologiques et psychocognitives », dans J. Eidelman, M. Van Praët, *La muséologie des sciences et ses publics*, Paris, Presses Universitaires de France, 2000, p. 259-279.

DONNAT, Olivier, *Les Pratiques culturelles des Français à l'ère numérique. Enquête 2008*, Paris, La Découverte, Ministère de la Culture et de la Communication, 2009

DONNAT Olivier, TOLILA Paul, *Le(s) public(s) de la culture*, Paris, Presses de Sciences Po (P.F.N.S.P.), « Académique », 2003

EIDELMAN, Jacqueline, *La place des publics. De l'usage des études et recherches par les musées*, Paris, La Documentation française, 2008

ESQUENAZI, Jean-Pierre, *Sociologie des publics*, Paris, Repères, 2009

FLEURY, Laurent, *Sociologie de la culture et des pratiques culturelles*, Paris, Armand Colin, 2016 (3<sup>e</sup> édition)

IDEMA, Johan, *Comment visiter un musée et aimer ça*, Paris, Eyrolles, 2015

LE MAREC, Joëlle, *Publics et musées. La Confiance éprouvée*, Paris, L'Harmattan, 2007

## Dossiers, études, rapports officiels et statistiques

Centre d'observation de la société, *Monuments et musées : une fréquentation qui diminue*, publié le 22/11/16.

Disponible sur : [www.observationsociete.fr/categories-sociales/conditions-de-vie/qui-visite-les-musees.html](http://www.observationsociete.fr/categories-sociales/conditions-de-vie/qui-visite-les-musees.html)

EIDELMAN Jacqueline et JONCHERY Anne, *À l'écoute des visiteurs – 2010*.

Rapport de l'enquête dans les musées nationaux, Département de la Politique des publics, Direction générale des Patrimoines, Ministère de la Culture et de la Communication, 2011.

EIDELMAN Jacqueline, JONCHERY Anne et ZIZI Lucile, *Musées et publics : bilan d'une décennie (2002-2011)*, juin 2012

Disponible en ligne sur : <http://www.culturecommunication.gouv.fr/content/download/48349/380590/file/PublicsdesMusées10ans>

## Articles

Chiffres clés statistiques de la culture, 2009, La Documentation française

DONNAT, Olivier (dir.), « Les publics in situ et en ligne », *Revue Culture & Recherche*, N° 134, hiver 2016-2017

EIDELMAN, Jacqueline, « Du non public des musées aux publics de la gratuité », *Loisir & Société*, vol. 32, n° 1, 2010, p. 173-200.

LECLERC, Cyril, « Une expérience ou rien ? Qu'est-ce qui motive les publics culturels ? », *Culturecom*, publié le 23/11/15

Disponible en ligne sur : <https://culture-communication.fr/fr/une-experience-ou-rien-quest-ce-qui-motive-les-publics-culturels/>

MILLOT Charlotte, MÜLLER Jörg, LALLEMENT Emmanuelle, RENZI Caterina, DEZELLUS Joséphine, « Les visites patrimoniales progressent encore chez les Français, signe d'un attachement fort et durable », CREDOC, N°23, avril 2017.

Disponible en ligne sur : [http://www.credoc.fr/pdf/Sou/Note\\_de\\_synthese\\_N23\\_Visites\\_Patrimoniales\\_Avril\\_%202017.pdf](http://www.credoc.fr/pdf/Sou/Note_de_synthese_N23_Visites_Patrimoniales_Avril_%202017.pdf)

POIRRIER, Philippe (dir.), *Politiques et pratiques de la culture*, La documentation française, 2010

RAINGEARD, Jean-Michel, « Publics et musées : de nouveaux rapports culturels ? », *L'Ami de Musée*, Dossier Les musées et leurs publics, N°40, Printemps 2014

TOBELEM, Jean-Michel (dir.), « Marketing et musées », *Publics & Musées*, n°11-12, 1997.

## La médiation culturelle

### Ouvrages

ABOUDRAR, Bruno-Nassim, *Nous n'irons plus au musée*, Paris, Aubier, 2000

CAILLET, Elisabeth, *A l'approche du musée, la médiation culturelle*, Lyon, Presses Universitaires de Lyon, 1995

CAUNE, Jean, *La Démocratisation culturelle, une médiation à bout de souffle*, Grenoble, PUG, 2014.

CHAUMIER, Serge, MAIRESSE, Françoise, *La médiation culturelle*, Paris, Armand Colin, « U », 2013

GELLEREAU, Michèle, *Les mises en scène de la visite guidée*, Communication et médiation, Paris, L'Harmattan, 2005

MAIRESSE, Françoise, *Le Musée hybride*, Paris, La Documentation française, 2010

POLI, Marie-Sylvie, *Le Texte au musée. Une approche sémiotique*, Paris, L'Harmattan, 2002

### **Article**

DAVALLON, Jean, « Le musée est-il vraiment un média ? », *Publics & musées*, 1992, n°2, p. 99-124

## **Les écritures et l'évaluation de l'exposition**

### **Ouvrages**

DAVALLON, Jean, *L'Exposition à l'œuvre. Stratégie de communication et médiation symbolique*, Paris, L'Harmattan, coll. « Communication », 1999

DAVALLON, Jean (dir.), *Claquemurer, pour ainsi dire, tout l'univers. La mise en exposition*, Paris, Centre de Création industrielle, Centre Georges-Pompidou, 1986

GLICENSTEIN, Jérôme, *L'art, une histoire d'exposition*, Paris, Presses Universitaires de France, 2010

### **Étude**

VAUCLARE Claude, « Les événements culturels : essai de typologie », *Culture études*, 3/2009 (n°3), p. 1-8, mars 2009.

Disponible en ligne sur : <http://www.cairn.info/revue-culture-etudes-2009-3-page-1.htm>

### **Articles**

BOURROUX, Lucille, SCHNEIDER Mathilde « Création d'un nouveau protocole d'évaluation des expositions », *La Lettre de l'OCIM*, 130, 2010

Disponible en ligne sur : <http://ocim.revues.org/136> ; DOI : 10.4000/ocim.136

DAVALLON, Jean, « Pourquoi considérer l'exposition comme un média ? », *MédiaMorphoses*, n°9, 2003.

Disponible en ligne sur : <http://documents.irevues.inist.fr/handle/2042/23275>

DROUGUET, Noémie, GOB André, « La conception d'une exposition : du schéma programmatique à sa mise en espace », *Culture & Musées*, n°2, 2003, pp. 147-157



JACOBI, Daniel, « Exposition temporaire et accélération : la fin d'un paradigme ? », *La Lettre de l'OCIM*, 150, 2013.

Disponible en ligne sur : <http://ocim.revues.org/1295> ; DOI : 10.4000/ocim.1295

## **La médiatisation**

### **Ouvrages**

RIEFFEL, Rémy, *Sociologie des médias*, Editions Ellipses, 4ème édition, 2015

SACRISTE, Valérie, *Communication et médias, Sociologie de l'espace médiatique*, Editions Foucher, 2007

## **Les Expositions blockbusters**

### **Articles**

AFP, « Les musées de France font le plein malgré la crise économique », *France 24*, publié le 29/12/11.

Disponible en ligne sur : <http://www.france24.com/fr/20111229-musees-francais-devraient-enregistrer-une-hausse-frequentation-2011>

BELLET, Harry, « Les œuvres érotiques, blockbusters des musées parisiens », *Le Monde*, publié le 02/10/15.

Disponible en ligne sur : [http://www.lemonde.fr/arts/article/2015/10/02/les-uvres-erotiques-blockbusters-des-musees-parisiens\\_4780873\\_1655012.html](http://www.lemonde.fr/arts/article/2015/10/02/les-uvres-erotiques-blockbusters-des-musees-parisiens_4780873_1655012.html)

BOËDA, Marie, « Popularité d'événements culturels : comment expliquer leur succès », *TouteLaCulture*, publié le 08/06/13.

Disponible en ligne sur : <http://toutelaculture.com/arts/popularite-devenements-culturels-comment-expliquer-leur-succes/>

CACHON, Sophie, « Picasso, Hopper, Manet... Quel est le secret des expos événements ? », *Télérama*, publié le 16/03/13.

Disponible en ligne sur : <http://www.telerama.fr/scenes/picasso-hopper-manet-quel-est-le-secret-des-expos-evenements,94691.php>

DUMONT, Jean-Guillaume, « Musées et sociétés - Vie et mort des blockbusters », *Le Devoir*, publié le 18/09/04.

Disponible en ligne sur : <http://www.ledevoir.com/societe/actualites-en-societe/63921/musees-et-societes-vie-et-mort-des-blockbusters>

DUPÉRIER, Zoélie, « Art : problématique des expositions blockbuster », *FastNCurious*, publié le 25/03/14.

Disponible en ligne sur : <http://fastncurious.fr/asymetrie/exposition.html/>

FRANCK-DUMAS Elisabeth et GALLOT Clémentine, « Musées, appâts de géants », *Next Liberation*, publié le 11/10/15.

Disponible en ligne sur : [http://next.liberation.fr/arts/2015/10/11/musees-appats-de-geants\\_1401891](http://next.liberation.fr/arts/2015/10/11/musees-appats-de-geants_1401891)

GIGNOUX, Sabine, « La dérive des expositions – spectacles », *La Croix*, publié le 30/09/12.  
Disponible en ligne sur : [https://www.la-croix.com/Culture/Expositions/La-dérive-des-expositions-spectacles-EP\\_-2012-09-30-859356](https://www.la-croix.com/Culture/Expositions/La-dérive-des-expositions-spectacles-EP_-2012-09-30-859356)

JACOBI, Daniel, « Les musées sont-ils condamnés à séduire toujours plus de visiteurs », *La Lettre de l'OCIM*, n°49, p 9-10, 1997

GUILLOT, Antoine, « Les grands musées peuvent-ils se passer des expositions blockbuster ? », *France Culture*, publié le 07/03/12.  
Disponible en ligne sur : <https://www.franceculture.fr/emissions/revue-de-presse-culturelle-dantoine-guillot/les-grands-musees-peuvent-ils-se-passer-des>

HERMES La Revue, « Succès universel de l'institution muséale et des grandes expositions blockbuster », n° 61, p. 64-65, mars 2011

HERMES La Revue, « Les musées. Trois questions », n° 61, p. 195-199, mars 2011

LE PARISIEN, « Les recettes de la conquête », publié le 29/12/12.  
Disponible en ligne sur : <http://www.leparisien.fr/espace-premium/culture-loisirs/les-recettes-de-la-conquete-29-12-2012-2440769.php>

ROBERT, Martine, « Ce que cachent les expos à succès des musées », *Les Échos*, publié le 14/06/13.  
Disponible en ligne sur : [https://www.lesechos.fr/14/06/2013/LesEchos/21457-044-ECH\\_ce-que-cachent-les-expos-a-succes-des-musees.htm](https://www.lesechos.fr/14/06/2013/LesEchos/21457-044-ECH_ce-que-cachent-les-expos-a-succes-des-musees.htm)

SAMANA, Laurent-David, « Les expos XXL vont-elles sauver les musées », *L'Officiel*, publié 27/02/17.  
Disponible en ligne sur : <https://www.lofficiel.com/pop-culture/les-expos-xxl-vont-elles-sauver-les-musees>

SOCIETES & REPRESENTATIONS « Le spectaculaire à l'œuvre », 2011/1 (n° 31).

TOBELEM, Jean-Michel, « Quelle est la recette des expositions qui drainent les foules ? », *Atlantico*, publié le 05/02/13  
Disponible en ligne sur : <http://www.atlantico.fr/decryptage/quelle-est-recette-expositions-qui-drainent-foules-jean-michel-tobelem-628740.html>

VAN REETH, Louise, « Expositions blockbuster et nombrisme », *ARTENEWS*, publié le 17/02/14.  
Disponible en ligne sur : <http://www.giottoagency.be/artenewsonline/?p=353>

## **Les expositions de créateurs de mode**

### **Articles**

AFP, « La mode, star des musées », *Fashion United*, publié le 01/04/15.  
Disponible en ligne sur : <https://fashionunited.fr/actualite/mode/la-mode-star-des-musees/201504019245>

DE MONTMORIN, Gabrielle, « La mode investit les musées », *Madame Le Figaro*, publié le 13/02/17.  
Disponible en ligne sur : <http://madame.lefigaro.fr/style/la-mode-investit-les-musees-030217-129520>

DE SMET, Séverine, « La mode a investi les musées », *Nouvel Obs*, publié le 15/05/12.  
Disponible en ligne sur : <https://o.nouvelobs.com/mode/20120504.OBS4691/la-mode-a-investi-les-musees.html>

DORMOY Géraldine et CORVIOLE Marine, « Dalida, Balenciaga, Marilyn, Dior... L'agenda des expos mode à voir en 2017 », *L'Express*, publié le 20/01/17, mis à jour le 25/04/17.  
Disponible en ligne sur : [https://www.lexpress.fr/styles/mode/expo-mode\\_1870807.html](https://www.lexpress.fr/styles/mode/expo-mode_1870807.html)

GARRIGUES, Manon, « Quelles sont les expositions mode les plus attendues de 2018 ? », *Vogue*, publié le 29/12/17  
Disponible en ligne sur : [www.vogue.fr/culture/a-voir/story/les-expositions-mode-les-plus-attendues-en-2018/697#heavenly-bodies-fashion-and-the-catholic-imagination-au-met-1](http://www.vogue.fr/culture/a-voir/story/les-expositions-mode-les-plus-attendues-en-2018/697#heavenly-bodies-fashion-and-the-catholic-imagination-au-met-1)

HENDRIKSZ, Vivian, « Les 12 expositions mode à ne pas manquer de 2018 », *Fashion United*, publié le 21/12/17.  
Disponible en ligne sur : <https://fashionunited.fr/actualite/culturelle/les-12-expositions-mode-a-ne-pas-manquer-de-2018/2017122114297>

JEAMMET, Corinne, « Au cœur des ateliers des métiers d'art, un savoir-faire, précieux, en images », *Culturebox*, publié le 12/07/13, mis à jour le 06/12/16  
Disponible en ligne sur : <https://culturebox.francetvinfo.fr/mode/style-et-defiles/fashion-week/haute-couture-automne-hiver-2013-2014/au-coeur-des-ateliers-des-metiers-d-art-un-savoir-faire-precieux-en-images-139285>

## **Exposition Vermeer et les maîtres de la peinture de genre au Louvre**

### **Dossier**

Dossier de presse, exposition « Vermeer et les maîtres de la peinture de genre », Louvre, 2017

### **Articles et vidéos**

BÉTARD Daphné, FÉMELAT Armelle, FLOUQUET Sophie, LEQUEUX Emmanuelle et NATAF Natacha, « Les 60 meilleures expositions à voir en 2017 », *BeauxArts*, janvier 2017

BOMMELAER, Claire, « Exposition Vermeer: le Louvre ouvre plus grand les portes », *Le Figaro*, publié le 28/02/17, mis à jour le 01/03/17.

Disponible en ligne sur : <http://www.lefigaro.fr/culture/2017/02/28/03004-20170228ARTFIG00097-expo-vermeer-le-louvre-ouvre-plus-grand-les-portes.php>

BOMMELAER, Claire, « Au Louvre, Vermeer victime de son succès », *Le Figaro*, publié le 24/02/17.

Disponible en ligne sur : <http://www.lefigaro.fr/culture/2017/02/24/03004-20170224ARTFIG00240-au-louvre-vermeer-victime-de-son-succes.php>

FRANCE CULTURE, « "Vermeer et les maîtres de la peinture de genre" au Louvre : l'expo qui veut changer le regard sur le génie hollandais », publié le 20/02/17

Disponible en ligne sur : <https://www.franceculture.fr/emissions/le-journal-de-la-culture/vermeer-et-les-maitres-de-la-peinture-de-genre-au-louvre-lexpohttps://www.franceculture.fr/personne-blaise-ducos.html>

PRESSE LOUVRE, « Dix nocturnes pour les derniers jours des expositions *Vermeer et les maîtres de la peinture de genre* et *Valentin de Boulogne. Réinventer Caravage* », publié le 28/04/17.

Disponible en ligne sur : <http://presse.louvre.fr/dix-nocturnes-pour-les-derniers-jours-des-expositions-vermeer-et-les-maitres-de-la-peinture-de-genre-et-valentin-de-boulogne-reinventer-caravage-22-fe/>

YOUNÈS, Monique, « Vermeer au musée du Louvre : une exposition sublime, "une révélation" », *RTL*, interview audio publiée le 20/02/17

Disponible en ligne sur : <http://www.rtl.fr/culture/arts-spectacles/vermeer-au-musee-du-louvre-une-exposition-sublime-une-revelation-7787329710>, publié le 20/02/17

## **Exposition Rodin, l'exposition du centenaire au Grand Palais**

### **Dossiers, rapports et conférences**

Album de l'exposition, « Rodin. L'album du centenaire », 2017

Catalogue de l'exposition, « Rodin. Le livre du centenaire », 2017

CHEVILLOT, Catherine, Conférence inaugurale « Rodin, l'exposition du centenaire », le 31/03/17.

Disponible en ligne sur : <https://soundcloud.com/rmngrandpalais/conference-par-catherine-chevillot-commissaire-de-lexposition-31-mars-2017>

Dossier de presse, exposition « Rodin, L'exposition du centenaire », Rmn-Grand Palais, 2017

Rapport d'activité, Rmn-Grand Palais, 2016

### **Articles et vidéos**

BENITAH Sacha et BAVELIER Ariane, « Visite guidée de l'exposition Rodin au Grand Palais à Paris », *Le Figaro*, vidéo publiée le 28/03/2017.

Disponible en ligne sur : <http://www.lefigaro.fr/arts-expositions/2017/03/28/03015-20170328ARTFIG00114-visite-guidee-en-direct-de-l-exposition-rodin-au-grand-palais-a-paris.php>

BÉTARD, Daphné, « Rodin, un centenaire très contemporain », *BeauxArts*, avril 2017

BÉTARD Daphné, FÉMELAT Armelle, FLOUQUET Sophie, LEQUEUX Emmanuelle et NATAF Natacha, « Les 60 meilleures expositions à voir en 2017 », *BeauxArts*, janvier 2017

COIGNARD, Jérôme, « La vague Rodin et Claudel », *Connaissance des Arts*, mai 2017

FER, Anne-Frédérique, « Interview de Hélène Marraud, attachée de conservation, chargée des sculptures au musée Rodin et co-commissaire de l'exposition », *FranceFineArt*, vidéo publiée le 17/03/17.

Disponible en ligne sur : <http://www.francefineart.com/index.php/agenda/14-agenda/agenda-news/2377-2110-grand-palais-rodin>

GATIGNOL, Stéphanie, « Catherine Chevillot "Rodin n'est pas un sculpteur du passé" », *Pleine Vie*, publié le 23/03/17.

Disponible en ligne sur : <https://www.pleinevie.fr/video/catherine-chevillot-rodin-n-est-pas-un-sculpteur-du-passe-17898>

## **Exposition Christian Dior, couturier du rêve au musée des Arts décoratifs**

### **Ouvrage**

POCHNA Marie-France, *Dior, Collection Mémoire de la mode*, Paris, Editions Assouline, 1<sup>ère</sup> édition, 1996

### **Dossiers**

CONNAISSANCE DES ARTS, Hors-série, exposition *Christian Dior, couturier du rêve*, 2017

Dossier de presse de l'exposition *Christian Dior, couturier du rêve*, musée des Arts décoratifs, 2017

GABET Olivier et MÜLLER Florence, Catalogue de l'exposition *Christian Dior, couturier du rêve*, Édition Les Arts Décoratifs, Paris, juin 2017

### **Articles et vidéos**

ARMSTRONG, Lisa, « Why 'Dior, Couturier des Reves' is this year's must-see fashion exhibition », *The Telegraph*, publié 08/07/17.

Disponible en ligne sur : [www.telegraph.co.uk/fashion/style/dior-couturier-des-reves-years-must-see-fashion-exhibition/](http://www.telegraph.co.uk/fashion/style/dior-couturier-des-reves-years-must-see-fashion-exhibition/)

BEAUTYLICIEUSE, « Christian Dior, Couturier du rêve – L'expo à voir absolument ! », publié 09/07/17.

Disponible en ligne sur : [www.beautylicieuse.com/christian-dior-couturier-du-reve-lexpo-a-voir-absolument/](http://www.beautylicieuse.com/christian-dior-couturier-du-reve-lexpo-a-voir-absolument/)

CULTUREBOX (avec AFP), « Derniers jours pour l'exposition *Christian Dior, couturier du rêve* au MAD », publié le 19/12/17, mis à jour le 03/01/18.

Disponible en ligne sur : <https://culturebox.francetvinfo.fr/mode/les-arts-deco-face-a-son-succes-l-expo-christian-dior-ouvrira-aussi-le-soir-267101>

ELLE La Rédaction, « Vous n'avez pas encore vu l'expo Christian Dior au Musée des Arts Décoratifs ? Nous vous offrons vos places ! », *Elle*, publié le 29/09/17.

Disponible en ligne sur : [www.elle.fr/Loisirs/Sorties/Musees-Expos/Vous-n-avez-pas-encore-vu-l-expo-Christian-Dior-au-Musee-des-Arts-Decoratifs-Nous-vous-offrons-vos-places-3548663](http://www.elle.fr/Loisirs/Sorties/Musees-Expos/Vous-n-avez-pas-encore-vu-l-expo-Christian-Dior-au-Musee-des-Arts-Decoratifs-Nous-vous-offrons-vos-places-3548663)

FREYSSSELINARD, Isabelle, « 6 expos mode pour passer l'été avec style », *BeauxArts*, publié le 04/08/17

Disponible en ligne sur : <https://www.beauxarts.com/lifestyle/6-expos-mode-pour-passer-lete-avec-style/>

GARRIGUES, Manon, « Dior célèbre ses 70 ans au Musée des Arts Décoratifs », *Vogue*, publié le 04/07/17.

Disponible en ligne sur : [www.vogue.fr/culture/a-voir/diaporama/exposition-christian-dior-arts-decoratifs-paris-70-ans/42710](http://www.vogue.fr/culture/a-voir/diaporama/exposition-christian-dior-arts-decoratifs-paris-70-ans/42710)

GEOFFROY-SCHNEITE, Bérénice, « Le magicien Dior au musée des Arts Décoratifs », *Connaissance des Arts*, publié le 05/07/17.

Disponible en ligne sur : <https://www.connaissancedesarts.com/design-et-decoration/le-magicien-dior-au-musee-des-arts-decoratifs-1171816/>

GUILLAUME, Hélène, « Dior, de l'art à la couture : 70 ans de création aux Arts décoratifs », *Madame Le Figaro*, publié le 04/07/17.

Disponible en ligne sur : <https://madame.lefigaro.fr/style/dior-de-lart-a-la-couture-70-ans-de-creation-aux-arts-decoratifs-040717-133115>

MARRIOTT, Hannah, « Major Paris exhibition celebrates 70 years of Dior fashions », *The Guardian*, publié 03/07/17.

Disponible en ligne sur : <https://www.theguardian.com/fashion/2017/jul/03/major-paris-exhibition-celebrates-70-years-of-dior-fashions/>

PHILIPPE, Bénédicte, « Christian Dior, couturier du rêve », *Télérama*, publié le 02/01/18.

Disponible en ligne sur : <http://sortir.telerama.fr/evenements/expos/christian-dior,-couturier-du-reve,n4858614.php>

PORRET, Karine, « Christian Dior aux Arts déco : dans les coulisses de l'expo monumentale », *L'Express*, publié le 04 juillet 2017, mis à jour le 27/12/17.

Disponible en ligne sur : [https://www.lexpress.fr/styles/mode/dior-exposition-au-musee-des-arts-decoratifs-visite-guidee\\_1923221.html](https://www.lexpress.fr/styles/mode/dior-exposition-au-musee-des-arts-decoratifs-visite-guidee_1923221.html)

VICQ, Céline, « A la découverte de Christian Dior, couturier du rêve », *L'Homme Nouveau*, publié le 15/09/17.

Disponible en ligne sur : [www.hommenouveau.fr/2270/culture/a-la-decouverte-de-christian-dior--couturier-du-reve.htm](http://www.hommenouveau.fr/2270/culture/a-la-decouverte-de-christian-dior--couturier-du-reve.htm)

## ANNEXES

**Annexe 1 :** « Les trois âges des musées » selon Jean-Michel Tobelem

**Annexe 2 :** Fréquentation des grandes expositions en France : le Louvre, le Grand Palais, le Centre Georges Pompidou et le musée d'Orsay, quatre lieux emblématiques.

**Annexe 3 :** Visuels de scénographies immersives de musées / expositions stimulant les sens (la vue, l'ouïe, l'odorat)

**Annexe 4 :** Visuels des douze œuvres de Vermeer présentées dans le cadre de l'exposition *Vermeer et les maîtres de la peinture de genre*

**Annexe 5 :** Interviews de Blaise Ducos, commissaire de l'exposition *Vermeer et les maîtres de la peinture de genre* sur France Culture et RTL

**Annexe 6 :** Echantillon de retombées dans les médias sur l'exposition *Vermeer et les maîtres de la peinture de genre*

**Annexe 7 :** Mise en avant de l'exposition *Vermeer et les maîtres de la peinture de genre* et de la programmation culturelle autour de l'exposition sur le site internet du Louvre

**Annexe 8 :** Extrait du communiqué de presse de l'exposition *Rodin, l'exposition du centenaire*

**Annexe 9 :** Interview de Catherine Chevillot, directrice du musée Rodin et co-commissaire de *Rodin, l'exposition du centenaire*, pour le site [pleinevie.fr](http://pleinevie.fr)

**Annexe 10 :** Dépliant de l'exposition *Rodin, l'exposition du centenaire*

**Annexe 11 :** Plan de l'exposition *Rodin, l'exposition du centenaire*

**Annexe 12 :** Echantillon de retombées dans les médias sur l'exposition *Rodin, l'exposition du centenaire*

**Annexe 13 :** Différents niveaux de lecture proposés sur des dispositifs de médiation autour des œuvres *La Laitière*, *Le Penseur* et *Balzac*

**Annexe 14 :** Extraits de la brochure du Grand Palais « L'offre de médiation. Printemps 2017. »

**Annexe 15 :** Mise en avant de *Rodin, l'exposition du centenaire* et de la programmation culturelle autour de l'exposition sur le site internet du Grand Palais

**Annexe 16 :** Dépliant de l'exposition *Christian Dior, couturier du rêve*

**Annexe 17 :** Visuels de la scénographie de l'exposition *Christian Dior, couturier du rêve*

**Annexe 18 :** Large échantillon d'avis de visiteurs laissés sur le livre d'or de l'exposition *Christian Dior, couturier du rêve*

**Annexe 19 :** Echantillon de retombées dans les médias sur l'exposition *Christian Dior, couturier du rêve*

**Annexe 20 :** Guide d'entretien avec les visiteurs de l'exposition *Rodin, l'exposition du centenaire*

**Annexe 21 :** Comptes-rendus thématiques des entretiens avec les visiteurs de l'exposition *Rodin, l'exposition du centenaire*

**Annexe 22 :** Guide d'entretien avec les visiteurs de l'exposition *Christian Dior, couturier du rêve*

**Annexe 23 :** Comptes-rendus des entretiens avec les visiteurs de l'exposition *Christian Dior, couturier du rêve*

**Annexe 24 :** Compte-rendu de la conférence « Les stratégies de l'exposition blockbuster » réunissant Josy Torlet (Directrice des Publics de Paris Musées), Aude Viart (Directrice du musée de Montmartre) et Joachim Monégier du Sorbier (Directeur des Publics de la Fondation Vuitton)

**Annexe 25 :** Entretien avec Joëlle Le Marec

**Annexe 26 :** Guide d'entretien avec Vincent Poussou, Directeur des Publics et du Numérique à la Réunion des musées nationaux - Grand Palais et Agathe Grandval, Responsable des Études

**Annexe 27 :** Entretien avec Vincent Poussou, Directeur des Publics et du Numérique à la réunion des musées nationaux - Grand Palais et Agathe Grandval, Responsable des Études



## Annexe 1 : « Les trois âges des musées » selon Jean-Michel Tobelem

	Le temps des « propriétaires »	Le temps des « managers »	Le temps des « actionnaires »
<b>Période</b>	Avant 1950	Entre 1950 et 1990-2000	Depuis 1990-2000
<b>Financement des musées</b>	Collectivités publiques et mécénat des grandes familles	Accroissement du financement public	Développement des ressources propres et des financements privés
<b>Direction</b>	Conservateur, voire responsable bénévole (artiste, érudit...)	Directeur ayant bénéficié d'une formation spécialisée, entouré de professionnels	Directeur doté de compétences gestionnaires et/ou assisté par un ou plusieurs administrateur(s)
<b>Responsabilité</b>	Devant les tutelles publiques ou un conseil d'administration restreint	Devant des responsables culturels ou un conseil d'administration élargi	Devant un ensemble de tutelles, de partenaires, de donateurs, de bénévoles et d'amis, et l'opinion publique*
<b>Caractéristiques organisationnelles</b>	Importance des « amateurs » et des bénévoles	Professionnalisation, spécialisation, et diversification des personnels de musée	Autonomisation, et diversification des financements, influence du marché
<b>Visiteurs</b>	Publics spécialisés en nombre limité	Développement de la fréquentation et apparition de nouveaux publics moins « familiers des musées »	Segmentation des politiques de publics et développement des stratégies touristiques
<b>Pratiques culturelles</b>	Développement des pratiques culturelles	Massification des pratiques culturelles	Individualisation des pratiques culturelles
<b>Financement public de la culture</b>	Faiblesse du financement public de la culture	Montée en puissance du ministère de la Culture et des collectivités locales	Décentralisation et déconcentration culturelles
<b>Environnement économique</b>	Intervention limitée de l'État dans l'économie	État-providence, « Trente Glorieuses », modernisation	Doctrines libérales, économie numérique et de réseaux, partenariats public-privé

\*Cf. souscriptions publiques, biens spoliés, restitutions à des groupes ethniques, etc.

Source : TOBELEM, Jean-Michel, Le Nouvel âge des musées. Les institutions culturelles au défi de la gestion, Paris, Armand Colin, 2010 (2<sup>ème</sup> édition)

**Annexe 2 : Fréquentation des grandes expositions en France : le Louvre, le Grand Palais, le Centre Georges-Pompidou et le musée d'Orsay, quatre lieux emblématiques.**

**Fréquentation des expositions temporaires en France de 2006 à 2010 :**

<b>Expositions à Paris et en région</b>	<b>Année</b>	<b>Fréquentation</b>	<b>Musée</b>
Monet	2010	913 064	Grand Palais
Elles@centrepompidou	2009	870 813	Centre Georges-Pompidou
Le Mouvement des images	2006	843 262	Centre Georges-Pompidou
Trésors engloutis d'Égypte	2007	730 000	Grand Palais
Picasso et les maîtres	2009	783 752	Grand Palais
Kandinsky	2009	703 000	Centre Georges-Pompidou
Souloges	2009	502 026	Centre Georges-Pompidou
Le Grand monde d'Andy Warhol	2009	494 821	Grand Palais
Courbet	2007	480 000	Grand Palais
Calder	2009	473 800	Centre Georges-Pompidou
Turner	2010	455 322	Grand Palais
Picasso-Manet	2008	450 521	Musée d'Orsay
Renoir au xx <sup>e</sup> siècle	2009	428 820	Grand Palais
Giacometti	2007	423 000	Centre Georges-Pompidou
Yves Klein	2007	375 000	Centre Georges-Pompidou
Titien, Tintoret, Véronèse	2009	410 000	Louvre
Marie Antoinette	2008	333 000	Grand Palais
Le Mystère et l'Éclat	2009	332 872	Musée d'Orsay
Mantegna	2008	311 000	Louvre
Babylone	2008	287 000	Louvre
Fastes de Cour	2009	265 708	Musée national du Moyen Âge (Musée Cluny)
Le Futurisme à Paris	2008	250 000	Centre Georges-Pompidou
Cézanne en Provence	2006	440 308	Musée Granet – Aix-en-Provence
Rubens	2004	313 424	Palais des Beaux-arts – Lille
Monet, Pissaro et Gauguin à Rouen	2010	238 395	Musée des Beaux-arts – Rouen

Source : Département de la Politique des publics, Direction générale des Patrimoines, ministère de la Culture et de la Communication.

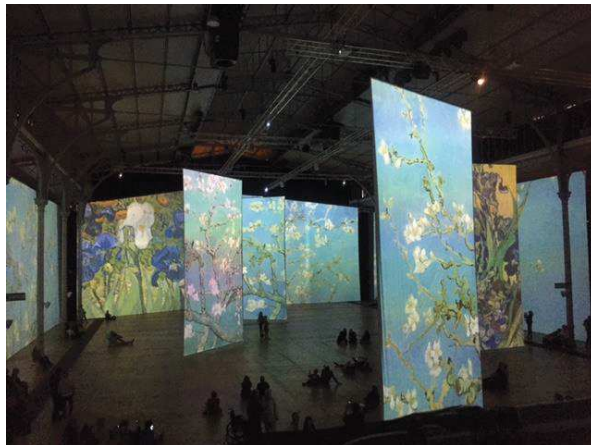
## Fréquentation des 10 premières expositions temporaires parisiennes de 2012 à 2015 :

<b>2015</b>	<b>Musée</b>	<b>Fréquentation totale</b>
Tatoueurs, Tatoués	Musée du quai Branly	702 138
Jeff Koons, la rétrospective	Centre Pompidou	650 045
Photoquai, 5ème édition	Musée du quai Branly	531 264
Pierre Bonnard, Peindre l'Arcadie	Musée d'Orsay	510 412
La mer à Paris	Catacombes	503 433
Accrochage 3 « Pop et Musique »	Fondation Louis Vuitton	500 090
Harry Potter	Cité du Cinéma	500 000
Velázquez	Grand Palais	478 833
Accrochage 2	Fondation Louis Vuitton	448 916
Au temps de Klimt	Pinacothèque	420 000
<b>2014</b>	<b>Musée</b>	<b>Fréquentation totale</b>
Van Gogh-Artaud. Le suicidé de la société	Musée d'Orsay	654 291
Niki de Saint Phalle	Grand Palais	588 730
Mille milliards de fourmis	Universcience (Palais de la découverte)	510 000
Henri Cartier-Bresson	Centre Pompidou	424 535
Star Wars Identities	Cité du Cinéma	400 000
Carpeaux (1827-1875), un sculpteur pour l'Empire	Musée d'Orsay	373 170
Marcel Duchamp, la peinture même	Centre Pompidou	358 733
Gustave Doré (1832-1883). L'imaginaire au pouvoir	Musée d'Orsay	304 801
Donation Florence et Daniel Guerlain	Centre Pompidou	286 697
Hokusai	Grand Palais	285 174
<b>2013</b>	<b>Musée</b>	<b>Fréquentation totale</b>
Roy Lichtenstein	Centre Pompidou	546 229
Georges Braque	Grand Palais	462 677
Chagall, entre guerre et paix	Musée du Luxembourg	451 398
Masculin/Masculin	Musée d'Orsay	408 747
Une passion française. La collection Hays	Musée d'Orsay	392 123
L'ange du Bizarre	Musée d'Orsay	337 091
Félix Vallotton. Le feu sous la glace	Grand Palais	307 793
Dynamo	Grand Palais	303 040
Ron Mueck	Fondation Cartier	303 030
Les Macchiaioli, 1850-1874	Musée de l'Orangerie	290 000
<b>2012</b>	<b>Musée</b>	<b>Fréquentation totale</b>
Dali	Centre Pompidou	790 090
Edward Hopper	Grand Palais	784 269
Matisse, paires et séries	Centre Pompidou	494 085
L'impressionnisme et la mode	Musée d'Orsay	492 347
Degas et le nu	Musée d'Orsay	460 545
Gerhard Richter, panorama	Centre Pompidou	424 453
Misia, Reine de Paris	Musée d'Orsay	402 844
Raphaël. Les dernières années	Musée du Louvre	345 000
La Sainte Anne. L'ultime chef d'œuvre de Léonard de Vinci	Musée du Louvre	298 000
Debussy, la musique et les Arts	Musée de l'Orangerie	287 042
<i>Source: Office du Tourisme et des Congrès de Paris/ DEPS</i>		

Source : Ministère de la Culture, « Fréquentation des 10 premières expositions temporaires parisiennes », Disponible en ligne sur [[http://www.culturecommunication.gouv.fr/Thematiques/Etudes-et-statistiques/Statistiques-culturelles/Donnees-statistiques-par-domaine\\_Cultural-statistics/Musees](http://www.culturecommunication.gouv.fr/Thematiques/Etudes-et-statistiques/Statistiques-culturelles/Donnees-statistiques-par-domaine_Cultural-statistics/Musees)]

**Annexe 3 : Visuels de scénographies immersives de musées / expositions stimulant les sens (la vue, l'ouïe, l'odorat)**

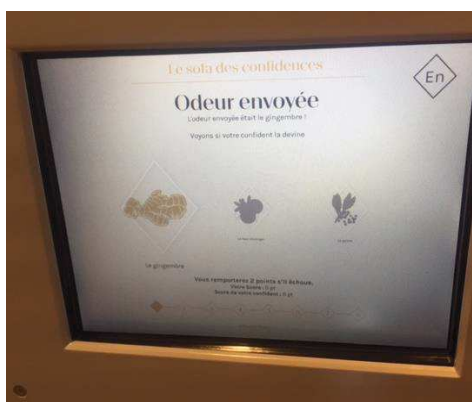
L'exposition *Imagine Van Gogh* à la Grande Halle de la Villette, Paris



L'exposition *Jamaïca - Jamaïca* à l'espace d'exposition de la Philharmonie, Paris



Le Grand Musée du Parfum, Paris



**Annexe 4 : Visuels des douze œuvres de Vermeer présentées dans le cadre de l'exposition *Vermeer et les maîtres de la peinture de genre***



*La Laitière*, vers 1658-1659. Huile sur toile. 45,5 x 41 cm. Amsterdam, Rijksmuseum © Amsterdam, The Rijksmuseum



*Jeune femme assise au virginal*, vers 1671-1674. Huile sur toile. 25,1 x 20 cm. New York, The Leiden Collection © New York, The Leiden Collection



*La Joueuse de luth*, vers 1662-1664. Huile sur toile. 51,4 x 45,7 cm. New York, The Metropolitan Museum of Art, legs de Collis P. Huntington, 1900 © The Metropolitan Museum of Art, Dist. RMN-Grand Palais / image of the MMA



*Jeune fille au collier de perles*, 1663-1664, Huile sur toile. 51,2 x 45,1 cm. Berlin, Staatliche Museen zu Berlin, Preußischer Kulturbesitz, Gemäldegalerie © BPK, Berlin, Dist. RMN-Grand Palais Jörg P. Anders



*Femme à la balance*, vers 1664. Huile sur toile. 40,3 x 35,6 cm. Washington, National Gallery of Art, Widener Collection © Washington, National Gallery of Art



*La Lettre interrompue*, vers 1665-1667. Huile sur panneau. 45 x 39,9 cm, Washington, National Gallery of Art, don de Harry Waldron Havemeyer et Horace Havemeyer, Jr., en mémoire de leur père, Horace Havemeyer © Washington, National Gallery of Art



*L'Astronome*, 1668. Huile sur toile. 51,5 x 45,5 cm. Paris, musée du Louvre, département des Peintures © RMN-Grand Palais (musée du Louvre) / Franck Raux



*Le Géographe*, 1669. Huile sur toile. 51,6 x 45,4 cm. Francfort, Städtisches Kunstinstitut © Städel Museum - ARTOTHEK





*La Dentellière*, vers 1669-1670. Huile sur toile marouflée sur panneau. 24,5 x 21 cm. Paris, musée du Louvre, département des Peintures © RMN-Grand Palais (musée du Louvre) / Gérard Blot



*La Lettre*, vers 1670. Huile sur toile, 72,2 x 59,7 cm. Dublin, National Gallery of Ireland, Sir Alfred et Lady Beit, 1987 (Beit Collection) © Dublin, National Gallery of Ireland



*Allégorie de la Foi catholique*, vers 1670-1672. Huile sur toile. 114,3 x 88,9 cm. New York, The Metropolitan Museum of Art, The Friedsam Collection, legs Friedsam, 1931 © The Metropolitan Museum of Art, Dist. RMN-Grand Palais / image of the MMA



*Jeune femme assise au virginal*, vers 1671-1674. Huile sur toile. 51,5 x 45,5 cm. Londres, The National Gallery © National Gallery, London

## **Annexe 5 : Interviews de Blaise Ducos, commissaire de l'exposition *Vermeer et les maîtres de la peinture de genre* sur France Culture et RTL**

**France Culture :** Cette exposition est un événement à plus d'un titre. C'est la toute première exposition consacrée au maître hollandais en France depuis 1966, c'était à l'Orangerie il y a un demi-siècle, il y avait quelques toiles. Tout l'enjeu : obtenir les prêts des tableaux que le Louvre voulait, et notamment la Laitière qui ne sort presque jamais du Rijksmuseum. L'État devait apporter aussi ses garanties, car il n'y a pas d'assurance quand c'est des musées publics, mais il faut que l'état s'engage à rembourser si jamais il y a des dommages, cet engagement est très difficile à obtenir. Un événement car le Louvre présente Vermeer au côté d'autres maîtres hollandais. Cet accrochage révolutionne la manière dont on appréhende sa peinture.

Coup d'envoi d'une saison hollandaise au Louvre avec la réouverture du département remanié de peinture hollandaise.

**Blaise Ducos :** « Faire une exposition sur Vermeer ou autour de Vermeer c'est évidemment le rêve d'une carrière. Évidemment des expositions, il y en a déjà eu, elles ne sont pas si fréquentes parce que Vermeer avec Leonard de Vinci c'est sans doute l'artiste le plus difficile à déplacer. On a douze Vermeer dans l'exposition ici à Paris, c'est considérable. Le truc, n'est-ce-pas, c'est de trouver par où, par quelle face aborder cette montagne. Oui, ce que nous voulons c'est tordre le cou à l'idée que Vermeer était isolé dans sa mansarde en train de travailler tout seul, le sphinx de Delft. C'est une expression qui lui a collé à la peau pendant plus d'un siècle et c'est vrai que cet art énigmatique qui semblait si distinct, si différent de celui des autres, c'était inclassable. Et donc on a pensé à une énigme, et bien tout ça on voudrait sinon le dépasser du moins le mettre de côté pour revenir aux œuvres, et les œuvres elles vous parlent du contraire, elles vous parlent d'une ruche néerlandaise. »

« Moi je pense que l'exposition va surprendre à plus d'un titre. D'abord on va revoir, redécouvrir une peinture que les Français dans le temps aimaient beaucoup, les scènes de genre. Les Français ont beaucoup collectionné ça, il y en a beaucoup dans leurs musées mais aujourd'hui peut-être on n'est plus aussi conscients de l'existence de ces belles choses. Ensuite, ils vont voir que Vermeer est un parmi ses pairs, qu'il est tributaire de très nombreux contemporains qui ne sont pas des petits maîtres mais des petits génies. Et Vermeer se situe dans ce contexte. Alors ensuite qu'est-ce qui le distingue ? C'est toute la magie de Vermeer, son silence, son recueillement, sa sobriété, cette espèce de dignité humaine profonde qui le caractérise. Et puis, par-delà ces grandes qualités morales, il prend d'autres idées, ou les idées des autres, il y a des emprunts, et donc ces emprunts il en fait son miel et il les métamorphose. »

<https://www.franceculture.fr/personne-blaise-ducos.html>

**RTL :** Vermeer au musée du Louvre : une exposition sublime, "une révélation"

« Le musée du Louvre accueille un événement majeur. Pour la première fois depuis 50 ans, douze toiles du peintre néerlandais Johannes Vermeer sont réunies à Paris dont *La Laitière*, une des œuvres les plus célèbres de l'histoire de la peinture. L'homme qui a réalisé cet exploit, Blaise Ducos, est conservateur du patrimoine au département des peintures du musée du Louvre. Il lui a fallu cinq ans pour rendre possible cette exposition, un temps nécessaire parce qu'il "faut convaincre, réfléchir à un projet novateur", explique-t-il, c'est pour cela que ça a pris autant de temps.

L'exposition Vermeer a été inaugurée dimanche soir au Louvre. La terre entière y était. Blaise Ducos n'avait d'yeux que pour l'impératrice d'Iran Farah Diba flanquée de Frédéric Mitterrand. Tout ce beau monde était accueilli par le patron du Louvre, Jean-Luc Martinez qui répétait inlassablement : « L'exposition sera une révélation. Il y a des moments incroyables, très forts, je pense qu'elle va marquer les esprits ».

Un artiste pas aussi solitaire qu'on ne le pense.

Cette exposition Vermeer fera date. À cause de Vermeer, d'abord, bien sûr, évidemment, forcément sublime, mais aussi à cause de Blaise Ducos qui propose un regard nouveau sur Vermeer. On croyait jusque-là avoir affaire à un artiste solitaire, secret, et il nous prouve aujourd'hui, en comparant ses toiles avec celles de ses contemporains, que son surnom de Sphinx de Delft n'a pas grand sens.

#### Retranscription partielle de l'interview

**RTL :** Il vous a fallu 5 ans pour rendre possible cette exposition, qu'est-ce qui prend tant de temps ?

**Blaise Ducos :** « D'abord il faut convaincre, il faut réfléchir à un projet qui soit novateur car trouver quelque chose de neuf à dire sur Vermeer c'est quand même la quadrature du cercle. »

**RTL :** On croyait jusque-là que c'était un artiste solitaire et vous nous prouvez que son surnom de sphinx de Delft n'a pas grand sens.

**Blaise Ducos :** « Le sphinx de Delft c'est une expression extrêmement séduisante qui vous emmène dans un monde de rêverie délicieuse, énigmatique, solitaire, un peu hiératique comme ça très loin, mais en même temps comme ça dans sa mansarde, isolé. C'est une expression forgée par les historiens au XIX<sup>e</sup> siècle. (...) En réalité c'est un peintre qui est en réseau, un homme qui a une culture extraordinaire sur son temps, sur le passé aussi, mais qui est branché sur les autres collègues. C'est un homme qui travaille d'une façon fébrile, on l'imagine toujours très lent qui prend son temps, en réalité je pense qu'il avait des échanges incessants avec les autres artistes, et l'exposition elle développe ce propos, elle essaie de réunir les pièces d'un dossier qui sont les œuvres elles-mêmes. »

**RTL :** On parcourt l'exposition de thème en thème, la concurrence était rude entre eux ?

**Blaise Ducos :** « Je pense qu'elle était redoutable, mais je pense que c'est ce qu'on a essayé de faire dans l'exposition c'est de dresser le répertoire des relations possibles entre les artistes. Ça peut être le plagiat, ça peut être le vol intellectuel littéralement, ça peut être la citation en forme d'hommage, ça peut être une espèce de tribut qu'on paie à un grand qu'on essaie d'honorer, ça peut être aussi une citation, et tout ça, ça contribue à une forme de discussion, de conversation devant les œuvres qui je l'espère sera celle de nos visiteurs. En tout cas moi j'essaie toujours de la recréer devant les œuvres enfin réunies, ou à nouveau réunies au Louvre pour cette exposition, et cette conversation sur l'art je pense que c'était à l'époque une forme d'art de la conversation. »

**RTL :** En quoi la peinture de Vermeer d'après vous surpasse celle de ses contemporains ?

**Blaise Ducos :** « Plusieurs m'ont dit vous avez osé. On ne se rend pas toujours compte de ce qu'on ose faire soi-même. Mettre Vermeer à côté des autres et non pas sur un autel, sur un trône, sur un piédestal. Mais vous avez eu raison m'ont-ils dit car évidemment il en sort vainqueur mais on le comprend mieux. C'est vrai que l'exposition elle s'attache en comparant les uns avec les autres, tous ces petits génies, cette ruche, elle s'attache à mettre en avant la nature de la contribution de Vermeer. En quoi est-ce que c'est si spécial un Vermeer ? Alors c'est le temps, c'est l'espace, c'est la lumière, c'est aussi une forme de psychologie, ce qui est je pense assez largement absent d'un grand nombre des autres tableaux. »

<http://www.rtl.fr/culture/arts-spectacles/vermeer-au-musee-du-louvre-une-exposition-sublime-une-revelation-7787329710>

## **Annexe 6 : Echantillon de retombées dans les médias sur l'exposition *Vermeer et les maîtres de la peinture de genre***

### **LE FIGARO :**

« Au Louvre, Vermeer victime de son succès »

« File d'attentes interminables, réservations déjà complètes sur internet, créneaux de visite saturés. Les déçus risquent d'être nombreux. Le Louvre réfléchit à changer les conditions d'accessibilité à l'exposition phare de la saison.

Tous les musées recherchent LA grande exposition capable d'attirer du public et d'entretenir leur rayonnement à l'international. La réunion de douze Vermeer avec d'autres œuvres de maîtres néerlandais de la scène de genre, au Louvre, est assurément de celle-là.

Hélas ! Deux jours après l'ouverture, le succès est tel que le musée se trouve débordé. Le premier jour, mercredi 21 février, 9 000 personnes ont afflué, un record. On a vu les files s'allonger sur le parvis, des groupes compacts attendre sous la pyramide, des gens déçus rebrousser chemin - d'autant que les coupe-files, y compris pour les membres de la société des Amis du Louvre, n'ont pas été autorisés. »

Source : <http://www.lefigaro.fr/culture/2017/02/24/03004-20170224ARTFIG00240-au-louvre-vermeer-victime-de-son-succes.php>

### **LE FIGARO :**

« Exposition Vermeer : le Louvre ouvre plus grand les portes. »

« Face à l'affluence record des expositions *Vermeer et les maîtres de la peinture de genre* et *Valentin de Boulogne. Réinventer Caravage*, le musée du Louvre a été contraint de revoir son système de réservation. Depuis six jours, les files d'attente s'allongent devant la pyramide du Louvre, les réservations faites sur internet ne permettant pas une entrée immédiate.

Le Hall Napoléon est par ailleurs petit, et seules 250 personnes peuvent s'y tenir en même temps. Depuis l'ouverture c'est donc la cohue et une kyrielle de plaintes, notamment de la part de ceux venus de loin pour voir les douze Vermeer exceptionnellement exposés.

Des nocturnes exceptionnelles seront par ailleurs mises en place. Quant aux Amis du Louvre, qui trouvaient saumâtre de ne pas bénéficier d'un régime à part, ils se voient finalement offrir une journée dédiée ainsi que trois soirées.

En 2012, les expositions *Raphaël, les dernières années* et *La Sainte Anne, l'ultime chef-d'œuvre de Léonard de Vinci*, considérées comme de grands succès, ont attiré en moyenne 4.000 personnes par jour. Mais Vermeer et Valentin de Boulogne en accueillent déjà plus du double (9.400). »

Source : <http://www.lefigaro.fr/culture/2017/02/28/03004-20170228ARTFIG00097-expo-vermeer-le-louvre-ouvre-plus-grand-les-portes.php>

#### **BEAUX ARTS MAGAZINE :**

« Les 60 meilleures expositions à voir en 2017 »

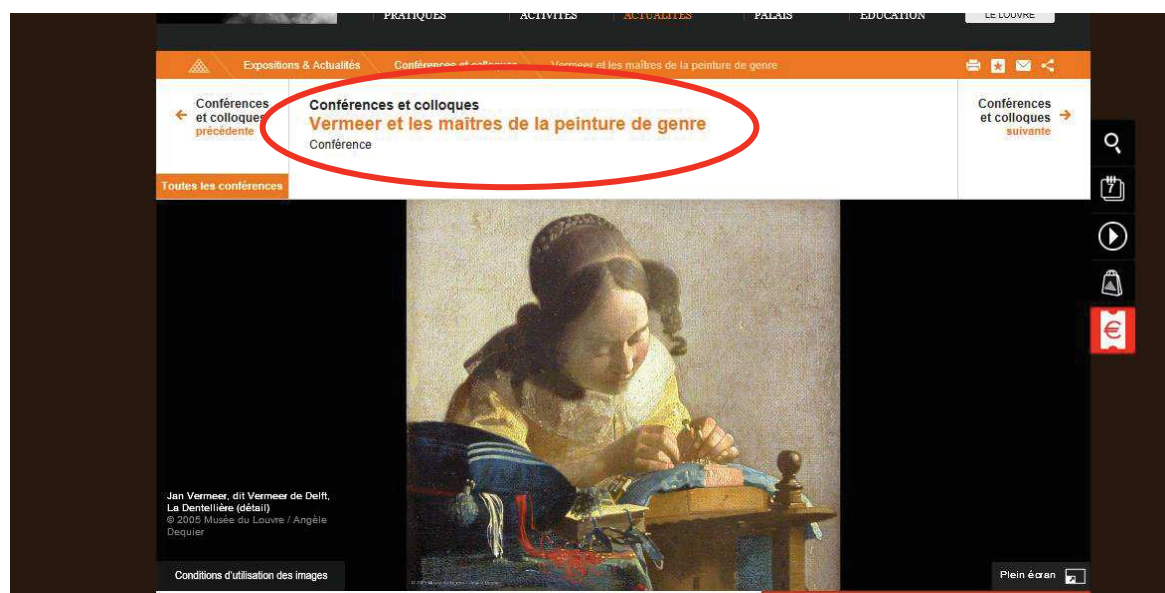
« Vermeer au Louvre et Rodin au Grand Palais, Yves Klein à Bruxelles et les Soviets à l'attaque de Londres et de New York...L'année 2017 semble avoir exaucé le vœu le plus cher de Fernand Léger, bientôt honoré d'une rétrospective au centre Pompidou-Metz : Que le beau soit partout ! »

« Vermeer, l'intégrale (ou presque) »

« D'ordinaire, seuls deux tableaux de Vermeer sont présentés au Louvre : *La Dentellière* et *l'Astronome*. Mais à partir du 22 février ils seront douze, soit un tiers de l'œuvre identifié. Organisée en partenariat avec la National Gallery of Art de Washington et la National Gallery of Ireland (Dublin), l'exposition parisienne ne sera pas monographique pour autant, bien au contraire ! Son propos est d'insérer l'homme dans la société de son temps et son œuvre dans le contexte foisonnant de la peinture de genre du Siècle d'or (...) Idéales pour poursuivre cette plongée dans l'art hollandais du XVII<sup>e</sup> siècle, les expositions « Chefs-d'œuvre de la collection Leiden » et « La Hollande au Siècle d'or » présentées au même moment dans l'aile Sully et la rotonde Sully du musée du Louvre. »

Source : [BeauxArts Magazine, « Les 60 meilleures expositions à voir en 2017 », janvier 2017](#)

**Annexe 7 : Mise en avant de *Vermeer et les maîtres de la peinture de genre* et de la programmation culturelle autour de l'exposition sur le site internet du Louvre**



Expositions & Actualités | Conférences et colloques | Des «drôleries» aux scènes d'intérieur : naissance et premiers développements de la peinture de genre dans les Pays-Bas

← Conférences et colloques précédent

**Conférences et colloques**

**Des «drôleries» aux scènes d'intérieur : naissance et premiers développements de la peinture de genre dans les Pays-Bas**

Conférence

→ Conférences et colloques suivante

Toutes les conférences



Pieter Bruegel l'Ancien, Paysage d'hiver avec patineurs et trappe aux oiseaux, MRBA, Belgique  
© Musée royal des Beaux-Arts de Belgique

Conditions d'utilisation des images

Musée royal des Beaux-Arts de Belgique

Plein écran

Accessibilité | - de 30 ans | Familles | Enseignants | Professionnels & Associations | Connexion | S'inscrire | Select language

LOUVRE

INFORMATIONS PRATIQUES | VISITES & ACTIVITÉS | EXPOSITIONS & ACTUALITÉS | ŒUVRES & PALAIS | ARTS & ÉDUCATION | SOUTENEZ LE LOUVRE

Expositions & Actualités | Conférences et colloques | «La Fabrique de la Société». La mode vestimentaire aux Pays-Bas en régime républicain (1650-1680)

← Conférences et colloques précédent


**Conférences et colloques**

**«La Fabrique de la Société». La mode vestimentaire aux Pays-Bas en régime républicain (1650-1680)**

Conférence

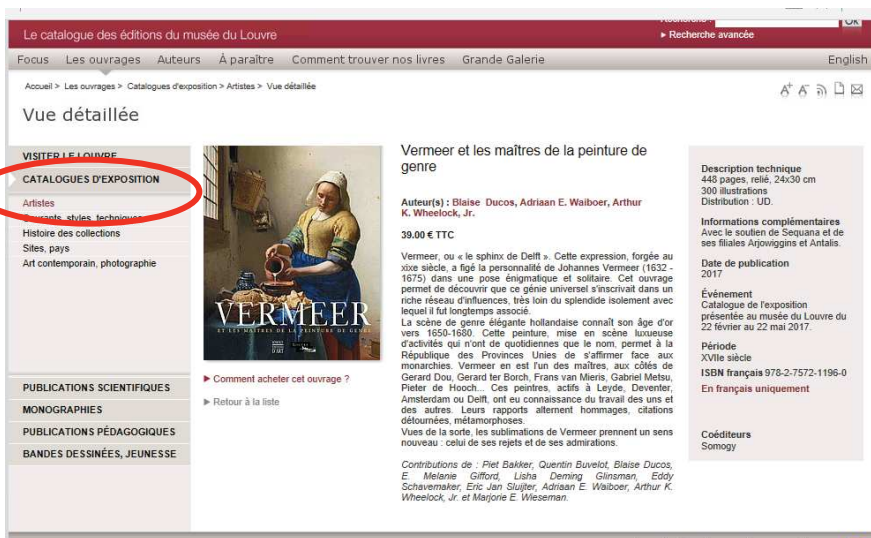
→ Conférences et colloques suivante

Toutes les conférences

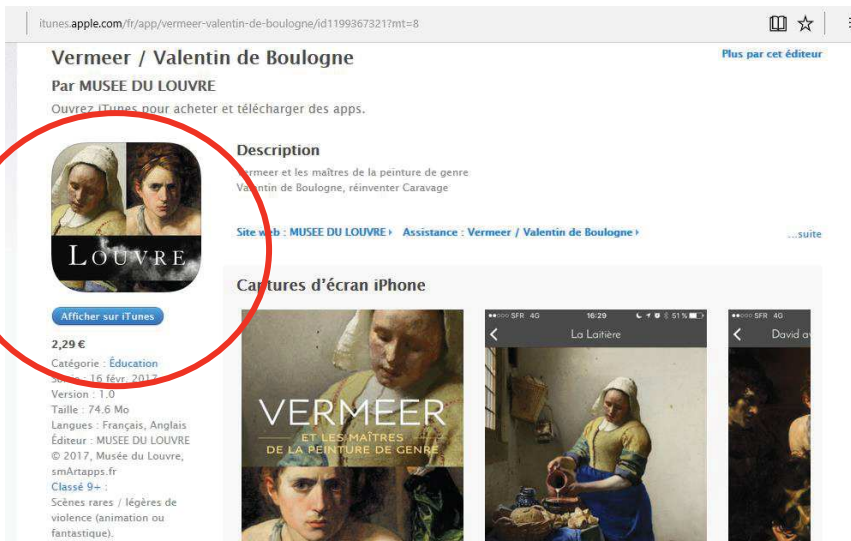


Gérard Ter Borch, La Visite du Prétendant, 1658, NGA, Washington  
© National Gallery of Art, Washington





### Application à télécharger :



## **Annexe 8 : Extrait du communiqué de presse de l'exposition *Rodin, l'exposition du centenaire***

### Introduction à la présentation de l'exposition

« A l'occasion du centenaire de la mort d'Auguste Rodin (1840-1917), le musée Rodin et la réunion des musées nationaux - Grand Palais s'associent pour célébrer l'artiste. L'exposition met en évidence l'univers créatif de Rodin, ses rapports avec le public et la manière dont les sculpteurs se sont appropriés son esthétique. Riche de plus de 200 œuvres de Rodin, elle comprend aussi sculptures et dessins de Bourdelle, Brancusi, Picasso, Matisse, Giacometti, Beuys, Baselitz, Gormley...et renouvelle le regard porté sur ce géant de la sculpture. Rodin, comme Monet, a connu et connaît toujours une célébrité mondiale. A chaque génération, il a fasciné le public. Nombreux furent les artistes à se mesurer à son esthétique, s'en inspirant ou en prenant le contrepied. Rodin explore toutes les facettes de la sculpture : de l'assemblage à la figure partielle en passant par le collage, pratiques reprises par Matisse et Picasso. Son usage du dessin devance les grands expressionnistes germaniques, son rapport à la photographie annonce celles de Brancusi et de Moore. L'exposition présente son œuvre et les mutations du regard qu'elle a engendrées. »

« **Rodin expressionniste.** A partir des années 1880, Rodin est salué comme celui qui a rendu vie à la sculpture. Le corps fournit le vocabulaire des passions humaines, un expressionnisme rodinien s'impose. C'est aussi la période des « dessins noirs » - peu connus, peu vus – qui nourrissent l'univers de sa future Porte de l'Enfer. (...) Les jeunes sculpteurs comme Bourdelle, Lehmbruck, Gaudier-Brzeska, Brancusi, ont tous une période rodinienne. »

« **Rodin expérimentateur.** (...) L'exposition de 1900 révèle un processus de réinvention permanente, fondamentalement expérimental. L'artiste assemble parfois des éléments incongrus, procède par répétitions, fragmente les formes, repense l'insertion des sculptures dans l'espace. (...) Bourdelle, Matisse, Brancusi ou Picasso ancrent leurs premiers travaux dans sa pratique. A la fin des années 1890, Rodin se consacre davantage au dessin. (...) Cette production totalement indépendante de la sculpture bouleverse par la liberté et la modernité de cette nouvelle expression »

« **Rodin : l'onde de choc.** Après la deuxième guerre mondiale, on découvre un nouveau Rodin et de nombreux aspects inconnus de son travail : assemblages de figures de plâtre et de vases antiques, mouvements de danse, moulage de la robe de chambre de Balzac sont autant de chocs pour le public comme pour les avant-gardes. (...) Que reste-t-il de cette sensibilité expressive et lyrique ? Elle apparaît dans des œuvres ou des mouvements divers qui partagent le rejet de la géométrie et de l'idéalisme, la revendication d'une approche libertaire et antirationaliste. Cette sensibilité oppose la spontanéité au concept et affirme le poids de la matérialité (Germaine Richier, Alberto Giacometti, Willem de Kooning). On y trouve de l'excès, dans le drame (Markus Lüpertz) comme dans le versant jubilatoire (Barry Flanagan) : violence et débordement, esprit ludique ou métamorphose. »

## **Annexe 9 : Interview de Catherine Chevillot, directrice du musée Rodin et co-commissaire de *Rodin, l'exposition du centenaire*, pour le site [pleinevie.fr](http://pleinevie.fr)**

### **Catherine Chevillot : "Rodin n'est pas un sculpteur du passé"**

Par Stéphanie Gatignol, publié le 23 mars 2017

La commissaire de *Rodin, l'exposition du centenaire* au Grand-Palais s'est employée à y souligner la modernité de l'artiste et son influence durable.

#### **- Quels objectifs cette exposition-événement poursuit-elle ?**

Elle fait partie d'un dispositif de festivités organisé pour les cent ans de la mort de Rodin qui veut en renvoyer une autre image que celle d'un sculpteur du passé. Elle s'attache à la façon dont le public et les collectionneurs l'ont reçu ainsi qu'à celle dont les sculpteurs du XX<sup>e</sup> siècle l'ont regardé pour montrer en quoi il peut avoir un impact sur la création contemporaine.

#### **- Qu'y découvre-t-on ?**

Deux tiers de Rodin et un tiers d'œuvres d'autres sculpteurs. Nous avons emprunté à l'étranger des pièces que l'on a peu vues et avons pu, dans certains cas, juxtaposer la terre cuite et le marbre ou le plâtre et le marbre et ainsi procéder à des comparaisons plutôt rares.

#### **- Quels sont les sculpteurs "confrontés" à Rodin ?**

Il y en a plusieurs dizaines mais, parmi les plus connus, Germaine Richier, Giacometti... Ça démarre avec Picasso et ça se poursuit jusqu'à des artistes très contemporains comme Wilhem de Kooning dans les années 60-70, les Nouveaux Fauves allemands comme Markus Lüpertz et Georg Baselitz ou même des gens plus jeunes comme l'Américain Thomas Houseago.

#### **- Certains ont-ils voulu s'en démarquer ?**

Surtout ceux de la génération Picasso, Maillol... Tous ont eu, au départ, une période très expressive, puis ils se sont très vite orientés vers une opposition en misant sur des formes simples, lisses, vers une absence de sujet, Brancusi en étant le plus bel exemple. Et cette veine expressionniste s'est un peu transmise, notamment par l'intermédiaire de Bourdelle qui a eu comme élèves Giacometti et Germaine Richier.

#### **- Pourquoi tenez-vous Rodin pour "visionnaire" ?**

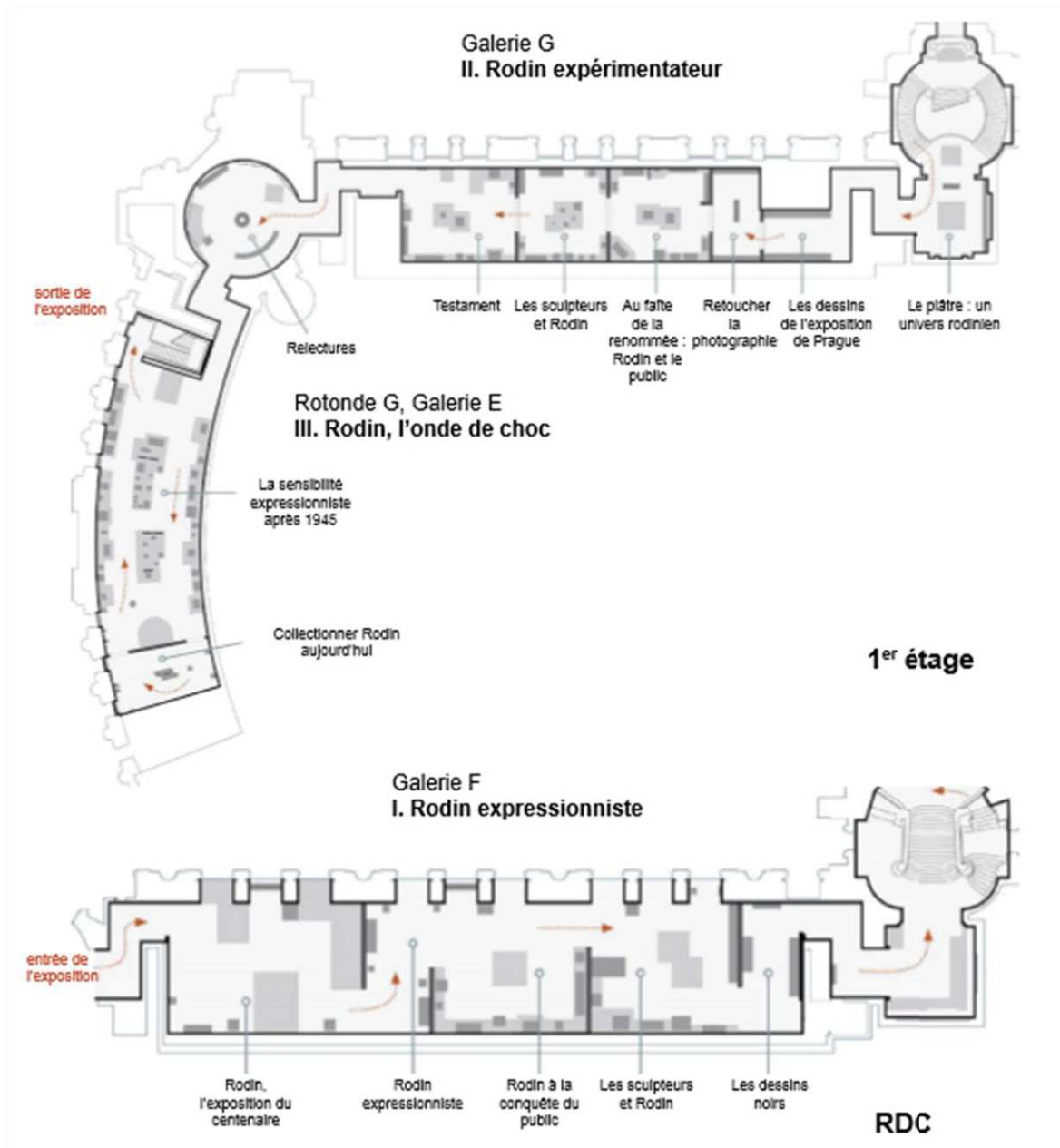
Parce qu'il a repris l'ensemble de la tradition occidentale de la sculpture, mais en essayant de démonter ce que c'est qu'une sculpture. Il s'est posé toutes les questions possibles : comment se positionner par rapport au socle, par exemple ? Il est à l'origine d'innovations qui passent pour des inventions du XX<sup>e</sup> siècle. Lorsqu'il place l'une de ses sculptures dans un vase antique, il propose une définition de l'assemblage qui sera présente dans *Le verre d'absinthe* de Picasso. Cela ne signifie pas que Picasso le copie. Mais que Rodin est un jalon très important entre un art du XIX<sup>e</sup> siècle finissant et un art du XX<sup>e</sup> siècle aux prémices.

<https://www.pleinevie.fr/video/catherine-chevillot-rodin-n-est-pas-un-sculpteur-du-passe-17898>





Annexe 11 : Plan de l'exposition *Rodin, l'exposition du centenaire*



Source : Dossier de presse *Rodin, l'exposition du centenaire*, p.6

## **Annexe 12 : Echantillon de retombées dans les médias sur l'exposition *Rodin*,**

### ***l'exposition du centenaire***

#### **BEAUX ARTS MAGAZINE :**

« Les 60 meilleures expositions à voir en 2017 »

« Rodin, l'empreinte d'un géant. (...) A l'occasion du centenaire de sa mort, c'est le Grand Palais qui offre à Rodin ses espaces en mettant l'accent sur son incessante capacité de renouvellement, son goût permanent de l'expérimentation, mais aussi l'influence considérable qu'il eut et a encore sur les artistes. Pour preuve, le musée Rodin accueille Anselm Kiefer, qui s'est inspiré de l'ouvrage de Rodin, *les Cathédrales*, pour créer une série de pièces inédites, mises en regard avec des plâtres du maître Choc de titans annoncé. »

Source : BeauxArts Magazine, « Les 60 meilleures expositions à voir en 2017 », janvier 2017

#### **BEAUX ARTS MAGAZINE :**

« Rodin, un centenaire très contemporain »

« Rodin face à tous ses descendants. C'est à la fois un choc de titans et un choc générationnel. Cent ans après sa mort, le père de la sculpture moderne se mesure aux prodiges qu'il a enfantés : Alberto Giacometti, Germaine Richier, Georg Baselitz, Anselm Kiefer... (...) L'idée est simple et efficace : montrer tout ce que les sculpteurs modernes et contemporains doivent à Rodin en confrontant leurs œuvres à ses créatures de plâtre, de marbre ou de bronze plus vraies que nature. »

Source : BeauxArts magazine, « Rodin, un centenaire très contemporain », avril 2017

#### **CONNAISSANCE DES ARTS :**


« La vague Rodin et Claudel »

« Exposition Rodin au Grand Palais, célébration du centenaire de sa mort, sortie d'un film avec Vincent Lindon et ouverture du nouveau musée Camille Claudel à Nogent-sur-Seine : la vague rodinienne déferle ce printemps... ».

« Ce regard porté sur Rodin par des générations successives d'artistes donne le tempo de l'exposition du Grand palais, libérée du modèle classique de la rétrospective. »

« Riche de deux cents œuvres de Rodin, plâtres, bronzes, terres cuites, marbres (un peu) mais aussi des photographies retouchées de sa main et ses fameux « *dessins noirs* », révélés lors de la légendaire exposition de Prague en 1902 partiellement reconstituée, la manifestation du Grand Palais témoigne d'un magma en perpétuelle fusion. Elle montre encore l'extraordinaire regain d'intérêt pour cet œuvre fleuve chez les artistes depuis la fin du siècle dernier, dans un rejet de l'art conceptuel et minimal. »

« De nombreuses manifestations en France et à l'étranger se sont fédérées dans un hommage d'une ampleur sans précédent au sculpteur mort en 1917. (...) Programme complet à découvrir au fil de l'année sur [www.rodin100.fr](http://www.rodin100.fr) »

A voir  « Rodin, l'exposition du centenaire ».

Source : Connaissance des arts, « La vague Rodin et Claudel », mai 2017,

## **Annexe 13 : Différents niveaux de lecture proposés sur des dispositifs de médiation autour des œuvres *La Laitière*, *Le Penseur* et *Balzac***

### **La Laitière de Vermeer :**

#### ➤ Explication sur l'application numérique à télécharger (texte oral retranscrit) :

Introduction : « Dans une cuisine éclairée par la lumière perçant une fenêtre, une femme verse du lait dans un récipient. Les morceaux de pain que l'on aperçoit sur la table donnent à penser qu'elle prépare sans doute du pain perdu. Posé sur le sol dans la partie droite de la composition, on distingue un objet en bois à l'intérieur duquel se trouve un brasero en faïence. Il s'agit d'une chaufferette que les femmes pouvaient glisser sous leur jupe pour se réchauffer. Juste derrière, le bas du mur est couvert de carreaux de Delft, une production typique de la ville de Vermeer. Le tableau, véritable icône de la nation néerlandaise a été prêté de manière exceptionnelle au musée du Louvre pour cette exposition. »

Blaise Ducos : « Cette femme versant du lait, cette laitière, de la fin des années 1650 a fait l'objet d'interprétations rivales. Il est traditionnel de la considérer comme une grande figure classicisante dans la lignée des scènes de genre sophistiquées à laquelle Vermeer a tant sacrifié. Une autre interprétation s'éloigne de cette vision merveilleuse d'une laitière absorbée dans le travail quotidien, anoblie par la vertu de la peinture pour faire d'elle le discret objet d'un désir masculin. Cette femme qui ne regarde pas le spectateur, qui verse son lait lentement, alors qu'au bas de la composition sur l'un des carreaux de Delft on distingue un Amour avec son arc, serait dans cette vision une délicate et délicieuse tentatrice. »

Cette interprétation est illustrée par le tableau présenté juste à côté. Il a été peint quelques années plus tôt par Gérard Dou. Vermeer a pu s'inspirer de cette composition et même de certains détails comme le carreau cassé que l'on retrouve dans les deux tableaux.

Blaise Ducos : « Cette cuisinière hollandaise avec ces carottes pointant vers le spectateur et son regard acéré vaguement amusé et déluré est comme une invite à d'autres plaisirs sensuels. C'est cette tradition que Vermeer connaissait qui tend à inscrire *La Laitière* de Vermeer dans un contexte assez leste. C'est sans doute mal connaître la complexité de l'art de Vermeer que de penser qu'il peut simplement agir en écho à un autre peintre, être le continuateur d'une idée. Vermeer ne se contente jamais de suivre les idées des autres, il en tire profit mais toujours pour les métamorphoser, et toujours pour les abstraire, les transformer, pour leur donner une forme de majesté. »



- Explication de Blaise Ducos lors de la conférence *Vermeer et les maîtres de la peinture de genre* à l'auditorium du Louvre (texte retranscrit)

Source : <http://www.louvre.fr/presentations-d-expositions>

Blaise Ducos : « Celle que nous attendons : alors évidemment nous avons rendez-vous pour en parler dans une conférence à part, mais je veux tordre le cou à quelques idées rapidement : d'abord cette laitière n'est pas en train de faire du... yaourt ! C'est dit. Cette laitière est en train de préparer le plat le plus humble qui soit, un pain perdu. Donc elle recycle du pain, pain que vous avez ici. Cette laitière qui flotte dans la chronologie, qui sait quand a été peint *La Laitière* ? C'est un tableau de jeunesse, l'artiste a 27 ans au plus. Et alors là c'est abyssal, parce qu'en fait la caractéristique de Vermeer, c'est une maturité exceptionnelle dès le plus jeune âge, carrière courte, il est mort à 43 ans, maturité presque immédiate. Il y a très peu d'essais de Vermeer, ce n'est pas balbutiant, ça monte en puissance, non, très vite, quasiment tout de suite il y a cette espèce de maturité, il y a des choses du jeune Vermeer, mais très peu. Il n'y a pas de trajectoire comme ça, il est tout de suite installé dans son excellence, et il explore cette veine. Nous possédons au musée du Louvre le tableau source de *La Laitière* : une cuisinière hollandaise de Gérard Dou, entourée d'une foule de détails, botte de carottes, volaille, chou, lanterne, dinanderie. Encore une fois la cage suspendue au-dessus de la tête du personnage, carreau cassé, voyez le carreau cassé qu'on retrouve dans *La Laitière*. Cette cuisinière hollandaise qui est de quelques années antérieure à *La Laitière*, Vermeer ne pouvait pas ne pas la connaître, et à mon sens, il en était souverainement agacé. Et on comprend mieux *La Laitière*, si on la voit comme le produit de l'agacement souverain de Vermeer vis-à-vis de Gérard Dou. Ça peut être étonnant de définir *La Laitière* comme ça, mais c'est peut-être d'abord une réaction à l'art de Gérard Dou. Réaction vers la majesté, vers l'épuration au sens propre, l'art est d'abord un art d'épuration et vers un retour à l'essentiel face à cet art non hiérarchisé où la jeune fille et la botte de carottes ont la même importance. Chez Vermeer, le personnage a plus d'importance que les accessoires, même si les accessoires sont toujours magnifiés. Voyez le parallèle, alors le but n'est pas de tuer Gérard Dou, le but est de mieux comprendre la contribution des uns et des autres et ensuite le rayonnement se fait. Donc au fond un jeu d'actions-réactions dans cette exposition qui détermine, je pense, largement la création de l'époque. »

➤ Explication lors de la visite guidée du 20/05/17 de l'exposition *Vermeer et les maîtres de la peinture de genre* :

« Il a constamment joué avec ça, avec des petites tâches de lumière que vous retrouvez ici dans *La Laitière*, alors ces petites tâches redécomposent la matière, c'est-à-dire que c'est la lumière qui va recréer la matière, c'est comme une sorte de phénomène optique avant les Impressionnistes qu'il est en train d'analyser (...) Regardez le lait avec ses petits pointillés, c'est formidable, tout d'un coup on voit le filet qui tombe, il y a comme des petits granulés. »

**Le Penseur de Rodin :**

➤ Texte sur l'application numérique à télécharger, section « Parcours adulte » :

« Abordons à présent l'œuvre la plus célèbre de Rodin, *Le Penseur*. Il faut longuement en faire le tour pour appréhender sa puissance et son expressivité, qui éclatent sous tous les angles de vue. Comment Rodin a-t-il réussi à matérialiser dans cette figure prostrée le bouillonnement de l'esprit ? Personne n'en a donné plus belle description que l'écrivain autrichien Rilke, qui fut le secrétaire du sculpteur : « *Le Penseur* est assis, perdu et muet, lourd d'images et de pensées et toute sa force – qui est la force de quelqu'un qui agit – pense. Son corps entier s'est fait crâne, et tout le sang de ses veines, cerveau. » Le thème de l'homme réfléchissant n'est pas neuf. Lors de son voyage en Italie, en 1875, Rodin fut impressionné par la vision de la Renaissance, et notamment par l'œuvre de Michel Ange. L'attitude de sa figure doit en effet beaucoup à la statue méditative de Laurent de Médicis, qu'il put admirer à Florence. Mais le sculpteur va plus loin que Michel Ange : dépassant la simple méditation, il plonge son personnage dans le tourment. Pour trahir son bouleversement, il appuie le coude droit sur son genou gauche. Cette inflexion crée un déséquilibre expressif, qui met le corps tout entier en tension. L'artiste imagina ce personnage en travaillant à *La Porte de l'Enfer*, dans les années 1880. A l'origine, la figure, de plus petite taille, devait représenter Dante, l'auteur de *la Divine Comédie*, qui inspira le thème de la Porte. Mais en 1902, Rodin décide d'agrandir l'œuvre à une taille monumentale. Isolé de tout contexte anecdotique, traité pour lui-même, le personnage gagne en puissance et touche à l'universel : il devient l'incarnation de l'esprit. C'est sans doute cet aspect, associé à la puissance plastique de l'œuvre, qui poussa les générations suivantes à se l'approprier de manière parfois très personnelle, à l'image de l'Allemand Georg Baselitz, objet de notre prochain commentaire. »

➤ Texte sur l'application numérique à télécharger, section « Parcours enfant » :

RODIN : A présent, je vais te montrer une statue très connue. Sans regarder son titre, pourrais-tu me la décrire ?

PAUL : C'est un homme nu qui est assis sur un rocher et qui ne fait rien. On dirait juste qu'il réfléchit. Il a l'air très concentré.

RODIN : Bien vu ! Il s'appelle *Le Penseur*. C'est une allégorie de la Pensée, c'est-à-dire qu'il ne représente pas quelqu'un de particulier, mais une idée. Mémorise bien cette statue, car tu vas la retrouver plus tard sur une autre œuvre célèbre : ma grande *Porte de l'Enfer*. A l'origine, j'avais placé une version plus petite du *Penseur* au sommet de la *Porte*. Mais, en 1904, j'ai décidé de l'agrandir à taille humaine : c'est la version que tu as sous les yeux. Elle a beaucoup impressionné les autres artistes. D'ailleurs, as-tu remarqué qu'à droite du *Penseur* », il y a une autre statue peinte en bleu et blanc ? À ton avis, pourquoi l'a-t-on placée ici dans l'exposition ?

PAUL : C'est... pour les comparer, non ? Mais ce n'est pas vous qui l'avez sculptée.

RODIN : Tout à fait ! C'est une œuvre de l'artiste allemand Georg Baselitz, qui date de 2009. Baselitz dit qu'il ne s'est pas inspiré du *Penseur* quand il l'a sculptée...

PAUL : Pourtant, la statue a la même pose ! Elle est assise avec un coude sur le genou.

RODIN : Mais dirais-tu que c'est une copie ?

PAUL : Eh bien... non. Le *Penseur* ressemble vraiment à un homme, et il est très musclé. La statue de Baselitz est brute et elle n'est pas réaliste. Il n'y a pas de détails, et le corps est peint en bleu. Elle est étrange.

RODIN : Parce qu'elle ressemble un peu à une statue en bois ancienne. C'est la manière de Baselitz d'interpréter mon œuvre : il se l'approprie avec son propre style contemporain très brut. Tu verras au cours de l'exposition que de nombreux artistes ont reformulé mes recherches de différentes manières.

➤ Texte dans « Rodin, l'album du centenaire » :

« Œuvre iconique de Rodin, *Le Penseur* est l'une des sculptures les plus connues au monde et a été l'objet de maintes réinterprétations depuis sa création pour la *Porte de l'Enfer* en 1880. Installé au centre du tympan de la *Porte de l'Enfer* dans le but premier d'y incarner Minos, roi des Enfers, cet homme méditant devient une évocation de Dante interrogeant sa création. Mais par sa nudité, l'auteur de *La Divine Comédie*, principale source littéraire de Rodin, acquiert une dimension universelle. C'est Rodin lui-même qui nommera sa figure *Le Penseur* dès 1882, puis *Le Poète* à partir de 1888. Sa volonté était de « représenter l'homme comme symbole de l'humanité, l'homme rude et laborieux qui s'arrête au milieu de sa tâche pour penser aux choses,

pour exercer une faculté qui le distingue des brutes. » A cette incarnation de la pensée, Rodin donne un physique puissant et massif, créant ainsi une tension entre la forme et le sujet, transcendant magistralement un poncif de la statuaire.

Le penseur s'inscrit en effet dans une longue tradition de figures de l'introspection : La *Mélancolie* d'Albrecht Dürer, le *Julien de Médicis* de Michel-Ange, le *Satan* de Jean-Jacques Feuchère, l'*Ugolin* de Jean-Baptiste Carpeaux. Mais il rivalise surtout avec la puissance plastique du Torse du Belvédère. Cet antique appartenant aux collections du Vatican fascinait les artistes depuis le XV<sup>e</sup> siècle par la justesse de son anatomie et par sa force expressive. Dès 1888, Rodin représente son *Penseur* détaché de la *Porte*, dans des versions en plâtre et en bronze, lui donnant ainsi une vie propre. Cette autonomie est renforcée à partir de 1903 par un changement d'échelle grâce à l'agrandissement de plusieurs exemplaires, dont l'un en bronze sera installé de 1906 à 1922 à Paris face au Panthéon. Dès lors, la fortune de l'œuvre sera considérable, vue comme un symbole de l'homme moderne capable d'allier la pensée à la force. *Le Penseur* fascine Edvard Munch qui le dessine en 1907. Antoine Bourdelle, Jacques Lipchitz ou André Derain s'en souviennent dans nombre de leurs sculptures masculines, tout comme Jean Arp dans son *Hommage à Rodin* de 1938 où l'absence de figuration n'empêche pas la référence à la forme accroupie et expressive. Mais après la première guerre mondiale, d'un symbole de la pensée créative, la figure se teintera chez Wilhelm Lehmbruck de désespérance, de repli sur soi, voire d'abattement face à la destinée humaine. Au début du XXI<sup>e</sup> siècle Georges Baselitz dans *Volk Ding Zero* reprend la forme d'un homme assis et accoudé mais la traite de manière robotique comme si toute vie s'en était échappée, dernier pied-de-nez à l'œuvre emblématique de Rodin. »

➤ Texte dans le catalogue de l'exposition « Rodin, le livre du centenaire » :

« Est-il possible que Jean Arp, qui modela en 1938 un *Hommage à Rodin* aux entremêlements intenses, n'ait pas eu l'image du *Penseur* dans un coin de sa mémoire lorsqu'il sculpta *Évocation d'une forme humaine spectacle* (1950, pierre, Clamart, fondation Arp), tout entière construite sur le déséquilibre de la masse supérieure émergeant d'une sorte de formel ? Enfin la question surgit avec l'énigmatique *Nuit d'Oppède* d'Etienne Martin (1942, famille de l'artiste), qui se situe clairement dans le sillage du symbolisme, empli d'intériorité ésotérique, réintégrant la question de la signification. On peut trouver beaucoup d'essais reprenant la silhouette et la pose du chef-d'œuvre de Rodin, comme l'esquisse du *Prophète* modelée par Antoine Bourdelle en 1888 (Paris, musée Bourdelle), ou celle d'*Homme s'appuyant sur ses genoux* par Jacques Lipchitz (1925). La *Figure accroupie* taillée par André Derain franchit un

pas supplémentaire en enfouissant sa tête posée sur ses genoux, dans ses mains croisées (1907, Vienne, musée du XXe siècle). »

### **Balzac de Rodin :**

➤ Texte sur l'application numérique à télécharger, section « Parcours adulte » :

« " Si la vérité est impérissable, je vous dis que ma statue fera du chemin. [...] Cette œuvre [...] qu'on a pris soin de bafouer parce qu'on ne pouvait la détruire, c'est la résultante de toute ma vie, le pivot même de mon esthétique." Ces paroles, Rodin les prononce après le scandale qui éclate en 1898, lorsqu'est présenté le Balzac dont nous voyons ici le plâtre. Amer, déçu, mais conscient d'avoir créé une œuvre révolutionnaire, le sculpteur vit très mal la mauvaise réception de ce portrait représentant sept années de gestation. Un travail intense, qui débute en 1891, quand la Société des Gens de Lettres lui confie la commande d'un monument en l'honneur de l'écrivain. Comme souvent chez Rodin, l'œuvre entre alors dans une longue réflexion. Celle-ci mûrit au fil de recherches fouillées sur l'apparence de Balzac et ses habitudes. D'ébauche en ébauche, le portrait prend forme. Mais le commanditaire s'impatiente. Rodin est sommé de présenter son projet. Le plâtre est exposé au Salon de 1898 : c'est la stupeur. Les moqueries fusent : quel est donc ce menhir informe ? Le public s'effarouche de l'audace de Rodin... et passe à côté de la vision du génie. Epurant peu à peu les formes, Rodin a abandonné la conventionnelle ressemblance physique. Il a condensé dans la silhouette en tension la puissance créatrice de l'écrivain, en menant le regardeur du linceul monolithique, qui l'habille, vers la tête. Le génie y est symbolisé par les arcs sourciliers en visière et le crépitement de la chevelure. Balzac est une œuvre expressionniste, annonciatrice d'un nouvel ordre artistique qui s'impose au début du XX<sup>e</sup> siècle. La Société des Gens de Lettres refuse ce portrait trop éloigné des codes attendus et trop moderne pour son temps. Rodin, blessé, refusera quant à lui que la sculpture soit fondue en bronze. Il faudra attendre 1939 pour que le premier exemplaire soit dressé à Paris, au carrefour des rues de Montparnasse et Raspail. »

➤ Texte sur l'application numérique à télécharger, section « Parcours enfant » :

RODIN : Je t'avais promis, Paul, de te parler du scandale produit par certaines de mes œuvres. C'est le cas de celle-ci. Connais-tu Honoré de Balzac ?

PAUL : C'est un grand écrivain français du XIX<sup>e</sup> siècle.

RODIN : Quelle culture ! C'est lui que j'ai représenté dans ce portrait de la fin des années 1890.

PAUL : Ah ? Mais on ne dirait pas du tout un écrivain ! Pourquoi est-ce qu'il porte ce drôle de vêtement ?

RODIN : Justement, c'est tout l'intérêt de cette statue ! Ce n'est pas un portrait traditionnel. J'aurais pu le représenter en train d'écrire, par exemple. Mais je n'aime pas la facilité. Alors j'ai essayé de créer quelque chose de différent, quelque chose qui n'avait jamais été fait. Ce drôle de vêtement, comme tu dis, est une robe de chambre...

PAUL : Une robe de chambre ? Ah ! Ah !

RODIN : Tu ris comme le public qui a découvert la statue en 1898: il n'a pas compris mon intention et il s'est moqué de moi. J'ai choisi ce vêtement parce que c'était celui que portait Balzac quand il écrivait. C'est le symbole de son génie littéraire.

PAUL : Pardon, Monsieur Rodin... Mais j'aurais été vexé si mon portrait ne me ressemblait pas...

RODIN : Balzac est mort en 1850, alors... je n'ai pas pu le rencontrer et le faire poser devant moi ! Et puis mon but n'était pas de faire un portrait ressemblant. Regarde quelle force la robe de chambre donne à l'attitude : on dirait une grande colonne dressée vers le ciel ! Et j'ai rendu le visage expressif en le déformant : la chevelure et les yeux creusés captent le regard. Les critiques m'ont beaucoup blessé : elles disaient que mon Balzac avait l'air d'un menhir, qu'il n'avait pas de forme. Mais moi, je savais que j'avais créé une œuvre moderne. Que veux-tu, il faut parfois du temps au public pour accepter la nouveauté artistique...

➤ Texte dans « Rodin, l'album du centenaire » :

« Le monument de Balzac, commandé en 1891 par la société des gens de lettres, est l'un des aboutissements de cette recherche. Après avoir constitué une documentation conséquente sur l'auteur, Rodin réalise de très nombreuses études en bustes, des modèles nus et des maquettes. Il va jusqu'à mouler en plâtre la fameuse robe de chambre dans laquelle travaillait Balzac, ressuscitant ainsi en creux sa corpulence massive. Cette forme en négatif est transposée dans la version finale de son monument en une silhouette monolithique. Le plâtre fait scandale au Salon de 1898 où il est comparé à un bloc de sel ayant subi une averse. L'œuvre conspuée est refusée par ses commanditaires qui ne comprirent pas la puissance de la forme proposée par Rodin afin d'incarner le génie créateur de l'écrivain. »

« Jusque dans les dernières décennies du XX<sup>e</sup> siècle, Rodin s'impose comme une référence incontournable pour des artistes comme Eugène Dodeigne ou Per Kirkeby lorsqu'ils transcrivent le modèle antique du *Torse* en des masses puissantes et imposantes où l'on observe toute la leçon de la synthèse formelle de l'auteur du *Balzac*. »

## Annexe 14 : Extraits de la brochure du Grand Palais « L'offre de médiation. Printemps 2017. »



**RODIN**  
L'EXPOSITION DU CENTENAIRE  
22.03.2017  
- 31.07.2017  
Estelle Chenevax

Exposition organisée par la Réunion des musées nationaux - Grand Palais et le musée Rodin, Paris.

Auguste Rodin (1840-1917) est considéré comme l'un des pères de la sculpture moderne. Avant Braque, Picasso, Matisse et tant d'autres, il intègre « l'accident » dans son travail et invente l'œuvre non finie, la figure partielle, l'assemblage et le collage. À l'occasion du centenaire de sa mort, l'exposition pose un regard nouveau sur cet artiste protéiforme, convoquant ses collectionneurs ou encore les artistes de son temps, Carpeaux, Bourdelle, Claudel, Brancusi, Picasso ou Richier, donnant ainsi à voir et à comprendre la puissance de son génie.

OFFRE DE MÉDIATION POUR LES PEU VOYANTS EN SÉRIATION DE 30 MINUTES (INFORMATION PAGE 110)

ADRESSES EN LOCATION SUR PLACE (N°) OU SUR OPTICANON DE L'EXPOSITION À TÉLÉCHARGER SUR L'APP STORE OU GOOGLE PLAY (29€) - ADRESSE (BORGES) 14, 16, 17/18/19/20

### INDIVIDUELS ▶ ADULTES

#### VISITE GUIDÉE

Dans une exposition qui rassemble de nombreux chefs-d'œuvre, redécouvrez le génie créatif d'un géant de la sculpture disparu il y a cent ans. Accompagnés d'un conférencier, parcourez la carrière de Rodin et examinez son influence sur les artistes jusqu'à nos jours.

- **DURÉE** : 1H30
- **TARIF** : 23€ / RÉDUIT : 16€ / OFFRE TARIFAIRE TRIBU (2 ADULTES ET 2 JEUNES DE 16 À 25 ANS) : 62€
- **DATES** : DU 27 MARS AU 1<sup>ER</sup> AVRIL : LUN, MER, JEU ET VEN 14H, SAM 14H30 / HORS VACANCES SCOLAIRES : LUN, MER, JEU, VEN ET SAM 14H30, MER ET VEN 19H30 / VACANCES SCOLAIRES PÂQUES ET ÉTÉ JUSQU'AU 13 JUILLET : LUN, JEU, VEN ET SAM 11H, JEU, VEN ET SAM 14H30, MER ET SAM 19H30 / VACANCES SCOLAIRES DU 15 AU 31 JUILLET : LUN, JEU, VEN ET SAM 11H, LUN, VEN ET SAM 14H30, MER 19H30

- **DURÉE** : 1H
- **TARIF** : 21€ / RÉDUIT : 14€ / TARIF FAMILLE (2 ADULTES ET 2 ENFANTS DE MOINS DE 16 ANS) : 47€ / TARIF TRIBU (2 ADULTES ET 2 JEUNES DE 16 À 25 ANS) : 56€
- **DATES** : HORS VACANCES SCOLAIRES : MER 16H45 / VACANCES SCOLAIRES PÂQUES ET ÉTÉ JUSQU'AU 13 JUILLET : LUN ET MER 16H45

#### VISITE-ATELIER FAMILLES (À PARTIR DE 5 ANS)

MODELER, SCULPTER, CRÉER

Examinez les chefs-d'œuvre de Rodin, puis observez les créations nées du dialogue entre le maître et les artistes jusqu'à nos jours. Après la visite guidée de l'exposition, les participants sont invités à expérimenter le modelage pour réaliser un groupe sculpté.

- **DURÉE** : 2H (1H DE VISITE ET 1H D'ATELIER)
- **TARIF** : 1 ADULTE + 1 ENFANT DE MOINS DE 16 ANS : 45€ / RÉDUIT : 30€ / ADULTE SUPPLÉMENTAIRE : 30€ / ENFANT DE MOINS DE 16 ANS SUPPLÉMENTAIRE : 15€
- **DATES** : HORS VACANCES SCOLAIRES ET VA-

le modelage et l'assemblage pour créer une figure d'expression.

- **DURÉE** : 2H
- **TARIF** : 10€
- **DATES** : HORS VACANCES SCOLAIRES : MER 14H, SAM 10H15 / VACANCES SCOLAIRES PÂQUES ET ÉTÉ JUSQU'AU 13 JUILLET : LUN ET MER 14H, SAM 10H15

### GROUPES ▶ ADULTES

#### VISITE GUIDÉE

Dans une exposition qui rassemble de nombreux chefs-d'œuvre, redécouvrez le génie créatif d'un géant de la sculpture disparu il y a cent ans. Accompagnés d'un conférencier, parcourez la carrière de Rodin et examinez son influence sur les artistes jusqu'à nos jours.

- **DURÉE** : 1H30
- **TARIF** : 210€ / RÉDUIT : 145€
- **DATES** : DU 27 MARS AU 1<sup>ER</sup> AVRIL : LUN

LUN, VEN ET SAM 14H30, MER 19H30

### VISITE-ATELIER ADULTES

DESSINS EN PROMENADE

Vous aimez dessiner ? Vous êtes professeur d'arts plastiques ou responsable d'un atelier de dessin ? Amateur ou artiste professionnel ? Venez goûter, seul ou à plusieurs, à l'ambiance du Grand Palais en ouverture restreinte. Accompagné d'un conférencier, prenez le temps de remplir les pages d'un carnet de croquis de sculptures frémissantes et expressives.

Matériel de dessin non fourni.

- DURÉE : 2H
- TARIF : 30 € / RÉDUIT : 22 €
- DATE : MARDI 16 MAI ET 04 JUILLET À 14H

INDIVIDUELS ► FAMILLES

### VISITE GUIDÉE FAMILLE (À PARTIR DE 5 ANS)

Eclairés des commentaires d'un conférencier, découvrez en famille un artiste qui cherchait à rendre les mouvements de l'âme et du corps.

- DATES : HORS VACANCES SCOLAIRES ET VACANCES SCOLAIRES PÂQUES ET ÉTÉ JUSQU'AU 13 JUILLET : SAMEDI 15H

### VISITE-ATELIER (5-7 ANS)

MODELER, SCULPTER, CRÉER

Examinez les chefs-d'œuvre de Rodin, puis observez les créations nées du dialogue entre le maître et les artistes jusqu'à nos jours. Après la visite guidée de l'exposition, les participants sont invités à expérimenter le modelage et l'assemblage pour créer une figure d'expression.

- DURÉE : 1H30
- TARIF : 7,50 €
- DATES : HORS VACANCES SCOLAIRES : MER 15H, SAM 10H45 / VACANCES SCOLAIRES PÂQUES ET ÉTÉ JUSQU'AU 13 JUILLET : LUN ET MER 14H30, SAM 10H45

### VISITE-ATELIER (8-11 ANS)

MODELER, SCULPTER, CRÉER

Examinez les chefs-d'œuvre de Rodin, puis observez les créations nées du dialogue entre le maître et les artistes jusqu'à nos jours. Après la visite guidée de l'exposition, les participants sont invités à expérimenter

- DATES : DU 27 MARS AU 1<sup>er</sup> AVRIL : LUN 10H45, 11H45, 14H45 ET 16H, MER 10H15, 10H30, 10H45 ET 16H, JEU 10H15, 10H45, 11H, 13H45, 14H30, 15H45 ET 16H, VEN 10H30, 10H45, 11H, 13H30, 13H45, 15H30, 15H45 ET 16H, SAM 16H30 / HORS VACANCES SCOLAIRES : LUN 10H45, 11H45, 14H45 ET 16H30, MER 16H30, 17H15, 19H ET 19H15, JEU 10H15, 10H45, 11H, 13H45, 14H, 16H, 16H15 ET 16H30, VEN 10H45, 14H, 14H15, 16H, 16H15, 16H30, 19H15, SAM 16H30 / VACANCES SCOLAIRES PÂQUES ET ÉTÉ JUSQU'AU 13 JUILLET : LUN ET MER 17H, JEU, VEN ET SAM 16H30 / VACANCES SCOLAIRES DU 15 AU 31 JUILLET : LUN, MER, JEU, VEN ET SAM 16H30

### PROJECTION COMMENTÉE

Confortablement installés dans une salle de projection, découvrez l'exposition à partir d'une sélection d'œuvres. Les commentaires du conférencier vous éclaireront sur leur histoire et favoriseront ensuite un parcours en toute liberté, à votre rythme.

- DURÉE : 1H
- TARIF : 150 €
- DATES : HORS VACANCES SCOLAIRES : JEUDI 20 ET 27 AVRIL, 04 ET 11 MAI, 1<sup>er</sup>, 08, 15 ET 22 JUIN À 10H30 ET 12H

L'OFFRE ADULTES & FAMILLES

9

PRINTEMPS 2017

## ➤ Visites et ateliers pour adultes et familles

### Visite guidée de l'exposition avec un conférencier, durée 1h30

« Dans une exposition qui rassemble de nombreux chefs-d'œuvre, redécouvrez le génie créatif d'un géant de la sculpture disparu il y a cent ans. Accompagnés d'un conférencier, parcourez la carrière de Rodin et examinez son influence sur les artistes jusqu'à nos jours. »

### Visite-atelier adultes - dessins en promenade avec un conférencier, durée 2h

Des temps sont prévus pour dessiner.

« Vous aimez dessiner ? Vous êtes professeur d'arts plastiques ou responsable d'un atelier de dessin ? Amateur ou artiste professionnel ? Venez goûter, seul ou à plusieurs, à l'ambiance du Grand Palais en ouverture restreinte. Accompagné d'un conférencier, prenez le temps de remplir les pages d'un carnet de croquis de sculptures frémissantes et expressives. »

### Visite guidée famille (à partir de 5 ans) avec un conférencier, durée 1h

« Eclairés des commentaires d'un conférencier, découvrez en famille un artiste qui cherchait à rendre les mouvements de l'âme et du corps. »

### Visite-atelier famille (à partir de 5 ans), durée 2h (visite 1h et atelier 1h)

Modeler, sculpter, créer après la visite guidée de l'exposition, les participants sont invités à expérimenter le modelage.



*« Examinez les chefs-d'œuvre de Rodin, puis observez les créations nées du dialogue entre le maître et les artistes jusqu'à nos jours. Après la visite guidée de l'exposition, les participants sont invités à expérimenter le modelage pour réaliser un groupe sculpté. »*

**Visite-atelier (5-7 ans), durée 1h30**

Modeler, sculpter, créer après la visite guidée de l'exposition, les participants sont invités à expérimenter le modelage et l'assemblage pour créer une figure d'expression.

*« Examinez les chefs-d'œuvre de Rodin, puis observez les créations nées du dialogue entre le maître et les artistes jusqu'à nos jours. Après la visite guidée de l'exposition, les participants sont invités à expérimenter le modelage et l'assemblage pour créer une figure d'expression. »*

**Visite-atelier (8-11 ans), durée 2h**

Modeler, sculpter, créer après la visite guidée de l'exposition, les participants sont invités à expérimenter le modelage et l'assemblage pour créer une figure d'expression

*« Examinez les chefs-d'œuvre de Rodin, puis observez les créations nées du dialogue entre le maître et les artistes jusqu'à nos jours. Après la visite guidée de l'exposition, les participants sont invités à expérimenter le modelage et l'assemblage pour créer une figure d'expression. »*

**Visite guidée groupe (adultes) avec un conférencier, durée 1h30**

*« Dans une exposition qui rassemble de nombreux chefs-d'œuvre, redécouvrez le génie créatif d'un géant de la sculpture disparu il y a cent ans. Accompagnés d'un conférencier, parcourez la carrière de Rodin et examinez son influence sur les artistes jusqu'à nos jours. »*

**Projection commentée groupe (adultes), durée 1h**

Découverte de l'exposition à partir d'une sélection d'œuvres dans une salle de projection. Suivi d'une visite libre de l'exposition.

*« Confortablement installés dans une salle de projection, découvrez l'exposition à partir d'une sélection d'œuvres. Les commentaires du conférencier vous éclaireront sur leur histoire et favoriseront ensuite un parcours en toute liberté, à votre rythme. »*

➤ Galerie tactile

Proposée en fin d'exposition, cette galerie tactile présentant neuf œuvres permet de rendre la sculpture accessible aux personnes non ou malvoyantes et de proposer au public une autre approche des œuvres. Les moulages de résine sont disposés les uns auprès des autres sur une table et sont accompagnés d'un carnet explicatif et de cartels d'identification en braille et en gros caractères.

➤ Accessibilité handicap et champ social

Parcours autonome audioécrit, visite audioécrite avec conférencier à l'attention des malvoyants, CRTH-Souffleurs d'images, visite guidée langue des signes française, visites guidées et ateliers pour personnes souffrant de la maladie d'Alzheimer, visites guidées pour personnes à mobilité réduite...

**Annexe 15 : Mise en avant de *Rodin, l'exposition du centenaire* et de la programmation culturelle autour de l'exposition sur le site internet du Grand Palais**

grandpalais.fr/fr/article/rodin-toute-lexpo

**CLAUDEL & RODIN : ILS SE SONT AIMÉS AVEC FUREUR**  
 Article publié le 27 Avril 2017  
 Découvrez l'histoire d'un amour ardent mais aussi douloureux, source d'inspiration infinie pour les deux artistes qu'étaient Camille Claudel et Auguste Rodin !

À quoi peut bien penser cet homme plongé dans ses réflexions ? Découvrez l'histoire du *Penseur*, l'une des plus célèbres sculptures de Rodin.

**RODIN ET SA PORTE DE L'ENFER, LE TRAVAIL D'UNE VIE**  
 Article publié le 26 Avril 2017

**RODIN : LA PRESSE EN PARLE !**  
 Article publié le 24 Avril 2017  
 Découvrez ce que la presse pense de l'exposition du centenaire de la mort de Rodin au Grand Palais.

**LE SAVIEZ-VOUS ? #4 RODIN GUIDÉ PAR LA NATURE**  
 Article publié le 20 Avril 2017  
 En partenariat avec le musée Rodin, nous vous avons concocté des petites anecdotes sur la vie de l'artiste pour briller en société.

... nous vous avons concocté des petites anecdotes sur la vie de l'artiste pour briller en société.

... au Grand Palais.

**QU'ALLEZ-VOUS VOIR À L'EXPO RODIN ?**  
 Vidéo publié le 17 Mars 2017  
 Laissez-vous étonner, surprendre, fasciner par l'oeuvre Rodin !

**LES DEUX AMANTS DE RODIN, TROIS TONNES D'AMOUR AU GRAND PALAIS !**  
 Article publié le 19 Avril 2017  
 Quelle histoire se cache derrière la plus sensuelle des sculptures d'Auguste Rodin ? Levons le voile sur une oeuvre devenue un grand symbole de l'amour, exposée actuellement au Grand Palais.



## TU SAIS QUOI ? #2 - LE SCANDALE RODIN

Vidéo publiée le 7 Avril 2017

Il paraît que Rodin a moulé une de ses statues sur un modèle vivant !! Mais c'est vrai ça ?



Partager



Share this

J'aime 3

<http://www.grandpalais.fr/fr/an>

EMAIL

### DEMANDEZ LE PROGRAMME

Rodin. L'exposition du centenaire

22 Mars 2017 - 31 Juillet 2017

Tous les jours de 10h à 20h  
Nocturne le mercredi, vendredi et samedi de 10h à 22h

Fermé le mardi  
Fermé le lundi 1er mai et le vendredi 14 juillet

L'exposition participe à la Nuit européenne des musées le 21 mai. Centre des arts de 20h à 23h.

REGARDEZ, LISEZ, ÉCOUTEZ



Accueil » Magazine » Puzzles Rodin

## PUZZLES RODIN

Recompose les chefs-d'œuvre du sculpteur Auguste Rodin. À toi de jouer !



Ajouter aux favoris

Article

Le 6 Avril 2017

Commentaires (0) - Vues (413)

Mots-clés

jeune public, jeu, puzzle, Rodin, le penseur

Partager



Share this

J'aime 2

<http://www.grandpalais.fr/fr/article>

EMAIL

À LIRE AUSSI

QUI EST AUGUSTE RO-

Puzzles Rodin | rmn

jeunepublic.grandpalais.fr/puzzles-rodin/facile

# Puzzles Rodin

## Recompose les chefs-d'œuvre de Rodin

Bienvenue dans l'atelier du grand sculpteur Auguste Rodin !  
Joue pour découvrir trois de ses plus belles œuvres.

Pour commencer, choisis ton niveau de difficulté :

- **Facile** : 12 pièces
- **Moyen** : 24 pièces
- **Difficile** : 36 pièces

Petite astuce pour tourner les pièces du puzzle :

- **Sur ordinateur** : utilise les flèches de ton clavier
- **Sur tablette** : tape sur la pièce pour qu'elle tourne à 90°

NIVEAU FACILE    NIVEAU MOYEN    NIVEAU DIFFICILE






Puzzles Rodin | rmn

jeunepublic.grandpalais.fr/puzzles-rodin/facile

## Recompose les chefs-d'œuvre de Rodin

MÉLANGER



**Programmation culturelle organisée par le Grand Palais autour de *Rodin, l'exposition du centenaire* :**

➤ Le colloque

***Rodin : l'onde de choc***, mercredi 22 et jeudi 23 mars

Présidence du comité scientifique Catherine Chevillot, directrice du musée Rodin

Trois thèmes sont explorés durant ce colloque par vingt chercheurs et historiens de l'art :

- les échanges féconds de Rodin et des écrivains
- l'internationalisation de l'œuvre du maître
- l'intérêt des artistes contemporains pour Rodin.

Mercredi 22 mars

9h30-13h : L'œuvre du sculpteur entre littérature et historiographie

14h30-17h30 : La réception internationale de Rodin (1ère partie)

Jeudi 23 mars

10h-13h : La réception internationale de Rodin (2ème partie)

14h30-17h30 : Relectures dans l'art contemporain

Entrée libre et gratuite à l'Auditorium, accès prioritaire sur présentation d'une invitation à retirer sur [www.grandpalais.fr](http://www.grandpalais.fr)

➤ Les rencontres

***Rodin. L'exposition du centenaire***, vendredi 31 mars à 12h30

Conférence inaugurale par les commissaires, Catherine Chevillot, conservateur général, directrice du musée Rodin et Antoinette Le Normand Romain, conservateur général

***La Porte de l'Enfer ou le rêve du « livre architectural »***, mercredi 26 avril à 18h30

Rodin face à Hugo, Baudelaire et Mallarmé. Conférence par Sébastien Mullier, professeur de littérature française

***L'exemple de Rodin***, mercredi 3 mai à 18h30

Conversation avec Maryline Desbiolles, écrivain, auteur de l'ouvrage « Avec Rodin » (Fayard, 2017) menée par Caroline Broué, journaliste, productrice de « La Matinale du samedi » sur France Culture

***Rodin***, film de Jacques Doillon (2017), mercredi 31 mai à 18h30

Entrée libre et gratuite à l'Auditorium pour les Rencontres, accès prioritaire sur présentation d'une invitation à retirer sur [www.grandpalais.fr](http://www.grandpalais.fr)

➤ Les performances artistiques

Lundi 22 mai à partir de 14h en salle d'exposition avec les étudiants de Paris 8 en arts du spectacle vivant et arts plastiques et Katia Légeret, professeur de l'Université Paris 8 / Labex Arts-H2H

➤ Le Week-end Famille

*Et la musique, Monsieur Rodin ?*, dimanche 23 avril à 15h30

Concert en famille avec l'Ensemble Hélios : Mozart, Glück, Beethoven, Debussy et deux créations d'Antonin Rey et Tobias Feierabend

➤ La Nuit européenne des musées

Samedi 20 mai, ouverture exceptionnelle de 20h à minuit

Danse contemporaine dans les salles de l'exposition Rodin avec les danseurs du film de Bruno Aveillan : Juliette Gernez, Yan Giraldou, Joakim Lorca et Charlotte Siepiora

➤ La Fête de la musique

Mercredi 21 juin à 18h30, Auguste Rodin - Joseph Mařatka / Paris-Prague 1900-1917-2017.

Concert de Kryřtof Mařatka, compositeur et pianiste, petit-fils du sculpteur ami de Rodin, Joseph Mařatka

➤ Le Documentaire

Les mercredis 29 mars, 5, 19 et 26 avril, 3, 10, 17 mai, 14 juin, à 16h.

*La Turbulence Rodin* de Claire Duguet, 2017, 52 min

➤ Les films du vendredi

***Divino Inferno - Et Rodin créa la Porte de l'Enfer***, de Bruno Aveillan, 2017, 1h

Vendredi 31 mars, 28 avril, 26 mai, et 2 juin à 14h

***Anna Halprin et Rodin - Voyage vers la sensualité***, de Ruedi Gerber, 2015, 1h02

Vendredi 2 juin à 12h

***Camille Claudel***, de Bruno Nuytten, 1988, 2h55

Vendredi 9 juin à 12h

## Annexe 16 : Dépliant de l'exposition *Christian Dior, couturier du rêve*



Christian Dior  
Robe Opéra de la Haye  
Haute couture printemps-été 1955  
Paris, Dior Héritage

Marc Bohan pour Christian Dior  
Tailleur Dior  
Haute couture automne-hiver 1961  
Paris, Dior Héritage

Musée des Arts Décoratifs  
107 rue de Rivoli, 75001 Paris  
Tél / Phone : +33 (0)1 44 66 67 60  
Fax : +33 (0)1 44 66 67 64  
www.lesartsdecoratifs.fr

Heures d'ouverture  
Du mardi au dimanche de 11h à 18h  
soirées : jeudi de 18h à 21h  
Fermé le lundi  
Opening hours  
Tuesday to Sunday, 11 a.m. to 6 p.m.  
Late evening: Thursday, 6 p.m. to 9 p.m.  
Closed Mondays

Réservation, achat à l'avance des  
billets d'accès / Reservations, advance  
tickets sales  
www.lesartsdecoratifs.fr  
www.lesartsdecoratifs.fr

Le département pédagogique et culturel organise des visites pour adultes,  
groupes ou individuels — réservation : +33 (0)1 44 66 69 26 — et des visites-  
ateliers et visites guidées autour d'une exposition pour les jeunes de 4 à 18  
ans — réservation : +33 (0)1 44 66 69 25.

The Educational and Cultural Department organises museum tours for adults, groups and  
individuals — reservation: +33 (0)1 44 66 69 26 — and thematic workshops around exhibits  
tour related to an exhibition for 4 to 18 years old — reservation: +33 (0)1 44 66 69 25.

L'exposition a été conçue par Les Arts Décoratifs, Paris et réalisée avec le  
soutien de la Maison Christian Dior Elle a bénéficié du mécénat généreux de  
la Maison Swarovski. The exhibition was organised by Les Arts Décoratifs, Paris  
with the support of the House of Christian Dior It benefited from the generous patronage  
of the House of Swarovski.

107RIVOLI  
ART MODE DESIGN  
L'agence boutique  
107 rue de Rivoli, 75001 Paris  
Tél / Phone : +33 (0)1 42 60 64 94  
Ouvert de 11h à 18h30  
Fermé le lundi  
Open daily, 11 a.m. to 6:30 p.m.  
Closed Mondays

LOULOU  
Le restaurant - le bar - le terrace  
107 rue de Rivoli, 75001 Paris  
ou accès par les jardins du Carrousel  
Tél / Phone : +33 (0)1 42 60 41 96  
Ouvert tous les jours de 12h à 2h  
Open daily, midday to 2 a.m.

Photo couverture : Emma Samssonson



LES ARTS DÉCORATIFS 5 JUILLET 2017 - 7 JANVIER 2018

Le musée des Arts décoratifs célèbre l'anniversaire marquant  
les 70 ans de la création de la maison Christian Dior.  
Cette exposition, riche et dense, invite le visiteur à découvrir  
l'univers de son fondateur et des couturiers de renom qui lui ont  
succédé : Yves Saint Laurent, Marc Bohan, Gianfranco Ferré,  
John Galiano, Raf Simons et tout récemment Maria Grazia Chiuri.

Emotions, histoires vécues, affinités, inspirations, créations  
et filiations relient cette sélection de plus de 300 robes de haute  
couture conçues de 1947 à nos jours.

À leurs côtés, et pour la première fois de manière aussi exhaustive,  
sont présentés toiles d'atelier et photographies de mode, ainsi  
que plusieurs centaines de documents (illustrations, croquis,  
photographies de reportage, lettres et manuscrits, documents  
publicitaires...), et d'objets de mode (chapeaux, bijoux, sacs,  
chaussures, flacons de parfum...). Christian Dior fut aussi un  
homme de l'art et un amoureux des musées : plus de 70 années de  
création dialoguent ainsi avec tableaux, meubles et objets d'art.

Ces œuvres soulignent et prolongent le regard de Christian Dior  
en explorant les liens qu'il a su tisser entre la couture et toutes  
les formes d'art, définissant l'empreinte de la maison.



Yves Saint Laurent pour Christian Dior  
Robe Brava cocktail  
Haute couture printemps-été 1958  
Paris, Fondation Pierre Bergé - Yves Saint Laurent

Maria Grazia Chiuri pour Christian Dior  
Robe Sacca Diorwin  
Haute couture printemps-été 2017  
Paris, Dior Héritage



John Galiano pour Christian Dior  
Veste et jupe brodées  
Haute couture printemps-été 2004  
Paris, Dior Héritage

The Musée des Arts Décoratifs is celebrating the 70<sup>th</sup> anniversary of the  
creation of the house of Dior. This lavish and comprehensive exhibition  
invites visitors on a voyage of discovery through the universe of  
the house of Dior's founder and the illustrious couturiers who succeeded him:  
Yves Saint Laurent, Marc Bohan, Gianfranco Ferré, John Galiano,  
Raf Simons and, most recently, Maria Grazia Chiuri.

The selection of over 300 haute couture gowns designed between 1947  
and the present day has a unifying thread of emotions, life stories, affinities,  
inspirations, creations and legacies.

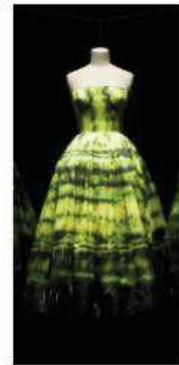
Alongside the dresses is the most wide-ranging display to date of atelier  
toiles and fashion photographs, as well as hundreds of documents, including  
illustrations, sketches, documentary photographs, letters and notes  
and advertising documents, and fashion accessories, including hats,  
jewellery, bags, shoes and perfume bottles. Reflecting the fact that Christian  
Dior was also a knowledgeable art lover who attended museums, designs from  
over 70 years intersect with a selection of paintings, furniture and objects d'art.

These works highlight and develop Christian Dior's outlook by exploring  
the ties he forged between couture and all forms of art, refining the house of  
Dior's enduring influence.



Gianfranco Ferré pour Christian Dior  
Robe Juliette  
Haute couture printemps-été 1992  
Paris, Dior Héritage

Raf Simons pour Christian Dior  
Robe du soir  
Haute couture automne-hiver 2012  
Paris, Dior Héritage



Annexe 17 : Visuels de la scénographie de l'exposition *Christian Dior, couturier du rêve* au musée des Arts décoratifs



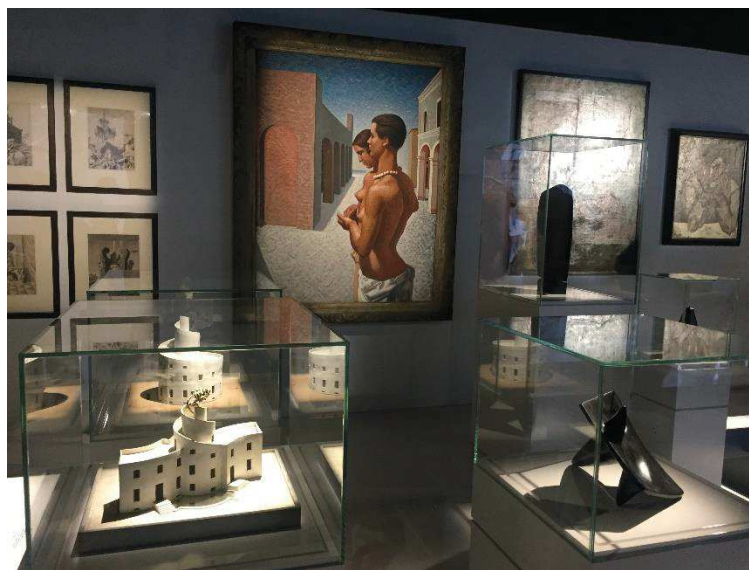
Portrait de Christian Dior, 1954  
Huile sur toile  
Collection privée

---

**Bernard Buffet**

Portrait of Christian Dior, 1954  
Oil on canvas  
Private collection

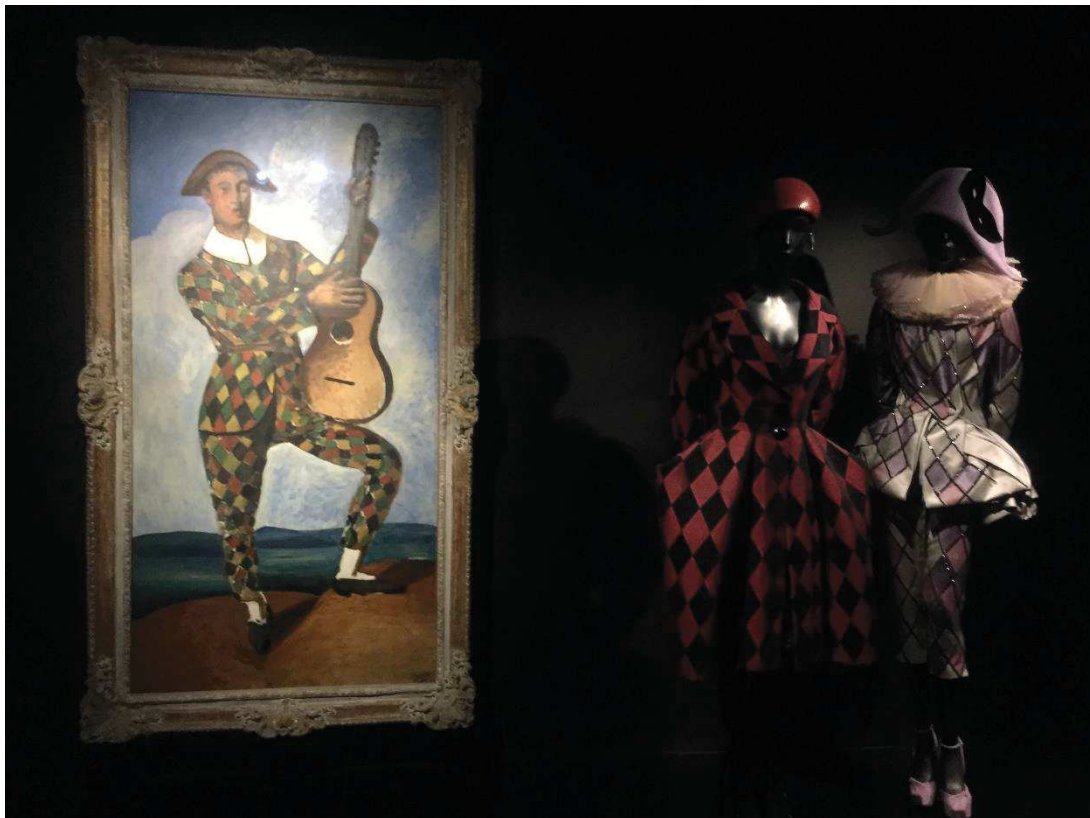




1933-1976  
 Bronze peint et assemblage d'objets variés : maïs, plumes, perles, peinture sur plastique, encre, sable et deux porcs-plume en bois  
 Édition de 1976. La première version de cette œuvre a été exposée à la galerie Pierre Colle en 1933, à l'occasion de l'Exposition surréaliste  
 Principauté d'Andorre, collection privée

**BUSTE DE FEMME RÉTROSPECTIF**  
 Salvador Dalí (1904-1989)





1924  
Huile sur toile  
Paris, musée de l'Orangerie, collection Jean Weber et Paul Guillaume  
Inv. RF 1960-43

---

**ARLEQUIN À LA GUITARE**  
André Derain 1880-1934

Haute couture automne-hiver 1995  
Collection Paul Cézanne  
Manteau du soir matelassé; robe en taffetas  
brodé de perles  
Paris, collection Dior Héritage  
Inv. 1996.6

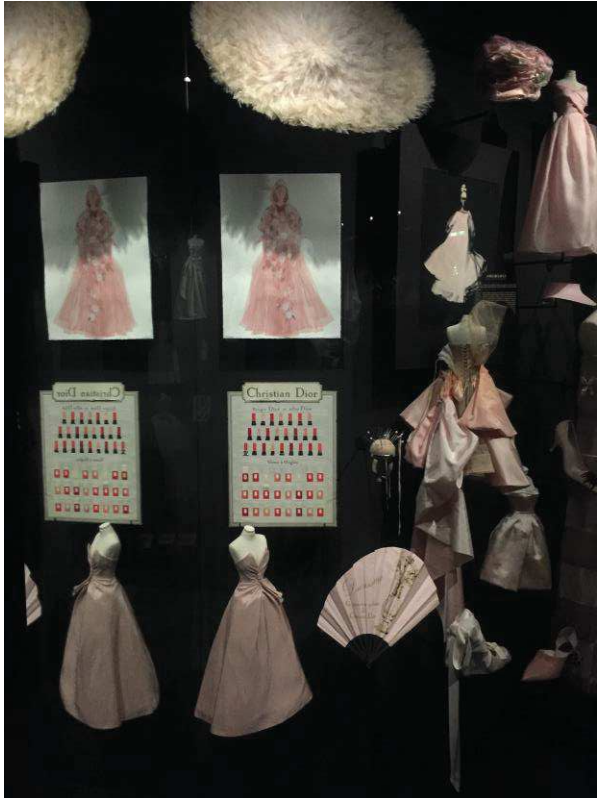
---

**ARLEQUIN 1880-1890**  
Christian Dior - Gianfranco Ferré

Haute couture automne-hiver 2007  
Ensemble en satin duchesse brodé  
Paris, collection Dior Héritage  
Inv. 2008.16

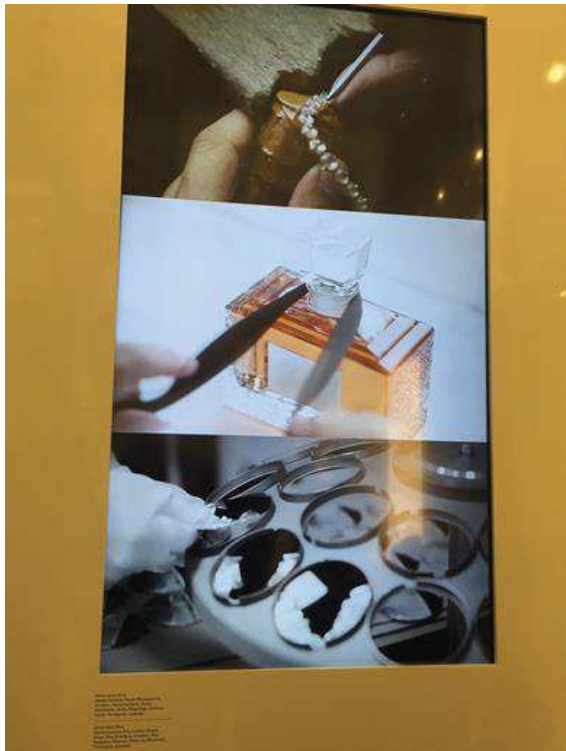
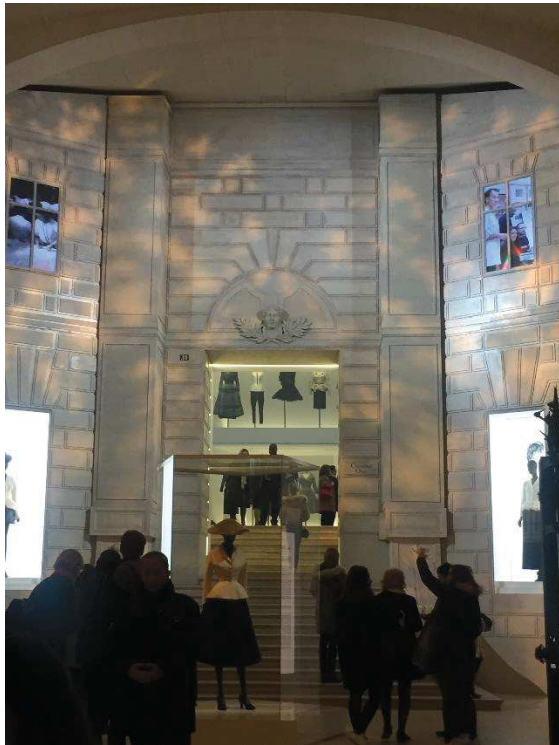
---

**MICHAELA KOCIANOVA** inspired by Picasso  
Christian Dior - John Galiano





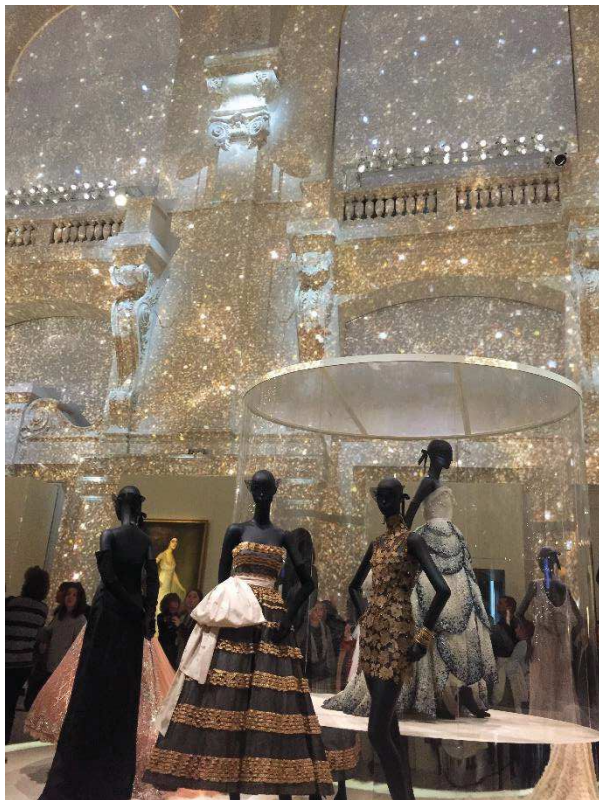












**Annexe 18 : Large échantillon d'avis de visiteurs laissés sur le livre d'or de l'exposition  
*Christian Dior, couturier du rêve* :**

« J'adore Dior ! C'était magnifique. Excellente exposition sur un homme qui a rendu la culture française encore plus riche. Le goût par excellence »

« Quel travail pour cette magnifique exposition, bravo ! »

« Merci pour le rêve et l'émotion »

« Très très belle expo !! Nous en avons pris plein les yeux ! Merci »

« Les croquis nous font rêver, merci beaucoup ! »

« Merci beaucoup, c'est trop beau »

« Exposition magnifique, sublime et féérique. Nous sommes fières d'avoir participé à cette magie... »

« Superbe. Paris je t'aime »

« It was magnifique. Love from Amsterdam »

« Une exposition vraiment magique. Que de beauté ! »

« On m'avait dit A NE PAS RATER et effectivement il n'y a pas assez de mots pour définir la beauté et l'émerveillement que j'ai éprouvé. Merci mille fois à tous ceux qui y ont participé. »

« Bravo, c'est trop beau et stupéfiant. J'adore et aussi pour les décorateurs c'est magnifique. »

« I'm breathless...Fashion coma. J'adore ! »

« J'adore. It's beathtaking to see how different designers' collections are aligned together and they look oddly similar and remain the dior's style in it. Legendary. Kara from Honk-Kong »

« Féérique »

« Epoustouflant. Une mise en scène 5 étoiles. »

« Juste sublissime. »

« Toutes ces belles choses me rappellent mes jeunes années. Très beau travail. »

« Magnifique exposition, très bien fournie (merci le fonds Dior) et scénographie merveilleuse : on plonge dans l'univers ! Pédagogique avec le focus sur chaque Directeur Artistique. Par contre petit souci de circulation, les vidéos et les DA bloquent la visite car nous sommes nombreux à venir visiter ! Sinon : Merci encore ! Vive la culture pour tous.

« Wonderful, Beautiful, Inspiring, Magical »

« Que de rêve(s) »

« Unforgettable »

« Superbe. Rien à dire. Plongée dans l'univers Dior. Moment unique. Camille et la famille, de Monaco »

« Une exposition magique. Une scénographie de rêve. Des robes œuvres d'art. Délicieux moment. »

« Superbe exposition. Nous avons rêvé ».

« L'exposition était extraordinaire. »

« Merveilleux !!! Quelle magnifique scénographie pour de si belles pièces !!! Merci »

« Epoustouflant ! J'adore »

« Splendide ! Nous en avons pris plein les yeux. La dernière salle, l'apothéose... »

« Magnifique, une merveille, on repart avec des paillettes plein les yeux. »

« Je n'ai jamais vu une expo aussi belle !!! Bravo pour la scénographie, un plaisir des yeux. »

« Amazing art exhibition »

« Une exposition de toute beauté ! où riment élégance et féminité. Un réel plaisir pour les yeux. »

« Simplement magique »

« Une des plus belles expositions depuis 10 ans !!! »

« De nouvelles surprises à chaque nouvelle pièce »

« Magnifiques pièces et beaucoup de rêves »

« Des étoiles plein les yeux »

« Du rêve à portée de main »

« Du rêve, de la beauté, des courbes, des robes somptueuses et encore du rêve. »

« Féérique, magique, très talentueux »

« Venus des Emirats Arabes Unis, nous avons adoré l'exposition »

« J'ai adoré, c'était un rêve éveillé »

« Super exposition, magnifique, splendide. Très belle muséographie ! Quel beau travail ! »

« Expo canonissime, c'est que du bonheur. J'ai vraiment envie d'essayer les robes. »

« Merveilleuse exposition, autant pour les robes que pour leur mise en scène. La magie opère. Une belle réussite ! On y retournerait tous les jours ! »

« Je suis encore sous le charme, avec ma sœur on a passé un superbe moment. »

« Superbe exposition, cela m'a donné de l'inspiration pour mes futurs dessins et illustrations. »

« Plus belle expo des Arts décos depuis Barbie. Bravo »

« Exposition magnifique, les robes bien sûr mais aussi leur mise en scène. Merci »

« Pour mes parents qui auraient adoré. »

« Hommage sublime à un art qui nous fait rêver »

« Une promenade onirique...un vrai conte de Noël... »

« Absolument parfait. »

« Très jolie exposition et somptueux décor »

« Magnifique exposition ! Pourquoi pas un musée ? »

« Merci pour cette exposition. J'admire réellement le travail que vous avez fait. »

« Merci pour cette exposition qui montre aux gens que la mode est aussi une question d'art et que cet art peut donner naissance à quelque chose de merveilleux comme la naissance de la marque Dior. »

« Superbe exposition, mention spéciale pour la toute dernière œuvre « 30, avenue Montaigne » par Xavier Casalta. Voir la célèbre devanture tout en pointillés, ça n'a pas de prix ... »

« C'était super classe, même les robes de mes rêves n'étaient pas aussi belles. »

24/12/2017  
 CHANEL + PFFER  
 (HUGO)

Trois belles expositions  
 Sublime - Du Brio

Une exposition  
 qui fait rêver!

De rêve à  
 parler de main!

21/12/17  
 Du rêve, et la beauté  
 des courbes, des robes  
 somptueuses et encore  
 du rêve...

Bravo Sopoz

21/12/17  
 Affascinante  
 Soelle

21/12/17  
 M. è parvata  
 un sacco  
 Amalasia

21/12/17  
 C'est chef  
 Marianne

21/12/17  
 Magnificent!  
 Ufa a Jagan!  
 Judy

21/12/17  
 Ses yeux émerillants - Non sans les yeux  
 intenses

Venus des Emirats Arabes Unis  
 nous avons adoré l'épique

Very nice exhibition Christian Dior  
 was a very creative designer!

exposées sur cette route

Super exposition, magnifique, splendide robe tutu

Trois belle muséographie! Quel beau travail!

26/17 A beautiful exhibition, wow! - Eva Ray

Fabulous

26/17 Tout simplement magnifique!

21/12/17 Epoustouf!

26/12/17 J'ai adoré, c'était un rêve éveillé! Merci ♥

26.12.2017

Merveilleuse exposition, autant pour les robes que pour  
 leur mise en scène. La magie opère  
 Une belle réussite! On y retournerait tous les jours!  
 Je suis encore sous le charme, avec ma robe on a passé  
 un superbe moment. *Maria Jan*  
 Brandon Eckel

Merci ♥

Expo canonissima c'est que du bonheur. J'ai  
 énormément envie d'essayer les robes

Superbe exposition, cela m'a donné de l'inspiration pour  
 mes futurs dessins & illustrations.  
 Doria-Adanké [www.blackandbeautiful.fr](http://www.blackandbeautiful.fr)

Exposition  
 magnifique - les robes  
 Jean mi mais aussi leur  
 mise en scène. Merci - Sandra 26/12/17

Plus belle expo des Arts Déco  
 depuis Barbès ♥  
 Bravo Félicie Desobry-Pomgault

Un grand MERCI pour cette très belle exposition!!!  
 #

No More  
 Things  
 Than Dior!  
 KORYN

Bon mes parents  
auraient adoré  
Bénicia

L'expo est délicieuse!  
Paula et Kloc  
Painip

Hommage sublime  
à un art qui nous fait  
vivre!  
BZB

Belle expo - partage  
avec ma fille L.

Merci pour  
cette dernière expo  
la Lumera sont deels  
Merci Merci Merci MD

Wow!  
Mati Carina  
2019, 23 décembre

Hommage aux conseils  
qui se sont réunis les doigts  
pour que des amies puissent  
parader.

cool!!!  
Wax 2  
cool... (ironie)

très bonne  
visite j'ai  
adoré

C'était bien  
J'ai adoré la dernière  
salle Margot

Une promenade onirique...  
un vrai conte de fées?  
Merci ST.

! Chevereze!  
Cam

l'expo est magique!  
et super intéressante

Magnifique  
Exposition  
Bepersonza  
Pérou 21/12/2017 Merci!

Époustouflant!  
C'est vraiment  
abominable, mdr!!!

Merci pour cette  
exposition qui montre un  
sens que le monde est dans  
une question d'être et que c'est  
cette part d'être humaine, comme la  
nature une la nature des  
êtres.

Très jolie exposition et  
superbe déco!  
Merci  
Lana

Magnifique  
exposition  
Cherise  
elle  
Exposition époustouflante  
Jadore  
Cherise

Super  
beau!  
Les beaux de j'nao

MAGNIFIQUE  
MA  
CHERIIIIIE!

Exposition sublime  
Merci  
Maëlle  
Corard

Inoubliable  
comme exposition  
Stephanie

Sublime!

★ ★ ★ ★  
★ Magnifique,  
★ Sublime,  
★ Trop beau...  
★ Tout ce que vous voyez  
★ mais... Superbe!!!

Sublime  
expo!!!  
Nous repartons  
des états pleins  
de jeunesse.

C'était super!  
Constantine 26/12/17

Amaï, Aurélien,  
et  
Berthille.

Superbe exposition,  
mention spéciale pour  
la toute dernière œuvre  
"30, Avenue Montaigne"  
par Xavier Casalta!  
Voir la célèbre devanture  
tout en pointillés, ça n'a pas de prix...  
Laura

Très belle  
exposition!  
C'est impressionnant  
les belles robes!  
Céclaf

J'adore DIOR!


WOAW !!!  
Époustouflant de classe  
Merci  
Pascal

C'était super classe, même les robes de mes  
règles n'étaient pas aussi belles b  
Wooo!!!

J'ai ADORÉ CETTE EXPOSITION.  
YANN - 26/12/17

Une expo  
Magnifique  
C'est très belles  
les robes  
Super  
Genial!!!

Jadore Dior  
Love





## **Annexe 19 : Echantillons de retombées dans les médias sur l'exposition *Christian Dior, couturier du rêve***

### **L'EXPRESS :**

« Christian Dior aux Arts déco : dans les coulisses de l'expo monumentale »  
« Il n'y avait pas eu d'exposition consacrée à Christian Dior, à Paris, depuis trente ans. Organisée par les Arts décoratifs, l'événement qui célèbre les 70 ans de la maison de couture et qui a déjà attiré pas moins de 600 000 personnes depuis son ouverture à l'été 2017 mérite tous les superlatifs. » « Une exposition exigeante et populaire » « Notre responsabilité est énorme, admet Olivier Gabet. Beaucoup de personnes risquent de venir pour la première fois dans un musée, attirées par le nom de Dior. Ces gens vont peut-être découvrir par la même occasion des œuvres comme celle de Boldini ou de Vigée Le Brun. Nous avons essayé de construire une exposition exigeante, mais aussi très populaire, dans le sens noble du terme, avec des textes clairs et des informations nettes. Pour qu'un public d'amateurs puisse entrer sans crainte de ne pas comprendre. »

« Le visiteur est pris par la main dans un monde féérique et érudit ».

« Dans une exposition, on essaie d'atteindre deux buts, explique Florence Müller : faire en sorte que les gens apprennent quelque chose, mais aussi qu'ils ressentent une émotion. Avec Christian Dior, une robe est une sculpture. On y découvre des volumes, des ombres, des lumières... »

« A la fin de votre parcours, vous aurez peut-être été marqué par quelques modèles. Sans parfois retenir le nom de son créateur. Mais vous allez surtout retenir un effet d'éblouissement. », Olivier Gabet.

Source : [https://www.lexpress.fr/styles/mode/dior-exposition-au-musee-des-arts-decoratifs-visite-guidee\\_1923221.html](https://www.lexpress.fr/styles/mode/dior-exposition-au-musee-des-arts-decoratifs-visite-guidee_1923221.html)]

### **TELERAMA :**

« Christian Dior, couturier du rêve »

« Le parcours historique dense, enrichi de documents, d'accessoires et de photographies de mode, va crescendo basculer dans la féerie, la démesure et le show totalement hors norme, à l'image de la puissance de la marque internationale. »

Source : <http://sortir.telarama.fr/evenements/expos/christian-dior,-couturier-du-reve.n4858614.php>]

### **CONNAISSANCE DES ARTS :**

« Le magicien Dior au musée des Arts décoratifs »

« Signée Nathalie Crinière, la scénographie de l'exposition plonge en outre le visiteur au cœur même des thèmes chers au couturier et à ses talentueux successeurs. D'une galerie d'art à un atelier, en passant par un boudoir et une salle de bal, le voyage promet d'être enchanteur... »

Source : <https://www.connaissancedesarts.com/design-et-decoration/le-magicien-dior-au-musee-des-arts-decoratifs-1171816>

### **BEAUX ARTS :**

« 6 expos mode pour passer l'été avec style »

« Le parcours retrace l'histoire de la maison depuis 1947, dévoile les savoir-faire et explore les thématiques chères à Christian Dior – qui fut tout d'abord galeriste – ainsi qu'aux couturiers qui lui succédèrent, d'Yves Saint Laurent à Maria Grazia Chiuri. C'est aussi une véritable invitation au voyage, qui mène le visiteur de la Chine à l'Égypte, en passant par un jardin aux glycines odorantes. »

Source : <https://www.beauxarts.com/lifestyle/6-expos-mode-pour-passer-lete-avec-style//>

### **CULTURE BOX :**

« Derniers jours pour l'exposition *Christian Dior, couturier du rêve* au MAD »

« L'exposition "Christian Dior, couturier du rêve" qui a atteint des sommets de fréquentation depuis son ouverture le 5 juillet ferment ses portes ce 7 janvier 2018. » « Dès fin octobre 2017, avec près de 400 000 visiteurs accueillis en quatre mois, le musée des Arts décoratifs bat ses records de fréquentation pour une exposition. " Pour nous c'est un cas absolument exceptionnel " déclarait alors le directeur du musée Olivier Gabet (...) À titre de comparaison parmi les expositions récentes les plus fréquentées du musée, celle sur Barbie en 2016 avait attiré 240 000 visiteurs en six mois, et en mode celle sur Dries Van Noten en 2014 avait séduit 160 000 visiteurs sur une durée de huit mois. »

" C'est une exposition de mode populaire. On intéresse les gens de 7 à 77 ans, issus de tous les profils sociaux et horizons culturels", a poursuivi le directeur du musée, se réjouissant du " buzz incroyable " autour de cette manifestation " en France et à l'international ". Il estime à plus de la moitié la part des visiteurs étrangers. »

Source : <https://culturebox.francetvinfo.fr/mode/les-arts-deco-face-a-son-succes-l-expo-christian-dior-ouvrira-aussi-le-soir-267101>

**VOGUE :**

« Dior célèbre ses 70 ans au Musée des Arts Décoratifs » par Manon Garrigues

« A l'occasion de son 70ème anniversaire, Dior expose ses plus belles créations imaginées par ses directeurs artistiques emblématiques au sein du Musée des Arts Décoratifs de Paris. Un rendez-vous incontournable pour les aficionados de la maison de l'avenue Montaigne. »

Source : [www.vogue.fr/culture/a-voir/diaporama/exposition-christian-dior-arts-decoratifs-paris-70-ans/42710](http://www.vogue.fr/culture/a-voir/diaporama/exposition-christian-dior-arts-decoratifs-paris-70-ans/42710)

**ELLE :**

« Vous n'avez pas encore vu l'expo Christian Dior au Musée des Arts Décoratifs ? Nous vous offrons vos places ! » par Elle La Rédaction

« C'est l'exposition dont tout le monde parle. (...) Un parcours féérique qui plonge les visiteurs dans l'univers de son fondateur et de tous les grands couturiers qui lui ont succédé (...) Magique ? Grandiose ? Majestueuse ?... On ne sait quel superlatif utiliser pour qualifier l'exposition « Christian Dior, Couturier du rêve », qui se tient actuellement au Musée des Arts Décoratifs. Sur près de 3 000 mètres carrés, les visiteurs sont invités à slalomer entre plus de 300 robes de Haute Couture, conçues de 1947 à nos jours. Aux côtés de ces créations d'exception, qui font pétiller les yeux des petits comme des grands, sont présentées des toiles d'atelier et des photographies de mode, ainsi que plusieurs centaines de documents (illustrations, croquis, photographies de reportage, lettres et manuscrits, documents publicitaires...) et d'objets de mode (chapeaux, bijoux, sacs, chaussures, flacons de parfums...). Au total, c'est plus de 70 années de création qui dialoguent également avec des tableaux, des meubles et des objets d'art. Ces œuvres soulignent et prolongent le regard de Christian Dior, homme de l'art et grand amoureux des musées, en explorant les liens qu'il a su tisser entre la couture et toutes les formes d'art, définissant l'empreinte de la Maison. »

Source : [www.elle.fr/Loisirs/Sorties/Musees-Expos/Vous-n-avez-pas-encore-vu-l-expo-Christian-Dior-au-Musee-des-Arts-Decoratifs-Nous-vous-offrons-vos-places-3548663](http://www.elle.fr/Loisirs/Sorties/Musees-Expos/Vous-n-avez-pas-encore-vu-l-expo-Christian-Dior-au-Musee-des-Arts-Decoratifs-Nous-vous-offrons-vos-places-3548663)

**L'HOMME NOUVEAU :**

« A la découverte de Christian Dior, couturier du rêve »

« C'est un univers de conte de fée que l'on découvre. » « La scénographie de cette exposition qui fait dialoguer œuvres d'art et robes est parfaitement réussie. Et le visiteur ébloui par toutes ces magnificences sort sur un petit nuage. »

Source : [www.hommenouveau.fr/2270/culture/a-la-decouverte-de-christian-dior--couturier-du-reve.htm](http://www.hommenouveau.fr/2270/culture/a-la-decouverte-de-christian-dior--couturier-du-reve.htm)

**BEAUTYLICIEUSE :**

« Christian Dior, Couturier du rêve – L’expo à voir absolument ! »

« J’avoue que je n’avais pas forcément prévu d’écrire un article sur l’exposition « Christian Dior, couturier du rêve » aux Arts décoratifs – ayant pas mal snappé et fait des stories –, mais vu le nombre de demandes reçues à ce sujet, m’y voici ! »

« Je vous conseille 1001 fois cette exposition riche et sublissime. On est comme plongé dans une autre époque, une autre vie. »

Source : [www.beautylicieuse.com/christian-dior-couturier-du-reve-lexpo-a-voir-absolument/](http://www.beautylicieuse.com/christian-dior-couturier-du-reve-lexpo-a-voir-absolument/)

**THE GUARDIAN :**

« Major Paris exhibition celebrates 70 years of Dior fashions »

« Upon reaching the large final gallery – the “Dior ballroom” – where a shimmering projection of stars cascades over gowns such as Elizabeth Taylor’s 1961 Academy Awards dress and gold Galliano haute couture, visitors with only a passing interest in fashion may find themselves running out of superlatives. »

Source : <https://www.theguardian.com/fashion/2017/jul/03/major-paris-exhibition-celebrates-70-years-of-dior-fashions/>

**THE TELEGRAPH :**

« Why 'Dior, Couturier des Reves' is this year's must-see fashion exhibition » « There’s a new show in town that elegantly dances round all the usual problems with fashion exhibitions. Result: one of the best I’ve ever seen. The town is Paris. When it comes to fashion exhibitions, they really do it best, no argument.(...) However skeptical you feel about the increasing number of blockbuster museum events generously sponsored by their subjects, I challenge you to leave this one not just determined to be a little more elegant and elevated in everything you do, but quite a bit more knowledgeable about social history. »

Source : [www.telegraph.co.uk/fashion/style/dior-couturier-des-reves-years-must-see-fashion-exhibition//](http://www.telegraph.co.uk/fashion/style/dior-couturier-des-reves-years-must-see-fashion-exhibition//)

## **Annexe 20 : Guide d'entretien avec les visiteurs de l'exposition *Rodin, l'exposition du centenaire***

Les informations suivantes sont notées en préambule : âge, sexe, métier, ville d'origine

### **1) Parlez-moi de votre fréquentation des musées et expositions en général**

Relances envisagées en fonction des points déjà abordés spontanément par la personne interrogée et à adapter selon le déroulé de la conversation :

- Quels sont les musées dans lesquels vous vous rendez ?
- Quels types d'expositions allez-vous voir en général ?
- A quelle fréquence allez-vous dans les musées ?
- Avec qui vous y rendez-vous en général ? (seul, avec le conjoint, en famille, entre amis, entre collègues...)

### **2) Parlez-moi plus précisément des expositions temporaires auxquelles vous vous rendez**

Relances envisagées suivant les réponses de la personne interrogée car il y a des interactions entre les questions 1 et 2 :

- Quelles expositions temporaires allez-vous voir ?
- Qu'est-ce qui vous plaît dans les expositions temporaires ?
- Cherchez-vous à élargir vos connaissances, à satisfaire une curiosité intellectuelle ?
- Recherchez-vous une stimulation multisensorielle dans ces expositions ?
- Est-ce un moyen pour vous de vous divertir, de sortir de votre quotidien ?
- Est-ce un moyen d'entretenir des liens avec d'autres personnes en y allant par exemple à plusieurs ou en échangeant dessus plus tard (avec vos amis ? vos collègues?...)
- Certaines expositions vous semblent-elles incontournables, à ne pas rater ? Pourquoi ?

### **3) Comment vous informez-vous sur les expositions temporaires que vous allez voir ?**

Relances envisagées :

- Lisez-vous / écoutez-vous les critiques des expositions avant de vous y rendre ?
  - Dans la presse ? (laquelle : généraliste ? spécialisée ?)

- À la Télévision ?
- Sur Internet ? (site du musée ? / sites spécialisés ? / sites généralistes ? / réseaux sociaux ? / forums ? / blogs ? ...)
- A la radio ?
- Par le bouche à oreille (amis, famille, collègues...)
- Tenez-vous compte de ces critiques dans vos choix ? Tenez-vous compte de certaines sources de recommandations plus que d'autres ?
- Prêtez-vous attention aux affiches d'expositions (dans le métro, la rue, les abribus) ?

#### **4) Comment avez-vous choisi cette exposition sur Rodin ?**

Relances envisagées :

- Vous l'a-t-on conseillée ?
- Comment avez-vous entendu parler de cette exposition ? TV / Presse / Affichage / Internet (site du musée / sites spécialisés / sites généralistes / réseaux sociaux / forums / blogs...) Radio / Bouche à oreille (amis, famille, collègues...)
- Qu'avez-vous entendu à propos de cette exposition avant de vous y rendre ?
- Avez-vous vu les affiches de l'exposition ? (dans le métro, la rue, les abribus) ?
- Aviez-vous un intérêt particulier pour l'artiste avant l'exposition ?
- Etiez-vous déjà allé(e) au Grand Palais avant cette exposition ?

#### **5) Racontez-moi comment s'est déroulée votre visite**

Relances envisagées :

- Êtes-vous venu(e) seul, entre amis, en famille, en groupe ?
- *Si accompagné(e) : Avez-vous proposé aux personnes de vous accompagner voir l'exposition ou est-ce l'inverse ? (L'idée étant de cerner si la personne interrogée est ici un « initiateur » qui organise des sorties culturelles ou un « répondant » qui accompagne volontiers si on l'invite)*
- Qu'avez-vous pensé de cette visite ?
- Qu'est-ce qui vous a plu ?
- Qu'est-ce qui vous a déplu ?
- Qu'avez-vous appris de nouveau à travers cette exposition ?
- Avez-vous apprécié la scénographie ?

- Avez-vous lu les panneaux dans les salles ?
- Avez-vous lu les cartels (informations à côté des œuvres) ?
- Avez-vous pris un audio-guide ?
- Avez-vous téléchargé l'application mobile relative à l'exposition ?
- Avez-vous participé à une visite guidée ?
- Avez-vous visité l'exposition dans le sens du parcours qui était proposé ou dans un autre ordre ?
- Quelle durée avez-vous consacrée à la visite de l'exposition ?
- Avez-vous pris part à des événements organisés autour de l'exposition par le musée ? Si oui, lesquels ? Conférences ? Rencontres ? Projections ?

**6) Que pensez-vous de cette application téléchargeable sur le téléphone pour accompagner la visite de l'exposition ? (l'application est utilisée avec l'interviewé)**

Relances envisagées :

- Qu'est-ce qui vous plaît ?
- Qu'est-ce qui vous déplaît ?

Plus précisément, les explications d'une œuvre emblématique, *Le Penseur*, et d'une œuvre plus « confidentielle », *Balzac*, sont montrées à l'interviewé :

Que pensez-vous de ces commentaires ?

Vous apportent-ils un autre éclairage par rapport aux explications que vous avez eues durant votre visite ?

Vous apportent-ils un autre éclairage par rapport aux explications que vous avez lues / entendues avant de vous rendre à cette visite ?

Les commentaires sont-ils suffisants ?

Les commentaires devraient-ils être plus détaillés ? Si oui, sur quels axes ?

Les commentaires devraient-ils être plus succincts ?

- Utiliseriez-vous cette application pour une autre exposition en général ? Pourquoi ?

## **Annexe 21 : Comptes rendus thématiques des entretiens avec les visiteurs de l'exposition « Rodin, l'exposition du centenaire »**

Femme, 21ans, étudiante en histoire de l'art, de Paris :

Accompagnée de 2 amies, également étudiante en art.

Durée de la visite : 1h30

**Fréquentation des expositions et sources d'information :** « On aime bien faire des sorties ensemble, entre amies, on aime tout ce qui est culturel. On est déjà allées plusieurs fois venue au Grand palais, Pompidou, Palais de Tokyo. On essaie tous les mois de faire une sortie mais ça dépend de nos disponibilités et de qui est proposé aussi.

Je regarde sur internet les expos qu'il y a, sinon en discutant avec des amis surtout. J'ai un ami qui connaissait des gens qui travaillaient au Grand Palais, ils ont recommandé cette exposition et l'information a circulé. »

**Ce qui a plu :** « L'exposition apporte un éclairage nouveau car il y a aussi des dessins par exemple. J'avais visité le musée de Rodin, et pour avoir fait un stage au Louvre, je connais bien Rodin. J'ai trouvé que l'exposition est bien construite, le fait d'avoir séparé en 3 étapes de sa vie et de sa construction artistique. J'ai aussi aimé voir d'autres artistes, et son influence assez prononcée, son impact. Parfois, ce qui était bien c'est qu'on avait l'œuvre de Rodin, et juste à côté l'œuvre d'un autre artiste. Les espaces sont bien construits, notamment pour la *Porte de l'Enfer*, le fait d'arriver d'un seul coup sur elle, elle est vraiment mise en valeur et on est ébloui par la grandeur. »

**Ce qui a déplu :** « Parfois la disposition des œuvres n'était pas optimale, on ne pouvait pas faire le tour. Ça aurait été bien aussi au moins un texte sur la technique du moulage, de la sculpture, et des explications sur les différents matériaux. Le problème c'est aussi au niveau de la scénographie, c'est qu'il y a des éclairages qui sont très mal faits, dans la salle qui est rouge, c'est très sombre. »

**Motifs de visite :** « On adore avec mes amies faire des expositions, et puis j'étudie en histoire de l'art donc c'est un peu normal. C'est à la fois pour apprendre des choses, sortir du quotidien et des cours, et être avec elles. »

**A propos de l'audio-guide :** « Je préfère d'abord repérer une œuvre, ensuite la regarder, lire les indications s'il y en a, mais pas avoir tout un blabla dans les oreilles. Et en plus à plusieurs sans audioguide on échange entre nous.



**A propos de l'application à télécharger** : « J'aime bien avoir un éclairage, quand il y a quelqu'un qui m'explique, mais c'est plus agréable avec un guide physique. Si ça dure juste 2 minutes pourquoi pas. On n'était pas au courant qu'il y avait une application. »

Homme, 20 ans, étudiant en comptabilité, de Nancy

Accompagné de 2 amis.

Durée de la visite : « visite express », 45 min / 1h.

**Fréquentation des expositions et sources d'information.** « Je vais rarement voir des expositions, 2 par an maximum ». « je n'ai pas entendu de commentaires en amont sur l'exposition. » C'est l'un de ses amis qui l'accompagne qui a recommandé l'exposition, attiré par le nom de Rodin et le fait qu'« au Grand Palais ils parlent d'art, mais c'est assez grand public. »

Je ne prends jamais l'audioguide ou l'application à télécharger, l'entrée est déjà chère.

**Ce qui a plu** : « Beaucoup d'œuvres, connues mais aussi moins connues. Le cadre est super beau et il n'y a pas trop de monde, ça reste une expo agréable entre amis. Et puis aussi d'autres artistes sont présents. »

**Ce qui a déplu** : « Un peu trop long, on a été obligés de survoler parfois car on ne voulait pas rester 3h non plus. »

**Motifs de visite** : « Honnêtement si mon ami n'avait pas voulu y aller, je n'y serais pas allé. Il a été moteur, et je me suis dit pourquoi pas, si ça dure 1h. »

**A propos de l'application à télécharger** : « Je n'avais pas vu que ça existait. C'est bien ça, à 3€ c'est pas cher en plus. Carrément plus sympa qu'un audioguide, même si c'est les mêmes commentaires qu'un audioguide, c'est mieux que ce soit sur le téléphone. Le format 2 minutes c'est bien, même si je n'écouterai pas tous les commentaires des 30 œuvres. En plus si ça mélange des œuvres connues et moins connues c'est ce qui est intéressant. »

Femme, 32 ans, chargée de communication, de Paris

Visite seule, durée : 1h

**Fréquentation des expositions et sources d'information** : « Je vais assez fréquemment voir des expositions, une fois par mois. Pas de thème en particulier, plutôt des choix par lieu que j'ai l'habitude de fréquenter, plutôt des musées nationaux. Et je me tiens au courant de l'actualité culturelle via internet, la radio, la presse. »

**Ce qui a plu** : « L'exposition est intéressante, les 3 séquences sont bien réparties. Rodin j'aime beaucoup, et finalement je me suis rendue compte que je ne connaissais pas si bien. Je me suis

aussi demandé pourquoi cette exposition était ici et pas au musée Rodin. Mais il y en a pour tous les goûts, elle est bien conçue, il y a beaucoup d'œuvres de Rodin mais ce qui connaissent déjà très bien Rodin peuvent regarder aussi les autres artistes.

Je suis allée voir l'exposition Jardins au Grand Palais il n'y a pas longtemps. Et contrairement à l'exposition Jardins, il y a ici beaucoup de textes explicatifs, le propos scientifique était présent. »

**Ce qui a déplu :** « Les autres artistes prenaient une part trop importante dans l'exposition, je venais surtout pour voir Rodin. »

**Motifs de visite :** « J'aime tout ce qui touche à la culture, à l'art. J'y vais pour apprendre des choses et puis ça change du travail, on est dans un bel endroit aussi. C'est mon moment de détente. »

**A propos de l'audioguide et de la visite guidée :** « Je ne prends jamais l'audioguide et fais très rarement les visites guidées. En général, j'aime bien faire une exposition une première fois toute seule pour la découvrir par moi-même et si c'est une exposition que je trouve particulièrement intéressante, je vais après éventuellement faire une visite guidée. »

**A propos de l'application à télécharger :** « J'avais téléchargé une fois une application pour une exposition et ça n'a pas marché, donc après je ne l'ai plus refait. »

« C'est intéressant de découvrir aussi des œuvres pas très connues, d'avoir les commentaires, et pas que sur des œuvres emblématiques. Le format de 2 minutes est pas mal, ou alors un format même plus long ça va mais on écoute moins de commentaires. »

Femme, 45 ans, responsable commerciale, de Lyon

Accompagnée de sa fille

Durée de visite : 1h

**Fréquentation des expositions et sources d'information :** « J'en ai entendu parler sur Facebook. C'est un ami qui a fait suivre la page d'exposition du musée. J'ai vu quelques affiches de l'exposition dans la rue mais ce n'est pas ça qui m'a donné envie de venir. Elles ne sont pas très visibles. On en a pas beaucoup entendu parler, peu dans les médias alors que Vermeer on en entendait énormément parler par exemple. J'ai voulu y aller, j'ai tenté à 3 reprises d'avoir une place pour Vermeer, mais impossible. Pour les expositions, j'ai une préférence pour la peinture, mais je vais aussi avec plaisir au Quai Branly par exemple. Je vais au musée tous les 2 ou 3 mois environ. »

**Ce qui a plu :** « C'est des œuvres que j'ai l'habitude de voir plutôt sur papier glacé. C'est la première fois que je vais voir Rodin ailleurs que dans le jardin du musée Rodin. Les œuvres

principales de Rodin sont bien représentées. Les conditions de visite étaient bien, j'avais peur qu'il y ait trop de foule, mais finalement ça va, c'est tranquille. J'ai apprécié qu'ils aient découpé l'exposition en 3 phases, qu'ils aient expliqué les changements qui s'opèrent dans son art. La manière avec laquelle il a choisi de faire ressortir les expressions, de rendre la matière vivante, c'est très intéressant. J'ai apprécié aussi de voir les œuvres de ses étudiants et d'autres sculpteurs qui se sont inspirés de lui.

C'est une exposition pour tout le monde dans la façon dont elle est construite, elle permet de bien s'appropriier les œuvres. C'est aéré, on peut comparer le travail du maître et des autres.

C'est aussi l'occasion de venir au Grand Palais, c'est un très bel endroit. »

**Ce qui a déplu :** « Il y a toujours la frustration de ne pas pouvoir toucher les œuvres. »

**Motifs de visite :** « C'est un moment que je partage avec ma fille, et en plus on apprend des choses. Et puis aller à une exposition c'est aussi aller dans un lieu. Le Grand Palais, le musée d'Orsay, le Quai Branly ce sont des très beaux endroits. »

**A propos de l'audioguide :** « Non, je n'en prends jamais, je préfère lire juste les panneaux. »

**A propos de l'application à télécharger :** « Je n'aime pas écouter des commentaires tout en regardant, ça me perturbe. Ça se regarde Rodin, ça ne s'écoute pas. »

Homme, 27 ans, consultant en informatique, de Paris :

Seul

Durée de visite : 1h45

**Fréquentation des expositions et sources d'information :** « Je travaille juste à côté et donc je passe devant régulièrement, du coup je vois les affichages des expos qu'il y a, mais aussi l'affichage dans Paris, ils communiquent pas mal. En général, je vais voir une ou deux expositions par an. Ça dépend aussi de ce que ma famille ou des amis peuvent me recommander. Par exemple Chtchoukine, beaucoup m'ont dit que c'était la plus belle exposition qu'ils ont vue, mais je m'y suis pris trop tard du coup je n'ai pas pu avoir de billet. »

**Ce qui a plu :** « Je suis novice en art, et du coup je trouve ça intéressant de voir les différentes phases, l'expérimentation puis ce qu'il a retravaillé, des zooms aussi sur certaines parties. C'est accessible, fluide, même pour quelqu'un comme moi qui n'y connaît pas grand-chose. »

**Ce qui a déplu :** « Parfois ça manque d'informations sur les œuvres, il y a juste le titre et le nom du sculpteur. J'ai pas compris aussi ce que venait faire la partie sur la photographie. »

**Motifs de visite :** « Je travaille à côté et Rodin c'est quand même un grand nom donc je voulais aller voir l'exposition. C'est pour apprendre des choses, j'ai pas eu la chance de baigner dans l'art quand j'étais petit, du coup je cherche surtout à découvrir des choses. »

**A propos de l'audioguide :** « Je n'en prends jamais, je n'aime pas les voix monocordes. »

**A propos de l'application à télécharger :** « Je ne l'ai pas prise car j'avais fait un test avec une appli il y a longtemps et c'était pas ma tasse de thé, la lenteur et la voix monocorde. Quand j'ai besoin d'infos, je regarde directement sur internet devant les œuvres, sur Wikipedia, comme pour *la Porte de l'Enfer* par exemple. »

Réaction en écoutant *Le Penseur* sur l'application : « Cette voix c'est pas possible, c'est froid, monocorde, ils devraient faire comme avec le GPS et nous permettre de choisir plusieurs voix, ça fait vraiment old school, très années 90 ! »

Femme, 43 ans, vendeuse, de Paris :

Seule

Durée de visite : 1h

**Fréquentation des expositions et sources d'information :** « On en a un peu entendu parler de l'exposition Rodin, quelques affiches et dans des magazines. Je ne cherche pas forcément de moi-même des informations sur les expositions, c'est plus que je tombe par hasard dessus ou que des amis m'en parlent. Sinon j'aime beaucoup le musée du Luxembourg car c'est un petit musée, c'est intimiste. Comme c'est petit ils choisissent toujours des angles bien précis, c'est pas des rétrospectives, par exemple pour Rodin ils auraient pu faire Rodin et *Le Penseur*, juste une exposition sur *Le Penseur*. J'aime bien aussi l'Orangerie. J'apprécie surtout la peinture et je suis plutôt classique, j'aime beaucoup les impressionnistes, Renoir. Je vais dans des musées tous les 3 mois environ. »

**Ce qui a plu :** « A la base, les sculptures de Rodin m'ont toujours fascinée. J'aime ou j'aime pas c'est comme ça, j'aime pas l'art moderne par exemple et pourtant j'adore Pollock par exemple, je ne sais pas pourquoi. Quand j'étais petite, mes parents m'amenaient dans le jardin du musée Rodin, on courait avec ma sœur, du coup c'est familial. Il y en a un seul qui est dans le mouvement c'est Rodin, quand on regarde *L'Homme qui marche* par exemple, les autres ils font figés. Chez Rodin le mouvement il fait réel, il fait humain, on a l'impression qu'il va se mettre à bouger. Il travaille sur les détails du muscle. C'était aussi intéressant de mettre une œuvre à côté de ce que ça a inspiré, plutôt que juste une approche chronologique. J'ai aussi découvert les dessins, c'est pas du tout pour ça que je connaissais Rodin. »

**Ce qui a déplu :** « Les autres artistes, ça ne m'a pas donné envie de les voir, ils ne sont pas mis en valeur, ils font vraiment figés par rapport à Rodin. Giacometti par exemple je n'accroche pas du tout. Chez d'autres, ça fait scolaire leurs œuvres. »

**Motifs de visite :** « C'est surtout pour découvrir des choses comme je n'ai pas fait histoire de l'art par exemple. Il y a tellement d'expositions à Paris, on n'a pas d'excuses, il y en a pour tous les goûts. »

**A propos de l'audioguide :** « Sur le principe, je n'aime pas les audioguides. Je l'ai fait une fois dans une exposition sur les héros des Comics parce que je suis fan de Marvel et c'est important dans ce cas d'avoir toute l'histoire des personnages, mais pas pour la sculpture ou la peinture.»

**A propos de l'application à télécharger :** « J'ai un téléphone sans internet dessus. J'utilise pas du tout ce genre de choses. Je n'ai pas envie de toute l'explication, c'est plus le ressenti, pas le contexte ou l'histoire de l'œuvre qui m'intéresse. »

Femme, 71 ans, retraitée (ancienne contrôleuse de gestion), de Paris

Seule

Durée de visite : 1h (cette fois-ci...mais c'est la vingtième fois qu'elle revient voir l'exposition !)

**Fréquentation des expositions et sources d'information :** « J'ai acheté toutes les cartes de tous les musées de Paris, ça fait un peu plus de 300€, mais rapporté au jour ça fait 0,86€. Je fais attention à la dépense comme beaucoup de personnes âgées. Si on achète dans un certain ordre, en achetant d'abord le Louvre, après on a des réductions sur l'achat de toutes les cartes. Cette année comme c'était Rodin, j'ai aussi pris la carte des Amis Rodin à 150€ parce qu'ils nous invitent aussi à aller voir d'autres expositions proches de Rodin gratuitement. Ils m'ont invitée à aller visiter *Picasso Primitif*, à visiter l'exposition Rodin avec la Directrice du musée Rodin. J'ai aussi eu une visite guidée de l'exposition Kiefer gratuitement. Ils nous invitent à Versailles pour les plâtres, à Meudon aussi. J'ai aussi la carte de Pompidou, j'ai vu Hockney, je ne connaissais pas du tout et j'ai beaucoup aimé. Je vais écouter des conférences, de la musique. Je suis abonnée au Monde électronique et aux Echos, je lis la presse tous les matins, j'entends aussi parler des expositions comme ça, mais je préfère me faire une opinion par moi-même. Je regarde aussi sur Youtube parfois. Hockney j'avais rien vu dessus en amont, mais j'y suis allée car j'ai la carte. Celle-ci de Rodin, je suis venue déjà 20 fois comme j'ai la carte. Je passe encore aujourd'hui mais je repasserai aussi demain. J'ai vu le colloque sur Rodin aussi. »

**Ce qui a plu :** « En principe mon truc c'est la peinture, la sculpture j'aimais moyennement mais Rodin il m'apprivoise, c'est une belle exposition. Elle est bien construite, c'est agréable de parcourir les salles, il y a de l'espace, le lieu se prête bien à ces sculptures. On découvre aussi les œuvres d'autres artistes. »

**Ce qui a déplu :** « Rien en particulier, j'y retourne justement avec plaisir. »

**Motifs de visite :** « Je travaillais avant dans les chiffres, et je n'avais pas le temps, on vous exploite, je me rattrape maintenant. Je ne cherche pas à aller voir des choses que je connais déjà, je fais du vagabondage, je suis une clocharde de l'art ! Je ne fais pas les musées pour être cultivée, je fais les musées pour regarder de belles œuvres, pour l'émotion, c'est plus joli que de regarder des panneaux publicitaires ! Je ne visite pas avec les gens sauf avec une copine du Louvre. »

**A propos de l'audioguide et de la visite guidée :** « Je ne fais pas les visites guidées, sauf depuis que je suis avec les Amis Rodin et là c'était la Directrice du musée Rodin qui nous a raconté comment elle avait mis les œuvres. Je ne prends jamais les audioguides car je veux avoir une relation de plaisir avec l'œuvre, et pas entendre quelque chose ou avoir un a priori. »

**A propos de l'application à télécharger :** « L'application c'est comme les audioguides, ça ne m'intéresse pas, je ne veux pas savoir pourquoi une œuvre est faite comme ça mais juste savoir quelle est l'œuvre que je préfère. »

Homme, 41 ans, directeur commercial, de Paris

Avec une amie

Durée de visite : 1h30

**Fréquentation des expositions et sources d'information :** « Plusieurs fois par mois il y a quatre ans, j'étais en couple avec quelqu'un qui aimait beaucoup les musées. Deux fois par an maximum aujourd'hui. Et il y a beaucoup plus longtemps, j'allais souvent à des vernissages, car c'est un ami qui m'y conviait. Sinon j'y vais plutôt seul ou en couple. Quand il y a trop de monde j'ai pas la patience, il y avait eu par exemple Dali à Pompidou il y a quelques années, tout le monde en parlait, c'était vraiment l'exposition à ne pas rater, beaucoup de bruit médiatique, presse, radio, affichage, mais je l'ai pas faite car tout le monde disait qu'il y avait 1h de queue, j'avais la flemme. Cette année, je n'ai pas eu l'impression qu'il y avait une exposition incontournable. Si j'ai un moment de libre et que je me dis tiens je me ferais une expo alors je regarde sur internet ce qu'il y a, sur google tout simplement, je regarde les avis. Je ne vais pas sur un site spécialisé en art car je ne suis pas pointu, donc au contraire je préfère les avis sur un site généraliste. L'avis de mes amis compte aussi car ils connaissent mes goûts. Mon amie m'a conseillé cette expo par exemple, et je sais que c'est une passion pour elle l'art, donc son avis est pertinent. Mais sinon je n'en avais pas entendu parler du tout, je n'avais lu aucun avis, et j'avais pas d'intérêt particulier car je ne suis pas fan de sculpture à la base. »

**Ce qui a plu :** « A la base je n'aimais pas la sculpture, mais cette exposition est bien construite, on s'aperçoit que dans chaque période il avait un style défini. C'est agréable à parcourir, et il n'y avait pas trop de monde en plus. Et puis les commentaires de l'application étaient vraiment intéressants. Je pensais aussi voir que des œuvres de Rodin comme ça s'appelle le centenaire de Rodin, et finalement l'exposition permet de découvrir d'autres artistes et de comprendre le leadership de Rodin. »

**Ce qui a déplu :** « On ne peut pas tourner autour de certaines œuvres, *Le Penseur* c'est l'œuvre emblématique et c'est incroyable on ne peut pas tourner autour ! Parfois il faut coller sa tête contre le mur pour bien voir la sculpture. Et les dessins, je n'ai vu aucun intérêt à les présenter, c'est juste pour meubler une pièce. La dernière salle du collectionneur aussi c'est sans intérêt car s'il avait pu il aurait acheté *Le Penseur* donc il fait aussi en fonction de ses moyens. Il manquait aussi des explications sur la technique de la sculpture, ils auraient pu consacrer une salle aussi au matériel, aux moules, comment on coule un bronze etc »

**Motifs de visite :** « Je cherche à me divertir à la base, à sortir du quotidien. C'est aussi un moment de partage quand on est en couple, d'échanger durant la visite. Je suis venu car mon amie m'a conseillé l'expo, et le lieu me plaît aussi. Je préfère aller au Grand Palais car l'architecture est magnifique, pareil pour le musée d'Orsay. »

**A propos de l'audioguide et de la visite guidée :** « Normalement je n'ai pas le réflexe de prendre l'audioguide ni de faire des visites guidées. Aux audioguides il y a toujours la queue et c'est sale d'utiliser le même audioguide que quelqu'un d'autre en plus, l'appli c'est mieux du coup. Mais il y a quand même un côté plus sympa de faire une visite guidée, enfin si c'est juste 5 personnes, pas 25, et qu'on peut poser nos questions à la guide tranquillement. »

**A propos de l'application à télécharger :** « Mon amie m'a prêté l'application qu'elle avait téléchargée et c'était vraiment intéressant. Je ne savais même pas qu'on pouvait télécharger des applis dans les musées. C'était un peu long, un format une minute par œuvre aurait été suffisant. Je ne suis pas toujours resté devant l'œuvre avec l'appli, je commençais à écouter devant (1 minute environ sur les 2 minutes du commentaire), puis je faisais un tour au centre de la pièce pour regarder aussi le reste en même temps. Ils auraient pu aussi parler un peu de la technique de sculpture, il n'y avait rien dessus dans l'expo et rien sur l'appli. Et j'ai plus apprécié quand même les commentaires de mon amie, car c'est toujours plus sympa en live que d'écouter une appli, c'est plus interactif. Mais globalement c'était vraiment bien l'appli, ça m'a donné envie d'en télécharger à l'avenir. »

Femme, 65 ans, retraitée (ancienne enseignante), de Bordeaux

Avec son mari

Durée de visite : 2h

**Fréquentation des expositions et sources d'information :** « J'ai tendance à aller voir des expositions à Paris avec une ou deux amies, souvent les mêmes endroits : le Grand Palais, le musée d'Orsay, Pompidou, le musée du Luxembourg. Je fuis maintenant le Louvre parce qu'on ne trouve jamais ce qu'on veut. J'ai essayé d'aller voir Vermeer, mais j'ai capitulé car impossible d'avoir un billet. Et pourtant je suis inscrite à l'école du Louvre en auditeur, et même avec ma carte d'auditeur, je n'arrivais pas à avoir un billet ! Pompidou est excellent. J'ai plutôt une prédilection pour la peinture, Turner j'ai adoré, je suis pas très portée sculpture. Chtchoukine c'était bien mais c'était trop, beaucoup trop d'œuvres, on en pouvait plus, pour une exposition temporaire ils pouvaient quand même davantage sélectionner les œuvres. Je vais voir à peu près une expo par mois. Parfois j'assiste aussi à des conférences organisées par les musées. Sinon ce qui m'énerve de plus en plus maintenant c'est les gens qui arrivent avec leurs amis et racontent leur vie devant les tableaux, ils monopolisent l'espace.

Je lis toujours les critiques de Télérama avant d'aller visiter une exposition, pas Connaissance des Arts ou une autre revue, juste Télérama, car je n'ai jamais été déçue par leurs recommandations. Mais je n'ai pas vu de matraquage médiatique autour de cette exposition., alors que Chtchoukine là c'était du matraquage.»

**Ce qui a plu :** « Cette exposition dégage une grande puissance, et dans ce lieu c'est magnifique. On n'est jamais déçu au Grand Palais de toute façon ! J'ai adoré aussi qu'il y ait d'autres artistes présents et pas que des œuvres de Rodin. Dans l'une de mes conférences en italien, on m'avait parlé de *L'Homme qui marche* de Giacometti, j'étais contente de voir l'œuvre. Et j'ai ramené mon magnet de l'exposition, je fais ça à chaque fois, je ramène un magnet et un hors-série ! »

**Ce qui a déplu :** « Rien, j'ai adoré. »

**Motifs de visite :** « On est allé voir cette exposition car mon mari a un problème de vue, il a du mal à bien distinguer les couleurs, du coup il a voulu voir Rodin car c'est de la sculpture, il n'a pas de problème comme ça avec les couleurs !

Sinon je vais voir des expos pour élargir mes connaissances, c'est vraiment pour me cultiver. Je prends l'application et je fais le parcours seule même si je viens accompagnée. Je viens pour apprendre des choses, pas pour discuter durant la visite. Mais après l'exposition, on prend un verre et on échange sur la visite. »

**A propos de l'audioguide et de la visite guidée :** « Les visites guidées j'aime bien, mais là pour Rodin les horaires ne nous allaient pas. »



**A propos de l'application à télécharger :** « Je l'ai utilisée, elle est géniale, super bien faite. Les commentaires sont clairs, ni trop courts ni trop longs. Et en parallèle je lis tous les panneaux d'affichage et les cartels. »

Femme, 30 ans, étudiante en communication culturelle, de Paris

Seule

Durée de visite : 3h

**Fréquentation des expositions et sources d'information :** « J'essaie d'aller assez souvent à des expositions, quasi uniquement des expositions temporaires car je manque de temps et donc je ne vais pas voir les collections permanentes. En moyenne, je vais voir 2 expos par semaine en ce moment. Je préfère y aller seule, car on dit que je suis lente quand je visite et je ne veux pas sentir la pression de quelqu'un qui m'accompagne. Je veux le faire à mon rythme, pouvoir tout lire, tout voir, et pour dessiner aussi comme j'ai fait des études d'art. En moyenne je reste 2h, mais ça peut aller jusqu'à 4h. J'ai plutôt une appétence pour la peinture, les dessins, la photo... la sculpture c'est ce que je vais voir en dernier. Quoique pour dessiner la sculpture c'est bien c'est de la 3D, on peut tourner autour.

Je regarde beaucoup les affiches d'expos dans le métro, j'y suis assez sensible, certaines me donnent vraiment envie d'y aller. Et je suis aussi attentive au titre, qu'il soit un peu énigmatique, par exemple « Picasso Primitif » ça m'a interpellée. Je regarde aussi les pages Facebook des musées, ils mettent du contenu, des vidéos. Si j'ai eu une bonne expérience de visite dans un musée, ça compte aussi, j'y retourne. Je vais voir plutôt les institutions de renom, je fais dans la valeur sûre, musée d'Orsay, Beaubourg, Grand Palais. C'est là qu'il y a le plus de contenus. Mais je vais aussi à la Fondation Vuitton par exemple. J'aime bien les expositions thématiques plutôt que les rétrospectives, on sent le travail de curation, de commissariat d'arrière. L'exposition Matisse-Picasso elle m'avait marquée, elle avait été ouverte toute la nuit, on y était allé en vélib avec des amis à 4h du matin, il y avait eu un bruit médiatique énorme, un bouche à oreille important. L'exposition Chtchoukine ça faisait un peu trop grand catalogue, ça aurait pu être une collection permanente, j'ai pas trop compris l'angle, mais bon il fallait aller la voir, ne pas la rater. Mais sinon je suis mes goûts quand même, si l'artiste ne me plaît pas, je n'y vais pas, par exemple Magritte à Pompidou je n'ai pas voulu y aller.»

**Ce qui a plu :** « Ce qui était étonnant, c'est qu'il y avait beaucoup d'œuvres qui n'étaient pas de Rodin, ça m'a beaucoup plu. J'ai revu avec plaisir des artistes que j'aime du XXI<sup>e</sup> siècle. Elle est bien conçue, j'ai suivi tout le parcours avec plaisir. »

**Ce qui a déplu :** « Les explications sur la technique manquaient. Et j'ai l'impression qu'ils ne parlaient pas du tout de Camille Claudel, c'est vraiment étrange. »

**Motifs de visite :** « C'est un plaisir esthétique que je recherche, j'en ai besoin. C'est avant tout l'émotion artistique, puis la connaissance. Je n'avais pas beaucoup entendu parler de l'expo Rodin, mais j'ai vu l'affiche et ça m'a donné envie, ça faisait moderne. La communication autour du film ça a aussi joué. »

**A propos de l'audioguide et de la visite guidée :** « C'est très rare que je fasse des visites guidées ou que je prenne l'audioguide, je trouve que c'est plutôt un obstacle à la découverte. »

**A propos de l'application à télécharger :** « Ce n'est pas ce que je recherche. J'ai fait les Beaux-Arts, donc ce type de commentaires ça ne me semble pas très utile, je le sais déjà ça. J'y vais surtout pour une expérience esthétique, je n'ai pas besoin de toutes ces explications. Si c'est de l'art pour l'art, je veux être seule devant l'œuvre. Peut-être que pour une exposition plus historique, alors là une appli c'est plus intéressant, ou alors pour une exposition très technique. Ça aurait pu être bien pour cette expo l'appli si c'était pour expliquer la technique de sculpture de manière très poussée mais là ce n'est pas le cas.»

Femme, 70 ans, retraitée (ancienne psychomotricienne), de Paris

Accompagnée de sa fille

Durée de visite : 3h

**Fréquentation des expositions et sources d'information :** « Je vais environ une fois tous les 2 mois dans un musée, je suis assez sensible à la peinture, donc s'il y a une grande rétrospective d'un peintre, je suis aux aguets, plutôt à partir de l'époque impressionniste. Le déclencheur c'est l'exposition temporaire mais ça peut me donner envie de revoir la collection permanente. Quand c'est une exposition temporaire, ils regardent souvent l'influence que l'artiste a eu sur les autres. Je fréquente beaucoup le musée des Arts décoratifs, le Palais Galliera car les thématiques m'intéressent. Le Louvre, une fois par an maximum. Et les musées spécifiques à un artiste me plaisent aussi : Rodin, Zadkine. Celui que j'adore c'est le Petit Palais, c'est un musée exactement comme je le conçois. Un cadre enchanteur dès qu'on rentre, l'art est déjà dans le bâtiment. C'est à taille humaine, il fait chaleureux, on est dans un palais qui expose des peintures, et non des peintures qui sont exposées dans un palais, c'est pas la même ambiance. D'une façon générale, je vais voir les expos avec ma fille ou avec une amie proche, mais plus rarement seule. L'exposition Chtchoukine m'a par exemple vraiment marquée, elle était très bien faite, un cadre magnifique, des tableaux de grands peintres que je n'avais encore jamais vus avant venant de collections privées. L'exposition Yves Saint Laurent au Petit Palais était

aussi époustouflante dans sa scénographie. Plus je vois des expositions, plus je suis attentive à la scénographie. Par exemple, si c'est une exposition sur l'Inde et qu'on a des odeurs dès qu'on rentre, c'est un plus, une vraie immersion.

Je m'informe en prenant l'officiel des spectacles, l'une de mes filles s'intéresse aussi beaucoup à l'art et me conseille, et aussi à la fin des journaux télévisés parfois ils mettent une exposition à l'honneur.»

**Ce qui a plu :** « Je suis allée au musée Rodin quand j'étais adolescente avec mes parents et j'ai toujours été sensible à la sculpture, donc le sujet même de l'exposition me plaît d'emblée. Rodin c'est un sculpteur qui se démarque des autres avec ses sculptures en mouvement. Il n'y avait aucune lassitude dans l'exposition, ce n'était pas juste des œuvres les unes à côté des autres, mais on voyait aussi le travail des matières avec la même œuvre. J'ai lu les cartels et les panneaux, mais j'ai surtout beaucoup apprécié les commentaires sur l'application qu'on avait téléchargée avec ma fille. J'étais aussi allée à la conférence sur la *Porte de l'Enfer* à l'auditorium du Grand Palais avec ma fille avant de voir l'exposition et ça m'a plu de la voir ensuite aussi bien mise en valeur près de l'escalier. »

**Ce qui a déplu :** « Rien de particulier, juste les petits plâtres qui m'intéressaient moins dans les vitrines par rapport aux autres sculptures monumentales. »

**Motifs de visite :** « C'est surtout la curiosité de mieux connaître un artiste, d'approfondir mes connaissances sur lui. Je n'y vais pas pour créer un lien social, même si j'apprécie plus tard d'en parler avec mon entourage. Sur certains thèmes comme la mode, la joaillerie, ça me fait aussi vraiment sortir de mon quotidien. »

**A propos de l'audioguide et de la visite guidée :** « J'aime beaucoup faire des visites guidées mais elles sont souvent chères et vu déjà le prix du billet pour l'exposition... Les audioguides c'est pareil c'est aussi des frais en plus mais ça m'arrive quand même d'en prendre, j'aime vraiment avoir des explications, ça enrichit la visite. »

**A propos de l'application à télécharger :** « Les commentaires sont vraiment très bien, précis mais pas trop longs non plus, ils nous donnent des jalons et après c'est à nous d'aller plus loin si on le souhaite. Le format est idéal. »

Homme, 48 ans, responsable partenariats institutionnels pour une mutuelle santé, de Caen

Seul

Durée de visite : 2h

**Fréquentation des expositions et sources d'information :** « Cette année, j'ai eu un peu moins de temps, mais normalement je vais très souvent à Paris et je vais voir toutes les expositions du

Grand Palais. Je suis plutôt intéressé par la peinture, j'ai moins l'occasion de voir de la sculpture. Je vais une fois tous les mois environ dans un musée, si je compte aussi les musées que je visite à l'étranger en vacances. Mais depuis peu j'ai aussi ma carte du Louvre donc j'y vais plus souvent. Je choisis plutôt des expositions temporaires, ça donne souvent la possibilité de voir des grandes rétrospectives très bien conçues. Le lieu joue aussi je trouve, quand il y a des grandes mises en scène. Certains musées se prêtent à de grandes expositions, c'est vraiment le cas du Grand Palais qui met les œuvres en valeur.

Je suis abonné à Connaissance des Arts, je lis leurs avis. Je vais aussi sur les sites internet des musées voir les contenus sur les expositions qu'ils proposent, comme les vidéos. Il y a aussi des articles intéressants sur des expositions dans les journaux, le Figaro par exemple.

Pour l'exposition Rodin, j'en ai beaucoup entendu parler dans les journaux, dans Connaissance des Arts aussi. Je m'intéresse beaucoup à Brancusi et comme il a été l'élève de Rodin, j'avais envie de voir cette exposition. »

**Ce qui a plu :** « J'ai été agréablement surpris par la quantité d'œuvres présentées, et j'ai découvert aussi toutes les variantes que Rodin a faites, sur la *Porte de l'Enfer* par exemple. Je ne pensais pas non plus que les autres artistes allaient être autant représentés, c'était vraiment bien construit et on comprend l'influence de Rodin. »

**Ce qui a déplu :** « Ils auraient pu parler plus de Camille Claudel. »

**Motifs de visite :** « C'est surtout pour élargir mes connaissances, par pure curiosité intellectuelle. Je m'y rends tout seul donc je ne cherche pas à entretenir un lien social en allant voir des expositions. »

**A propos de l'audioguide et de la visite guidée :** « Les audioguides je les prends parfois mais si j'ai vraiment beaucoup de temps, 3h. Là j'avais moins de temps, 2h. Les visites guidées, c'est plus contraignant en termes d'horaires, il faut réserver et tout, je n'en fais pas. A Chtchoukine par exemple c'était super bien fait, ils avaient des médiateurs dans les salles qui expliquaient les œuvres, sans réservation, on pouvait aller les voir directement. »

**A propos de l'application à télécharger :** « Je ne télécharge jamais ces applications. Mais en effet, c'est très bien fait, les commentaires sont précis et courts, juste 2 minutes. Il y a une force de synthèse remarquable. Le fait qu'il y ait 30 œuvres c'est bien, après il y en a quelques autres qui m'ont beaucoup plu et qui ne sont pas sur l'application, comme les mains d'Annette Messager. Ils auraient aussi pu dédier spécifiquement une partie de l'application aux œuvres des élèves de Rodin. »

## **Annexe 22 : Guide d'entretien avec les visiteurs de l'exposition *Christian Dior, couturier du rêve***

Les informations suivantes sont notées en préambule : âge, sexe, métier, ville d'origine

### **1) Parlez-moi de votre fréquentation des musées et expositions en général**

Relances envisagées en fonction des points déjà abordés spontanément par la personne interrogée et à adapter selon le déroulé de la conversation :

- Quels sont les musées dans lesquels vous vous rendez ?
- Quels types d'expositions temporaires allez-vous voir en général ?
- A quelle fréquence allez-vous voir des expositions ?
- Avec qui vous y rendez-vous en général ? (seul(e), avec le conjoint, en famille, entre amis, entre collègues...)
- Cherchez-vous au travers des expositions à élargir vos connaissances ? à vous divertir / sortir de votre quotidien ? à entretenir des liens avec d'autres personnes en y allant à plusieurs ?
- Comment vous informez-vous sur les expositions temporaires que vous allez voir ? TV / radio / presse / affichage / internet ?

### **2) Comment avez-vous choisi cette exposition *Christian Dior, couturier du rêve* ?**

Relances envisagées :

- En avez-vous entendu parler dans les médias : TV / Presse / Affichage / Internet ?
- Estimez-vous que cette exposition soit très médiatisée ?
- Vous l'a-t-on conseillée (amis, familles, collègues...) ?
- Aviez-vous un intérêt particulier pour Christian Dior ou les créateurs de mode en général avant l'exposition ? (cf point pouvant déjà être abordé en question 1)
- Etiez-vous déjà allé(e) au musée des Arts décoratifs avant cette exposition ?

### **3) Racontez-moi comment s'est déroulée votre visite**

Relances envisagées :

- Etes-vous venu seul(e), entre amis, en famille, en groupe ?

- Avez-vous participé à une visite guidée ?
- Quelle durée avez-vous consacré à la visite de l'exposition ?
- Avez-vous visité l'exposition dans le sens du parcours qui était proposé ou dans un autre ordre ?
- Qu'est-ce qui vous a plu ?
- Qu'est-ce qui vous a déplu ?

#### **4) Qu'avez-vous pensé plus précisément de la scénographie ?**

Relances envisagées suivant les points qui auront déjà pu être évoqués par les personnes interrogées dans ce qui a plu / déplu :

- Comment qualifieriez-vous cette scénographie en quelques adjectifs ?
- A-t-elle joué un rôle important dans votre expérience de visite ?
- Qu'est-ce qui vous a le plus marqué dans cette scénographie ?
- Pensez-vous que les expositions temporaires en général doivent mettre l'accent sur la scénographie ?

**Annexe 23 : Comptes rendus des entretiens avec les visiteurs de l'exposition *Christian Dior, couturier du rêve***

- Homme, 51 ans, juriste, de Toulouse

« C'est une exposition vraiment magnifique ! Déjà que le musée des Arts décoratifs c'est un très beau musée, mais alors là ils ont mis le paquet, je pense qu'on en parlera encore pendant des années. Ça dépasse même ce qu'on imaginait, on avait vu pas mal de photos. Les scénographes qui ont fait ça, chapeau, vraiment à voir ! Il y a plein de thèmes différents, on a l'impression de voyager. Tout est pensé dans les moindres détails. Je trouve que toute l'exposition est bien construite, au début on comprend les origines de Christian Dior, ses influences, sa passion pour l'art en général, et puis le renouveau qu'il a insufflé dans la mode, sa modernité aussi. Certaines pièces anciennes sont mélangées avec des récentes, et on voit qu'il a fait des choses qui sont encore très modernes ou du moins qui restent intemporelles. Et puis aussi les salles sur tous les créateurs qui lui ont succédé, c'est intéressant de voir ce qu'ils ont chacun apporté, leur vision. La dernière salle est grandiose, c'est le clou du spectacle. A mon avis, même ceux qui ne sont pas des passionnés de mode trouveront quand même l'exposition splendide parce qu'une scénographie comme ça, ça parle à tout le monde. Je suis venu avec ma femme, on n'est pas Parisiens, de Toulouse. On y a passé environ 2h30. Ça a été très médiatisé, mais pas non plus surmédiatisé car il y a déjà tellement de monde qu'ils n'ont pas besoin de ça.

J'en ai entendu parler par les médias, par la presse, je lis un peu de tout et c'est vrai qu'on en a parlé un peu partout, c'est un phénomène. Et on a un ami qui travaille à Galliera alors il nous tient aussi au courant. On s'informe sur tout ce qui touche à la culture en général, on fait plusieurs sorties culturelles tous les mois, pas que des musées, mais dans l'année on va voir quand même beaucoup d'expositions parce qu'on vient régulièrement à Paris. J'avais un intérêt pour les expositions de mode en général, mais pas plus pour Christian Dior qu'un autre. J'avais adoré l'expo Yves Saint Laurent au Petit Palais il y a quelques années. Je suis allé déjà plusieurs fois avant au musée des Arts décoratifs pour différents types d'expositions mais aussi pour le lieu en lui-même, c'est un très beau musée. C'est un tout, un bijou à l'extérieur et à l'intérieur.

On n'a que 3 jours de vacances mais on va aussi aller au Grand Palais voir Gauguin, Fortuny à Galliera et MoMA à la Fondation Vuitton. »

- Femme, 28 ans, vendeuse, de Bruxelles

« On en a pris plein les yeux, c'est magnifique ! On est venues entre amies, à 4, et on a toutes adoré ! C'était vraiment à ne pas rater. Le lieu aussi est magique, dans la salle de bal, on a l'impression d'être dans un conte de fées. On a passé plus de 3h mais honnêtement il y a tellement de choses à voir qu'on aurait pu y passer la journée.

J'ai adoré la salle de bal bien sûr mais aussi toute l'exposition, parce que c'est très différent d'une salle à l'autre, à chaque fois on se demande ce qui va nous attendre. Dans la salle avec toutes les couleurs on s'amusait entre nous à faire comme si on faisait les magasins et qu'on pouvait choisir notre robe, les chaussures et le sac qui vont avec ! La grande salle avec toutes les toiles blanches, c'est très beau aussi. Et puis je n'y connais pas grand chose en haute couture en fait mais je trouve qu'il y avait beaucoup d'explications sans que ce soit rébarbatif. On voit aussi les styles des différents créateurs. Et j'ai bien aimé la salle avec l'Afrique, l'Egypte...on ne s'attend pas à voir ça, il y a même des œuvres anciennes à côté, qui viennent de musées, j'en ai pris une en photo c'est du Louvre. C'est vraiment une expo très complète.

J'en avais entendu parler par ma copine, qui a vu un reportage dessus à la télé c'était sur TF1 ou France 2, et ma sœur a vu un reportage dessus sur une chaîne marocaine. Et puis sur Facebook, les gens en parlaient. Sur twitter aussi. Les photos donnaient envie. Du coup elles ont décidé de m'inviter à l'expo pour mon anniversaire.

On est jamais allées avant au musée des Arts décoratifs. On va rarement dans les musées et pas particulièrement voir des expositions de créateurs de mode, c'est plus les reportages qui ont donné envie. Il y a eu aussi un documentaire sur Christian Dior sur Arte, sur sa vie, sa carrière. Franchement on a passé un super moment ensemble ! Si toutes les expositions étaient comme ça, on irait peut être plus souvent en voir entre amies.»

- Femme, 46 ans, cadre dans la santé, de Montreuil

« J'ai adoré, j'ai beaucoup aimé les présentations. La scénographie de la salle de bal, ça fait 2 fois que je reviens voir l'exposition, la première fois je suis restée dans cette salle une demi-heure, là encore 15 minutes. A part une ou deux pièces dans lesquelles il y a un verre pour pas toucher les choses, dans les autres on a une proximité, je trouve ça fabuleux, on est plongé dedans. Dans la salle de bal, la pluie d'étoiles c'est magnifique, je suis une petite fille dans cette salle. Celle aussi avec toutes les fleurs qui tombent j'aime beaucoup, et aussi celle avec l'arc-en-ciel. Les petits sujets qu'on retrouve ensuite en grand, j'ai vraiment aimé. Je trouve que la scénographie est merveilleuse, féérique et pétillante. Ça donne du relief aux



robes, et on les voit sous différents aspects, presque différentes couleurs par moment. Je n'avais jamais été dans une expo présentée comme ça, c'était la première fois que j'allais voir une expo de créateur de mode.

J'en ai entendu parler par la pub, par mon amie aussi qui est venue avec moi, et il y a eu beaucoup de bouche à oreille.

Je vais rarement dans des musées, ça dépend de ce qu'il y a, où je suis, mais d'habitude c'est plutôt en vacances qu'on fait ça. Je n'ai pas spécialement un artiste ou un thème que j'aime voir. Ah si, j'étais allée voir Modigliani, parce que j'adore Modigliani. Je suis venue deux fois pour cette expo, mais sinon je n'étais jamais allée avant au musée des Arts décoratifs. Je ne fais jamais deux fois la même chose mais on est revenue avec mon amie ! J'ai vu les robes sous un œil différent, il y en a 2-3 je me suis dit « tiens elles n'y étaient pas l'autre fois ». La dernière fois on a passé presque 4h, là un peu moins, mais avec le même émerveillement. Moi j'aime particulièrement la période Dior, sa période à lui. »

- Femme, 65 ans, retraitée (enseignante), de Paris

« J'ai trouvé ça somptueux, absolument somptueux. Des tenues qui peuvent être complètement intemporelles alors qu'elles datent des années 50. La mise en scène est spectaculaire, c'est assez incomparable par rapport à ce que j'ai déjà vu. J'ai vu plusieurs expos sur la mode, j'avais vu Yves Saint Laurent, j'en ai vu plusieurs au musée Galliera. Là c'est un cran au-dessus avec une mise en scène somptueuse.

Je vais souvent voir des musées et expositions, environ deux fois par mois, c'est assez varié. Je vais aussi bien au Louvre, au musée d'Orsay, la semaine prochaine je vais voir du Pop Art au musée Maillol.

La scénographie est très originale, c'est une scénographie qui sort vraiment de l'ordinaire. Des mises en scène complètement différentes d'une salle à l'autre, ça peut aller dans des tons noirs, ensuite c'est rouge éclatant, tout d'un coup ça devient blanc. Des miroirs au plafond qui reflètent toute la luminosité. On nous montre à un moment les patrons. Aussi les miniatures, et beaucoup d'accessoires, ce qu'on ne voit pas forcément dans d'autres expositions, aussi bien les sacs, les chaussures, les bijoux. J'ai bien aimé aussi les rapprochements entre les robes à fleurs et les tableaux. Là j'imagine que c'est des mois et des mois de travail.

Je suis venue seule, j'ai passé plus de 2h et j'ai pas tout vu. J'ai une amie qui n'avait pas prévu assez de temps et qui a été obligée de repartir, elle n'a pas pu tout voir du coup. J'en ai entendu parler dans Télématin et aussi je crois dans l'émission du soir avec Claire Chazal sur la 5. C'est une petite émission d'un quart d'heure et il y a un petit récapitulatif des choses à

voir.

Elle a été médiatisée mais pas surmédiatisée, non.

Quand une scénographie est originale comme ça, ça amplifie la qualité d'exposition et la qualité des œuvres, ça les met encore plus en lumière. »

- Femme, 70 ans, retraitée (orthophoniste), de Paris

« Je suis passée à plusieurs reprises dans le quartier, et devant le musée il y avait toujours la queue, assez incroyable. Et puis dans les magazines il y avait des avis élogieux. Ma fille souhaitait aussi la voir, du coup je l'ai accompagnée.

J'aime beaucoup le musée des Arts décoratifs, j'y ai déjà vu plusieurs expositions, sur les bijoux, la mode, j'avais trouvé très bien l'expo *Fashion Forward* il y a un peu plus d'un an. Je vais environ tous les 2 mois dans un musée, souvent sur de la peinture, au Petit Palais, Grand Palais ou à la Fondation Vuitton. Je vais beaucoup aussi au Palais Galliera car les thématiques me plaisent, j'ai vu l'exposition Fortuny récemment. Au Grand Palais l'exposition sur les bijoux des Maharajahs était très réussie.

Quand j'étais jeune, j'avais l'image de Christian Dior comme celui qui a fait le succès de la haute couture, c'était quelque chose de complètement nouveau. Je me souviens de Marc Bohan aussi.

Ce qui m'a plu c'est vraiment la mise en scène des robes avec ces vitrines assez particulières, elles ne sont pas standardisées, elles ne sont pas droites, mais courbées, comme si on faisait un parcours, ça invite à la balade. Il y en a d'autres qui ne sont pas en relief, mais en avancée. Ça aussi c'est une chose que j'aime bien, on peut voir les vêtements en entier, presque partout on peut passer derrière les robes, c'est vraiment voir la couture sous toutes les coutures ! Les accessoires qui sont collés aux robes, notamment dans le Colorama je trouve ça très joli parce que ça va des gants, aux chaussures, aux chapeaux, et ça fait un tout qui est vraiment franchement agréable. Je dirais que les vitrines sont comme des écrans et les bijoux sont les robes de haute couture. C'est vraiment présenté comme des bijoux de la mode. Je trouve ça absolument ravissant. Dans la salle de bal, j'ai beaucoup aimé les robes qui avaient été portées par des stars de notre époque et à côté était présentée la vidéo de ces femmes. Je pouvais voir la robe en vidéo avec l'actrice et la robe juste à côté, je trouve ça fantastique, au niveau mise en scène. Chaque salle a un thème propre, la salle Colorama c'était comme une palette de couleurs, c'est presque une peinture vivante. La salle plus printanière des jardins était très jolie, aussi en face la salle ethnique qui faisait des rapprochements par exemple avec des statues du Quai Branly pour faire un lien entre la mode et l'art en général. La salle de bal, c'était presque

comme si on était à l'opéra. Je n'avais jamais vu une exposition où les œuvres sont mis en exergue jusqu'au plafond, c'est rarissime. On pouvait même voir les robes par en-dessous puisqu'il y en avait qui étaient suspendues depuis le plafond, une mise en scène incroyable. Les ateliers de Christian Dior aussi, la salle est comme une pyramide enneigée avec les patrons des robes qui vont jusqu'au plafond, c'est comme à 360°, on tourne et on est toujours entouré. J'ai bien aimé les esquisses des modèles avec les robes juste à côté, parfois en mini-robes comme à Colorama, parfois en maxi-robes. On pourrait très bien se dire qu'on a fait un tour mais qu'on aimerait revenir à l'exposition juste pour une salle. J'ai vu quand j'étais jeune ma mère faire de la couture, elle nous faisait des robes, et là on a presque le nez sur les robes. Elles sont présentées comme des œuvres d'art. C'est exactement comme si on était au Louvre et qu'on mettait des statues célèbres dans des écrins. La lumière aussi met en valeur les robes, parfois on dirait des statues.

Je dirais que la scénographie est époustouflante, colorée, virevoltante, chatoyante. C'est comme si on déambulait dans la penderie de quelqu'un de riche et qu'on se demandait ce qu'on allait choisir comme robe.

Quand il y a une belle scénographie ça rajoute vraiment de la plus-value à l'exposition. »

- Femme, 38 ans, chef de groupe marketing, de Paris

« J'ai entendu parler de l'exposition via le bouche à oreille de mon entourage proche (famille, amis, collègues...) et de la presse, généraliste mais aussi dans les magazines mode et arts. Je vais souvent voir des expositions temporaires, une fois par mois environ : peinture, sculpture, photographie...mes goûts sont assez éclectiques. Je recherche avant tout à élargir mes connaissances, c'est pour ça que j'y vais le plus souvent seule pour me permettre d'aller à mon rythme. J'ai quand même pris aussi l'habitude d'aller voir des expositions sur des créateurs de mode avec ma mère qui aime beaucoup le sujet. Je cherche moins dans ces expositions-là à enrichir mes connaissances, plutôt à développer un regard purement esthétique, je suis davantage dans l'émotion, le ressenti. On va souvent entre autres au Palais Galliera, au musée des Arts décoratifs et au Grand Palais. C'est un moment de convivialité entre nous.

Je suis particulièrement sensible à la scénographie pour les expositions sur les créateurs de mode, j'aime l'idée de rentrer complètement dans un univers, de voyager grâce à la scénographie. Les expositions au Palais Galliera me plaisent moins que dans les deux autres lieux parce que la scénographie y est généralement beaucoup plus simple, pas très surprenante. J'avais adoré les expositions Yves Saint Laurent au Petit Palais et Jean-Paul Gaultier au Grand Palais. L'exposition *Fashion Forward* au musée des Arts décoratifs était également très belle.

J'ai passé 3h30 à l'exposition Christian Dior, je l'ai trouvée magnifique, spectaculaire et vraiment très complète et très documentée. C'est un travail colossal qui a été fait. Dans chaque salle tout est pensé dans les moindres détails, et ce n'est pas seulement une exposition de robes haute couture, les accessoires de mode sont largement représentés ! Ce qui est très intéressant aussi, c'est de comprendre le parcours de Christian Dior puis toute l'histoire de la Maison Dior ainsi que les influences venant de l'art en général. Les autres expositions de mode ne mettaient pas le focus comme ça sur des peintures, sculptures, photographies...on restait davantage dans l'univers de la mode. Là on croise des œuvres prêtées par le Louvre, le musée du Quai Branly. On a l'impression à la fois d'enrichir ses connaissances et de profiter d'un moment de pure beauté esthétique, c'est très réussi. Les explications dans chaque salle sont également très claires, j'en suis ressortie avec le sentiment d'avoir appris plein de choses. La scénographie est vraiment spectaculaire, on se dit devant tout ça que c'était une exposition à ne pas rater, comme il y en a une fois tous les 10 ans et que ça méritait bien la très longue queue pour y accéder ! J'ai particulièrement aimé que toutes les salles soient très différentes, aient leur propre « caractère », ce qui donne une sensation de surprise, de ne pas savoir à quoi s'attendre dans la prochaine salle...un sentiment parfois un peu proche du divertissement comme on peut le vivre dans un parc d'attractions. Les salles *Colorama*, *Jardins*, *Tour du monde*, les ateliers et la salle de bal m'ont beaucoup plu. On en prend plein les yeux dans la salle de bal, j'ai surtout été sensible aux effets de lumière qui donnent une ambiance magique qu'on ne retrouvait pas dans des précédentes expositions de mode, car sinon la disposition des robes me rappelle quand même ce qui a déjà été fait dans le cadre des expositions Yves Saint Laurent et *Fashion Forward*. C'est dans la continuité mais clairement un niveau au-dessus. Je trouve que le *Tour du monde* avec les œuvres d'art rapprochées des collections de mode et les Ateliers sont vraiment des approches originales. L'exposition montre bien qu'art et mode s'entremêlent, et puis elle souligne aussi le travail des métiers d'art pour proposer ces collections de haute couture. L'exposition procure d'ailleurs un sentiment de fierté que la Maison Dior soit une Maison française ! Je trouve que la scénographie est primordiale sur des expositions touchant aux métiers d'art en général. Elle permet de transmettre un certain émerveillement au-delà de la technicité, de l'émotion, c'est une vraie immersion. »

- Femme, 30 ans, chargée de ressources humaines, de Saint-Germain-en-Laye

« J'ai trouvé l'exposition magnifique, grandiose ! C'est hallucinant tous ces décors des salles pour quelque chose qui est éphémère ! J'ai des amies qui avaient dit sur Facebook que c'était surtout à ne pas rater, et franchement je suis contente de les avoir écoutées ! En même temps

dans les magazines féminins aussi ils la recommandaient vraiment, on en a parlé un peu partout. Je vais plutôt voir d'habitude des expositions d'art moderne ou d'art contemporain, surtout à Pompidou, au Grand Palais et au Palais de Tokyo, j'essaie d'y aller une fois par mois environ. Je suis venue avec une copine parce qu'elle avait vu l'expo Jean-Paul Gaultier et à l'époque elle m'avait dit que c'était top, j'avais pas pu y aller et du coup je voulais pas encore rater celle-là. On a passé un super moment ensemble, ça valait bien les 3h de queue sous la pluie ! Je m'attendais à ce que ce soit beau, mais pas à ce point-là franchement. Les robes sont magnifiques c'est vrai mais c'est surtout toute la mise en scène qui est incroyable car s'ils avaient juste mis les robes à la suite ce serait pas « waouh ». Et puis il y a tellement d'accessoires aussi, parfois on avait l'impression de faire les boutiques ensemble et de choisir nos tenues pour une soirée ! En plus c'est convivial, on peut discuter devant les robes c'est pas l'ambiance des musées où il faut se taire, où on se croirait à l'école. En même temps c'est de la mode. Mais il y avait quand même aussi beaucoup de tableaux, d'œuvres d'art, je ne savais pas du tout que Christian Dior avait été galeriste. Je trouve que du coup on a l'impression d'apprendre aussi plein de choses sur la Maison Dior et pas que de voir des robes, et même sur l'art plus généralement car je ne vais pas vraiment au Louvre par exemple mais là il y avait des sculptures à côté des robes qui venaient du Louvre. La salle consacrée à la partie sur sa galerie d'art était très bien faite aussi, c'était un précurseur à son époque.

J'ai beaucoup aimé Coloroma, c'est très girly avec toutes ces couleurs et tous les accessoires, mais ça fait rêver... La salle jardins était belle aussi dans un style plus romantique. J'ai moins aimé les décors dans les salles des autres directeurs artistiques mais c'était quand même très instructif, je connaissais surtout Galliano. Et la salle de bal, c'est tellement beau, on pourrait y rester des heures à admirer les détails des robes, on a été toutes les deux éblouies, on s'en souviendra longtemps de cette expo je pense ! »

#### - Homme, 32 ans, commercial en cosmétiques, de Paris

« J'ai trouvé l'exposition vraiment super, les décors sont magnifiques ! Je suis venu avec ma copine, ça fait longtemps qu'elle en parlait, qu'elle voulait aller la voir, et ses collègues qui l'ont vue ont adoré, du coup je l'ai accompagnée. Sur internet aussi ils en avaient parlé et dans des magazines. Franchement, je n'ai pas regardé comme elle les robes dans le détail mais globalement j'ai quand même adoré, faire un tel show dans un musée c'est surprenant... Ça change du musée d'Orsay où elle m'avait un peu trainé.

J'ai bien aimé le côté grande rétrospective depuis le début de la création de la marque jusqu'à nos jours, le parcours de l'exposition est très bien fait, du coup on comprend bien les étapes, les

évolutions, ce n'est pas juste une exposition de robes pour les filles. En plus c'est tellement grand qu'on circule assez bien finalement, j'avais peur qu'il y ait trop de monde dans les salles vu la queue dehors... Quand on est dans l'exposition on se dit que finalement la mode c'est de l'art, il y a tellement de détails, de précision, enfin la mode haute couture. Le nombre d'heures qu'ils doivent passer pour faire une robe, c'est fou, entre la broderie et tout.

Si les autres musées pouvaient faire des mises en scène aussi spectaculaires, je l'accompagnerais peut-être plus souvent voir des expos ! »

**Annexe 24 : Compte-rendu de la conférence « Les stratégies de l'exposition blockbuster » réunissant Josy Torlet (Directrice des Publics de Paris Musées), Aude Viart (Directrice du musée de Montmartre) et Joachim Monégier du Sorbier (Directeur des Publics de la Fondation Vuitton)**

Conférence organisée le 28/03/17 par le Club Culture & Management à la Fondation d'Entreprise Ricard

Intervention de Josy Torlet (compte-rendu partiel) : Paris Musées regroupe 14 musées. La carte 14 musées compte 12 000 adhérents. Le Petit Palais et le MAM présentent chacun quatre expositions par an. L'objectif est d'avoir pour chacun l'une des expositions avec au moins 200 000 visiteurs. Elle précise que « l'objectif premier n'est pas de faire une exposition blockbuster au départ. Ce qui est visé c'est la qualité des expositions tout en faisant en sorte qu'elles rencontrent leurs publics ».

Le budget est regardé de très près « toujours en garantissant notre mission de service public » et la qualité scientifique.

Elle estime que « le musée est aujourd'hui un lieu de vie, de culture, les jeunes y vont beaucoup plus fréquemment qu'auparavant. Les enjeux portent désormais sur la notion d'accueil et de service aux publics. On remet le public au cœur des problématiques, le travail sur les publics est en amont avant la conception. »

Intervention d'Aude Viart (compte-rendu partiel) : Le musée de Montmartre a accueilli 116 000 visiteurs en 2016. Sans les expositions la fréquentation est beaucoup plus faible. L'exposition Bernard Buffet au Musée Montmartre (en parallèle de l'exposition Rétrospective Bernard Buffet au MAM) a attiré 45 000 visiteurs, le chiffre était au-dessous de ce qu'ils avaient imaginé. « Quand on veut jouer le blockbuster on se tire une balle dans le pied », ça ne marche pas.

Intervention de Joachim Monégier du Sorbier (compte-rendu partiel) :

Il a travaillé précédemment au Palais de Tokyo, au Louvre et au musée du quai Branly avant de rejoindre la Fondation Vuitton.

La récente exposition Chtchoukine a accueilli 1,2 million de visiteurs, 8000 visiteurs par jour en moyenne.

Il n'y a pas d'objectif commercial pour la Fondation elle-même. Le succès mesuré au nombre de visiteurs a été une surprise. Il précise cependant que « la commissaire de l'exposition Anne Baldassari avait assuré qu'on accueillerait plus de 1 million de visiteurs sur cette exposition ». Le maximum qu'il avait envisagé était 800 000 visiteurs.

Il indique que la Fondation a eu la capacité à « surfer sur cette vague », avec par exemple une vraie souplesse pour aménager les horaires et assurer 2 semaines de prolongation qui ont permis d'accueillir 200 000 visiteurs supplémentaires. La souplesse s'est également traduite dans les horaires : au départ les horaires d'ouverture étaient de 11h à 20h, puis de 10h à 20h, puis de 9h à 20h, et enfin de 7h à 23h! Il estime que la « collaboration étroite avec les équipes du terrain » est très importante, il faut savoir exactement ce qui se passe sur le terrain. Quelques mois avant le début de l'exposition, la billetterie a également été ouverte à la Fnac : « on a fait des choix pour en faire un succès ». La Fondation doit beaucoup à la Fnac pour avoir permis d'attirer un public autre que celui de l'Ile de France. La stratégie commerciale était d'assurer la visite la plus qualitative au plus grand nombre. Les billets pouvaient ainsi être achetés via la Fnac, le site web LVMH et sur place à la Fondation.

Il s'est opéré une véritable « alchimie ». « On cherche tous aujourd'hui à écrire ce storytelling. Le story-telling est fondamental dans l'atteinte de ce blockbuster ».

La Fondation Vuitton est financée à 100% par les Maisons du groupe LVMH, donc elle ne se pose pas de questions de calcul au préalable du budget Marketing par rapport à la fréquentation attendue. Elle bénéficie d'une très grande souplesse dans la gestion de la grille tarifaire : elle peut être changée tout le temps (par exemple billet d'entrée à 16€ pour Chtchoukine, mais à 9€ pour l'exposition suivante sur l'art africain).

Concernant les produits dérivés : il précise qu'il faut bien distinguer le simple tote bag d'un catalogue qui prolonge l'expérience de visite. Le catalogue est un sujet important dans les projets conduits. L'exposition Chtchoukine a été également un gros succès en termes d'édition : le catalogue a été réédité 3 fois. « L'expérience de visite est aussi prolongée via l'application mobile gratuite et le dépliant gratuit à l'entrée qui est très généreux en termes d'explications. »

La Fondation compte 800 adhérents, dont 600 adhérents grâce à l'exposition Chtchoukine. 30% des publics Chtchoukine étaient déjà venus à la Fondation auparavant. L'objectif n'est pas d'enchaîner les blockbusters mais les succès et d'accroître la notoriété de la Fondation. Elle a une mission d'intérêt général qui consiste à faire connaître l'art moderne et contemporain au plus grand nombre et en particulier aux plus jeunes. En outre, un peu plus d'1/4 du public vient



de l'étranger. L'ambition de la Fondation est de rayonner plus largement à l'international dans son visitorat.

Interrogé sur les risques éventuels de la concurrence avec les autres grands musées ou la Fondation Pinault, il préfère parler d'« émulation ».

## **Annexe 25 : Entretien avec Joëlle Le Marec**

### **Compte-rendu thématique de cet entretien exploratoire conduit le 19/04/17**

#### La place de la scénographie et du spectaculaire dans les expositions :

« L'idée de blockbuster porte avec elle cette idée de spectaculaire. Il y avait une période où l'accent était mis très fort sur la scénographie mais j'ai l'impression que c'est un peu en repli cette notion de scénographie. »

Le thème de l'exposition peut influencer le rôle de la scénographie : « C'est sûr que les expositions d'art n'ont aucun besoin de cette scénographie, il suffit d'aligner les chefs-d'œuvre et l'effet d'évènement, il suffit de mettre un nom très connu, les Impressionnistes par exemple. Ce sont les noms, la promesse des chefs-d'œuvre qu'on va voir. Pour les expositions d'art il n'y a jamais eu énormément de scénographie. »

En revanche, pour l'Exposition Cités-Cinés à la Villette qui était une exposition sur le cinéma, de grands efforts de scénographie avaient été faits : « On se baladait dans un parcours complètement immersif ».

« Les musées de société ou de sciences sont des musées à discours. Il faut se donner les moyens de compenser l'absence d'œuvres par un traitement discursif qui se déploie dans un espace. Cela a stimulé pendant longtemps la réflexion sur les médiations dans la communauté des professionnels de la muséologie. Tout était à inventer dans un musée de sciences ou un musée de société. Il y avait des efforts à faire pour innover. Les musées d'art n'ont pas trop senti ce besoin car ils exposaient des œuvres. Même quand ils ont parfois été incités à faire autre chose qu'un accrochage classique, le dispositif classique d'accrochage est extrêmement résistant. »

#### Le rôle croissant des dispositifs numériques :

« Dans les musées qui tiennent un discours, qui ont une forte dimension pédagogique, les visiteurs se laissent guider, ils sont confiants dans le fait qu'ils n'ont pas besoin pour visiter de compétences qu'il faudrait avoir acquises à l'extérieur. Si la médiation suppose des compétences non pas en histoire de l'art mais en aisance dans l'usage des dispositifs numériques c'est comme si on reportait le problème de la connaissance ou de la culture préalable nécessaire sur la technique. »

Les dispositifs numériques peuvent en revanche être des outils intéressants lorsqu'ils sont utilisés : « Il y a une passion de la médiation chez les publics. Dès qu'il y a une proposition elle est explorée. La médiation trouve son public. »

### La médiation :

Dans la vision de la culture telle qu'elle a été défendue et développée pendant le ministère d'André Malraux, l'idée est que la rencontre avec l'œuvre ne doit pas être médiée. Pourtant, « même dans l'art classique il y a toujours des savoirs associés. Il y a un amour de la médiation chez les publics car il y a un goût pour ces savoirs. »

### Distinction entre médiation et programmation :

Les colloques, rencontres et conférences sont « plus de l'ordre de la programmation que de la médiation. » « Parfois ce sont des services différents qui s'en occupent. Toutes ces activités de connaissances peuvent trouver un public complètement autonome en dehors des pratiques de visite ».

### Les différents temps de la médiation :

Il y a aussi une distinction entre les médiations lors de la visite même et les médiations déconnectées de ce temps de visite. La médiation peut être reliée à l'activité de visite, pour la préparation en amont de la visite.

« A la Cité des Sciences par exemple, pour l'exposition « Océan, climat et nous » en 2011, les visiteurs pouvaient poser des questions en fin de l'exposition au comité scientifique, par l'intermédiaire d'une borne informatique. On avait l'assurance de pouvoir avoir une réponse, pas tout de suite mais dans le mois qui suivait. Cela mettait en relation avec les instances scientifiques. Même si le temps de la visite différait du temps de connaissance supplémentaire, ça restait relié »

### La médiation comme accompagnement du visiteur :

« Sur cette question de la médiation non pas pour fournir toutes les connaissances sur un thème mais vraiment accompagner le visiteur, on peut citer Cécilia De Varine qui a énormément réfléchi sur la question. »

NB : Cécilia De Varine est membre fondateur de l'association *Médiation Culturelle* qui rassemble des professionnels de la médiation culturelle et dont elle a été présidente de 2002 à 2010.

Les savoirs de la médiation ce ne sont pas que des savoirs sur les œuvres, sur les thèmes, ils sont également liés à des perceptions, un ressenti, des relations qu'on établit avec ce qu'on voit.

### Amplification des connaissances :

« Dans les premiers CD roms de musée il y avait cette idée d'amplifier la connaissance.

Maintenant la plupart des expositions grand public ne sont pas des expositions qui sont destinées à augmenter les connaissances, mais il y a toujours des expositions-dossiers y compris au Louvre par exemple où la préparation entraîne la création de connaissances nouvelles. »

« Dans les expositions de société, d'écomusées, comme dans le cas de l'écomusée Val de Bièvre, chaque exposition représente 2 ans d'enquête. La médiation peut être pour tout le monde l'occasion d'apprendre des choses, pour ceux qui préparent les expositions et pour les visiteurs. »

**Annexe 26 : Guide d'entretien (questions à aborder, mais non dans un ordre directif) initialement prévu pour l'échange avec Vincent Poussou, Directeur des Publics et du Numérique à la Réunion des musées nationaux - Grand Palais et Agathe Grandval, Responsable des Études.**

Questions générales sur les publics du Grand Palais :

- Disposez-vous de données pour définir qui sont aujourd'hui les publics des expositions du Grand Palais ?
- Avez-vous des informations également sur les non-publics ou des études les concernant ?
- Comment évaluez-vous la satisfaction des publics ?
- Quelle est l'ambition du Grand Palais en termes de développement des publics à plus long terme ? Y-a-t-il un segment des publics particulièrement privilégié ?
- Comment se fait le choix des expositions ?
- Quel service est responsable de définir les offres de médiation envers les publics ?

Plus particulièrement, sur *Rodin, l'exposition du centenaire* :

- Avant de parler de l'étude des publics réalisée, cette exposition visait-elle initialement un public particulier ou un public diversifié ?
- Combien de visiteurs se sont rendus à l'exposition ? (et pour Gauguin en comparaison ?)
- L'étude des publics réalisée a-t-elle permis de mettre en évidence une diversité des profils de visiteurs ? ou les visiteurs présentent-ils dans l'ensemble des profils assez similaires ?
- Connaissaient-ils majoritairement déjà le Grand Palais avant de venir à cette exposition ?
- Savez-vous par quels biais ils avaient entendu parler de l'exposition ? (presse ? TV ? radio ? internet ? réseaux sociaux ? bouche à oreille ?)
- Avez-vous recueilli des informations plus précisément sur l'utilisation du site internet du Grand Palais et des réseaux sociaux par les visiteurs ?
- Avez-vous des informations sur les motifs de visite ?
- La scénographie a-t-elle souvent été mentionnée par les visiteurs de l'exposition ? Le Grand Palais avait-il souhaité mettre un accent particulier dessus ?
- Avez-vous des données concernant la participation à des visites guidées, ainsi que sur l'utilisation de l'audioguide et de l'application à télécharger sur le téléphone ?
- Quel rôle joue le numérique dans le développement des offres du musée ?

**Annexe 27 : Entretien avec Vincent Poussou, Directeur des Publics et du Numérique à la Réunion des musées nationaux - Grand Palais, et Agathe Grandval, Responsable des Études.**

Entretien conduit le 08/02/17

**Introduction :** Évocation de mon stage en Communication à la Direction des musées nationaux du XX<sup>e</sup> siècle des Alpes-Maritimes, échanges sur le Master suivi au CELSA et plus précisément sur mon sujet de mémoire.

**S.R :** J'ai regardé l'organigramme du Grand Palais dans le rapport d'activité de 2016, je ne sais pas s'il est toujours d'actualité ou si les choses ont évolué entre temps. J'ai noté entre autres l'articulation autour des grandes directions suivantes : Direction des Publics et du Numérique, Direction Scientifique, Direction de la Stratégie et du Développement, Direction Commerciale et Marketing, Direction de la Communication et du Mécénat, auxquelles s'ajoutent d'autres Directions, c'est bien correct ?

**V.P :** Oui, c'est bien cela

**S. R :** Merci, c'est pour bien comprendre l'organisation du Grand Palais car à Nice j'étais dans une plus petite structure, ma responsable était en charge du développement des publics, des partenariats et de la stratégie de communication. Au sein de la Direction des Publics et du Numérique du Grand Palais, il y a bien la sous-direction de la Médiation, la sous-direction du Numérique et la cellule Etudes et Marketing à laquelle vous appartenez Mme Grandval ?

**A.G :** Oui, en effet

**V.P :** Il y a d'autres structures aussi, Accueil et droits d'entrée par exemple, mais pour le moment vous n'avez pas besoin d'élargir.

**S.R :** Très bien. Sur la partie plus spécifique aux études, disposez-vous d'études régulières menées auprès des publics ? Êtes-vous amenés à réaliser des études pour toutes les expositions ou ponctuellement ?

**A.G :** On fait des études sur presque toutes les expositions. Il y a exceptionnellement des expositions qu'on accueille dans le Salon d'Honneur comme Louis Lumière pour laquelle nous n'avons pas fait d'enquête, mais sinon oui, on interroge les visiteurs in situ en sortie d'exposition avec un questionnaire assez long qui enrichit effectivement notre base de données.

**S.R :** Il n'y a pas un panel des publics qui aurait par exemple la carte Sésame et qui est interrogé sur plusieurs expositions, à la fois Rodin, puis Jardins etc ? C'est plutôt à chaque fois un échantillon spécifique de visiteurs ?

**A.G :** Sur l'observatoire des publics, on cherche à avoir un échantillon représentatif des visiteurs. On a également d'autres méthodes d'enquêtes, notamment de plus en plus d'enquêtes

on-line et un questionnaire envoyé par le CRM systématiquement aux acheteurs de billets en ligne le soir de leur visite, il nous fournit beaucoup d'informations. On interroge aussi les détenteurs des cartes Sésame et les clients fidèles des boutiques.

**S.R :** Concernant l'indicateur de fréquence des visites que j'évoquais tout à l'heure sur mon mémoire, où je considère que les publics occasionnels sont ceux qui vont 1 à 2 fois par an visiter un musée ou une exposition, les réguliers 4 à 6 fois par an, les assidus au moins 12 fois par an, est-ce un type d'indicateur que vous regardez ?

**A.G :** On ne leur pose pas la question des fréquences, on leur demande quelles expositions ils ont vues chez nous dans les dernières saisons, et cela nous donne un indicateur du nombre d'expositions vues sur X saisons. On retravaille ensuite les indicateurs en fonction de ce qui nous semble pertinent comme segmentation. On leur pose en revanche une question sur leurs pratiques culturelles ailleurs qu'au Grand Palais, mais ce n'est pas la même typologie que la vôtre. On leur demande s'ils sont allés au théâtre, aux concerts de musique classique etc dans les 12 derniers mois, c'est plutôt un indicateur des pratiques culturelles.

**S.R :** C'est vrai que lors de mes interviews les gens ont évoqué parfois qu'ils s'intéressaient à tout ce qui touche à la culture, mais en effet je me suis davantage penchée sur leurs pratiques de visites de musées et d'expositions temporaires.

**A.G :** On a aussi une question qui porte sur les autres expositions vues ailleurs qu'au Grand Palais durant les 12 derniers mois, mais avec un oui / non

**S.R :** Et sur les non-publics, conduisez-vous des enquêtes pour comprendre pourquoi ils ne sont pas des publics du Grand Palais alors qu'ils le sont d'autres musées par exemple ?

**A.G :** Non, nous faisons un observatoire de nos publics

**V.P :** Mais on peut citer l'étude avec le panel ELIPSS qui va enrichir la vision générale des pratiques des expositions.

**A.G :** On est en train de mener une étude avec le Ministère de la Culture sur les pratiques de visite des musées et d'expositions temporaires sur un panel représentatif de la population française, 3 000 personnes. Cette étude viendra compléter celle sur les pratiques culturelles des Français. Effectivement, notre idée ici c'est d'avoir plus d'informations sur les non-publics du Grand Palais ainsi que sur leurs autres pratiques culturelles, de comprendre ce que font justement ces gens-là qui n'apprécient pas particulièrement le fait de venir au musée, leurs freins à la visite.

**S.R :** Lors de mes entretiens, les visiteurs indiquaient qu'ils aimeraient se rendre dans des lieux emblématiques, très beaux, où il y a un vrai geste architectural. En ce sens, le Grand Palais, le musée d'Orsay ou encore la Fondation Vuitton ont souvent été cités.

**V.P :** On peut apprécier le monument de l'extérieur mais à l'intérieur les galeries d'exposition sont des galeries reconstituées au sein du monument historique, ils ont quand même ce ressenti que c'est très beau ?

**S.R :** Oui vraiment, par exemple *La porte de l'Enfer* qui était située justement près de l'escalier d'honneur dans l'exposition Rodin, on m'a précisé que « la voir dans ce cadre-là c'est magnifique ». Il y a une aura tout autour.

**A.G :** Et puis il y a le plaisir d'aller dans ce bâtiment, même si après une fois qu'on est dans l'exposition on en profite peut-être moins.

**S.R :** Peut-on dire qu'il y a un profil type de public des expositions du Grand Palais ou est-ce le thème de l'exposition qui va attirer un certain type de public ?

**A.G :** Il y a des points communs, comme un niveau d'études élevé qui est le critère le plus partagé, mais dès qu'on affine et qu'on regarde par exposition il y a des différences, selon la thématique ou l'artiste mis en avant. En revanche, c'est vrai qu'on reste aussi sur des CSP plutôt élevées.

**V.P :** Et un public assez féminin

**A.G :** Féminin à 67% en moyenne, même s'il y a des variations. L'exposition *Hergé*, par exemple, était plus masculine, atteignant jusqu'à 50% d'hommes.

**V.P :** Mais il n'y a jamais une majorité d'hommes. Un autre facteur commun est un âge relativement élevé de 45,7 ans.

**A.G :** Il y a quand même des variations, les expositions de photographie et les expositions d'art contemporain sont souvent un peu plus jeunes et un peu plus masculines, mais ce n'est pas systématique.

**S.R :** Et là, dans le cadre de Rodin, retrouve-t-on justement ces caractéristiques, plutôt un public féminin, une moyenne d'âge autour de 45 ans ?

**A.G :** On est en effet dans un profil classique pour Rodin, avec 67% de femmes, un âge moyen de 46 ans. On a moins de Parisiens et un peu plus de résidents de régions.

**V.P :** Il y a cependant un critère étonnant de 27% de primo-visiteurs qui ne sont jamais venus auparavant au Grand Palais alors que ce n'est pas la même chose sur Gauguin, donc ce n'est pas un effet grande rétrospective. Et Gauguin le public était très parisien. Est-ce lié à la sculpture comme on ne fait presque jamais d'expositions sur la sculpture ? La précédente c'était sur Auguste. La moyenne normalement de primo-visiteurs est de 19%.

**A.G :** On a un peu plus de touristes aussi

**V.P :** La moitié de l'augmentation de ces primo-visiteurs peut venir du fait qu'on passe de 10% de touristes en moyenne sur les expositions à 14% ici.



**A.G :** 47% des primo-visiteurs de Rodin résident à l'étranger ou en région.

**S.R :** Concernant les motifs de visite, avez-vous aussi des questions comme « Venez-vous pour élargir vos connaissances ? vous divertir ? sortir du quotidien ? créer un lien social en venant entre amis par exemple ? ». J'avais identifié au travers de mes lectures plusieurs motifs principaux de visite : intellectuel (l'acquisition de connaissances), émotionnel (l'émotion esthétique et artistique, la stimulation multisensorielle), récréatif (sortir de son quotidien), de lien social (partager un moment avec son entourage en s'y rendant à plusieurs) et puis deux motifs que l'on voit parfois un peu apparaître en filigrane mais un peu moins avouables comme ça spontanément, le côté normatif (tout le monde en parle, je me dois en quelque sorte d'y aller, c'est l'obligation sociale) et un motif de distinction.

**A.G :** Je ne trouve pas forcément que ces deux-là apparaissent, c'est l'idée qu'on en a

**S.R :** Parfois au début de la discussion les gens disent « une amie m'a proposé l'exposition, je me suis dit pourquoi pas » et puis après par exemple sur l'exposition *Christian Dior, couturier du rêve*, ils précisent aussi « on m'a dit que c'était une exposition à ne pas rater, qu'il fallait absolument y aller, tout le monde en parlait ». Mais en effet c'est un mélange, on ne va pas voir une exposition uniquement pour ce motif car sinon il y a tellement d'expositions à Paris que ce serait difficile de suivre, mais cela peut jouer aussi.

**V.P :** Il faut déjà être intéressé par l'art, il y a un certain nombre de prérequis pour que cette pression fonctionne.

**A.G :** Ça n'apparaît pas nettement dans nos études, on ne pose pas la question comme ça sur la motivation, on est plutôt sur « J'apprécie l'œuvre de Rodin », « Intérêt pour la sculpture », « Centenaire de la mort de Rodin », « J'apprécie les expositions du Grand Palais »...

**V.P :** Même si cette motivation existait, on n'arriverait pas à l'identifier car notre questionnaire ne propose pas cette entrée-là.

**S.R :** En dehors de ces motifs normatif et de distinction, j'ai pu poser la question de manière un peu plus directe sur les autres motifs, même si j'avais peur d'un éventuel biais du « bon élève » et que les visiteurs me répondent surtout « oui, c'est pour élargir mes connaissances, apprendre beaucoup de choses ». Finalement, ils ont facilement exprimé l'aspect récréatif et le pur plaisir esthétique au-delà des connaissances. Il y a bien sûr aussi une combinaison de motifs.

**V.P :** Il y a aussi le biais de la personne qui nous interviewe, si on se sent plus ou moins en confiance, on va aller plus ou moins loin dans une espèce de sincérité.

**S.R :** Lorsque j'ai interviewé les visiteurs, je leur disais en préambule pour qu'ils se sentent un peu plus en confiance que j'étais étudiante, que c'était dans le cadre d'un mémoire de recherche, que je n'étais pas du tout rattachée au Grand Palais. Je précisais aussi que je cherchais à

comprendre avant tout leur expérience de visite, leur ressenti, qu'il n'y avait pas de bonnes ou de mauvaises réponses, que ce n'était pas du tout un quizz culturel.

**V.P :** Au vu de vos entretiens sur l'exposition Rodin, qu'est-ce qui vous a frappée par exemple ?

**S.R :** J'ai été étonnée sur la partie visite guidée, utilisation de l'audioguide et téléchargement de l'application. Certaines personnes qui indiquaient entre autres vouloir élargir leurs connaissances ou celles qui étaient assidues voire très assidues ne voulaient pas forcément avoir plein d'explications. Globalement, tout le monde a trouvé que les textes de salles étaient très bien faits et que contrairement à d'autres expositions ils avaient eu l'impression de faire un parcours très clair. Ils ne se sont pas sentis du tout perdus, du coup ils ne souhaitent pas forcément plus d'informations. Concernant l'application numérique, je l'avais téléchargée et j'ai donc fait tester aux visiteurs la partie audioguide avec un focus sur les commentaires d'une œuvre très connue, *Le Penseur*, et d'une qui l'est moins, *Balzac*. Ils ont trouvé en général les explications très bien et le fait que ce soit un format de 2 minutes par œuvre était apprécié. Ils étaient plutôt récalcitrants pour l'audioguide, alors que l'application est bien accueillie quand on la leur présente, ce sont pourtant les mêmes commentaires sur les deux supports. Mais plusieurs personnes ne savaient pas que l'application existait.

**A.G :** Même ceux qui en connaissent l'existence trouvent que malgré tout 3€ c'est trop. Quand c'est leur matériel, leur téléphone, ils estiment que le contenu devrait leur être donné puisqu'ils ont payé l'entrée à l'exposition. Et les gens ont aussi du mal à télécharger l'application, à la manipuler.

**V.P :** Il y a une certaine ambivalence dans la demande de connaissances et l'appétit éducatif des publics, comme si les visiteurs voulaient des connaissances et de l'information, de la compréhension, mais sans que cela soit ennuyeux. Ils sont d'accord pour apprendre, mais pas comme à l'école. L'enjeu de la proposition culturelle et de l'art peut-être en général, c'est de créer une relation sensible qui vienne à un moment donné adoucir ou faciliter la partie instruction. La demande éducative porte sur une proposition qui aide à grandir d'une certaine manière et qui ne fait pas que passer de la connaissance.

**A.G :** Ce n'est pas très étonnant que la plupart des gens n'aient pas envie de contenus supplémentaires, puisqu'il y en a déjà beaucoup dans une exposition. On a effectivement 90% des visiteurs, voire plus, qui visitent simplement l'exposition. Ils considèrent que le contenu dans l'exposition est déjà suffisant, ils n'ont pas forcément envie d'avoir une démarche pédagogique qui serait plus compliquée. Ils veulent apprendre, que ça infuse, mais que cela reste une expérience agréable. Ça les gêne de se baisser pour lire les cartels, ou lorsqu'il y a du monde devant la chronologie ou devant le texte introductif à l'entrée. Ils sont nombreux à penser

qu'il est inutile d'en rajouter en lecture avant ou après, en audio-guide, en application. Mais il y a plusieurs profils de visiteurs, ces dispositifs répondent à certaines demandes.

**V.P :** Notre difficulté en tant qu'institution, c'est que chaque visiteur est différent et demanderait donc un niveau d'accompagnement également différent, depuis ceux qui n'en voudraient absolument pas à ceux qui souhaiteraient énormément d'explications. Il faut d'abord que nous trouvions un juste milieu dans ce qui est proposé à tout le monde, libre à eux de les utiliser s'ils en ont envie, et ensuite que nous proposons différentes briques pour ceux qui en veulent davantage. Sur la partie commune, généralement les textes de salles et les cartels développés, le petit document qui est offert gratuitement à tout le monde directement dans le parcours, il faut trouver le bon niveau de langage, qui en dit ni trop ni pas assez. Mais ce sera toujours un juste milieu qui ne satisfera qu'un juste milieu de public, et par conséquent pas tout le monde.

**A.G :** Mais on a quand même une grande majorité de gens qui sont satisfaits.

**V.P :** C'est toujours sur l'explication qu'on a le plus de frustration, ce qu'on pourrait lire transversalement dans toutes nos expositions c'est que ce serait mieux s'il y avait plus d'explications. Mais je ne suis pas sûr que le taux de satisfaction augmenterait si on avait plus d'explications car il faudrait que ces explications arrivent d'une certaine manière, qu'elles infusent. Si on rajoute trop de couches explicatives, finalement c'est aussi répulsif. Peut-être que la vraie satisfaction c'est lorsque l'exposition raconte une histoire intéressante qu'on arrive à bien comprendre. Lors de l'exposition *Les peintres américains et la Grande Dépression* qui a eu plus de succès que prévu, le sujet était assez limité, on racontait cette période historique et les peintres l'illustraient d'assez près avec une bonne explication sur les différentes manières de réagir face à cette crise, dans cette tourmente dans laquelle était plongé le pays. Certains allaient vers l'engagement politique, d'autres se réfugiaient dans une forme d'abstraction en essayant de s'évader du monde, les troisièmes allaient vers un réalisme, les quatrièmes idéalisaient la campagne...Et tout cela était un récit qui fonctionnait bien, tout ce qui venait apporter des éléments complémentaires s'accrochait à ce récit d'une manière qui paraissait naturelle alors qu'elle était travaillée.

On a souvent un premier commissaire qui s'exprime, puis le service de médiation. Pour Rodin, on a eu plusieurs critiques par rapport à l'art contemporain qui n'était pas forcément l'histoire que le public avait envie qu'on lui raconte.

**S.R :** J'ai eu également une remarque en ce sens, car l'affiche avec *Le Penseur* pouvait laisser penser qu'il s'agissait plutôt d'une rétrospective sur Rodin. Si certains visiteurs ont vécu cela comme une bonne surprise « j'ai découvert d'autres artistes » ou « j'ai revu des artistes que

j'appréciais et connaissais déjà », d'autres ont moins apprécié ce parti-pris : « je venais pour Rodin donc je ne vois pas pourquoi il y a plein d'autres artistes » ou encore « je suis déçu par les autres sculpteurs, ils ne valent pas Rodin ».

**V.P :** Les attentes sont très importantes car la satisfaction est liée à ces attentes. Comment se construisent-elles ? Qu'induisons-nous par notre communication pour forger certaines attentes ? Cette mise en cohérence est un point important qui participe à une certaine satisfaction.

**S.R :** Sur la médiation, j'ai aussi eu un commentaire intéressant d'une personne qui était allée voir l'exposition Chtchoukine et qui appréciait beaucoup d'avoir des médiateurs dans les salles pour répondre ponctuellement à des questions. C'était un visiteur assidu de musées qui m'indiquait « les audioguides, je les prends parfois si j'ai beaucoup de temps, les visites guidées c'est contraignant il faut réserver ». C'est une approche intéressante car même si majoritairement les personnes estiment qu'une application est bien mieux qu'un audio-guide, certains précisent que lorsqu'on a une personne physique en face de soi et qu'on peut lui poser des questions, c'est vraiment plus agréable.

**A.G :** C'est un aspect qui est bien connu et que développent certains lieux, c'est surtout une question de budget et de choix de dispositifs de médiation.

**S.R :** Avez-vous au Grand Palais un segment particulier des publics que vous essayez de développer, pas forcément que sur l'exposition Rodin ?

**A.G :** On réfléchit toujours d'une exposition à l'autre aux segments de publics qui pourraient être intéressés par la thématique proposée et bien sûr on développe des partenariats, par exemple avec des musées qui sont dans la même période ou qui ont des liens. On a eu une politique pour développer effectivement la venue des jeunes au Grand Palais, on a créé le pass Sésame Jeune de moins de 30 ans qui est à 20€, vraiment pas cher. Le Grand Palais a une fréquentation importante sur toutes les expositions, ce n'est pas le lieu où on a le plus de mal à attirer les publics. C'est beaucoup plus vrai dans des établissements culturels de taille plus petite ou beaucoup plus excentrés, là les efforts à faire pour faire venir les publics sont plus importants.

**S.R :** Dans la première partie du mémoire, je reprends justement un tableau qui retrace les grandes expositions en termes de nombre de visiteurs. On retrouve à chaque fois Pompidou, le Grand Palais, le Louvre, le musée d'Orsay. Ce sont quatre lieux emblématiques. Pour l'exposition *Christian Dior, couturier du rêve* que j'étudie aussi, dans ce cas précis le musée des Arts décoratifs a battu des records de fréquentation, ils n'avaient jamais connu une telle affluence, soutenue par une très forte médiatisation.

Je voulais également vous demander si vous suivez au travers des études les sources d'information des visiteurs, dont l'utilisation d'internet et des réseaux sociaux.

**A.G :** Oui bien sûr, on leur demande leurs sources d'information et on a pour l'exposition Rodin 13% des visiteurs qui nous disent avoir consulté le site grandpalais.fr, 24% pour le numérique tous supports confondus incluant le site et les réseaux sociaux. Les trois premières sources d'information étant l'entourage (donc le bouche à oreille), l'affichage et la presse.

**S.R :** Ce sont également trois sources d'information qui ressortaient dans mes interviews, même si ça reste sur un petit nombre de personnes.

Est-ce que l'exposition Rodin avait « l'intention » si on peut dire cela d'attirer un grand nombre de visiteurs comme le sont des expositions blockbusters avec un public diversifié ou c'est plutôt sur Gauguin que vous attendiez une très forte fréquentation ?

**A.G :** On ne sait jamais quelles sont les expositions qui vont être blockbusters. Le Grand Palais est un établissement qui est cher et lourd à ouvrir, on ne peut donc pas beaucoup se permettre des expositions qui auraient très peu de visiteurs, mais c'est difficile de prévoir très précisément à l'avance la fréquentation d'une exposition.

**S.R :** Je parlais de cet aspect blockbuster car j'avais assisté à une conférence sur les stratégies des expositions blockbusters. Le Directeur des Publics de la Fondation Vuitton évoquait que pour Chtchoukine la Commissaire d'exposition avait en tête qu'ils pourraient attirer 1 million de visiteurs et comme finalement ils avaient prolongé l'exposition de 2 semaines, ils ont eu 1,2 million de visiteurs...même si la volonté des musées n'est pas juste de battre des records de fréquentation, ça va au-delà de ça bien sûr. Parfois, on peut aussi avoir des surprises sur des expositions qui ont rencontré un public beaucoup plus large que ce qu'on pouvait imaginer.

**A.G :** Pour le Grand Palais, on fait toujours des estimations, c'est nécessaire dans le cadre des prévisions budgétaires, et après effectivement on a parfois de bonnes surprises. Ça a été le cas pour l'exposition Hopper qui a particulièrement bien marché, au-delà des prévisions.

**S.R :** Et pour Rodin par exemple, en termes de nombre de visiteurs par rapport à Gauguin ?

**A.G :** Pour Rodin on est à 300 000 visiteurs, pour Gauguin à 470 000. Et en effet, on s'attendait à une fréquentation plus importante sur Gauguin que sur Rodin. Irving Penn par exemple est une très bonne surprise avec 330 000 visiteurs, plus que ce qu'on imaginait.

**S.R :** Ah oui, en effet. C'était une très belle exposition, je suis allée la voir, mais je ne pensais pas qu'il y avait encore plus de visiteurs que sur Rodin.

Je me demandais aussi si sur la scénographie vous aviez des remarques particulières des visiteurs ?

**A.G :** Oui, on leur pose une question de satisfaction sur la scénographie, on leur demande de noter. Sur Rodin, on a obtenu 8,1/10, ce qui est un bon résultat puisque la moyenne de nos notes sur la scénographie est de 7,9/10. Il y a eu quelques remarques sur des défauts de présentation des œuvres.

**S.R :** On ne pouvait pas toujours faire le tour des œuvres. Quelqu'un me faisait par exemple remarquer que c'était étonnant de ne pas pouvoir tourner autour du *Penseur* qui est une œuvre emblématique alors qu'on pouvait tourner autour d'autres sculptures.

**A.G :** En effet, la principale critique porte sur le fait que l'on ne pouvait pas faire le tour de certaines sculptures, et une mauvaise visibilité de certaines œuvres en vitrine avec parfois des reflets de lumière.

**S.R :** J'avais également noté dans mes entretiens, lorsque je posais la question dessus, que la scénographie avait bien plu pour Rodin. Même si c'est différent par exemple pour l'exposition Christian Dior, car à la question « Qu'est-ce qui vous a plu ? » les remarques portent spontanément largement sur la scénographie.

Mais, globalement, les visiteurs ont vraiment apprécié le parcours de l'exposition Rodin et d'ailleurs certains ont précisé qu'on accepte que tout ne soit pas parfait car c'est déjà une exposition très riche, très complète.

## MOTS CLÉS

Publics des musées – Pratiques culturelles – Expositions blockbusters – Médiatisation –  
Dispositifs de médiation – Scénographie – Expérience de visite

## RÉSUMÉ

Confrontés à de profondes mutations depuis 1950, les musées français sont aujourd'hui sous tension entre enjeux culturels, scientifiques et enjeux économiques. Ils sont ainsi passés d'une situation où ils accueilleraient majoritairement des publics connaisseurs, amateurs ou spécialistes, à une situation où les pouvoirs publics attendent d'eux qu'ils augmentent le nombre de visiteurs et s'efforcent d'en diversifier les profils. Dans ce contexte, nous assistons à une multiplication des expositions temporaires, et plus particulièrement des expositions dites « blockbusters ». Censées accroître l'attractivité des musées par leur mélange d'art et d'événementiel, elles portent généralement sur les artistes les plus célèbres et utilisent une communication très étudiée, ce qui leur permet de battre des records de fréquentation. Parfois louées, parfois décriées, elles sont le reflet d'une réalité complexe entre des musées dont les missions évoluent considérablement et des visiteurs présentant des pratiques culturelles et des attentes diversifiées. Le présent mémoire s'intéresse à la cohabitation des publics occasionnels, réguliers et assidus des musées au sein des expositions blockbusters. L'analyse porte principalement sur trois leviers utilisés par les musées pour attirer des publics diversifiés et leur permettre d'engager une relation avec les œuvres : la médiatisation, les dispositifs de médiation et la scénographie. Alors que l'évaluation des expositions ne peut être abordée simplement au travers de connaissances acquises, l'expérience de visite, plus subjective, apparaît de plus en plus au cœur des préoccupations des visiteurs et des musées.